

歳末大売出しについて

— 心からのお願い —

この冊子をご一読の上、  
アンケートにご協力下さいませ。

田 熊 商 工 振 興 会

平成 20 年(2008 年)

## 1.はじめに

田熊商工振興会(以後、当会)が平成 15 年から年末に開催している「歳末謝恩夢くじ」(以後、「夢くじ」)の在り方について、平成 20 年 2 月 1 日に開催された、当会役員会(出席者 常任幹事・監事・顧問)において疑義が示された。

現在の「夢くじ」が協賛店及び消費者にとって、“本当に効果が期待され、また、喜ばれているかどうか”が極めて疑わしい”との旨が、報告ならびに意見発表され、この疑義の根拠とされた。

よって、平成 14 年まで開催された抽選器方式による開催の再開も視野に入れた検討をすることになった。

## 2.抽選器方式と「夢くじ」の実施方法の主な違い

かつて実施されていた抽選器方式と現在開催されている「夢くじ」との主な相違点。

### ①抽選器方式(補助券 10 枚で一回抽選)

- ・ 抽選方法 抽選器による抽選(消費者が抽選)
- ・ 配布方法 売り上げに応じて、又は各店の判断により配布  
(原則 400 円お買い上げごとに補助券 1 枚。補助券 10 枚で一回抽選)
- ・ 商店負担金 一回抽選分(補助券 10 枚 1 シート)につき 200 円
- ・ 景品序列 (例)  
**(参照:参考資料2)**
  - 特等 家電(テレビ)・自転車 等
  - 1 等 5000 円相当(家電・洋服等)
  - 2 等 1000~2000 円相当(ワイン・スリッパ等)
  - 3 等 400~500 円相当(食料品・油・のり等)
  - 4 等 100~200 円相当(菓子・食料品・日用品等)商店賞 各商店より抽出(概ね 2 等相当)
- ・ 景品引換 抽選日当日のみ  
(開催年によって異なる。かなり以前は 5 日間開催。平成 8 年まで 3 日間開催、平成 9 年から 14 年まで 2 日間開催。朝 9 時頃から夕方 6 時又は 7 時頃まで)
- ・ 開催期間 売り出し開始日から抽選日まで  
(抽選日にも券は発行される)

### ②「夢くじ」(くじ 1 枚につき 1 個の抽選番号をもつ)

- ・ 抽選方法 番号ボールによる抽選(主催者が抽選)

- ・ 配布方法 売り上げに応じて、又は各店の判断により配布  
(原則 2000 円お買い上げごとに 1 枚)
- ・ 商店負担金 券 1 枚につき 100 円
- ・ 景品序列 平成 15・16 年(空くじあり)  
**(参照:参考資料2)** (16 年の例)
  - 1 等 現金+商品券
  - 2 等 現金+商品券
  - 3 等 現金+商品券
  - 4 等 現金
 抽選会場への動員促進策として抽選当日は粗品配布  
平成 17 年(空くじなし)  
“空くじの発生が、事業としての魅力にかける”等の意見を反映して、末等として、はずれた「夢くじ」をそのまま 50 円割引券として使用できるようにした  
抽選会場への動員促進策として抽選当日は粗品配布  
平成 18・19 年(空くじなし)  
末等を菓子・食料品・日用品 等にした  
抽選会場への動員促進策として抽選当日は 18 年には当日賞として「もち」を、19 年には先着 100 名に「玉子 1 パック(10 個)」を配布
- ・ 景品引換 抽選日当日は抽選会場  
抽選日以降は、一定の引き換え期間を設けて、15～17 年は本郷屋にて、18・19 年はふじわら洋品店にて引換
- ・ 開催期間 売り出し開始日～売り出し終了日(原則、券の発行終了)  
一定期間経過後、抽選日を設ける

### 3.長所と短所

#### ①抽選器方式

- i 長所
  - ・ 消費者が自ら抽選・決定することにより、いわゆる”ワクワク・ドキドキ感”を得ることができるとともに、満足感も味わえる(能動的に参加できる)
  - ・ 消費者・協賛店双方にとって長年定着した方式で且つ抽選会場の豊富な景品の序列をイメージできることから、協賛店としても消費者に説明しやすく、配布しやすいと感じている(実際、抽選会場の景品陳列は「夢くじ」のそれと比較すると遥かに豪華に見える)

- ii 短所
  - ・消費者が自ら抽選することにより、一回又は一人の抽選に時間がかかり、のべ 5000~7000 枚の抽選券へ対応するために、それなりの人数と日数を要する
  - ・担当者は抽選会場に拘束される時間が長く、物心両面で負担になる
  - ・景品を大量陳列することから、一軒豊富な序列に見えるが、実際には消費者のニーズにどのくらい応えているか微妙(テレビや自転車、洗濯機などの高額景品でも、ほとんどの家庭に行き渡っている)
  - ・抽選最終日の夕方でも、ある程度の景品陳列をしなければ、見栄えが悪いため、余分な景品の仕入れが発生することが多く予算面を圧迫する(ほとんどの景品は返品しない方針)
  - ・景品を先行手配するため、抽選券配布数が、予想より少なかった場合、予算を圧迫してしまう(協賛店からの抽選券のバックが予想できないため)
  - ・本来、補助券は、消費者の射幸心を煽り売り上げに結びつくものとして期待されていたが、ほとんどの協賛店は 1 枚シートで配布するのでその面での効果が薄い
  - ・また、かつては補助券の存在が潜行券となり、実質発行枚数との差異を生じ、一部予算面での後ろ盾になっていたが、その点でも期待ができない
  - ・当選玉の発生確率に影響され景品の投入バランスが難しい

## ②夢くじ

- i 長所
  - ・消費者は宝くじ感覚で楽しめる
  - ・主催者は短時間で開催できるため、担当者の負担が少ない
  - ・実際の宝くじがそうであるように、ある程度の潜行券が期待できることから、予算計画に大きな狂いが生じにくい
  - ・景品の手配・陳列の手間が減少し、会場のセッティングが容易になった
  - ・景品として協賛店共通商品券を採用することにより、協賛店の負担割合に対する不公平感が少なからず解消した
  - ・抽選券 1 枚あたりの負担金を 200 円から 100 円に減額したことで、協賛店の負担が軽減された
- ii 短所
  - ・ナンバリングが小さく年配者には見づらい(印刷の関係で如何ともし難い)

- ・短時間で当選者が決定するため、“あっさり感”が強い。消費者自らの決定手段ではないため受動的なイメージを拭えない
- ・余りにも長く抽選器方式の時代が続いたため、消費者のみならず協賛店も「夢くじ」に馴染めていない。したがって消費者からの懐古的意見に協賛店が動揺を示す傾向がある
- ・協賛店自身も、抽選器方式への懐古的感覚を拭いきれない
- ・負担金は2分の1に軽減されたが、純粋に負担が半額になるわけではない。また、網羅的に景品手配をしないことから協賛店共通商品券を採用しているにも関わらず、不公平感をもつ協賛店も少なからず存在する。
- ・抽選日以後も一定期間、景品引換期間を設けることから、引換場所の事業所にとってはある程度負担が生じる(景品引換期間を設けなければ、大量の潜行券が発生する可能性もあるほか、逆に抽選当日への来場者が集中し、大混雑が予想される)

### ③抽選器方式と「夢くじ」共通の長所と短所

- i 長所
  - ・単独店で開催すると負担が大きい謝恩セールを少ない経費で実施できる
  - ・売り上げに一定の効果が見込める
  - ・売り出し期間に関わらず、一年間お世話になった消費者に対する感謝として券を贈呈できる(歳暮等の贈物よりも安価)
  - ・長年開催してきた、田熊町内の行事として定着している
- ii 短所
  - ・現在、時期を問わず至る所で類似のセールが開催されており、大売出し自体の新鮮さが乏しくなっている
  - ・事業内容の決定から、協賛店への確認、協賛店への券の配布・回収・集金、当日の準備・実施・片付け、と担当者に負担がかかる
  - ・いわゆる“お付き合い協賛店”への依存度が増加しており、本来の事業意図と乖離が懸念される

## 4. 「夢くじ」開催への経緯

以前より、従来の開催方式の見直しが検討されていたが、第51回の開催を機に、平成15年4月頃から現状の確認や事業の将来性、景品表示法を考慮しながら、6回の役員・有識者レベル会議、3回の担当者レベル会合を開催し決定した。

主な決定事項は次の通り

- ①抽選器による抽選を廃止し、抽選番号に当選番号をつける、いわゆる宝くじ方式に変更。抽選は公開抽選とし、1日間のみの開催とした。景品の後日引換も可能としたため、抽選日当日の動員減少が危惧され、動員促進策として来場者には粗品を用意した（但し、以降変遷あり）
- ②協賛店の抽選券バックは従来通り採用するとともに、協賛店の負担軽減を考慮し、負担金を抽選1回分200円から、1枚100円に減額した。
- ③景品手配に関する協賛各店の不公平感を解消するため、協賛店共通商品券や現金を景品の主力とした。（但し、以降変遷あり）  
景品に現金性が強くなったため、予算面の担保として、売り出し終了日から抽選日まで一定の期間を設け、その間に、バックされる抽選券の回収及び集金を行うこととした。
- ④従来の“空くじなし”から“空くじあり”へ変更(但し、以降変遷あり)

## 5.検討内容

会議での意見（箇条書き）

- ・いずれの方式も一長一短ありどの方式がベストということはありません。
- ・基本的に「抽選器方式」への懐古感が強いようだ。
- ・前述した「抽選器方式」の短所が改善されれば新たな展開が期待できるのではないか？
- ・「抽選器方式」に戻すにしても、開催日数や景品序列、なにより人手の問題がクリアされなければ次のステップへは進めない。

## 6.検討手段

「夢くじ」も昨年5回目の開催を終え、歳末大売出しの新たなる展開と当会の更なる発展、そしてより新鮮で大胆な事業展開を目指して引き続き検討するものとする。検討手段として、事業所会員の多様な意見を集約するため、アンケート調査を実施することとする。

但し、歳末大売出し事業そのものの是非を問うものではなく、あくまで開催を前提としたアンケートとする。

## 参考資料 1

### 抽選券の実績について

平成 11 年（47 回）から平成 19 年（55 回）までの抽選券配布実績

	協賛店数	配布枚数	実績枚数	負担金
平成 11 年	58	6360	5276	200
平成 12 年	58	6390	5324	々
平成 13 年	62	6609	5836	々
平成 14 年	62	6620	6337	々
「夢くじ」				
平成 15 年	61	8000	7355	100
平成 16 年	61	7540	6034	々
平成 17 年	57	7110	5701	々
平成 18 年	55	7480	5937	々
平成 19 年	62	6890	5432	々

※単位は、協賛店数は“件”、配布枚数及び実績枚数は平成 14 年まで“シート”、15 年以降は“枚” 負担金は“円”

※負担金は、1 シート又は 1 枚あたりの金額

※発行枚数は、平成 14 年まで 7000 シート、15 年から 18 年まで 8000 枚、19 年は 7000 枚

## 参考資料 2

### 景品の序列について

平成 11 年（47 回）から平成 19 年（55 回）までの、景品序列

平成 11・12・13・14 年（1～3 等は 2 本程度の増減がある）

金賞	40000 円	X	2 本
特賞	25000 円	X	4 本
1 等	5000 円	X	25 本
2 等	3000 円	X	40 本（別途商店賞）
3 等	1000 円	X	130 本
4 等	400 円	X	450 本
5 等	120 円		

「夢くじ」

平成15年（空くじあり）

- 1等 100000円（現金+協賛店共通商品券） X 2本
- 2等 20000円（現金+協賛店共通商品券） X 4本
- 3等 5000円（現金+協賛店共通商品券） X 8本
- 4等 1000円（現金+協賛店共通商品券） X 160本

平成16年（空くじあり）

- 1等 100000円（現金+協賛店共通商品券） X 1本
- 2等 20000円（現金+協賛店共通商品券） X 4本
- 3等 5000円（現金+協賛店共通商品券） X 4本
- 4等 300円（現金） X 960

平成17年（空くじなし）

- 1等 30000円（現金+協賛店共通商品券） X 3本
- 2等 5000円（現金+協賛店共通商品券） X 16本
- 3等 2000円（現金+協賛店共通商品券） X 16本
- 4等 1000円（割引券） X 16本
- 5等 50円割引券

平成18年（空くじなし）

- 特賞 40000円 X 1本（液晶カラーテレビ）
  - 1等 20000円 X 3本（電気掃除機2・自転車1）
  - 2等 1000円 X 16本（リポD・アルバム）
  - 3等 500円（協賛店共通商品券） X 80本
  - 4等 100円以内
- 別途さんげつ会賞・当日賞

平成19年（空くじなし）

- 特賞 10000円（協賛店共通商品券） X 5本
  - 1等 5000円（全国特産品ギフト） X 10本
  - 2等 1000円（はっさくゼリー） X 7本
  - 3等 500円（協賛店共通商品券） X 70本
  - 4等 100円以内
- 別途さんげつ会賞