

2014. 12. 12

**全国の20歳～59歳のキャンペーンに応募したことがある男女400人と  
キャンペーン担当者、またはキャンペーン活動に関与することのある男女400人に聞いた**

## 「プレゼントキャンペーンに関する調査」 消費者の97.8%がキャンペーンで「金券」がほしいと回答 企業の64.6%もデジタルギフトを利用したいという結果に

総合マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング(所在地：東京都渋谷区)では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回、2014年11月12日(水)～2014年11月14日(金)の3日間、20歳から59歳のプレゼントキャンペーンに応募したことがある男女400人、20歳から59歳のキャンペーン担当者、またはキャンペーン活動に関与することのある男女400人の合計800人を対象に「プレゼントキャンペーン」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

### ＜調査背景＞

クリスマスや年末年始などイベントの多い冬。多くの企業でもプレゼントが当たるキャンペーンなどが実施される季節でもあります。近年ではメール等で贈ることができる「デジタルギフト (ID/コード)」のキャンペーンなども実施されるようになりました。そこで今回はプレゼントキャンペーンに応募したことがある方に対し「キャンペーンに応募する(した)方法」や、キャンペーン担当者、またはキャンペーン活動に関与することのある方に対し「今までのキャンペーン時に何をプレゼントしたことがあるか」などプレゼントキャンペーンに関する調査を行ないました。  
報道の一資料として、ぜひご活用ください。

### 【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20歳から59歳のキャンペーンに応募したことがある男女、20歳から59歳のキャンペーン担当者、またはキャンペーン活動に関与することのある男女を対象に実施
3. 有効回答数：800人  
(全国の20歳から59歳のプレゼントキャンペーンに応募したことがある男女400人、20歳から59歳のキャンペーン担当者、またはキャンペーン活動に関与することのある男女400人)
4. 調査実施日：2014年11月12日(水)～2014年11月14日(金)

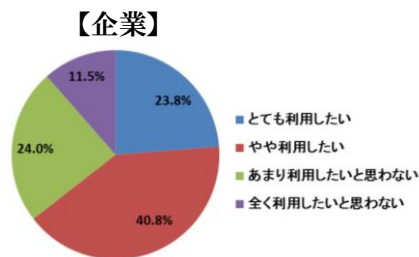
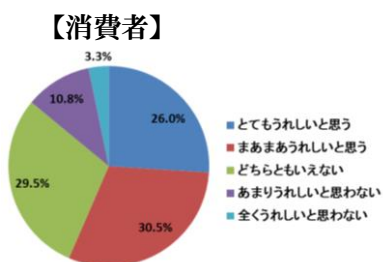
### ◆「プレゼントキャンペーンに関する調査」 主な質問と回答

#### ◆キャンペーンについて、消費者への質問『欲しいものは?』/企業への質問『何をプレゼントしている?』

消費者は97.8%が「金券」が欲しいと回答。企業側も「金券」が最も多く38.8% ※複数回答

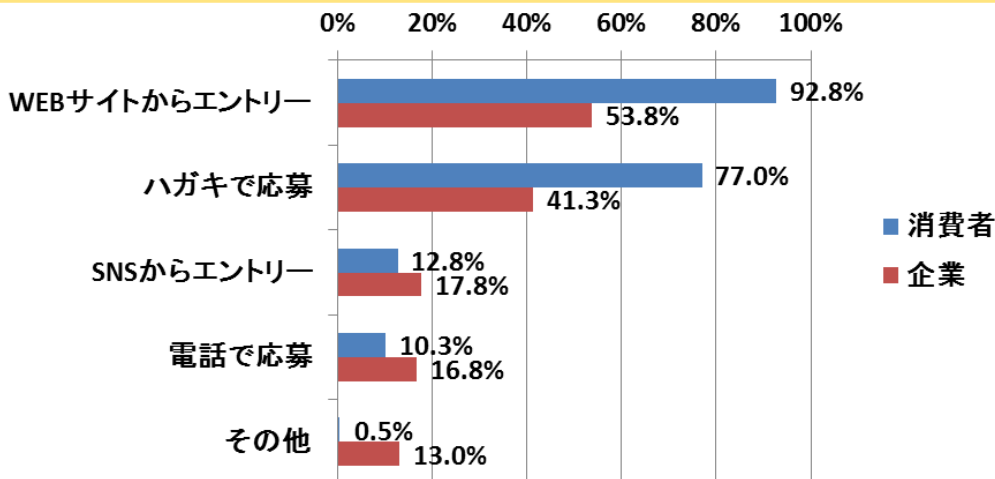
#### ◆近年拡がるデジタルギフトについて、消費者への質問『どう思う?』/企業への質問『利用する?』

消費者：「うれしい(とても/まあまあ)」合計56.5%、企業：「利用したい(とても/やや)」合計64.6%と、消費者・企業共に、前向きな回答が半数を越える結果となった。 ※単数回答



Q1. 【消費者】あなたがキャンペーンに応募する（した）方法をお答えください。（複数回答）【n=400】

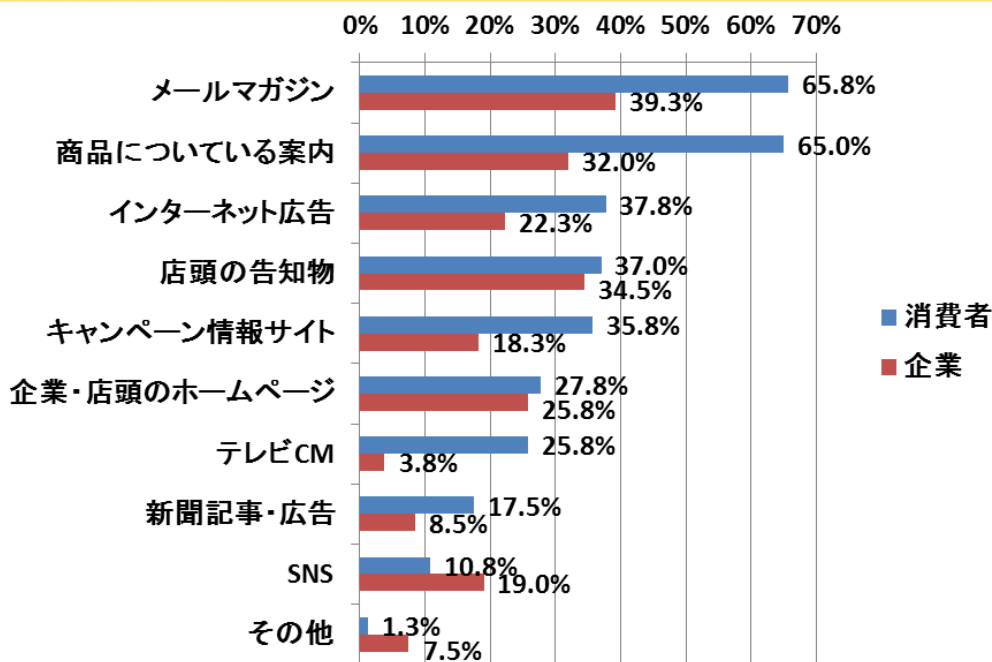
Q2. 【企業】あなた（あなたのお勤め先）が消費者にキャンペーンの応募をしていただく方法をお答えください。（複数回答）【n=400】



消費者に対し、キャンペーンに応募する（した）方法をお聞きしたところ、「WEB サイトからエントリー」が最も多く 92.8%となりました。企業側も「WEB サイトからエントリー」が最も多いのですが、「ハガキで応募」というアナログな方法を採用している企業も根強くあるようです。今後はインターネットの活用により、「WEB サイトからエントリー」するキャンペーンがさらに増加する傾向にあるのかもしれない。

Q3. 【消費者】あなたが今までに応募したキャンペーンに関する情報入手先をお答えください。（複数回答）【n=400】

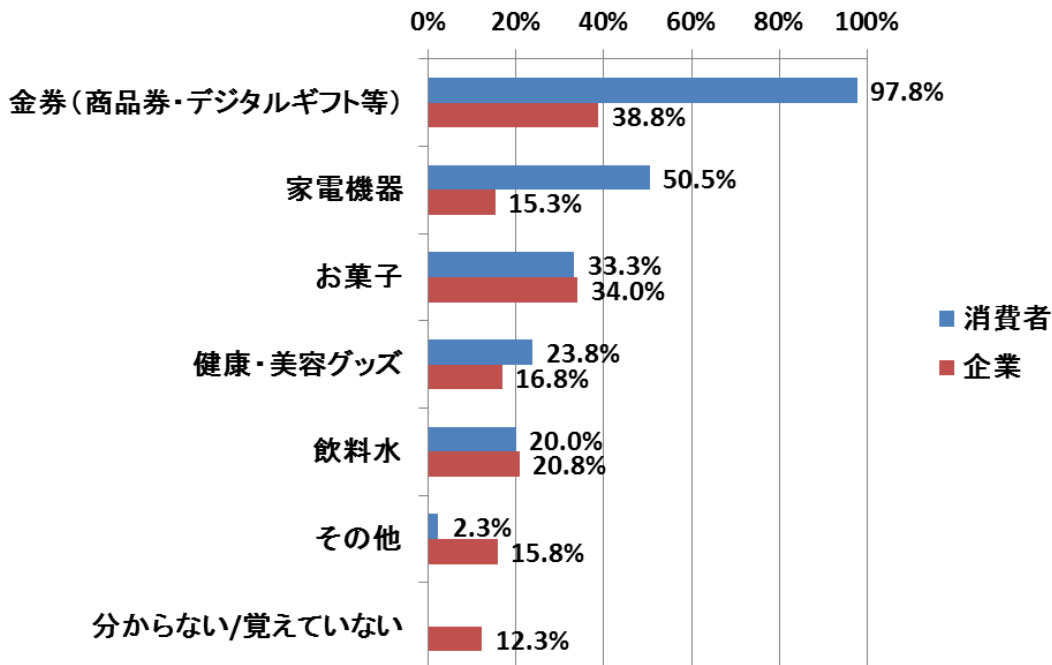
Q4. 【企業】あなた（あなたのお勤め先）が消費者へキャンペーン情報を伝える方法についてお答えください。（複数回答）【n=400】



消費者がキャンペーンに関する情報を入手する方法は、「メールマガジン」65.8%が最も多く、また企業もキャンペーン情報を伝える方法として「メールマガジン」39.3%が最も多いという結果でした。

Q5. 【消費者】あなたがキャンペーンで欲しいと思うものはどれですか。(複数回答)【n=400】

Q6. 【企業】あなた(あなたのお勤め先)は今までのキャンペーン時に何をプレゼントしたことがありますか。(複数回答)【n=400】

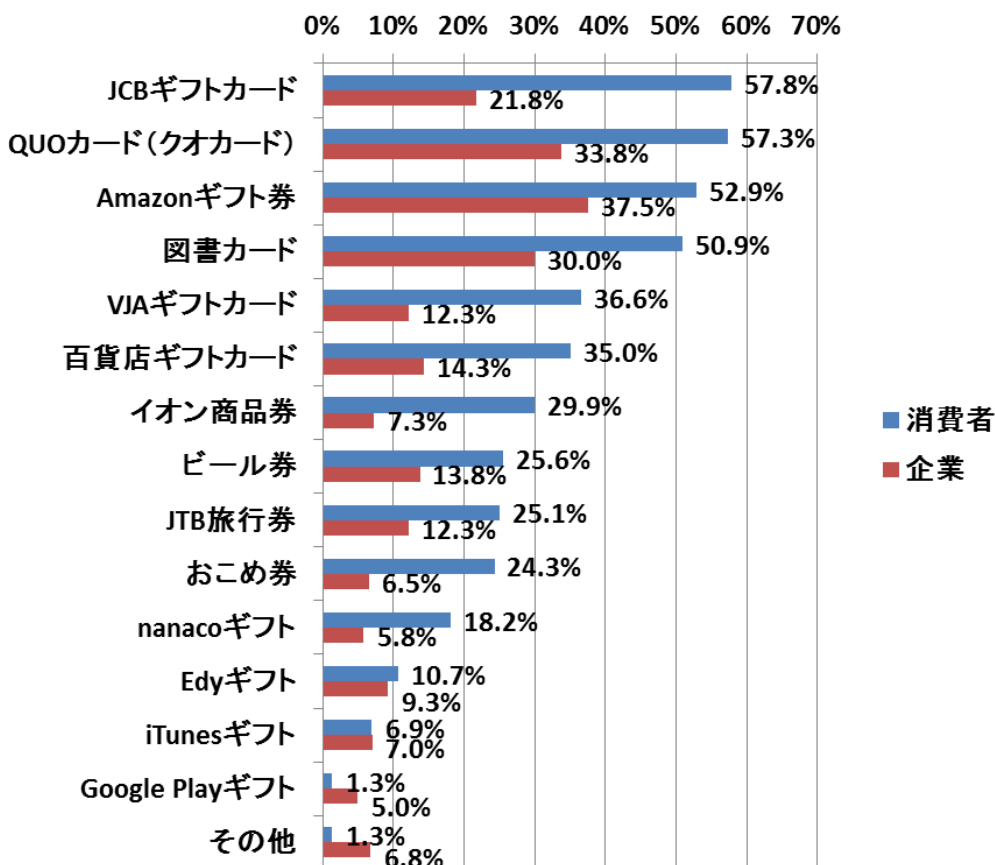


キャンペーンで欲しいと思うものについて消費者にお聞きしたところ、最も多い回答は「金券」で97.8%となりました。対して企業がキャンペーンでプレゼントしたことがあるものをお聞きしたところ、「金券」38.8%、次いで「お菓子」34.0%や「飲料水」20.8%など、商品プレゼントしている企業も多いことが分かりました。『決まった商品』をプレゼントするより、好きなものが購入できる「金券」が、消費者から圧倒的に支持を得ているといえます。

2014. 12. 12

Q7. 【消費者】あなたがキャンペーンで欲しいと思う金券（商品券・デジタルギフト等）はどれですか。  
（複数回答）【n=400】

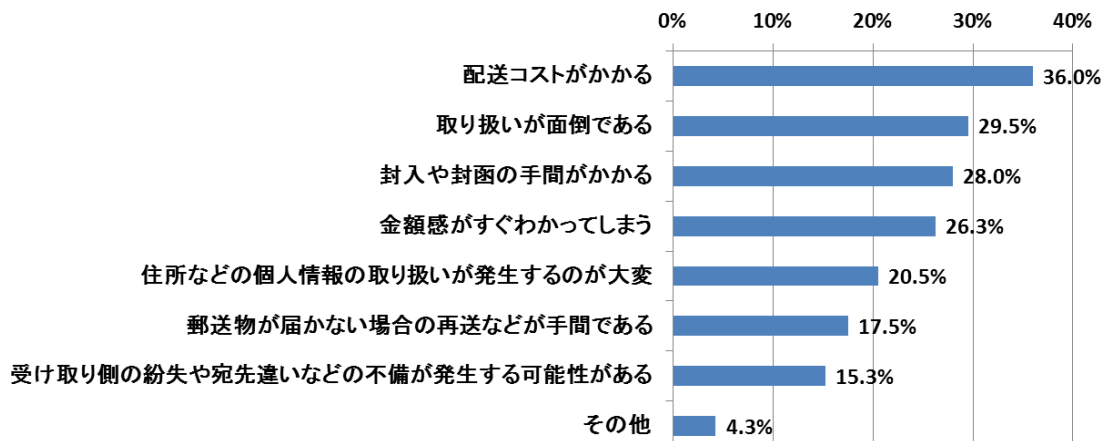
Q8. 【企業】今後あなた（あなたのお勤め先）が金券（商品券・デジタルギフト等）をキャンペーン時に採用する場合、どれを採用しようと思いますか。（複数回答）【n=400】



消費者に対し、キャンペーンで欲しいと思う金券の種類をお聞きしたところ、「JCB ギフトカード」57.8%、「QUO カード（クオカード）」57.3%、「Amazon ギフト券」52.9%となりました。図書カードやビール券などではなく、自分自身で購入するものを選ぶことができる金券が上位となりました。また、企業側へキャンペーン時に採用したい金券の種類をお聞きしたところ、「Amazon ギフト券」37.5%が最も多いという結果になりました。管理コスト、配送コストの削減や、消費者へ届けるまでのスピードの速さなどが選ばれている要因ではないでしょうか。

2014. 12. 12

Q9. 【企業】あなた（あなたのお勤め先）が「商品券」をプレゼントキャンペーンとして利用した際の不満点を教えてください。（複数回答）【n=400】



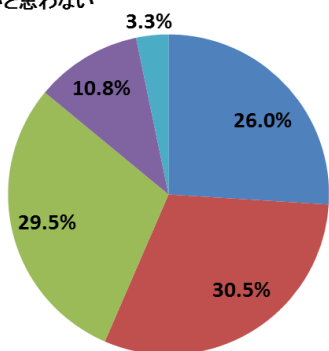
キャンペーン担当者に対し、「商品券」の不満点についてお聞きしたところ、「配送コストがかかる」36.0%、「取り扱いが面倒である」29.5%、「封入や封函の手間がかかる」28.0%など、配送コスト・在庫管理などの手間の部分で不満があることが分かりました。

Q10. 【消費者】あなたは近年、デジタルギフトが貰えるキャンペーンが増えていることについて、どのように思われますか。（単数回答）【n=400】

Q11. 【企業】今後、メール等で贈ることができる「デジタルギフト(電子マネーギフト・電子ギフト券)」をプレゼントキャンペーンとして利用してみたいと思いますか。すでに利用されている方は今後も利用したいと思うかをお答えください。（単数回答）【n=400】

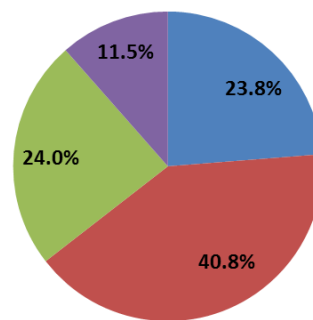
【消費者：デジタルギフトが貰えるキャンペーンについて】

- とてもうれしいと思う
- まあまあうれしいと思う
- どちらともいえない
- あまりうれしいと思わない
- 全くうれしいと思わない



【企業：プレゼントキャンペーンにおけるデジタルギフトの利用意向】

- とても利用したい
- やや利用したい
- あまり利用したいと思わない
- 全く利用したいと思わない



消費者に対し、デジタルギフトが貰えるキャンペーンが増えていることについて、どのように思うかという質問をしたところ「うれしい（とても/まあまあ）」というポジティブな回答が合計 56.5%と半数を越える結果となりました。企業側へはデジタルギフトキャンペーンを利用してみたいと思うか質問をしたところ「利用したい（とても/やや）」という前向きな回答が合計 64.6%という結果でした。また、「うれしい（とても/まあまあ）」と回答した消費者に対して理由を自由回答方式でお聞きしたところ、「すぐに使用できるから」「すぐにもらえるから」など、スピードの速さによるメリットの声や「よく利用するから」などの意見がありました。一方、企業側に対して、デジタルギフトが貰えるキャンペーンが増えていることについてどう思うかをお聞きしたところ、「配送コストが抑えられそう」「個人情報の管理の手間が抑えられそう」といったコスト削減や住所情報の取得不要といったメリットの声や「時代の流れだと思う」という意見などがありました。対して、「年配者に向かない」「馴染まない世代のお客様もいる」という意見も見受けられました。

2014. 12. 12

～アンケート調査の総括～

プレゼントキャンペーンにおいて、消費者は「金券」に大きな魅力を感じているようです。一方で企業側としては、プレゼントキャンペーンにかける「コスト」に不満を感じている現状もあります。今後は消費者にとって利便性・汎用性が高いもの且つ、企業側もコスト削減を考慮してメール等で贈ることができる「デジタルギフト (ID/コード)」がキャンペーンのプレゼントとして増えていくのかもしれない。

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、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> 「総合マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「アイリサーチ」

URL : <http://www.i-research.jp/>