

広告主名	トライアルカンパニー	期間	2025年4月1日 ～ 2026年3月31日
施策名	かつ重、出来立て～♪	地域	全国

【出来立てタイミング×店内メディア一斉ジャック】による販促効果最大化

1. 施策の狙い

トライアルの名物商品である“ロースかつ重”。

この商品をお客様に、より美味しい出来立ての状態でご提供する、というのが本施策の狙いです。



2. アプローチ手法

① 【時間の最適化】

商品そのものの提供時間と、販促施策の実施タイミングを、購買データを元に最適化。

例えば、施策は「お客様が多い時間帯」に実施することが効果的であることがわかっていたため、各店舗の施策実施時間は前日までの購買データ分析により割り出し、そこから逆算して商品の提供時間を設計。

② 【施策の最大化】

お客様の目と耳を奪う（ジャック）

するために、

目：店内サイネージ

耳：店内放送

を連動し、店内一斉ジャックを実現。

3. イノベティブなポイント

- ① 客数、前日までの売上情報（POSデータ）、購買者属性（ID-POSデータ）などのデータに基づいた施策設計となっている点。
- ② アウトプットとして、店内販促効果を最大化させるため、店内のサイネージメディアと店内放送が連動して「店内一斉ジャック放送・放映」を実現している点。
- ③ 実際に本施策によって、該当商品の売上が伸長している点。
かつ重2025年店舗当たり売上高サイネージ利用店舗**161.9%**
（対非設置店舗）

【出来立てタイミング×店内メディア一斉ジャック】による販促効果最大化



かつ重“出来立て”の瞬間に
ボタンを押す



一斉放送に合わせて
商品を陳列



店内サイネージと店内放送が連動し
“出来立て～♪”を一斉放送



“出来立て”をお客様にお知らせすることで
売上161.9%伸長