

TV放送の食品SMの販売実績への影響

—黒酢—

2004年6月25日

(株)KSP-SP

.テーマ・検証内容・結果

テーマ

・2004年5月16日(日) 発掘! あるある大事典2』にて、『お酢を飲むとヤせるのか!?』と題して、お酢のダイエット効果について放送され、大きな反響を呼んだ。
そこで放送前後を比較した時に、黒酢の食品SMの販売実績にどの程度の影響があったか? をKSP-POSを活用して検証を行った。

検証方法

期間 :02年4月～04年5月(月次)
04年5月9日～04年6月13日(放送1週間前～放送3週間後)
カテゴリー :黒酢(食酢カテゴリー)
内容 :黒酢関連カテゴリーの販売金額の伸張度合い(月次・日次)
主要3アイテムの1店あたり数量の伸張度合い(日次)

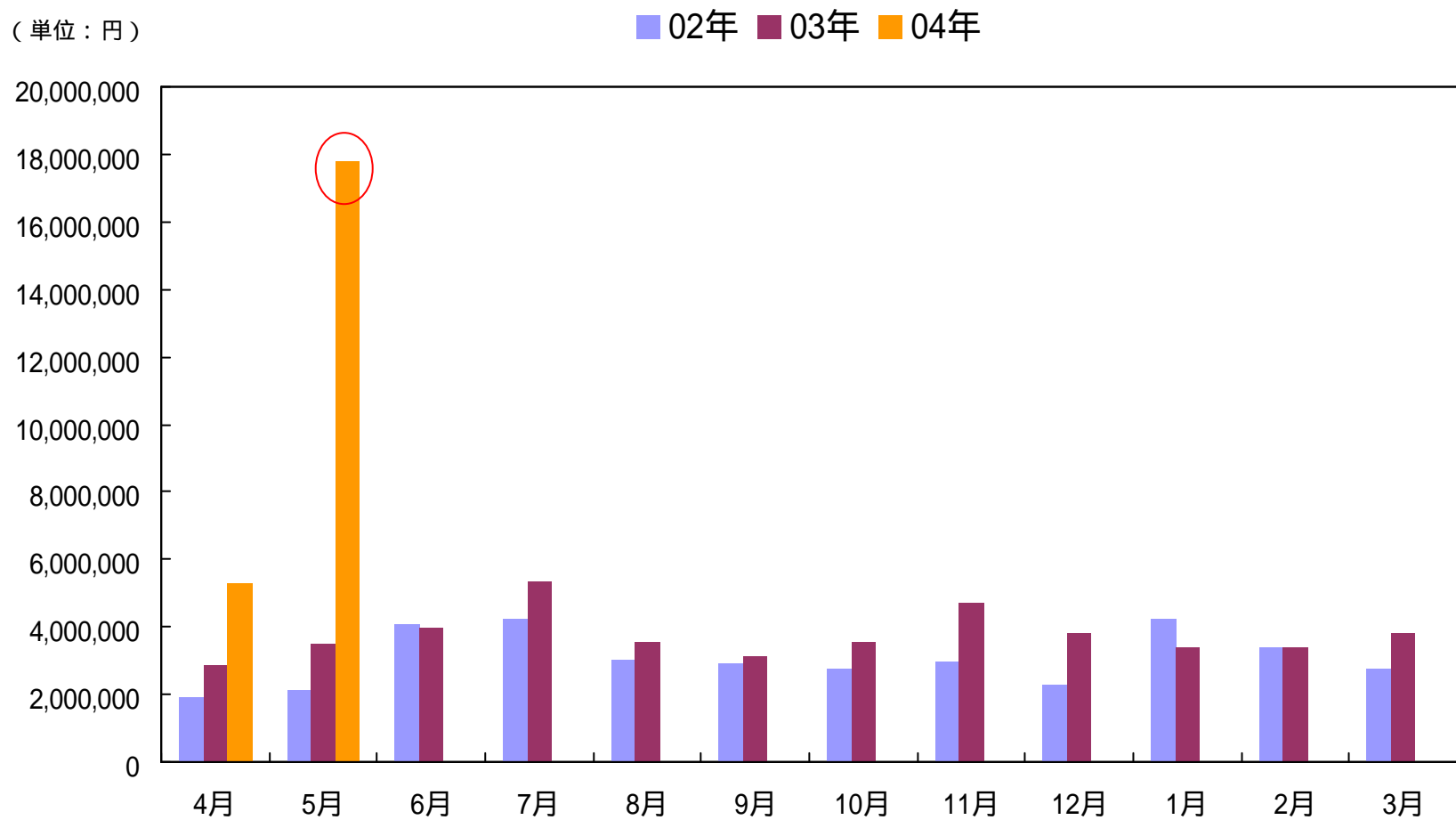
結果まとめ

- (1)黒酢カテゴリーは前年同月比で約5.1倍と大幅伸張。また、放送翌日は前週同曜日比12.3倍で推移し、放送から4週間経ても放送以前の約2倍と好調に推移している。
- (2)主要3アイテムの1店あたり数量の日次推移を見ると、放送翌日に大幅伸張の後に4週間を経て、放送以前の水準に戻ってきている。これは放送以後、急激に販売実績が高まった為、在庫の問題が発生した結果ではないかと類推される。

本事例におけるメディアの販売実績への影響は放送翌日から短期レベルで急激に現れている。

.販売動向

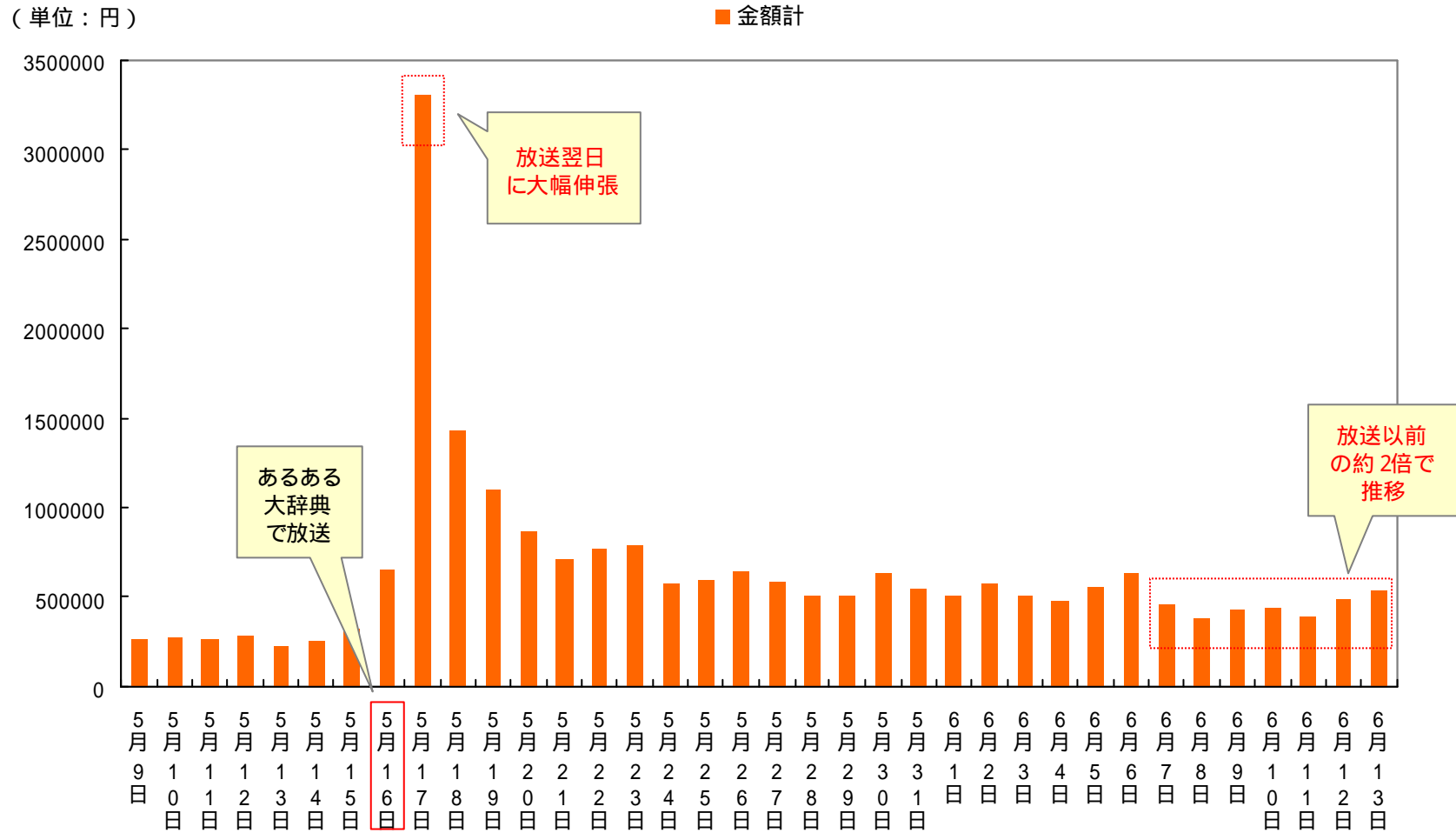
図1 黒酢関連 販売金額時系列推移 (月次)



・「食酢カテゴリー」の中で商品名に「黒酢」が入り販売実績のあったアイテムの合計金額を時系列に比較。
〈あるある大辞典〉で紹介された04年5月に、前年同月比で5.1倍と大きく実績が伸張している。

販売動向

図2 黒酢関連 販売金額時系列推移 (日次)

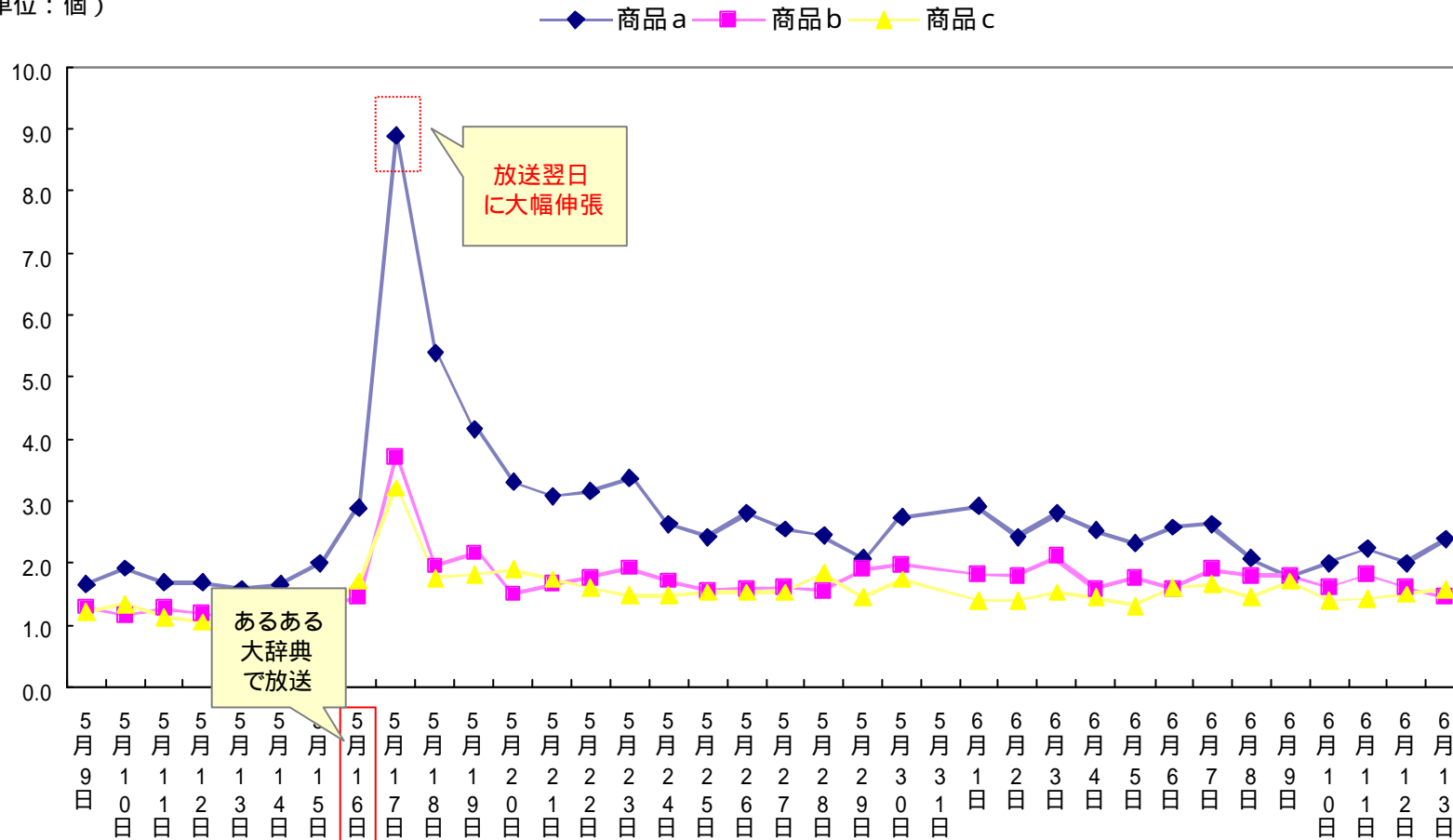


・黒酢カテゴリー」の販売金額を日次時系列に比較。
 16日放映の後、翌日の17日に数量が大幅伸張 (前週同曜日比で12.3倍) している。
 その後、実績は安定しているが、放送から4週間たった今も、報道以前と比較すると2倍前後で推移している。

販売動向

図3 黒酢関連 主要アイテム販売金額時系列推移 (日次)

(単位：個)



- ・黒酢カテゴリー」の中の主要3アイテムの時系列の1店あたり数量を比較。
16日放映の後、翌日の17日に1店あたりの数量が主要3アイテムで大きく伸張している。
その後、1店あたり数量は放送以前の水準に戻っているが、これは放送以後、急激に販売実績が高まった為、在庫の問題が発生した結果ではないかと類推される。