

平成 25 年 10 月 7 日

一般社団法人日本ディスプレイ業団体連合会 御中

電通 電通総研  
メディアイノベーション研究部

## 広告費に関するアンケートへの会員社様ご協力をお願い

拝啓 仲秋の候、貴団体におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

当社では、毎年 12 月に「日本の広告費」を推定し発表するための基礎資料のため、貴団体の会員様にアンケート調査をお願いしてまいりました。しかしながら、回答率が毎年減少しているのが現状です。

つきましては、広告費推定の精度を一層高めるため、是非、貴団体から会員社様への働きかけをご協力願います。

電通から「日本の広告費」アンケート調査が行きます、とお知らせいただければと思います。

働きかけの一例

- 会報紙での告知
- 会員社様 会合での告知
- メール連絡での告知

注) 本アンケートは、全国の年間広告費を推定するために各社様分を合算して集計をいたします。個々のご回答内容等を公表することは社内外を問わず一切ございません。

また、個人情報保護法を遵守し、返信用封筒、FAX 送信票等につきましても慎重に取り扱いをいたします。

ご協力いただいた事業所様には、「2013 年日本の広告費」報告書を 2014 年 3 月にお送りいたします。

敬具

## ディスプレイに関するお伺い

2013年12月  
株式会社 電通  
電通総研

このアンケートは、毎年発表しております「日本の広告費」推計（暦年ベース）のための基礎資料とすることを目的として実施させていただいております。

各事業所様からお寄せいただいたご回答は統計的に処理を行い、責任をもってお取り扱いをいたします。貴社名やご記入いただいた内容等を公表することは社内外を問わず一切ございません。なお、該当する広告のお取り扱いがない場合でも集計に必要ですのでご回答をお願いいたします。

ご多忙のところ誠に恐縮でございますが、本調査の主旨をご理解いただき、何卒ご協力くださいますようお願い申し上げます。

◇誠に勝手ながら、このアンケートは**2013年12月20日(金)**までに、同封の返信用封筒にてご返送くださいますようお願い申し上げます。FAX（03-5985-7160）でのご返送でも結構です。

◇ご回答いただいた事業所様には御礼として「2013年日本の広告費報告書」を2014年3月下旬にお届けいたしますので、よろしければお届け先を返信用封筒の裏面にご記入ください。お送りいただいた封筒、FAX送信票等は慎重に取り扱いをいたします。

◇このアンケートに関してのお問い合わせの際は、下記までお願いいたします。

【お問い合わせ先】（調査実施機関）  
電通「日本の広告費」推定作業チーム  
㈱日本デイリー通信社  
担当：山田  
TEL：03-5950-0213  
FAX：03-5985-7160



Q1. 今年（2013年）、貴社では以下のディスプレイをお取り扱い（受注）されましたか。あてはまる番号に○印をつけてください。※種別の詳細は表1をご参照ください。

- 1 百貨店など商業施設のディスプレイを取り扱った
- 2 展示会・イベント・博覧会などのディスプレイを取り扱った
- 3 ディスプレイは取り扱わなかった → Q5へお進みください。

Q2. 百貨店など商業施設のディスプレイや、展示会・イベント・博覧会などのディスプレイの2012年（1～12月実績）と2013年（1～12月見込）の売上高と前年比を、おおまかな数字で構いませんのでお知らせください。  
また、売上高に占める同業者からの受注割合（下請率）はどのくらいですか。（集計時の重複計算を避けるためにお伺いしています。）

	年	百貨店など商業施設のディスプレイ	展示会・イベント・博覧会などのディスプレイ
売上高	2012年（1～12月実績）	万円	万円
	2013年（1～12月見込）	万円	万円
	2013年の前年比（2013年/2012年）	%	%
2013年の下請率		%	%

【Q3、Q4は、Q1で2（展示会・イベント・博覧会などのディスプレイを取り扱った）事業所様にお伺いします】

Q3. 展示会・イベント・博覧会などのディスプレイの昨年と比較した広告収入等の変化について、当てはまるものを全てお知らせください。

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1 単価下落、価格競争が激化    | 7 費用対効果の要望増加      |
| 2 単価上昇、価格競争が緩和    | 8 高品質化への要望増加      |
| 3 展示会、イベントの開催数の減少 | 9 製作期間の短期化        |
| 4 展示会、イベントの開催数の増加 | 10 エコ認定資材使用の要望の増加 |
| 5 展示会、イベントの規模の縮小  | 11 地方での仕事量の減少     |
| 6 展示会、イベントの規模の拡大  | 12 その他（ ）         |

Q4. 展示会・イベント・博覧会などのディスプレイの2014年の広告収入の見込みについて、どう予想されますか。

- 1 増加すると思う
- 2 現状維持だと思う
- 3 減少すると思う
- 4 見通しが立たない

SQ. (Q4で) そのようにお答えになった理由（受注条件、広告主、作業内容の変化、自社の取組など）について、どのようなことでも結構ですので、自由にお答えください。

【全事業所様にお伺いします】

Q5. 2013年11月末現在の代表者を含む総従業員数をお知らせください。

- |          |          |          |          |
|----------|----------|----------|----------|
| 1 1～4人   | 2 5～9人   | 3 10～19人 | 4 20～29人 |
| 5 30～39人 | 6 40～49人 | 7 50～99人 | 8 100人以上 |

※表1

対象施設		ディスプレイの種類
百貨店など商業施設	百貨店・スーパー	百貨店、スーパー、ショッピングセンターなどの大規模小売店舗の店内ディスプレイ、ウィンドーディスプレイ、ファザードディスプレイ等
	その他の小売店	専門店または一般小売店の店内ディスプレイ、ウィンドーディスプレイ等
	飲食店	飲食店の店内ディスプレイ
	その他の店舗	理容・美容室、各種サービスなどの店ディスプレイ
展示会・イベント・博覧会	博覧会	万国博、地方博などのパビリオンディスプレイ、屋外ディスプレイ、テーマタワーディスプレイ等
	展示会	展示会、展覧会、見本市、ショールーム、サービスセンター、企業PR館などの館内・屋外ディスプレイ、ブース（小間）ディスプレイ等
	イベント・催事	フェスティバル、パレード、ショー、式典、その他の文化イベント、販売促進イベント等の各種催事施設などのディスプレイ等
	その他	博物館、美術館、水族館、遊園地などの館内・屋内ディスプレイ、プレイランド、その他の娯楽施設、公園、道路、その他の公共施設などのパビリオンディスプレイ、売店ディスプレイ、ストリートディスプレイ等

ご協力ありがとうございました。