

2022年3月31日

報道関係各位

<マーケティング情報>

SANYO *Style* MAGAZINE

～ 紙カタログを起点に、生活者の多様な購買ニーズに対応 ～

総合カタログ“SANYO Style MAGAZINE”**2022年春夏版「New Me, New Style」4月1日（金）発行**

創刊号 48 ページから 100 ページ構成に拡大

お客さまから要望が多かった身長別コーディネートや Q&A などのコンテンツを充実

株式会社三陽商会（以下 三陽商会）は、2021年11月に創刊したブランド総合カタログ『SANYO Style MAGAZINE（サンヨー・スタイル・マガジン）』の2022年春夏版にあたる「New Me, New Style（ニューミー、ニュースタイル）」を4月1日（金）に発行いたします。創刊号の48ページから今号は100ページ構成に拡大し、メンズの商品掲載を充実させたほか、お客さま向けアンケートの結果や店頭のスタッフの声を反映し、身長別のコーディネートテクニックやファッションに対するお悩み Q&A といったスタイリングに直結するコンテンツを新たに導入。総合アパレル企業ならではの多彩な品揃えを活かし、ブランドごとにスタイリングを提案するだけでなくトレンドやシーンをもとに設定したテーマ軸でブランドをミックスして掲載することで、「MAGAZINE（マガジン）」の名にふさわしいファッション誌のようなトレンド感のあるコンテンツをご紹介します。

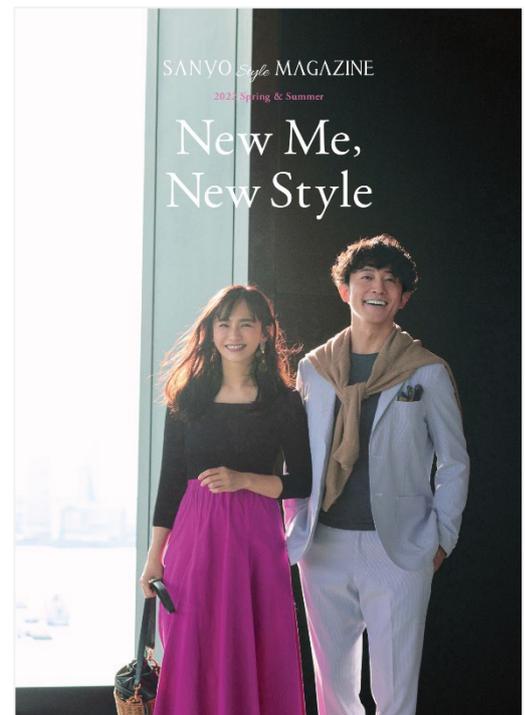
■ 施策の目的

2021年11月に創刊したブランド総合カタログ『SANYO Style MAGAZINE（サンヨー・スタイル・マガジン）』は、三陽商会が運営するファッションウェブマガジン『SANYO Style MAGAZINE』の紙版カタログで、**来店してじっくり商品を見てまわることのハードルが高い昨今の社会情勢において、紙カタログを起点に生活者の多様な購買ニーズ・消費行動に対応した情報を提供することを目的としたマーケティング施策です。**

■ 創刊号の実績

創刊号（2021年11月発行）は、当社の自社会員制度「SANYO MEMBERSHIP（サンヨー・メンバーシップ）」から任意の76,500名に向けて送付。送付した会員の**購買実績（カタログ掲載品を含む全商品）が未送付の会員と比較して 1.3 倍高かったこと**と、店舗利用のみの会員に対して**店舗とオンラインストアの両方のチャネルで買い物をしている「クロスユース」会員の購買率が 2 倍近く高かったことから**、カタログの存在がお客さまと商品とのタッチポイントを創出し、様々な購買行動を後押しできたことが分かりました。展開店舗の少ない「ECOALF（エコアルフ）」など、カタログの掲載を機に認知度を高めたブランドもあり、お客さま向けアンケートでは、「いつもは利用しないブランドを知るきっかけとなり、新たな発見があった」「**なかなか店頭で足を運ぶことができない家族と一緒に、様々なブランドから商品を選べた**」といった声を多く頂くことができました。（※）

※ 下部の<創刊号における効果・お客さまの声>を参照



『SANYO Style MAGAZINE』紙版カタログ
2022年春夏版「New Me, New Style」表紙

■創刊号における効果・お客さまの声

～ 当社における効果 ～

- 「SANYO MEMBERSHIP（サンヨー・メンバーシップ）」会員のうち任意の 76,500 名に向けて送付した結果、送付した会員のカタログ掲載品を含む全商品の購買実績が未送付の会員と比較して 1.3 倍高く、カタログによってお客さまと商品とのタッチポイントを創出することができた。
- 店舗のみ利用している会員と比較して、店舗とオンラインストアの両方のチャンネルで買い物をしている「クロスユース」会員の購買率が 2 倍近く高く、様々な購買行動を後押しすることができた。
- カタログを機に認知を得たブランドもあり、なかでも展開店舗の少ない「ECOALF（エコアルフ）」（<https://ecoalf.jp/>）はすべてのアイテムを再生素材や環境負荷の低い天然素材のみで作っているサステナブルなブランドコンセプトへの関心から多くの問い合わせをいただき、一部の掲載商品は早々に完売する結果となった。

～ お客さまの声 ～

- オンラインで見たときには購入をためらっていた商品が、カタログでは質感や色味が見やすく、購入の後押しになった。
- （創刊号のコート特集を受けて）品質の良さが伝わる誌面で、三陽商会がコートに強いメーカーであることを再認識できた。
- トレンドの色や形が分かり、店舗に行く前の購入計画を立てるのに役立った。
- いつもは利用しないブランドを知るきっかけとなり、新たな発見があった。様々なブランドを同時に比較できるので便利だった。

■ 2022 年春夏版「New Me, New Style」概要

概略	A4 サイズ、全 100 ページ構成
発行日	4 月 1 日（金）
発行部数	85,000 部
送付先	・任意の三陽商会の自社会員制度「SANYO MEMBERSHIP（サンヨー・メンバーシップ）」会員 ・「SANYO MEMBERSHIP（サンヨー・メンバーシップ）」会員以外の、百貨店の店舗の顧客さま ・『SANYO Style MAGAZINE』WEB サイトから請求いただいたお客さま ※4 月 4 日（月）より開始
購入方法	・「SANYO iStore」及び外部 EC よりオンライン購入 ・全国百貨店の店舗及び直営店 各店頭 ・全国百貨店の店舗及び直営店へ電話注文
取扱いブランド （ウイメンズ）	以下 14 ブランド MACKINTOSH LONDON（マッキントッシュ ロンドン）、Paul Stuart（ポール・スチュアート）、EPOCA（エポカ）、EPOCA THE SHOP（エポカ ザ ショップ）、SANYOCOAT（サンヨーコート）、S.ESSENTIALS（エス エssenシャルズ）、TO BE CHIC（トゥー ビー シック）、AMACA（アマカ）、TRANS WORK（トランスワーク）、EVEX by KRIZIA（エヴェックス バイ クリツィア）、MACKINTOSH PHILOSOPHY（マッキントッシュ フィロソフィー）、LOVELESS（ラブレス）、CAST:（キャストコロ）、ECOALF（エコアルフ）
取扱いブランド （メンズ）	以下 9 ブランド MACKINTOSH LONDON（マッキントッシュ ロンドン）、Paul Stuart（ポール・スチュアート）、EPOCA UOMO（エポカ ウォモ）、MACKINTOSH PHILOSOPHY（マッキントッシュ フィロソフィー）、ECOALF（エコアルフ）、LOVELESS（ラブレス）、SANYOCOAT（サンヨーコート）、三陽山長、THE SCOTCH HOUSE（ザ・スコッチハウス）

■『SANYO Style MAGAZINE』WEB サイト：<https://www.sanyo-stylemagazine.jp/>

<この件に関する消費者からのお問い合わせ先>

株式会社三陽商会 カスタマーサポート：0120-340-460 受付時間：11：00-17：00（平日のみ）

株式会社三陽商会 〒160-0003 東京都新宿区四谷本塩町 6-14 <https://www.sanyo-shokai.co.jp>