

【報道用資料】

2015 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 86.4%

**2015 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～**

- 2015 年度上半期の店頭広告キャンペーンの数は、2014 年度上半期と比較し約 86.4%へ減少。
- 2015 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。

2015 年 10 月 26 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 2015 年度上半期（2015 年 4 月 1 日～2015 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 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 6 万 3,000 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】

- 2015 年度上半期の店頭広告キャンペーンの数は、2014 年度上半期と比較し約 86.4%へ減少。

2015 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 3,964 件であり、2014 年度上半期の総件数 4,589 件から約 86.4%に減少しました。

キャンペーン数減少の内訳としては、全国・エリアキャンペーン、流通タイアップキャンペーン、流通実施キャンペーンいずれも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＞

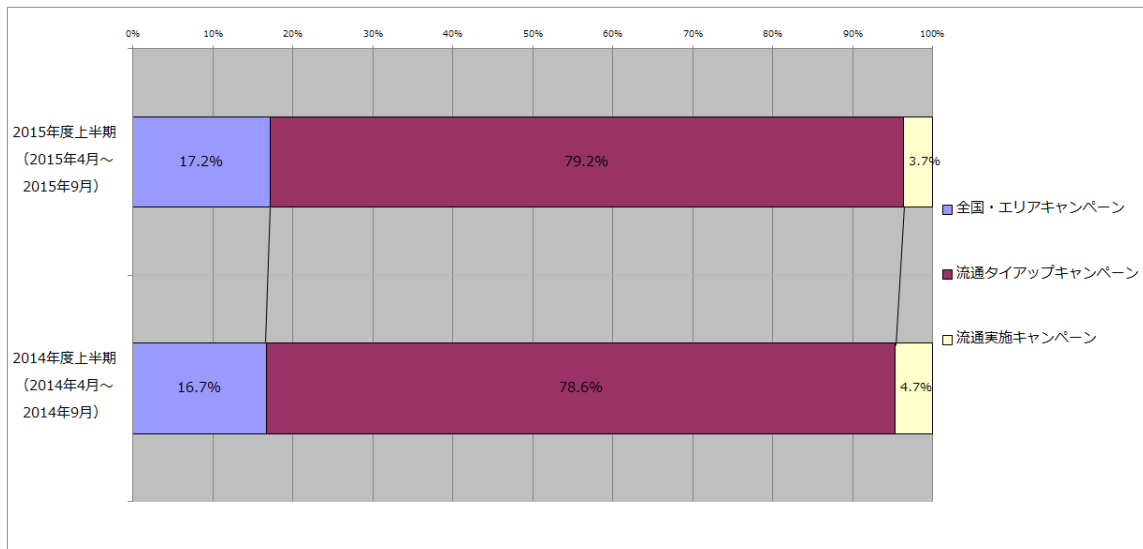
- ・プライベートブランドの台頭により、食品メーカーがブランドや流通を絞ってキャンペーンを実施している傾向があること。
- ・メーカーによる店頭を絡めずに web で完結したキャンペーンが増加していること。

表 1 キャンペーンの形態別比率

形態	2014年度上半期 (2014年4月～2014年9月)			2015年度上半期 (2015年4月～2015年9月)			前年比 (件数)
	件数	企画数	%	件数	企画数	%	
1 全国・エリアキャンペーン	766	766	27.3%	680	680	25.7%	88.8%
2 流通タイアップキャンペーン	3,609	1,825	65.1%	3,138	1,818	68.8%	86.9%
3 流通実施キャンペーン	214	211	7.5%	146	146	5.5%	68.2%
合計	4,589	2,802	100.0%	3,964	2,644	100.0%	86.4%

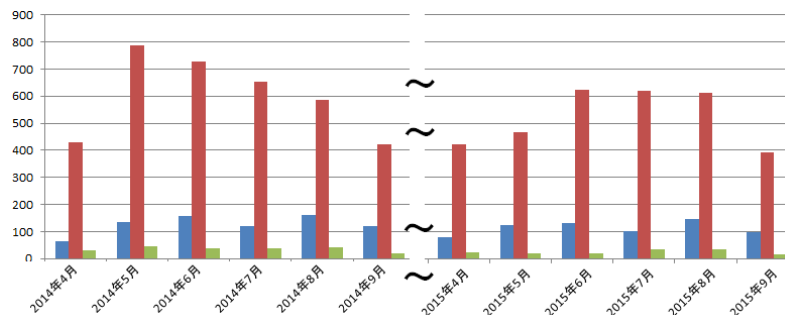
※調査日：2015年10月26日 パルディア調べ

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10月26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：2015年10月26日 パルディア調べ

■2015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190件(表4参照)。2014年度上半期と比較するとキャンペーン数は減少しています。

2位は森永製菓株式会社で173件、3位はサントリー酒類株式会社で160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

2014年度上半期					2015年度上半期							
実施企業名	全国・エリア 件数	流通タイプアップ			合計	実施企業名	全国・エリア 件数	流通タイプアップ			合計	
		コンビニフォーマット	%					コンビニフォーマット	%			
1 キリンビール	22	195	83	42.6%	217	1	キリンビール	15	175	51	29.1%	190
2 森永製菓	17	183	117	63.9%	200	2	森永製菓	17	156	97	62.2%	173
3 伊藤園	5	169	146	86.4%	174	3	サントリー酒類	18	142	37	26.1%	160
4 キューピー(キューピー)	2	149	114	76.5%	151	4	伊藤園	7	140	117	83.6%	147
5 サントリービア&スピリッツ	24	124	31	25.0%	148	5	明治(meiji)	25	118	21	17.8%	143
6 明治(meiji)	19	126	19	15.1%	145	6	ロッテ(ロッテ製菓)	9	115	61	53.0%	124
7 サントリー酒類	24	113	31	27.4%	137	7	サントリーフーズ	5	117	64	54.7%	122
8 大塚製菓	5	132	105	79.5%	137	8	カゴメ	6	109	60	55.0%	115
9 カゴメ	7	126	75	59.5%	133	9	サントリービール	16	99	35	35.4%	115
10 キリンビバレッジ	17	113	28	24.8%	130	10	キリンビバレッジ	11	103	17	16.5%	114
11 ロッテ(ロッテ製菓)	14	102	49	48.0%	116	11	アサヒ飲料	5	100	46	46.0%	105
12 サントリー	34	79	16	20.3%	113	12	アサヒビール	12	93	19	20.4%	105
13 アサヒビール	18	94	23	24.5%	112	13	サントリー	17	85	30	35.3%	102
14 不二家	2	98	84	85.7%	100	14	花王	5	90	42	46.7%	95
15 江崎グリコ	14	83	29	34.9%	97	15	キッコーマン	3	80	61	76.3%	83
16 サントリーフーズ	10	84	36	42.9%	94	16	F&G	15	61	25	41.0%	76
17 ロッテアイス	2	88	70	79.5%	90	17	江崎グリコ	17	58	10	17.2%	75
18 アサヒ飲料	6	79	33	41.8%	85	18	三幸製菓	4	66	49	74.2%	70
19 サッポロビール	13	63	22	34.9%	76	19	味の素	7	56	8	14.3%	63
20 花王	6	68	18	26.5%	74	20	サッポロビール	12	49	10	20.4%	61
21 森永製菓	17	55	19	34.5%	72	21	森永製菓	16	45	6	13.3%	61
22 三幸製菓	3	66	51	77.3%	69	22	味の素(グルタミン)	8	45	13	28.9%	53
23 味の素	4	64	2	3.1%	68	23	プリマハム	2	49	29	59.2%	51
24 メルシャン	8	53	16	30.2%	61	24	ライオン	4	47	17	36.2%	51
25 ヤマザキナビスコ	3	57	50	87.7%	60	25	ハウス食品	2	48	14	29.2%	50
26 ブルボン	3	52	31	59.6%	55	26	ヤマザキナビスコ	1	49	41	83.7%	50
27 日清食品	7	45	12	26.7%	52	27	東洋水産	5	42	23	54.8%	47
28 東洋水産	7	44	20	45.5%	51	28	はろろフーズ	4	43	26	60.5%	47
29 F&G	6	44	14	31.8%	50	29	エスデー(エスデー化学)	3	42	28	66.7%	45
30 キッコーマン	4	45	28	62.2%	49	30	不二家	9	36	19	52.8%	45
その他	432	1,678	390	23.2%	2,110	その他	515	2,147	437	20.4%	2,662	
合計	755	4,471	1,762	39.4%	5,226	合計	795	4,605	1,513	32.9%	5,400	

※調査日：2015年10月26日 パルディア調べ

※調査対象日：2014年度上半期(2014年4月1日～2014年9月30日)、2015年度上半期(2015年4月1日～2015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。

■2015年度上半期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11月17日(火) 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/>

【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。（2015年11月にご利用の場合、2014年6月～2015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商品を自宅の情報入力するため、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、SP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：36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・・・」