

2016 年 9 月 5 日

先進的小型デジタルサイネージ「PISTA2.0」内覧会開催結果 —80%が販促活動の改善・高度化に最適だと評価—

流通・サービス業に特化したアウトソーシング事業を展開する株式会社メディアフラッグ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:福井康夫)の子会社で、デジタルサイネージを中心とした店頭販促トータルソリューションの提供を行なっている株式会社 impactTV(本社:東京都港区、代表取締役社長:寒河江清人、以下 impactTV)は、先進的小型デジタルサイネージである「PISTA2.0」内覧会開催結果をご報告いたします。

◆ 「PISTA2.0」内覧会について

impactTV では“最終的に店頭販促は「消費者」の為にある”という原点に立ち返り、単なる商品訴求にとどまらない次なる電子 POP の提供価値を作り出すため、消費者行動を捕捉・蓄積する小型デジタルサイネージ「PISTA2.0」シリーズを発売しております。

この度開催した「PISTA2.0」内覧会では、「PISTA2.0」シリーズを筆頭に弊社店頭販促ソリューションの活用方法や利用シーンをイメージしやすい全5カテゴリーの体験空間を演出。来場者に「PISTA2.0」が実現できるフィールドトラッキングソリューション※の価値を体験していただきました。

※フィールドトラッキングソリューション:IoT 型サイネージによって商品目前での AIDMA を捕捉、その数値データを蓄積することによって、マーケティングに資するフィールド情報の提供を可能にするサービス

◆ 結果

この度の「PISTA2.0」内覧会では、7月25日から8月18日までの17日間で計107社165名のお客様にご来場いただきました。お盆期間中にも関わらず当初の予定を1週間以上延長するほど、反響の高いイベントとなりました。

✓最も興味を持っていたのは「PISTA2.0」が87%

それまでは困難だった棚前の消費者行動が見える化するという新たな領域に店頭販促の未来を感じていただき、全5カテゴリーの体験メニューの内、PISTA2.0 が大半を占める結果となりました。(図1)

✓フィールドトラッキングは販促活動の改善・高度化に最適だと回答したのは80%

取得された棚前の消費者行動データは販促企画の立案や販促タイミングの見極め、販促場所の把握への活用などに寄与すると回答いただきました。(図2)

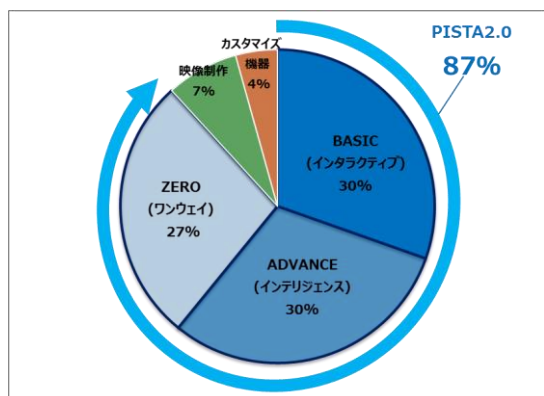


図 1

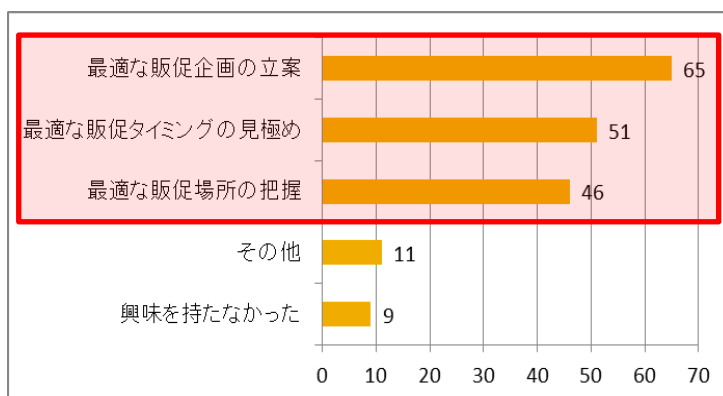


図 2

◆ impactTV とは

創業 31 周年を迎える株式会社 impactTV(インパクトティービー)は、1996 年に店頭販促ツールとして電子 POP「impactTV」をリリース。これまで 3,000 社以上に導入しており、販売・レンタルとも業界シェア No.1 を誇るパイオニアです。

極小・軽量の 3 型から、定番の 7 型、エンドや催事向けの 19 型、さらに大型のモニタ取付型のメディアプレイヤーまで、幅広いラインナップをご提供しており、設計・製造物としての安全性はもちろん、品質的にも故障率が 0.2%以下と低く、導入企業様・設置店舗様に安心してご利用いただいております。

◆ 株式会社 impactTV 会社概要

社 名 : 株式会社 impactTV(株式会社メディアフラッグ 100%子会社)
事業内容 : デジタルサイネージを中心とした店頭販促トータルソリューションの提供
(企画、製造、販売、運用支援、マーケティング分析)
設 立 : 1986 年 7 月
資 本 金 : 359 百万円(2015 年 12 月末現在)
代 表 者 : 代表取締役社長 寒河江清人
本社所在地 : 東京都港区赤坂 3 丁目 11-3 赤坂中川ビルディング 2F
従業員数 : 30 名(2016 年 1 月現在)
Web URL : <http://www.impacttv.co.jp/>
EC URL (impactTV カート): <http://impacttv-cart.com/>

■ 本サービス導入に関するお問い合わせ ■

株式会社 impactTV 経営管理部

TEL:03-5549-4030 / FAX:03-5549-4122 / E-mail:pr@impacttv.co.jp