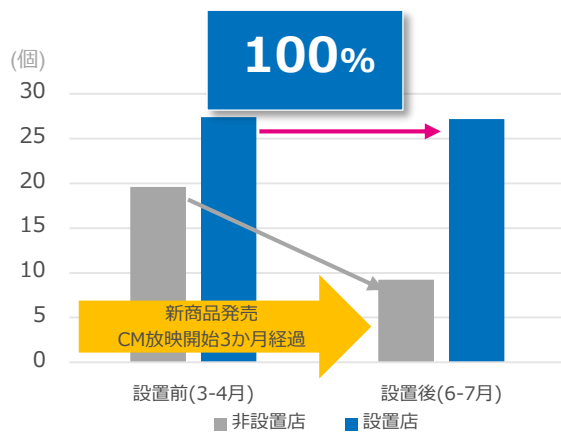


# impactTVとは商品目の生活者に対し音と映像で視認性を高め 商品情報提供を通じて強かに実売を促進する**販促用サイネージ**です

## Case01 | 店頭におけるTVCM効果を維持

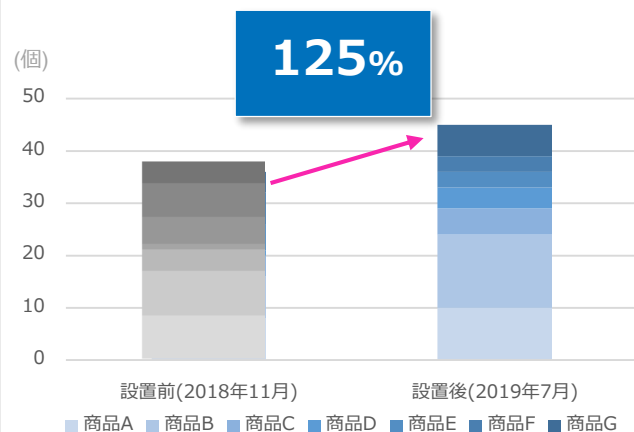
非設置店舗は発売直後と比較して半減しているが、設置店舗は**発売直後とほぼ同等の実績有り**。  
⇒ 新製品発売当時のTVCMの効果を、サイネージが補い、実績を維持。



検証商品:日用品(シャンプー)  
検証場所:ホームセンター22店舗(内5店舗にサイネージ設置)  
検証期間:2019年3月~7月  
検証方法:ホームセンターでのサイネージ定番棚設置5店舗と非設置17店舗に対して、CM放映を開始した設置前と3か月後となる設置後の1店舗当たりの平均納入数を比較。

## Case02 | ブランド訴求で商品ブランド全体の売上UP

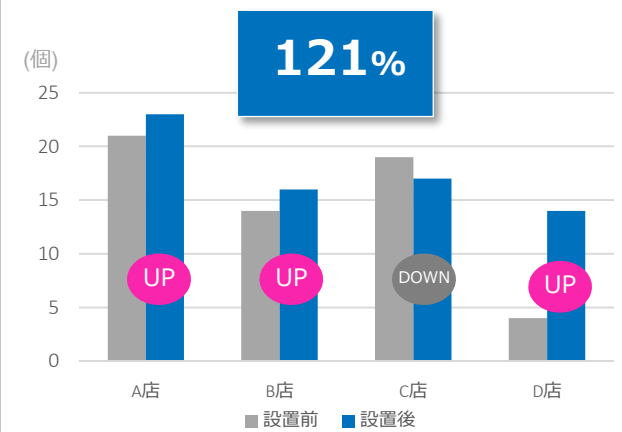
対象7商品の内、5商品でサイネージ設置後にPOS実績が**商品ブランド全体で125%の伸張**。  
⇒ サイネージの一定の効果を確認。



検証商品:日用品(男性用基礎化粧品 同一ブランド7商品)  
検証場所:ドラッグストア 10店舗  
検証期間:2018年11月(設置前) vs 2019年7月(設置後) 各1か月間  
検証方法:ドラッグストア10店舗の定番棚にサイネージを設置。設置前後の1店舗当たり平均消化個数を比較。

## Case03 | 商品訴求でチャンネル全体の売上UP

設置5店舗の単月POS実績は**設置前より平均41%UP**。  
4店舗中、3店舗で前年比アップ。  
⇒ 特に前年実績が少ないD店は前年比300%超で効果大。



検証商品:日用品(歯磨き粉)  
検証場所:ドラッグストア 4店舗  
検証期間:2017年12月(設置前) vs 2018年12月(設置後) 各1か月間  
検証方法:ドラッグストア4店舗にサイネージを設置。設置前である前年同時期との売上個数を比較。