

2016年11月22日

凸版印刷株式会社

電子チラシサービス Shufoo!、全ての“しゅふ”を応援！

15周年を記念して、ミッツ・マングローブが1人3役に挑戦！

11月22日よりLINE公式アカウント開設、ミッツの公式スタンプも無料配布開始！

ミッツが演じる3人の“しゅふ”をWEB動画で公開！

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:金子眞吾)が運営する日本最大級の電子チラシサービス「Shufoo!(シュフー)」(※1)は、「Shufoo!」が本年サービス開始から15年を迎えたことをうけ、2016年11月22日より「Shufoo! 15周年記念キャンペーン」を開催します。

「Shufoo!」は凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、20-40代の女性を中心に利用され、大手流通各社、地域主力スーパーなど約3,200法人、約104,000店舗にご参加いただき、PV数は月間2.7億PV、ユニークユーザー数は月間750万(2016年10月現在)を超えています。

総務省統計局の国勢調査のデータによると、2010年には専業主夫の人数が約6万人、兼業主夫が約2万9千人の計8万9千人という数字が示す通り、年々家事や育児を支える男性が増え、家庭のあり方が日々多様化しています。このような社会背景を受け、2016年11月、全国の「Shufoo!」ユーザー52,036人(女性76.7%、男性23.3%)を対象にした調査を行ったところ、平日1日の内30分以上家事をする男性の割合が76.7%ということが判明し、男性の家事に対する姿勢が高い傾向にあることが分かりました。また一方で女性の中で専業主婦は38.0%、兼業主婦は37.0%と働く主婦も多い中、女性の4人に3人以上が1日1回以上チラシをみて買い物をしていることが分かりました。

これらの男性の主夫の増加、女性主婦のチラシへのニーズを受け、今回の「Shufoo! 15周年記念キャンペーン」では、これまでよりも幅広い“しゅふ(主婦、主夫)”の皆さまに「Shufoo!」のサービスをお届けし、身近に感じていただけるよう、キャンペーンキャラクターとして女装家・タレントのミッツ・マングローブさんに決定しました。

本キャンペーンでは、Shufoo!LINE公式アカウントを開設し、よりユーザーの皆さまにお得な情報やキャンペーン情報などタイムリーにお届けが可能となります。LINE公式アカウントとお友だちになって頂いた方には無料のLINEスタンプとして、ミッツ・マングローブさんの口癖である「あらヤダ」などLINE(※2)で使える豊富なワードが描かれた、画面いっぱいに飛び出す動くスタンプをプレゼントします。また、ミッツ・マングローブさんが男装を含めた3人の“しゅふ”に変化し、前の晩に明日のチラシが届くことや近所のお店の新着チラシが届くことなど、Shufoo!技(しゅふにとってとっても便利なワザ)を紹介するWEB動画を、6シリーズに分け「Shufoo!」サイト内のキャンペーンサイトにて公開します。“しゅふ”の家事力向上をお手伝いするだけでなく、ミッツ・マングローブさんとMCの面白い掛け合いにも是非ご注目ください。



※上:キャンペーンビジュアル 下:動画イメージ

(キャンペーンサイト URL) PC版:<http://www.shufoo.net/contents/recommend/cp/15th/index.html>SP版:<http://s.shufoo.net/contents/recommend/cp/15th/index.html>

【『Shufoo! 15周年記念キャンペーン』 主な企画内容】

1. キャンペーンキャラクターにミッツ・マングローブさんが就任
2. Shufoo!LINE 公式アカウントが開設
3. ミッツ・マングローブさんの LINE スタンプ無料配布
4. 海外通販番組風な WEB 動画配信

【1. キャンペーンキャラクターにミッツ・マングローブさんが就任】

<ミッツ・マングローブ>

日本で最も有名なドラッグ・クィーンの1人。歌手・タレントとして活躍中。
幼少期をロンドンで過ごす。
慶応義塾大学法学部政治学科を卒業後、英国ウェストミンスター大学
コマーシャルミュージック学科へ留学し、商業音楽全般を学ぶ。



【2. Shufoo!LINE 公式アカウントが開設】

- ・開設日:2016年11月22日(火)12:00～ ※公開時間は若干前後する場合がございます。
- ・アカウント名:Shufoo!(シュフー)、LINE ID:Shufoo



【3. ミッツ・マングローブさんの LINE スタンプ無料配布】

- ・配信日:2016年11月22日(火)12:00～ ※公開時間は若干前後する場合がございます。
- ・スタンプイメージ:



【4. ミツしゅふ3 変化 WEB 動画配信】

・内容:

女性の専業主婦や兼業主婦に加え、家事や育児を支える男性の“主夫”など、“しゅふ”のあり方は、実に多様化しています。だからこそ、言葉としても”主夫”と表すことは必ずしも適当ではなく、今回のキャンペーンにおいては“しゅふ”と言葉を置きかえています。

ミツ・マングローブさんを起用し、3つの”しゅふ”役を演じてもらい、それぞれの立場から、どのように Shufoo!を活用していくかを解説していく動画になっています。

海外通販番組風の演出で、マッチョな外人 MC との絡みの中で、ミツ・マングローブさんのキャラクターを活かしたハイテンションでシュールな仕立てとなっておりますので、是非お楽しみ下さい。

・配信日:2016年11月22日(火)～ ※『イクメン主夫ミツオ』編、『バリキャリ主婦ミツコ』編は順次配信予定。

・動画 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5XysXZ82IEs&feature=youtu.be>



【調査概要】

調査エリア:全国

調査対象者:「シュフーポイント」会員(10代から60代までの女性)

サンプル数:52,036

調査期間:2016年11月10～13日

調査方法:インターネットリサーチ

*本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「凸版印刷株式会社『Shufoo!』調べ」と明記下さい。

※1「Shufoo!」について

凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、20-40代の女性を中心に利用されている国内最大級の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約3,200法人、約104,000店舗が参加。PV数は月間2.7億PV、ユニークユーザー数は月間750万(2016年10月現在)となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者は、PCに加え、携帯電話やデジタルテレビ、拡大するスマートフォンやタブレット端末など様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

・PC <http://www.shufoo.net>

・携帯 <http://mobile.shufoo.net>

・iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>

・iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>

・Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android>

※2「LINE」について

「LINE」は国内6,800万人以上が登録し、日本国内の「生活インフラ」として定着しているコミュニケーションアプリ。

※数値は2016年6月末時点

※出典元:マクロミル社・インターネット調査(2016年1月実施/全国15～69歳のLINEユーザーを対象 サンプル数2,112)

*本ニュースリリースに記載された会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。