



Welcia Media



MEDIA GUIDE

Jul to Sep 2021

Microad Digital Signage, inc.

01

メディアスペック

Welcia Mediaの概要

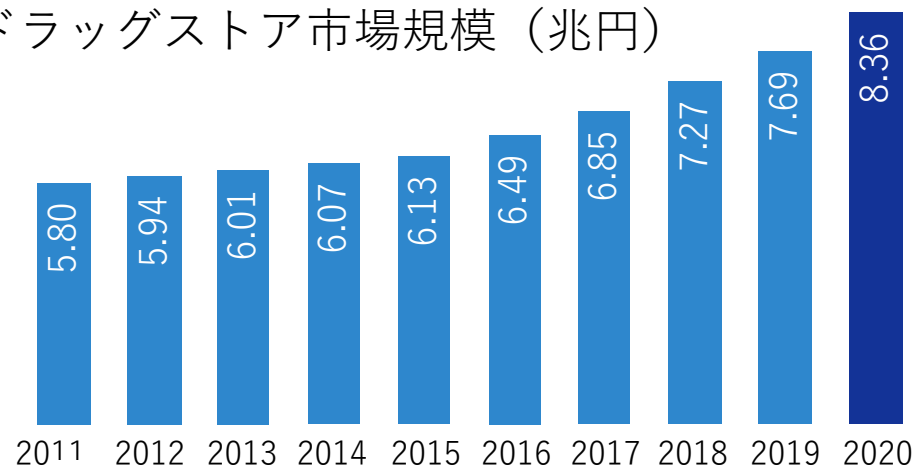
ドラッグストアの市場規模

単位：兆円

PART 01

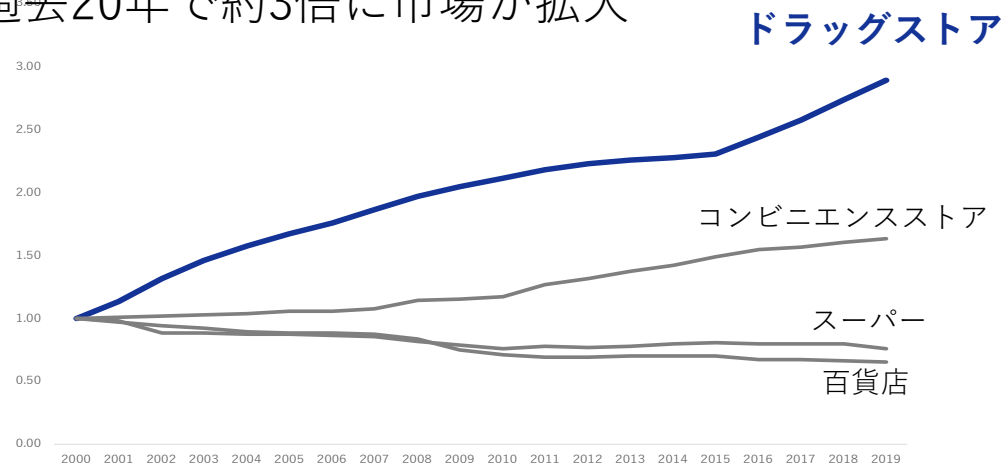


ドラッグストア市場規模（兆円）



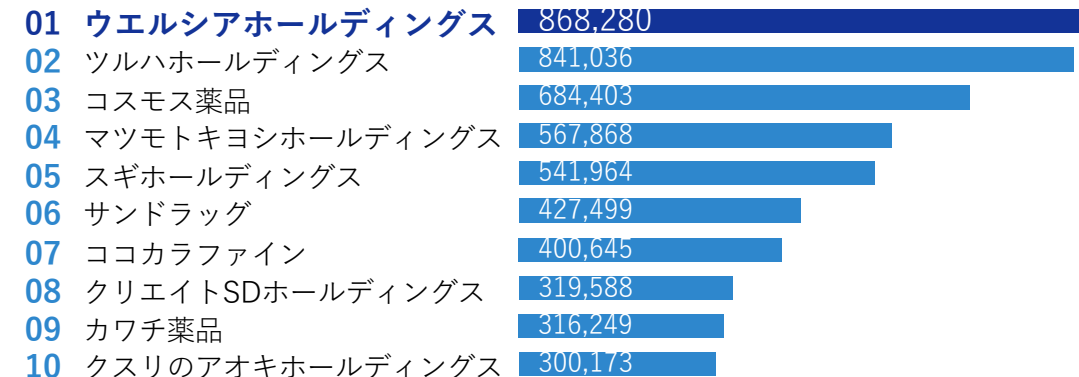
出典：日本チェーンドラッグストア協会

過去20年で約3倍に市場が拡大



参照データ：
日本のドラッグストア実態調査 日本チェーンドラッグストア協会
コンビニエンスストア統計調査年間集計 日本フランチャイズチェーン協会
チェーンストア販売統計 日本チェーンストア協会
全国百貨店売上高概況 日本百貨店協会

2019年度 売上高（百万円）



※ランキングは有価証券報告書提出企業と売上高を公表している企業で作成

図表●上場ドラッグストア2021年度第1四半期業績

単位：百万円、% HD=ホールディングス、既存店=既存店売上高対前期比

企業名	売上高	増減	営業利益	増減	経常利益	増減	四半期純利益	増減	既存店
ウエルシアHD	232,502	10.5	10,526	29.4	11,253	27.5	6,602	21.3	6.4
サンドラッグ	156,840	2.9	10,700	12.0	10,844	11.8	7,051	7.8	5.1
スギHD	149,985	16.3	8,960	20.8	9,267	17.2	6,193	17.4	8.7
マツモトキヨシHD	131,614	▲ 9.8	5,609	▲ 38.9	6,311	▲ 35.8	3,876	▲ 40.5	▲ 11.9
ココカラファイン	94,531	▲ 7.6	1,777	▲ 39.5	2,274	▲ 37.1	1,379	▲ 38.3	▲ 7.4
カワチ薬品	73,757	13.6	3,140	279.1	3,394	220.9	2,160	214.6	—
キリン堂HD	34,890	6.8	1,506	132.7	1,716	99.9	1,193	137.2	5.8
薬王堂HD	27,777	14.4	1,387	51.5	1,471	45.2	1,045	48.6	7.3

ウエルシアホールディングス（東京都）の2021年2月期第1四半期業績は、売上高は対前期比10.5%増の2325億円、営業利益は同29.4 %増の105億円だった。感染症予防対策商品や食品等の需要増により物販が大きく増加。

参考資料：https://diamond-rm.net/management/63648/

設置イメージ



ディスプレイ (43inch) 下に
買い物カゴ等を設置

高い接触率を実現



Otemachi One 店



新座市役所前 店

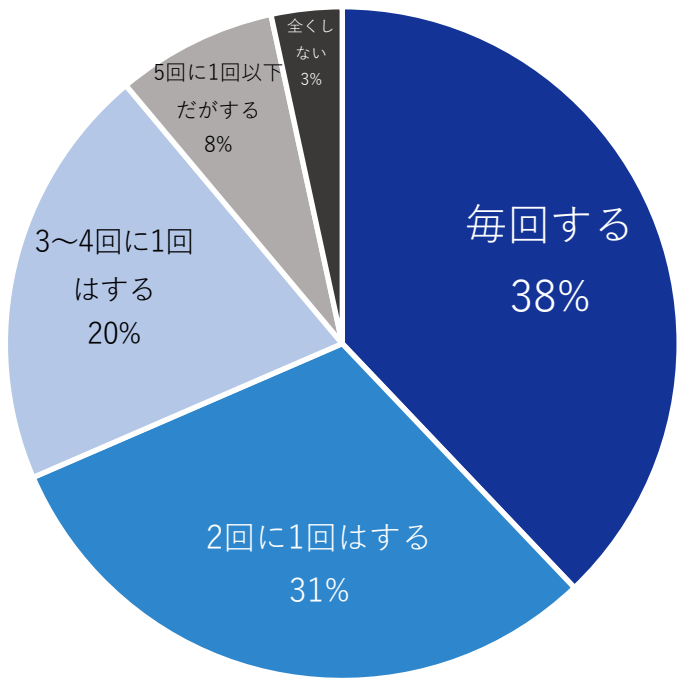


花園 店

※設置場所は入り口周辺を基本としていますが店舗の状況によっては場所が異なる場合がございます

※店舗によってはカゴ以外のものが設置されている場合がございます

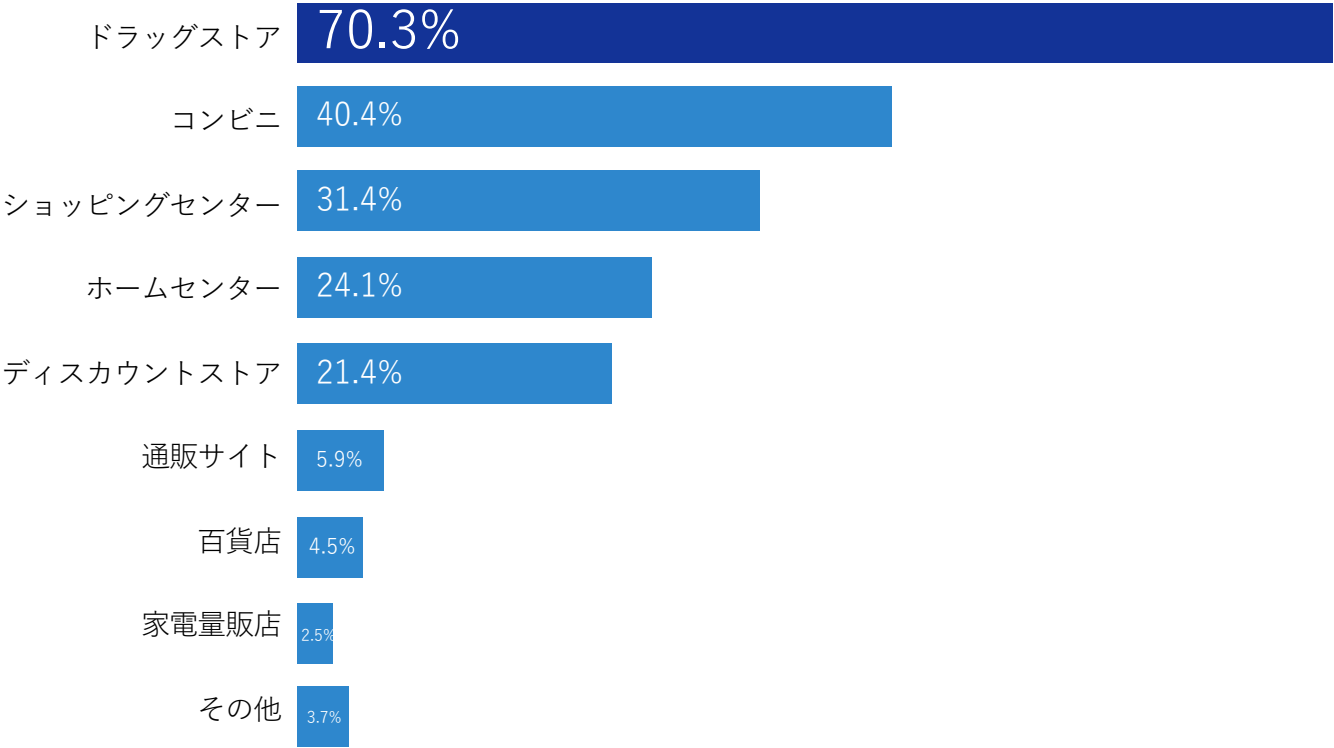
非計画購買として
”ついで買い”の頻度は高い



n=5,745 (Shufoo!を利用する既婚女性)

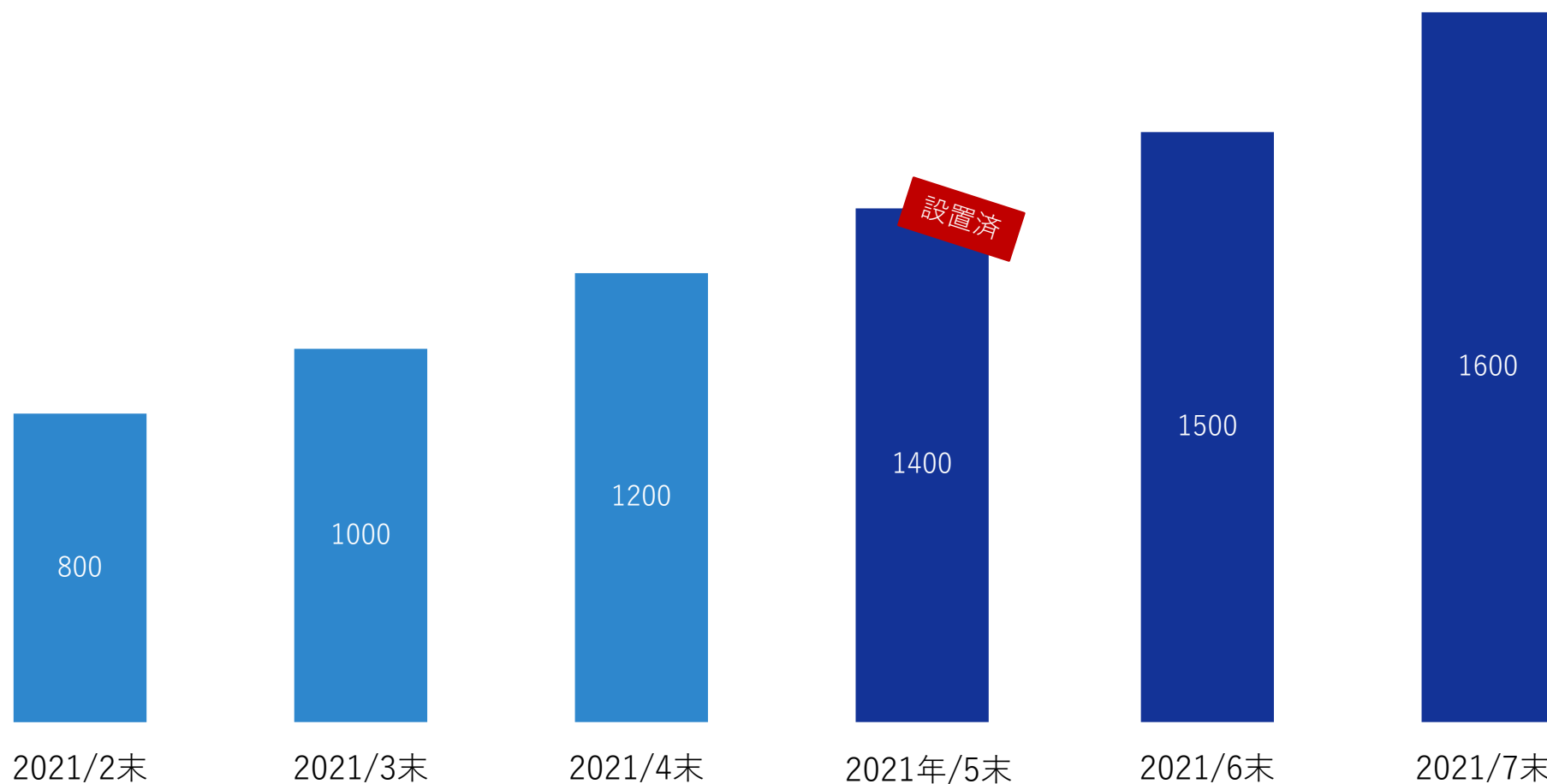
「毎回」「2回に1回」が68.5%

スーパー以外で”ついで買い”
をする場所はドラッグストアが圧倒的



n=5,745 (Shufoo!を利用する既婚女性)

参考：株式会社ONE COMPATH『Shufoo!』調べ



※以後、順次全国の各店舗まで拡大の予定です。
※設置スケジュールは現時点での予定であり、状況次第で前後する可能性があります。

問い合わせ先： 博報堂DYアウトドア 03-6441-9553

エリア・時間・曜日・天気連動など

自由な設定

で広告を放映します。

料金 ¥3,000,000～

放映期間	任意設定
放映時間	任意設定※1
放映回数	166万回～
放映尺	15秒(6秒)
放映単価	¥1.8(¥0.9)
放映頻度	任意設定
店舗数	任意設定※2
入稿仕様	1080×1920素材、15秒、音声あり、複数素材展開可
入稿期限	5営業日前17:00まで
差替え	任意に可能（最大10素材まで）
配荷確認	10営業日前までにJANコードのご用意をお願いします 開始5営業日前を目安に配荷店舗のフィードバックをいたします
レポート	POSデータ(販売数・売上・品群内シェア率)

※1. 営業時間は店舗によって変動します。また店舗によっては定休日・臨時休業がございます。

※2. 設置スケジュールや対象商品の配荷状況によって指定した店舗数は前後します。

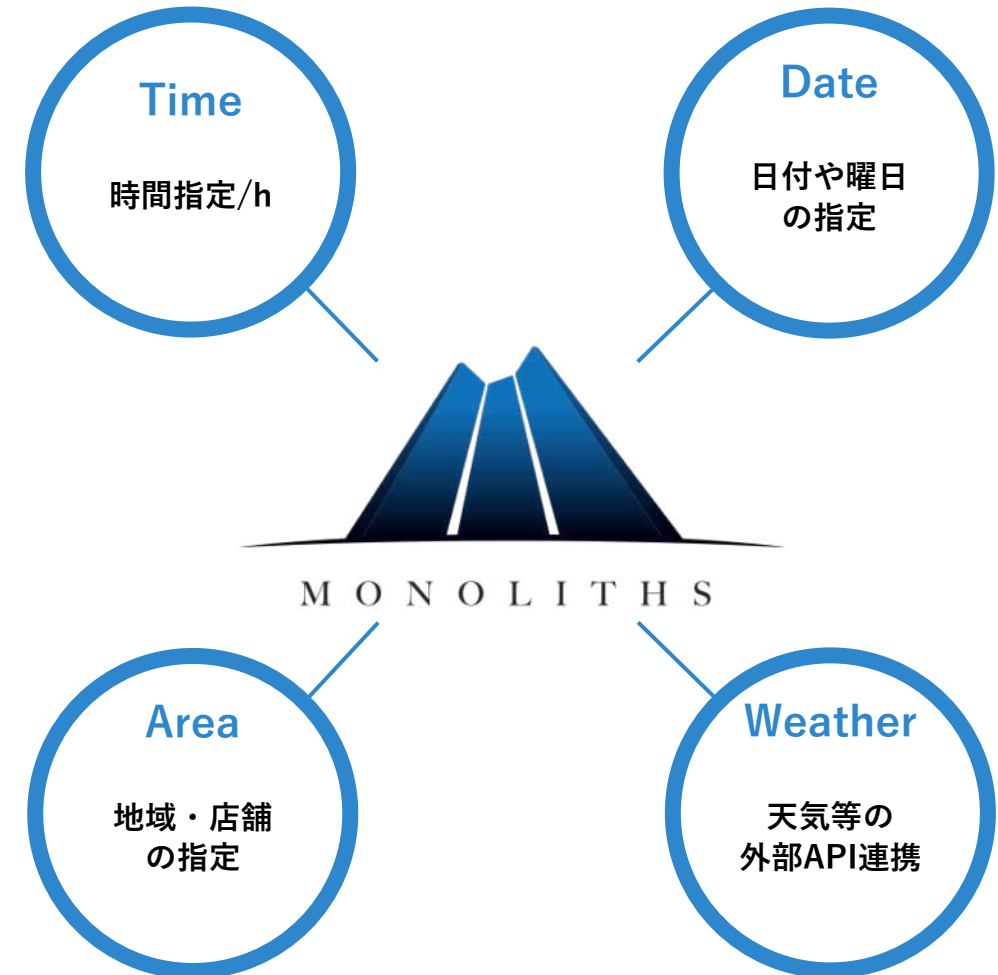


CUSTOM plan

マイクロアドデジタルサイネージの
デジタルサイネージ配信システムにより

最適なタイミング

を狙った広告放映が可能です。

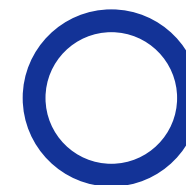
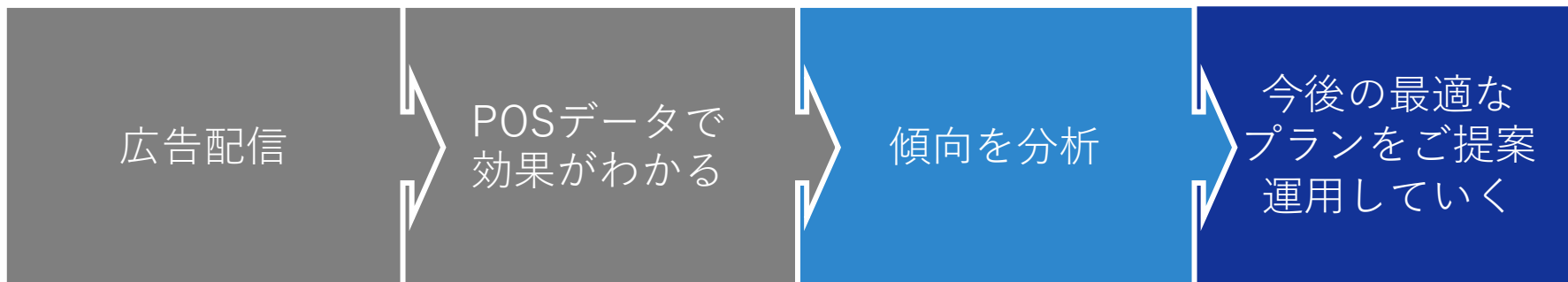


02

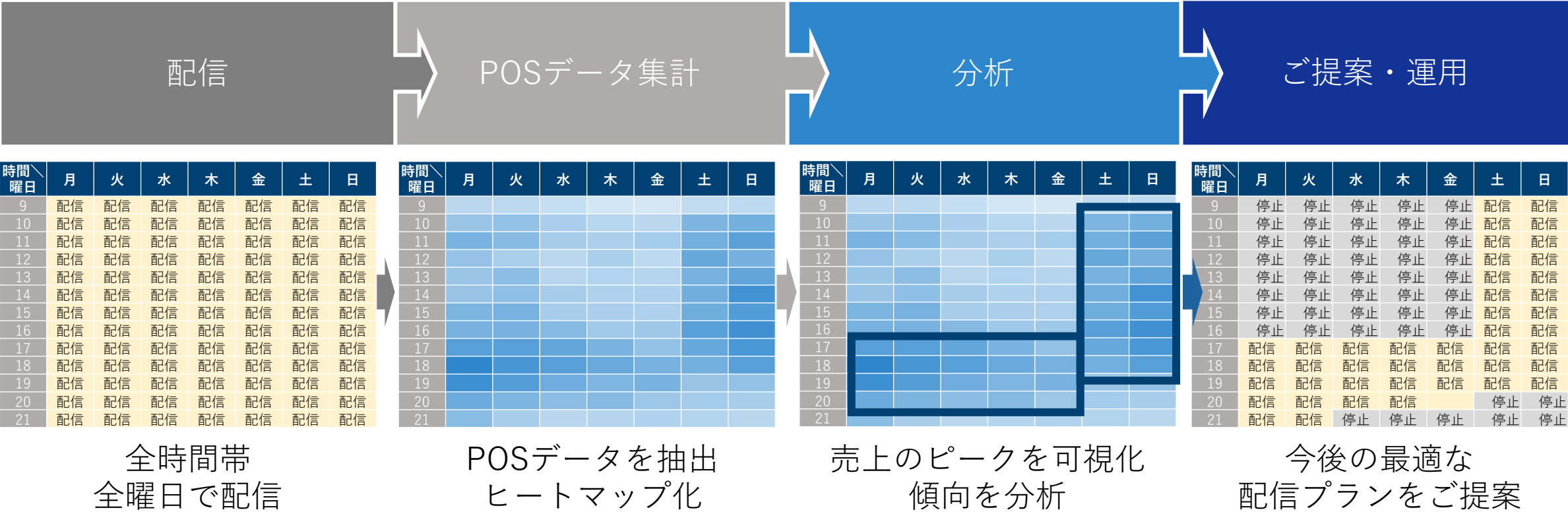
プランニングとレポート

来店ピークのタイミングを狙った配信方法と
その効果検証方法について

POSデータを見て効果がわかるだけでなく
効果を見て**細かく最適化・運用**を行います



効果検証・運用イメージ



傾向データを元にした配信設定の例

デイリー×時間帯で放映頻度を最適化

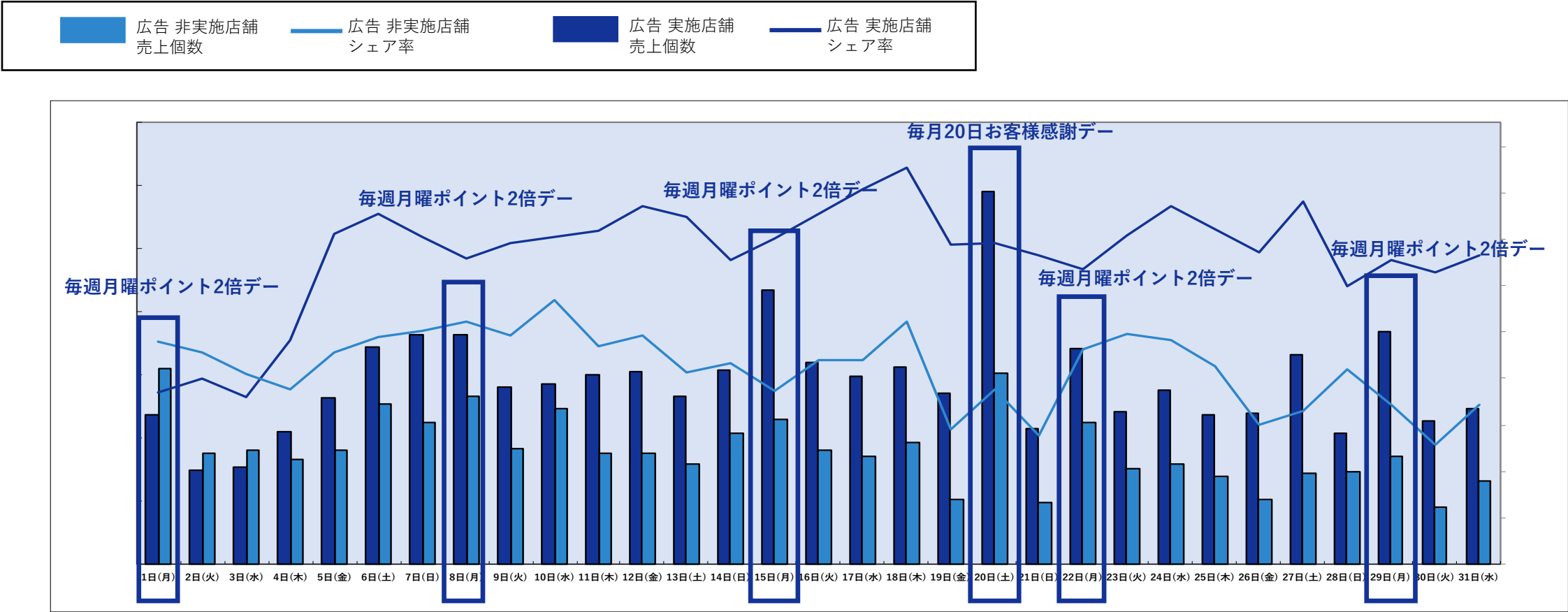
※記載の数字は1分間に放映される回数を表します。

	3/1	3/2	3/3	3/4	3/5	3/6	3/7	3/8	3/9	3/10	3/11	3/12	3/13	3/14	3/15	3/16	3/17	3/18	3/19	3/20	3/21	3/22	3/23	3/24	3/25	3/26	3/27	3/28	3/29	3/30	3/31
	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水
9時																															
10時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
11時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
12時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
13時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
14時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
15時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
16時	1					3	3	3					3	3	1					1	3	1					3	3	1		
17時	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3
18時	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3
19時	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3
20時																															

- ・ポイント2倍デーや毎月20日は放映頻度を高める
- ・その他平日は夕方のみ実施
- ・土日は終日実施

最適配信をした後の効果検証イメージ

広告実施後の売上データ（広告実施店舗×非実施店舗）



狙った通りに商品の売上がUPしているかを検証

レポート内容

販売数(個)	当該商品の販売個数
売上	当該商品の売上金額
商品単価	当該商品の単価
品群名	当該商品の属する品群
品群のトータル販売数(個)	当該商品の属する品群の総販売個数
↳シェア率	当該商品の属する品群における販売個数のシェア率
品群のトータル売上	当該商品の属する品群の総売上金額
↳シェア率	当該商品の属する品群における売上金額のシェア率
任意にカスタマイズされた品群データ	任意にカスタマイズされた品群のトータル販売個数と売上およびそれぞれのシェア率 ※対象商品のJANコードを複数ご用意ください

粒度

日別・週別・月別	週別・曜日別・月別の集計
店舗別	広告実施・非実施
時間帯別	1時間単位の傾向データ

03

Case Study

実際の効果事例をご紹介します

化粧品（マスカラ）での広告実施
放映を6週間行い実施前と実施中の売上を比較

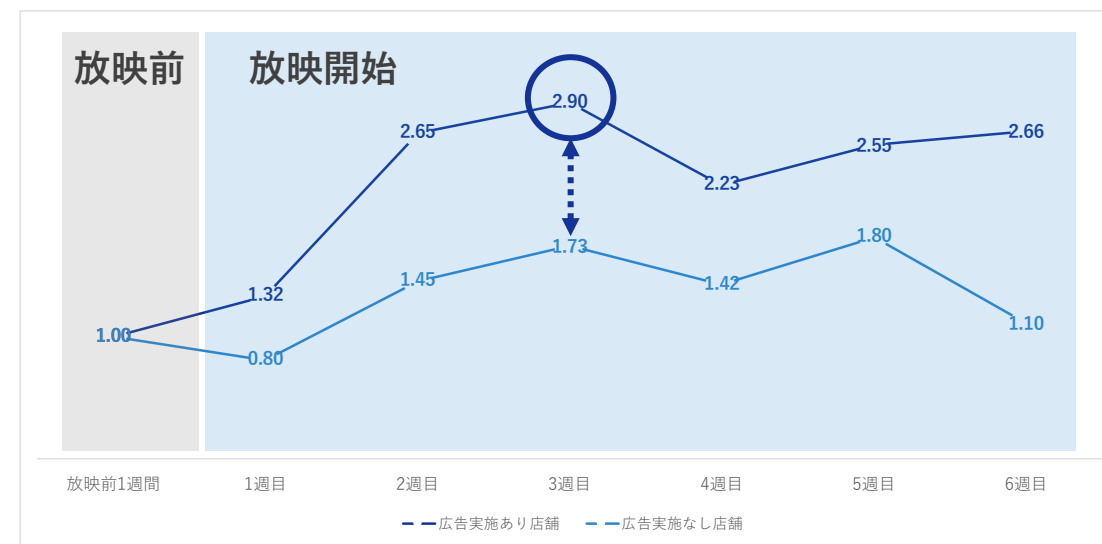
クリエイティブイメージ↓



- 静止画エリアとして、タレント写真や商品画像を配置
- 動画エリアとして、同時期に実施していたCM動画を流用
- 静止画エリアとして、商品のロゴを大きく配置

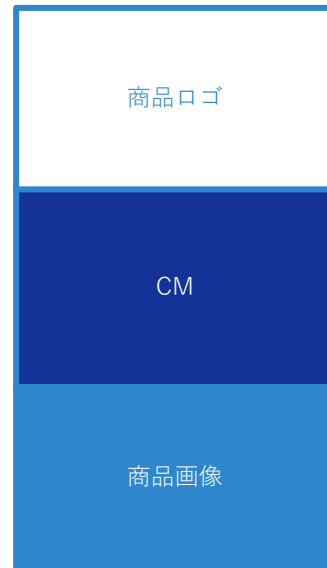
広告放映前と比べ売りが最大**2.9倍UP** 非実施店舗との差は**1.17pt**

放映前の平均売上を1.00とし、放映開始後の伸び率を指数で表現しています。
キャンペーン時期のため全体的に売上げはUPしていますが、
広告を放映した店舗ではさらに売上がUPしています。



スキンケア（保湿ジェル）での広告実施
放映を5週間行い実施前と実施中の売上を比較

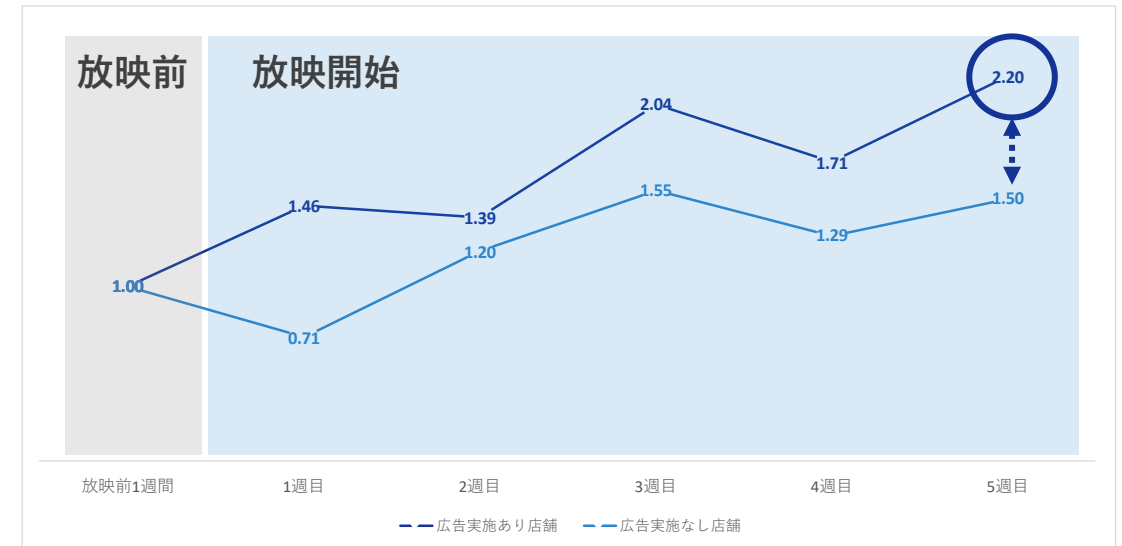
クリエイティブイメージ↓



- 静止画エリアとして、商品ロゴを配置
- 動画エリアとして、同時期に実施していたCM動画を流用
- 静止画エリアとして、商品の画像を配置

広告放映前と比べ売り上げが最大**2.2倍UP** 非実施店舗との差は**1.2pt**

放映前の平均売上を1.00とし、放映開始後の伸び率を指数で表現しています。
キャンペーン時期のため全体的に売上げはUPしていますが、
広告を放映した店舗ではさらに売上がUPしています。

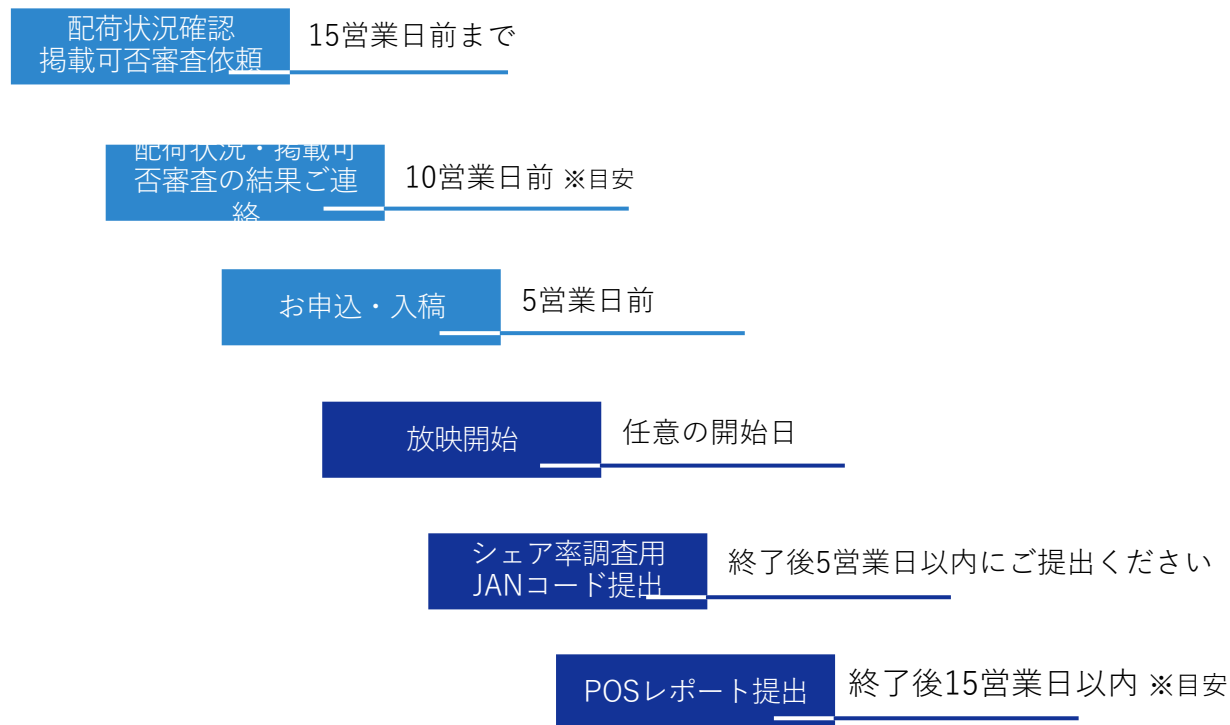


04

その他

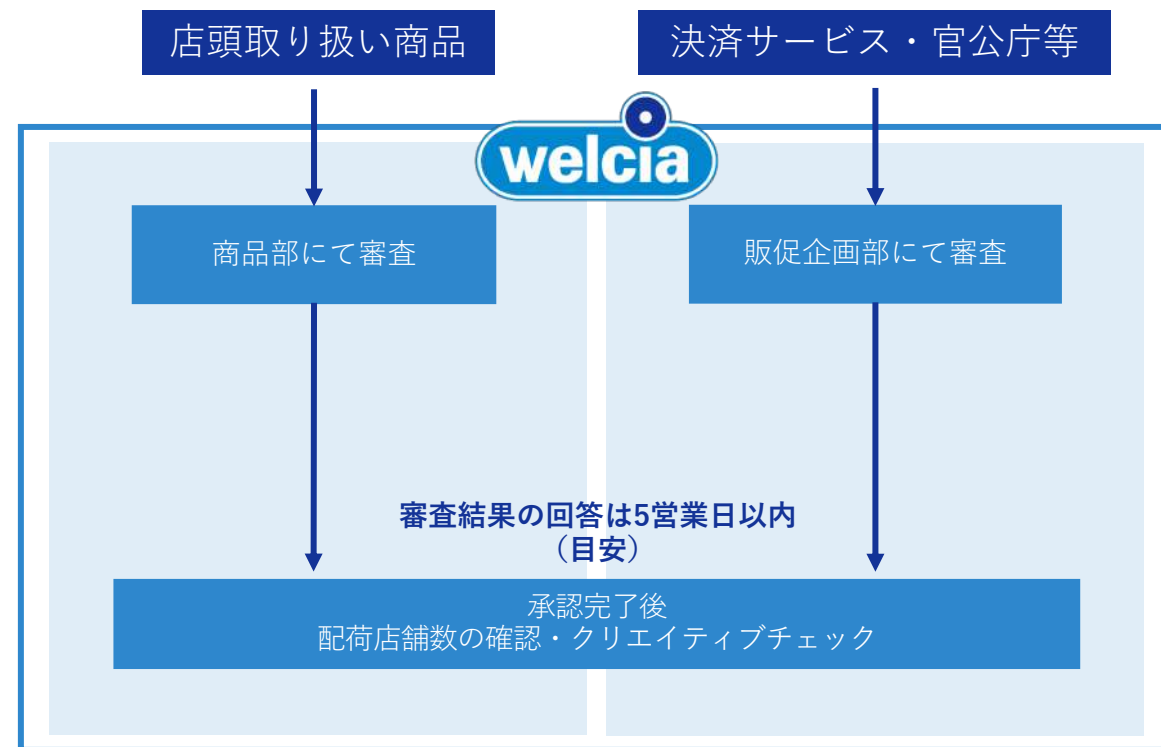
スケジュール・入稿規定・掲載審査基準等

申込・入稿スケジュール



配荷状況確認後でも、対象店舗における実施期間中の棚落ちおよび、未配荷店舗への新規配荷が発生する可能性があります。
シェア率調査用のJANコードは最低でも競合3商品以上をご用意ください。

掲載可否のルール



店頭取り扱い商品における掲載審査は**商品部**にて行います。
決済サービスや官公庁等の訴求については**販促企画部**にて行います。
その他の広告は一律掲載不可です。(例：不動産・アプリ・スポーツジム等)



入稿素材	カテゴリ	詳細
動画クリエイティブ	フォーマット	mp4形式
	サイズ	W:1920×H:1080
	※横向きに入稿してください	※右回りで90度横向きに入稿いただいたものを縦に放映します
	尺	6秒・15秒
	ファイルサイズ	最大20MB
	映像コーデック	H.264
	音声コーデック	AAC LC
	平均ラウドネス値	-24.0LKFS±1
		※規定外の場合は弊社で調整する場合がございます。
	フレームレート	29.97FPSまたは30FPS
静止画クリエイティブ	最大ビットレート	5-6Mbps以内
	フォーマット	jpeg形式
	サイズ	W:1920×H:1080
	※横向きに入稿してください	※横向きに入稿いただいたものを縦に放映します
	ファイルサイズ	最大2MB

※音声の大小有無は店舗によって異なる場合がございます。予めご了承ください。

クリエイティブ例と入稿注意点

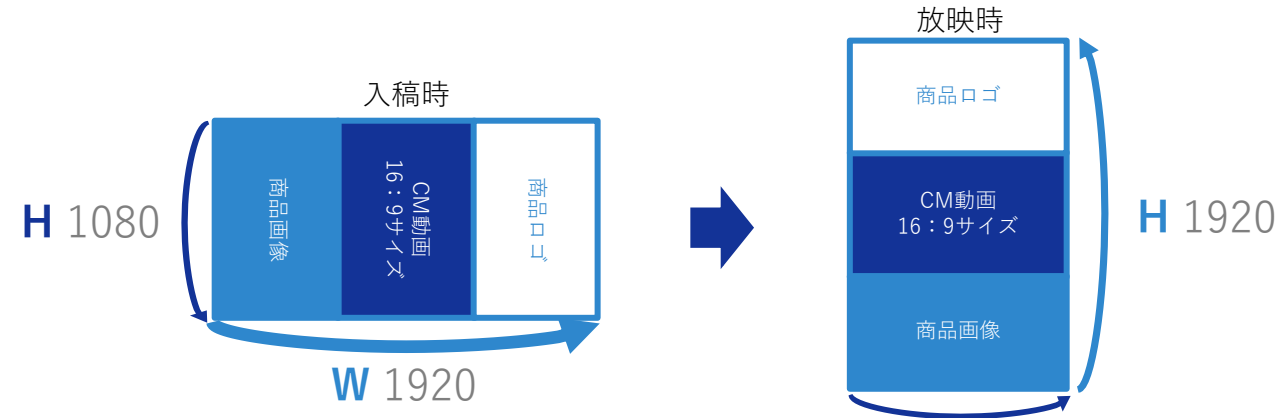
■クリエイティブ例



※過去の事例から売上のUPしたクリエイティブ例です。
必ずこの内容で入稿いただく必要はありません。

■入稿時の注意点

入稿する縦クリエイティブを横向きに入稿ください
放映時には縦に表示されます



店頭で取り扱いのある商品・サービス(決済サービス等)のみ掲載可能です。
必ず事前に広告主様・訴求内容・放映素材の審査を行います。表現についての制限事項は以下の通りです。

- (1) 責任の所在が不明確なもの
- (2) 内容およびその目的が不明確なもの
- (3) 虚偽または誤認されるおそれがあるもの
- (4) 法律、条例、条約・規約に違反、もしくはそのおそれのあるもの
- (5) 比較または優位性を表現する場合、その条件の明示、及び確実な事実の裏付けがないもの
- (6) 事実と反して、本当事者が広告主を支持、またはその商品やサービスなどを推奨、あるいは保証しているかのような表現のもの
- (7) 投機、射幸心を著しくあおる表現のもの
- (8) 社会秩序を乱す次のような表現のもの
 - 暴力、賭博、麻薬、売買春などの行為を肯定、美化したもの
 - 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与えるおそれがあるもの
 - 性に関する表現が、わいせつ性の高いもの
 - その他、風紀を乱したり、犯罪を誘発するおそれがあるもの
- (1) セクシュアルハラスメントとなるおそれのあるもの
- (2) 他を中傷・誹謗(ひぼう)するおそれのあるもの
- (3) 宗教信仰による布教活動・寄付金募集を目的とするもの
- (4) 詐欺行為、不良商法とみなされるもの
- (5) 本当事者の記事进行中傷、あるいは否定するもの
- (6) 本当事者の社会的評価を低下させるとされるもの
- (7) 非科学的または迷信に類し、ユーザーを混乱させるおそれがあるもの
- (8) 差別、名誉棄損、プライバシーの侵害など人権を侵害するおそれがあるもの
- (9) 個人情報の利用、管理などに十分な配慮がなされていないもの
- (10) 医療、医薬品、化粧品において、効能、効果、性能等の表現が厚生労働省の承認した範囲を逸脱するもの
- (11) 名前、写真、談話及び商標、著作物などを無断で使用したもの
- (12) 詐欺的なもの、または、いわゆる不良商法とみなされるもの
- (13) 政党、政治活動に関わるもの
- (14) その他、不相当と判断したもの