

【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、麒麟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ソ（<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

キャンソは 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＞

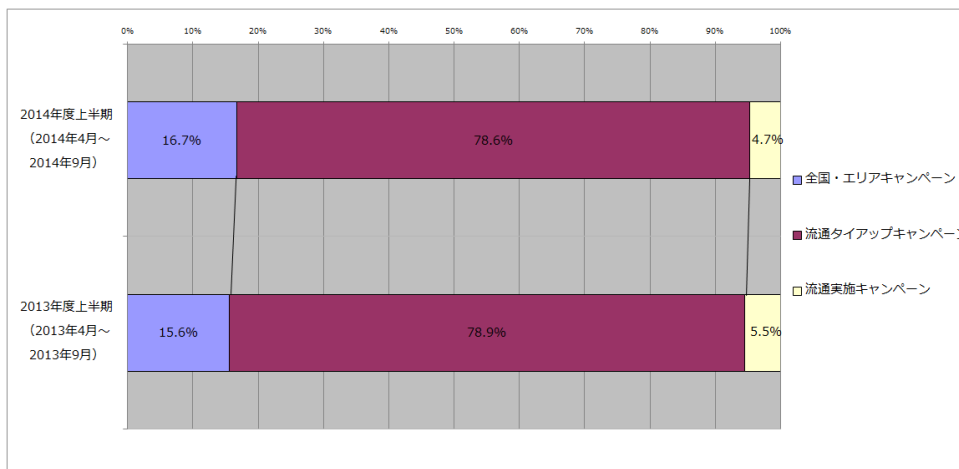
- ・大手小売りチェーンによる経営統合・合併が進み、GMS・DGS・流通実施キャンペーンで減少傾向にあること。
 - ・上述の経営統合・合併の流れを受け、特にトイレタリーメーカーで全国・エリアキャンペーン／流通タイアップキャンペーンが減少傾向にあること。
 - ・プライベートブランドの台頭により、食品メーカーがブランドや流通を絞ってキャンペーンを実施している傾向があること。
- などがキャンペーン数減少の背景として考えられます。

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 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%

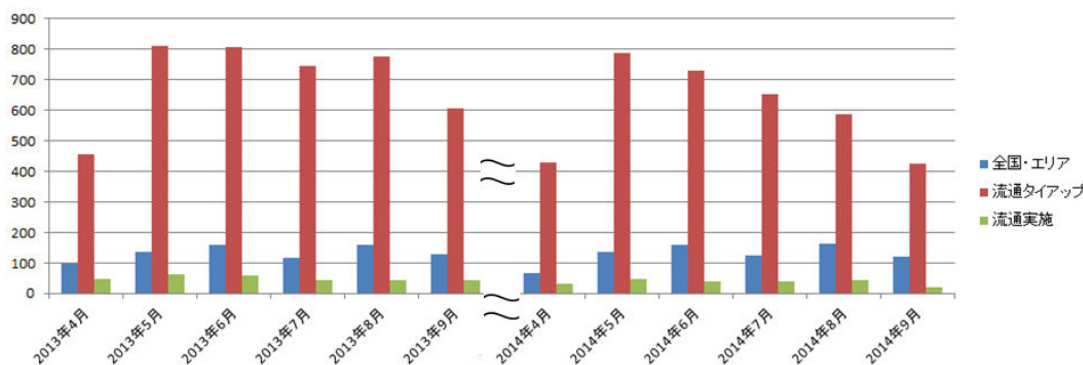
※調査日：2014年10月31日 パルディア調べ

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

■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								
順位	実施企業名	全国・エリア 件数	流通タイプアップ		合計	順位	実施企業名	全国・エリア 件数	流通タイプアップ		合計		
			カネホフォーマット	%					カネホフォーマット	%			
1	森永製菓	13	225	156	69.3%	238	1	キリンビール	22	195	83	42.6%	217
2	アサヒビール	25	164	77	47.0%	189	2	森永製菓	17	183	117	63.9%	200
3	サントリーピア&スビリッツ	1	188	156	83.0%	189	3	伊藤園	5	169	146	86.4%	174
4	サントリー清純	12	172	111	64.5%	184	4	キユーピー(キユーピー)	2	149	114	76.5%	151
5	明治(meiji)	29	148	76	51.4%	177	5	サントリーピア&スビリッツ	24	124	31	25.0%	148
6	花王	17	151	40	26.5%	168	6	明治(meiji)	19	126	19	15.1%	145
7	キリンビール	1	165	129	78.2%	166	7	サントリー清純	24	113	31	27.4%	137
8	ロッテ(ロッテ製菓)	18	140	47	33.6%	158	8	大塚製菓	5	132	105	79.5%	137
9	伊藤園	4	143	70	49.0%	147	9	カゴメ	7	126	75	59.5%	133
10	江崎グリコ	17	126	47	37.3%	143	10	キリンビハレッシュ	17	113	28	24.8%	130
11	カゴメ	14	122	52	42.6%	136	11	ロッテ(ロッテ製菓)	14	102	49	48.0%	116
12	サントリー	17	112	35	31.3%	129	12	サントリー	34	79	16	20.3%	113
13	キリンビハレッシュ	19	109	18	16.5%	128	13	アサヒビール	18	94	23	24.5%	112
14	大塚製菓	5	122	100	82.0%	127	14	不二家	2	98	84	85.7%	100
15	アサヒ飲料	3	94	66	70.2%	97	15	江崎グリコ	14	83	29	34.9%	97
16	サッポロビール	5	88	30	34.1%	93	16	サントリーフーズ	10	84	36	42.9%	94
17	味の素	3	69	24	34.8%	72	17	ロッテアイス	2	88	70	79.5%	90
18	カルピス	3	67	50	74.6%	70	18	アサヒ飲料	6	79	33	41.8%	85
19	カルビー	8	61	24	39.3%	69	19	サッポロビール	13	63	22	34.9%	76
20	森永製菓	17	50	16	32.0%	67	20	花王	6	68	18	26.5%	74
21	三幸製菓	1	64	59	92.2%	65	21	森永乳業	17	55	19	34.5%	72
22	豊田小麦ミルク	15	50	2	4.0%	65	22	三幸製菓	3	66	51	77.3%	69
23	ハウス食品	6	59	2	3.4%	65	23	味の素	4	64	2	3.1%	68
24	日本ハム	3	59	17	28.8%	62	24	メルシャン	8	53	16	30.2%	61
25	ブルボン	14	44	6	13.6%	58	25	ヤマザキナビスコ	3	57	50	87.7%	60
26	不二家	0	55	43	78.2%	58	26	ブルボン	3	52	31	59.6%	55
27	キッコーマン	6	49	7	14.3%	55	27	日清製粉	7	45	12	26.7%	52
28	メルシャン	3	51	40	78.4%	54	28	アサヒ飲料	7	44	20	45.5%	51
29	ユニオン	6	47	32	68.1%	53	29	P&G	6	44	14	31.8%	50
30	P&G	4	49	29	59.2%	53	30	キッコーマン	4	45	28	62.2%	49
	その他	704	2,598	621	23.9%	3,302		その他	432	1,678	390	23.2%	2,110
	合計	993	5,641	2,182	38.7%	6,634		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/>

【キャンソフリー (<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）していただく事で、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。）

<キャンソフリーの概要>

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可能です。

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手紙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。

<キャンソ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ができるため、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・・・」