

2012年9月25日

ネットスーパー利用者への販促施策 「料理レシピ」の掲載により、客単価や購買点数が上昇 レシピに必要な関連商材の購買が促される

財団法人 流通経済研究所は、ネットスーパーのサイト上で料理レシピを提案した際の主な販促効果について、このほど取りまとめました。ポイントについて、以下ご紹介いたします。

近年、大手GMSやSMがネットスーパー事業の参入やサービス強化に努めており、消費者間ではネットスーパーへの認知や利用が広がっています。流通経済研究所が実施した消費者調査でも、ネットスーパーの利用経験者は2割強に達しており(補足1)、すそ野の広がりが伺えます。こうした中、ネットスーパーでの買い物利用を促すアプローチとして、サイト上で紹介する「料理レシピ情報」の有効性を確認することができました。

レシピ効果の検証にあたっては、首都圏で展開するネットスーパーの買い物ページ上に、複数の料理レシピを掲載。当レシピを参考にした買い物客の購買特徴を分析しました(補足2)。なお、レシピに掲載した材料は、当ネットスーパー上で注文できるよう整えました。

レシピ効果 客単価の向上効果

レシピ掲載期間中において、レシピ情報を参考に買い物した利用者の客単価は4900円と、他の利用者の客単価(4400円)に比べて約10%高く推移しました。買い物一回あたりの購買点数も24.7点と、一般利用者(20.3点)に比べ、4.4点多い結果となりました。レシピで紹介する料理を作るうえで、必要な生鮮食品や調味料製品などのアイテムの購買が促され、客単価や購買点数の増加につながりました。レシピを閲覧したことで「計画外」の買い物が生じ、当初の想定よりも購買ボリュームが増えたことも推察できます。

別途実施した当ネットスーパー利用者へのアンケート調査で、当日の献立を決めるタイミングを問うたところ、「買い物前にいつも献立を決めている」と回答する利用者は1割程度にとどまりました。献立を決めるうえで、買い物画面を見ながら考えようとする利用者が少なからず存在すると考えられます。こうした点からも、献立を決めかねている主婦などには、ネットスーパー上でのレシピ提案が有効に機能すると想定できます。

ちなみに、レシピを参考に買い物した利用者は、全体の約1割でした(レシピ掲載期間中のネットスーパー利用者に占める割合)。

レシピ効果　メーカー製品の販売促進効果

なお今回実験においては、レシピ上に特定メーカーの製品も掲載し、その販売推移も調べました。レシピには、調理に必要な野菜・肉などの生鮮食品のほかに、調味料や加工食品などのメーカー製品(3社分・計19アイテム)も紹介しました。掲載したメーカー商品の販売推移を調べると、レシピ掲載期間中の販売数量は、掲載前水準の5.6倍に増えました(19アイテム合算の実績比較)。メーカー側にとっても、自社商品の販売を促す上で、メニューと絡めた商品提案が有効であることがわかりました。

今後に向けての課題 - -

今回実験では、レシピを期間限定で掲載しましたが、レシピというコンテンツでの販売促進効果をさらに高める上では、継続的に紹介、掲載する形を整えることが望ましいといえます。定番コンテンツ化できれば、その認知も広がり、レシピに接触する利用者が増える公算が大きくなります。

消費者の間に浸透しつつあるネットスーパーですが、その事業採算性をめぐっては課題も顕在化しています。注文商品を家庭まで届ける配送コストや、ピッキングに係る人件費などの負担が大きく、赤字に苦しむ事業者も少なくありません。事業として軌道に乗せるには、固定客の増大や客単価の向上などにつながる施策開発が、急務となります。流通経済研究所では、今後もネットスーパーの利用や販売促進につながる施策アプローチの研究に努めて参ります。

(補足1) 2011年末に実施した「消費者の業態・店舗選択に関する調査 (東京都在住の女性対象)」の結果より。

(補足2) ID-POSデータやWEBサイト解析ツールを使用し、掲載レシピを参考に買い物した利用者の購買動向を分析。

なお、今回は以下3パターンのレシピを掲載した。2012年前半にかけて、いずれも約2週間ずつ掲載――

Aパターン：生鮮食材や合わせ調味料などを使用した、中華料理レシピ

Bパターン：チョコレートや乳製品などを使用した、菓子レシピ

Cパターン：パンや乳製品、生鮮食材などを使用した、朝食メニュー向けレシピ

当実証実験は、メーカーや卸売業らが参画する共同研究プロジェクト(通称:DCD)の一環で実施しました。

【付表】

	客単価(円)	購買点数 (買い物1回)	購買アイテム数 (買い物1回)
レシピ参考の利用者	4904円	24.7点	20.8アイテム
一般利用者	4408円	20.3点	16.6アイテム

一般利用者の数値はレシピ掲載期間中の実績

本件のお問い合わせ先

財団法人 流通経済研究所 店頭研究開発室

主任研究員：池田 満寿次

TEL: 03-5213-4532 Mail: masuji_ikeda@dei.or.jp