

売場での販促をご検討の担当者へ

先着3社様  
限定

売場に近い場所で効果的にアピール  
POSレポート付き！

サンキュ!



2021年9月~11月 掲載限定企画

リーチ最大化企画

POSレポート付き

ドラッグストア動画配信パッケージ

- ①雑誌＋ドラッグストア動画配信
- ②SNS口コミ＋ドラッグストア動画配信

※ウエルシア店頭に取り扱いのある商品のみ  
ご案内可能なメニューとなります。

2021年6月

# リーチ最大化企画 POSレポート付き 雑誌+ドラッグストア動画配信パッケージ

サンキュ!で制作したクリエイティブを再編集してウエルシア、youtube動画広告、ニュースなどの各メディアを通じて、さらなるターゲットにリーチします。

※1～4各媒体のスペックは変更する可能性があります

1

## 雑誌

誌面タイアップによるリーチ拡大

20～40代主婦  
17.8万部  
ABC実売2018

4C2PTU

実施可能時期：  
11月号～1月号のどこか

TU記事を転載して、  
ニュースに

誌面素材を  
ウエルシア用動画に

誌面素材を  
youtube用動画に

2

## ニュース

### サンキュ！WEB掲載

雑誌タイアップを転載してサンキュ！のweb内にて  
インスクロールタイアップを2週間実施



想定  
約4万pv

実施可能時期：  
9月～11月末のどこかで2週間

3

## 店頭デジタルサイネージ

### ウエルシアサイネージ 掲載

誌面素材を使って15秒動画を作り、ウエルシアサイネージ  
2週間スポット(15秒枠)掲載します。



60万回  
再生

- 動画クリエイティブ  
静止画を使ったパラパラ動画  
BGMあり・ナレーションなし
- 内容  
サイネージ放映  
POSデータレポート

- 放映店舗 -商品配荷のある200店舗  
※事前にJANコードをご用意いただきお調べいたします。
- 60万回放映保証 ※商品に応じてシミュレーション
- 店頭取り扱いのある商品/サービスにのみ  
ご案内可能なメニューとなります

実施可能時期：  
9月～11月末  
のどこかで2週間

4

## youtube動画配信

### サンキュ！DMP

### インストリーム広告で15秒動画

誌面素材を使って15秒動画を作り、youtubeの  
インストリーム広告でサンキュ！DMP活用して  
女性ターゲットに配信します。

YouTube



視聴想定  
約7万～  
10万

- 動画クリエイティブ  
静止画を使ったパラパラ動画  
BGMあり・ナレーションなし

【ターゲティング】  
20代～40代の主婦層  
サンキュ！DMP

※視聴想定はプランニングによって  
変動致します。  
※視聴回数に関してはあくまでも  
想定となり保証はいたしかねます。

実施可能時期：  
9月～11月末のどこかで4週間掲載

1 + 2 + 3 + 4 = 450万円グロス(通常実施価格:約900万円相当)

3社  
限定

お申込み締切 ★雑誌11月号の場合：7月10日予定

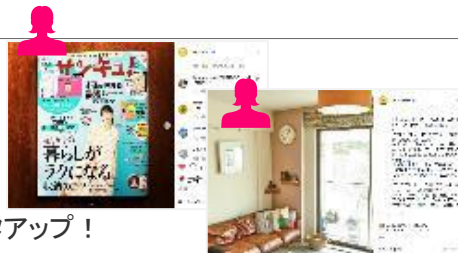
39grammerの投稿をサンキュ!で編集してウエルシア、youtube動画広告、ニュースなどの各メディアを通じて、さらなるターゲットにリーチします。

※1~4各媒体のスペックは変更する可能性があります

## 1 口コミ

 **39grammer**

サンキュ!が好き”で発信力のある主婦インスタグラマーが商品をお試してインスタアップ!



15人  
8万フォロワー

実施可能時期：  
9月~11月末のどこか

インスタ投稿を編集して、  
ニュースに

インスタ画像を素材に  
ウエルシア用動画に

インスタ画像を素材に  
youtube用動画に

## 2 ニュース

**サンキュ! WEB掲載**

サンキュ!のweb内にて  
インスクロールタイアップを2週間実施



想定  
約4万pv

実施可能時期：  
9月~11月末のどこかで2週間

## 3 店頭デジタルサイネージ

**ウエルシアサイネージ 掲載**

ウェブ素材を使って15秒動画を作り、ウエルシアサイネージ  
2週間スポット(15秒枠)掲載します。



60万回  
再生

- 動画クリエイティブ  
静止画を使ったパラパラ動画  
BGMあり・ナレーションなし
- 内容  
サイネージ放映  
POSデータレポート

- 放映店舗 商品配荷のある200店舗  
※事前にJANコードをご用意いただきお調べいたします。
- 60万回放映保証 ※商品に応じてシミュレーション
- 店頭取り扱いのある商品/サービスにのみ  
ご案内可能なメニューとなります

実施可能時期：  
9月~11月末  
のどこかで2週間

## 4 youtube動画配信

**サンキュ! DMP**

**インストリーム広告で15秒動画**

ウェブ素材を使って15秒動画を作り、youtubeの  
インストリーム広告でサンキュ! DMP活用して  
女性ターゲットに配信します。

 **YouTube**



視聴想定  
約7万~  
10万

- 動画クリエイティブ  
静止画を使ったパラパラ動画  
BGMあり・ナレーションなし

【ターゲティング】  
20代~40代の主婦層  
サンキュ! DMP

※視聴想定はプランニングによって  
変動致します。  
※視聴回数に関してはあくまでも  
想定となり保証はいたしかねます。

実施可能時期：  
9月~11月末のどこか4週間掲載

**1 + 2 + 3 + 4 = 340万円 Gross (通常実施価格: 約665万円相当)**

3社  
限定

## &lt;選べる配信タイミング&gt;

専業主婦向けに、お昼に多く放映する／働くママ向けに夕方に放映するなどターゲットによって配信パターンを選択できます。

## パターン1

## 働くママ向け／土日夕方強化プラン

- ・期間(週) 2週
- ・店舗数 200 店舗
- ・総放映回数 600,000回

|     | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|
| 9時  |   |   |   |   |   |   |   |
| 10時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 11時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 12時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 13時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 14時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 15時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 16時 |   |   |   |   |   | 2 | 2 |
| 17時 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 18時 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 19時 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 20時 |   |   |   |   |   |   |   |

## パターン2

## 専業主婦向け／日中強化プラン

- ・期間(週) 2週
- ・店舗数 200 店舗
- ・総放映回数 600,000回

|     | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|
| 9時  |   |   |   |   |   |   |   |
| 10時 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 11時 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 12時 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 13時 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 14時 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 15時 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 16時 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 17時 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 18時 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 19時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 20時 |   |   |   |   |   |   |   |

※数字は放映頻度です。(2=2分に1回の放映)

## <レポートニング項目>

配信レポート＋動画放映前後の店舗POSデータをレポート。

広告効果が可視化できます。

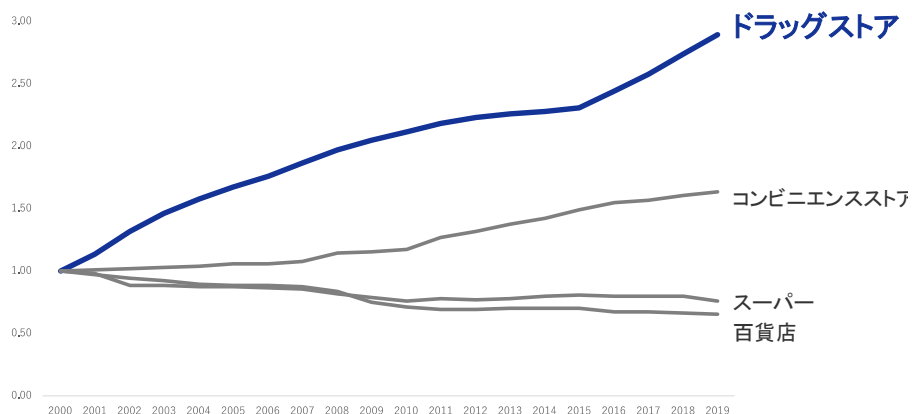
### レポート内容

|               |                         |
|---------------|-------------------------|
| 販売数(個)        | 当該商品の販売個数               |
| 売上            | 当該商品の売上金額               |
| 商品単価          | 当該商品の単価                 |
| 品群名           | 当該商品の属する品群              |
| 品群のトータル販売数(個) | 当該商品の属する品群の総販売個数        |
| └シェア率         | 当該商品の属する品群における販売個数のシェア率 |
| 品群のトータル売上     | 当該商品の属する品群の総売上金額        |
| └シェア率         | 当該商品の属する品群における売上金額のシェア率 |

### 粒度

|          |              |
|----------|--------------|
| 日別・週別・月別 | 週別・曜日別・月別の集計 |
| 店舗別      | 広告実施・非実施     |
| 時間帯別     | 1時間単位の傾向データ  |

## ドラッグストアの市場規模



※2000年の市場売上規模を1.00として指数で伸び率を可視化（一部推計を含みます）

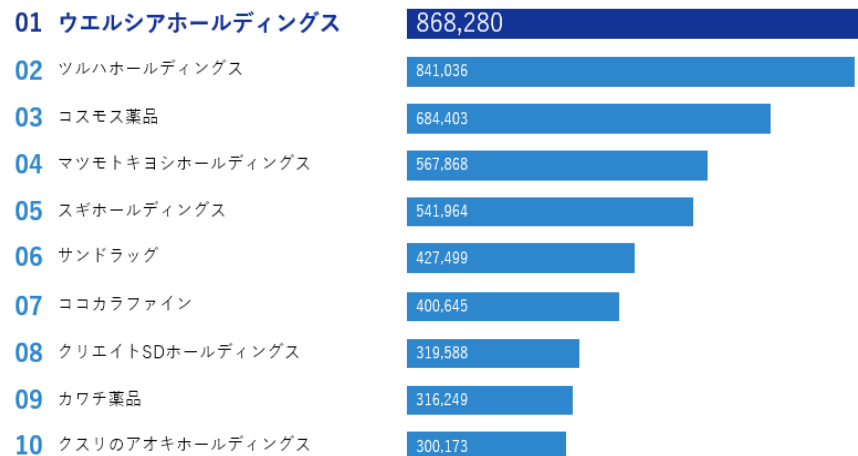
過去20年で**約3倍**に市場が拡大

※参照データ：

日本のドラッグストア実態調査 by日本チェーンドラッグストア協会  
 コンビニエンスストア統計調査年間集計 by日本フランチャイズチェーン協会  
 チェーンストア販売統計 by日本チェーンストア協会  
 全国百貨店売上高概況 by日本百貨店協会

## ウエルシア2019年度売上高（百万円）

2019年度 売上高（百万円）



※ランキングは有価証券報告書提出企業と売上高を公表している企業で作成

競争が激しいドラッグストア業界で  
**売上第一位**



ウェルシアサイネージ

設置場所

ディスプレイ (43inch) 下に  
買い物カゴ等を設置

**高い接触率**を実現



Otemachi One 店



新座市役所前 店

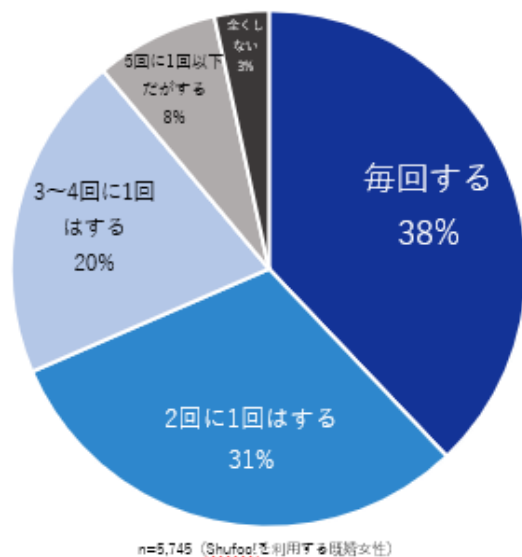


花園 店

※設置場所は入り口周辺を基本としています。店舗の状況によっては場所が異なる場合がございます。  
※店舗によってはカゴ以外のものが設置されている場合がございます。

店頭でのデジタルサイネージの認知によりお客様の「ついで買い」を促進。

非計画購買として  
「ついで買い」の頻度は高い



「毎回」「2回に1回」が68.5%

スーパー以外で「ついで買い」  
をする場所はドラッグストアが圧倒的

