

パーソナルマーケティングメディア 『PAL』




ドラッグストアにおける実証実験の中間報告



2024年2月21日

1. 実施企画の概要
2. プロモーション実施月の顧客獲得効果
3. プロモーション実施期間中の継続購入効果
4. Topics
 - a. 広告動画の違いによる効果の差
 - b. トライアル顧客の流入元商品ランキング
 - c. 同一の商品特性をもつ商品からの流入ランキング

1. 実施企画の概要

対象商品	実施期間			実施店舗	ご利用フロー
	12月	1月	2月		
<p>水と生きる SUNTORY</p> 	○	○	○ (予定)		<p>① セイムスカードをタッチ</p> <p>↓</p> <p>② 告知動画 放映 + クーポン券出力</p> <p>↓</p> <p>③ 対象商品購入 (セイムスカード提示)</p> <p>↓</p> <p>④ 1点購入ごとに pt付与</p> 
<p>すこやかな毎日、ゆたかな人生</p> <p>Glico</p> 	○	○	○ (予定)	<p>SEIMS ドラッグセイムス</p> <p>全店 (※ドラッグユタカ除く)</p>	
<p>自然と健康を科学する</p> <p>ツムラ</p> 		○	○ (予定)		<p>PAL化粧品</p> <p>保湿スプレー1200ml</p> <p>肌を保湿 一日中肌を守り続けます</p>  <p>1点購入で 20P</p> <p>※一回限りの24時まで ※お切符の残りはご請求ください ※本券はレジでの提示は不要です ※ポイント付与まで10日程度かかります。</p> <p>【有効期限】 2021/10/20 (水) まで</p>

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

サントリー サントリー生ビール 350ml/500ml 6缶パック (12月分)

サントリー 御中 作成日: 2024/2/13

【セムスタッチ】
プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

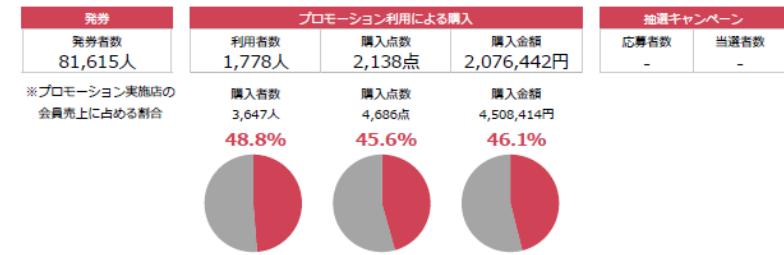
メーカー名	サントリー	動画	あり
企画CD	2232_202312_4901777392779_cpn 2232_202312_4901777392770_cpn	券面	
企画名	ビールでこの価格! カサ-生お試しください!		
実施期間	2023/12/01~2023/12/31		
店舗数	929店舗		他1企画

発券・購入実績

発券		プロモーション利用による購入		抽選キャンペーン	
発券者数	81,615人	利用者数	1,778人	応募者数	-
		購入者数	3,647人	当選者数	-
		購入点数	2,138点		
		購入金額	2,076,442円		

※プロモーション実施店の会員売上に占める割合

購入者数	3,647人	48.8%
購入点数	4,686点	45.6%
購入金額	4,508,414円	46.1%



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較 (※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の、クーポンが発券されなかった会員)

全体	リピーター	トライアル顧客
①対象者数 81,615人 ②購入者数 1,778人	①対象者数 2,282人 ②購入者数 402人	①対象者数 79,333人 ②購入者数 1,376人
発券者 480,010人 非発券者 1,892人	発券者 7,471人 非発券者 625人	発券者 472,539人 非発券者 1,267人
購入率 (②÷①) 2.18%	購入率 (②÷①) 17.6%	購入率 (②÷①) 1.78%
比較 553%	比較 211%	比較 647%

※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (『アルコール飲料』カテゴリ)

全体	1.39%
リピーター	18.75%
トライアル顧客	1.02%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方) 参照)

リピーター (※直近6か月以内に対象商品を購入した会員)

発券会員の実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額 (予測値) の差を、プロモーションによる売上純増額とする。予測金額は、非発券者の前月と当月の購入金額の増減率を基に算出。非発券者の購入金額は、発券者と比較し易いように、発券者と同人数規模になるよう調整。

トライアル顧客 (※直近6か月以内に対象商品の購入がない会員)

発券会員の購入金額と、非発券会員の購入金額の差を、プロモーションによる売上純増額とする。非発券者の購入金額は、発券者と比較し易いように、発券者と同人数規模になるよう調整。

発券会員の購入金額	657,347円	「もしも」発券しなかった場合の購入金額 (予測値)	343,594円	発券会員の購入金額	1,503,605円	非発券会員の購入金額	191,833円
リピーターの プロモーションによる売上純増額		313,753円		トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額		1,311,772円	
プロモーションによる売上純増額計							
1,625,526円							

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の何%が売上として返っているか (ROAS [%]=プロモーションによる売上純増額÷プロモーション実施費用×100)

ROAS	502%	=	プロモーションによる売上純増額	1,625,526円	÷	プロモーション実施費用	323,800円
						企画料	10,000円
						配送料	100,000円
						付与pt料	213,800円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

サントリー サントリー生ビール 350ml/500ml 6缶パック (1月分)

サントリー 御中

作成日: 2024/2/13
Shopper Marketing Magee

【セイトスタッフ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

メーカー名	サントリー	動画	あり
企画CD	2232_202401_4901777392779_cpn 2232_202401_4901777392770_cpn	券面	
企画名	ビールでこの価格! かり生お試しください!		
実施期間	2024/01/01~2024/01/31		
店舗数	930店舗		他2企画

発券・購入実績

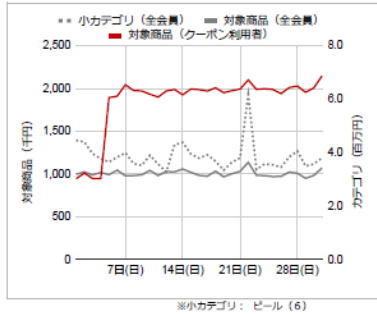
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 57,686人	利用者数 1,026人	購入点数 1,273点	購入金額 1,235,143円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上に占める割合	購入者数 2,546人	購入点数 3,425点	購入金額 3,316,702円		
	40.3%	37.2%	37.2%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



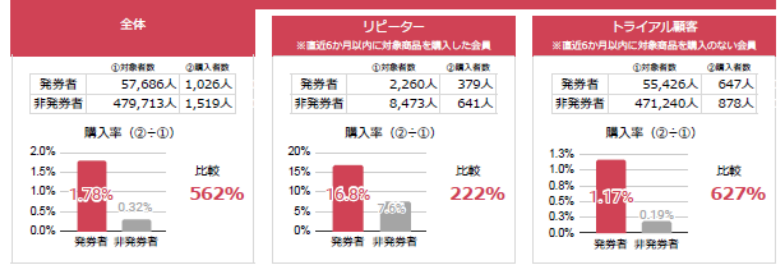
2. 当月の日次売上推移 (PI値 ※対象会員1,000円当たりでの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配属対象会員の、クーポンが発券されなかった会員)

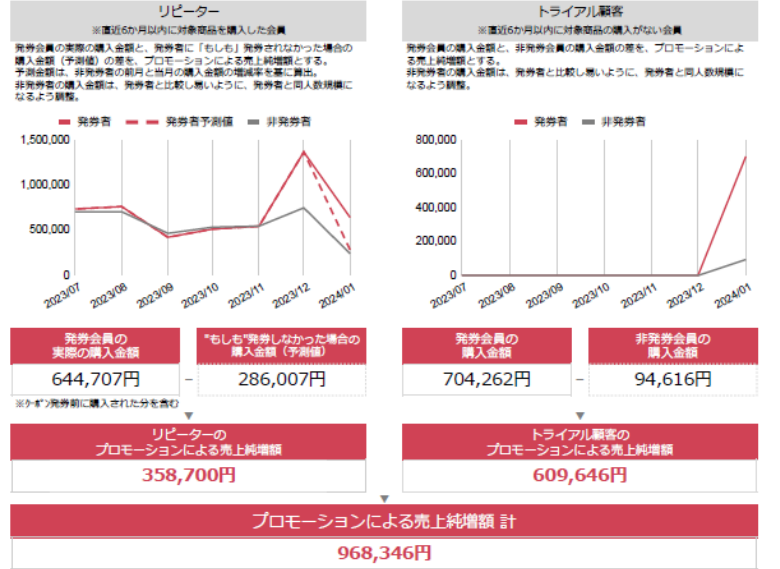


※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (『アルコール飲料』カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
1.39%	18.75%	1.02%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方) 参照)



3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の利が売上として返っているか (ROAS (%)) = プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	408%	=	アペラックによる売上純増額	968,346円	÷	プロモーション実施費用	237,300円
						企画料	10,000円
						配送料	100,000円
						付与p料	127,300円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

サントリー パーフェクトサントリービール 350ml/500ml 6缶パック (12月分)

サントリー 御中

作成日: 2024/2/13



【セイムスタッフ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

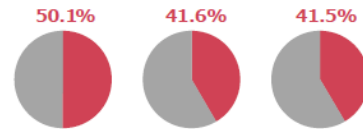
企画概要

メーカー名	サントリー	動画	あり
企画CD	2232_202312_4901777374331_cpn	券面	
	2232_202312_4901777374332_cpn		
企画名	本格ビールで精進0! パーフェクトサントリービール (350ml/500ml 6缶パック)		
実施期間	2023/12/01~2023/12/31		
店舗数	929店舗	他1企画	

発券・購入実績

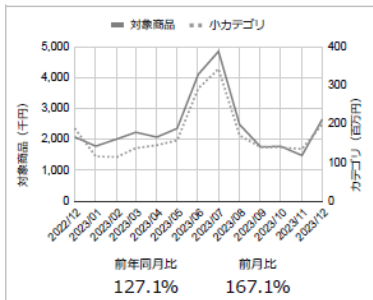
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 87,586人	利用者数 920人	購入点数 1,157点	購入金額 1,101,374円	応募者数 -	当選者数 -

※プロモーション実施店の
会員売上に占める割合

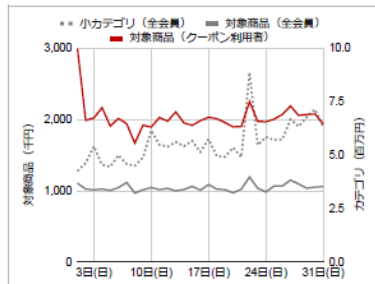


対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



2. 当月の日次売上推移 (PI値 ※対象会員1,000円対当たりの購入金額)

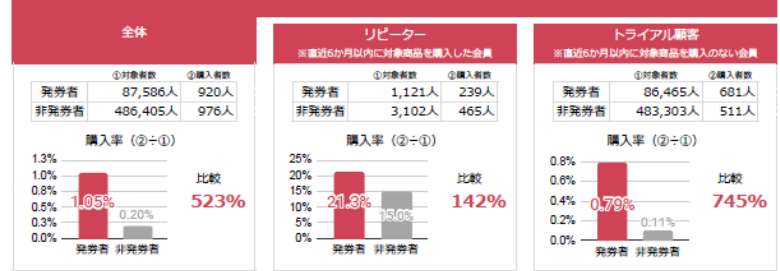


※小カテゴリ: ビール (6)

プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)

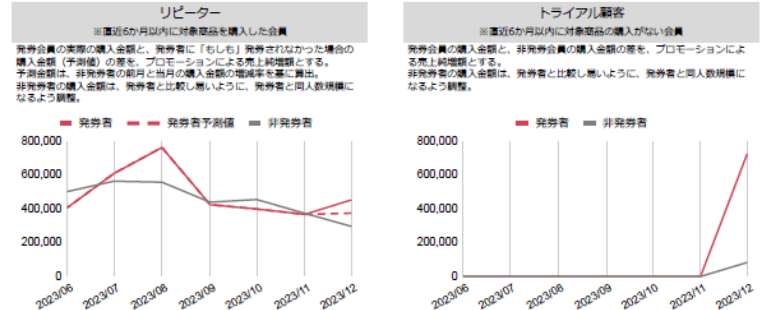


※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (『アルコール飲料』カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
1.39%	18.75%	1.02%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の頁より参照)



発券会員の 実際の購入金額	453,696円	「もしも」発券しなかった場合の 購入金額 (予測値)	375,530円	発券会員の 購入金額	725,548円	非発券会員の 購入金額	82,888円
リピーターの プロモーションによる売上純増額		78,166円		トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額		642,660円	
プロモーションによる売上純増額 計							
720,826円							

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の何%が売上として返っているか (ROAS%) = プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	319%	=	プロモーションによる売上純増額	720,826円	÷	プロモーション実施費用	225,700円
						企画料	10,000円
						配信料	100,000円
						付与pt料	115,700円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

サントリー パーフェクトサントリービール 350ml/500ml 6缶パック (1月分)

サントリー 御中

作成日: 2024/2/13

【セイムスタッチ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

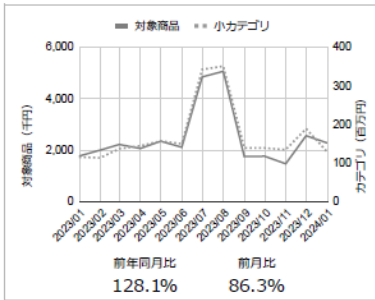
メーカー名	サントリー	動画	あり
企画CD	2232_202401_4901777374331_cpn 2232_202401_4901777374332_cpn	券面	
企画名	本格ビールで贈賞0！パフェ外サントリー		
実施期間	2024/01/01~2024/01/31		
店舗数	930店舗		他2企画

発券・購入実績

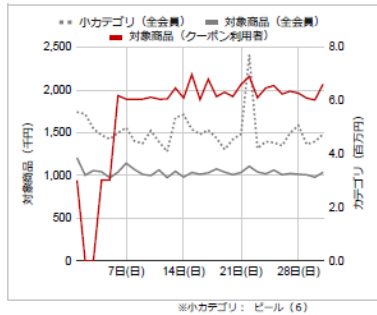
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 58,457人	利用者数 587人	購入点数 768点	購入金額 731,704円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上における割合	購入者数 1,495人	購入点数 2,405点	購入金額 2,290,869円		
	39.3%	31.9%	31.9%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



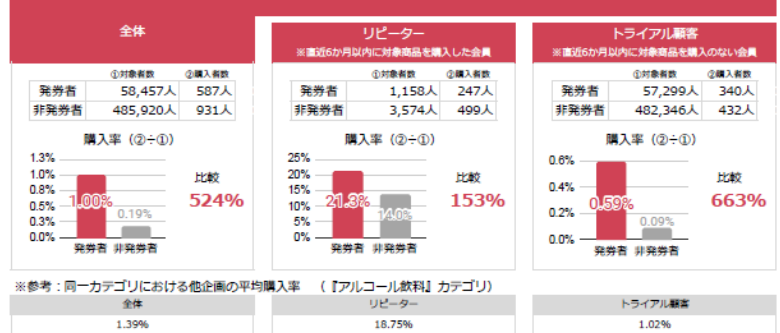
2. 当月の日次売上推移 (PI値 ※対象会員1,000円分当たりの購入金額)



プロモーション効果

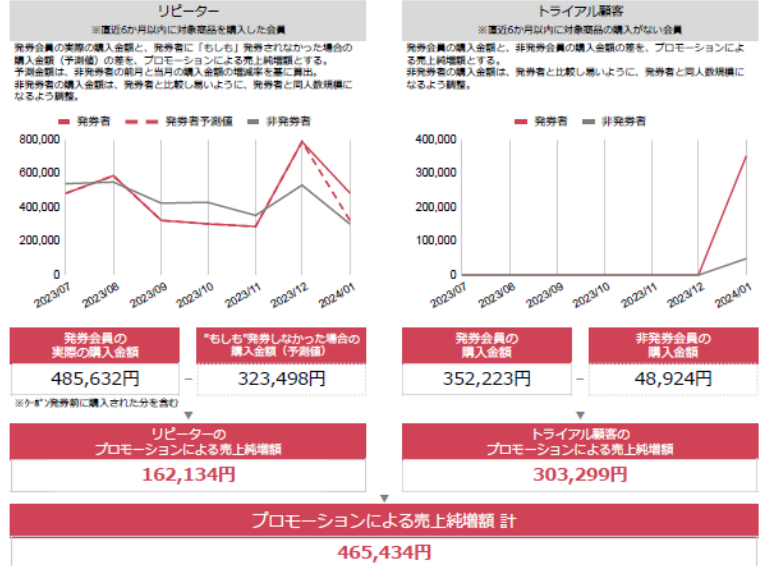
1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)



2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方参照)



3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の割合が売上として返っているか (ROAS [%]) = プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	249%	=	プロモーションによる売上純増額	465,434円	÷	プロモーション実施費用	186,800円
						企画料	10,000円
						配信料	100,000円
						付与pt料	76,800円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

江崎グリコ ポッキーカカオ60% (12月分)

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16



【セイトスタッフ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

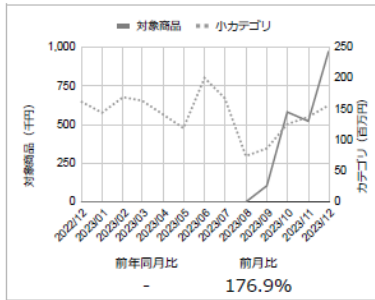
メーカー名	江崎グリコ	動画	あり
企画CD	2232_202312_4901005512603_cpn 2232_202312_4901005512604_cpn 2232_202312_4901005512605_cpn 2232_202312_4901005512606_cpn	券面	チョコレート 江崎グリコ ポッキーカカオ60% 【2枚】 【お買得】 11個入り、1袋まで 【有効期限】 2023年12月31日 まで
企画名	ポッキーカカオ60%	店舗数	929店舗
実施期間	2023/12/01~2023/12/31		他3企画

発券・購入実績

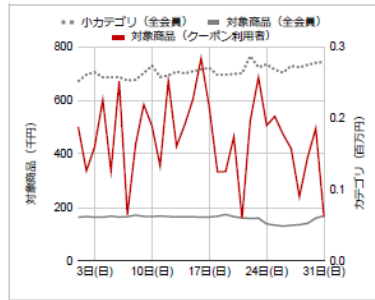
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 90,236人	利用者数 3,442人	購入点数 3,725点	購入金額 546,037円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上に占める割合	購入者数 5,897人	購入点数 6,897点	購入金額 975,130円		
	58.4%	54.0%	56.0%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



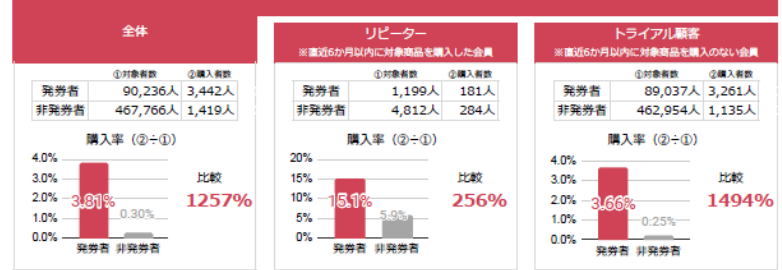
2. 当月の日次売上推移 (P1値 ※対象会員1,000円対1当たりの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配属対象会員の、クーポンが発券されなかった会員)



※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (【菓子】カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
3.74%	10.39%	0.39%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方) 参照)



発券会員の 実際の購入金額	37,601円	もしも「発券しなかった場合の 購入金額(予測値)	11,278円	発券会員の 購入金額	515,282円	非発券会員の 購入金額	30,984円
リピーターの プロモーションによる売上純増額		26,323円		トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額		484,298円	
プロモーションによる売上純増額 計							
510,621円							

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の何%が売上として返っているか (ROAS [%]) = プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	248%	=	プロモーションによる売上純増額	510,621円	÷	プロモーション実施費用	205,700円
						企画料	10,000円
						配送料	100,000円
						付与pt料	95,700円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

江崎グリコ ポッキーカカオ60% (1月分)

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16



【セイトタッチ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

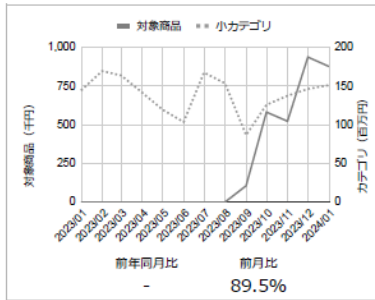
メーカー名	江崎グリコ	動画	あり
企画CD	2232_202401_4901005512603_cpn 2232_202401_4901005512604_cpn 2232_202401_4901005512605_cpn 2232_202401_4901005512606_cpn	券面	チョコレート / 江崎グリコ ポッキーカカオ60% 【期間】 (2枚) 11時00分 - 16時 【有効期限】 2024年1月31日 まで
企画名	ポッキーカカオ60%	他3企画	
実施期間	2024/01/01~2024/01/31		
店舗数	930店舗		

発券・購入実績

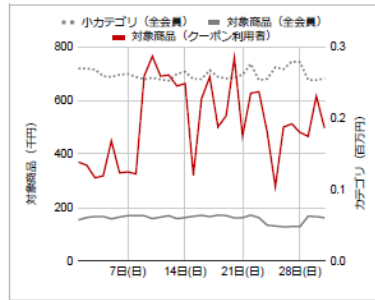
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数	利用者数	購入点数	購入金額	応募者数	当選者数
85,015人	3,076人	3,332点	479,489円	-	-
※プロモーション実施店の会員売上における割合					
	購入者数 5,315人	購入点数 6,245点	購入金額 876,747円		
	57.9%	53.4%	54.7%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



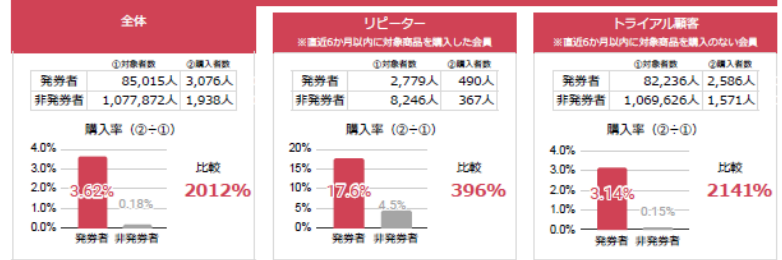
2. 当月の日次売上推移 (P1値 ※対象会員1,000円/対1日当たりの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)

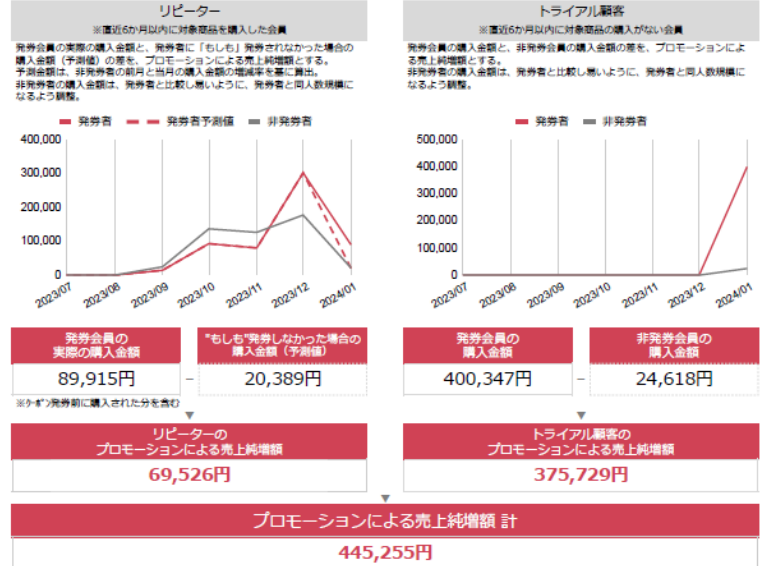


※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (【菓子】カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
3.74%	10.39%	0.39%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の「2.プロモーションによる売上純増効果」の見方」参照)



3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の割合が売上として返っているか (ROAS [%]) = プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	=	プロモーションによる売上純増額	÷	プロモーション実施費用
193%	=	445,255円	÷	230,690円
				企画料 10,000円 配信料 100,000円 付与pt料 120,690円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

江崎グリコ GABAフォースリーブ (12月分)

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16
Shopper Marketing Magee

【セイトムタッチ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

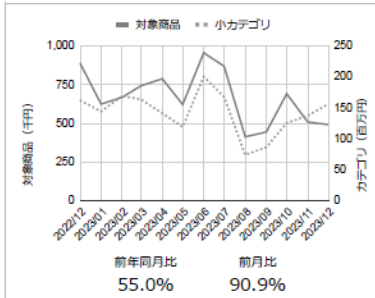
メーカー名	江崎グリコ	動画	あり
企画CD	2232_202312_4901005501140_cpn 2232_202312_4901005501141_cpn 2232_202312_4901005501142_cpn 2232_202312_4901005501143_cpn	券面	チョコレート / 江崎グリコ GABAフォースリーブ [12月] 30P 11時00分~17時まで 【有効期間】2023年12月31日まで
企画名	GABAフォースリーブ	店舗数	他3企画
実施期間	2023/12/01~2023/12/31		
店舗数	929店舗		

発券・購入実績

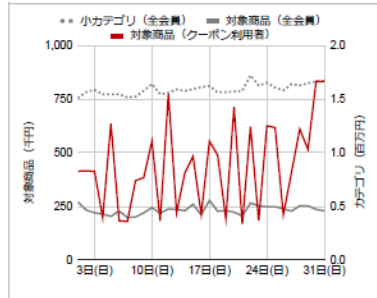
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 100,586人	利用者数 498人	購入点数 579点	購入金額 107,520円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上に占める割合	購入者数 1,772人	購入点数 2,679点	購入金額 492,616円		
	28.1%	21.6%	21.8%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



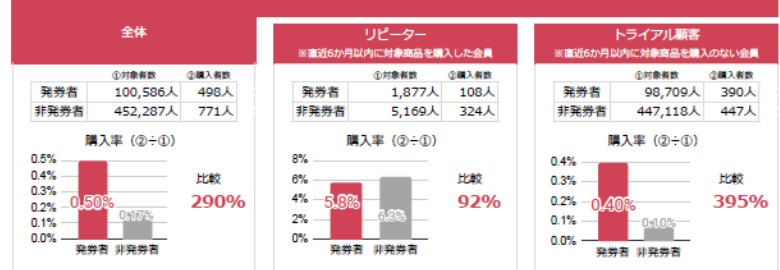
2. 当月の日次売上推移 (PFI値 ※対象会員1,000円対相当りの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)

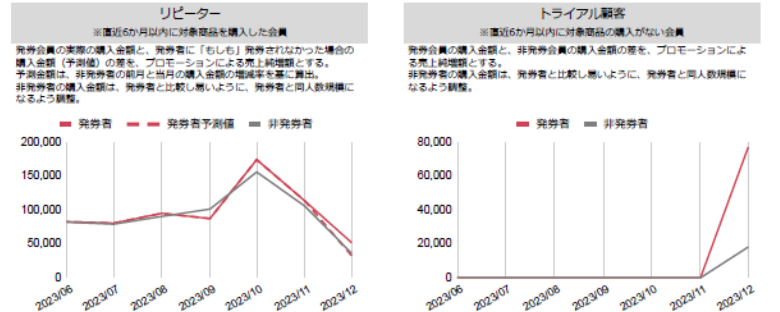


※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (【菓子】カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
3.74%	10.39%	0.39%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方)参照)



発券会員の 実際の購入金額	「もしも」発券しなかった場合の 購入金額(予測値)	発券会員の 購入金額	非発券会員の 購入金額
51,973円	32,785円	77,257円	18,182円
<p>※「もしも」発券前に購入された分を含む</p>			
<p>リピーターの プロモーションによる売上純増額</p> <p>19,188円</p>		<p>トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額</p> <p>59,075円</p>	
<p>プロモーションによる売上純増額計</p> <p>78,264円</p>			

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の何%が売上として返っているか (ROAS [%])=プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100

ROAS	=	アフィリエイトによる売上純増額	÷	プロモーション実施費用						
62%	=	78,264円	÷	<table border="1"> <tr> <td>企画料</td> <td>配信料</td> <td>付与pt料</td> </tr> <tr> <td>10,000円</td> <td>100,000円</td> <td>16,895円</td> </tr> </table>	企画料	配信料	付与pt料	10,000円	100,000円	16,895円
企画料	配信料	付与pt料								
10,000円	100,000円	16,895円								

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

江崎グリコ GABAフォースリーブ (1月分)

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16
Shopper Marketing Magee

【セイムスタッフ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

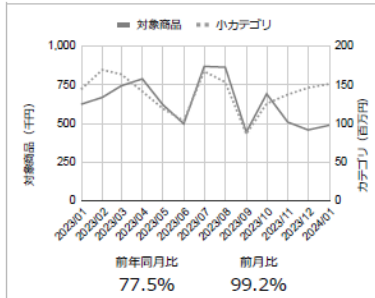
メーカー名	江崎グリコ	動画	あり
企画CD	2232_202401_4901005501140_cpn 2232_202401_4901005501141_cpn 2232_202401_4901005501142_cpn 2232_202401_4901005501143_cpn	券面	チョコレート / 江崎グリコ GABAフォースリーブ 【12粒】 11時限り、1袋で 30P 【有効期限】2024年1月31日 まで
企画名	GABAフォースリーブ	他3企画	
実施期間	2024/01/01~2024/01/31		
店舗数	930店舗		

発券・購入実績

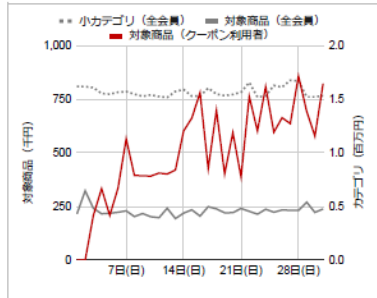
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 102,276人	利用者数 618人	購入点数 695点	購入金額 132,722円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上占める割合	購入者数 1,835人	購入点数 2,658点	購入金額 468,859円		
	33.7%	26.1%	27.1%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



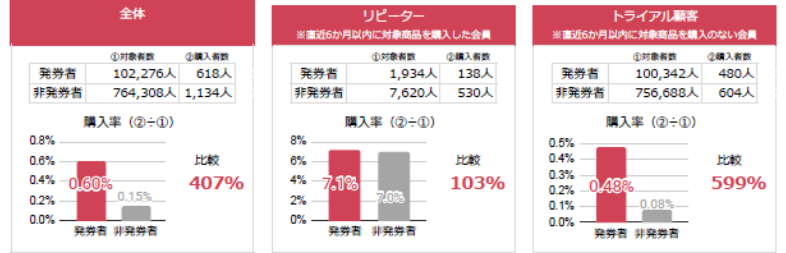
2. 当月の日次売上推移 (PI値 ※対象会員1,000円対当りでの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配信対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)



※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (【菓子】カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
3.74%	10.39%	0.39%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方参照)

リピーター ※直近6か月以内に対象商品を購入した会員	トライアル顧客 ※直近6か月以内に対象商品を購入しない会員
発券会員の実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額 (予測値) の差を、プロモーションによる売上純増額とする。予測金額は、非発券者の前月と当月の購入金額の増減率を基に算出。非発券者の購入金額は、発券者と比較し悪いように、発券者と同人数規模になるよう調整。	発券会員の購入金額と、非発券会員の購入金額の差を、プロモーションによる売上純増額とする。非発券者の購入金額は、発券者と比較し悪いように、発券者と同人数規模になるよう調整。



発券会員の 実際の購入金額	「もしも」発券しなかった場合の 購入金額 (予測値)	発券会員の 購入金額	非発券会員の 購入金額
60,041円	42,226円	97,768円	15,188円

リピーターの プロモーションによる売上純増額	トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額
17,815円	82,580円

プロモーションによる売上純増額 計
100,395円

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の割合が売上として返っているか (ROAS [%]=プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100)

ROAS	プロモーションによる売上純増額	プロモーション実施費用
60%	100,395円	168,315円
		企画料 10,000円 配信料 100,000円 付与pt料 58,315円

2. プロモーション実施月の顧客獲得効果

ツムラ 芍薬甘草湯エキス顆粒 (1月分)

ツムラ漢方 御中

作成日: 2024/2/16
Shopper Marketing Magee

【セイトタッチ】 プロモーション結果レポート (複数企画 統合版)

企画概要

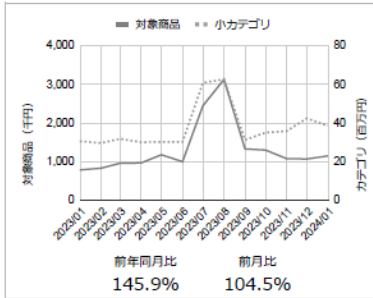
メーカー名	ツムラ漢方	動画	あり
企画CD	2232_202401_4987138390684_cpn 2232_202401_4987138390685_cpn 2232_202401_4987138390686_cpn	券面	
企画名	ツムラ漢方【68】 芍薬甘草湯エキス顆粒	他企画	他2企画
実施期間	2024/01/01~2024/01/31		
店舗数	844店舗		

発券・購入実績

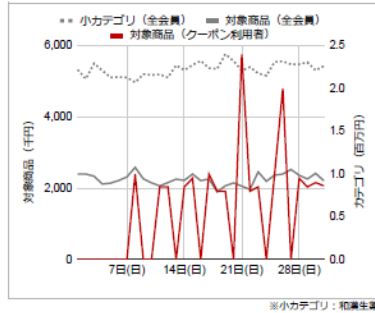
発券	プロモーション利用による購入			抽選キャンペーン	
発券者数 56,107人	利用者数 41人	購入点数 42点	購入金額 87,000円	応募者数 -	当選者数 -
※プロモーション実施店の 会員売上に占める割合	購入者数 481人	購入点数 529点	購入金額 1,151,160円		
	8.5%	7.9%	7.6%		

対象商品の売上推移

1. 直近13ヶ月の月次売上推移 (実金額)



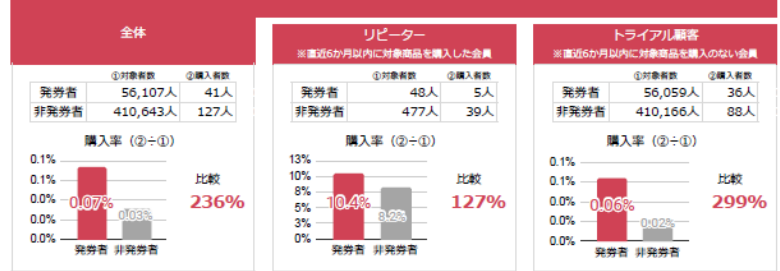
2. 当月の日次売上推移 (PFI ※対象会員1,000円対相当りの購入金額)



プロモーション効果

1. 「発券者」 vs 「非発券者」 購入率比較

(※非発券者: ターゲティングされたプロモーション配属対象会員の内、クーポンが発券されなかった会員)



※参考: 同一カテゴリにおける他企画の平均購入率 (【漢方薬・生薬製剤】カテゴリ)

全体	リピーター	トライアル顧客
0.07%	8.57%	0.00%

2. プロモーションによる売上純増効果

(※詳しい見方は巻末の『2.プロモーションによる売上純増効果』の見方) 参照)

リピーター	トライアル顧客
<p>※直近6か月以内に対象商品を購入した会員</p> <p>発券会員の実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額(予測値)の差を、プロモーションによる売上純増額とする。予測金額は、非発券者の前月と当月の購入金額の増減率を基に算出。非発券者の購入金額は、発券者と比較し悪く、発券者と同人数規模になるよう調整。</p>	<p>※直近6か月以内に対象商品を購入していない会員</p> <p>発券会員の購入金額と、非発券会員の購入金額の差を、プロモーションによる売上純増額とする。非発券者の購入金額は、発券者と比較し悪く、発券者と同人数規模になるよう調整。</p>



発券会員の 実際の購入金額	※もしも「発券」しなかった場合の 購入金額 (予測値)	発券会員の 購入金額	非発券会員の 購入金額
16,200円	9,648円	74,880円	23,062円

リピーターの プロモーションによる売上純増額	トライアル顧客の プロモーションによる売上純増額
6,552円	51,818円

プロモーションによる売上純増額 計
58,369円

3. 費用対効果 (ROAS)

プロモーション実施費用の何%が売上として返ってくるか (ROAS [%]=プロモーションによる売上純増額 ÷ プロモーション実施費用 × 100)

ROAS	=	プロモーションによる売上純増額	÷	プロモーション実施費用
49%	=	58,369円	÷	120,050円
				企画料 10,000円 配送料 100,000円 付与pt料 10,050円

まとめ

- PAL設置店の全会員の内、最大58%のお客様がPALクーポンを利用して対象商品をご購入された
※売上金額で見ると、最大56%を占めた
- PALクーポン発券者の購入率は、非発券者に比べて2.3倍～20倍程度の高水準となった
※リピーター：非発券者に比べて最大3.9倍程度
※トライアル：非発券者に比べて最大21倍程度
- 費用対効果（ROAS）としても、最大502%となった
※ PALクーポンによる売上純増額と、現行料金プランの費用にて算出

3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

サントリー サントリー生ビール 350ml/500ml 6缶パック

サントリー 御中

作成日：2024/2/13

【セイムスタッチ】 プロモーション継続購入レポート

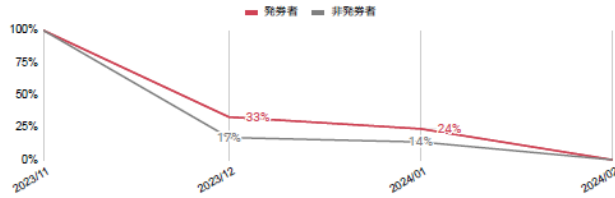
企画概要

企画CD	2232_202312_4901777392779_cpn	12月	企画実施月	12月
	2232_202401_4901777392779_cpn	1月		
企画名	【酒】ビールでこの価格！サントリー生お試ください！			

顧客維持効果

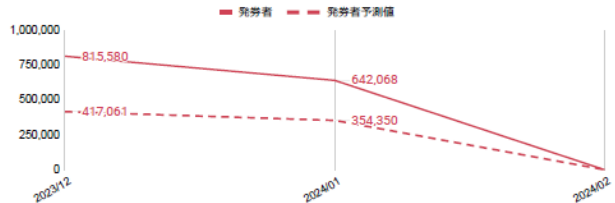
1. リピーター率の推移

2023/11	2023/12			2024/01			-		
	購入者	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
2,138人	期間中1回も発券なし	1,578人	271人	217人	14%	人	0%	人	0%
	期間中1回以上発券あり	560人	185人	134人	24%	人	0%	人	0%



2. 顧客維持による売上増効果

各月の発券会員による実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額（予測値）の差を、プロモーションによる顧客維持に伴う売上増額とする。
予測金額は、プロモーションの影響を全く受けなかった非発券者の維持率を基準に算出。
非発券者の購入金額は、発券者と比較し高いように、発券者と同人数規模になるよう調整。

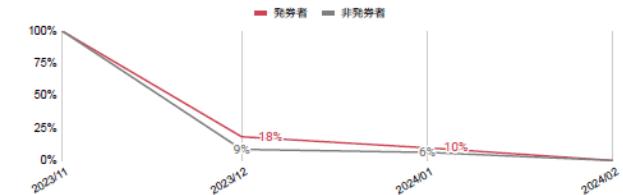


発券会員の実際の購入金額	1,457,648円	もしも「発券」しなかった場合の購入金額 (予測値)	771,411円
プロモーションによる売上増額 計			
686,237円			

3. 顧客別（トライアル・リピーター）レポート率の推移

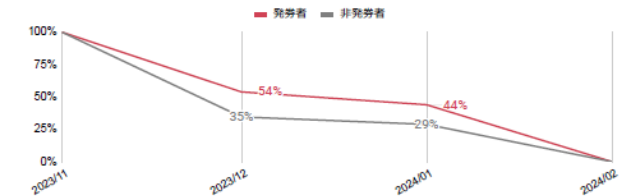
トライアル (※11月以前の6か月間に対象商品を購入せず、11月に購入した会員)

2023/11	2023/12			2024/01			-		
	購入者	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
1,382人	期間中1回も発券なし	1,054人	90人	9%	66人	6%	人	0%	
	期間中1回以上発券あり	328人	80人	18%	32人	10%	人	0%	



リピーター (※11月以前の6か月間に対象商品を購入しており、11月にも継続して購入した会員)

2023/11	2023/12			2024/01			-		
	購入者	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
756人	期間中1回も発券なし	524人	181人	35%	151人	29%	人	0%	
	期間中1回以上発券あり	232人	125人	54%	102人	44%	人	0%	



3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

サントリー サントリー生ビール 350ml/500ml 6缶パック

LTV (Life Time Value)向上効果

1. プロモーション期間中の購入頻度 (回数)

2023/10 ~2023/11		2023/12~2024/01						
購入者		1回		2回		3回~		
		継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	
3,936人	非 発 券 者	期間中 1回も 発券なし 2,958人	372人	13%	170人	6%	103人	3%
	発 券 者	期間中 1回以上 発券あり 978人	220人	22%	128人	13%	85人	9%

2. 個客ごとの購入頻度 (回数) の推移

期間中1回も 発券なし					期間中1回以上 発券あり					発券なし vs 発券あり 変化率
2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			
回数	購入者	回数	購入者	構成比	回数	購入者	回数	購入者	構成比	
3回~	217人	3回~	68人	31%	3回~	115人	3回~	53人	46%	147%
		2回	22人	10%			2回	12人	10%	
		1回	40人	18%			1回	13人	11%	
		0回	87人	40%			0回	37人	32%	
2回	294人	3回~	20人	7%	2回	140人	3回~	19人	14%	158%
		2回	20人	7%			2回	11人	8%	
		1回	54人	18%			1回	19人	14%	
		0回	200人	68%			0回	91人	65%	
1回	2,447人	3回~	15人	1%	1回	723人	3回~	13人	2%	213%
		2回	25人	1%			2回	20人	3%	
		1回	108人	4%			1回	60人	8%	
		0回	2,299人	94%			0回	630人	87%	
計	2,958人	計	2,958人	-	計	978人	計	978人	-	93%

3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

サントリー パーフェクトサントリービール 350ml/500ml 6缶パック

サントリー 御中

作成日: 2024/2/13

【セイムスタッチ】 プロモーション継続購入レポート

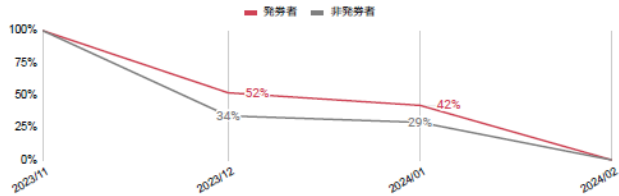
企画概要

企画CD	2232_202312_4901777374331_cpn	12月	企画実施月
	2232_202401_4901777374331_cpn	1月	
企画名	【酒】本格ビールで贈賀0!ハーフがサントリー		

顧客維持効果

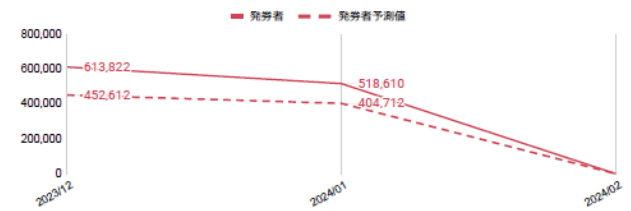
1. リピーター率の推移

購入者	2023/11		2023/12		2024/01		-	
	期間中1回も発券なし	期間中1回以上発券あり	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
918人	681人	237人	232人	34%	198人	29%	人	0%
	237人	123人	100人	42%	人	0%		



2. 顧客維持による売上純増効果

月ごとの発券会員による実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額（予測値）の差を、プロモーションによる顧客維持による売上純増額とする。
予測金額は、プロモーションの影響を全く受けなかった非発券者の維持率を基に算出。
非発券者の購入金額は、発券者と比較し同じように、発券者と同人数規模になるよう調整。



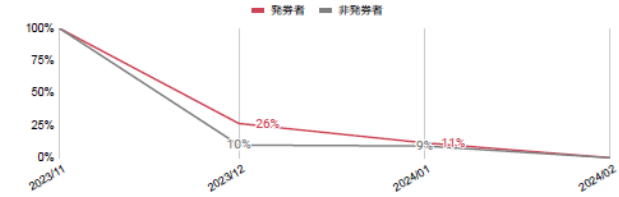
発券会員の実際の購入金額	1,132,432円	もしも発券しなかった場合の購入金額 (予測値)	857,324円
プロモーションによる売上純増額 計			
275,108円			

3. 顧客別 (トライアル・リピーター) リピーター率の推移

トライアル

(※11月以前の6か月間に対象商品を購入せず、11月に購入した会員)

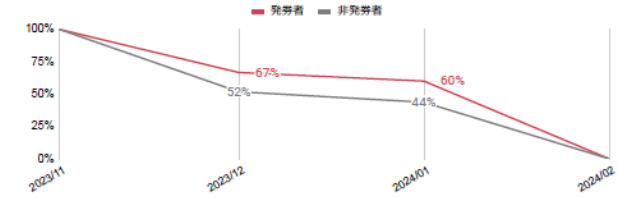
購入者	2023/11		2023/12		2024/01		-	
	期間中1回も発券なし	期間中1回以上発券あり	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
374人	287人	87人	28人	10%	28人	9%	人	0%
	87人	23人	10人	26%	10人	11%	人	0%



リピーター

(※11月以前の6か月間に対象商品を購入しており、11月にも継続して購入した会員)

購入者	2023/11		2023/12		2024/01		-	
	期間中1回も発券なし	期間中1回以上発券あり	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
544人	394人	150人	204人	52%	172人	44%	人	0%
	150人	100人	90人	67%	90人	60%	人	0%



3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

サントリー パーフェクトサントリービール 350ml/500ml 6缶パック

LTV (Life Time Value)向上効果

1. プロモーション期間中の購入頻度 (回数)

2023/10~2023/11		2023/12~2024/01					
購入者		1回		2回		3回~	
		継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
1,673人	非発券者 期間中1回も発券なし	1,252人	290人 23%	180人 14%	123人 10%		
	発券者 期間中1回以上発券あり	421人	143人 34%	99人 24%	82人 19%		

2. 個客ごとの購入頻度 (回数) の推移

期間中1回も発券なし					期間中1回以上発券あり					発券なし vs 発券あり 変化率
2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			
回数	購入者	回数	購入者	構成比	回数	購入者	回数	購入者	構成比	
3回~	201人	3回~	93人	46%	3回~	98人	3回~	60人	61%	132%
		2回	29人	14%			2回	6人	6%	
		1回	27人	13%			1回	6人	6%	
		0回	52人	26%			0回	28人	27%	
2回	160人	3回~	18人	11%	2回	58人	3回~	13人	22%	160%
		2回	13人	8%			2回	5人	9%	
		1回	30人	19%			1回	10人	17%	
		0回	99人	62%			0回	30人	52%	
1回	891人	3回~	12人	1%	1回	265人	3回~	9人	3%	86%
		2回	15人	2%			2回	6人	2%	
		1回	53人	6%			1回	28人	11%	
		0回	811人	91%			0回	222人	84%	
計	1,252人	計	1,252人	-	計	421人	計	421人	-	181%
										92%

3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

江崎グリコ ポッキーカカオ60%

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16

【セイムスタッチ】 プロモーション継続購入レポート

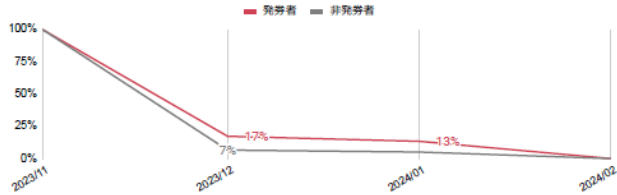
企画概要

企画ID	2232_202312_4901005512603_cpn	企画実施月	12月
	2232_202401_4901005512603_cpn		1月
企画名	【チョコレート】ポッキーカカオ60%		

顧客維持効果

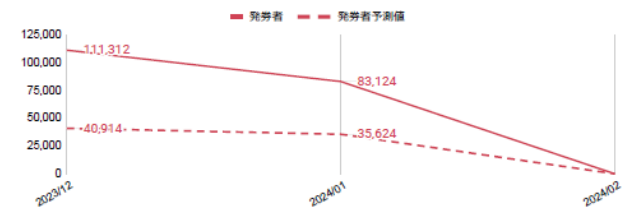
1. リピーター率の推移

購入者	2023/11				2023/12				2024/01				-			
	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率		
3,297人	非発券者	期間中1回も発券なし	2,800人	170人	7%	131人	5%	人	0%	人	0%	人	0%			
	発券者	期間中1回以上発券あり	697人	120人	17%	93人	13%	人	0%	人	0%	人	0%			



2. 顧客維持による売上純増効果

月ごとの発券会員による実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額（予測値）の差を、プロモーションによる顧客維持による売上純増額とする。
予測金額は、プロモーションの影響を全く受けなかった非発券者の継続率を算出。
非発券者の購入金額は、発券者と比較し低いように、発券者と同人数規模になるよう調整。



発券会員の実際の購入金額	194,436円	もしも発券しなかった場合の購入金額 (予測値)	76,538円
プロモーションによる売上純増額 計			
117,898円			

3. 顧客別 (トライアル・リピーター) リピーター率の推移

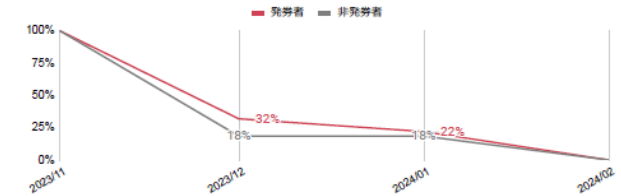
トライアル (※11月以前の6か月間に対象商品を購入せず、11月に購入した会員)

購入者	2023/11				2023/12				2024/01				-			
	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率		
2,995人	期間中1回も発券なし	2,389人	131人	5%	92人	4%	人	0%	人	0%	人	0%				
	期間中1回以上発券あり	606人	91人	15%	73人	12%	人	0%	人	0%	人	0%				



リピーター (※11月以前の6か月間に対象商品を購入しており、11月にも継続して購入した会員)

購入者	2023/11				2023/12				2024/01				-			
	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率	継続購入者	継続率		
302人	期間中1回も発券なし	211人	39人	18%	39人	18%	人	0%	人	0%	人	0%				
	期間中1回以上発券あり	91人	29人	32%	20人	22%	人	0%	人	0%	人	0%				



3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

江崎グリコ ポッキーカカオ60%

LTV (Life Time Value)向上効果

1. プロモーション期間中の購入頻度 (回数)

2023/10~2023/11		2023/12~2024/01						
購入者		1回		2回		3回~		
		継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	
6,685人	非発券者	期間中1回も発券なし 5,218人	258人	5%	62人	1%	25人	0%
	発券者	期間中1回以上発券あり 1,447人	179人	12%	51人	4%	18人	1%

2. 顧客ごとの購入頻度 (回数) の推移

期間中1回も 発券なし					期間中1回以上 発券あり					発券なし vs 発券あり 変化率
2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			
回数	購入者	回数	購入者	構成比	回数	購入者	回数	購入者	構成比	
3回~	108人	3回~	13人	12%	3回~	53人	3回~	7人	13%	110%
		2回	9人	8%			2回	8人	15%	87%
		1回	27人	25%			1回	11人	21%	
		0回	59人	55%			0回	27人	51%	
2回	330人	3回~	4人	1%	2回	134人	3回~	4人	3%	267%
		2回	8人	2%			2回	9人	7%	94%
		1回	35人	11%			1回	23人	17%	
		0回	283人	86%			0回	98人	73%	
1回	4,780人	3回~	8人	0%	1回	1,260人	3回~	7人	1%	274%
		2回	20人	0%			2回	16人	1%	
		1回	134人	3%			1回	94人	7%	
		0回	4,618人	97%			0回	1,143人	91%	94%
計	5,218人	計	5,218人	-	計	1,447人	計	1,447人	-	

3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

江崎グリコ GABAフォースリーブ

江崎グリコ 御中

作成日: 2024/2/16

【セイムスタッチ】 プロモーション継続購入レポート

企画概要		企画実施月
企画CD	2232_202312_4901005501140_cpn 2232_202401_4901005501140_cpn	12月 1月
企画名	【チョコレート】GABAフォースリーブ	他8企画

顧客維持効果

1. リピーター率の推移

購入者	2023/11	2023/12	2024/01	-
2,016人	1,440人 期間中1回も発券なし	180人 12%	127人 9%	人 0%
	567人 期間中1回以上発券あり	93人 16%	80人 14%	人 0%



2. 顧客維持による売上純増効果
月ごとの発券会員による実際の購入金額と、発券者に「もしも」発券されなかった場合の購入金額（予測値）の差を、プロモーションによる顧客維持に由来する売上純増額とする。
予測金額は、プロモーションの影響を全く受けなかった非発券者の継続率を基準に算出。
非発券者の購入金額は、発券者と比較し概し1/3に、発券者と同人数規模になるよう調整。



発券会員の実際の購入金額	362,316円	もしも「発券しなかった場合の購入金額（予測値）	230,077円
プロモーションによる売上純増額 計			
132,239円			

3. 顧客別（トライアル・リピーター）リピーター率の推移

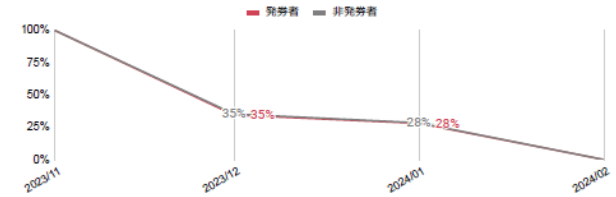
トライアル (※11月以前の6か月間に対象商品を購入せず、11月に購入した会員)

購入者	2023/11	2023/12	2024/01	-
1,480人	1,084人 期間中1回も発券なし	51人 5%	23人 2%	人 0%
	396人 期間中1回以上発券あり	34人 9%	32人 8%	人 0%



リピーター (※11月以前の6か月間に対象商品を購入しており、11月にも継続して購入した会員)

購入者	2023/11	2023/12	2024/01	-
536人	365人 期間中1回も発券なし	129人 35%	104人 28%	人 0%
	171人 期間中1回以上発券あり	50人 35%	48人 28%	人 0%



3. プロモーション実施期間中の継続購入効果

江崎グリコ GABAフォースリープ

LTV (Life Time Value)向上効果

1. プロモーション期間中の購入頻度 (回数)

2023/10~2023/11		2023/12~2024/01					
購入者		1回		2回		3回~	
		継続購入者	維持率	継続購入者	維持率	継続購入者	維持率
4,511人	非発券者	期間中1回も発券なし 3,160人	224人 7%	117人 4%	68人 2%		
	発券者	期間中1回以上発券あり 1,351人	120人 9%	65人 5%	38人 3%		

2. 顧客ごとの購入頻度 (回数) の推移

期間中1回も 発券なし					期間中1回以上 発券あり					発券なし vs 発券あり 変化率
2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			2023/10~2023/11		2023/12~2024/01			
回数	購入者	回数	購入者	構成比	回数	購入者	回数	購入者	構成比	
3回~	179人	3回~	43人	24%	3回~	83人	3回~	30人	36%	150%
		2回	28人	16%			2回	5人	6%	
		1回	35人	20%			1回	10人	12%	
		0回	73人	41%			0回	38人	46%	
2回	253人	3回~	10人	4%	2回	131人	3回~	5人	4%	142%
		2回	9人	4%			2回	9人	7%	
		1回	18人	7%			1回	9人	7%	
		0回	216人	85%			0回	108人	82%	
1回	2,728人	3回~	15人	1%	1回	1,137人	3回~	3人	0%	97%
		2回	12人	0%			2回	13人	1%	
		1回	54人	2%			1回	36人	3%	
		0回	2,647人	97%			0回	1,085人	95%	
計	3,160人	計	3,160人	-	計	1,351人	計	1,351人	-	154%
										98%

まとめ

- ・対象商品を購入会員に対して、PALクーポンを継続配信したことにより、リピーター率を引き上げた
- ・比較的機能性が高いパーフェクトサントリーの方が、サントリー生ビールに比べ継続率が高い
- ・購入回数でも、PALクーポン発券者は、非発券者に比べ、購入回数を維持もしくは増加させた
- ・3回以上購入いただくと、離反率を半減させることができる

4. Topics

a. 広告動画の違いによる効果の差

サントリー生ビール

PSB

▼プロモーション訴求型



酒	サントリー
ビールでこの価格！ サントリー生お試しください！ [350ml/500ml 6缶パック]	
1点購入で 200P	
【有効期限】2023年12月31日 まで	

▼プロモーション訴求型



酒	サントリー
本格ビールで糖質0！ パーフェクトサントリービール [350ml/500ml 6缶パック]	
1点購入で 200P	
【有効期限】2023年12月31日 まで	

▼商品訴求型



酒	サントリー
ビールでこの価格！ サントリー生お試しください！ [350ml/500ml 6缶パック]	
1点購入で 200P	
【有効期限】2023年12月31日 まで	

▼商品訴求型



酒	サントリー
本格ビールで糖質0！ パーフェクトサントリービール [350ml/500ml 6缶パック]	
1点購入で 200P	
【有効期限】2023年12月31日 まで	

4. Topics

b. トライアル顧客の流入元商品ランキング

※直近6ヶ月以内に当該商品を購入したことがないトライアル会員で、かつ、1月にクーポンを利用して対象商品を購入された会員を対象に、直近4ヶ月に同一カテゴリのどの商品を購入されていたかを抽出

PSB				
ランク	種別	JANCD	商品名	購入者人数
1	ビール	4901777392779	サントリー_生ビール350ml*6	62
2	ビール	4901004006721	アサヒ_スーパードライ350ml*6	42
3	ビール	4901411157719	キリン_一番搾り350ml*6	31
4	ビール	4901777719603	サントリー_生ビール350ml	26
4	ビール	4901411105161	キリン_一番搾り糖質ゼロ350ml*6	26
6	RTD	4901777393882	サントリー_こだわり酒場のタコハイ350ml	22
7	RTD	4901411104959	キリン_氷結無糖レモン7%350ml	21
7	ビール	4901777374270	サントリー_PSB350ml	21
9	ビール	4901004039859	アサヒ_生ビール350ml*6	20
10	ビール	4901880851392	サッポロ_黒ラベル350ml*6	19
10	ビール	4901411105147	キリン_一番搾り糖質ゼロ350ml	19
12	RTD	4901777332508	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー350ml	18
12	ビール	4901411176317	キリン_一番搾り500ml	18
14	ビール	4901880851448	サッポロ_黒ラベル500ml	16
14	RTD	4901411104959	キリン_氷結無糖レモン4%350ml	16
16	ビール	4901004039798	アサヒ_生ビール350ml	15
17	ビール	4901880851385	サッポロ_黒ラベル350ml	14
17	RTD	4901777192607	サントリー_196ストロングWレモン350ml	14
17	RTD	49014111000459	キリン_氷結レモン350ml	14
17	ビール	49010040060464	アサヒ_スーパードライクリスタル350ml	14
17	ビール	4901004006820	アサヒ_スーパードライ500ml*6	14
22	RTD	4901880201371	サッポロ_濃いめのレモンサワー350ml	13
23	ビール	4901004006813	アサヒ_スーパードライ500ml	12
23	ビール	4901004006714	アサヒ_スーパードライ350ml	12
23	RTD	49014111000404	キリン_氷結グレープフルーツ350ml	12
23	RTD	4901777361607	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー追込350ml	12
23	RTD	4901411113678	キリン_氷結無糖グレープフルーツ4%350ml	12
23	RTD	4904670464543	宝_焼酎ハイボールレモン350ml	12
23	ビール	4901880209650	サッポロ_ナママル350ml	12
30	ビール	4901777393370	サントリー_ザプレミアムモルツ350ml	11
30	ビール	4901777374294	サントリー_PSB500ml	11
30	ビール	4901777442023	サントリー_生ビール500ml	11
30	ビール	4901880209674	サッポロ_ナママル350ml*6	11
30	ビール	4901411107257	キリン_スプリングバレー350ml	11
30	RTD	4901411110844	キリン_氷結無糖レモン9%350ml	11
30	RTD	4901777337015	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー350ml*6	11
30	ビール	4901004058379	アサヒ_スーパードライ生ジョッキ大生485ml	11
30	ビール	4901004056481	アサヒ_生ビール黒生350ml	11
30	ビール	4901004056467	アサヒ_生ビール黒生500ml	11
40	RTD	4901777240971	サントリー_196セロ無糖350ml	10
40	RTD	4901777374317	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー濃縮350ml	10
42	RTD	4904230062561	アサヒ_贅沢搾りぶどう350ml	9
42	ビール	49014111004993	キリン_クラシックラガー350ml	9
42	ビール	4901004039774	アサヒ_生ビール500ml	9
42	RTD	4901777201439	サントリー_角ハイボール350ml	9
42	ビール	4901411114288	キリン_スプリングバレーシルクエール350ml	9
47	RTD	4901777393981	サントリー_196℃瞬間凍結無糖レモン350ml	8
47	RTD	4901777375703	サントリー_梨ジンソーダ350ml	8
47	RTD	4901777369696	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー辛口350ml*6	8
47	RTD	4901777369672	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー辛口500ml	8

サントリー生ビール				
ランク	種別	JANCD	商品名	購入者人数
1	ビール	4901004006721	アサヒ_スーパードライ350ml*6	68
2	ビール	4901777374331	サントリー_PSB350ml*6	52
3	ビール	4901411157719	キリン_一番搾り350ml*6	50
3	ビール	4901777719603	サントリー_生ビール350ml	50
5	ビール	4901004006813	アサヒ_スーパードライ500ml	49
6	ビール	4901004006820	アサヒ_スーパードライ500ml*6	40
7	RTD	4901777332508	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー350ml	38
8	ビール	4901880851448	サッポロ_黒ラベル500ml	37
9	ビール	4901004006714	アサヒ_スーパードライ350ml	35
10	RTD	4901777393882	サントリー_こだわり酒場のタコハイ350ml	34
10	ビール	4901880851392	サッポロ_黒ラベル350ml*6	34
10	ビール	4901411176317	キリン_一番搾り500ml	34
10	ビール	4901004039798	アサヒ_生ビール350ml	34
14	ビール	4901411105161	キリン_一番搾り糖質ゼロ350ml*6	33
15	ビール	4901004056481	アサヒ_生ビール黒生350ml	31
16	RTD	49014111000404	キリン_氷結グレープフルーツ350ml	30
16	ビール	4901004039859	アサヒ_生ビール350ml*6	30
18	RTD	4904230052289	アサヒ_贅沢搾りグレープフルーツ350ml	29
18	RTD	4901777247277	サントリー_ほろよいカシスとオレンジ350ml	29
20	ビール	4901777442023	サントリー_生ビール500ml	26
20	RTD	4901880201371	サッポロ_濃いめのレモンサワー350ml	26
20	RTD	4904670464543	宝_焼酎ハイボールレモン350ml	26
23	RTD	4901777192607	サントリー_196ストロングWレモン350ml	25
24	RTD	4904230062561	アサヒ_贅沢搾りぶどう350ml	24
24	ビール	4901004039774	アサヒ_生ビール500ml	24
26	ビール	4901411176218	キリン_一番搾り350ml	23
26	ビール	49010040060464	アサヒ_スーパードライクリスタル350ml	23
26	RTD	4901411104998	キリン_氷結無糖レモン7%350ml	22
29	ビール	4901880851385	サッポロ_黒ラベル350ml	21
29	ビール	4901004058379	アサヒ_スーパードライ生ジョッキ大生485ml	21
29	RTD	49014111000459	キリン_氷結レモン350ml	21
32	RTD	4901777332522	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー500ml	20
32	ビール	4901004006052	アサヒ_スーパードライクリスタル350ml*6	20
32	ビール	4901004056130	アサヒ_スーパードライ生ジョッキ缶340ml*6	20
35	RTD	4904230052326	アサヒ_贅沢搾り桃350ml	19
35	ビール	49014111004993	キリン_クラシックラガー350ml	19
35	ビール	4901004006044	アサヒ_スーパードライクリスタル500ml	19
38	RTD	4901777192782	サントリー_196ストロングWレモン500ml	18
38	ビール	4901004035400	アサヒ_スーパードライ350ml*6*4	18
38	ビール	4901004056467	アサヒ_生ビール黒生500ml	18
38	RTD	4901411104959	キリン_氷結無糖レモン4%350ml	18
38	ビール	4901777393370	サントリー_ザプレミアムモルツ350ml	18
38	RTD	4901880208226	サッポロ_シン・レモンサワー350ml	18
44	RTD	4901777369672	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー辛口500ml	17
44	RTD	4901777369658	サントリー_こだわり酒場のレモンサワー辛口350ml	17
44	ビール	4901777374270	サントリー_PSB350ml	17
44	RTD	4901777204706	サントリー_ほろよい白いサワー350ml	17
44	RTD	4901777236818	サントリー_196秋りんご350ml	17
49	RTD	4901880201388	サッポロ_濃いめのレモンサワー500ml	16
49	ビール	4901777374294	サントリー_PSB500ml	16

- ・ブランドスイッチの上位は、競合ビールブランド6缶パックからの流入
- ・当該ブランドの350ml・500mlバラ缶からの流入（アップセル）がみられた

4. Topics

c. 同一の商品特性をもつ商品からの流入ランキング

※直近4ヶ月以内に当該カテゴリ商品を購入したことがないカテゴリ新規客を対象に、対象商品と同一の商品特性タグをもつ商品（他カテゴリ）を購入されている方にクーポンを発券。発券者に対する購入率を算出

GABA for Sleep

リラックス

Raf	JANCD	商品名	購入率
1	4902777152608	明治果汁グミ弾カプラスマスクット4 8 G	14.30%
2	4901111377899	味の素 A G F カフェラトリーアップルティー 7 P	7.40%
3	4901080691415	バスロマンプレミアムモイストスキンケア増量企画品	4.70%
4	4901111541498	味の素 A G F プレنديスティックカフェインレス 6本	3.20%
5	45104800	クロレッツ リラックスタブレット ビーチヨーグルト	3.00%
6	4902895038969	汗かきエステ気分リラックスナイト	2.80%
7	4901080081711	薬泉バスロマンほぐし浴	2.40%
8	4901080579812	バスロマンスキンケアWコラーゲン 6 0 0 g	2.30%
9	4901111456846	味の素 A G F プレنديスティック 抹茶オレ 6本	2.20%
10	4903111322947	ユニチャーム ソフィキヨラFリラックス	2.00%
----- (中略) -----			
39	4582469497301	ラボン柔軟剤ラグジュアリーリラックス詰替 3倍	0.80%
40	4902777139746	明治果汁グミぶどう 5 4 g	0.70%
41	49410150	焼プリン 1 4 0 g	0.60%
42	4901080579119	バスロマンほっこりゆずの香り 6 0 0 g	0.40%
43	4902727013737	フルーティトイレット 1 2 R ダブル	0.30%
44	4902011722192	エリエールトイレット長持ち 1 2 R ダブル 4 5 M	0.10%

- ・ティーやコーヒーなどのスティック飲料や、入浴剤を購入されている方が反応
- ・「リラックス」タグを含むが実際の効用感とは乖離のある商品の反応率は低い

GABA

Raf	JANCD	商品名	購入率
1	4902888701139	おいしい大豆プロテイン G A B A 入り 6 6 0 G	33.30%
2	4543995002667	乳酸菌飲料 G A B A	28.60%
3	4901005109797	江崎グリコメンタルバランスチョコ G A B A ミルク S P 5 1 g	14.30%
4	4901085246450	1日分の野菜 2 0 0 m l 1 2 本ケース	3.70%
5	45104657	ハウス G A B A N ブラックペッパー 7 0 g	3.50%
6	45104640	ハウス G A B A N コシヨー 7 0 g	1.70%
7	4902715709802	いつも新鮮△フーズ△コン3連	1.10%
8	4901085626078	伊藤園 1日分の野菜 7 4 0 g	1.00%
9	4901306078129	カゴメ 野菜ジュース食塩無添加 7 2 0 m l	0.90%

- ・「GABA」を含む商品を購入されている方が、意識的に反応している可能性大
- ・購入率1.0%以下の商品は、「GABA」と直接的に関連性が薄く反応率は低い

- ・同一の商品特性キーワードをもつ商品を購入される方が、対象商品を購入される可能性が高い。
- ・一方で、購入率が1.0%程度以下で、関係性の薄い商品は購入率が低く反応していない。

ストレス

Raf	JANCD	商品名	購入率
1	4514410168992	湖池屋ストロングポテトチップスガチ濃厚ピザ 5 2 g	9.10%
2	4901681531646	多色ボールペン3C 0 . 5	8.30%
3	4905687359013	■凄腕くん フローリング取替えシート ドライ	7.70%
4	4562317267607	紳士スニーカー丈長 デカ 3 P	5.60%
5	4514410168978	湖池屋ストロングポテトチップス濃サワークリームオニオン 5 5 g	3.40%
6	4987067327508	興和 Q & P ゴールドαプレミアム 1 6 0 錠	3.30%
7	4987241164875	ロート製薬★パンシロンキユア S P 錠 7 2 錠	2.90%
8	4901340076440	アサヒ 守る働く乳酸菌W 2 0 0 m l	2.90%
9	4901872464159	エージーデオ 2 4 パウダースプレー F B < S >	2.80%
10	4987241108817	メンソレークネスオフェンス C	1.50%
11	45210624	Y 1 0 0 0 単品	1.20%
12	4903320045187	レック カーベットクリーナー本体 S 7 0 周	1.00%
13	4901335124989	すっぱムーチョチップス さっぱり梅	1.00%
14	4901003301001	ミートボール	0.70%
15	4902050220208	ファインソフティナー柔軟剤フローラル 詰替 5 4 0 m l	0.60%
16	4987241138982	ロート製薬★パンシロンキユア S P 錠 3 0 錠	0.40%
17	4987524071715	富士薬品赤玉はら薬 R 3 6 錠	0.20%

- ・「ストレス発散」を強調するストロングポテトチップスを購入されている方が反応
- ・購入率1.0%以下の商品は「ストレス」と関連性が薄いか反応率は低い

睡眠

Raf	JANCD	商品名	購入率
1	4908049574062	睡眠&疲労感ケア 3 0 日分	5.60%
2	4901340076440	アサヒ 守る働く乳酸菌W 2 0 0 m l	2.90%
3	4902720153775	睡眠改善 1 2 5 m l	2.50%
4	4903009015203	日清ヨークピルクルミラクルケア 8 P	1.90%
5	4987060007858	クールワン去たんソフトカプセル 2 4 カプセル	1.60%
6	4987336765987	ユニコール液	1.20%
7	45210624	Y 1 0 0 0 単品	1.20%
8	4589954162492	おやすみテープ 3 0 枚入	0.40%

- ・「睡眠」に関連する商品を購入されている方の反応率が比較的高いか