

サンプリン



コミュニケーション  
買い場で楽しく！



生活者にうれしい情報を届け  
買い場での出会いをデザインする



# とは？

生活者の買うきっかけをつくるインストアコミュニケーションメディアです。  
10万人を超える会員に商品の出会い・体験・評価の場を提供するサービス。

実施店舗：首都圏イトーヨーカドー/アリオ/エスパ 計40店舗（大型店）

会員数： 約10万人

実施実績： 30社、50商品以上

\*2010年12月末現在





首都圏  
イトーヨーカドー大型店  
40店舗



駅名/路線	正式店舗名称	サンプリング設備場所
埼玉線	イトーヨーカドー大宮店	1F 駐車場出入口
埼玉線	イトーヨーカドー大宮西口店	1F 駐車場西側入口前
埼玉線	イトーヨーカドー夢の国店	1F サービスカウンター横
埼玉線	イトーヨーカドーアリオ山口店	1F バックサイド敷エレベーター
埼玉線	イトーヨーカドー大宮店	1F サービスカウンター横
埼玉線	イトーヨーカドー浦和店	1F 売場レジ横 エスカレーター前
埼玉線	イトーヨーカドーアリオ赤松店	1F イトーヨーカドー エスカレーター横
埼玉線	イトーヨーカドー三郷店	1F 売場売り場 エスカレーター脇
秩父線	イトーヨーカドー市川店	1F フードコート前
秩父線	イトーヨーカドー秩父店	1F センターコート
秩父線	イトーヨーカドー立川店	1F 売場レジ横エスカレーター前
秩父線	イトーヨーカドー越前町店	1F センターコート
秩父線	イトーヨーカドーアリオ望月店	1F イトーヨーカドーびゅあウオーター横
秩父線	イトーヨーカドー大井町店	1F サービスカウンター横
秩父線	イトーヨーカドー狭山駅西店	1F センターコート
秩父線	イトーヨーカドーららぽーと狭山店	1F イトーヨーカドー内ATMサービス横
秩父線	エスバ川崎店	1F 市電乗り場入口前
千葉線	イトーヨーカドー新堀町店	1F センターコート
千葉線	イトーヨーカドーアリオ幕張店	1F 売場レジ横びゅあウオーター横
千葉線	イトーヨーカドー鎌倉店	地下1F 売場レジ横
千葉線	イトーヨーカドー船橋店	地下1F フードコート横
千葉線	イトーヨーカドー幕張店	1F 館内9階敷よりエスカレーター前
千葉線	イトーヨーカドー八千代店	1F 売場売り場前
千葉線	イトーヨーカドー弥生町店	1F 売場レジ横
千葉線	エスバ新井店	1F 売場レジ横
東京部	イトーヨーカドー大塚店	地下1F リムジン側出入口
東京部	イトーヨーカドー九段店	1F 売場売場バックドライトアイズ横
東京部	イトーヨーカドー豊田店	1F 台車乗降場内横
東京部	イトーヨーカドーアリオ亀戸店	1F 台車乗降場入口付近
東京部	イトーヨーカドーアリオ武蔵店	1F イトーヨーカドーイベントコーナー
東京部	イトーヨーカドー北町店	1F エスカレーター付近びゅあウオーター横
東京部	イトーヨーカドー国分店	1F フードコート前
東京部	イトーヨーカドーアリオ豊洲店	1F 売場売場エスカレーター横
東京部	イトーヨーカドー押上店	1F 貨物入口横
東京部	イトーヨーカドー八王子店	1F センターコート
東京部	イトーヨーカドー東武館前店	1F びゅあウオーター横
東京部	イトーヨーカドー東口店	1F 南口側敷エレベーター前
東京部	イトーヨーカドー南口店	1F センターコート
東京部	イトーヨーカドー武蔵小倉南店	地下1F エスカレーター横
東京部	エスバ南町店	1F サービスカウンター横



## ■ サンプリン会員は、購入決定権を持つ女性・主婦がメイン！

【サンプリン 会員属性】

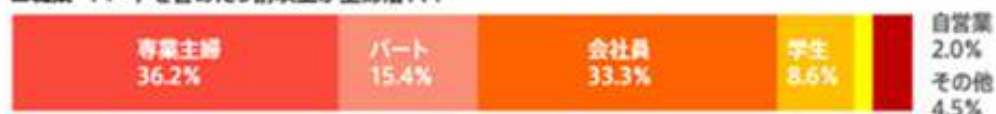
■性別 4人に3人は女性！



■年齢 約80%がメイン購買層！！



■職業 パートを含めた5割以上が主婦層！！



## ■ 来店時、買い物前・頻繁にサンプリンに立ち寄り、買い物の参考にしている！

※サンプル取得者アンケート 11,301人 より

60%以上が“買い物前”にサンプリンに接触



【サンプリンを利用されるのは、いつですか？】

65%以上が頻繁ににサンプリンに立ち寄り



【来店時、サンプリンに立ち寄る頻度はどれくらいですか？】

75%以上が買い物の参考にしている

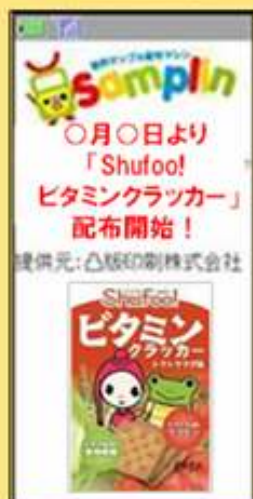


【サンプリンは、日頃のお買い物の参考になりますか？】

情報発信から認知・理解・体験、評価までワンストップで提供！

実施前

情報発信



会員に週1回事前告知メルマガ

告知  
&  
集客

実施(1週間単位:水曜～翌火曜)

認知・理解・体験



売場誘導  
購入

利用  
評価

実施後

評価



利用会員へアンケート

分析

報告



配布結果、購入、生活者からのアンケート評価を実施内容をまとめたレポートを提示。

会員10万人へ  
情報配信

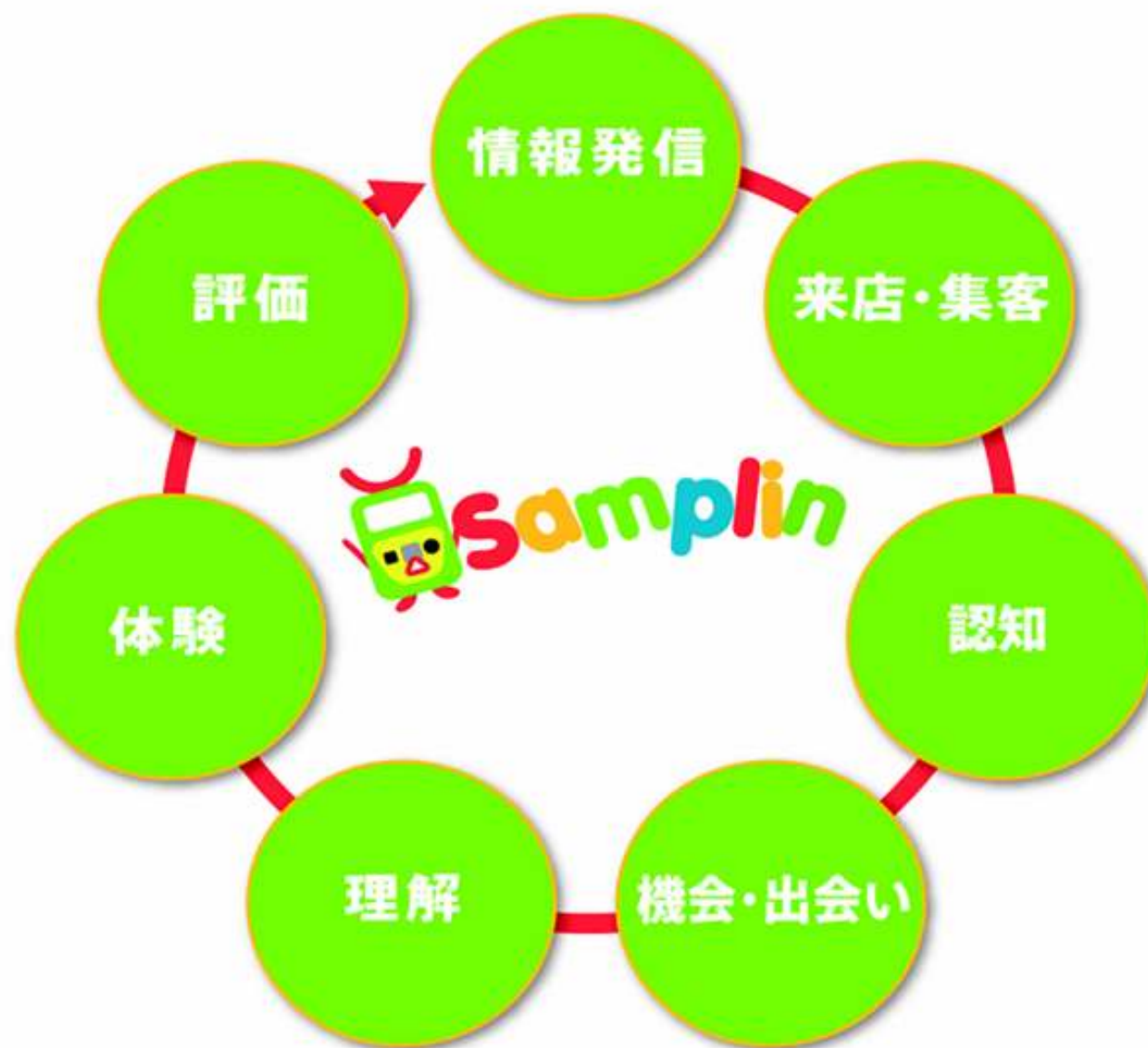
※40店舗買い置き実施の場合

会員3万人が  
来店・接触・体験

※会員への提供サービス内容により変動します。

会員1万人の  
評価を取得





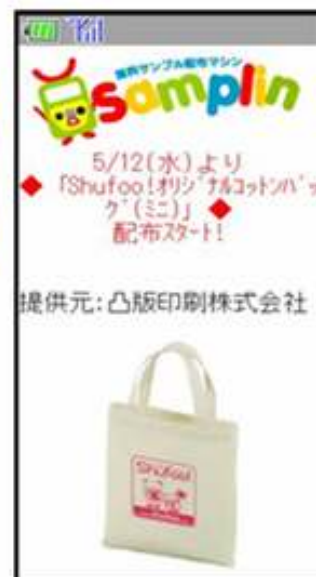
情報発信～評価のワンストップソリューションを実現します。



## 情報発信

### 【情報発信】

サンプリン会員に対し、毎週1回  
お得情報として、サンプリンメルマガを配信



**1店舗  
7,000人を  
で超える会員数**  
※2009年10月導入店において

2010年12月末時点で、40店舗100,000人突破  
週150人/店舗で増加

メルマガのモバイルサイト誘引率

約 **50%**





## 来店・集客

### 【来店集客】

■ 来店・利用意向 (サンプルを今後利用する)

約 **92.2%**

全業アンケート対象

■ 集客効果 (サンプルで利用頻度が増える)

約 **79.9%**

全業アンケート対象

店で見た  
**83.5%**

※ 当社店舗調査あり

店頭で一際目立つデザイン

デザイナー/アンジェロ・コルテージ



1938年アゾーロ生まれ。

1966年ミラノにて活動を始める。

現在、国際インダストリアルデザイン団体評議会(ICSID)の副理事。

主な作品にマルペンサ空港、リナーテ空港の内装デザイン。

建築家としてミラノ北駅、IBM研修センター等がある。







クロスShufoo!  
Webチラシ



## 【認知】

単なる店頭情報発信マシンでなく、  
従来メディアとのコンテンツ連動により  
生活導線上のコミュニティ化を実現することで  
認知力UPを図ることができます



イトーヨーカドー  
店舗ページ

各店舗のサイトから告知







## 機会・出会い

### 【機会・出会い】

生活者が楽しみながら、購買を動機づける為に

#### サンプリング

#### 体験創出

新商品や試供品を配布し、効率よく商品のよさを体験していただく機会をつくれます

#### キャンペーン

#### 購買促進

抽選やべた付など、話題性で商品との出会いをつくります。店舗個別毎に実施いただけます

#### テストマーケティング

#### 商品開発

発売前のリサーチ、フレーバー開発等、生活者の声を聞く機会をつくり、バズを起こします

#### クロスMD

#### 販売支援

単品売りでなく店内催事・季節商材との連動を仕掛けることで買い場の活性化を図ります

さまざまな施策でアプローチが可能です。







理解

## 【理解】

AR(拡張現実)技術により、カメラに商品箱を写すアクションに連動し、商品のくわしい情報を表示することで効率的に商品の特長や機能を訴求します。



■ 店内で商品を確認した

約 **44%**





# 体験

## 【体験】



## 【販売点数例】

対象商品	売上					
	実施前週	実施週	実施後1週	実施後2週	実施後3週	実施後4週
食品A	130	295	410	269	537	256
食品B	46	144	155	125	79	150
食品C	10	68	125	67	22	26
日用品・コスメA	8	8	22	12	13	20
日用品・コスメB	15	17	109	145	29	28
日用品・コスメC	5	4	6	24	13	5

実施商品は、**2~5倍**  
売上増







## 【評価】



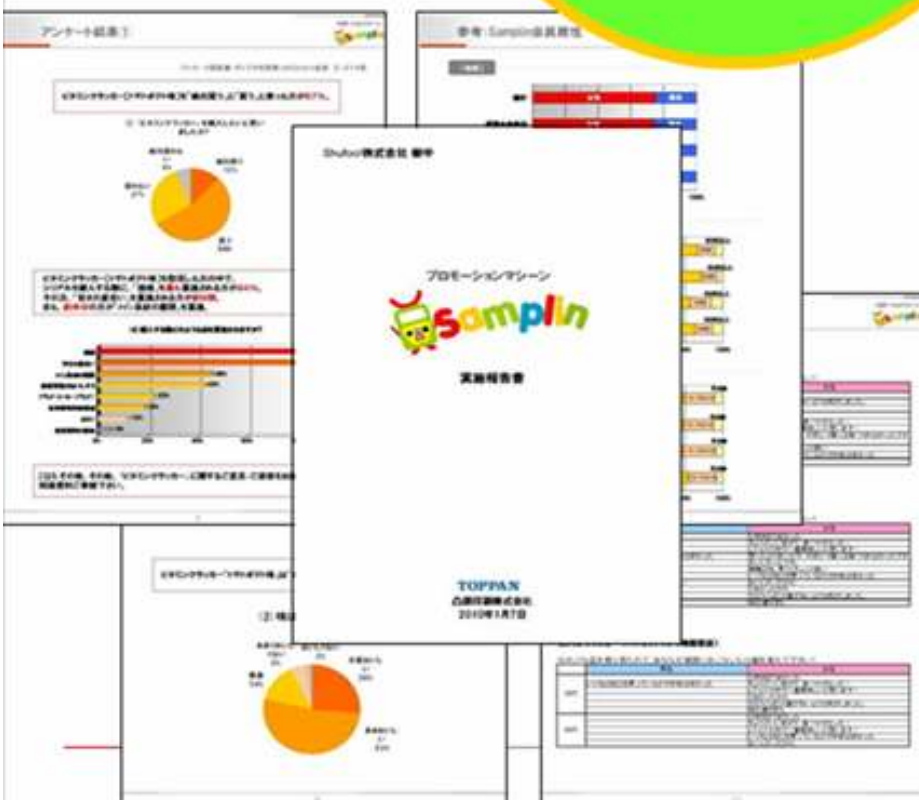
利用者に対し  
必ずメールにて  
アンケートを実施  
アンケートは  
選択式4問・FA1問

アンケート回答率

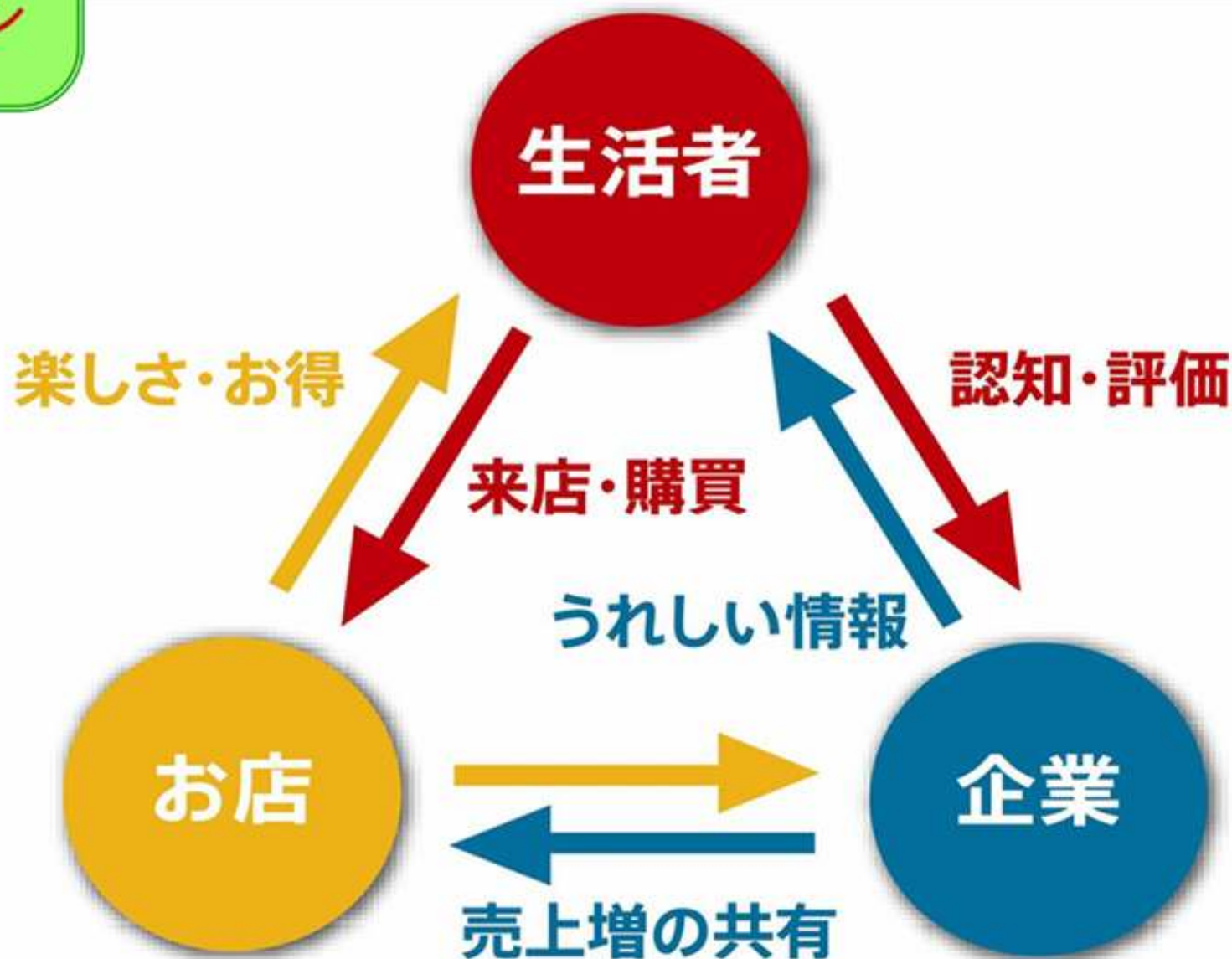
約 **30%**

実施終了後、実施レポートをご提出します。

- ①実施概要
- ②体験者レポート
- ③実施前後のPOSデータ
- ④アンケート結果 等



サンプリン



情報発信～評価のワンストップソリューションを実現します。



1日2回(開店時、16時)の配布開始時には、行列ができる店舗が増えている



※2010/03/12金曜日 9:50分頃(10時開店) IY武蔵小金井店

食品からペット用品、文具まで幅広く実施！

参加メーカー **30社** 以上

実施商品数 **50商品** 以上

「食品」	20社	30商品
「日用品・医薬」	5社	10商品
「コスメ&ビューティ」	3社	5商品
「ペット用品」	3社	4商品
「文具」	2社	4商品



## 【サッポロ飲料様の例】

サンプリング実施5分前。興味を持つ通行人



サンプリング実施直前。サンプリングに行列。



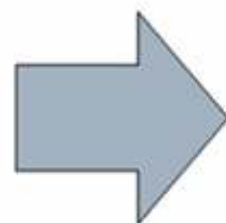
サンプリング実施風景① 多くの方がサンプリング。



サンプリング実施風景② 横には商品が陳列され、モニターでは商品紹介。



40店舗で  
3万個以上配布



現在の4倍以上  
の配布を計画



## 【旭化成ホームプロダクツ様の例】



サンプリン実施後、お客様の声を反映させたPOPを売場に展開



## 【マルコメ様の例】



サンプリン実施後、売場作りとおススメポート設置



サンプリンに連動した  
売場展開



# 展開例と今後の展開



チラシの催事テーマ「ホットメニュー」に合わせて展開を実施。



サンプリンとの  
催事連動

## ■ 店舗の活用

店舗メディア化、環境問題

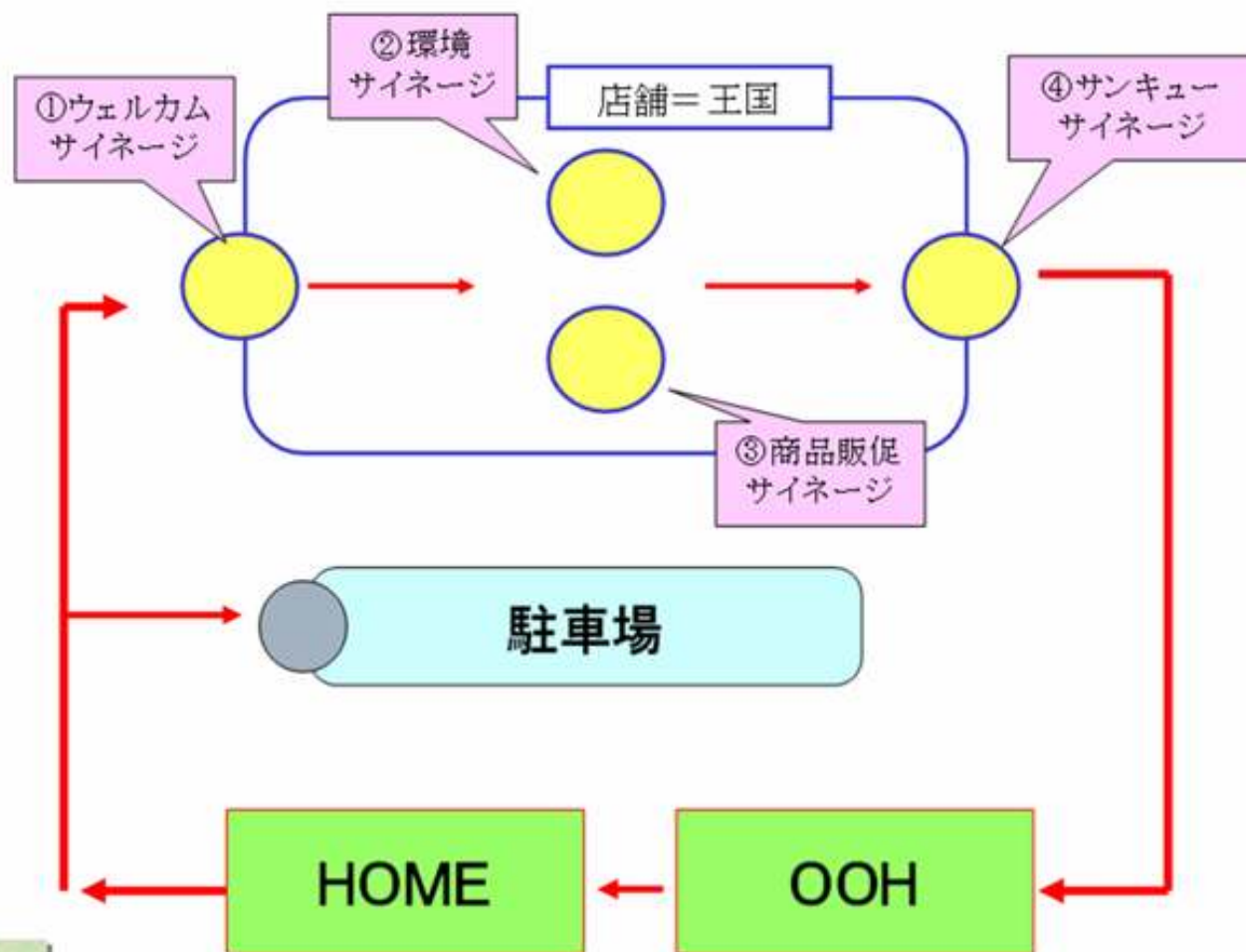
→ サイネージ

→ 古紙回収

→ 店舗とHOME・OOHの連携

他メディア連携(番組)

新技術  
オーバーレイ型データ放送



エイチエイビー  
**HAB**  
北陸朝日放送

