

『ナチュラルローソン』×『日経ヘルス』
Collaboration企画
Health & Beauty **H&B製品を対象としたSPR**
(Sales Promotion & PR)
企画書

日経ヘルス9/2売 ⇔ ナチュラルローソン棚:8/30(火)~9/12(月)

テーマ「ビューティーな日々の頼れる味方～

現代女性のためのスーパーフード活用術(仮)」



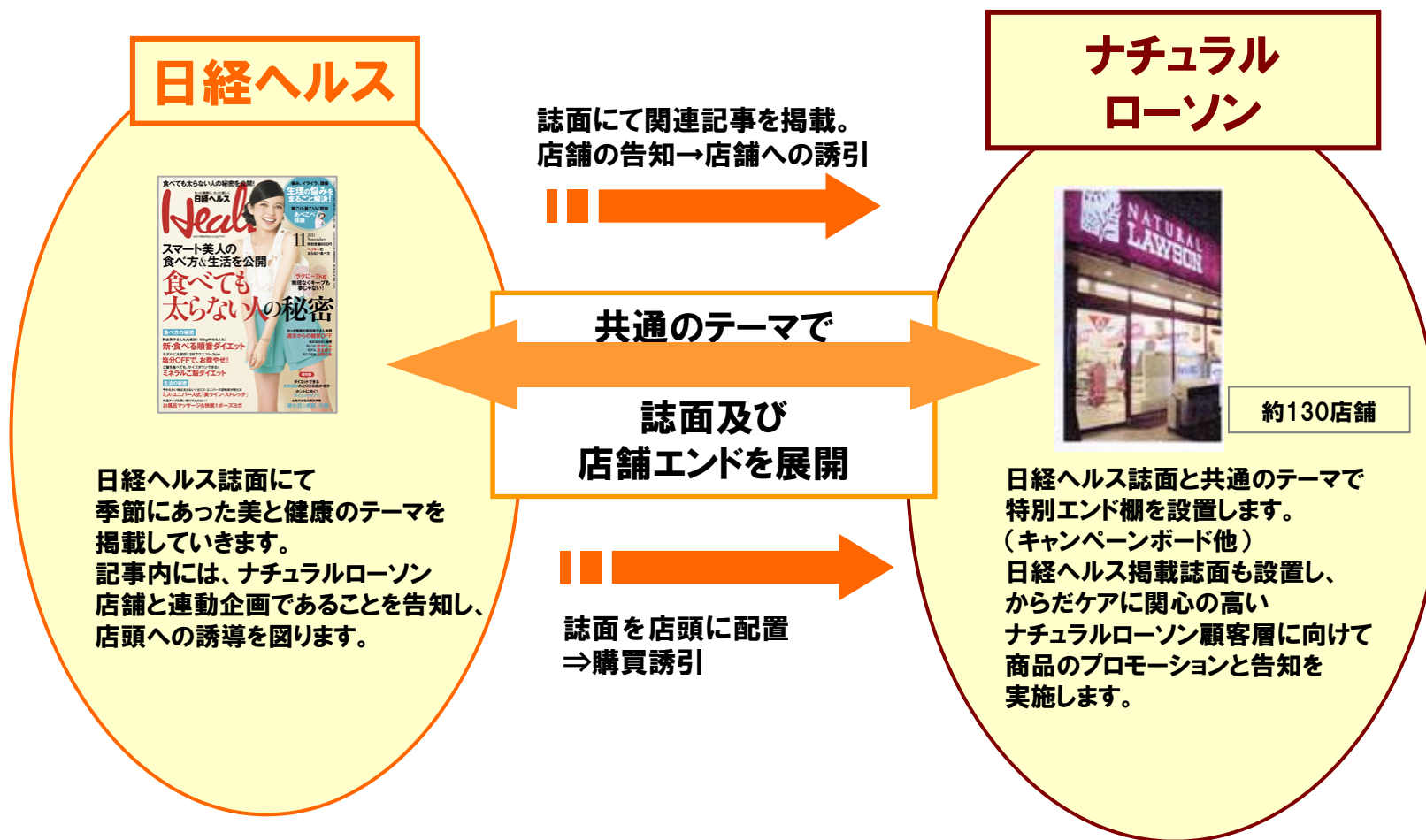
日経BP社

2016.5.25 改訂

ナチュラルローソン×日経ヘルス コラボレーション企画

『ナチュラルローソン』×『日経ヘルス』 Collaboration企画

前向きに働きながらも、美しく健康でありたい…そんな働き女子を応援するナチュラルローソン、日経ヘルスがコラボレーションを組み、店頭で、誌面で、連動企画を実施していきます。



今回の企画では・・・ **SP + PR = SPR** を可能にします

- 雑誌の特集と共通テーマで店頭のパネルをつくる共同キャンペーン展開
- マスメディアで告知することで話題化し店舗へ誘引
- 店頭では、メディアとの連動訴求で、購入意欲を刺激

誌面



マスメディアで告知することで話題化！

売場

媒体



チャンネル



「共通テーマ」



雑誌: 日経ヘルス誌面イメージ

日経ヘルス誌面にて、テーマに沿った記事を掲載します。

＜想定構成＞

●6ページの構成

●通常記事と同様に、生活課題提起、ソリューション提案、エビデンスを踏まえた素材分析、専門家コメント、商品紹介を行います。

●3見開き目に商品紹介と、ナチュラルローソンとの運動案内コラムを入れます

事例) 下腹ペタンコ計画

協賛商品の商品紹介および
ナチュラルローソンとの運動告知を入れます。

店頭:ナチュラルローソン 店舗エンド イメージ

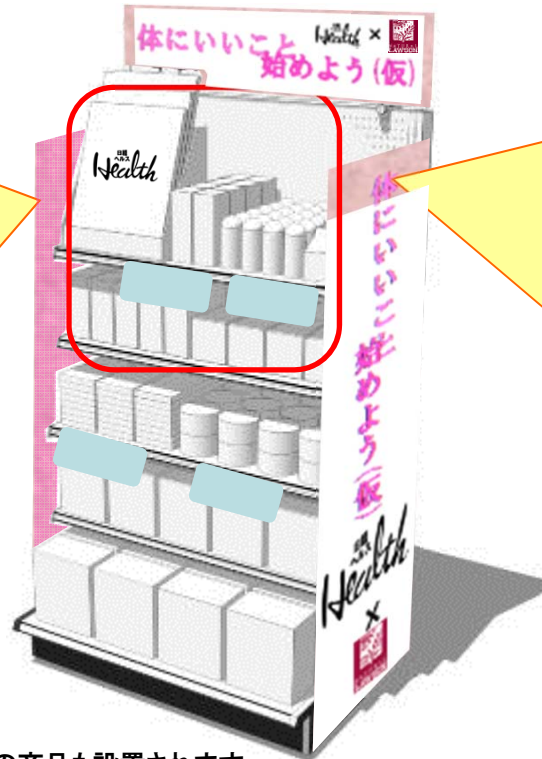
売り(SP)のエンド展開案

ナチュラルローソンの売場で 日経ヘルス連動エンド実施。
「日経ヘルス」との連動訴求で、購入意欲を刺激します。

「日経ヘルス」との店内での連動訴求により、来店客に対して購入意欲を強く刺激し、購入を促進します。

エンド展開イメージ

2週間展開!



トップボードや横帯で視認性アップ
本誌設置で連動感の訴求



*あくまで実施例となります。ご協賛商品以外の商品も設置されます。
エンド売り場の設置・レイアウトはナチュラルローソン様の最終判断で行われます。

店頭:ナチュラルローソン 店舗エンド イメージ

実施写真例
(テーマ:めぐりのいい体!)



実施写真例
(テーマ:女子力UPの為の厳選スーパーフード)



*あくまで実施例となります。エンド売り場の設置・レイアウトはナチュラルローソン様店舗の最終判断で行われます。

店頭:ナチュラルローソン企画概要

雑誌出稿



推奨商品としての配荷



店頭でのPR

ナチュラルローソンの2週間単位の販売テーマに連動しつつ、
雑誌にご出稿頂いた指定商品の各店配荷と、店頭PR訴求を連動強化するパッケージ施策

ナチュラルローソン店舗での販促展開

1. 本部からの推奨商品としてお取り扱い

雑誌出稿頂いた御社商品を、ローソン本部からその時期に注力すべき「推奨商品」、エンド棚設置商品としての取扱いを決定。
各店にご案内し商品発注を促進頂きます。

各店に
商品が並ぶ



商品が目立つ

2. 「雑誌タイトルロゴを使用したPOP」を設置し店頭PR強化

出稿された雑誌のタイトルロゴを入れ込んだPOPを制作いたします。
2週間の間、「雑誌タイトルロゴを使用したPOP」で御社商品の店頭PRを強化します。

ご指定商品のナチュラルローソンでの推奨取扱い&PR強化が実現！

※通販商品での企画参加や通常棚での展開もご相談ください。

店頭:実施までの流れ ナチュラルローソンにて現在取り扱いのない商品について

ナチュラルローソン側へ商品の
取扱を打診

ナチュラルローソンでの取扱い決定
ナチュラルローソン側とメーカー様
のご商談実施

特別な推奨商品として
エンド棚でPR!



【打診】
雑誌出稿されたメーカー様商材の
ナチュラルローソン側へ推奨希望商品として
の取扱いを打診します。新規の取り扱いに
関しても打診可能です。

※必ずナチュラルローソン側で商品取り扱い
可否を確認するステップが必要です。
このタイミングで、お取り扱いができない、
間に合わない等の理由でご提案ができなく
なる場合があります。



【決定】
ナチュラルローソンでの取扱いOKが出た場合…
この時点で、お約束できるのは
●指定商材が各店舗へ本部推奨商品として
案内されます。
●エンド棚:連動エンド棚で推奨商品として案内されます。

⇒上記2つで店舗での発注促進を実現、
及び店頭での強力なPRが実現



【実施】
参加企画タイミングに合わせて
ナチュラルローソン本部より
●企画連動棚 推奨展示
(キャンペーン連動単品POP
がつきます)

各店舗にて取り付けて
訴求強化にご活用頂きます。
(各店舗ごとのオペレーションでの
対応です。)

<ご注意事項>

- ・このパッケージ活用により商品導入決定及び店頭配荷率UPが期待できますが、全ての店舗での取扱いを確約するものではありません。
- ・商品取り扱い可否の最終決定権は、ローソン側に帰属します。
- ・各店舗での個別商品の仕入れ判断は、それぞれの店舗に委ねられます。
- ・季節性の高い商材などの一部商品は、店舗スペースの都合上メトロピア店等一部の店舗でお取り扱いできない場合があります。
- ・病院内店舗でのアルコール商材の扱いはできません。
- ・エンド棚は常温棚となりますので、チルド商品の場合、チルド棚の方に並びます。(キャンペーン連動の単品POPがつきます)

店頭:ナチュラルローソン基礎情報

美と健康を基本コンセプトに、首都圏で展開するワンランク上のコンビニエンスストアです。

ナチュラルローソンは、首都圏を中心に約130店舗を展開し、美と健康に意識の高い25～30代の女性達を中心に支持されています。店舗の雰囲気は、ナチュラルな中にも都会的な洗練を感じさせます。商品ラインナップは、従来のコンビニで扱われる商品の他、低カロリーの弁当・総菜、オーガニック食品、輸入菓子、フェアトレードや地球環境に配慮した商品に力を入れており、カラダに優しい商品を取り揃えています。店内で焼き立てのベーカリーとコーヒーを買ってイートインコーナーで食べる等、カフェ感覚で利用する客も多く見られます。



メインターゲットは25～30代の女性、都内を中心に約130店舗展開

■2016/1月現在 ナチュラルローソン店舗一覧(128店舗)

NL 武蔵浦和駅前	NL 芝浦アイランドケープ	NL 八雲三丁目	NL 荏原病院
NL 西麻布	NL 代々木駅西	NL 東京スクエアガーデン3階	NL 東京警察病院
NL みなとみらい四丁目	NL 若林一丁目	NL 広尾五丁目	NL 東京女子医大病院
NL 虎ノ門巴町	NL プラナ東京ベイ	NL マークイズみなとみらい	NL 武蔵野赤十字病院
NL プルデンシャルタワー	NL 西五反田八丁目	NL 新横浜二丁目	NL 東京女子医大外来棟
NL 目黒鷹番三丁目	NL 佃二丁目	NLS六本木ヒルズ	NL 東京女子医大東医療
NL 東大赤門前	NL 築地東劇ビル	NL 飯田橋三丁目	帝京大学附属病院
NL 北千束駅前	NL 新霞が関ビル	NL TOCみなとみらい	帝京大学病院本院
NL 元麻布	NL 品川インターシティ	NL 千代田三番町	NL 昭和大学横浜市北部病院
NL 芝浦海岸通	NL 新川二丁目	NL 平河町森タワー	NL S昭和大病院中央棟
NL 新高円寺駅前	NL 祐天寺一丁目	NL +toks田園調布	NL 慶應義塾大学病院2号
NL 新東京ビル	NL 横浜ベイクォーター	NL 経堂テラスガーデン	NL 昭和大学江東豊洲病院
NL 大手町ビル	NL 丸の内ビルディング	NL 千代田四番町	NL 日本大学病院
NL 銀座六丁目	NL 都営地下鉄市ヶ谷	NL アークヒルズフロントタワー	NL 都立駒込病院
NL 東麻布三丁目	NL 丸の内マイプラザ	NL 広尾駅前	NL 杏林大学病院
NL 上馬三丁目	NL 東戸塚駅東口	NL 赤坂見附	NL 目白三丁目
NL 渋谷神泉町	NL 西五反田二丁目	NL TEKKO avenue	NL 東京日本橋一丁目
NL 恵比寿南三丁目	NL 新橋六丁目	NL 港日赤通り	NL 九品仏小前
NL 駒沢五丁目	NL 東陽七丁目	NL 大宮中央通り	NL 荻窪五丁目
NL 目黒祐天寺前	NL 新宿フロントタワー	NL 中央銀座一丁目	NL 深沢八丁目
NL コモディオ汐留	NL 神宮外苑西	NL 虎ノ門桜田通り	NL シティコート目黒
NL 西神田三丁目	NL 大手町フィナンシャルシティノース	NL 白金一丁目	NL 豊洲三丁目
NL 五反田TOC	NL S大手町フィナンシャルシティサウス	NL 東急武蔵小杉駅前	NL 西新宿七丁目
NL 日比谷メロピア	NL 銀座並木通	NL 代々木八幡	NL 北青山二丁目
NL 大手町メロピア	NL 京橋一丁目	NL 文京大塚春日通	NL 芝大門一丁目
NL 大手町西メロピア	NL 京橋創生館	NL 港芝浦三丁目	NL 新宿駅西
NL 飯田橋メロピア	NL S東急百貨店ShinQs	NL 日本橋二丁目	NL 城山トラストタワー
NL 銀座二丁目	NL 大宮駅西口	NL 四谷四丁目	NL 高輪台駅前
NL 用賀四丁目	NL 有楽町一丁目	NL 横浜元町	NL 渋谷一丁目
NL 新川一丁目	NL 乃木坂	NL エソラ池袋	NL 世田谷弦巻三丁目
NL 渋谷道玄坂一丁目	NL 虎ノ門一丁目	NL 日比谷国際ビル	NL 東上野五丁目
NL 渋谷代官山	NL 川崎フロンティアビル	NL 六本木ヒルズ	NL 神田鍛冶町二丁目

テーマと期間

日経ヘルス9/2売 ⇔ ナチュラルローソン棚:8/30(火)~9/12(月)

テーマ「ビューティーな日々の頼れる味方～

現代女性のためのスーパーフード活用術(仮)」

現代女性が不足しがちな成分を補って、女性の美とボディ、
元気に磨きをかけるという視点で、日経ヘルス独自に「女性の頼れる
スーパーフード」を厳選し、効果や利用法とともに一挙紹介。



日経ヘルス9/2売

「ビューティーな日々の頼れる味方～現代女性のためのスーパーフード活用術(仮)」企画記事概要

米国発で、注目を浴びるスーパーフード、でもその定義はまだ曖昧です。そこで、日経ヘルスでは、「現代女性が不足しがちな成分を補って、女性の美とボディ、元気に磨きをかける」という視点で、日経ヘルス独自に「現代女性のためのスーパーフード」を厳選。

現代女性の美容と健康に嬉しいおすすめのスーパードセレクションを一挙ご紹介するとともに、普通の食事に加えたり、置き換えたりするだけで、キレイや元気を目指せる注目のスーパーフードについて、お手軽で、効果の得られる使い方も紹介します。

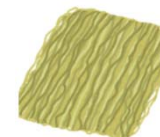
広告対象商材例：

スーパーベリー(アサイー、アロニア、クランベリー、マキベリー)、アマニ
ココナッツ(ココナッツオイル、ココナッツミルク)、キヌア、スピルリナ、マカ
ナッツ(くるみ、アーモンド)、クコ、アマランサス
発酵系(味噌、ヨーグルト)

ザクロ、チアシード、カカオ、ハーブ

和のスーパーフード(大豆(納豆・豆乳)、大麦(もち麦)、梅、抹茶、緑茶、甘酒、かぼちゃ

※上記の素材、成分を含む健康食品、加工食品、飲料、サプリメント等の訴求に最適の企画です。



企画協賛 費用

Aパターン

- 日経ヘルス 企画記事6p内 商品紹介
- 日経ヘルス タイアップ4c2p
- ナチュラルローソン 店舗でのエンド棚設置、PR
- ナチュラルローソン 店舗個別売り場での単品POP設置

企画ご協賛費G:3,900,000

Bパターン

- 日経ヘルス 企画記事6p内 商品紹介
- 日経ヘルス タイアップ4c1p
- ナチュラルローソン 店舗でのエンド棚設置、PR
- ナチュラルローソン 店舗個別売り場での単品POP設置

企画ご協賛費G:2,350,000

※店舗での、タイアップページ抜き刷り設置等をご相談下さい。
※純広告のご出稿も可能です。

9/2売日経ヘルス

ビューティーな日々の頼れる味方～ 現代女性のためのスーパーフード活用術」

ご協賛お申込締切:6月23日(木) 入稿締切:8月18日(木)

お問い合わせ・申込:日経BP社 クライアントマーケティング4部 03-6811-8218

企画協賛 注意事項

<企画記事(6p)について>

- ・企画記事内の露出の大きさは編集部お任せとなります。

<企画展開店舗・店舗レイアウトについて>

- ・ナチュラルローソン本部から、企画エンド棚展開の推奨を致しますが一部フランチャイズ店舗で実施されない可能性がございます。
また、地下鉄内店舗では店舗スペースの都合上、今回の企画は実施致しません。

- ・エンド棚での商品陳列・POP設置などのレイアウトは、ナチュラルローソン各店舗での最終判断となります。
競合他社の商品もエンド棚に陳列される場合がございますので、ご了承ください。

<商品導入について>

- ・このパッケージ活用により商品導入決定及び店頭配荷率UPが見込めますが、全店舗での取扱いを確約するものではありません。
各店舗での個別商品の仕入れ判断は、それぞれの店舗に委ねられます。
- ・ナチュラルローソンでの取扱いのない新規商材の場合、商品採用決定まで2～3ヶ月かかります。
- ・商品取り扱い可否の最終決定権は、ローソン側に帰属します。
- ・季節性の高い商材などの一部商品は、店舗スペースの都合上一部の店舗でお取扱いできない場合があります。
- ・病院内店舗でのアルコール商材の扱いはできません。