

2025 年 10 月 16 日

いつものお買物がもっと楽しくなる WEB マガジン「はとぼん.jp」スタート リテールメディアの取り組みを本格化！

株式会社イトーヨーカ堂（本社：東京都品川区、代表取締役社長：山本 哲也、以下「イトーヨーカドー」）は、2025 年 10 月 16 日（木）より、WEB マガジン「はとぼん.jp」（<https://hatobon.jp/>）の配信を本格的に開始いたしました。

イトーヨーカドーでは昨年 7 月から、リテールメディアの取り組みの一環として、商品の開発背景やこだわり、作り手の想いを伝える冊子として、紙製フリーマガジンの「はとぼん」を毎月発行しています。

これまで多くのメーカー様と連携し、売場と連動した取り組みを進めてきました。その結果、商品の魅力や価値を効果的にお客様に伝えることができ、掲載商品の売上は掲載前と比較して大幅に伸長しています。また、2 回目以降も出稿いただいている企業は約 60%を超えており、メーカー様から高い評価をいただいております。

さらに、毎号実施している読者アンケートでは「次号もまた読みたい」と回答した方が 95%以上にのぼるなど、お客様からも高い評価をいただいています。こうした評価を受け、より多くのお客様に「はとぼん」をお届けするため、パソコンやスマートフォンからいつでも閲覧できる、WEB マガジン版「はとぼん.jp」を開始しました。

WEB 版では、紙製「はとぼん」の記事をスマートフォンでも読みやすいよう再構成しているほか、過去のアーカイブ記事もご覧いただけます。さらに、今後は「はとぼん.jp」の独自記事も順次追加していく予定です。

（これまでの「はとぼん」の一例）



本プロジェクトは、小売業の課題の一つでもある、「商品の魅力や作り手の想いが店頭で十分に伝わらない」という課題を解決するため、魅力的なコンテンツの提供を通じお客様の買物体験がさらに楽しく、便利になることを目指しています。

イトーヨーカドーは今後も、「はとぼん」「はとぼん.jp」を通じてお客様との関係性をより深めるとともに、メーカー様との連携を強化し、リテールメディアの取り組みを推進してまいります。

◀「はとぼん.jp」概要 ▶



- サービス名 : 「はとぼん.jp」
- URL : <https://hatobon.jp/>
- 閲覧環境 : PC・スマホで閲覧可能。（最新のブラウザでご覧ください）

(記事イメージ 『4 杯目 — できたてのクラフトビールが飲めるブルワリーに突撃! 』)



【特長①】「連載」機能

(例:「クラフトビール 1年生」)



スーパーマーケットにはたくさんのメーカー様や生産者様による商品の取扱がありますが、その商品やブランドの魅力を店頭のみでお伝えすることは難しく、十分ではありません。「はとぼん.jp」では、その商品やブランドの魅力、ひいては、そのジャンルの魅力をお伝えするために、「シリーズ記事」として、いつでもどこでも楽しんで読んでいただくコンテンツをご用意してまいります。

連載記事の一例)

●クラフトビール 1 年生 / ●あるある食べ物図鑑 / ●突撃！工場見学 / ●高い理由、安いワケ ほか

【特長②】「特集」機能



日本は季節の移り変わりで旬の食材も変化し、食卓が豊かに変わります。季節ごとのトレンドを楽しんでもらえるように、いくつかの記事を季節やテーマでまとめてみやすいようにひとくりにしました。

また、リテールメディアとしての取り組みとして、すでに一部メーカー様との協業を開始しています。



よろこびがつなぐ世界へ



本リリースに伴い、メーカーさまからの「はとぼん.jp」についての期待のコメントをいただいています。

【メーカー様からのコメント】

花王株式会社 様

エマルは長年、多くの方にご愛顧いただいておりますが、“ニットを洗う洗剤”というイメージが根強く、他の洗濯対象物に広がらない課題がありました。今回、はとぼん様に T シャツ・ぬいぐるみ・制服などの他の洗濯対象物を、生活文脈に沿って紹介していただくことで、「これも洗ってみよう」と読者の皆さまが自然に思うようなコンテンツに仕上がったと思っております。

キリンビール株式会社 様

このたびは「はとぼん.jp」の本格開始、誠におめでとうございます。

イトーヨーカ堂様が長年にわたって培ってこられた売場づくりとお客様との信頼関係を、デジタルでさらに広く届ける取り組みに、キリンビールは深く賛同いたします。とくに「クラフトビール 1 年生」のように、商品の背景やつくり手の想いを丁寧に伝える連載は、お客様の理解と関心を高め、購買行動や体験機会の拡大につながる重要な施策と考えております。キリンビールは今後もイトーヨーカ堂様と連携し、店頭とウェブをつなぐ魅力的なコンテンツや体験（楽しみ方・ペアリング提案など）の提供を通じて、お客様のお買い物をより楽しく、価値あるものにする活動に積極的に参画してまいります。

株式会社資生堂 様

「はとぼん.jp」の本格リリース、誠におめでとうございます。

イトーヨーカ堂様が推進されるリテールメディアの取り組みは、メーカーの想いや商品の魅力をお客様により深く伝える重要な役割を担っていると感じております。資生堂では、30 年以上にわたりシワ研究を続けてまいりました。その知見を活かし、純粋レチノールを配合したエリクシールリンクルクリームなど、シワ改善に効果的な商品を開発・ご提案しています。「はとぼん.jp」を通じて、こうした商品の魅力や正しい美容知識を、より多くのお客様に分かりやすくお届けできることを大変嬉しく思います。今後もイトーヨーカ堂様と連携し、店頭とウェブをつなぐ魅力的なコンテンツの提供を通じて、お客様の美と健康をサポートしてまいります。

日本ハム株式会社 様

この度は WEB マガジン「はとぼん.jp」の本格開始、誠におめでとうございます。我々メーカーよりも、お客様とより近いタッチポイントをもつイトーヨーカ堂様と協働することで、単なる広告宣伝の枠組みを超え、より深い情報をお届けしたいと思っております。今後、社会環境やライフスタイルの変化による多様な食シーンに対応し、毎日のしあわせな食生活を支えていける有益な情報をお届けできるよう継続して協働させていただきたいと考えております。

株式会社明治 様

「はとぼん」を通じ、イトーヨーカ堂様のお客様へ商品やその本質価値をお伝えでき、非常に有意義と感じております。弊社は、たんぱく質の必要性を伝える『たんぱく質の日企画』や、受験生を応援する『受験飯企画』を実施させていただきました。冊子に記事が掲載されるだけでなく、商品部との販促連動、更には売場連動やアリオに於けるイベントなど、あらゆるリテールメディアの手法が活用できます。

今後はお客様の商品購買動機や様々な傾向などの分析も更に強化されるというお話しもいただいております、メーカーとしての必要な情報をいただきながら効果を高めていけるものと感じております。

株式会社ヤッホーブルーイング 様

クラフトビールの面白さは多様な味わいがあり、その一つ一つが全然違っている事だと思います。しかし一方で、店頭で選ぶ際にそれを伝える術が少ないという事は積年の悩みでもありました。「はとぼん.jp」のリリースによって、お客様のご興味と店頭が繋がり製品を選ぶ際の「軸」となっていたら幸いです。

以 上