

【報道用資料】

2015年度の店頭広告キャンペーンの実施件数は前年比 89.9%

2015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～

- 2015年度の店頭広告キャンペーンの数は、2014年度と比較し約89.9%へ減少。
- 2015年度の店頭広告キャンペーン実施件数ランキングは、サントリー酒類株式会社がトップ。

2016年4月25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（2015年4月1日～2016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。

店頭広告キャンペーン実施形態調査は、株式会社パルディア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/>）に保存された2015年度集計対象件数（7,956件）のキャンペーンデータをもとに集計を行った結果です。

《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
※店頭広告キャンペーン実施形態調査での集計対象は、店頭を起点としたプレゼントキャンペーンを対象とし、web上でのみキャンペーン告知を行い店頭を介さないキャンペーンは「web限定告知キャンペーン」と位置づけ、本レポートでは集計対象外とする。ただし、Web上でのみ告知している場合でも「店頭で商品を購入して応募」する形式のキャンペーンの場合、キャンソでは「クローズドキャンペーン」の扱いとし、「web限定告知キャンペーン」の対象外となり集計対象のキャンペーンとする。

キャンソは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】

- 2015年度の店頭広告キャンペーンの数は、2014年度と比較し約89.9%へ減少。

2015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7,956件であり、2014年度の総件数8,849件から約89.9%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＞

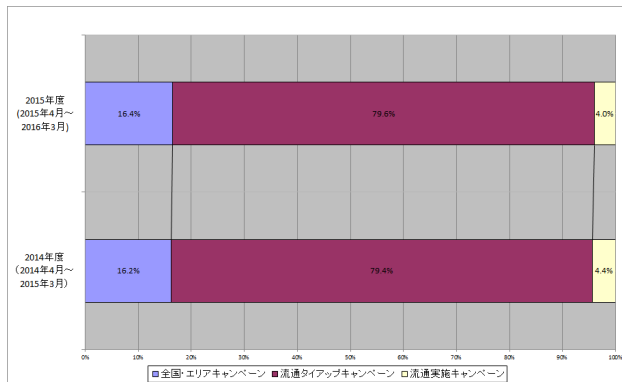
- ・プライベートブランドの台頭により、食品メーカーがブランドや流通を絞ってキャンペーンを実施している傾向があること。
- ・メーカーによる店頭を絡めずに SNS を活用した Twitter/インスタグラム等、web で完結したキャンペーンが増加していること。
- ・メーカーと流通とのクーポン協賛が増加していること。
- ・流通業界の統廃合により、流通の一部上位企業についてはキャンペーン件数が増加、一部上位企業以外は全体的にキャンペーン実施件数が減少傾向であること。

表 1 キャンペーンの形態別比率

形態	2014年度 (2014年4月～2015年3月)			2015年度 (2015年4月～2016年3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	1,434	1,434	16.2%	1,308	1,308	16.4%	91.2%
2 流通タイアップキャンペーン	7,024	3,656	79.4%	6,331	3,609	79.6%	90.1%
3 流通実施キャンペーン	391	387	4.4%	317	315	4.0%	81.1%
合計	8,849	5,477	100.0%	7,956	5,232	100.0%	89.9%

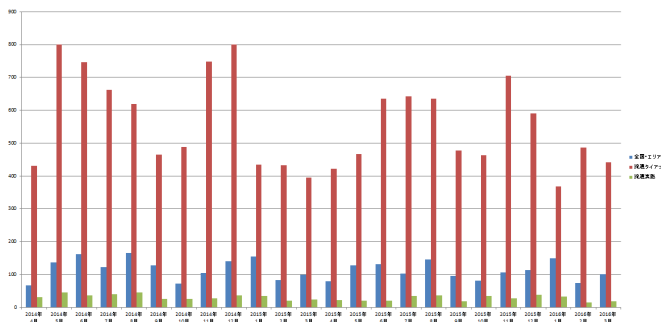
※調査日：2016年4月22日 パルディア調べ

表 2 キャンペーンの形態別比率年度比較グラフ



※調査日：2016年4月22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：2016年4月22日 パルディア調べ

■2016年度の店頭広告キャンペーン実施件数ランキングは、サントリー酒類株式会社がトップ

今回の調査で1位となったのはサントリー酒類株式会社で、キャンペーン実施件数は345件(表4参照)。2位はキリンビール株式会社で340件、3位は森永製菓株式会社で334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						2015年度					
実施企業名	全国・エリア	流通タイプアップ			合計	実施企業名	全国・エリア	流通タイプアップ			合計
		件数	件数	%				件数	件数	%	
1 キリンビール	37	339	134	39.5%	378	1 サントリー酒類	33	312	120	38.5%	345
2 森永製菓	34	339	196	57.8%	373	2 キリンビール	38	312	95	30.4%	340
3 明治 (meiji)	40	281	47	16.7%	323	3 森永製菓	37	297	171	57.6%	334
4 伊藤園	9	300	244	81.3%	309	4 明治 (meiji)	47	271	56	20.7%	318
5 サントリービア&スピリッツ	36	272	107	39.3%	308	5 ロッテ (ロッテ製菓)	24	261	147	52.3%	305
6 キュービー (キュービー)	5	266	205	77.1%	271	6 アサヒビール	25	172	38	22.1%	197
7 ロッテ (ロッテ製菓)	19	244	118	48.4%	263	7 サントリーウイスキー	7	187	107	57.2%	194
8 サントリー酒類	34	223	88	39.5%	257	8 サントリービール	21	171	74	43.3%	192
9 不二家	10	217	174	80.2%	227	9 カゴメ	10	181	84	46.4%	191
10 キリンビバレッジ	27	203	49	24.1%	225	10 花王	11	176	87	49.4%	187
11 サントリー	55	171	47	27.5%	224	11 日清ケリコ	33	152	39	25.7%	185
12 日清ケリコ	25	191	58	30.4%	216	12 キリンビバレッジ	18	165	26	15.8%	183
13 花王	12	196	79	40.3%	208	13 サントリー	32	150	61	40.7%	182
14 カゴメ	12	195	93	47.7%	207	14 伊藤園	15	167	134	80.2%	182
15 アサヒビール	28	178	44	24.7%	206	15 P&G	25	141	66	46.8%	166
16 ロッテアイス	5	156	124	79.5%	161	16 アサヒ飲料	8	146	54	37.0%	154
17 大塚製菓	8	145	107	73.8%	153	17 キッコーマン食品	2	149	128	85.9%	151
18 味の素	10	136	10	7.4%	146	18 味の素	11	136	8	5.9%	147
19 三善製菓	7	137	103	75.2%	144	19 三善製菓	7	134	94	70.1%	141
20 サッポロビール	22	115	39	33.9%	137	20 キッコーマン	4	124	89	71.8%	128
21 森永製菓	31	106	28	26.4%	137	21 養蜂堂	12	112	77	68.8%	124
22 アサヒ飲料	13	121	38	31.4%	134	22 森永製菓	32	85	16	18.8%	117
23 サントリーウイスキー	11	114	36	31.6%	125	23 サッポロビール	22	90	23	25.6%	112
24 養蜂堂	14	111	62	55.9%	125	24 ケンカハム	7	100	71	71.0%	107
25 ブルボン	4	121	77	63.6%	125	25 はごろもアイス	5	100	69	69.0%	105
26 キッコーマン食品	2	118	93	78.8%	120	26 はごろもアイス	6	98	63	64.3%	104
27 サントリービール	4	114	71	62.3%	118	27 ライオン	8	94	46	48.9%	102
28 ミツカン	4	109	36	33.0%	113	28 味の素	14	76	23	30.3%	92
29 キッコーマン	4	107	75	70.1%	111	29 キュービー (キュービー)	8	83	38	45.8%	91
30 P&G	13	98	37	37.8%	111	30 UCC上島珈琲	8	82	31	37.8%	90
その他	1,327	4,760	1,165	24.5%	6,087	その他	1,015	3,389	779	23.0%	4,404
合計	1,855	10,183	3,784	37.2%	12,038	合計	1,537	8,133	2,914	35.8%	9,670

※調査日：2016年4月22日 パルディア調べ

※調査対象日：2014年度(2014年4月1日～2015年3月31日)、2015年度(2015年4月1日～2016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。

※2014年度表のサントリービア&スピリッツ株式会社は2015年1月1日にサントリー酒類株式会社へ社名変更しています。

同様に2014年度表のサントリー酒類株式会社は2015年1月1日サントリースピリッツ株式会社へ社名変更しています。

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：2016年5月17日(火) 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/東京都千代田区内神田 3-6-2)

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。（2016年5月にご利用の場合、2014年12月～2015年11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：39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・・・」