

【報道用資料】

2014年度の店頭広告キャンペーンの実施件数は前年比91%

2014年度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年度の店頭広告キャンペーンの数は、2013年度と比較し約91%へ減少。

■2014年度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。

2015年4月22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（2014年4月1日～2015年3月31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2009年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年度の店頭広告キャンペーンの数は、2013年度と比較し約91%へ減少。

2014年度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8,849件であり、2013年度の総件数9,686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。

《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。
 - ・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。
 - ・2014年4月施行の消費増税前のかけこみ需要に対して反動で件数が減少したこと。
- 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			2014年度			前年比
	件数	企画数	% (件数)	件数	企画数	% (件数)	
1 全国・エリア	1,502	1,496	15.5%	1,434	1,434	16.2%	95.5%
2 流通タイアップ	7,674	3,982	79.2%	7,024	3,656	79.4%	91.5%
3 流通実施	510	507	5.3%	391	387	4.4%	76.7%
合 計	9,686	5,985	100.0%	8,849	5,477	100.0%	91.4%

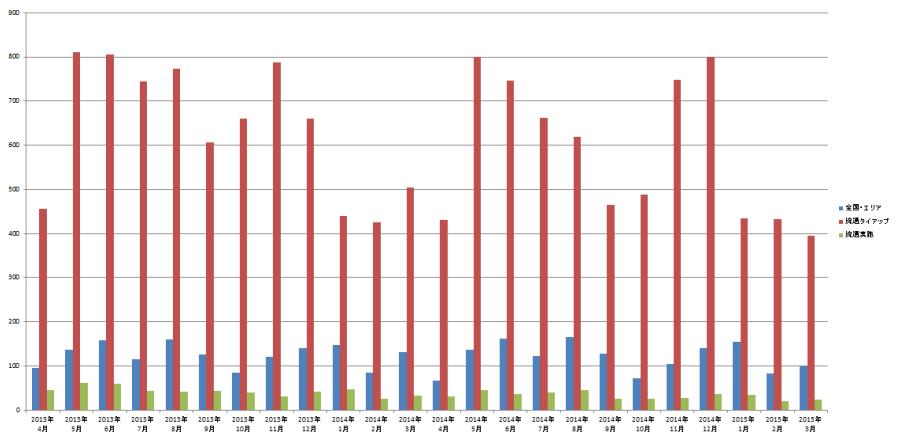
※調査日：2015年4月21日 パルディア調べ

表2 キャンペーンの形態別比率年度比較グラフ



※調査日：2015年4月21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

■2014年度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

《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

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376件(表4参照)。2013年度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376件、3位は株式会社明治で321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		n=9,586				2014年度		n=8849				
実施企業名	全国・エリア	流通タイプ			合計	実施企業名	全国・エリア	流通タイプ			合計	
		件数	件数	セセセ-フォ-マット				件数	件数	セセセ-フォ-マット		
1 森永製菓		21	387	224	57.9%	408	1 キリンビール	37	339	134	39.5%	376
2 サントリー・ビア&スピリッツ		48	309	124	40.1%	357	2 森永製菓	34	339	196	57.8%	373
3 伊藤園		5	346	288	83.2%	351	3 明治 (m e i j i)	40	281	47	16.7%	321
4 朝日 (m e i j i)		32	317	68	21.5%	349	4 伊藤園	9	300	244	81.3%	309
5 ロッテ (ロッテ商店)		10	318	150	47.2%	326	5 サントリー・ビア&スピリッツ	36	272	107	39.3%	308
6 サントリー酒類		55	269	118	43.9%	324	6 キューピー (キューピー)	5	266	205	77.1%	271
7 キリンビール		22	301	127	42.2%	323	7 ロッテ (ロッテ商店)	19	244	118	48.4%	263
8 アサヒビール		41	270	107	39.6%	311	8 サントリー酒類	34	223	88	39.5%	257
9 カゴメ		15	267	146	54.7%	282	9 不二家	10	217	174	80.2%	227
10 不二家		9	244	196	80.3%	253	10 キリンビバレッジ	22	203	49	24.1%	225
11 キリンビバレッジ		19	227	74	32.6%	246	11 サントリー	53	171	47	27.5%	224
12 江崎グリコ		23	220	85	38.6%	243	12 江崎グリコ	25	191	58	30.4%	216
13 キューピー (キューピー)		2	232	168	72.4%	234	13 花王	12	196	79	40.3%	208
14 サントリー		27	202	51	25.2%	229	14 カゴメ	12	195	93	47.7%	207
15 花王		12	202	86	42.6%	214	15 アサヒビール	28	178	44	24.7%	206
16 三幸製菓		7	145	113	76.6%	152	16 ロッテアイス	5	156	124	79.5%	161
17 東洋水産		11	140	93	66.4%	151	17 大塚製菓	8	145	107	73.8%	153
18 サッポロビール		23	123	29	23.6%	146	18 味の素	10	136	10	74.4%	146
19 曹氏メグミルク		12	122	44	36.1%	134	19 三幸製菓	7	137	103	75.2%	144
20 味の素		9	124	6	4.8%	133	20 サッポロビール	22	115	39	33.9%	137
21 森永乳業		25	107	5	4.7%	132	21 森永乳業	31	106	28	26.4%	137
22 プロビン		6	118	61	51.7%	124	22 アサヒ飲料	13	121	38	31.4%	134
23 ロッテアイス		1	122	94	77.0%	123	23 サントリーフーズ	11	114	36	31.6%	125
24 P & G		22	97	44	45.4%	119	24 東洋水産	14	111	62	55.9%	125
25 大塚製菓		4	114	73	64.0%	118	25 ブルボン	4	121	77	63.6%	125
26 アサヒ飲料		6	108	25	23.1%	114	26 キッコーマン食品	2	118	93	78.8%	120
27 日清食品		12	95	23	24.2%	107	27 サントリービール	4	114	71	62.3%	118
28 ハウス食品		6	101	26	25.7%	107	28 ミツカン	4	109	36	33.0%	113
29 カルビー		16	91	20	22.0%	107	29 モツコーマン	4	107	75	70.1%	111
30 日本ハム		25	77	17	22.1%	102	30 P & G	13	98	37	37.8%	111
その他		1,339	5,235	1,387	26.5%	6,574	その他	1,327	4,760	1,165	24.5%	6,087
合計		1,865	11,030	4,070	36.9%	12,895	合計	1,855	10,183	3,784	37.2%	12,038

※調査日：2015年4月21日 パルディア調べ

※調査対象日：2013年度（2013年4月1日～2014年3月31日）、2014年度（2014年4月1日～2015年3月31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年度店頭キャンペーン動向&O2Oオムニチャネル事例セミナー

開催日時：2015年5月14日（木）14:00～16:30

会場：トスラブ山王健保会館2F（所在地/東京都港区赤坂2-5-6）

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。



＜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：32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・・・」