

平日・週末の使い分けで効果的に活用 **【新宿メトロスーパープレミアムセット／柱巻広告】**

掲出期間：2014年9月1日(月)～7日(日)

## “体験してもらおう”が決め手！ 秋のメイクアップイベント「excel REAL AUTUMN TREND」



秋のメイクを盛り上げる  
「ファイブレイヤーズシャドウ メープルブラウン」  
常盤薬品工業株式会社

### 通勤・通学途中にトレンドキャッチ。

平日、夕方の新宿地下道。上品なゴールド×ホワイトを基調にした空間づくりで会社帰りのOLやファッションブルな専門学校生の目を惹きつけていたのは、常盤薬品工業株式会社が秋の新商品リリースで仕掛けた「excelファイブレイヤーズシャドウ メープルブラウン」の体験型イベント。コクーンを思わせるメイクアップブースでは、プロのメイクアップアーティストによる秋色メイクが体験できるのだが、事前予約の女性に加え、その場で予約してメイク待ちの人も。ブースの内側に入ってみると、大きな女優ライトに色とりどりのメイクアップアイテムが並び、まるでショーの出演を待つモデル気分。鏡に向かっていつもと違うメイクの自分と向き合うと、ここが新宿の地下通路ということを完全に忘れてしまった。



ビッグサイズの新商品ディスプレイ

### 触って、試して、<sup>コ</sup>古スメも整理。

「タッチ&トライコーナー」では、excelブランドのラインナップや秋の新商品が自分で試せるとあって、こちらもおしゃれな女子でにぎわっていた。excelのターゲットでもある流行に敏感な女性たちは、トレンドをそのまま取り入れるのではなく、自分流のおしゃれにこだわりたい派。とにかく“試してみる”ことが必須のようだ。近くのスタッフに人気の色を聞いたり、情報収集にも積極的だった。その隣の“古スメ回収BOX”は、古いお化粧品を回収して「原料を絵具として再生させる」というプロジェクトの一環だそう。さっそくポーチを開けて使っていないコスメをザクザクと箱へ入れたり、「明日もココを通るので、また持ってきます」という女性も。プロのメイクで変身したり、自分に似合う新しいカラーを見つけたり、古い化粧品を処分してスッキリしたり…笑顔でブースを後にする女性たちの姿が印象的な体験型イベントだった。



### 選べるメイク体験コーナー

タッチアップコーナー(プロによるメイク体験)



&

タッチ&トライコーナー(セルフメイクアップ)





**通行量の多さ、ターゲットの親和性、近隣店舗との連携などすべての条件がそろった場所。**

excelブランドは、2000円前後の中堅の価格帯でカジュアルに親しんでいただくコスメのバリエーションを揃えています。上質な仕上がり感は定評があり、口コミで人気が広がってきました。この1年は小規模なメイク教室や体験イベントを強化してコアなファンを育ててきましたが、今回は新商品のリリースも兼ね、ファン層の間口を広げる意味でも大きな体験型イベントを企画しました。新宿というエリアは、平日は通勤・通学などで日常的に利用する方々に事前の告知も含めてしっかりと訴求でき、また休日はレジャーで訪れた多くの女性の目を惹くことができたので、1週間のイベント期間を効果的に活用できました。また、イベント期間中は近隣の店舗とも連携して、商品を体験いただいたお客様をすぐ近くの売り場へ誘導できるなど、直接的な売上にもつながりました。

ました。“購入”を意識した通常の売り場と違い、イベントスペースでは存分に体験・質問していただき、気に入れば販売店舗をご紹介するという流れでしたので、お客様も気軽に、積極的に楽しんでいただけたのが良かったと思います。



**体験された方が笑顔でブースを出られて、そのまま店舗へ買いに行かれることも多かったです。**

常盤薬品工業株式会社  
広報・宣伝部  
山口 真里奈様



**足の速い通行人の興味を惹くことが課題でした。**

今回のイベントスペースの特性は多くの人にリーチできるという反面、“通行人をいかに立ち止まらせるか”という点が課題でした。そこで、装飾では柱巻きやビッグサイズの新商品ディスプレイを設置し、通行人の興味を惹くように工夫しています。また、施策の面では女性ならではの気持ちに寄り添った“古コスメ回収”というコンテンツ展開で通行人への興味喚起を促しました。



古いコスメを回収し、再利用。

この施策は「使わなくなった化粧品の捨て時が分からず困っている。」という女性の潜在的な悩みに着目をし、新しい化粧品の検討及び購入の機会創出を狙いとしています。結果的に“古コスメ回収”は非常に好評を得ることができ、家に溜まっている不要な化粧品を集めて持って来て下さる方や、その場でポーチを開けて入れて下さる方など、多くの人にご参加頂きました。また、集められた化粧品は絵の具として再利用し、ノベルティグッズの制作用画材として再活用しましたが、その循環の仕組み自体にも興味を持って頂くことができました。

**女性特有の気持ちをくすぐったことで好評を得ることができました。**

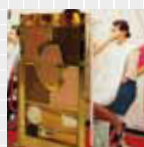
株式会社オリコム  
渡辺 滯様



イベントのしくみ



駅利用者へアピール



プロによるメイク体験



クイズでコスメをゲット



excel商品お試しコーナー



古いコスメにさよなら

今回の媒体は… **新宿メトロスーパープレミアムセット／柱巻広告**

新宿駅ホーム上コンコース内に、全長約80m、B0ポスター最大80枚を掲出できる媒体。新宿の西側と東側をつなぐコンコースはメトロ乗降客以外の利用者も多く、1日を通して人通りの絶えない場所。柱巻広告や掲出ポスター前でのイベント展開など、クロスメディア企画の可能性を広げます。

- 掲出期間：7日間
  - 広告料金
    - ・新宿メトロスーパープレミアムセット
    - ・柱巻広告
    - 1面セット (B0 20枚) 1,400,000円 シングルセット (6本) 650,000円
    - ④ 4面セット (B0 20枚×4面) 5,000,000円 ④ フルセット (30本) 2,500,000円
- ※今回はイベントを組み合わせた展開です。詳細は下記までお問い合わせください。



発行・お問い合わせ

株式会社メトロアドエージェンシー 媒体本部

〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-21 NBF虎ノ門ビル4階  
TEL 03-5501-7835 FAX 03-3593-6150  
http://www.metro-ad.co.jp