



サントリー酒類

サントリー×イオン九州 デジタルで顧客の購買行動を可視化 Gotcha!mallで集客数増・新規顧客獲得に成功

導入背景

サントリー様の商品販売のEC化が進む一方で、95%はリアル店舗で購入されています。従来では、周辺地域に折込チラシを入れることで集客を図っていましたが、新聞購読者の減少により十分にリーチすることができず、また、折込チラシでは、購入者の属性や購買行動まで把握できず、ターゲットの明確化が難しいことから、デジタルによって顧客一人ひとりの購買行動を可視化し、リアル店舗ならではの顧客を豊かにする買い物体験の創造が重要だとお考えでした。

導入サービス

サントリー様の主力ブランド「ザ・プレミアム・モルツ(略称:プレメル)」を通じて、買い物を楽しんでもらえるプレメルオリジナル企画をスマホで仕掛けることをご提案。スマホとの親和性が高い「Gotcha!mall(以下、ガッチャ!モール)」で来店集客や販売促進を行い、さらなる新規顧客の獲得に取り組みました。

導入効果

2018年9月から2カ月間で、イオン九州様全店におけるプレメル総売上(通常購入を含む)のうち、ガッチャ!のプレメルクーポン利用による売上は全店平均6.9%を占めており、クーポン利用者は、新規顧客が53%、6カ月以上購入していなかった休眠顧客の購入は28%と、顧客の反響は大きなものでした。さらに、プレメル購入の際に「ついで買い」を誘発し、バスケット単価(顧客単価)が25%アップしました。

プレメル総売上に占める
プレメルクーポン売上率

全店平均 **6.9%**
(64店舗)

購買意欲促進で顧客の掘り起こし
プレメルクーポンによる購入者

新規 **53%**
休眠 **28%** 既存 **19%**

プレメルクーポン利用における
プレメル購入者の

バスケット
単価 **25% UP**
(顧客単価)

デジタルツールを使うことで 見えなかったことが見えてきました

私たち食品メーカーが良い商品を開発しても、それをどのように市場にマッチングさせていくかが課題となっています。商品やブランドの認知向上を図っていくために広告は重要ですが、リーチしたお客様がどのくらい購入へつながっているのか効果測定が難しい部分がありました。ガッチャ!モールでは、お客様の購買行動を可視化するだけでなく、しっかりとお客様を捉え追っていくことができます。デジタルを活用し、しっかりとお客様を見ることで、付加価値を高め、まだ気づけていない潜在需要を掘り起こすことができるのではないかと考えています。



サントリー酒類株式会社
営業推進本部
部長
中村 直人 様

店舗でしか味わえない感動体験を 一緒につくっていただいています

お客様と接点をもっていくためにはスマホにタッチポイントを設けなければならないという状況でした。より楽しく使っていただくために「イオン九州公式アプリ」のインターフェイスにガッチャ!モールを導入しました。今回、サントリー様とこういった取り組みができたことは奇跡ともいえるかもしれません。普段のお取引では交流のなかった部署とお引き合わせていただいたことで今回のようなインタラクティブなプロモーションを実現できました。共にテクノロジーやデータを共有、活用しながら新たな市場創造に取り組んでいけたらと思っています。



イオン九州株式会社
執行役員
営業企画・デジタル本部
本部長
川村 泰平 様

※記載の内容・お役職等の情報は、2019年1月取材時のものです。

顧客に価値をもたらす デジタルで変える買い物体験

スピリッツやビール類、ワインなど、酒類の国内販売を行うサントリー酒類株式会社(以下、サントリー)様。商品販売のEC化が進む一方で、95%はリアル店舗で購入されています。しかし、折込チラシでは購入者の属性や購買行動まで把握できないため、デジタルによって顧客一人ひとりの購買行動を可視化し、リアル店舗ならではの顧客を豊かにする買い物体験の創造が重要だとお考えでした。

トランスコスモスは、サントリー様の主力ブランド「ザ・プレミアム・モルツ(略称:プレモル)」を通じて、買い物を楽しんでもらえるプレモルオリジナル企画をスマホで仕掛けることをご提案。スマホとの親和性が高い「Gotcha!mall(以下、ガッチャ!モール)」で来店集客や販売促進を行い、さらなる新規顧客の獲得に取り組みました。ガッチャ!モールは、国内はじめ台湾、タイなど6万店舗にサービス展開する、お客さまとお店をつなぐプラットフォームで、スマホ上でカプセルトイを回すと、お得なクーポン券や無料券・割引券が無料で発行されます。

イオン九州とタイアップ 集客・販売促進を加速する シナジー効果

ガッチャ!モールを運用中のコンビニやドラッグストアなど、小売様のガッチャコンテンツにプレモルクーポンをダブルカプセルチャンス(1回目小売様クーポンが出た後のダブルチャンス)で回せる仕組みを構築し、2019年末までにサントリー様の400万人の購買ファネル可視化を目標として、展開する長期プランを策定しました。

その第一弾として、トランスコスモスは、サントリー様とイオン九州株式会社(以下、イオン九州様)をお引き合わせして、イオン九州様の64店舗で

トライアルを開始することになりました。イオン九州様は、2018年9月からガッチャ!モールのダブルクーポン機能を用いてメーカー様とのタイアップクーポンを配信することになり、プレモルクーポンが初の試みです。イオン九州公式アプリをダウンロードすると、WAONポイントプレゼントやプレモルクーポンによる購入でWAONポイントを還元するプロモーションを実施。店舗ネットワークに加え、テレビCMやホームページ、公式アプリ、LINE@、POP、ポスターなどイオン九州様の集客・販売網を活用し、双方にとって集客を増やし、売上拡大を見込める効果的な取り組みとなりました。

購入意欲促進で クーポン購入による 新規・休眠顧客の割合80%超

2018年9月から2カ月間で、イオン九州様全店におけるプレモル総売上(通常購入を含む)のうち、ガッチャ!のプレモルクーポン利用による売上が全店平均6.9%を占めており、クーポン利用者は、過去に一度も購入したことがない新規顧客が53%と反響は大きなものでした。また、6カ月以上購入していなかった休眠顧客は28%、6カ月以内に購入している既存顧客は19%で、一定期間購入がなかった顧客の購買も促進しました。

また、プレモル購入の際におつまみやお惣菜など「ついで買い」を誘発し、プレモルを含むバスケット単価(顧客単価)が25%アップ。サントリー様とイオン九州様が連携することで、大きなシナジー効果を得ることができました。

これからもトランスコスモスは、ガッチャ!モールを通じて業種を越えた企業同士の新たな機会提供と価値創造を行っていきます。また、一人ひとりの属性やプレイ回数、購買履歴など顧客のリアルなデータを収集し、サントリー様のブランディング強化と売上拡大に寄与していきたいと考えております。

サントリー酒類様 提供サービス

Gotcha! mall®



イオン九州公式アプリDL
+ガッチャ!





ダブルカプセル
出現



プレモルクーポン
GET!!





プレモルクーポンで 買い物

イオン九州プレモル総売上に占める
プレモルクーポン利用による売上割合

クーポン利用以外の通常購入							
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">全店平均 (64店舗)</td> <td style="width: 50%;">最も高い店舗 (イオン東長崎)</td> </tr> <tr> <td style="font-size: 2em; font-weight: bold;">6.9%</td> <td style="font-size: 2em; font-weight: bold;">26.2%</td> </tr> </table>	全店平均 (64店舗)	最も高い店舗 (イオン東長崎)	6.9%	26.2%			
全店平均 (64店舗)	最も高い店舗 (イオン東長崎)						
6.9%	26.2%						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3">購入者割合</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">新規 53% 過去に一度も 購入したことがない</td> <td style="width: 33%;">休眠 28% 6か月以上 購入なし</td> <td style="width: 33%;">既存 19% 6か月以内 に購入</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	購入者割合			<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">新規 53% 過去に一度も 購入したことがない</td> <td style="width: 33%;">休眠 28% 6か月以上 購入なし</td> <td style="width: 33%;">既存 19% 6か月以内 に購入</td> </tr> </table>	新規 53% 過去に一度も 購入したことがない	休眠 28% 6か月以上 購入なし	既存 19% 6か月以内 に購入
購入者割合							
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">新規 53% 過去に一度も 購入したことがない</td> <td style="width: 33%;">休眠 28% 6か月以上 購入なし</td> <td style="width: 33%;">既存 19% 6か月以内 に購入</td> </tr> </table>	新規 53% 過去に一度も 購入したことがない	休眠 28% 6か月以上 購入なし	既存 19% 6か月以内 に購入				
新規 53% 過去に一度も 購入したことがない	休眠 28% 6か月以上 購入なし	既存 19% 6か月以内 に購入					

