



平成 24 年 11 月 20 日
日 本 百 貨 店 協 会

『友の会キャンペーン』について

全国 118 店舗で「友の会買物券利用促進キャンペーン/新規入会・継続キャンペーン」を集中展開
【実施期間：12 月 1 日～1 月 31 日】

1. 全国百貨店 118 店舗が参加し『百貨店友の会』のメリットを共同で訴求

日本百貨店協会（会長：茶村俊一・J.フロントリテイリング(株)社長）では、百貨店にとっての重要な会員組織である「百貨店友の会」を訴求する観点から、その「買物券利用促進」および「新規入会・継続」を目的に、表題の共同キャンペーンを実施します。

この共同キャンペーンは、過去、百貨店友の会各社が個別に実施してきた「買物券」の利用促進催事や新規入会促進プロモーションを、企画内容には独自性を持たせつつ、12 月～1 月の 2 か月間に展開期間を合わせて集中実施するものです。企業の枠を超えた業界をあげた取り組みとして、市場認知と訴求効果の向上を狙うこととしています。

2. 百貨店ならではの優待内容に対する再評価

百貨店友の会は、長い歴史を持つ顧客組織ですが、毎月一定額の会費を積み立てた後、満期時には 1 カ月分程度のボーナス（※各社によって異なる）を付けた買物券と、様々な優待サービスを還元する仕組みであり、業界全体で年間約 4,000 億円の前受金と 350 万人以上の会員数を有するなど、百貨店事業を支える強固な顧客基盤として機能しています。

また、友の会制度は、ここ数年、低金利が続く情勢下で、積立額に対する高い利回りや様々な特典、会員が参加できるイベント・見学会等の人気の高まり等により、百貨店ならではの付加価値として改めて顧客からの評価を高めています。

3. 未使用買物券（約 2,300 億円）の掘り起しと新規入会・顧客基盤強化を推進

各社ではこうした状況を受け、新たな市場ニーズに適應した事業強化の取り組みとして、「半年コース（6ヶ月満期コース）」の新設、カード・通販事業との連携等も行っており、入会口数の増加、とりわけ未開拓分野の男性会員が増加するなどの動きが見られます。

しかし、会員に還付された買物券のうち、未使用残高が約 2,300 億円にのぼっていることから、当協会では、このキャンペーンを通じて、新規顧客の獲得や継続会員の入会を促すための PR を展開しながら、百貨店本体の売上拡大と顧客基盤の強化を図っていくこととしています。

4. 特別企画として「オープン懸賞」も実施

また、上記共同キャンペーンを束ねる特別企画として、協会ホームページで展開するオープン懸賞（12/25～1/25）も実施します。詳細は 3 頁記載のとおりですが、百貨店友の会の認知度向上と共に、当協会が 10 月に実施したチャリティキャンペーンともテーマを連動させ、被災地復興支援の観点から応援メッセージを募集します。また、キャンペーン参加者の中から抽選で、東北旅行や東北名産品をプレゼントいたします。

実施概要

1. 目的 : 友の会買物券(未使用残高約2,300億円)の利用を促すことで、歳末商戦・初売りの集客促進・売上拡大を図るとともに、新規顧客の獲得や継続会員の入会促進により、百貨店が本来持っている親しみやすさとお得感を訴求していきます。
2. 展開期間 : 平成24年12月1日(土)～平成25年1月31日(木)
3. 実施方法 :
 - ① 百貨店友の会各社が独自に実施してきた「買物券」の利用促進催事および友の会新規入会・継続キャンペーンを、12月～1月の2ヶ月間に展開期間を合わせて集中実施することで、業界をあげた取り組みとして市場認知と訴求効果の増幅を図ります。
 - ② 買物券利用促進・入会促進のインセンティブ等の仕掛けについては、各社個別の企画で実施しますが、店頭掲示用の共通ポスターなどの展開ツールでイベントの一体感を醸成します。
4. 実施店舗 : 118店舗 (詳細は別添リスト参照)
 - ① 友の会買物券・利用促進キャンペーン : 15社 82店舗
 - ② 友の会新規入会・継続キャンペーン : 18社 105店舗
(重複店舗あり。①②とも実施(69店)、①のみ実施(13店)、②のみ実施(36店))

- ① 友の会買物券・利用促進キャンペーン : 15社 82店舗
エムアイ友の会(2店)、小田急友の会(3店)、京王友の会(2店)、東急ファミリークラブ(5店)、東武友の会(4店)、松屋友の会(2店)、まるひろ友の会(8店)、京成友の会(1店)、大丸松坂屋友の会(18店)、近鉄友の会(12店)、高島屋友の会(19店)、ヤマトヤシキ友の会(2店)、いよてつ友の会(1店)、浜屋友の会(1店)、佐世保玉屋友の会(2店)
 - ② 友の会 新規入会・継続キャンペーン : 18社 105店舗
川徳友の会(2店)、エムアイ友の会(28店)、小田急友の会(3店)、京王友の会(2店)、東急ファミリークラブ(5店)、東武友の会(4店)、松屋友の会(2店)、まるひろ友の会(7店)、京成友の会(1店)、遠鉄百貨店友の会(1店)、大丸松坂屋友の会(12店)、丸栄友の会(1店)、近鉄友の会(9店)、高島屋友の会(19店)、阪神みどり会(1店)、ヤマトヤシキ友の会(2店)、いよてつ友の会(1店)、山形屋友の会(5店)
5. 告知方法 : 共通デザイン統一ポスター、当協会ホームページ「百貨店ワールド」、百貨店友の会各社の会員誌、twitter等

《友の会キャンペーン・共通ポスター》

<twitter 用アイコン>



6. オープン懸賞 : WEB サイト(百貨店ワールド: <http://www.departinfo.com>) を活用した「友の会東北応援キャンペーン(PC 及び携帯)」

(1) 目 的 : 被災地復興支援(友の会アンケートも併せて実施。)

(2) 展開期間 : 平成 24 年 12 月 25 日(火)～平成 25 年 1 月 25 日(金)

(3) 実施方法 : WEB サイト(百貨店ワールド: <http://www.departinfo.com>) を活用したオープン懸賞(PC 及び携帯)

- ① 景品: 東北旅行、東北特産品、ハローキティ関連グッズ等とするが、東北の商品をメインに、広く周知していく。(別紙参照)
- ② 被災地応援メッセージの募集: 被災地への応援メッセージを記載いただき、当協会サイトに掲示する。(従来のアンケートも実施)

【オープン懸賞 景品】

A賞: 東北旅行 3 コース 各 1 組 2 名様×3 コース=6 名

- ① 岩手県志戸平温泉「游泉志だて」 1 泊 2 食 花巻周辺観光付
- ② 宮城県/松島海岸「松島佐勘 松庵」 1 泊 2 食 松島観光付
- ③ 福島県/須賀川「おとぎの宿 米屋」 1 泊 2 食 須賀川周辺観光付

B賞: 東北工芸品 6 県×5 名様=30 名
(青森県・津軽びいどろ、岩手県・南部鉄器、秋田県・樺細工、宮城県・復興こけし、山形県・紅花染め、福島県・上川崎和紙)

C賞: 東北の美味 6 県×5 名=30 名
(青森県・せんべい汁セット、岩手県・三陸海宝漬、秋田県・あきたこまち/調味料セット、宮城県・白石温麺詰合せ、山形県・地ビールとウィンナーソーセージ詰め合せ、福島県・会津の桜見セット)

デパートキティ賞: ハローキティぬいぐるみ 15 名

百貨店賞: 全国百貨店共通商品券、百貨店ギフトカード(1 万円分) 各 15 名=30 名

お問い合わせ先 日本百貨店協会 長柴 高橋 西田

TEL: 03-3272-1666