

平成21年7月10日
日本百貨店協会

－ 日本百貨店協会が初めて取り組む業界をあげた販促催事企画 －

百貨店業界共同販促キャンペーンの実施について

《◆統一標語：『百貨店を遊ぼう!』 / ◆展開期間：10月1日～31日》

日本百貨店協会では、現在の消費不況や業態間競合の激化など、百貨店を取りまく厳しい事業環境を打開するための施策として、この程、当協会としては初めて、表題の「百貨店業界共同販促キャンペーン」を実施することとなりました。この取り組みは、百貨店本来の魅力を再確認する機会を全国規模で設けることで、業界全体の活性化を図ることが主眼となります。

1. 企画推進組織として「販売促進委員会」を新設

このキャンペーンは、業界が一丸となって百貨店への「来店促進」と「売上拡大」を目指すものですが、その企画にあたっては、主力会員店11社の販売促進部長で構成する「販売促進委員会(委員長：関 敏明 高島屋常務/最終頁名簿参照)」を新設して、以下の点に留意しながら精力的に協議を重ねてきました。

- (1) オリジナリティの追求：他業態にはない「百貨店業態の独自性」や百貨店に対する「市場の期待感」が、どのような点にあるかを見極め企画に反映する。
- (2) 事業スケールの拡大：百貨店と関係の深いアパレル業界やクレジットカード業界などにも参加を呼びかけ、事業規模を拡大することで社会的気運を高める。

この間、業界内外から様々な提案を募集し、応募された多数の企画案について、それぞれ委員会で評価を行い、最終的には下記のような「統一標語」と「3つのコアイベント」に絞り込んだ上で、さらに百貨店らしさを表現するための味付けを施して成案に至りました。

2. 統一標語は『百貨店を遊ぼう!』

今回のキャンペーンは、最終頁の展開スキーム図にあるように、販売促進委員会が直接手掛けるコアイベントだけでなく、関係業界の協賛企画や会員各店が独自に実施する個店企画など、同時期に展開される関連催事も全て包含しスケール感を訴求することとしています。

そのため販売促進委員会では、それら一連のイベントの冠となる統一標語を協議してきましたが、いま市場に対し百貨店が強く発信すべきメッセージとして選択したキャッチコピーは、『百貨店を遊ぼう!』となりました。

また、展開期間については、秋冬シーズンの最盛期で百貨店の店頭が華やかになる『10月1日～31日までの1ヵ月間』に設定しています。

【百貨店業界共同販促キャンペーンの統一標語】

百貨店を遊ぼう!

《選定理由》百貨店ならではの「楽しさ」に焦点をあて、顧客参加によるイベントの盛り上げを狙う。不況下における割高感から百貨店の敷居の高さが指摘されているが、こうした状況を打開し消費者の親近感を醸成していく。ロゴもカジュアルな字体を採用。

3. 「川柳」「デパ地下」「ブランド」の3企画

また、上記統一標語の下で、全国の百貨店が今年10月一斉に仕掛ける共通のコアイベントについては、下記のとおり『全国百貨店けんすいまく川柳』、『全国デパ地下 イチ押しグルメプレゼント』、『百貨店ブランドショップへのご招待 プレゼント』という3つの企画を並行して実施することになりました。

(1) 『全国百貨店けんすいまく川柳』

最近の川柳ブームを取り込んだ顧客参加型イベントとして実施します。顧客から広く川柳を募集し、優秀作には賞品をプレゼントするほか、百貨店独特の告知媒体である「懸垂幕」を短冊に見立てて優秀作を発表していく内容です。

参加各店毎に当店賞を選定し懸垂幕掲示することで、百貨店と地域社会との繋がりを更に強めていくことも狙いになります。

【実施概要】

- ① 実施期間：・募集期間 ⇒ 8月10日～9月10日
・発表期間 ⇒ 10月10日～10月31日（全国一斉に懸垂幕掲示）
- ② お題：・「親・子・孫への贈り物」
（「まごの日」(10/18)と「ギフト需要の掘起し」を掛け合わせたテーマ設定）
- ③ 作品審査：・審査委員長には、やすみりえ氏（現代川柳の第一人者）を起用
- ④ 賞品：・グランプリ1名（共通商品券30万円）、百貨店協会賞（同10万円）、やすみりえ賞（同10万円）、当店賞（各店自社商品券1万円）
- ⑤ 告知方法：・ポスター、POP、協会HP、及びニュースリリース
- ⑥ その他：・懸垂幕設備のない店舗は店内パネル展示で対応

(2) 『全国デパ地下 イチ押しグルメ プレゼント』

現在でも市場の注目度が高い「デパ地下」と、いま流行現象となっている「お取り寄せ」を切り口に、全国のデパ地下のおすすめ商品を一堂に集積して紹介し、顧客の希望を取って抽選でグルメ商品をプレゼントする企画です。

居住地域外のデパ地下グルメに対する消費者の興味を喚起することで、百貨店全体への注目度アップを図るのが狙いです。

【実施概要】

- ① 実施期間：・応募期間 ⇒ 10月1日～10月31日
- ② 商品選定：・参加各店が自店で最も推奨するグルメを選定・出品することで、合計260種類のデパ地下グルメを集積・紹介する
- ③ 告知方法：・タブロイド版パンフレット（応募要領と260種類のデパ地下グルメを掲載）
・ポスター、協会HPでの告知のほか、マスコミ向け試食会などのパブリシティも予定
- ④ 景 品：・締め切り後、当選者5,000名に投票したデパ地下グルメを送付

(3) 『百貨店ブランドショップへのご招待 プレゼント』

デパ地下と並んで百貨店業態の特徴化要素である一流ブランドに関して、その魅力を改めて訴求するため、抽選で希望するブランドショップへのクーポン券が入った招待状をプレゼントするという企画です。

ブランド再興を目指すファッション業界などとの協力体制の下で実施します。

【実施概要】

- ① 実施期間：・応募期間 ⇒ 10月1日～10月31日
- ② 商品選定：・日本アパレル産業協会、及びアパレル業界各社の支援を得て、8月中に参加ブランドを集積する（交渉中）
- ③ 告知方法：・専用パンフレット（応募要領とクーポン提供ブランドショップ一覧を掲載）
・ポスター、及び協会HP
- ④ 景 品：・締め切り後、抽選で当選者にブランドショップ招待状を送付

※ 以上3つのコアイベント以外にも、当協会の会員百貨店が各社独自で実施するイベントについて統一標語の活用を推奨することで、相乗効果を高めながら、業界をあげた一大キャンペーンに相応しいスケール感の構築、及び百貨店への注目が集まるような社会的気運の醸成を目指してまいります。

4. 関係業界とのコラボレーション

今回のキャンペーンは、百貨店業界単独の取り組みではなく、共同でマーケティングを行う関係にある、アパレル業界やクレジットカード業界とのコラボレーション事業という点にも特徴があります。

これらの関係業界には、以前から、消費喚起や来店促進に関する何らかの仕掛けが必要であるとの問題意識があったため、アパレル業界の統括団体である(社)日本アパレル産業協会、あるいは当協会にコラボレーション会員として加盟する大手クレジットカード会社などからは、今回のキャンペーンに対して積極的な協力意向が表明されています。

今後、当協会では、こうした協力組織と緊密な連携を取りながら、共同歩調の下で事業実施に向けた準備を進めてまいります。

☞ 次頁に当協会・販売促進委員会名簿とキャンペーンの展開スキーム図を添付しましたので、併せてご覧下さい。

本件に関するお問い合わせは、日本百貨店協会（担当；今井、西田、高橋、森）まで
（TEL：03-3272-1666 / FAX：03-3281-0381）

【日本百貨店協会・販売促進委員会 委員名簿 / 順不同・敬称略】

委員長	(株) 高島屋	常務取締役	関 敏明
委員	(株) 丸井今井	営業政策部顧客政策室長	橋本弘昭
//	(株) 藤 崎	本店統括執行役員	小野寺 宣克
//	(株) 伊 勢 丹	営業政策部販売促進担当長	早川 徹
//	(株) 京王百貨店	取締役営業企画部長	伊藤 嘉彦
//	(株) 三 越	MD計画担当ゼネラルマネージャー	浅賀 誠
//	(株) ミニストップ	営業企画部販売促進部長	内海 芳雄
//	J.フロントリテック(株)	マーケティング企画推進室販売促進部長	天野 義裕
//	(株) 高島屋	執行役員宣伝部長	小島 一彦
//	(株) 阪急阪神百貨店	販売促進統括部長	宮武 昭宏
//	(株) 天満屋	営業統括グループ部長	安田 正三
//	(株) 鶴屋百貨店	販売促進部長	和田 晴夫
			(以上12名)

業界共同キャンペーンの展開スキーム

