

販促^ッや

インナーブランディング^ッに効果的な

ノベルティの活用ガイド

LOTTE



目次

Chapter 1 ノベルティによる効果とは？

Chapter 2 目的別ユースケース | ノベルティ活用例

2-1 販促・顧客接点強化

2-2 顧客満足度向上

2-3 社内コミュニケーション・モチベーション向上

2-4 ブランドイメージ強化

Chapter 3 効果を最大化するノベルティの選び方とアイテム例

3-1 実用性を重視した品

3-2 自社の商品・ターゲット層と親和性の高い品

3-3 受け取りやすいサイズの品

3-4 慣れ親しんだ安心感を提供できる品

Chapter 4 記憶に残る世界に一つだけのノベルティ「オリジナルコアラのマーチ」

4-1 サービス概要

4-2 納品スケジュール

Chapter 5 まとめ

ノベルティによる効果とは？

ノベルティとは特殊広告の一種で、社名、商品名を入れて無料で進呈する贈りものの総称。顧客やパートナーとコミュニケーションを図るきっかけになるツールです。

例えば…

見込み顧客

ノベルティを介して話題作りになり社名やロゴとの接触機会を増やせる。

社員

周年記念イベントのノベルティで記憶に残る記念品としてはもちろん、イベントをより一層盛り上げる。



ノベルティ制作についての実態調査

QUESTION

現在勤めている企業では、どのようなタイミングでノベルティを配布しますか？（複数選択可）

1	展示会・イベント	60%
2	企業の周年記念	47%
3	新商品発表会	42%
4	商談の際	33%
5	社員向け福利厚生	18%

MAMORIO

出典：MAMORIO株式会社「ノベルティ制作についての実態調査」

- マーケティング施策の一環としてノベルティが重要な役割を果たしている
- 営業活動や社内向けコミュニケーションツールとしての需要も一定数存在

さらに近年は、SDGsへの貢献や地域性の演出など、**付加価値の高いノベルティへのニーズが高まっている**

目的別ユースケース | ノベルティ活用例

2-1 販促・顧客接点強化

ノベルティの配布は、**ものを通じて自社の認知度や関係性を高める**ことができるため、**販促・顧客接点の強化**に有効です。

展示会や販促会

イベントや展示会という場で**直接手渡し**されることで、顧客がより**特別感や親近感**を覚えやすく、**企業やブランドに対するポジティブな印象が強まる**。

具体的な活用例

- カーディーラーで試乗にきたお客様へのノベルティ配布
- モデルハウスなど住宅販売会に訪れたお客様へのノベルティ配布



商談・挨拶

既存顧客やパートナー企業に対して、**日頃の感謝の気持ちを含めた粗品**としてノベルティを配布することで**より深い信頼関係を築く**。

具体的な活用例

- 年末年始や長期休暇前(お盆、産休育休、店舗休業など)の挨拶
- 新入社員紹介や引き継ぎの際の挨拶
- 新規商談時

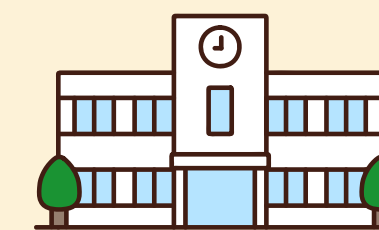


企業・学校の説明会

自社と接点を持った相手に魅力的なノベルティを介して**後日以降も想起されやすい仕掛け**を作る。また、**他社・他校よりも印象や記憶に残る存在になる**。

具体的な活用例

- 企業・学校説明会
- 結婚式の式場見学会
- 新商品、新サービスのカンファレンスやセミナー



目的別ユースケース | ノベルティ活用例

2-2 顧客満足度向上

ノベルティは顧客に対して感謝の気持ちを伝えられるアイテムであり、**顧客満足度向上**に有効です。

購入者・参加者特典

購入者・参加者特典としてノベルティを配布することで、**集客につながるトピックス**になるほか、**購買意欲向上や満足度向上も狙える**。

大手喫茶店チェーンは、オンラインストア上で期間限定の対象商品を購入した人にオリジナルノベルティを配布。「1つ以上かつ3000円以上購入したのみ」という条件を設定したことで**他商品の購買意欲向上に成功した**。さらに、**限定のオリジナルノベルティを獲得できたことが顧客満足度向上にも繋がった**。

具体的な活用例

- 数量限定商品・
季節限定商品の販促のための特典



- セミナーやイベントへの
来場（参加）特典



目的別ユースケース | ノベルティ活用例

2-3 社内コミュニケーション・モチベーション向上

社員同士の結束力を高める手法としてノベルティを配布することで、**エンゲージメントを強化し、社内コミュニケーションやモチベーションの向上**を図れます。

社内イベント

社内イベントの景品や粗品としてノベルティを配布することで**自社に対しての帰属意識や愛着心を高めるきっかけをつくる**。海外では人事施策の一つとして、社員に業務に役立つステーションナリーや企業のロゴ入りアイテムをプレゼントする「ウェルカムボックス」なども普及している。

具体的な活用例

- 新入社員の歓迎会や退職者を労う壮行会
- 社内の懇親会



社内研修

企業理念やビジョンをノベルティを介して共通言語として共有する（社長からのメッセージや今年の標語など）ことで、仕事で迷ったときに判断をするための行動指針としても活用できる。**大人数に記憶に残る形でメッセージを伝える手段として効果的**。

具体的な活用例

- 年度始めに目標の共有とともに社員へのノベルティ配布
- クレド活動の一環として全社員にノベルティ配布



目的別ユースケース | ノベルティ活用例

2-4 ブランドイメージ強化

高品質なノベルティや企業文化を反映させたノベルティの配布はブランディング施策として有効で、**自社のブランドイメージをより強化**できます。

創立記念日・周年祝

記念日や周年を祝いノベルティを介して日頃の感謝を伝える。大手ファストファッションブランドでは、周年祭に来店した購入者を対象に福引を開催。景品としてロゴ入りのオリジナルグッズを配布し、**イベントを盛り上げながらブランドイメージを強化**した。

具体的な活用例

- 周年祝イベントでの来場者へのノベルティ配布
- 新店舗のオープン記念や会社の創業記念にお客様やパートナー企業に向けたノベルティ配布



採用活動

会社案内や説明資料などとともに**ノベルティを介して、企業理念やビジョン、行動指針を共有**することで採用の確度が向上。**入社後のミスマッチによる早期退職を防ぐ**。日常的に目にしてもらうことで、会社の考え方に対する理解と愛着が深まり**インナーブランディング**にも繋がる。

具体的な活用例

- 採用イベント・説明会への来場者へのノベルティ配布
- インターンシップ参加者へのノベルティ配布

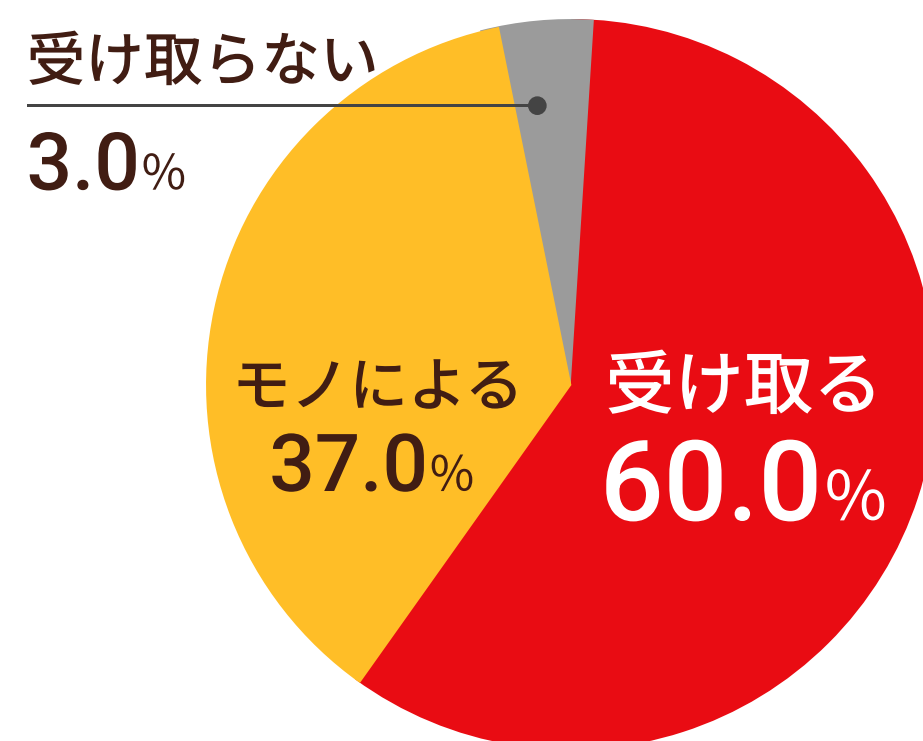


効果を最大化するノベルティの選び方とアイテム例

3-1 実用性を重視した品

ノベルティは、単なる手土産ではなく企業のイメージを伝える大切な手段です。
せっかく予算をかけて制作するのであれば、確実に手に取って貰えるものを選びましょう。

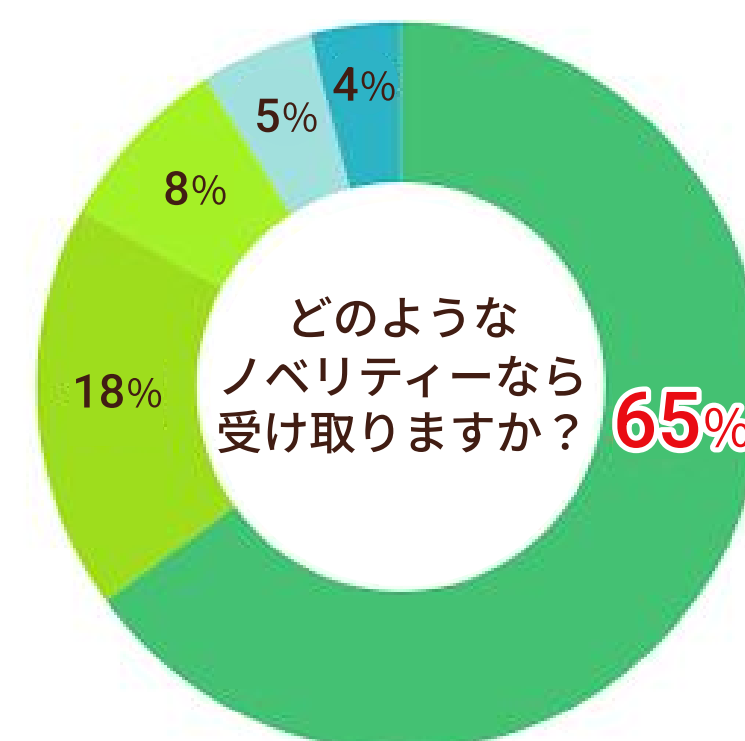
質問 ノベルティを受け取りますか？



出典：ライオン株式会社
「愛されるノベルティってどんなもの？」



「受け取る」と回答する人は **6** 割。
37%は「モノによる」と回答している



- 実用的なモノ
- 好きな企業やサービスのモノ
- かさばらないモノ
- オリジナリティーあるモノ
- その他

どのようなものなら受け取るかというアンケートでは「**実用的なもの**」が最多回答数

実用性を重視したアイテム例

機能性に優れたエコバックやボールペン、ゴミ袋や洗剤などの日用消耗品、うちわ・カイロなどの季節商品など



効果を最大化するノベルティの選び方とアイテム例

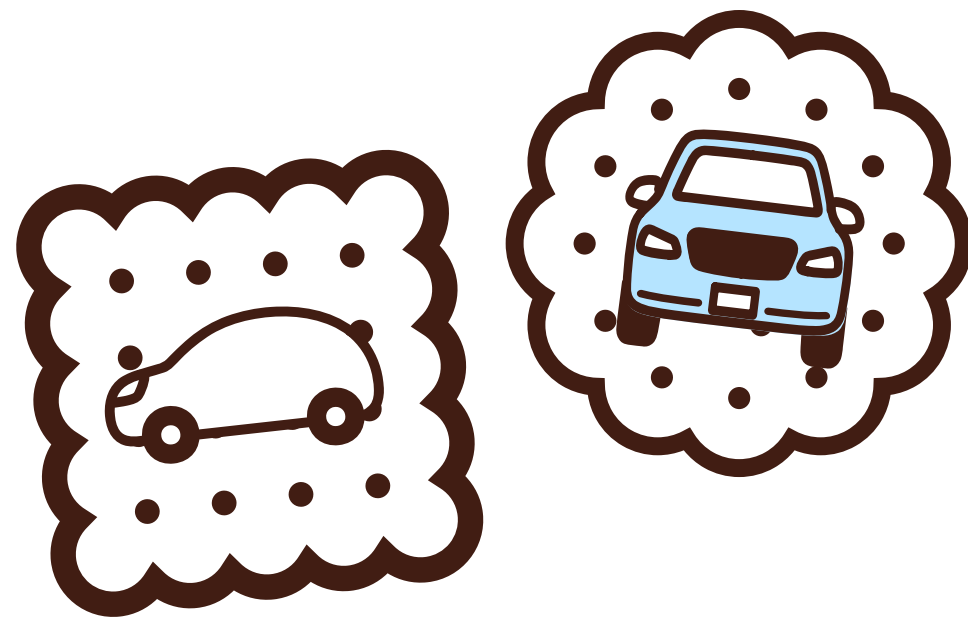
3-2 自社の商品・ターゲット層と親和性の高い品

無料配布されるノベルティであっても、受け手に不要と感じられるアイテムは避けられがち。
そのため、**商品やサービス、店舗のテーマと親和性の高いアイテムを選ぶ**ことが重要です。

自社の商品・ターゲット層と親和性の高いアイテム例

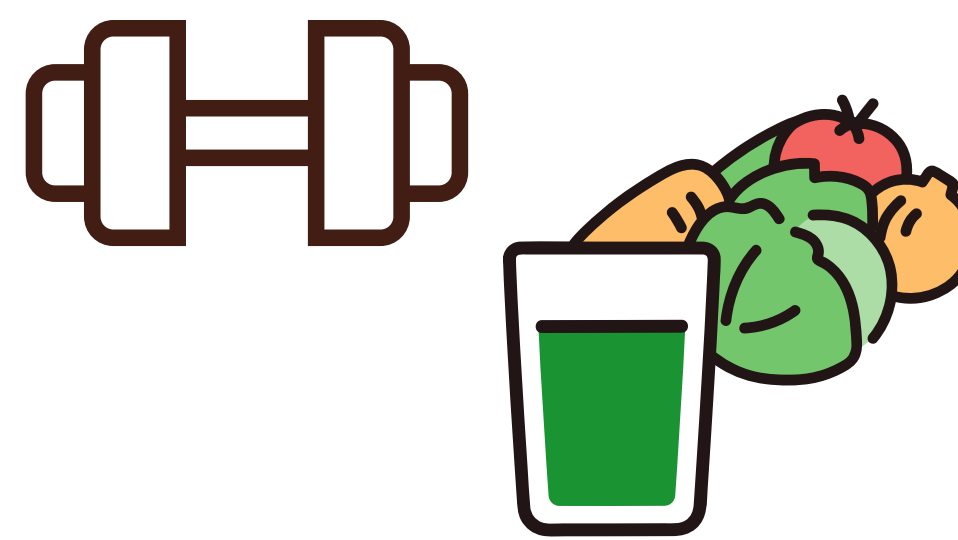
自動車販売店

車のデザインを施したお菓子



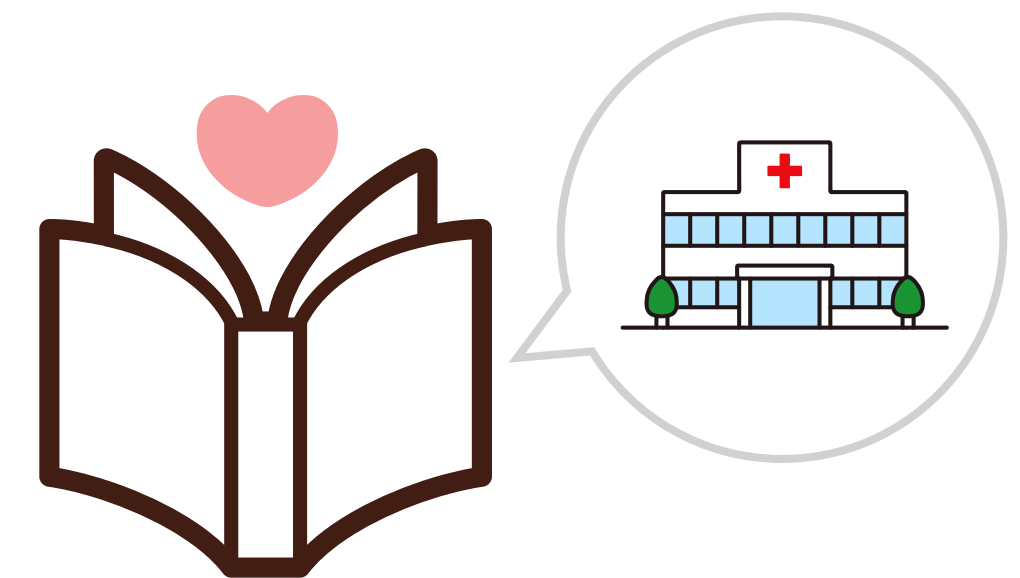
医療機器メーカー

健康グッズや健康食品



保険会社

保険に関する小ネタが入った冊子



効果を最大化するノベルティの選び方とアイテム例

3-3 受け取りやすいサイズの品

ノベルティは**持ち帰りやすいサイズ**でアイテムを検討することも重要な要素。
配布しやすいサイズであることは、**在庫を抱えるスペース**や**渡しやすさ**にも直結し、**配布時間の短縮**にもつながります。

受け取りやすいサイズのアイテム例



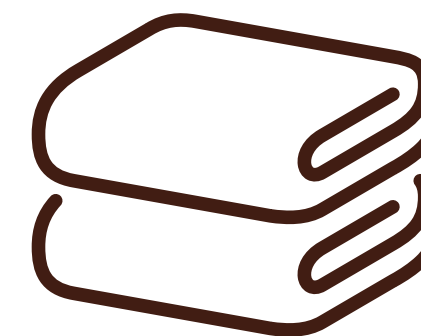
文具



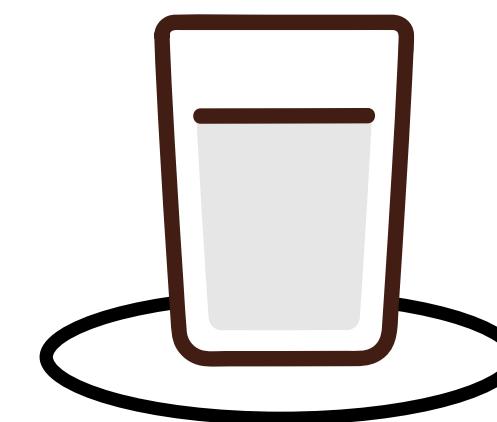
ウェットティッシュ



お菓子



ミニタオル



コースター

など

効果を最大化するノベルティの選び方とアイテム例

3-4 慣れ親しんだ安心感を提供できる品

ロングセラーの商品やお菓子など製造メーカーがはっきりしているものなら、

効果（おいしさ）がわかっている＝「受け取る」可能性は高くなります。

老若男女やファミリー層など、より多くの人に受け取ってほしいと思う場面では特に効果的です。最近はパッケージデザインをオリジナルで製作できるものを増えているため自社のアピールにも直結します。

通常のノベルティの場合

よくわからないから
いらないや



慣れ親しんだ安心感のあるノベルティの場合

コアラのマーチだ！
もらっておこう



記憶に残る 世界に一つだけのノベルティ「オリジナルコアラのマーチ」



4-1 サービス概要

1984年に誕生して皆さまに愛され続けている「コアラのマーチ」。コアラが大好きなユーカリの木をイメージして作られた六角形でおなじみのパッケージを完全オリジナルで作れる「オリジナルコアラのマーチ」は、写真やパーツを使って世界でひとつだけのコアラのマーチが作れるサービスです。

制作内容・納期から選べる「フルオーダーパターン」「セミオーダーパターン」

フルオーダーパターン



デザインから
完全なオリジナルとなります！

数量 10,000個～

金額 270万円(税込)～

作成期間 約8週間

※デザイン費（1デザイン）は無料となります。
※1個あたり270円（税込）となります。
※追加は10個単位となります。
※送料は別途頂戴いたします。
※クール手数料（夏季）別途頂戴いたします。

セミオーダーパターン



60種類のデザインから
お選びいただけます。

数量 400個～

金額 108,000万円(税込)～

作成期間 約4週間

※1個あたり270円（税込）となります。
※追加は10個単位となります。
※送料は別途頂戴いたします。
※クール手数料（夏季）別途頂戴いたします。

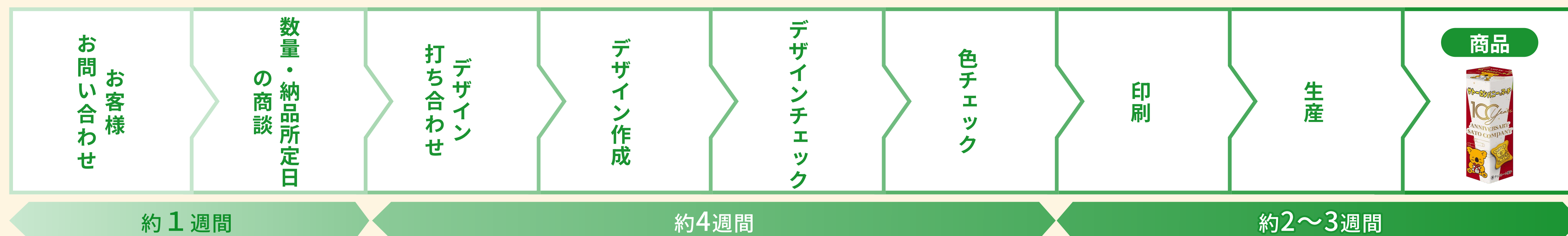
記憶に残る 世界に一つだけのノベルティ「オリジナルコアラのマーチ」



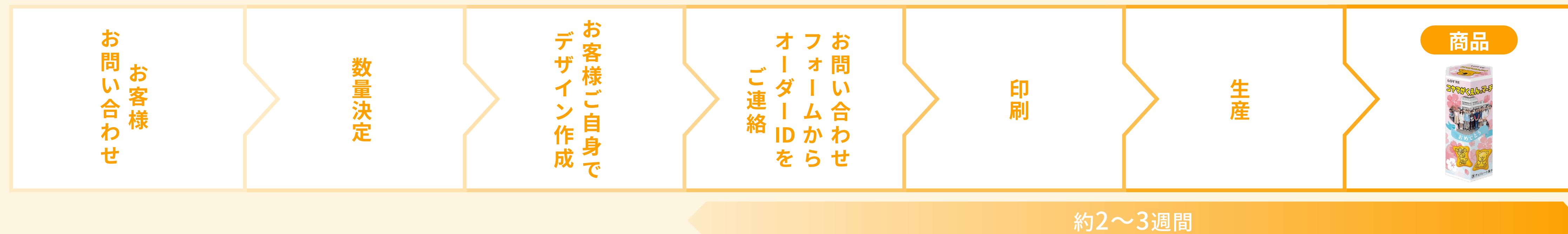
4-2 納品スケジュール

フルオーダーパターンは打ち合わせから約8週間、セミオーダーパターンは打ち合わせから約4週間で全国のご指定の場所に納品させていただきます。

フルオーダーパターン



セミオーダーパターン



マーケティング施策の一つとして、またインナーブランディングとしても活用できるノベルティ。
効果を最大化するためにも目的とシーンに合ったアイテムの選択が必要です。
「オリジナルコアラのマーチ」なら世界に一つだけの特別なノベルティを制作できます。

お見積もりのご相談などぜひお気軽にご連絡ください。



メールでのお問い合わせ・ご注文はこちら

もっと詳しく知りたい方はコチラ



お問い合わせ・ご注文はコチラ



お問い合わせ時には下記内容をお伺いいたします。ご連絡前にご確認をお願いいたします。

- | | | | |
|--------------|---------------|------------|------------------------|
| 1. 会社名： | 4. ご担当者 ご連絡先： | 7. 作成予定数量： | 10. フルオーダーパターン作成の希望有無： |
| 2. 業種： | 5. ご利用時期： | 8. お届け先： | |
| 3. ご担当者 お名前： | 6. ご利用目的： | 9. お届け希望日： | |