



# MALL MEDIA PRICE MENU

## モールメディアプライスマニュー

---

# 広島段原SC

作成：2023.08



イオンモール株式会社

モールメディアについてのお問い合わせ先  
広島段原SC ハレーションセンター  
電話：082-568-2212  
担当／ 猪原・中原 まで

## 買い場に最も近い 大規模コミュニケーションメディア

他の媒体と比べて購入意欲が高まっている場所で、広告、イベントなど、  
買い場と連携し、認知拡大から購買、効果測定まで連続性のあるプランが策定可能です。

### 好意形成・売場誘引

イベントスペースを利用したサンプリング活動で  
購買への意欲を喚起します。



### イベント実施



### 広告掲出

### 認知拡大

商品特性などによって最適なロケーションを選択。  
お客様への商品ブランド認知のアップを図ります。



### 物販催事

### 売上拡大

イオン直営売場との連携により、  
実売へと繋がる単独フェアなどの実施も。

## モールメディアの魅力

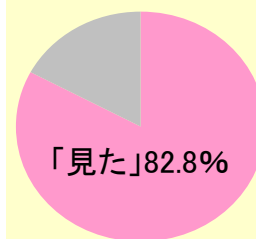
### ブランドを認知してもらう場

- 年間10億人のお客さまが来店
- 平均滞在時間は2時間

ショッピング中、エレベーターの待ち時間、フードコートなど様々な場面でのアプローチが可能です。

\* 某ヘアケアブランドの事例では、約2週間の展開期間中、4店舗で合計約220万人の来店客があり、出口調査で8割を超える方が広告を見たと回答しています。

Q: イオンモールに来店して広告を見た人



① ガラス 55.0% (来店者ベース)

② 柱巻き 51.8% (来店者ベース)

③ EV全面屏 51.2% (訪問者ベース)

④ 女性トイレ鏡 47.2% (訪問者ベース)

⑤ EV内 31.9% (訪問者ベース)

2010年9月 N=1200 9/19.20に名取・むさし村山・岡崎・伊丹に来店した女性 (クレオ出口調査)

### 商品・サービスを体感してもらう場

イベントスペースの活用による商品・サービスの体験が可能です。



### 商品・サービスを購入してもらう場

イオンをはじめとした核テナントなど、極めて売場に近い場所での展開となるため、売りに繋がりがしやすい仕掛けが可能です。

\* 某ヘアケアブランドの事例では、目標の約2倍の数量を売り上げています。

# MALL MEDIA MENU

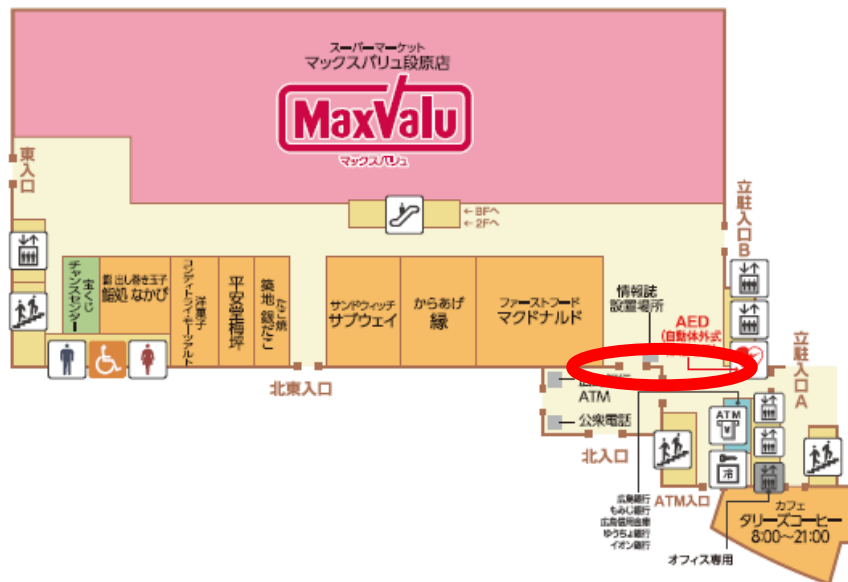
- 0 1. 正面出入口 扉上 (店舗入口側)
- 0 2. 正面出入口 扉上 (店舗出口側)
- 0 3. エレベーター
- 0 4. エスカレーター
- 0 5. 化粧室

# 01. 正面出入口 扉上 (店舗入口側)

最も通行量が多い、1階正面入り口の扉上部で目に入りやすい位置です。  
主にモールに入る際に目に入ります。

【掲出料】 月額30,000円

【掲出場所】 1階 正面入り口 扉上部分

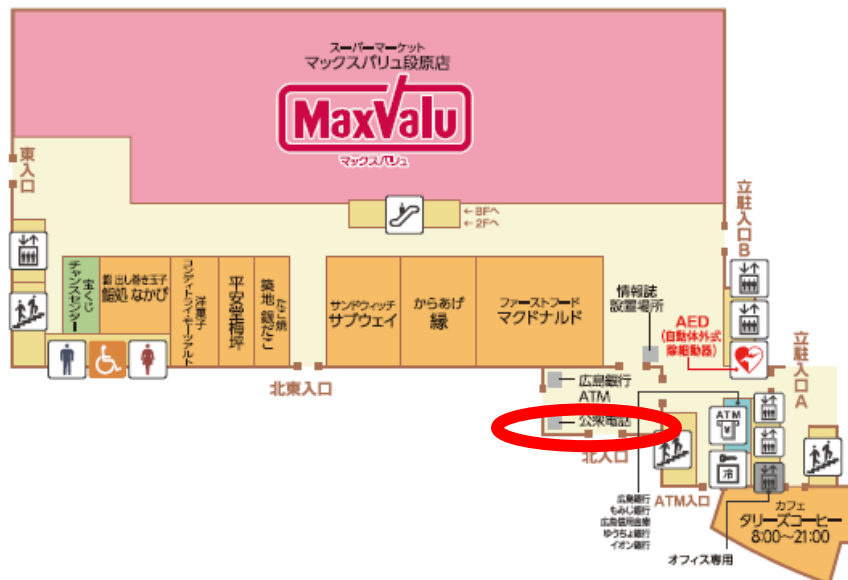


## 02. 正面出入口 扉上（店舗出口側）

最も通行量が多い、1階正面入り口の扉上部で目に入りやすい位置です。  
モールから出る際に目に入る位置です。

【掲出料】 月額30,000円

【掲出場所】 1階 正面入り口 扉上部分



## 03. エレベーター

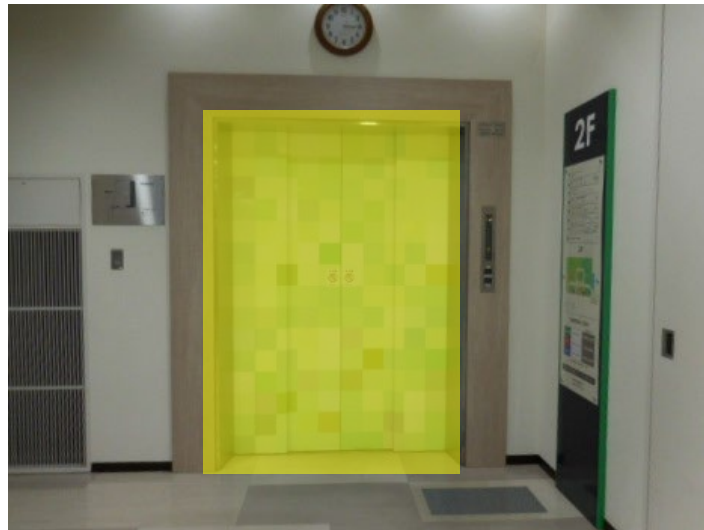
【媒体サイズ】 H2112mm×W720mm  
【仕様・素材】 塩ビシート(再剥離) ※マットラミネート加工



エレベーターは他層階や駐車場を利用されるお客さまが待ち時間の際に注目される媒体です。お客さまが立ち止まって見る媒体として高い視認率が期待できます。告知面サイズも大きい為、迫力のある展開が可能です。

【掲出料】 月額30,000円/1か所

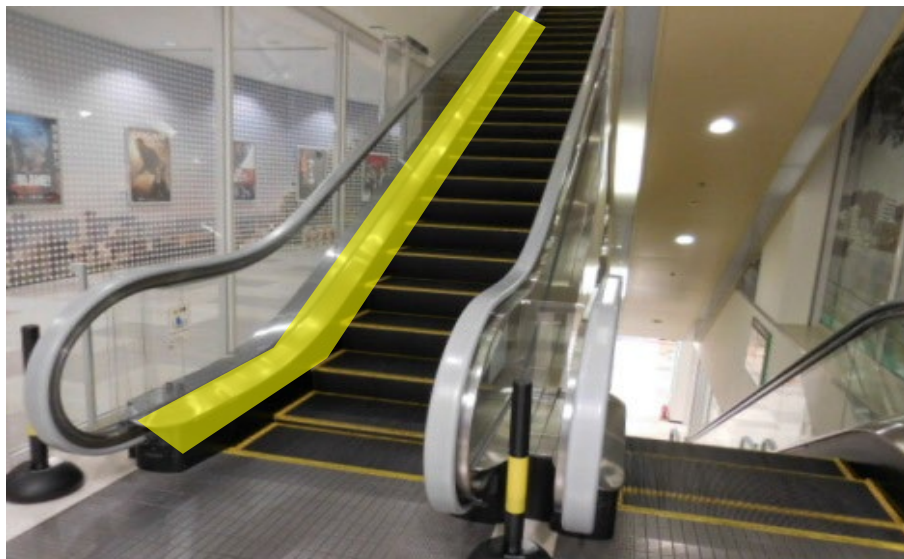
【掲出場所】 1～7階 各階3か所



主通路同様に回遊動線の一部であるエスカレーター付近の広告は  
利用するお客さまとの距離が近いため、高い接触率と視認率があります。

【掲出料】 月額15,000円/1か所

【掲出場所】 1～7階 各階2か所





化粧室鏡の一部をメディアとして使用。  
立ち止まった状態で見ることが出来る為、高い視認率を期待できます。  
また、性別を分けたアプローチも可能なので内容によって使い分ける事でより高いPRが可能です。

【掲出料】 月額1,000円/1枚

【掲出場所】 1～7階 各トイレ内



# 05. 化粧室

【媒体サイズ】 H210mm×W210mm  
 【仕様・素材】 塩ビシート(再剥離) ※マットラミネート加工

