



報道関係者各位

経営学部 小々馬ゼミと株式会社ゲート・ワンの産学連携プロジェクト

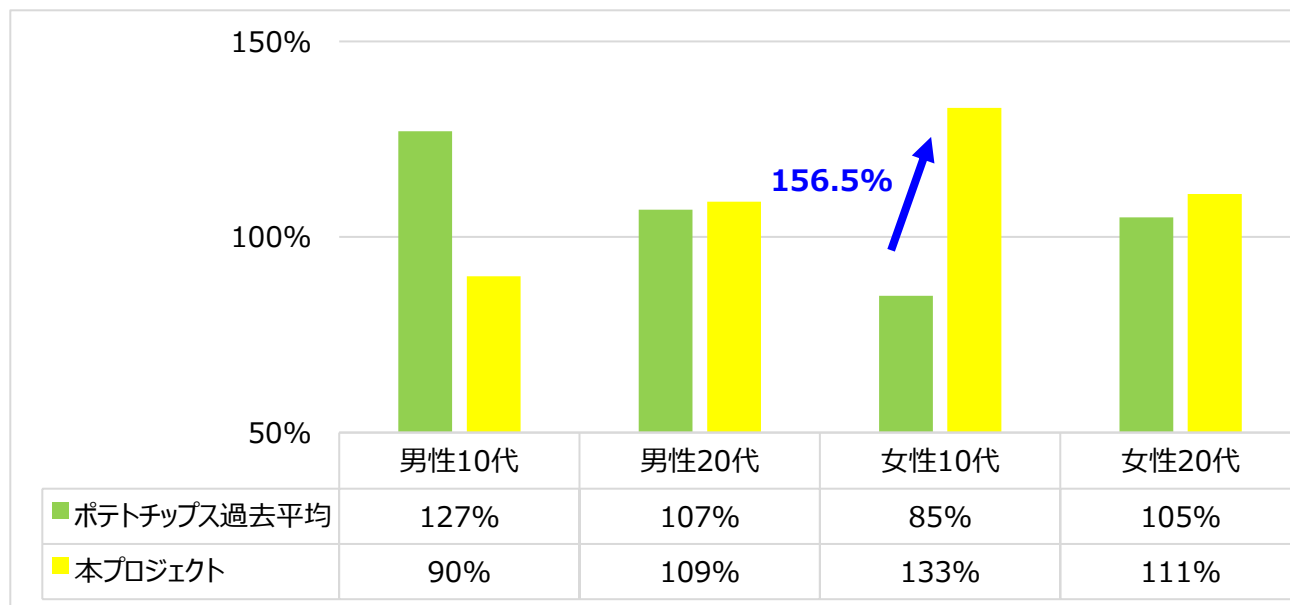
【調査結果】学生がZ世代向けCMを企画、10代女性の購買行動に顕著な効果を発揮 ～10代女性の購入率が過去平均比で増加、トライアル購入を促進～

産業能率大学（東京都世田谷区、以下本学）経営学部 小々馬 敦ゼミは、株式会社ゲート・ワン（住所：東京都港区、代表取締役社長CEO：藏田一郎）と共同で実施した産学連携プロジェクトにおいて、学生が企画した「ファミマル ポテトチップス 絶品うすしお味」のCMが、Z世代、特に10代女性に対して高い広告効果を示したことが、放映後の売上効果の検証で明らかになったことをご報告いたします。

本プロジェクトは、リテールメディア（小売企業が保有する顧客データを活用した広告配信）がZ世代の消費行動に与える影響を実践的に検証することを目的としています。小々馬ゼミの学生がZ世代のインサイトを踏まえて企画した15秒CMは、2025年6月24日（火）から7月7日（月）にかけて、首都圏のファミリーマート約2,900店舗の「FamilyMartVision」で放映されました。

■ Z世代女性の購買を促進、トライアル購入に繋がる

- ・ Z世代のトライアル購入を売上データで分析した結果、**男性20代、女性10代および20代の購入率が過去同カテゴリー平均値を上回っていたことがわかりました。**
- ・ 特に**女性10代**の購入率は**過去同カテゴリー平均値と比較して156.5%**と大幅に上回り、学生が企画したCMが購買行動に好影響を与えたことがうかがえます。



■ 学生ならではの若者言葉や表現が効果的に機能

- ・ CM開発においては学生が主体となり、Z世代へのアンケート調査を基に、「気分爆上げ」などのキーワードや若者言葉を取り入れた15秒のCMを企画しました。
- ・ 広告みなし接触者へのアンケートでは、「購入したい理由」として、「**絶品うすしお味の美味しさが伝わり、試してみたいくなる**」、「**ASMR みたいで美味しそう**」、「**応援してくれるメッセージに共感した**」といった、味の魅力や音の表現、共感を呼ぶコンセプトに対するポジティブな意見が多数寄せられました。



購入意向理由自由記述より抜粋

- ・絶品うすしお味の美味しさが伝わり、試してみたいくなる魅力ある広告だった（男性10代）
- ・商品を通じて、親しみやすく応援してくれるメッセージに共感し、買って試してみたいなる広告（男性10代）
- ・頑張っている人へのメッセージが込められており、ご褒美として購入を勧めている（男性20代）
- ・商品を食べている時の音などが入っていて、おいしそうだった（女性10代）
- ・ASMRみたいだから（女性10代）
- ・インパクトがあった（女性20代）

今回の結果を受け、本学とゲート・ワンは、今後もリテールメディアにおけるZ世代への効果的なアプローチ手法の検証を進め、各々のマーケティング活動に活かしていくことを目指します。本学は、今後も企業との連携を通じて、学生の実践的な学びの場を提供してまいります。

■プロジェクト概要

目 的：リテールメディアがZ世代の消費行動に与える影響の考察と、その可能性を実践的に検証する。

企画内容：小々馬ゼミの学生が、リテールメディアの考察およびZ世代のインサイトを基に15秒のCMを企画。

放映施策

- ・放映媒体：FamilyMartVision（ファミリーマート店内のレジ上に設置のデジタルサイネージ）
- ・放映期間：2025年6月24日（火）～7月7日（月）
- ・放映エリア：首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）のファミリーマート約2,900店舗
（FamilyMartVision設置店舗：<https://gate-one.co.jp/map/>）
- ・放映時間帯：昼（11:00～17:59）・夜帯（18:00～23:59）

売上データ検証

- ・検証期間：放映前：2025年6月10日（火）～6月23日（月）
放映中：2025年6月24日（火）～7月7日（月）
- ・検証エリア：首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）
- ・検証方法：FamilyMartVision設置店（広告接触者）と未設置店（非接触者）での購買効果の差を
広告放映前と放映中の購買データの伸長率で比較し、広告効果を分析。

アンケート調査

- ・調査手法：Web定量調査
- ・調査実施期間：インテージ
- ・調査期間：2025年7月8日（火）～7月11日（金）
- ・調査方法：①広告放映後に、リサーチモニター対象に、アンケートを実施
②広告放映期間＆時間帯の来店者（＝みなし接触者）の広告認知・広告評価などを確認
- ・調査対象：・スクリーニング調査：首都圏在住の15～29歳の男女
・本調査：直近2週間以内にFamilyMartVision設置店舗の昼・夜時間帯に来店した
15～29歳の男女
- ・回収サンプル数：・スクリーニング調査：10,000サンプル
・本調査：215サンプル



学生が企画し、放映されたCM画像（一部抜粋）



【経営学部 小々馬 敦ゼミ】

研究テーマ：若者の価値観研究を通じた未来社会の探求と、マーケティングによる社会貢献の可能性

小々馬敦ゼミは、マーケティングを通じて社会をより良くすることを目指しています。Z世代・α世代の価値観と行動特性を研究し、未来社会の姿を探求します。企業との産学連携プロジェクトに参加し、実践的なマーケティングスキルを身につけられます。フィールドワークやデータ分析を通じて得られた知見は、研究レポートにまとめられ、公開セミナーやメディアを通じて社会に発信されます。これらの活動を通じて、学生たちは実務家との交流や、自身の研究成果を社会に還元する機会を得ています。ゼミの成果は、企業の商品開発やプロモーション手法の改革に役立てられ、実社会に貢献しています。

【FamilyMartVisionとは】

全国47都道府県にあるファミリーマートには、毎日1,500万人以上のお客さまが訪れます。ゲート・ワンは、このお客さまとの接点を持つファミリーマート店舗をメディアと捉え、全国のファミリーマート店内に設置される大画面のデジタルサイネージ「FamilyMartVision」から、旬なエンタメ情報や、アート、ニュース、地域情報等、来店されるお客さまへ、様々な魅力あふれる映像コンテンツを配信しています。加えて、エリア別や時間帯別のターゲティング配信や、サイネージの視認率や店頭での購買などの広告効果の可視化、データ・ワンの持つ購買データを活用したデジタル広告サービスとの連携をすることで、より高度な広告サービスを整備し、広告主となる企業へ新たな付加価値を提供してまいります。

【株式会社ゲート・ワン】

会社名：株式会社ゲート・ワン

代表者：代表取締役社長CEO 藏田 一郎

所在地：東京都港区芝浦三丁目1番21号

資本金：990百万円（資本準備金495百万円を含む）

設立：2021年9月24日

事業内容：デジタルサイネージへのコンテンツ配信を行うメディア事業

ホームページ：<https://gate-one.co.jp>

◆ 本件に関するご取材・お問い合わせ ◆

産業能率大学広報事務局（共同ピーアール内）

Email : sanno-u-pr@kyodo-pr.co.jp

TEL: 日比 (070-4303-7219) 秋山 (080-1032-8649)