

## 「2017年度業態別チラシ発行状況」調査

2018年2月13日

株式会社チラシレポート（本社：東京都中央区、代表取締役社長：澤田 英）は、弊社が回収したチラシ収集実績を基に、2017年度(2017/01/01～2017/12/31)の業態別(食品スーパー、ドラッグストア、ホームセンター、酒ディスカウント)チラシ発行状況を発表致します。

## 2017年度業態別チラシ発行状況

## 【チラシ発行のべ店舗数】

業態	年度	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	年間
食品スーパー	2017年	339,136	341,702	357,723	375,399	1,413,960
	2016年	334,597	331,924	348,024	363,299	1,377,844
	前年比	101.4%	102.9%	102.8%	103.3%	102.6%
ドラッグストア	2017年	76,159	73,923	77,135	84,262	311,479
	2016年	74,118	75,075	79,430	85,253	313,876
	前年比	102.8%	98.5%	97.1%	98.8%	99.2%
ホームセンター	2017年	47,459	61,147	50,913	65,813	225,332
	2016年	54,306	63,296	55,297	62,445	235,344
	前年比	87.4%	96.6%	92.1%	105.4%	95.7%
酒ディスカウント	2017年	5,460	5,955	6,120	7,168	24,703
	2016年	5,518	5,961	6,929	7,718	26,126
	前年比	98.9%	99.9%	88.3%	92.9%	94.6%

## 【チラシ1枚あたりの掲載店舗数】(チラシ発行のべ店舗数/チラシ枚数)

業態	年度	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	年間
食品スーパー	2017年	7.55	7.44	7.60	7.67	7.57
	2016年	7.43	7.15	7.24	7.26	7.27
	前年比	101.6%	104.1%	105.0%	105.7%	104.1%
ドラッグストア	2017年	5.21	5.05	5.17	5.32	5.19
	2016年	5.08	5.14	5.37	5.52	5.28
	前年比	102.6%	98.1%	96.3%	96.4%	98.3%
ホームセンター	2017年	4.67	4.86	4.84	4.96	4.84
	2016年	4.90	4.84	4.75	4.66	4.78
	前年比	95.3%	100.4%	101.9%	106.4%	101.2%
酒ディスカウント	2017年	4.36	4.59	4.37	4.44	4.44
	2016年	3.96	4.21	4.31	4.87	4.35
	前年比	110.0%	109.1%	101.5%	91.1%	102.0%

## 【曜日別チラシ発行割合】 ※年間計

業態	年度	月	火	水	木	金	土	日
食品スーパー	2017年	6.2%	21.4%	12.3%	11.9%	15.1%	22.0%	11.2%
	2016年	7.0%	21.4%	11.9%	13.0%	14.5%	21.3%	11.0%
ドラッグストア	2017年	4.2%	24.4%	41.3%	8.8%	10.4%	7.8%	3.2%
	2016年	5.5%	27.7%	34.9%	8.3%	11.5%	8.7%	3.4%
ホームセンター	2017年	1.8%	2.1%	52.2%	20.1%	9.1%	13.3%	1.4%
	2016年	1.1%	4.1%	48.0%	21.7%	8.5%	15.9%	0.7%
酒ディスカウント	2017年	0.9%	12.6%	9.9%	27.7%	30.8%	12.6%	5.4%
	2016年	1.1%	11.3%	11.1%	27.4%	33.6%	10.1%	5.3%

## 【発行状況】

- ・チラシ発行のべ店舗数は「前年比 SM:102.6% Dgs:99.2% HC:95.7% 酒DS 94.6%」となり、SMが微増、他3業態は微減の結果になりました。消費増税以降、特にSMとDgsの2業態はチラシによる集客も強化している事が伺え、増税前の2013年との比較では「SM:105.4% Dgs:107.1% HC:88.5% 酒DS 85.4%」でした。
- ・チラシ1枚あたりの掲載店舗数は、Dgsが微減、他3業態は微増の結果になりました。SMはドミナント戦略の推進により、全店もしくは広範囲の店舗合同でのチラシ発行が可能ですが、Dgsは越境しての出店も多く、店舗の集約が出来ない点も一つの要因だと考えられます。
- ・曜日別チラシ発行割合は、SMは火・土曜日、Dgsは火・水曜日、HCは水・木曜日、酒DSは木・金曜日に多く、全体的に日・月曜日は少なめの結果となりました。この傾向は数年変化がなく、週末購買に向けたチラシ発行を実施する企業が多い事が分かります。

## 【業態別傾向】

- ・SM業態は、総合スーパーの苦戦・不振が報道される中、チラシ発行もGMSは振るわない状況でした。対して、中堅クラスの食品スーパーは積極的にチラシ発行をおこなっており、多くは前年以上の発行店舗数でした。
- ・Dgs業態は、一部を除き、上位企業の殆どが前年を上回るチラシ発行をおこなっておりました。出店攻勢や食品類の取扱い拡大の影響が大きいと考えられますが、チラシによる集客も一定の成果を上げているのではないかと考えられます。
- ・HC業態は、企業統合などの影響を受け、ここ数年チラシ発行が減少しているのが目立ちます。紙面を見ると、単品掲載からシーン訴求をする紙面が増えているように思われ、ハロウィンなどシーズンイベントの企画掲載は当たり前になっており、紙面構成の試行錯誤が感じられました。
- ・酒DS業態は、チェーン自体の減少や酒税法改正の影響もあってか、ますますチラシ発行が少なくなっている状況です。価格訴求型の紙面から、ご当地商品の提案など、品揃えでの訴求や宅配無料などの訴求が目立つように感じられました。

## 【その他】

2017年度に目立ったイベント・企画は下記があげられます。

- ・年間祝日数が少なかった(2017年:12日、2016年:16日)
- ・プレミアムフライデーの開始(2月～)
- ・イースターの採用企業数増加(4月)
- ・酒税法改正(6月)
- ・ハロウィンの定着(10月)
- ・ブラックフライデーの取組企業の増加(11月)

Yahoo!検索大賞で「サミットチラシ」がローカルカテゴリー-東京都部門賞を受賞するなど、ますます折込チラシによる集客に力を入れるチェーンも存在し、チラシの効果は健在であると感じました。

類似した紙面も他チェーンで見掛ける事もあり、企画に拘った独自性の高いチラシが増えるのではないかと考えられます。その他にも、土用の"牛"提案(7月)や夏の節分(8月)など大小様々な企画掲載が見られ、特売訴求からコト消費に繋げる工夫に取り組むチェーンが数多く見られました。

2018年は冬季五輪(2月)やサッカーW杯(6月)などのスポーツイベント、2019年には消費税10パーセントへの増税も控えており、チラシの構成や内容に少なからぬ影響があると思われる。

## 【調査概要】

対象エリア	全国
対象業態	食品スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンター、酒ディスカウント
集計期間	2017年1月1日～2017年12月31日

## 引用・転載につきまして

本レポートの著作権は、株式会社チラシレポートが保有します。

引用・転載をする場合には、以下の2点をお願い致します。

- 1.出典が株式会社チラシレポートである旨を明示して下さい
- 2.内容を改変しないで下さい

※引用・転載をされた事により、利用者もしくは第三者に損害その他トラブルが発生した場合、弊社は一切その責任を負いません

## 本件のお問い合わせ先

株式会社チラシレポート 事業推進部:井出

TEL : 03-3249-3030 FAX : 03-5695-6043

Email : info@chirashi.co.jp