



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

東洋水産株式会社



NEWS RELEASE

2017年3月16日

**“マルちゃん赤いきつねと緑のたぬき”が親子の仕送りを応援！
「愛情たっぷり 仕送り代行キャンペーン」開催**
マルちゃんからの「仕送りセット」や仕送りを要請できる「仕送りボタン」が当たる！

東洋水産株式会社（本社：東京、社長：今村 将也）は、親御さんからお子さんへの仕送りを応援する「愛情たっぷり 仕送り代行キャンペーン」を3月20日（祝・月）から5月31日（水）まで実施します。

変わらないおいしさに、
変わらない愛情を込めて。
仕送りしませんか？

赤いきつねと
緑のたぬき

仕送り便

東洋水産

ライフスタイルが多様化している現代において、家族団らんの機会が減り、家族間のコミュニケーションが希薄になりつつあると言われていています。東洋水産では、“食を通じ、みなさまに笑顔をお届けしたい”という想いから、特に家族と離れて暮らす大学生や社会人を対象に、親御さんとのコミュニケーションのきっかけづくりをしていきたいと考え、本キャンペーンを開催します。

メインのキャンペーンとしては、365日いつでも仕送りを要請できる『仕送りボタン』が抽選で2名様に当たる「仕送りボタンプレゼントキャンペーン」と、マルちゃん商品詰め合わせセットが抽選で1,000名様に当たる「マルちゃんの仕送りプレゼントキャンペーン」の2本立てで実施します。

さらに、仕送りをもらったお子さんが気軽に親御さんへ感謝の気持ちを伝えられるよう、キャンペーンサイトにて「オリジナル仕送りありがとう画像」を配信します。メールやLINEでスタンプ代わりにご使用頂けます。

東洋水産は、仕送りを送る側の親御さん、受け取る側のお子さんの双方を、当社の代表ブランドの一つである「マルちゃん赤いきつねと緑のたぬき」を通じて応援することで、親子の絆を深めるお手伝いをすることを目指してまいります。

<キャンペーン詳細>



①『仕送りボタンプレゼント』キャンペーン

『仕送りボタン』は、仕送りが欲しい時に押すと、「赤いきつね」または「緑のたぬき」が届くというものです。

- 期間：2017年 3月20日（祝・月）～5月31日（水）
- 応募方法：キャンペーンサイトから応募可能
- 当選者数：2名
（赤いきつねコース・緑のたぬきコース 各1名）
- 景品内容：「仕送りボタン」
 - ・ボタン1押しあたりの仕送り内容
：赤いきつねまたは緑のたぬき1箱（12個入）
 - ・仕送り有効期間：ボタンが届いてから365日
 - ・最大仕送り可能回数：30回
 - ・仕送りスピード：ボタンを押してから3～7日後
（東洋水産からの愛情をたっぷり詰めさせていただきますので、少々お時間頂戴いたします。）



②『マルちゃんからの仕送りプレゼント』キャンペーン

- 期間：2017年 3月20日（祝・月）～5月31日（水）
- 応募方法：「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」どちらか1点以上含むレシート
1,000円分以上を添付し、ハガキで応募
- 当選者数：1,000人
- 景品内容：マルちゃん商品詰合せセット
（メーカー希望小売価格3,000円相当）

※最寄りの店舗に応募ハガキが設置されていない場合は、キャンペーンサイトからダウンロードしてご使用いただけます。



③オリジナル仕送りありがとう画像

仕送りを受け取ったお子さんが親御さんに気軽に感謝の気持ちを伝えられるよう、メールに添付したりLINEのスタンプ代わりにご使用いただける「オリジナル仕送りありがとう画像」を配信します。2017年3月20日（祝・月）よりキャンペーンサイトからダウンロード頂けます。

▼画像例



「マルちゃん赤いきつねと緑のたぬき」ブランドサイト

<http://www.maruchan.co.jp/aka-midori/>

※上記①～③の内容をご確認頂けるキャンペーンサイトは、3/20（祝・月）よりオープン致します

■参考資料：親子の「仕送り」実態・ニーズ

東洋水産は、2016年11月に40~69歳女性と、その世代から「仕送り」を受け取る可能性がある世代18歳~35歳男女を対象者とした「仕送り」実態調査を行いました。

■調査設計

手法：インターネット調査
 エリア：全国
 <親世代>
 性年齢：女性40歳~69歳
 回答数：13,384サンプル
 実査日：2016/11/25-28
 <子世代>
 性年齢：男女18歳~35歳
 回答数：13,436サンプル
 実査日：2016/11/25-28

■調査①

親と離れて暮らす子供のうち、約60%が仕送りをもらった経験ある。

仕送り受取り経験あり **58.7%**

仕送り受取り経験なし 41.3%

■調査②

仕送りをする親御さんの気持ちとして最も大きいのは、「子どもとコミュニケーションをとりたい」約70%、次いで「子どもの食生活を支えたい」約67%。一方、仕送りを受け取ったお子さんの気持ちとして最も大きいのは、「両親に感謝の気持ちを伝えたい」約83%、「両親を大切にしたい」約80%、「両親を思い出して励まされる」約72%。仕送りが親子関係を良好にする可能性があることがわかる。

<親世代> 子供に仕送りをする際の目的や気持ち

<子世代> 親から仕送りを受け取った際の気持ち

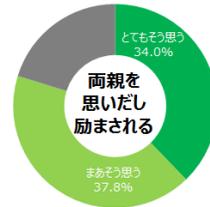
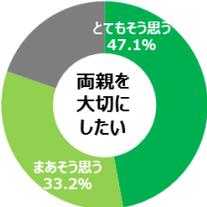
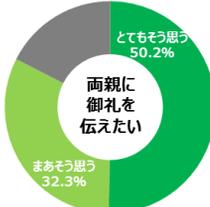
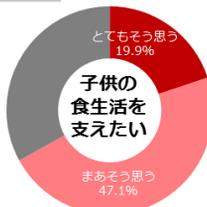
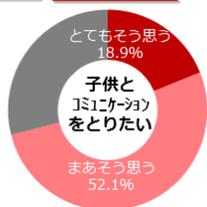
1位 **71.0%**

2位 **67.0%**

1位 **82.5%**

2位 **80.3%**

3位 **71.8%**

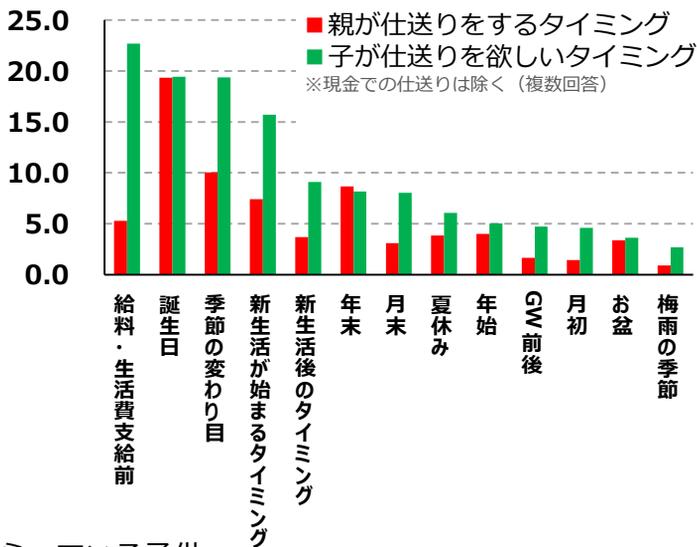


【仕送りをするきっかけやタイミングに関して】

■調査③

親は子どものニーズに意外と気づいていない。離れて暮らす親から仕送りが来るタイミングと、実際に子供が仕送りをしてもらいたいタイミングにはギャップがあった。

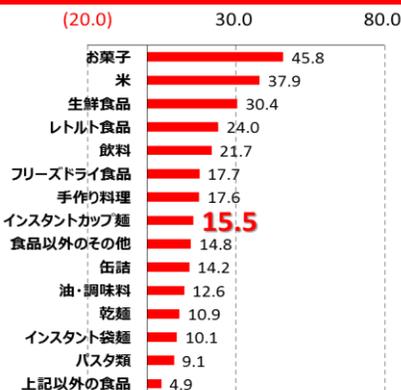
親は仕送りをするタイミングに「誕生日」以外これといった意識はないが、子供は「給料・生活費支給前」や「季節の変わり目」「新生活が始まるタイミング」が最も欲しいと感じている。



■調査④

親が実際に送っている中身と、仕送りをしてもらっている子供が欲しい中身にも大きなギャップがあった。

<親世代> 仕送りで送っているもの



<子世代> 仕送りで送ってほしいもの

