

平成23年9月16日

日本百貨店協会

ー 全国百貨店 239 店舗が一斉展開する共同キャンペーン ー

2011全国百貨店復興アクション

東日本の未来・子ども達を、応援します。

について

日本百貨店協会（会長：鈴木弘治 ㈱高島屋社長）では、今年10月1日から、『2011 全国百貨店復興アクションー 東日本の未来・子ども達を、応援します。』（※表題が共通ロゴデザイン）を統一スローガンに、協会加盟の全国百貨店 239 店舗が参加して、業界をあげた東日本大震災の被災地復興支援キャンペーンを実施いたします。

■「チャリティグッズ販売」と「東北グルメプレゼント」で被災地を支援

10月の期間中には、当協会の「販売促進委員会（委員長：関 敏明 ㈱高島屋専務）」で企画した2つのコアイベントとして、売上金全額を寄付する販売催事『ハローキティ チャリティストラップ 限定販売！』と、被災地の物産振興及び百貨店ブランド商材の訴求を兼ねたプレゼント企画『ブランドクーポン&東北グルメ プレゼント！』を全国一斉展開します。

百貨店業界の共同キャンペーンは、一昨年、昨年と2年連続で『百貨店を遊ぼう！』を統一標語に販売促進イベントとして実施してきましたが、3年目となる今年は、東日本大震災の被災地復興支援を目的としたチャリティ企画に切り替えることとしました。

大震災発生以降、百貨店業界では店頭募金や東北物産展の開催など、様々な形で被災地支援の取り組みを続けていますが、今回のキャンペーンでは、特に「被災地の未来を担っていく子ども達への応援（岩手、宮城、福島、被災3県の子ども基金への寄付）」というテーマを掲げて、一日も早い復興を願う百貨店業界共通の姿勢を表明してまいりたいと考えています。

■百貨店の関係業界による協賛を得て拡大展開

また、このキャンペーンでは、イメージキャラクター「ハローキティ」を使ったチャリティグッズ企画の協力先である㈱サンリオをはじめ、アパレル・食品・雑貨等のお取引先やクレジットカード業界など、日頃、百貨店と深い係わりのある各種企業・団体からも趣旨に賛同をいただき、様々な形で支援・協賛を得ています。これにより百貨店業界の枠を超えて、企画内容の充実と展開規模の拡大を実現できました。

■東北の中心都市「仙台」でキックオフイベント(9/24)を開催

このように今回のキャンペーンは、関係方面とのアライアンスを構築しながら、広がりとしケール感のある実施体制が整い、10月1日から全国の百貨店で一斉スタートいたしますが、併せて9月24日には、東北の中心都市「仙台」でキックオフイベントも開催いたします。

大震災から半年が経過しましたが、当協会では、このキャンペーンを通じて、引き続き全国のお客様に被災地の復興支援を呼びかけてまいります。

【※ コアイベント等の詳細は次頁以降に記載しています】

コアイベントⅠ：『ハローキティ チャリティストラップ限定販売！』

1. ㈱サンリオの協力で特別限定チャリティ商品を企画

今回のチャリティキャンペーンのイメージキャラクターには、世代を問わず幅広い人気を誇る㈱サンリオの「ハローキティ」を採用し、同社の協力を得て、「被災地子ども達を応援する」というテーマに沿った、百貨店オリジナルの特別限定商品を企画しました。

百貨店のご案内係をモチーフにした『ハローキティ携帯ストラップ（3種類）』を制作し、キャンペーン期間中に、全国の百貨店で一斉販売します。

2. 販売数量約 11 万 5 千個、寄付額約 3,400 万円を目標に

このチャリティ商品（単価 300 円）の売上金は、キャンペーン終了後にその全額を被災地へ寄付しますが、全国百貨店での総展開数量が 114,850 個ですので、これが完売した場合、被災地への寄付総額は 34,455,000 円となります。

当協会では、完売を目指して告知活動を積極展開してまいります。

【実施概要】

- ① 販売期間：平成 23 年 10 月 1 日(土)～ 各店毎に在庫完売時点で終了。
〔※10 月 31 日(月)には全体の販売期間を終了する〕
- ② チャリティ商品：百貨店オリジナル『ハローキティ携帯ストラップ（3種類）』
- ③ 販売単価：税込 300 円（※現金のみでの販売）
- ④ 販売数量：合計 114,850 個（※各店毎に展開数量は異なる）
- ⑤ 寄付方法：販売期間終了後、各店の売上金を集計し、当協会から一括して寄贈。
- ⑥ 寄 付 先：被災3県の子ども達のための基金（※岩手県「いわての学び希望基金」、宮城県「東日本大震災みやぎこども育英募金」、福島県「東日本大震災ふくしまこども寄付金」）

【ハローキティ携帯ストラップとパッケージ台紙（イメージ）】

左から、①いらっしやいませキティ（現代風）、②上へまいりますキティ（S40年代風）、③こちらでございますキティ（昭和初期風）



コアイベントⅡ：『ブランドクーポン&東北グルメ プレゼント！』

1. 一流ブランドのクーポンと東北グルメをプレゼント

被災地東北や茨城の物産振興と、百貨店が取り扱う「一流ブランド」の魅力訴求を兼ねて、キャンペーン期間中に百貨店で規定額（食品税込 5,250 円、食品以外 税込 10,500 円）以上お買い上げの方を対象に、抽選で希望する「東北地方名産のグルメ商品」、又は「ブランドショップのクーポン券」をプレゼントする企画です。

2. ブランド：146 種類、東北グルメ：23 種類を合計約 3,900 名に贈呈

この企画には、日本アパレル・ファッション産業協会が傘下の国内ファッションブランド企業に支援を呼びかけたほか、食品や雑貨等の各有力企業が協賛を表明した結果、合計で 45 社 146 ブランドから総額約 1,700 万円のクーポン提供が実現しました。

また、東北グルメについては、東北地区及び茨城県の会員百貨店から推薦のあった物産 23 種類を選定したほか、(株)ジェーシービーと三井住友カード(株)が、それぞれ提供する「W チャンス賞（賞品：全国百貨店共通商品券 5 千円分）」も設定しています。

以上のようにこのプレゼント企画は、賞品総額約 2,400 万円、当選者数約 3,900 名の規模で展開いたします。

	賞品の種類	当選者数（人）	賞品総額（円）
ブランドクーポン	146	2,344	16,942,000
東北グルメ（茨城グルメ含む）	23	1,150	4,768,250
Wチャンス賞（共通商品券5千円分）	1	400	2,000,000
合 計	170	3,894	23,710,250

3. 応募数を基準（応募ハガキ一枚あたり5円加算）に被災地寄付も実施

また、このプレゼント企画においても、チャリティの仕組みを入れ、ご応募いただいたハガキ 1 枚あたり 5 円を当協会から被災地に寄付することとしています。これによりキャンペーンへの参加意欲の醸成を図ってまいりたいと考えています。

【実施概要】

- ① 実施期間：応募はがき配布期間 ⇒ 10 月 1 日(土)～10 月 16 日(日)の 16 日間
- ② 告知方法：応募はがき付パンフレット、ポスター、POP、協会 HP 等
- ③ 応募資格：期間中に食品税込 5,250 円以上、食品以外税込 10,500 円以上お買い上げの方を対象に、応募はがき付パンフレットを配布。
- ④ 応募方法：応募はがきに賞品の中から好きな 1 点を明記して応募いただく。
- ⑤ 賞 品：締め切り後、抽選で当選者にご希望の賞品を送付します。また、ブランドクーポン、東北グルメに外れた方の中から、抽選で「W チャンス賞」を決定します。
- ⑥ チャリティ：ご応募いただいたハガキ 1 枚あたり 5 円を当協会より被災地に寄付。
(※) 最大 100 万通 (500 万円) までを予定。
(※) 寄付先は『ハローキティ チャリティストラップ限定販売！』に同じ。

その他(カード業界協賛企画、キックオフイベント)

1. カード業界の協賛企画、大手6社が連動キャンペーンを展開

当協会では、今回のキャンペーン実施にあたり、関係業界への支援・協力を呼び掛けてきましたが、その結果、百貨店を主力加盟店とするクレジットカード業界においても、大手カード6社(アメリカ・エプソン・インターナショナル・インボリテッド、㈱NTTドコモ、㈱クレディセゾン、㈱ジェーシービー、㈱ジャックス、三菱UFJニコス㈱)により、期間中、当協会の企画と連動する形で、「百貨店への送客キャンペーン」を実施することが決まりました。

具体的には、カード各社がそれぞれ保有する数百万人規模のカードホルダー(会員)に対して、請求書同封チラシ、メールマガジン、ウェブサイト等にキャンペーンの共通ロゴを掲載するとともに、期間中、被災地支援の寄付活動や百貨店での買い上げを条件としたインセンティブ(抽選での賞品)企画を実施いたします。

当協会では、これにより前述のコアイベントとの相乗効果を期待しています。

2. 仙台を含め3地区でキックオフイベントを開催

当協会では、『2011 全国百貨店復興アクションー 東日本の未来・子ども達を、応援します。』キャンペーンをスタートするにあたり、その趣旨を広く周知するため、下記の概要により東北地方の中心都市仙台でキックオフイベントを開催します。

イベント当日は、東北地区会員百貨店の代表者や各店のご案内係が参加して、今回イメージキャラクターに採用した「ハローキティ(着ぐるみ)」と東北6県の「ゆるキャラ(着ぐるみ)」が登場するイベントや、地元子ども達がモデルで出演する「キッズ ファッションショー」など、趣向を凝らした様々なイベントを実施します。

また、仙台以外でも、広島(10月1日/広島そごう)と熊本(10月1日/鶴屋百貨店)の2都市において、同趣旨のキックオフイベントを企画しています。

このキャンペーンを広く告知し気運を盛り上げるための催しですので、マスコミ関係者の皆様には、是非当日のご取材をお願いいたします。

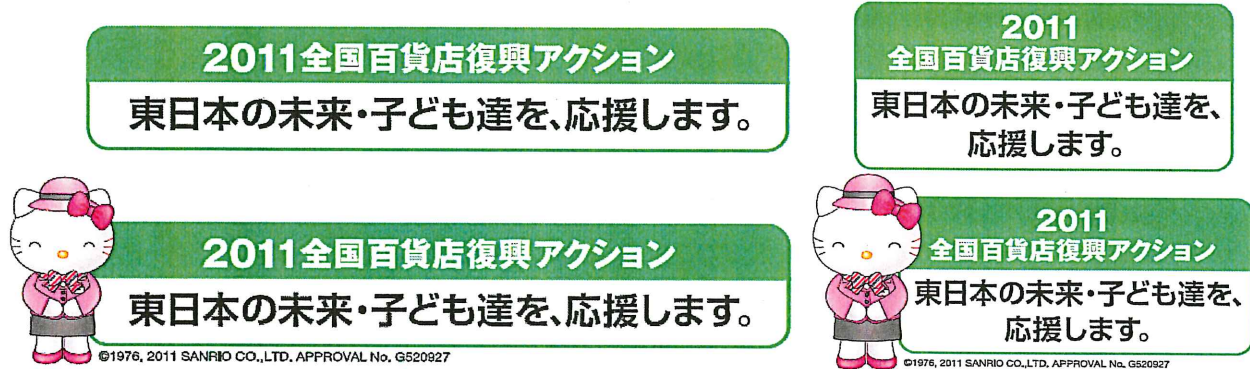
【実施概要】

- ① 日 時 : 平成23年9月24日(土) 11:00 ~ 14:00 頃まで
- ② 会 場 : 宮城県仙台市内 「藤崎」特設会場(一番町玄関脇ステージ)
- ③ 内 容 : <<第一部 オープニングセレモニー>>
☞ 主催者代表挨拶、キャンペーン概要紹介、開会宣言、地元代表者挨拶など
<<第二部 PRイベント>>
☞ ハローキティ携帯ストラップの紹介と先行販売、ゆるキャラとご案内係共演によるご当地グルメ紹介、キッズ ファッションショー2011Autumn
(衣装協力) 日本アパレル・ファッション産業協会/オンワード樫山、サンエー・インターナショナル、シャーリーテンブル、ファミリア、ミキハウス
- ④ 主な出席者 : 日本百貨店協会 販売促進委員長 関 敏明(㈱高島屋専務)
// 広報委員長 石塚邦雄(㈱三越伊勢丹ホールディングス社長)
東北百貨店協会 会長 藤崎三郎助(㈱藤崎社長) 他

以 上

【参考：キャンペーンの各種ビジュアル】

1. 共通ロゴマーク（スローガン・ロゴとハローキティ付ロゴ）



2. ポスター・POPデザイン



『キティストラップ限定販売ポスター（B3版横型）』



『同左POP（A4版縦型）』



『ブランド&東北グルメ企画ポスター（B3版横型）』



『同左POP（A4版縦型）』

〔 ◎ 本件に関するお問い合わせは、日本百貨店協会・広報担当までお願いします。 〕
Tel 03-3272-1666