

プレスリリース  
報道関係各位

ショッパーセントリックエージェンシーのマックス  
同社独自の売り場検証プログラム StoreFACT™により  
コロナ禍での新たな購買行動の検証結果を発表

ショッパーインサイトとストアインサイトを活用し、営業・販促・販売のソリューションを提供することで消費財メーカーなどの売上拡大に貢献する企業、株式会社マックス（本社：東京都中央区、代表取締役社長兼 CEO：平田敬）は、同社独自の売り場検証プログラム StoreFACT™ による検証を行い、コロナ禍の生活変容により特定機能を訴求することで新たな購買層が浮かび上がった結果を発表いたしました。

今回、マックスではコロナ禍において顧客の在宅時間が増加し、テレビ、パソコン、読書など目を酷使することで生じるトラブルに着目することで、目薬の新規顧客獲得を目的とした店頭コミュニケーションの仮説を立案しました。従来の機能性目薬訴求に対し「コロナ禍で気が付かないうちに眼精疲労を抱えている方に気づきを与える」商品訴求として下記『①コロナ訴求』を設置、比較対象として『②機能訴求』『③無訴求』と3パターンを用意し、ドラッグストア店頭にて4週間、店舗別販売検証を実施いたしました。

① コロナ訴求



② 機能訴求



③ 無訴求



検証の結果、直近4週間の数量PI値<sup>※1</sup>伸長率は、①のコロナ禍での眼精疲労訴求を行った店舗が、他の訴求を行った店舗（②各目薬の機能訴求のみ、③機能については何も訴求しない店舗）に比べて一番の伸びを示しました（数値1）。さらに新規顧客<sup>※2</sup>の購買は、コロナ禍での気づきを与えた訴求を行った店舗にて最も増えたことが分かりました（数値2）。

※<sup>1</sup>PI 値=店全体の来店客 1000 人当たりの買い上げ率を表す数値

※<sup>2</sup>直近 12 週間以内に目薬の購入履歴が無く検証期間中に対象商品を購入した顧客

・数量 PI 値伸長率 (数値 1)

①コロナ訴求	②機能性訴求	③無訴求
186%	168%	176%

・新規顧客人数構成比 (数値 2)

①コロナ訴求	②機能性訴求	③無訴求	④定番のみ
67%	47%	62%	50%

このことから、ショッパーに“コロナ禍で気が付かないうちに眼精疲労を抱えている”との店頭での適切な気づきを与えることにより、新規顧客を獲得できる数値的結果を立証いたしました。

同社は、コンセプトアルターゲットであるコンシューマー（潜在的な購買層となる消費者）と、実際のショッパー（購入者）双方を想定し、仮説に基づいた効果的な店頭展開を実現することにより、メーカー企業様に有効かつ貴重なインサイトをご提供・ご提案することができます。さらに StoreFACT™ を導入し、ID-POS、売り場の画像データの分析を活用することも可能となります。マックスならではのショッパー視点の仮説から訴求方法（什器・POP 製作）開発・検証設計・売場実現を通じて得られる検証結果をもとに、「売れるを創る」ための PDCA サイクルをご支援いたします。

報道関係者の皆様におかれましては、ご多忙中とは存じますが、ぜひこの機会に、株式会社マックスのご取材を賜りますようお願い申し上げます。  
ご取材のお申し込みは、下記広報窓口までお問い合わせください。

【社名：株式会社マックス】

本社所在地：

〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町 2-13-13 茅場町 2 丁目共同ビル 6F

代表者：代表取締役社長兼 CEO 平田敬

設立：2000 年 9 月 7 日

資本金：5000 万円

TEL：03-5847-8661 FAX：03-5847-8671 URL：<http://www.macs-agcy.co.jp/>

事業内容：店頭支援事業、販売・営業支援事業、販促支援事業、人材支援事業、

労働者派遣事業許可番号：派 13-010847

有料職業紹介事業許可番号 13-ユ-304849

<本プレスリリースに関するお問い合わせ先ー広報窓口ー>

株式会社マックス広報 otoiawase\_macs@macs-agcy.co.jp

南宮：090-1600-4891/snangu@ymktg.com

京野：090-3331-7237/ykyono@ymktg.com