

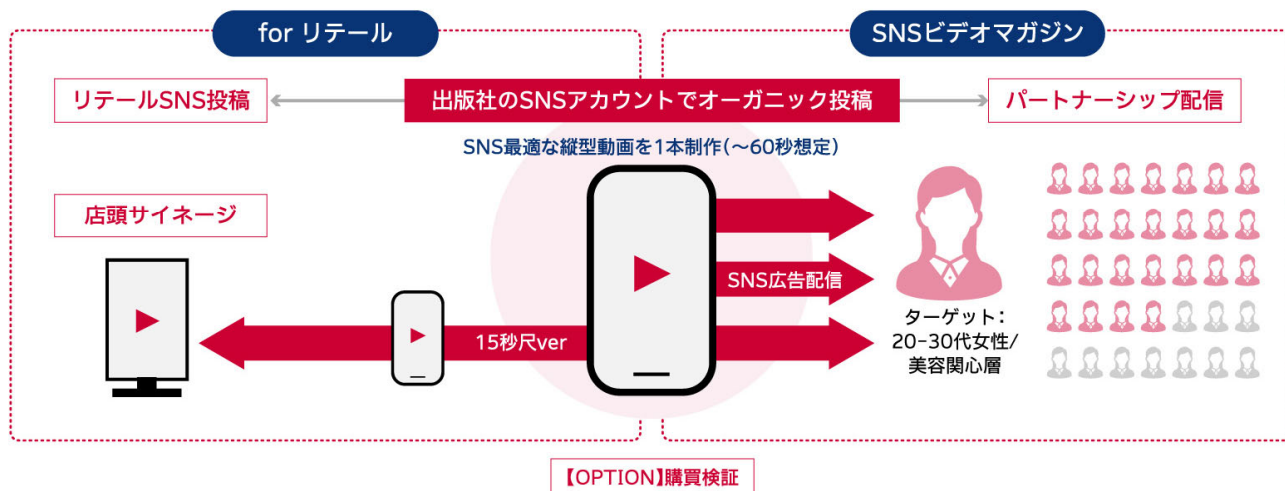
2026 年 7 月 30 日

電通、出版メディア SNS とリテール店頭を連動する 新たな販促パッケージの提供開始

ー 出版社制作コンテンツを POP・サイネージで活用する「SNS マガジン for リテール」ー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里）は、出版社が制作する SNS 完結型の広告素材を、リテール店頭にも展開できる新たな販促パッケージ「SNS マガジン for リテール（リテール連携）」の提供を本日より開始します。本パッケージは、出版社が運営する雑誌の SNS アカウントで発信する情報と、リテールが運営する SNS アカウントや店頭 POP、店頭サイネージとを連動させるもので、出版メディアの信頼性と質の高いコンテンツでリテールにて販売している商品の購買を後押しする当社独自のサービスとなります。

出版メディアが縦型タイアップ動画を1本制作し、**出版社アカウントおよびリテール側SNSでもオーガニック投稿を実施。**
投稿を活用した広告運用に加え、for リテールとしての店頭サイネージ放映も行うことで、**リテールでの購買への寄与を強化。**



近年、広告においては企業自身の情報発信だけでなく、生活者に近いインフルエンサーなど第三者の視点による情報発信が重視され、なかでも編集力があり、商品のお墨付き感を醸成することのできる出版メディアを活用した SNS 広告への需要が高まっています。一方で、こうした施策は主に SNS 上で完結しており、実際の購買への寄与は可視化しにくいという課題がありました。また店頭 POP などの販促ツールは、企業がリテール各社と個別交渉して設置されることが多いことに加え、広告物と販促物を別々に制作せざるを得ないといった事情もあり、企業にとっては手間のかかる作業になっていました。

当社はこの課題に対し、出版社の編集力と信頼性を生かした質の高い SNS コンテンツを、リテールの売り場まで連動させることで、SNS での認知・理解促進から店頭でのアテンション獲得までを一気通貫で設計できる仕組みを構築しました。

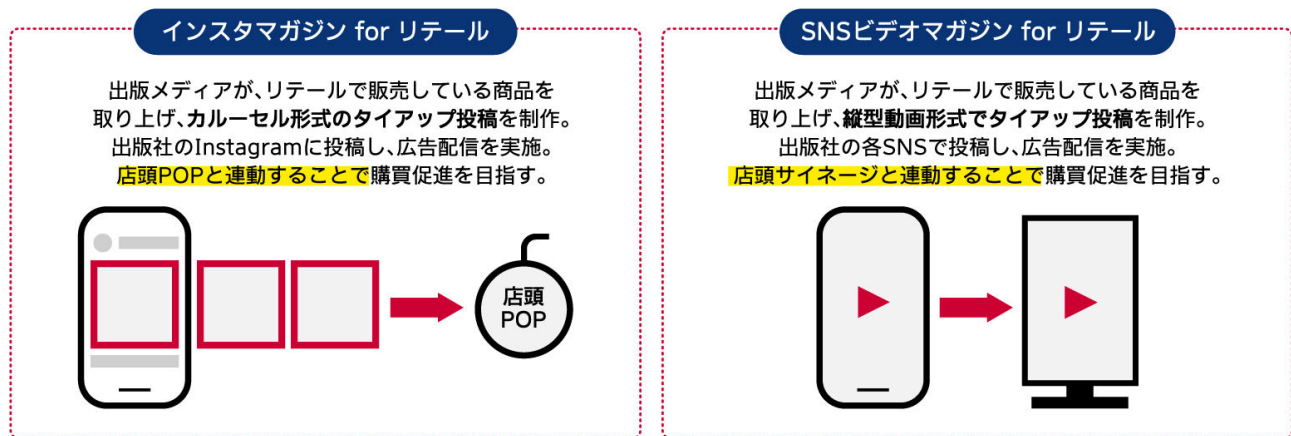
◆「SNS マガジン for リテール」概要

当社は独自サービスの「SNS マガジン for リテール」を、「インスタマガジン for リテール」と「SNS ビデオマガジン for リテール」の2種類のメニューで展開します。

「インスタマガジン for リテール」は、リテールで販売している商品を取り上げ、出版社が制作するカルーセル形式※の SNS 投稿を起点に、広告配信と連動した店頭 POP 展開までをパッケージ化したもので、

「SNS ビデオマガジン for リテール」は、出版社が制作する縦型動画を SNS で配信するとともに、店頭サイネージで放映するものです。いずれのサービスも SNS と店頭を横断した設計で、購買行動に直結しやすい接点を創出できるところがその特徴です。

現段階では、対象リテールは株式会社ツルハホールディングスの事業会社が運営する各店舗、ウエルシアホールディングス株式会社の事業会社が運営する各店舗、参画メディアは株式会社講談社、株式会社主婦と生活社、株式会社宝島社、株式会社 MERY が運営する8媒体（「VOCE」「ViVi」「ar」「otona MUSE」「リンネル」「sweet」「MonoMax」「MERY」）ですが、当社は今後、対象リテールと参画メディアをさらに拡張していく予定です。



当社は引き続き、出版社の編集力や知見を活用した生活者に届く広告コンテンツの制作と、購買検証も可能なリテールメディアでの活用を推進することで、企業と生活者の最適な接点づくりとより良い購買体験の創造に貢献してまいります。

※カルーセル形式：SNS上で複数枚の画像を横にスワイプして閲覧できる投稿形式。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、山中、早川



【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 出版ビジネス・プロデュース局デジタルコンテンツプランニング部

中村、平林

株式会社電通 リテールマーケティング局プランニング3部

倉田、千葉

Email : koho@dentsu.co.jp