

報道関係各位

2020年8月25日
カタリナ マーケティング ジャパン株式会社

カタリナ マーケティング、通常のレジオペレーションだけで実施できる商品 サンプリングソリューション「CATALINA In-Store Sampling」の提供を開始 キリンビールなど消費財各社が採用

～コロナ禍での店頭試食モニタリングに変わる新しいサンプリング施策～

カタリナ マーケティング ジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：Brett Wayn（ブレット・ウェイン）、以下カタリナ）はこのたび、全国のリテールチェーンで展開可能な商品サンプルソリューション「CATALINA In-Store Sampling」の提供を開始しました。同ソリューションは、キリンビール株式会社様が提供する「淡麗グリーンラベル」「グリーンズフリー」で展開中の新製品キャンペーンをはじめ、各メーカー様にて導入・実施が進んでいます。

「CATALINA In-Store Sampling」は、カタリナが提供するレジクーポンの仕組みを応用することで、店頭のおペレーションに追加することなく、お客様に商品サンプルを提供し、その効果を検証することが可能な新しいソリューションです。

現在、新型コロナウイルス感染防止のため、小売店チェーンや消費財メーカー各社は、これまで店頭でおこなわれていた試食・試飲モニタリングやイベントによる試供品配布、店頭での商品キャンペーンなど、人と人が近距離で触れ合う販促施策の実施が難しくなっています。

またそれに代わる、WEBサイトなどを使ったオンライン上での商品プレゼントキャンペーンは、専用のフォームの作成や商品の発送・郵送にかかるコスト、個人情報を取り扱うリスクなどの負担が課題となっていました。

「CATALINA In-Store Sampling」は、こういった課題を解決する新たな施策としてリリースしました。レジ・クーポン®を活用することで、普段の買い物と同じ場所・導線の中でサンプル商品を配付でき、キャンペーンのために人員やスペース、オペレーションを追加する必要がありません。また、顧客の購買行動に合わせた無料サンプリングクーポンを配布することで、よりリピート購買の可能性の高い顧客へのアプローチを実現すると同時にその効果測定まで提供します。

引き換える商品は店頭陳列されるものをそのまま利用し、お客様自らが手にとってお持ち帰りいただけるため、冷蔵・冷凍食品など、郵送に向かない商品にも適用でき、さらに送料などのコストを抑えることもできます。

<店舗、商品メーカー、消費者にメリットを提供する CATALINA In-Store Sampling>

■施策を実施するメーカー側メリット

運用コストの削減

従来の店頭での試食・試飲イベントに伴う人件費や、オンライン施策でかかっていた配送費や制作費よりも低コストで実施が可能です。店舗にある商品を使ったサンプリングのため、商品の保管・梱包・郵送コストを削減できます。

コロナ禍における接触リスクなどを軽減

商品の手渡しや商品説明に伴う、接触リスクを防止し、新型コロナウイルス感染リスクを軽減します。オンラインでの顧客とのコミュニケーションによる個人情報保護やサイトセキュリティなどのリスクを気にせず実施できます。

実際の商品を扱う売り場での展開、複数店舗でのキャンペーンが可能

実際に商品を扱っている店舗の売り場で展開することでサンプリング配布からリピート購買に直結した誘導が可能です。またカタリナが契約する全国のGMS（総合スーパー）・SM（スーパーマーケット）・ドラッグストアのチェーン各店舗で一斉販促キャンペーンとして実施することができます。

商談機会創出

消費者の再来店の機会を創出することでリテラーの売上に貢献できます。配荷アップなど商談への活用も可能です。

■施策を導入する店舗側メリット

追加のオペレーションが不要

レジ・クーポン® をすでに導入している店舗では、会計時に発券されるレジ・クーポン®と通常のオペレーションのみで完結するため、店員の追加業務の負担なしに実施が可能です。

来店率アップに貢献

割引券ではなく、100%値引き（無料）クーポンとなるため、消費者の再来店の機会を創出し、来店率・リピート率の向上が期待できます。

■クーポンを受け取る来店顧客メリット

接触リスクなく簡単に参加

クーポンと商品をレジに持っていきだけで、気になる商品を「無料」で試すことができます。従来必要だった応募フォームの入力などの手間は一切かかりません。商品の手渡しや商品説明に伴う、接触リスクが低減されます。

気になる商品がもらえる

「CATALINA In-Store Sampling」は、カタリナが現在も提供しているレジ・クーポン®のターゲティング同様、購買傾向を推測し、商品をセレクトして提供します。よく買っていた商品の新製品や、類似した商品、購入しそうなカテゴリの商品など、お客様に合った気になる商品のクーポンが提供され、新たな体験につながります。

< CATALINA In-Store Sampling の流れ >

サンプル配布までの流れ



会計時にクーポンを取得



次回来店時に売り場で対象商品を手入



会計時に商品とクーポンを提示
※値引クーポン等と同様のフロー



商品を無料で獲得

<順次拡大中：全国の店舗で同時に実施が可能>

本施策は、限られた店舗との個別施策ではなく、カタリナとパートナー契約している全国約 6,000 店舗の GMS（総合スーパー）・SM（スーパーマーケット）・ドラッグストアのチェーンのうち、約 2,800 店舗の大手リテールチェーンでの一斉実施が可能です（2020 年 8 月現在）。今後も実施可能店舗チェーンは拡大していく予定です。また、すでにキリンビール様をはじめとして各メーカー様での採用が決まり、トライアル実施が開始されています。

<採用事例：キリンビール様>

4 月の「淡麗グリーンラベル」、「キリン グリーンズフリー」プロモーションタイミングでの実施

無料引換券

KIRIN 淡麗グリーンラベル
350ml 商品コード(4901411001975)

引換方法 本券と淡麗グリーンラベル350ml 1缶をレジまでご持参いただきスタッフにお渡しください。

引換期限 202X年X月X日(X)

ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。お酒は楽しく適量で。妊娠中・授乳期の飲酒はやめましょう。のんだあとはリサイクル。



新 BLUE AND QUALITY
GREEN LABEL
淡麗
グリーンラベル
糖質70%オフ
BREWED FOR GOOD TIMES
お酒
ALC.4.5% 発泡酒



SAMPLE
080888888888888888888888

注意事項 *本券を紛失された場合は、無効です。
*本券は1回限りご本人様のみ有効です。
*取扱いのない場合はご容赦ください。

種別 00

発泡酒

無料引換券

KIRIN グリーンズフリー 350ml
商品コード(4901411100524)

引換方法 本券とグリーンズフリー350ml 1缶をレジまでご持参いただきスタッフにお渡しください。

引換期限 202X年X月X日(X)

のんだあとはリサイクル。



GREEN'S FREE
グリーンズフリー
自然派ビールテイスト
アルコール0.00%
ビールテイスト調整飲料
ノンアルコール



SAMPLE
080888888888888888888888

注意事項 *本券を紛失された場合は、無効です。
*本券は1回限りご本人様のみ有効です。
*取扱いのない場合はご容赦ください。

種別 00

ノンアルコール

「淡麗グリーンラベル」「キリン グリーンズフリー」採用ポイント抜粋 （担当者様コメントより）

・ノンアルコールビールや糖質オフ・ゼロのビール類は、味に対するマイナスイメージがあり、まず1度飲んでみて「おいしい」ことを実感していただけないと購買につながりません。そのため、サンプリングは販促施策として必須だと考えています。

・コロナ禍の影響で物理的に店頭サンプリングする手段がなくなった中、郵送サンプリングは発送費がかなりかかり実施負担が大きく、こういった要因から、課題を解決するぴったりの施策を提供してもらいました。

・店頭でお客様が商品を選びレジに行くという、通常のお買い物シーンの中で完結する施策であること。追加オペレーションや追加人員がなく、多くの店舗で展開できることも魅力でした。

・展開場所が、実際に商品を扱っているスーパーやドラッグストアの売り場であることから、サンプリング体験後の継続購買にも繋がるだろうという期待が高いです。

【カタリナ マーケティング ジャパン株式会社】

消費財メーカーと小売チェーンのビジネスを向上させるグローバルなターゲット・マーケティング・サービス専門企業です。国内の SM/GMS を中心とした小売チェーンを対象に、毎週 1 億件以上のレジ通過者へ「レジ・クーポン®」を直接配布できるネットワークを有しており、オンライン、オフラインのタッチポイントとデータをシームレスに統合した「CATALINA 360 プラットフォーム」を構築しています。カタリナ独自のネットワークから消費者の嗜好性やニーズ、購買動向を把握することによって、的確な消費者へ、的確なタイミングで、適切なメッセージを届けるターゲット・マーケティングの展開を支援しています。

社 名： カタリナ マーケティング ジャパン株式会社
代表者： 代表取締役社長 Brett Wayn（ブレット・ウェイン）
所在地： 東京都港区虎ノ門二丁目 2 番 1 号 JT ビル 15 階
設 立： 1999 年 7 月 13 日
事業内容： 日本全国の SM/GMS/ドラッグストアの店頭において、店頭メディア「レジ・クーポン®」を活用したターゲット・マーケティング戦略の企画・立案・実施・効果検証
URL： <http://www.catalina-jp.com>



※カタリナアプリ、レジ・クーポンはカタリナ マーケティング ジャパン株式会社の登録商標です。

※iOS は Apple Inc.の商標です。※Android は Google Inc.の商標または登録商標です。

※その他、このプレスリリースに掲載されている会社名および製品・商品・サービス名は各社の登録商標または商標です。

会社名：カタリナ マーケティング ジャパン株式会社(Catalina Marketing Japan K.K.)

所在地：東京都港区虎ノ門二丁目2番1号 JTビル15階

Tel: 03-3568-4190(代)

URL : <https://catalina-jp.com/>



【補足資料：キリンビール 採用担当者様 エンドースメントコメント】

「キリン 淡麗 グリーンラベル」

淡麗グリーンラベルは4月に新しく味を改良、パッケージも刷新してリニューアルし、その販促施策として実施しました。「いいオフを楽しむお酒」をコンセプトに、糖質70%オフだからだにも気持ちがいいしかも美味しいといった商品です。試飲いただくことで、美味しさ、良さをお客様にご理解いただきたいと考えています。

しかしながら「糖質オフ」カテゴリの商品は、お客様から「糖質と一緒に美味しさまでオフしているのでは？」と誤解されているところがあります。こういったマイナスイメージがあり試していただけないお客様に、一度でも体験いただくことで「思ったより美味しい、しかも糖質オフなんて嬉しい」といったポジティブな印象に変わりご愛飲に繋げる機会として実施しました。実施後の現在、出荷が前年比1割増となっていて好調な推移を見せていて一定の貢献をしてくれていると実感しています。

この施策は、お客様が日常の買い物で一番活用しているスーパーやドラッグストアで展開できること、店頭で人が立たなくても、追加のオペレーションなしで、レジオペレーションだけでサンプリングができるということが大きなメリットだと思っています。我々の商材は、スーパーとかドラッグストアでのシェアが大きいので、その店頭で購買接点に一番近いところでサンプリングできるというのが一番のポイントです。お客様の購買行動の中に組み込み自然な形でサンプリングができます。

現在コロナ禍の状況によって、従来のように店頭で人が立って行うサンプリングが難しくなっていたり、(店員の負担軽減のため)店頭オペレーションの簡素化が求められたりしています。また、お客様も店頭での滞留時間が短くなったり、まとめ買い傾向が強まったり、いろいろ変化が起きています。

そんな中でも、お買い物をするときは必ずレジを通過する。レジで完結するこのIn Store Sampling 施策は、実施ハードルが低く継続的に取り組むことができる、今の状況でどの立場からも負担なく実施が可能だと思います。今後も継続して取り組み、活用させていただければと思っています。

「キリン グリーンズフリー」

採用ポイントの大きな外部としてコロナの影響があります。物理的に店頭サンプリングする手段がない今の状況で、まさにぴったりの新しいサービスを提案いただきました。

ノンアルコールビールジャンルはトライアルバリアが非常に大きく、基本的には「あまり美味しくない」「興味が無い」といった印象があり、なかなか自発的にトライアルしていただけません。

そのためノンアルコールビールの販促施策は、「飲用体験をつくる」ことが第一の目的となり、サンプリングでお客様にまず飲んでもらわなければいけないことになります。

今までは、店頭での試飲会、郵送でのサンプリングといった手法を取っていましたが、店頭での試飲会はコロナ禍の影響で実施することができなくなりました。またサンプルを送付する手段は、宅急便単価がかなりかかることが大きな問題となっていました。こういった状況下において、まさにぴったりの新しいサービスとして提案いただいた形になります。

実施結果としては、普段買わない方たちにしっかりとトライアルを起こせたと感じています。この商品ジャンルは、トライアルしていない方は絶対買わないので、いつもの買い物の動線の中で無料クーポンがもらえるという、非常にハードルの低い自然な形で展開できたことで、リピートにつながっています。

クリーニング屋さんとか、温浴施設、家電店など、今まで店頭サンプリング施策はいろいろところで実施してきましたが、そこで配られた場合、トライアルにはなるけれど「どこで買えるか」というその後の購買に繋げる部分が弱いと感じていました。

カタリナが提供する加盟店は、もともと弊社の商品を販売しているスーパーやドラッグストアチェーン店舗になるので、売っている場所でトライアルが起きて、そこで気に入ってもらえればすぐ購入に直結します。トライアルを提供したお客様がその後、どうリピートしたかの検証ができることも非常に良かったポイントです。

コロナ禍の影響で、家庭用の缶ビールの消費が非常に伸びていて、改めてノンアルコールビールを含めたお酒の存在意義を感じています。お酒は美味しいだけではなく、「楽しい」「嬉しい」といったことにも繋がると考えています。今、そういった価値をお客様がお酒に見出しているからこそ、外食や外飲みは減っているけれど、家庭用の缶の消費は増えていると思っています。

グリーンズフリーは主原料がビールと同じ麦とホップできていて、自然生まれの澄んだ美味しさを目指したノンアルコールビールです。飲んでいただければ、「美味しい」とリピートされることが多いことが調査でもわかっているのですが、1本飲んでもらうためのハードルが他のビール類より高いため、まずは認知活動とともにIn Store Sampling をセットで展開して行きたいと思っています。