

多店舗企業の約半数が、販促物の誤情報・法令リスクを経験 そのうち誤情報が顧客に届いたケースは7割超 ～企業の販促物管理に関する実態調査～

ラクスル株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長 グループCEO:永見 世央、以下「ラクスル」)は、全国に10店舗以上を展開する企業の本社・本部に所属している経営者・従業員300名を対象に、販促物管理に関する実態調査を実施しました。

本調査は、多店舗展開企業における販促物運用の承認体制、誤情報・法令違反リスクの実態を明らかにすることを目的としています。

多店舗企業の約半数が、販促物の誤情報・法令リスクを経験

販促物管理の実態調査



■調査結果サマリー

多店舗展開企業の販促物について

調査結果サマリー

- 01 過去3年間で誤情報・法令リスクのある販促物を社外展開した経験がある企業は**46.00%**。
そのうち**7割超**で誤情報が顧客に到達
- 02 自社の運用体制で誤情報・法令違反リスクを「十分に防げる」と感じる回答者は**64.33%**。
認識と実態にギャップ
- 03 社外展開してしまった誤情報の内容は、「価格・料金の誤表記」が**40.58%**で最多。
一方で、販促物の確認フローに「価格・料金表示」を含む企業は**48.67%**にとどまる



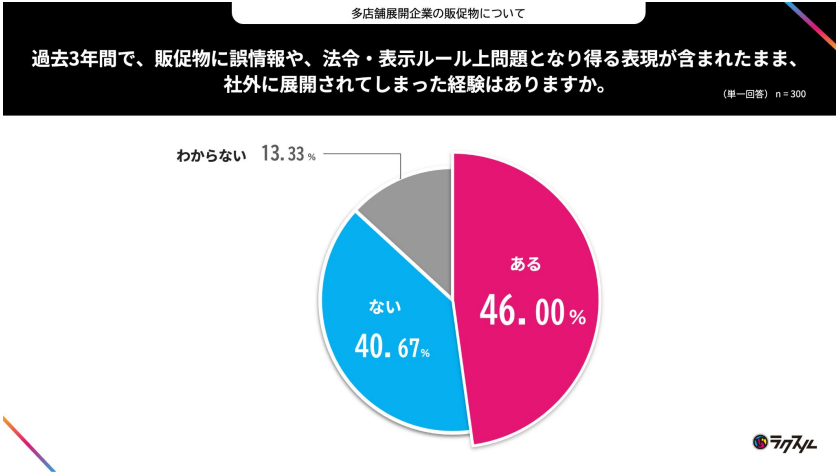
複数店舗・複数拠点展開企業においては、販促物の制作や管理が各店舗・拠点到分散しやすく、本部が全体像を掴みにくい構造にあります。本調査では、その結果として「何を」「何点」「いくらで」制作しているかが本部から見えなくなり、誤情報や法令・表示ルール上のリスクが見逃されやすい実態が明らかになりました。

「過去3年間で、問題となり得る表現を含む販促物を社外へ展開した経験がある企業」は、全体の約半数（46.00%）にのぼり、当該事例の7割超では、誤った情報が顧客の手元にまで届いていました。一方で、自社の運用体制で「リスクを十分に防げる」と考える回答者は6割を超えており、認識と実態の間にギャップが生じていることが分かりました。こうした課題は、担当者一人ひとりの注意力で防ぐだけでは根本解決には至らず、販促物の制作から承認までを組織的に管理する仕組みづくりが重要と言えるのではないのでしょうか。

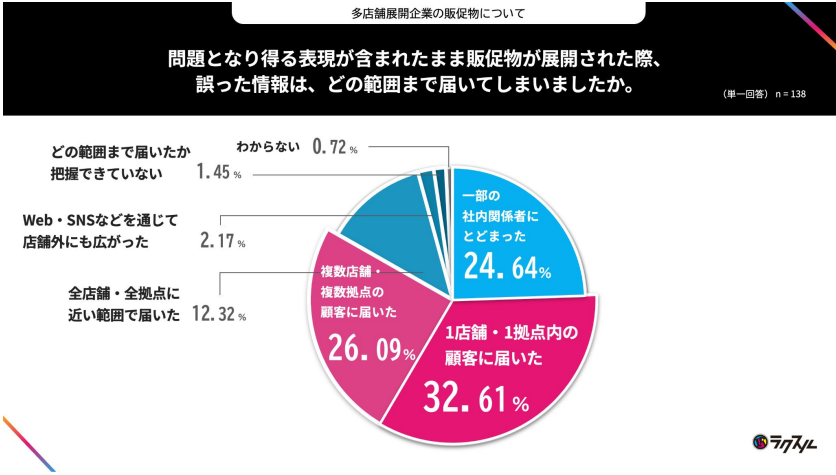
■調査結果詳細

1. 多店舗企業の約半数が「販促物の誤情報掲載」を経験し、その7割超は誤情報が顧客に到達

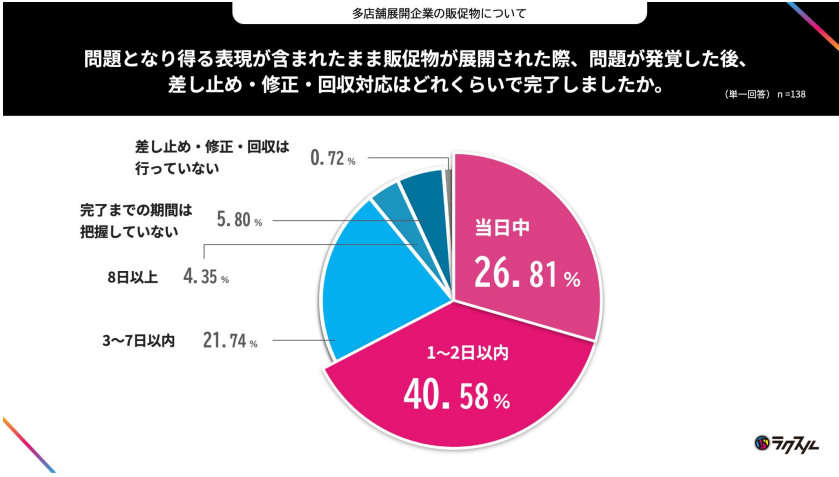
「過去3年間で、販促物に誤情報や法令・表示ルール上問題となり得る表現が含まれたまま、社外に展開されてしまった経験はありますか」と尋ねたところ、「ある」と回答した企業は全体の46.00%と、約半数にのぼりました。



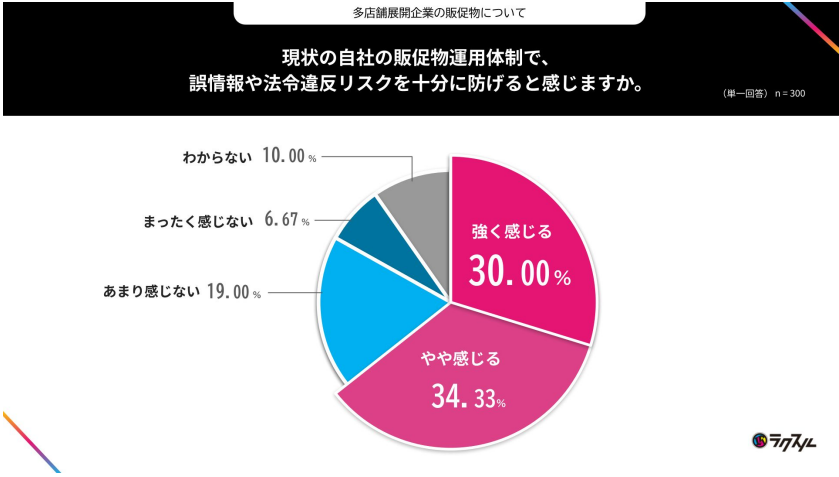
さらに、そうした問題が発生した際、「誤った情報は、どの範囲まで届いてしまいましたか」と聞いた結果、社内関係者にとどまったのは4分の1程度（24.64%）にすぎず、残る7割超は1店舗から複数拠点、あるいは全拠点の顧客にまで到達していました。加えて、オフラインでの影響のみならず、「Web・SNSなどを通じて店舗外にも広がった」ケースも2.17%と少数ながら起きていることが分かりました。



問題が発覚した後の差し止めや修正、回収の対応完了までの期間については、「当日中」が26.81%、「1～2日以内」が40.58%と、大半が速やかに行っている一方で、「完了までの期間は把握していない」が5.80%、「差し止め・修正・回収は行っていない」が0.72%と、対応状況の追跡・管理ができていない企業も一定数存在します。



このような状況下、「現状の自社の販促物運用体制で、誤情報や法令違反リスクを十分に防げていると感じますか」という質問をした結果、「強く感じる」(30.00%)、「やや感じる」(34.33%)と、全体の6割以上が「リスクを十分に防げる」と回答しており、認識と実態の間にギャップが生じていることが分かりました。

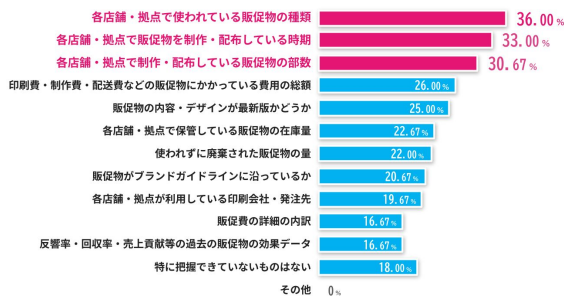


2.本部が、各店舗・拠点で「何を」「いくらで」作っているのかを把握しきれていない実態

販促物に関する情報のうち、本部で十分に把握できていないものを尋ねると、「各店舗・拠点で使われている販促物の種類」(36.00%)や「制作・配布している部数」(30.67%)等が上位に並び、「印刷費・制作費・配送費などの費用の総額」も約4社に1社あたる26.00%が把握できていないと回答しました。それに対して、「反響率・回収率・売上貢献等の過去の販促物の効果データ」は16.67%にとどまるなど、販促物の効果測定には関心が集まる一方で、その手前にある費用面の把握は、意外にも追いついていないことが分かります。何をどれだけ作っているかという実態に加え、そこにかかる費用の全体像までもが、本部からは見えなくなっています。

販促物に関する以下の情報のうち、
現在、本部で十分に把握できていないものをお選びください。

(複数回答) n = 300



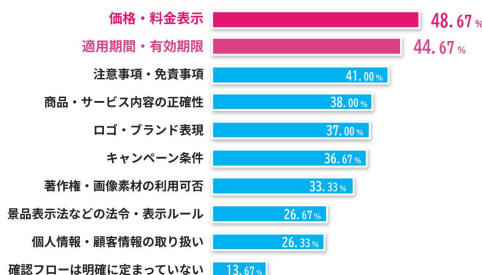
ラゲッジ

3. 価格表示のチェック実施は半数未満、実際の誤表記内容も「価格」が最多

販促物の内容確認フローに含まれている項目を尋ねると、最も多い「価格・料金表示」でも48.67%と半数に届かず、確認フロー自体が明確に定まっていない企業も13.67%にのぼります。

販促物の内容確認において、以下の項目は確認フローに含まれていますか？

(複数回答) n = 300

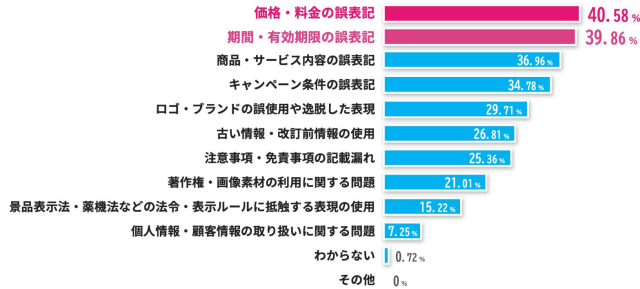


ラゲッジ

実際に発生した問題の表記内容を見ても、「価格・料金の誤表記」(40.58%)と「期間・有効期限の誤表記」(39.86%)が上位を占めています。原材料費や人件費の高騰で価格改定が相次ぐ昨今の状況を背景に、価格まわりの情報が最も事故につながりやすい実態がうかがえます。さらに「景品表示法・薬機法などの法令・表示ルールに抵触する表現の使用」も15.22%含まれていました。旧価格などの古い情報が更新されないまま顧客に届いてしまえば、単なる表記ミスにとどまらず、法令違反やブランド毀損につながる重大なリスクです。

問題となり得る表現が含まれたまま販促物が展開された際、
どのような問題が発生しましたか。

(複数回答) n = 138



では、なぜこうした事故は後を絶たないのでしょうか。そして、現場のスピードを損なわずにリスクを防ぐには何が必要なのでしょう。ラクスルでは、本調査の結果をさらに詳しく読み解くオンラインセミナーを9月29日に開催します。

■セミナー概要

うちは大丈夫？

見えない販促費、届く誤情報

「販促物管理」実態調査
解説セミナー

視聴無料

2026.9.29

[tue] 15:00-15:30

日時：2026年9月29日（火）15:00～15:30

形式：オンライン開催（Zoom等）

参加費：無料

お申し込み方法：以下の専用フォームよりお申し込みください

<https://enterprise.raksul.com/seminars/6wo2gs>

■調査概要

調査期間: 2026年6月17日 ~ 2026年6月20日

対象者: 全国に10店舗以上を展開する企業の本社・本部に所属している経営者・従業員300名
(対象部署は、販促物の企画・制作・発注・管理に関わる可能性が高い、営業企画部／営業推進部／営業戦略部、販促企画部／販売促進部、店舗運営本部／店舗開発部、オペレーション部／FC本部、事業企画部)

調査方法: 第三者機関インターネット調査

■利用条件

情報の出典元として「ラクスル株式会社」の名前を明記してください。

■本調査レポートについて

今回の調査レポートは以下の専用フォームからダウンロードいただけます。

<https://enterprise.raksul.com/documents/x1urln>

■ラクスルエンタープライズについて

あなたの販促業務、
「見えないまま」になっていませんか？

**すべての
販促業務を
「見える化」**する

ラクスル エンタープライズ



ラクスルの強みである「小ロットから発注可能で低価格」という特長はそのままに、主にエンタープライズ企業の印刷・販促業務に必要な機能を揃えた、法人向け印刷・販促管理サービスです。

印刷・販促に関わるノンコア業務と管理業務を統合し、「購買管理」「ブランド管理」「販促支援」の3つの領域を一元化することで、企画・制作・購買・実行まで一気通貫で対応。現場の手間と組織のムダを排除し、組織全体の生産性向上と収益の最大化に貢献します。

<3つの領域詳細>

- ・購買管理: 請求書発行・注文管理・承認ワークフローの機能提供
- ・ブランド管理: デザイン制作・管理・共有、自社専用の注文サイト構築
- ・販促支援: ダイレクトメール・エリアマーケティング・展示会など、オフライン販促活動の支援

また、ラクスルエンタープライズは今後、「間接材×非定型品調達」の統合管理プラットフォームの実現を目指して、機能・サービスのさらなる拡充を進めてまいります。

■各種お役立ち情報

ラクスルエンタープライズでは、無料でご覧いただける資料やセミナーをご用意しております。ぜひサイトをご覧ください。

- ・セミナー情報: <https://enterprise.raksul.com/seminars>
- ・お役立ち資料: <https://enterprise.raksul.com/documents>
- ・サービスサイト: <https://enterprise.raksul.com>
- ・利用に関するお問合せ: <https://enterprise.raksul.com/contact>

<ラクスルエンタープライズご導入事例>

ご導入いただいている企業様の事例は下記より無料でダウンロードいただけます。コスト削減、業務効率化、ブランド統制などのご活用方法をご覧ください。

<https://enterprise.raksul.com/cases/nzjcij>

■ラクスルグループ 会社概要

中小企業の経営課題を解決し、持続的な発展を支える「経営インフラ」へ。

当社は、「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」というビジョンのもと、強固な顧客基盤とテクノロジーを掛け合わせ、「売上拡大」「コスト最適化」「資金支援」を一体で提供する「中小企業の課題解決プラットフォーム」の構築に取り組んでいます。中小企業の経営を根幹から支え、挑戦を加速させる世界をつくれます。

名称:ラクスル株式会社

所在地:東京都港区麻布台一丁目3番1号 麻布台ヒルズ 森JPタワー 19階

代表取締役社長 グループCEO:永見 世央

設立年月日:2009年9月1日

コーポレートサイト:<https://corp.raksul.com/>

運営サービス一覧:<https://corp.raksul.com/services/>

お問合せ:<https://corp.raksul.com/contact/>

【本件に関するお問い合わせ】

ラクスル株式会社 広報:福本・星・橋本・岩渕

TEL:03-6629-4892(広報) FAX:050-3606-0419 Mail:pr@raksul.com