

そのポスター見られてる？デジタル化で視認効果が30%以上アップすることを立証

～パルコデジタルマーケティング、吉祥寺 PARCO での実証実験の検証結果発表。労務時間の削減効果も確認～

株式会社パルコデジタルマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：守永史朗、以下当社）は、この度、当社が提供する『視線計測機能付きデジタル POP』を用いた PoC（概念実証）において、店頭 POP のデジタル化で【視認性が30%以上アップ】かつ【制作労務を1企画5時間削減】できるという検証結果が得られたことを発表いたします。（検証結果発表日：2023年2月9日(木)）

**実証概要 | [吉祥寺 PARCO] 店頭販促ツール運用改善 PoC (Proof of Concept)****[目的]**

- ①店頭顧客接点の有効性検証 ②運営スタッフの業務量削減 ③紙販促物削減による CO2 削減

[検証テーマ]**1) 販促ツールの視認調査**

視線計測カメラにより、紙 POP とデジタル POP の視認数を測定し、紙とデジタルの有用性を検証します。デジタル POP だけからできるリッチコンテンツによる視認効果の向上を確認しました。

2) 販促ツールの制作業務削減

デジタル POP を導入することで、ツール制作業務を中心に労務削減効果を検証します。事前に担当業務の棚卸を行い制作にかかる工数を試算した結果、デジタル POP に切替えることで、1企画5時間程度の業務削減が期待されます。

PoC を通じて実際に削減できるかを確認しました。

デジタル POP と紙 POP 上部に
視線計測カメラを設置し視認数を測定



[実施期間] 2022年9月8日(木)より11月21日(月)まで

[対象ショップ] 吉祥寺 PARCO 内、8 ショップ

[設置機器]

①店頭デジタル POP	21 インチモニター+スタンド 8 台
②レジ横デジタル POP	10 インチモニター 3 台
③視線計測カメラ	3 台

お問い合わせ 株式会社パルコデジタルマーケティング 広報担当：鈴木 雅詞、後藤あゆみ

E-mail : otoiawase@parco-digital.co.jp

検証結果

1) 販促ツールの視線計測調査

各拠点で、紙よりもデジタル POP の方が 30%以上多く見られるという結果が得られました。

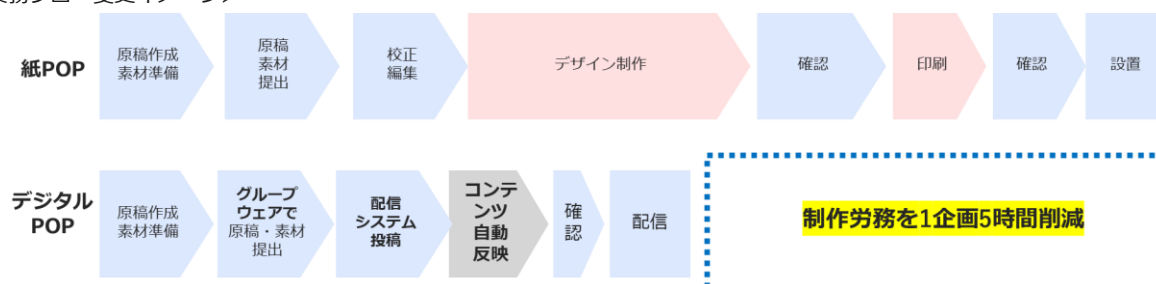
＜紙 POP とデジタル POP 視認数比較例＞



2) 販促ツールの制作業務削減

セール期など原稿作成から設置まで9時間以上かかっていた紙POP制作業務が、デジタルPOPに切替えることで1企画あたり5時間業務削減が見込めることを確認しました。

＜業務フロー変更イメージ＞



【吉祥寺 PARCO 担当者の声】

PoC の期間中、店頭 POP をデジタル化したことで、今まで紙 POP の制作業務の短縮と設置業務がなくなり、業務時間の削減効果を実感しました。こうしたルーティン業務を省力化し、新しい企画の時間に充てることができると考えます。

今後の展開

本 PoC により、デジタル POP は紙 POP より視認性が高まり、現場の業務負荷も削減できることが確認できました。デジタル POP1 台で 平均 500 名/日、月間延べ 15,000 名程度のお客様にコンテンツをご覧いただけることができ、リアル店舗が販売の場としてだけではなく「メディア」としても重要な役割を担えることが期待できます。当社は、店頭の更なるデジタル化とともに、店舗運営に関わる業務の見直しといったサステナブルな施設運営の支援を行っていきます。

★現在設置の販促ツールの訴求効果検証もお手伝いいたします★

【当社へのお問い合わせ】 <https://www.parco-digital.co.jp/inquiry/>

【視線計測機能付きデジタル POP】 <https://www.parco-digital.co.jp/news/detail/?id=237>

■株式会社パルコデジタルマーケティングについて

代表者：代表取締役社長 守永史朗

所在地：東京都渋谷区神楽町 8-16 渋谷ファーストプレイス URL：<https://www.parco-digital.co.jp/>

事業概要：商業施設や小売専門店のデジタルソリューション企画開発、Web マーケティング、コンサルティング、研修

お問い合わせ先 広報担当：鈴木 雅詞、後藤あゆみ

E-mail：otoiawase@parco-digital.co.jp