

<毎朝おいしい春ごはんキャンペーンの結果について>

【キャンペーン概要】

■趣旨及び実施主体

米の喫食機会の拡大を図るため、人生の通過儀礼が集中し、生活環境の変化することの多い春及び米の年度末商戦へのインセンティブとなるよう全国米穀販売事業共済協同組合(全米販)、JAグループ(JA全農)、公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構(米穀機構)によるクローズド懸賞付きの「毎朝おいしい春ごはんキャンペーン」を実施した。

■実施方法

○期間

対象となる米袋の精米年月日表示が平成27年2月4日(水)から同2月28日(土)まで
(参加米穀卸売事業者による応募シール貼付期間)
キャンペーン開始から平成27年3月31日(火)<消印有効>まで(購入者による応募期間)

○応募方法

米穀卸売事業者の出荷する米袋に重量区別に貼付された応募シールを葉書に貼付の上、必要事項を記入して以下のコース別にキャンペーン事務局へ送付。

- ①2kg以上コース(2~5kg未満の米袋に貼付)
⇒2kgコース3枚で5kgコースへ、5枚で10kgコースへアップグレード可
- ②5kg以上コース(5~10kg未満の米袋に貼付)
⇒5kgコース2枚で10kgコースへアップグレード可
- ③10kg以上コース(10kg以上の米袋に貼付)

○賞品

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| ①2kg以上コース [JAタウンギフトカード 3枚(5,000円分相当)] | 200名 |
| ②5kg以上コース [SHARP オープンレンジ] | 300名 |
| ③10kg以上コース [HITACHI IH炊飯器おひつ御膳] | 500名 |
| ④Wチャンス賞 [はずれた方の中から再度抽選「おこめ券」2枚] | 1,000名 |
| | 合計2,000名 |

○告知方法

参加米穀卸売事業者によるPR、全国紙(読売・朝日)及び全地方紙、雑誌、Webメディアへのキャンペーン告知広告の掲載

【キャンペーン実施状況】

■応募シール配布枚数

①2kg以上コース	986,000枚(11%)
②5kg以上コース	5,910,000枚(66%)
③10kg以上コース	2,104,000枚(23%)
合計	9,000,000枚(100%)

■コース別応募状況

コース区分	応募状況		(参考) POSデータによる米袋別販売割合の比較 <small>(平成27年2月 POS情報による)</small>
	(通)	比率	
①2kg以上コース	6,270通	3%	6.5%
②5kg以上コース	129,370通	57%	63.6%
③10kg以上コース	89,120通	40%	28.4%
応募通数合計	225,040通	100%	* その他(2kg、5kg、10kg以外の容量)有

※2kg、5kg袋からのアップグレード枚数は不明

※実数は10通単位にラウンドしている。また、合計欄には、コース別不明の者も含んでいる。

配布枚数、応募状況及びPOSデータの米袋別販売割合の3つのデータを比較してみると、レスポンス率(応募通数/配布枚数)は、2kg以上コース(0.6%)、5kg以上コース(2.2%)、10kg以上コース(4.2%)となっており、5kg、10kg以上コースにはアップグレードがあったと思われるので、単純な比較はできないが、上位コースの応募が多かったのは、賞品、当選人数にインセンティブや、消費者の賞品に対するニーズの合致もあったと思われる。

なお、コース別のシール配布枚数とPOSデータによる販売割合を比べてみると、2kg以上コースでは2倍、5kg、10kg以上コースではPOSデータと同様の割合という結果になっている。

■応募者の属性

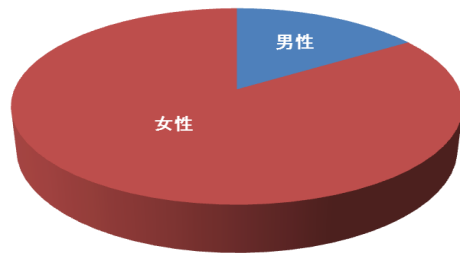
○県別応募状況

米穀卸売事業者から応募シールの申込みのない県もあったが、応募者は全都道府県からあり、キャンペーン対象米袋は全都道府県で入手可能であったと思われる。

○男女別応募状況

(単位:人)					
	2kg	5kg	10kg	合計	割合
男性	950	18,260	14,540	33,810	16%
女性	5,010	104,760	69,650	179,610	84%
合計	6,270	129,370	89,120	225,040	

性別件数(全体)

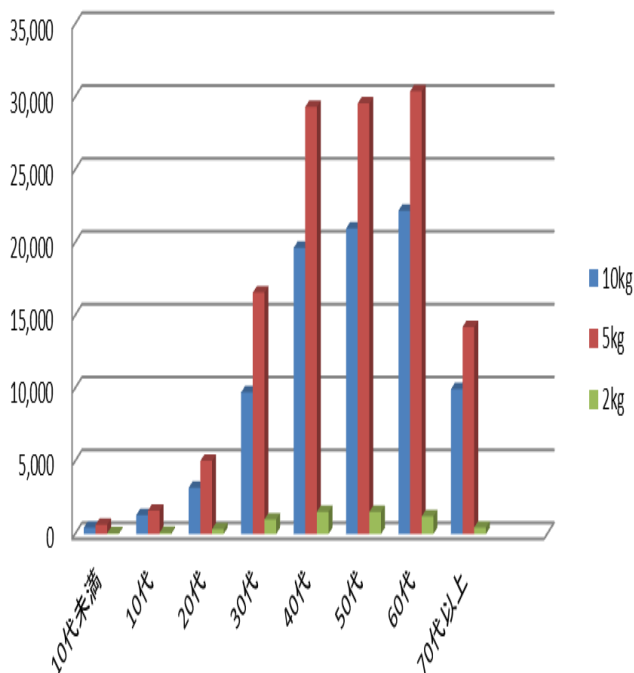


※実数は10人単位にラウンドしている。また、合計欄には、不明の者も含んでいる。

○コース別・年代別応募状況

(単位:人)					
	2kg	5kg	10kg	合計	割合
10代未満	40	630	430	1,100	0.5%
10代	90	1,610	1,300	3,000	1.3%
20代	330	5,010	3,180	8,530	3.8%
30代	1,000	16,570	9,720	27,300	12.1%
40代	1,530	29,320	19,630	50,500	22.4%
50代	1,520	29,550	20,960	52,060	23.1%
60代	1,210	30,380	22,190	53,870	23.9%
70代以上	450	14,210	9,940	24,690	10.9%
合計	6,270	129,370	89,120	225,040	

年代別×コース別件数



※実数は10人単位にラウンドしている。また、合計欄には、不明の者も含んでいる。

応募状況を男女別にみると、男女比は、男性(16%)：女性(84%)で、圧倒的に女性が多く、また、コース別にみても同様の傾向となっている。

また、応募状況を年代別にみると40代～60代の3世代が約70%を占めており、この3世代は、ほぼ同じ割合であった。20代以下の応募者は極端に少なく、米は、40代～60代の家庭での食事作りを担うことの多い主婦が中心であることが改めて認識される結果となった。

なお、応募数は、米の袋別販売割合が60%以上を占めている5kg以上コースが応募の半数以上を占めていた。

■ 当選者の属性

○2kg以上コース							
性別分布	男性	33名 (17%)		女性	167名 (83%)		
年齢分布	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	計
人数	8	30	53	59	41	9	200
割合(%)	4%	15%	26%	29%	21%	5%	100%
○5kg以上コース							
性別分布	男性	41名 (14%)		女性	259名 (86%)		
年齢分布	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	計
人数	17	39	82	73	66	23	300
割合(%)	6%	13%	27%	24%	22%	8%	100%
○10kg以上コース							
性別分布	男性	87名 (18%)		女性	411名 (82%)		
年齢分布	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	計
人数	27	63	141	132	98	39	500
割合(%)	5%	13%	28%	26%	20%	8%	100%
○Wチャンス賞							
性別分布	男性	136名 (14%)		女性	864名 (86%)		
年齢分布	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	計
人数	55	135	281	236	212	81	1,000
割合(%)	5%	14%	28%	24%	21%	8%	100%

当然の結果ながら、応募者の8割以上を占める女性の当選者が多くなっている。
 当選者の属性をみると、各コースとも、男女比は応募比とほぼシンクロした数値になっている。
 年代別でも40代～60代の3世代が応募状況と同様の割合で当選者となっている。

【総括】

本キャンペーンは、世の中に数多ある懸賞付きのキャンペーンの中で、短期間でかつクローズド懸賞で周知方法もレガシーな方法によったにもかかわらず、大メーカーの行うオープン懸賞にひけをとらない225,040通という驚異的な応募を頂く結果となりましたことをご報告するとともに、短い準備期間と年明け早々からの準備態勢の構築というあわただしさにも関わらず、参加事業者の皆様のご賛同、ご協力を得て実施できましたこと及び本キャンペーンにご参加頂いた皆様に深く感謝申し上げます。

なお、賞品につきましては、本年5月末までに、当選者に対し事務局より送付が全て終了しております。