



ブース来訪者の8人に1人が引換券を持参 & 効果は購買データにも

## ロート製薬 名古屋限定エリアプロモーション

毎年10月の週末に久屋大通公園で行われる東海テレビのイベントにブース出店されていたロート製薬。今年はそのブースを軸にした名古屋地区限定のエリアプロモーションを企画し、テレビスポット等に加えて開催前に中日朝刊にサンプル引換券付きの5段カラーを掲載しました。イベント当日の10月27日、28日にロート製薬ブースにて引換券を持参すると、目のサプリメント「ロートV5粒」のサンプルがもらえるというもの。さらに、その場で配布されるチラシを持参して近隣のドラッグストアで対象商品を購入すればホットアイマスクのプレゼントがついてくるといふ、流通への導線まで組み立てていました。

購買データや後日行われたウェブ調査なども踏まえてキャンペーン全体を検証された結果、

- ① 2日間のブース来場者のうち引換券の持参者は、**8人に1人**に及んだ
- ② 2商材(目薬/サプリメント)の広告認知状況において、テレビと**新聞の到達が確認**できた
- ③ POSデータにおいて、対象ドラッグストアでは**通常の土日の2倍**を記録した

といったことが確認されました。また、J-MONITORでは女性の4人に1人が「自分たち向けの」と感じて、その自由回答にはどの世代にも「疲れ目」「目の不調」といった言葉が。今回の新聞広告を通じて購入候補として想起集合に入ったと思われるコメントも見られ、販促活動のみならず商品カテゴリーを代表するブランドのリフト効果にも新聞広告が貢献していると思われる。(大阪支社広告部 倉内佳郎)



新聞広告共通調査プラットフォーム

### J-MONITOR <自由回答から>

- ・ロート製薬さんの目薬を使用しているので、この広告がとても気になりました。無料サンプル使ってみたいです。| 女性30代
- ・市販の目薬の効果効能に興味がある。店頭の種類はかなり多いので、こういう広告を参考に、あらかじめ自分向けの商品をいくつかチェックしようと思う。| 女性40代
- ・目薬といえば・・・ロート製薬。私の世代はみんなそうだと思います。しかも今回は、目薬だけではなく、目のサプリメントまでであるとはびっくりです。定期的に、目薬は購入しているので、今度薬局に行った際は、実際お店で確認して、購入したいと思います。| 女性50代
- ・最近目が疲れるのでいいなと思った。商品が気になったし、配布場所に行きたいと思った。| 女性60代

近隣ドラッグストアで  
対象商品の購買増に

(左上)10月25日付 中日朝刊5段カラー(中央のキトリ線で左側「ロートV5粒」を引換券として持参)  
(中央)10月27日、28日に名古屋栄・久屋大通公園で開催の東海テレビ「ふるさとイッチー祭」でのロート製薬ブース  
(右上)ブースでもらえる無料サンプルと近隣ドラッグストアでの購入でおまけがもらえるチラシ