

News Release

(報道発表資料)

2025年3月4日
株式会社 マルイ
株式会社 エム・データ
西日本電信電話株式会社 岡山支店

TV メタデータ※を活用した販売促進施策による売上向上実証実験

～テレビで紹介された商品を即座に店頭で PR～

株式会社マルイ（本社：岡山県津山市戸島、代表取締役社長：松田 和也、以下、マルイ）、株式会社エム・データ（本社：東京都千代田区内幸町、代表取締役社長：薄井 司、以下、エム・データ）、および西日本電信電話株式会社 岡山支店（岡山支店：岡山市北区中山下、支店長：井上 喜徳、以下、NTT 西日本 岡山支店）は、NTT 西日本の共創拠点 LINKSPARK※1 を活用し、売上向上および、購買時のお客さま満足度の向上に向け、エム・データが提供する TV メタデータ※2 を活用した、販売促進施策の実証実験を実施しました。

本施策の実施により、来店者から商品ラインナップを評価いただくご意見を頂戴するとともに、対象商品の販売点数が約 10%増加させる見込みがあることを確認することができました。

※1 LINKSPARK は 2019 年 8 月 26 日に NTT 西日本が開設した、企業・自治体のデジタルトランスフォーメーション推進をサポートする共創拠点です。（LINKSPARK 公式ホームページ <https://linkspark.jp/>）

※2 TV メタデータは、テレビ番組や CM の放送内容をテキスト化・データベース化したもので「いつ」「どこで」「何が」「どのように」「何秒間」放送されたかといったデータを生成しています。データ種別は主に「番組データ（番組放送内容）」「CM データ（広告出稿内容）」「アイテムデータ（番組で紹介された商品情報）」「スポットデータ（番組で紹介された店・宿・観光地等の情報）」となり、広告マーケティング活用の他、流通小売業界によるリテール DX 活用、金融業界によるオルタナティブデータ活用等、幅広くご利用いただいています。

1.背景・目的

地方のスーパーマーケットは、人口減少や大手チェーンとの競争激化、ネットスーパーや EC の台頭になど様々な課題に直面しています。持続的な事業継続には、顧客エンゲージメントを高め、売上を維持・向上させることが不可欠です。

本課題の解決に向け、マルイ・NTT 西日本 岡山支店・エム・データは、テレビで紹介された商品情報を、放送後即座に各店舗に情報展開する仕組みを構築し、お客さまのニーズにマッチした効果的な広告を実施することで、お客さまに「テレビで見た商品がすぐ手に入る」という新たな購買体験を提供します。

この連携により放送内容と連動した販売促進キャンペーンが展開され、お客さまの購買意欲喚起と深いエンゲージメント向上等につながります。最終的には、地域に愛されるスーパーマーケットとして「マルイ」の全体的な店舗価値向上をめざします。

2.実証内容

(1) 実施期間

2024年11月4日～2024年11月24日

(2) 実施場所

岡山県津山市内にある一部店舗

(3) 実施内容

- ・TVメタデータのダッシュボード構築
- ・テレビで紹介された商品情報を放送即日もしくは翌朝に各店舗に提供。
- ・各店舗で紹介された商品に対してPOPを設置し販促を実施。(買い場の変更は行わない)
- ・販促を実施することによる売上向上効果を測定。

(4) 対象とするテレビ番組

販売点数の向上が見込まれる4番組を独自に選定

(5) 役割分担

株式会社マルイ

- ・各店舗へのテレビ紹介商品情報の展開
- ・テレビ紹介商品に対するPOP設置施策の実施

株式会社エム・データ

- ・テレビで紹介された商品情報(TVメタデータ)の提供

NTT西日本 岡山支店

- ・企画およびプロジェクトマネジメント
- ・ダッシュボードの構築
- ・売上向上効果の効果検証

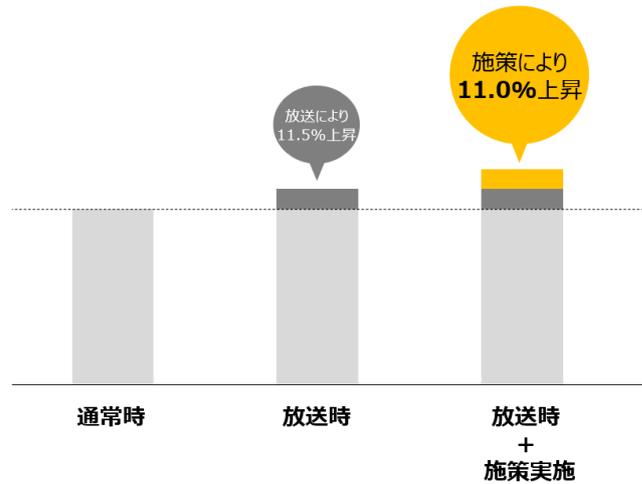
テレビ紹介商品確認用ダッシュボード			
日ごと紹介商品数		紹介商品一覧 注: テーブルで番組をクリックすると表示されます。	
放送日	番組名	商品数	紹介商品
11月02日(土)	サタデーブラス	32	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースの買って失敗しないおすすめベスト5ランキングの第1位として紹介されました。
11月01日(金)	ヒルナンデス!	9	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースの買って失敗しないおすすめベスト5ランキングの第2位として紹介されました。
10月31日(木)	ヒルナンデス!	5	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースの買って失敗しないおすすめベスト5ランキングの第3位として紹介されました。
10月29日(火)	秘密のケンミンSHOW 極	1	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースの買って失敗しないおすすめベスト5ランキングの第4位として紹介されました。
10月29日(火)	マツコの知らない世界	4	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースの買って失敗しないおすすめベスト5ランキングの第5位として紹介されました。
10月26日(土)	サタデーブラス	17	様々な商品をひたすら試してランク付けするコーナーから、ミートソースを取り上げた中で紹介されました。

紹介商品名	JAN番号	※
日清製粉ウエルガ「青の顔」Piccolino・クリーム・ポロネーゼ 120g」	4902110262728	※280
八印ツ日本「H E I N Z・大人むけのバスタ牛肉とイペリコ豚の粗挽きポロネーゼ..」	4902521110991	※280
日清製粉ウエルガ「マ・マリッチセレクト・お肉ごろごろのミートソース 275g」	4902110264548	※280
ニッポン「REGALO・ポロネーゼ 140g (1人前)」	4902170059306	※280
良品計画「完熟トマトのミートソース・3袋入り 130g (1人前) ×3袋」	4550584439285	※280
エスビー食品「予約でいっぱい!の虫・T H E・PREMIUM・牛挽肉100%のポロネーゼ 139g」	4901002185459	※280
キュービー「あえるバスタソース・アラビアータ・完熟トマトの旨辛仕立て 140g (70g×2袋)」	4901577091056	※280
キュービー「あえるバスタソース・ウニクリーム・生クリーム仕立て 140g (70g×2袋)」	4901577082184	※280
キュービー「あえるバスタソース・カニのトマトクリーム・マスカルポーネ仕立て 140g (70g×2袋)」	4901577055256	※280

<NTT西日本が作成したダッシュボードのイメージ>

3.実証結果

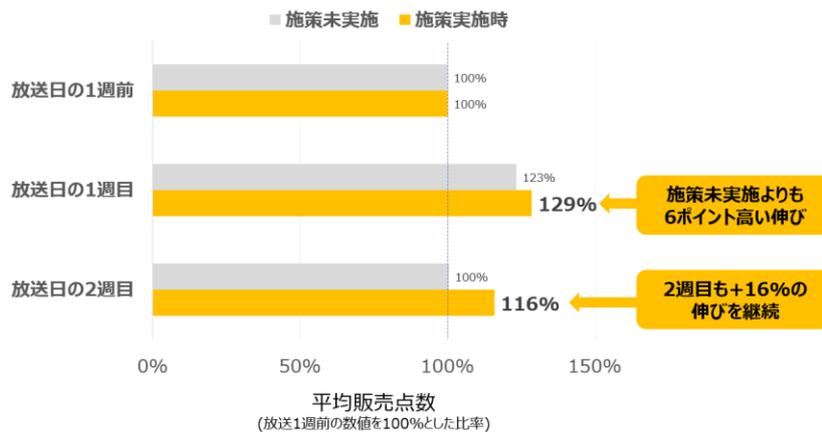
本実証実験の結果、商品がテレビで放送されることで放送から2週間以内の対象商品の販売点数が11.5%増加し、施策実施店舗においてPOPの提示を行うことで更に11%増加することが確認できました。



<販売促進施策実施に

よる効果>

特に施策を実施した商品は放送1週目の売上増加率が高いだけでなく、2週目においても継続的に売上増加効果がありました。POPを提示することで番組未視聴者の購買に加え、来店者が放送内容を思い出し売上向上効果が継続したものと考えられます。



<販売促進施策実施による継続的な効果>

販売点数の増加だけでなくお客さまからも「テレビで紹介された商品が置いてありわかりやすかった」「利用者のニーズに沿った商品展開をしていることが感じられた」などといった好意的なご意見を頂きました。

4.今後の展開について

本実証実験の結果をもとに、更なる施策の検討や実施店舗数の拡大、仕入れへの活用など、より効果的な施策に具体化し、本格的な実装に繋げていきます。

【本件に関する報道機関からのお問い合わせ先】

西日本電信電話株式会社 岡山支店

担当：西原、正井

TEL：086-801-5544

株式会社マルイ

情報・マーケティング部 安藤、宮地

TEL : 0868-35-0160

株式会社エム・データ

担当 : 西尾、長谷

TEL : 03-6826-7060

電話番号をお確かめの上、お間違いのないようお願い致します。

※ニュースリリースに記載している情報は、発表日時点のものです。変更になる場合がありますので、あらかじめご了承くださいとともに、ご注意をお願いいたします。

審査 24-S1420