

消費者の業態・店舗選択と チェーン評価に関する 調査報告書

公益財団法人流通経済研究所が2007年より実施している消費者調査の最新報告
〈2018年5月発売〉

調査報告書の概要

9業態（リアル店舗5業態、インターネット販売3業態、生協宅配・共同購入）の利用実態をとらえる

- ・各業態はどのように利用されているのか？（利用率、利用店舗数、利用頻度）
- ・利用店舗数が増えた業態／減った業態は？ 利用頻度が増えた業態／減った業態は？
- ・店舗選択時には、何が重視されているのか？（価格、品揃え、他店にない商品がある等）
- ・各業態は、どのような目的で利用されているのか？（当日夜の飲食物を購入する、まとめ買いする等）

有力チェーンに対する利用者（ショッパー）の評価をとらえる

- ・買物満足度が高いチェーン、他人に勧める可能性が高いチェーンはどこか？
- ・店舗施策に対する評価が高いチェーンはどこか？
- ・評価が業態全体傾向と異なるチェーン、他チェーンと差別化できているチェーンはどこか？

商品カテゴリーごとに、購入されている業態をとらえる

- ・商品カテゴリーが最も購入されている小売業態はどこか？ インターネット購買の実態は？

性・年代別の、買い物に関する意識や行動をとらえる

- ・性別や年代の違いによる業態利用の特徴は？ 店舗選択時に重視することは？ ……など

○最新版の主な変更点

東京圏女性のサンプル数を増やし、掲載対象チェーン数を増やしました

商品カテゴリーごとの利用経験業態を報告書にも掲載しました

インターネット購買における利用サイトに関する設問を追加しました

ご活用イメージ

メーカー・卸売業の方

取引先チェーンの強み・弱みを把握し、営業提案に活用できます

当該チェーンの満足度や評価を、地域における業態全体傾向や競合チェーンと比較することで、強み・弱みがわかります

自社カテゴリーが購入されている業態を把握し、強化すべきチャネルを検討できます

商品カテゴリー別に、インターネット販売や生協宅配・共同購入を含む9業態における購入実態を把握できます

小売業の方

自社のポジションを知り、差別化を図るために強化すべき事項を検討できます

利用者（ショッパー）の評価を、地域における競合チェーンや他業態の有力チェーンと比較することで、自社の強み・弱みが把握できます

調査報告書について

- ・ PDF ファイルにてご提供します (CD-ROM に収録)
- ・ 1 ファイルは約 66 ページです (1. 女性/東京圏 の場合、本編 54 ページ、付表 12 ページ)

調査報告書の構成 (上記 9 ファイル共通)

- * 調査概要 * 対象者属性
- * 主要業態の利用状況 (業態間比較)
 - 過去 3 カ月間の「利用店舗数」、1 年前と比べた「利用店舗数」の増減 (業態別) *
 - 業態の「利用頻度」、1 年前と比べた「利用頻度」の増減 (業態別) (業態別) *
 - 店舗選択時の重視点 業態間比較 *
 - ・ 「利用店舗数」と「利用頻度」(上記*) は、9 業態 (総合スーパー/食品スーパー/コンビニエンスストア/ドラッグストア/ホームセンター/生協の宅配・共同購入/ネットスーパー/ネット販売サイト (アマゾン、楽天など) /メーカー直販サイト) が対象
 - ・ 「店舗選択時の重視点 業態間比較」(上記*) は 4 業態 (総合スーパー/食品スーパー/コンビニエンスストア/ドラッグストア) が対象
 - 主要 4 業態の買い物目的 業態間比較
 - 品目別 購入経験業態
- * 総合スーパー / 食品スーパー / コンビニエンスストア / ドラッグストアの店舗選択行動と最頻利用チェーンの評価 (業態別)
 - 店舗選択時重視点と最頻利用チェーン評価点
 - 最頻利用チェーン別人数
 - 買物満足度 チェーン比較
 - 最頻利用チェーン評価点 チェーン比較 ※ 「評価点」はチェーンの施策 (品揃えなど) に対する評価 (22~27 項目)
- * 付表: 利用状況の業態間比較、業態別利用状況の地域間比較、買い物時の支障・ストレス

分析対象チェーン (※回答者数が 20 人以上のチェーンを抜粋)

総合スーパー

イオン、イトーヨーカドー、西友、ドン・キホーテ、ダイエー、コストコ、アピタ、オリンピック、イズミヤ、平和堂、ベイシア、イズミ、フジグラン、トライアル、サンリブ

食品スーパー

マルエツ、ライフ、オーケーストア、サミットストア、イトーヨーカドー食品館、東急ストア、まいばすけっと、ヤオコー、スーパー三和、いなげや、ベルク、業務スーパー、オオゼキ、コープみらい、カスミ、万代、阪急オアシス、関西スーパーマーケット、サンディ、マックスバリュ、フレスコ、パロー、アオキスーパー、カネスエ、その他、ピアゴ、フィール、ヤマナカ、ザ・ビッグ、コノミヤ、コープさっぽろ、東光ストア、ラルズマート、アークス、ヨークベニマル、みやぎ生協、ウジエスーパー、ヤマザワ、とりせん、フレッシュイ、タイヨー、FOOD OFF ストッカー、A コープ、フレスタ、エブリイ、ユアーズ、万惣、ハローズ、サニー、ハローデイ、西鉄ストア、マルショク、マルキョウ、ルミエール

コンビニエンスストア

セブンイレブン、ファミリーマート、ローソン、ローソンストア 100、ミニストップ、サークルK、セイコーマート

ドラッグストア

マツモトキヨシ、サンドラッグ、クリエイト エス・ディー、ウエルシア、スギ薬局、ココカラファイン、ハックドラッグ、くすりの福太郎、トモズ、ドラッグセイムス、ツルハドラッグ、どらっぐぱぱす、ダイコクドラッグ、キリン堂、V・drug、ドラッグスギヤマ、B & D ドラッグストア、サッポロドラッグストア、アインズ、カワチ薬品、ウォンツ、ププレひまわり、コスモス、くすりのレディ、ザグザグ、イレブン、サンキュードラッグ、ドラッグモリ

※上記に記載していない回答者数が 19 人より少ないチェーンについても、報告書およびクロス表には所収しています

基本クロス表の内容 (オプション)

- ◆ Excel ファイルにてご提供します (CD-ROM に収録)
 - ◆ クロス集計の表側: ①女性・地域別 ②東京圏・男女別 ③性・年代別 ④各業態「最もよく利用したチェーン」別
 - ◆ クロス集計の表頭 (主なもの)
 - ・ 調査報告書 掲載の図表に対応する質問
 - ・ 52 商品カテゴリー別の購入業態 (購入経験のある業態、最もよく利用した業態)
- 対象カテゴリー: 野菜・果物、精肉、魚介類、和日配品、洋日配品 (3 カテゴリー)、総菜、弁当、パン、調味料 (3 カテゴリー)、缶詰、加工食品 (3 カテゴリー)、冷凍食品、米、菓子 (7 カテゴリー)、水、飲料 (7 カテゴリー)、酒類 (4 カテゴリー)、健康食品、ドリンク剤、タバコ、日用雑貨 (7 カテゴリー)、化粧品 (3 カテゴリー)、医薬品

調査概要

- 対象地域：全国9地域（東京圏、大阪圏、中京圏、札幌市、仙台市、北関東、広島市・福山市、福岡市・北九州市、北陸・甲信越） 女性は上記地域すべて、男性は東京圏のみ
 - ※「東京圏」は東京50km圏、「大阪圏」は大阪50km圏、「中京圏」は名古屋30km圏、「北関東」は栃木県・群馬県・茨城県・埼玉県のうち、東京50km圏に含まれない地域を指す
 - ※「北陸・甲信越」は報告書には含まれません（オプションのクロス表には含まれます）
- 対象年齢：男女とも20歳以上
- 集計サンプル数：5,426サンプル（詳細は下表参照）
- 調査手法：インターネット調査（定量）
- 実査期間：2018年11月17日～11月28日

単位：人

	女性									男性	合計
	東京圏	大阪圏	中京圏	札幌市	仙台市	北関東	広島・福山市	福岡・北九州	北陸・甲信越	東京圏	
20代	201	89	107	104	98	98	89	87	98	131	971
30代	211	82	100	103	99	85	93	87	91	123	951
40代	202	80	101	105	82	92	84	81	94	127	921
50代	216	81	100	100	82	97	85	89	91	127	941
60代以上	217	102	110	115	97	93	88	93	95	124	1010
合計	1047	434	518	527	458	465	439	437	469	632	5426
(小計)	4794									632	

調査報告書からのトピックス

- 評価点が、他チェーンや業態平均と異なる傾向を示すチェーンが存在する
 - 東京圏（女性）のSM——スーパー三和は「安さ」「スイーツの品ぞろえ」が評価されている
 - 仙台市（女性）のDGS——カワチ薬品は「一定の食料品の品揃えがある」が評価されている
- インターネット販売3業態の利用頻度が「増えた」人の割合は、リアル店舗業態よりも高い
 - 特に福岡市・北九州市（女性）では顕著に高い
- 東京圏の男性は、ネットスーパーの利用頻度が女性と比較して高い
- 60代以上の人では、若年層に比べてCVSの品揃えを重視していない

活用方法のイメージ

特定のチェーンの利用者像（ショッパー像）をつかみたいときに、施策の評価の特徴から仮説を立てることができます。以下は、メーカー・卸売業が調査報告書や基本クロス表を活用して、取引先チェーンの利用者による評価を確認し、利用者像の仮説を立てる例を示したものです

調査報告書・基本クロス表から

【チェーンAの評価①】

「買物満足度」が高い

【チェーンAの評価②】

「安さ」に対する評価が低い

【チェーンAの評価③】

「品揃えの幅が広い」「他店にないような商品がある」に対する評価が高い

【利用者像】

利用者の多くは「安さ」よりも、「品揃え」や「その店舗ならではの商品」といった点を評価して利用している、と考えられます。

【提案の方向】

売れ筋だけではなく、特徴的な商品を含めた品揃えとすることで、競合との差別化を図りつつ、顧客の満足度をさらに高めるような提案につなげることが可能です。

ご購入方法

弊所 Web サイトからお申込みください。

http://www.dei.or.jp/information/pub_gyoutai.html

FAX でもお申込みいただけます。下記のお申込書に必要事項をご記入の上、ご送付ください。

追って、請求書のご送付、必要なお連絡等を差し上げます。

「消費者の業態・店舗選択とチェーン評価に関する調査報告書」 購入お申込書		
お申込み日 年 月 日	FAX:03-5276-5457	公益財団法人 流通経済研究所 店頭研究開発室 行
<ご購入内容>		
調査報告書 (PDF) : 女性/全国 8 エリア, 男性/東京圏		本体価格 ¥ 198,000- (税別)
↓「基本クロス集計」も購入される場合は枠内に「○」を記入してください。		※基本クロス表の販売は 調査報告書ご購入の方限定のオプションです。 基本クロス集計のみの販売はしていません。
<input type="checkbox"/>	《オプション》基本クロス表 (Excel)	本体価格 ¥ 50,000- (税別)

貴社名	
ご所属・お役職	フリガナ お名前
会社住所 〒	
TEL ()	E-mail

※請求書送付先が上記の方と異なる場合のみ、以下の欄にご記入ください。

請求書送付先	ご所属	お名前
--------	-----	-----

ご記入いただいた個人を特定できる情報については、以下の通り利用させていただきます。

- 1) お申し込みいただいたセミナー・報告書等の事務処理に必要なご連絡、ご請求
- 2) (公財) 流通経済研究所からの各種情報の案内

※なお、2 に関してご登録内容の変更や配信停止をご希望の場合は、お電話 (03-5213-4531)、または専用ページ (<http://www.dei.or.jp/dm/>) からお願いいたします。

(配信停止の手続きにお時間がかかる場合がございます。行き違いでメールが届きました場合は、ご容赦をお願いいたします)

【お問い合わせ】公益財団法人 流通経済研究所

〒 102-0074 東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10F TEL: 03-5213-4532 FAX: 03-5276-5457