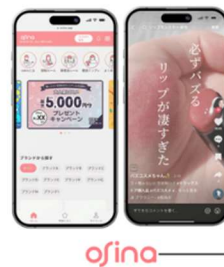


pHmedia・NEL・博報堂が新広告パッケージ提供開始

ドン・キホーテの店舗活用とosinaによるSNS拡散で、一気通貫した広告パッケージ



ドン・キホーテの店舗と
osinaによるSNS拡散で
一気通貫したリテールメディア施策



サインネージに活用

ドン・キホーテを展開するPPIH と博報堂が共同設立したリテールメディア事業を展開する株式会社pHmedia（ペーハーメディア 本社：東京都渋谷区、代表取締役：奥田薫、以下pHmedia）は、ブランドとお客様を“推し”でつなぐプラットフォーム「osina」の運営を行うリテールテックカンパニーのNEL株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：西田 陸、以下NEL）および株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下博報堂）と共同で、「osina」とドン・キホーテの店舗を活用した新たなリテールメディア広告パッケージの提供を開始いたします。

新広告パッケージの概要

今回の広告パッケージは、NELの「消費者ドリブンなマーケティング」と、pHmediaの「ドン・キホーテでのユニークな買い場づくり」を組み合わせています。

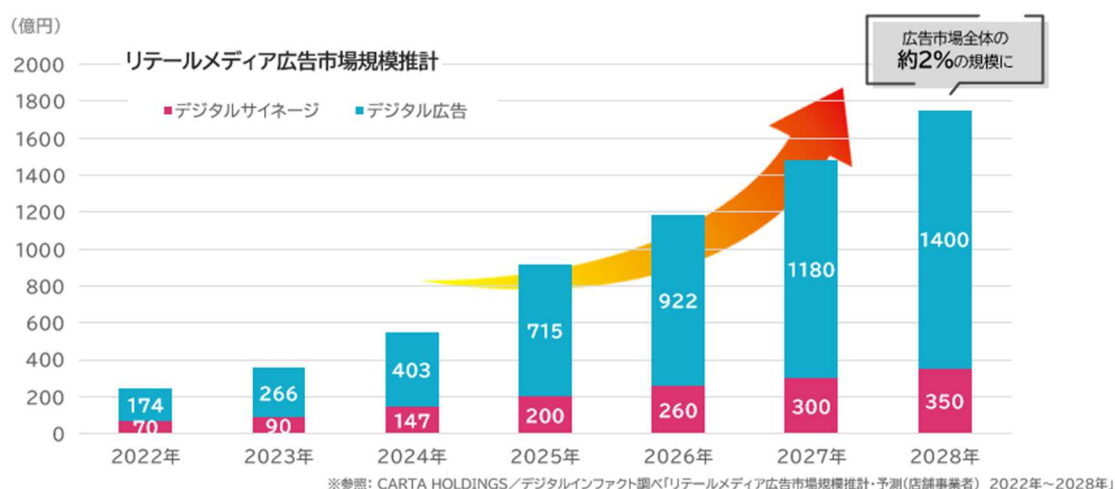
「osina」を活用したSNS拡散によるオンライン施策とオフラインのドン・キホーテの棚やリテールメディアと連動した施策を実現することで、ブランドの売り上げに繋がる本質的なマーケティングソリューションを展開します。

日本におけるリテールメディア広告の市場

昨今では、さまざまなメディアにおいて、リテールメディア市場の伸びしろ・有用性に関するニュースが増え、マーケティングの観点でも急激に「リテールメディア」に対する注目が集まり始めています。

日本におけるリテールメディア広告の市場は2024年では910億円、2028年には1,750億円と推定されており、**約3.2倍の市場規模に成長**すると予測されています。

日本のリテールメディア市場は、2028年には
2024年比 **約3.2倍の1,750億円** に達すると予測されています。



リテールメディア広告は、小売業者が「自社の顧客接点」と「購買データ」という強力な資産を広告ビジネスとして活用し、ECサイトや実店舗が広告メディア化することで、新たな収益源を得ると同時に、広告主側も高精度のターゲティングが可能になるため、近年のデジタルマーケティングにおいて大きな注目を集めています。

なぜNELとpHmediaが連携するのか

- ・ SNSとリテールに特化したUGC (※1) に強いNEL

オンライン化が進んでいると言われる日本において、リテール領域における店舗購入率はいまだ約90% (※2) です。一方、マーケティング活動はテレビCMや新聞・雑誌広告などのオフラインから、デジタルに少しずつ移行しつつあります。そのためNELはオンライン・オフラインの垣根を越え、新たな仕組みとソリューションを生み出しています。

市場の動きの中でNELは事業全体売上の成長率は昨対比205% (※3) 、NELの注力事業の一つであるブランドとお客様を“推し“でつなげるプラットフォーム「osina」のosinaのUGCコンテンツは、サービス開始1年2ヶ月で20億回再生 (※4) を突破するなど、UGCマーケティングのプロダクトとして大きく事業成長を遂げています。

「osina」では購買者がコンテンツを作り、それを視聴したユーザーが新規来店・購買するという「購買者によるOMOのバイラルシステム」となっており、「osina」に投稿されたコンテンツを店頭デジタルサイネージでも活用することで、SNS上でバズを発生させるだけでなく、SNSを活用していない生活者にもPOSに寄与しているコンテンツをアプローチができる本共同パッケージを活用することで、顧客へ直接的に商品への興味関心、購入意向、購入の最大化を図ります。

(※1) UGCとは、ユーザー生成コンテンツのことでUser Generated Contentの略

(※2) 経済産業省「令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」<https://www.meti.go.jp/press/2023/08/20230831002/20230831002.html>

(※3) 2022年12月～2023年11月と2023年12月～2024年11月の通期売上上の比較

(※4) 2023年1月～2024年12月の通期再生数の比較

・消費者の行動喚起に直結する、最適化された統合型のマーケティングに強いpHmedia

ドン・キホーテを展開するPPIHは、「顧客最優先主義」を企業原理とし、消費者との直接接点である店舗において、各店舗がそれぞれの商環境や顧客の動きを深く理解した上で、個店ごとに品揃えや価格を変化させ、「いつの時代もワクワク・ドキドキする驚安商品のある買い場づくり」を行っています。

博報堂は、「生活者発想」をフィロソフィーに掲げ、生活者への深い洞察を起点に、テレビ～デジタル～店頭までを一気通貫させたフルファネル型マーケティング・コミュニケーションを通じて、多くのメーカー企業のマーケティング課題解決の支援を行っています。

“個客商売のプロ”であるPPIHと“マーケティングのプロ”である博報堂の両社の知見を掛け合わせることで、消費者が買い場で商品を購入するアクションを起点に、認知・興味関心まで遡った「消費者の行動喚起に直結する、最適化された統合型のマーケティングおよび販促活動」が可能になります。

「pHmedia × osina 新広告パッケージ」の特徴

1. SNSとリテールに特化したOMOのノウハウで支援

NELはオンラインマーケティングから、オフラインマーケティングをつなぐOMOという領域に強みを持ち、リテール特化のプロモーション支援をしています。SNSを活用し店頭の売上促進やブランド認知を高めるノウハウをもとに、オンラインからオフラインまで一気通貫した最適なマーケティング支援を実現します。

2. osinaで検証したクリエイティブを安価に活用

osinaはFGC(Fun Generated Content)という、ブランドのファンである一般の方が作成するコンテンツを多く創出しています。osinaに投稿された効果の高いクリエイティブを店舗のデジタルサイネージでも活用することで、店頭の顧客へ直接購買を促進することが可能で

す。また、osinaで生み出されたクリエイティブを活用するため、安価にクリエイティブを大量生成することができます。

3. ドン・キホーテの店頭を活用した販促支援と買い場展開

ドン・キホーテの店頭を中心としたリテールメディアによる広告支援に加え、各種購買分析（定量レポート）によって、購入者を立体的に捉えます。

■各社コメント

pHmedia株式会社 代表取締役社長 奥田 薫

当社は、ドン・キホーテをはじめとするPPIHが持つ国内・海外の700店以上の店舗網や、国内では約1,600万ユーザーを持つ「majicaアプリ」の購買データから生まれる個客理解力と、博報堂の知見を融合して設立したリテールメディア事業を展開する会社です。今回、NEL様と、pHmedia × osinaによる、ブランドのファンである一般の方が作成するコンテンツを活用した新しいマーケティング手法の提供が開始できることは、pHmediaがかかげる「お客さま（消費者）の行動喚起に直結する最適化された統合型のマーケティングおよび販促活動」にも寄与すると感じています。osina登録者の「推し」の熱量の高いコンテンツを、pHmediaが保有するオンライン・オフライン双方の接点を活用して生活者に届けることで、よりワクワク・ドキドキする買い場づくりを実現していきます。

NEL株式会社 代表取締役社長 西田 陸

このたびpHmedia株式会社との協業により、総再生数20億以上・投稿数30,000本以上を誇る「osina」登録者が生み出す熱量あふれるコンテンツを活用した、新たなリテールメディア広告パッケージを提供できることを大変嬉しく思います。

PPIH社が持つ国内・海外の700店以上の店舗網や約1,600万ユーザーの「majicaアプリ」などから得られる豊富な個客理解力と、当社が提唱する消費者の「推し」という意向をもとにしたクラスターマーケティングのノウハウを掛け合わせることで、ブランドと生活者をさらに深く結びつけ、購買行動を直結的に喚起する最適化されたマーケティング活動を実現できると確信しています。

今後も「osina」のパワーを最大限に活かし、ワクワクとドキドキに満ちた新しい買い場づくりと、多くの企業のビジネス成長に貢献してまいります。

■株式会社pHmedia（ペーハーメディア）について

代表取締役：奥田薫

取締役：小林真美、佐藤智施

所在地：東京都渋谷区道玄坂二丁目25番12号

事業内容：

- ・リテール領域における統合メディアソリューションの企画、開発、販売、運営

- ・リテール領域におけるコンサルティング提供

コーポレートサイト：[株式会社pHmedia（ペーハーメディア）](#)

■「osina(オシナ)」について

<https://youtu.be/WpTyRG6kB98>

osinaはブランドとお客様を“推し”でつなげるプラットフォームです。ユーザーはosinaに掲載されている商品の中から、愛用品や気になる商品を購入しSNSに動画を投稿。ユーザーは投稿した動画の再生数によって報酬を得ることができます。ブランド様にとっては、一般的な「インフルエンサー」ではなく、一般消費者層の愛用者＝ファンによるFGC（Fan Generated Contents）を大量に、効率よく創出できます。

<https://biz.osina.app/>

■NEL株式会社について

<https://youtu.be/e3sxLDTxdho>

150兆円の小売市場に挑むリテールテックカンパニーNEL株式会社は、「産業革命の中心を、ここに」のパーパスのもと人々の生活を豊かにする産業成長を目指す会社です。メーカー・小売・消費者の全てのステークホルダーに事業を通し、ソリューションを提供しています。オンライン・オフラインの垣根を越え、技術とアイデア、データプラットフォームを活用することで常に新しい一歩を生み出します。

市場の動きの中でNELは事業全体売上の成長率は昨対比205%（※1）、NELの注力事業の一つであるブランドとお客様を“推し”でつなげるプラットフォーム「osina」では、サービス開始1年2ヶ月で昨対比1,000%（※2）と大きく事業成長を遂げています。

（※1）2022年12月～2023年11月と2023年12月～2024年11月の通期売上の比較

（※2）2022年12月～2023年11月と2023年12月～2024年11月の通期再生数の比較

所在地：東京都渋谷区恵比寿1-21-17 Sreed EBISU+C 3F

代表者取締役社長：西田 陸

設立日：2017年12月14日

事業内容：osinaの運営、SNS専門総合広告代理事業、キャスティング事業、ソフトウェア事業

コーポレートサイト：<https://www.nel-all.com/>

■本リリースに関する問い合わせ先

株式会社pHmedia

MAIL：info@phmedia.jp