

機能的商品、高価格でも実証！



# 折込チラシ実施で 売上が約1.5倍に!!



信濃毎日新聞社と読売新聞グループ本社は、靴の量販店「シューマート」(本社・長野市)の協力を得て、「新聞折込チラシ」と「ネット広告」の効果を検証する「広告効果測定調査」を長野県内で実施。

●靴の量販店「シューマート」



折込チラシは、  
必要なツールだと実感。



株式会社シューマート  
取締役 商品部長 岡宮卓摩様

折込のタイミング、訴求商品の選定でも悩み、実施後の販売数の伸びを懸念していましたが、思った以上に前週からパーセンテージが伸びていました。

チラシからネット広告へ移行の考えもありましたが、今回の結果と残存効果を考え、チラシは必要なツールであると実感しました。

● 広告訴求商品  
インソール(靴の中敷き)



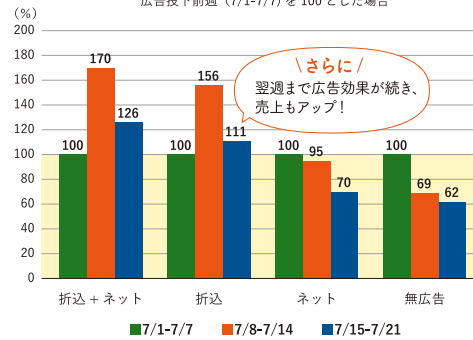
写真提供 / 株式会社インバクトレーディング(SUPERfeet 販売総代理店)

折込チラシを

実施した店舗は実施しない週よりも

売上約1.5倍増!

広告投下週及び翌週の売上上昇率  
広告投下前週(7/1-7/7)を100とした場合



調査から見えた強み!  
折込チラシの強み!

- ✓ 売上貢献のスピードが速い
- ✓ 機能商品・高価格帯商品にも効果あり
- ✓ 他商品との合わせ買いで売上アップ

折込効果



さらに

折込チラシ × ネット広告 で 広告効果UP!!

✓ 折込・ネット広告の併用で広告効果UP!

折込チラシとネット広告を併用した店舗は通常より売上が1.7倍になりました。折込のみ、ネット広告のみの店舗と比べても売上の増加幅が大きく、翌週の売上も増加し、併用することで広告の効果が上がります。

詳しくは  
下記よりアクセス!



RETAIL AD CONSORTIUM

売上増加



調査イメージ

シューマート 8店舗を2店舗ずつに分け、4グループにして調査を実施。下記A~Dの4パターンで売上の変化をPOSデータで分析。※特化販売などの価格訴求は行いませんでした。



- A店 折込チラシ+ネット広告の実施
- B店 折込チラシのみ実施
- C店 ネット広告のみ実施
- D店 広告実施無し

折込チラシ

ネット広告

機能的商品 高価格帯商品

調査概要

調査主体: 信濃毎日新聞社、読売新聞グループ本社  
調査・分析機関: タウマケディングコンサルタンツ  
対象企業: 株式会社シューマート  
対象商品: SUPERfeetインソール(ブラック・ブルー) 定価5,720円(税込)  
広告投下日: 折込チラシ: 2021年7月8日 各対象店の店内  
使用新聞: 信濃毎日新聞、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、日経新聞、中日新聞  
ネット広告: 2021年7月6日~7月13日 店舗の6~8キロ圏内にディスプレイ広告を配信  
①同一コンテンツ内で条件が異なる複数店舗を、折込チラシ及びネット広告の両方に対して4グループに分ける  
②調査店舗全店に配布されている同一商品を対象に、同時期に同金額(広告媒体別)の折込チラシ及びネット広告を投下し、4グループの売上をPOSデータから追跡し、グループごとの差分を見ることで、広告の売上貢献効果を推定する