

【報道用資料】

2014 年度上半期の店頭広告キャンペーンの実施件数は前年比 91%

2014 年度上半期 店頭広告キャンペーン実施形態調査

～キャンペーンの形態別比率／メーカー×キャンペーン実施形態ランキング～

■2014 年度上半期の店頭広告キャンペーンの数は、2013 年度上半期と比較し約 91%へ減少。

■2014 年度上半期の店頭広告キャンペーン実施件数ランキングは、キリンビール株式会社がトップ。

2014 年 11 月 5 日

株式会社パルディア

店頭広告キャンペーン専門会社の株式会社パルディア（本社：東京都港区、代表取締役：中沢敦、電話番号：03-5532-8425）は 2014 年度上半期（2014 年 4 月 1 日～2014 年 9 月 30 日）店頭広告キャンペーン実施形態調査を発表しました。

調査手法は、同社が保有する店頭広告キャンペーンデータベースのキャン索（<http://www.cam-saku.com/>）からデータを抽出して集計を実施した結果とします。

《調査方法》

- ①. 全国 200 名のホームパートナー（在宅主婦）を活用し、店頭広告キャンペーンハガキを収集
- ②. 収集したキャンペーンハガキをデータベースに収録
- ③. 収録したデータをもとに集計

キャン索は 2008 年度以降の日本国内の店頭広告キャンペーンデータを約 5 万 8,000 件収録しており、2010 年 7 月からはキャンペーン情報を一部無料で公開しています。

【調査結果】

■2014 年度上半期の店頭広告キャンペーンの数は、2013 年度上半期と比較し約 91%へ減少。

2014 年度上半期を対象とした調査結果（表 1 参照）ではキャンペーンの総件数は 4,589 件であり、2013 年度上半期の総件数 5,042 件から約 91%に減少しました。

キャンペーン数減少の内訳としては、流通タイアップキャンペーン・流通実施キャンペーンの減少傾向が顕著にみられました。

<キャンペーン数減少の背景>

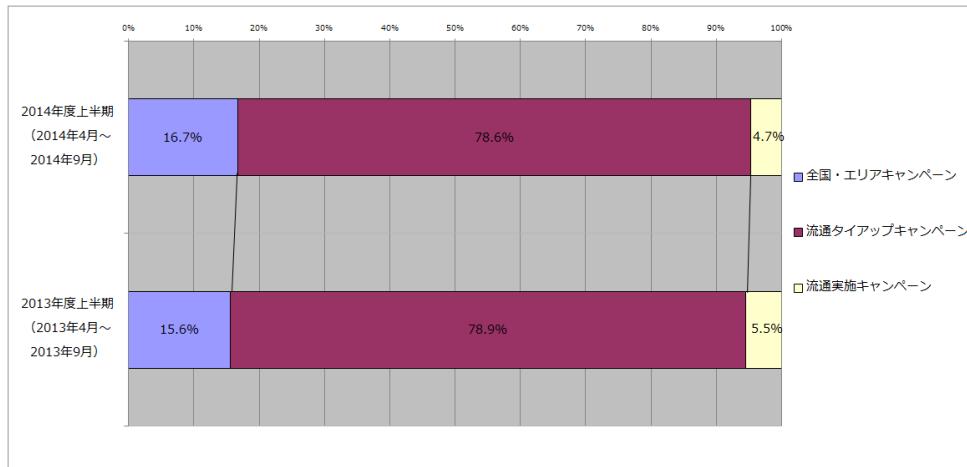
- ・大手小売りチェーンによる経営統合・合併が進み、GMS・DGS・流通実施キャンペーンで減少傾向にあること。
- ・上述の経営統合・合併の流れを受け、特にトイレタリーメーカーで全国・エリアキャンペーン／流通タイアップキャンペーンが減少傾向にあること。
- ・プライベートブランドの台頭により、食品メーカーがブランドや流通を絞ってキャンペーンを実施している傾向があること。
- などがキャンペーン数減少の背景として考えられます。

表1 キャンペーンの形態別比率

形態	2013年度上半期 (2013年4月～2013年9月)			2014年度上半期 (2014年4月～2014年9月)			前年比 (件数)
	件数	企画数	% (件数)	件数	企画数	% (件数)	
	1	2	3	1	2	3	4
1 全国・エリアキャンペーン	785	785	15.6%	766	766	16.7%	97.6%
2 流通タイアップキャンペーン	3,980	2,011	78.9%	3,609	1,825	78.6%	90.7%
3 流通実施キャンペーン	277	277	5.5%	214	211	4.7%	77.3%
合計	5,042	3,073	100.0%	4,589	2,802	100.0%	91.0%

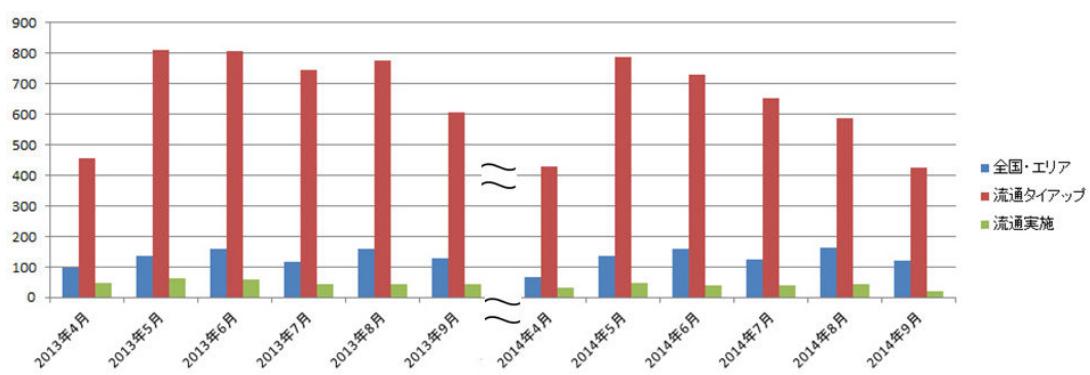
※調査日：2014年10月31日 パルディア調べ

表2 キャンペーンの形態別比率年度比較グラフ



※調査日：2014年10月31日 パルディア調べ

表3 キャンペーンの形態別月次件数比較グラフ



※調査日：2014年10月31日 パルディア調べ

《本件に関するお問い合わせ先》株式会社パルディア 担当柴田 TEL: 03-5532-8425 e-mail: info@paldia.co.jp

■2014年度上半期の店頭広告キャンペーン実施件数ランキングは、キリンビール株式会社がトップ。

今回の調査で1位となったのはキリンビール株式会社で、キャンペーン実施件数は217件(表4参照)。2013年度上半期と比較するとキャンペーン数が増加しており、2014年6月に実施された2014FIFAワールドカップの日本代表オフィシャルスポンサーであることが増加の背景として考えられます。

2位は森永製菓株式会社で200件、3位は株式会社伊藤園で174件の結果となりました。

表4 メーカー×キャンペーン実施形態ランキング

2013年度上半期			2014年度上半期		
実施企業名	全国・エリア		流通タイプ		合計
	件数	セセモーマート	件数	セセモーマート	
1 森永製菓	13	225	156	69.3%	238
2 キリンビール	25	164	77	47.0%	189
3 サントリー&スピリッツ	1	188	156	83.0%	189
4 サントリーフーズ	12	111	64	56.5%	184
5 明治（m e i j i）	29	148	76	51.4%	177
6 ニチレイ	17	151	40	26.5%	168
7 キヨヒラビル	1	125	125	100%	125
8 ロッテ（ロッテ商店）	18	140	41	33.6%	159
9 伊藤園	4	143	70	49.0%	147
10 江崎グリコ	17	126	47	37.3%	143
11 カゴメ	14	122	52	42.6%	136
12 サントリー	17	112	35	31.3%	129
13 キリンビバレッジ	19	109	18	16.5%	128
14 大塚製薬	5	122	100	82.0%	127
15 アサヒ飲料	3	94	66	70.2%	97
16 サンボロビール	5	88	30	34.1%	93
17 球の森	3	69	24	34.8%	72
18 カルビス	3	67	50	74.6%	70
19 カルビマー	8	61	24	39.3%	69
20 森永乳業	17	50	16	32.0%	67
21 三井製菓	1	64	59	92.2%	65
22 青島メグミルク	15	50	2	4.0%	55
23 ハウス食品	6	59	2	3.4%	55
24 ハウスフード	3	53	17	32.1%	62
25 ブリボン	14	44	6	13.6%	58
26 不二家	0	55	43	78.2%	55
27 オンコーマン	6	49	7	14.3%	55
28 メリシャン	3	51	40	78.4%	54
29 ライオン	6	47	32	68.1%	53
30 P&G	4	49	29	59.2%	53
その他	704	2,598	621	23.9%	3,302
合計	993	5,641	2,182	38.7%	6,634

2013年度上半期			2014年度上半期		
実施企業名	全国・エリア		流通タイプ		合計
	件数	セセモーマート	件数	セセモーマート	
1 キリンビール	23	195	83	42.6%	217
2 森永製菓	17	183	117	63.9%	200
3 伊藤園	5	169	146	86.4%	174
4 キユーピー（キユーピー）	2	149	114	76.5%	151
5 サントリー&スピリッツ	24	124	31	25.0%	148
6 明治（m e i j i）	19	126	19	15.4%	145
7 キヨヒラビル	24	113	31	27.4%	145
8 大塚製薬	5	132	105	79.5%	135
9 カゴメ	7	126	75	59.3%	125
10 キリンビバレッジ	17	113	28	24.8%	130
11 ロッテ（ロッテ商店）	14	102	49	48.0%	116
12 サントリー	34	79	16	20.3%	113
13 アサヒビール	18	94	23	24.5%	112
14 不二家	2	98	84	85.7%	100
15 江崎グリコ	14	83	29	34.9%	97
16 サントリーフーズ	10	84	36	42.9%	94
17 ロッテアイス	2	88	70	79.5%	90
18 アサヒ飲料	6	79	33	41.8%	65
19 サッポロビール	13	63	22	34.9%	76
20 花王	6	68	18	26.5%	74
21 森永乳業	17	55	19	34.5%	72
22 三善製菓	3	66	51	77.3%	69
23 味の素	4	64	2	3.1%	65
24 メリシャン	6	53	16	30.2%	61
25 ハマダギナピスコ	3	57	50	87.7%	60
26 ブリボン	3	52	31	59.6%	55
27 白石香料	7	45	12	26.7%	52
28 東京瓦斯	7	44	20	45.5%	51
29 P&G	6	44	14	31.8%	50
30 キッコーマン	4	45	28	62.2%	49
その他	432	1,678	390	23.2%	2,110
合計	755	4,471	1,762	39.4%	5,226

※調査日：2014年10月31日 パルディア調べ

※調査対象日：2013年度上半期（2013年4月1日～2013年9月30日）、2014年度上半期（2014年4月1日～2014年9月30日）

※複数メーカーで協賛・実施しているキャンペーンは、それぞれのメーカーに件数をカウントしています。

本レポートに関するより詳しいセミナーを開催致しますのでご案内させていただきます。

■2014年度上半期 店頭キャンペーン動向&O2Oプロモーション事例セミナー

開催日時：2014年11月17日（月）14:00～16:30

会場：アーバンネット神田カンファレンス2A（所在地/東京都千代田区神田3-6-2 アーバンネット神田ビル2F2A）

講師：株式会社パルディア 代表取締役中沢 敦

申込みフォーム：<http://www.paldia.co.jp/seminar/>

《本件に関するお問い合わせ先》株式会社パルディア 担当柴田 TEL：03-5532-8425 e-mail：info@paldia.co.jp

【キャン索フリー（<http://www.cam-saku.com/>）とは】

全国の主要流通で実施されている店頭広告キャンペーンの情報をユーザー登録（無料）していくだけのことで、一定期間（※）の店頭広告キャンペーンの情報を検索・閲覧できるサービスです。



※ ご利用日の半年前の月からさかのぼって1年分の店頭広告キャンペーン情報を検索・閲覧することができます。（2014年11月にご利用の場合、2013年6月～2013年5月にキャンペーンが終了した店頭広告キャンペーンの情報を検索することができます。）

<キャン索フリーの概要>

①. 豊富な検索機能

メーカー・実施流通チェーン・キャンペーン名称・実施期間・景品名・フリーワードなどから各種キャンペーンを検索することができます。

②. 全国の店頭で実施されているキャンペーン情報を網羅

北海道から沖縄まで、全国の弊社と契約登録を行ったホームパートナー（在宅主婦）200名が、日々買い物の中で探した店頭のハガキを自宅で情報入力するため、キャンペーン情報が豊富に収録されています。

③. キャンペーン情報はリアルタイムで更新

毎月1,000件前後のキャンペーン情報がリアルタイムで更新されます。

<キャン索フリー導入によるメリット>

①. 簡単にご利用可能

メーカー、小売、卸店、販売会社、広告代理店、S P会社など企画担当者の立場に立った、操作が簡単なサービスシステムをご利用いただけます。

②. 無駄な時間を無くし効率的

ターゲットに最適なキャンペーン実績探ししが簡単にできるため、ヒントにすることで悩んだり無駄な時間が省け、効率的です。

③. 顧客への充実したサービス提供

広告代理店等の担当者は、顧客への充実したサービスを提供でき、競合他社との差別化を図ることができます。

これらにより広告代理店等の担当者は、時間的に「ゆとり」ができ、他の業務に取り組む時間が生まれます。

【株式会社パルディア 会社概要】

社名：株式会社パルディア

本社：〒105-0004 東京都港区新橋 3-4-5 新橋フロンティアビルディング 5F

URL：<http://www.paldia.co.jp/>

設立：1996年4月10日 <営業開始 1996年10月1日>

資本金：1,800万円

代表者：代表取締役 中沢敦

従業員数：30名

事業内容：広告企画制作・広告代理業

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社パルディア 柴田英治

〒105-0004 東京都港区新橋 3-4-5 新橋フロンティアビルディング 5F

電話番号：03-5532-8425

FAX：03-5532-8426

e-mail：info@paldia.co.jp

《引用》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>

「店頭広告キャンペーン専門会社のパルディアが実施した調査結果によると・・・」