



～持続可能なサプライチェーンの構築を目指して～
セブン-イレブンの配送トラックを活用した広告掲載
2月27日（金）より実証実験を開始



株式会社セブン-イレブン・ジャパン（東京都千代田区、代表取締役社長：阿久津 知洋、以下「当社」）は、セブン-イレブン店舗へ商品を配送するトラックにラッピング広告を掲載する実証実験を、2月27日（金）より東京都内において開始します。

本実証では、配送トラックの車体側面部分をラッピング広告の掲載面として活用いたします。また、独自の特許技術を保有する株式会社 Essen（以下、「Essen」）と連携し、車両の走行ログと、人流ビッグデータ※を統合・分析することで、広告の閲覧数や反応率等のデータを取得し、トラック車体の広告媒体としての有効性と価値を検証してまいります。

ラッピング広告は、街中を歩く人や車のドライバーといった方々に視覚的に訴求できるほか、移動する広告媒体としてより多くの方にリーチできることから、近年注目を集めています。セブン-イレブン店舗へ商品を配送するトラックは、定められたルートで運行されることから、ラッピング広告の効果がより高いと言われている路線バスや電車広告等と近い広告効果も期待されています。

今後も当社は、既存の配送網を活用した新たな価値創出を図り、持続可能なサプライチェーンの構築を目指して、配送トラックの広告媒体としての価値検証を継続的に実施してまいります。

※個人が特定できないような加工を行ったデータを利用

期間	本年2月27日（金）から4月22日（水）までの55日間
区間	エリア1：東京都 新宿区・渋谷区周辺 対象配送車両5台 エリア2：東京都 八王子・府中市・町田市周辺 対象配送車両5台
役割	・当社：本実証の企画・検討 ・Essen：広告効果の検証
掲載内容	セブンプレミアム さばの塩焼

車両広告の効果検証について

本取り組みでは、Essenが保有する特許技術（車両広告装置、車両広告方法及びコンピュータプログラム：特願2021-040869）を活用し、地図上のエリアごとの「広告価値」と広告車両の「走行データ」を掛け合わせて広告効果を可視化しています。これにより、広告接触者の来店計測といった直接的な効果に加え、広告活動全体の価値を精緻に把握し、費用対効果の最大化につなげます。

以上