

## tns Shopper360™ 食品と生活消耗品に関する買い物行動調査 ～シンジケート調査のご案内～

**背景** 消費者が購買の決定権を握る時代になりました。お店も商品も巷にあふれ、何をどこで買うかの判断は完全に消費者に委ねられています。

加えて昨今の不況は消費者の生活防衛意識を高め、メーカー・小売業界のマーケティングをますます難しくしています。今年6月には改正薬事法の施行を控え、これにより業態の垣根はさらに低くなると予想されています。今あらためて、消費者が何を考え何を求めているかを理解することが非常に重要になっています。

この「Shopper360 – 食品と生活消耗品に関する買い物行動調査」は、日本で初となる買い物客と買い物行動に関する包括的な調査です。メーカー・小売業界の皆様がマーケティング戦略を立案される上での基礎的な資料としてご活用いただけるものですので、ぜひご購入の上ご活用いただきたく、ご案内申し上げます。

- ➡ 日本初の包括的な買い物行動調査
- ➡ 21,779人、43,411件の買い物経験に基づく実態と評価
- ➡ 6つの業態、主要55社、40の商品群\*を網羅

\*食品・飲料・酒類、化粧用品、ヘルスケア用品、洗剤、トイレ用品などの生活消耗品全般

### 調査対象の6業態、55の小売店チェーン

#### スーパー

イトーヨーカドー  
ジャスコ  
ダイエー  
グルメシティ  
西友  
コープ  
イズミヤ  
マルエツ  
ライフ  
サティ  
成城石井  
いなげや  
マンダイ  
東急ストア  
関西スーパーマーケット  
平和堂/アルプラザ/フレンドマーケット  
マックスバリュ  
サミット  
つるかめ/つるかめランド  
カルフル

#### コンビニエンスストア

セブンイレブン  
ローソン/ナチュラルローソン  
ファミリーマート  
サークルK  
サンクス  
エーエム・ピーエム  
ミニストップ  
ヤマザキデイリーストア

#### ドラッグストア

マツモトキヨシ  
サンドラッグ  
コクミン薬局/コクミンドラッグ  
キリン堂  
ダイコクドラッグ  
ウエルシア  
クリエイト/クリエイトSD  
薬セイジョー  
薬ヒグチ  
ドラッグセガミ  
くすりの福太郎  
ツルハドラッグ  
カワチ薬品

#### 100円ショップ

ダイソー  
キャンドゥ  
ショップ99

#### ディスカウントストア

ドン・キホーテ  
ジャパン  
ダイクマ  
ロチャース

#### ホームセンター/会員制卸売店

ホームセンターコーナン  
ケーヨーホームセンター  
カインズホーム  
島忠/島忠ホームズ  
ジョイフル本田  
コストコ  
ダイキ/オージョイフル

## 調査対象の40商品カテゴリー

- 1) 野菜・果物
- 2) 肉(鳥、牛、豚、その他肉)
- 3) 魚・刺身
- 4) 生菓子(ケーキ・プリン・ゼリー・和菓子)
- 5) 加工食品
- 6) 卵・牛乳・乳飲料・野菜ジュースなどチルド飲料、乳製品など(チーズ・ヨーグルト除く)
- 7) チーズ・ヨーグルト
- 8) 米・雑穀・粉類
- 9) 惣菜(サラダ含む)・弁当・すし
- 10) パン類
- 11) インスタント・レトルト食品
- 12) チョコレート
- 13) キャンディー・グミ・ミンツ(錠菓)・ガム
- 14) クッキー・パイ・スナック菓子・米菓・豆菓子・その他お菓子
- 15) シリアル・栄養補助食品
- 16) コーヒー(豆・粉・インスタント・ドリップ)・茶葉
- 17) 飲料
- 18) お酒
- 19) 調味料・つゆ・たれ・油
- 20) ルー・ペースト・缶詰・瓶詰め・乾物
- 21) 冷凍食品(アイスクリーム以外)
- 22) アイスクリーム
- 23) たばこ
- 24) 洗濯洗剤・柔軟剤他
- 25) 食器用洗剤
- 26) トイレ/バス用洗剤
- 27) お掃除用洗剤・お掃除用品
- 28) ペーパー類・アルミホイル・ゴミ袋等
- 29) 消臭芳香剤・消臭芳香スプレーなど
- 30) その他生活雑貨
- 31) 洗顔料・メイク落とし・ボディシャンプー・石鹸・入浴剤
- 32) 化粧品(基礎化粧品・メイクアップ)
- 33) ヘアケア
- 34) 女性用スタイリング剤・女性用シェーバー・その他ビューティケア
- 35) 男性用化粧品・男性用スタイリング剤・男性用シェーバー・カミソリ
- 36) ヘルスケア(歯ブラシ・歯磨き・入れ歯洗浄剤・救急絆創膏他)
- 37) 生理用品・パンティライナー
- 38) ベビー用品
- 39) 薬(市販薬)
- 40) ペットフード・ペットケア



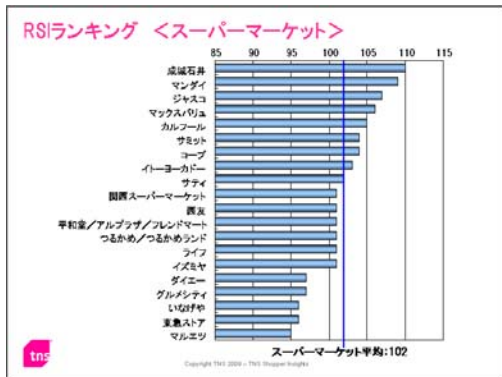
## この調査で分かること

— 流通戦略の再構築、小売店へのコンサルティング営業を通じた関係強化に活用できます

### 小売店お客様満足度ランキング



買い物客の評価に基づき「小売店お客様満足度インデックス」を算出し、業態別にランキングを行います。各小売チェーンの満足度レベルとポジションが分かります。なおランキングの結果については主要媒体を通じてリリースしております。(掲載記事は次ページ参照)



### 各小売チェーンの強み・弱み

価格・プロモーション、買物のしやすさ、品質・品揃え、サービス等の4つの領域に関して、買い物客の評価をスコア化、業界平均や他チェーンとの比較により、強みと弱みが明らかになります。



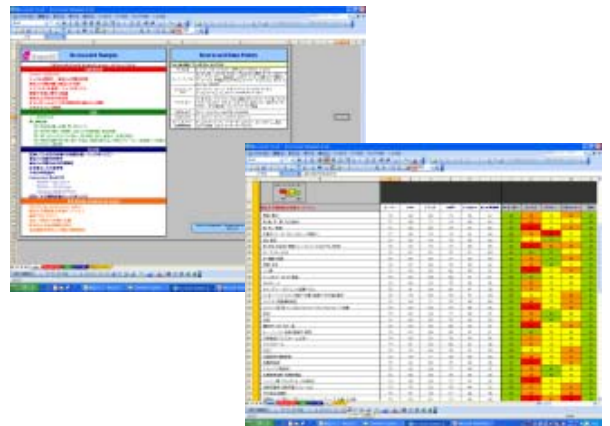
### マーケティング機会の発見

買い物客や買い物ニーズをタイプ分類することで、埋もれているマーケティング機会を探ります。また何故その店が選ばれているのかなど、POSデータにはない情報が得られます。

買い物機会 (Trip) 合計: N=43,411	
臨時の買い物 Urgent Fill-in	27% ● 足りなくなった/切らした物を購入する ● 必要になったものを購入する
今すぐ飲食 Immediate Consumption	21% ● 空腹や喉の渇きを満たすものを購入する ● 空腹や喉の渇きを満たしたり、急に必要になったものを購入する ● 弁当・惣菜・パン等を購入する
日々の食事 Daily Meal Shopping	20% ● ここ2、3日で必要な食品を購入する ● 料理の材料を購入する
家族のための買い足し Fill-in for Family	10% ● 家族の誰かが働いている、残された物を購入する ● 家族が欲しいと求めている/発見するものを買う ● 自分がなんとなく欲しいものを購入する
特売品探し Bargain Hunting	6% ● 事前に探った特売品を購入する ● 買ったかかった商品の特売をしていた ● 特売品を狙って買い置きする
特別な機会 Special Occasion	4% ● 宴会、パーティーやイベントに必要なものを購入する ● 家族や友人の特別な機会のためのものを購入する ● 家族や友人のために何か特別なことをする
楽しむ買い物 Happy Browsing	2% ● 自分へのご褒美を手に入れる ● 自分をよつと気晴しする ● ショッピングを楽しむ
まとめ買い Household Stock-Up	9% ● 食品や生活必需品を買い置きする ● 食品や生活必需品の買い物を一回で済ませる ● 買えるものは全て買って、なるべく買い物に出かけずに済むようにする

### スコアカード

調査結果は報告書のほか、スコアカード(数表形式)でも納品させていただきます。後日あらためて社内資料を作成する際などに便利です。



## 調査概要

調査地域: 首都圏及び近畿圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、京都府、兵庫県)  
調査手法: インターネットパネル調査  
調査時期: 2009年4月

## お問い合わせ

(株)テイラーネルソンソフレス・インフォプラン (TNSインフォプラン)  
担当: 和田英樹  
電話: 03-3265-8385

Fuji Sankei Business i.  
フジサンケイ ビジネス アイ  
東京  
'09.6.-9

## 小売店満足度 総合1位はコストコ

民間の市場調査会社、「TN Sインフォプラン」（東京都千代田区）がまとめた約2万人を対象にした小売店の満足度調査によると、米系の会員制御売店「コストコ」が全業態で1位になった。

この調査は、食品や生活消耗品に対する買い物客の意識の把握などを目的に、首都圏と関西圏に住む18～64歳までの男女約2万2000人を対象にインターネットで実施した。

55店の小売店を対象に、「店の全般的評価」「友人・知人への推奨意向」「今後の利用意向」「他の店に比べての利点」の4項目を調査。その結果を「R.S.I（小売店満足度）」と呼ばれる数値で表し、6つの業

態別に比較した。

スーパーマーケット部門でトップだったのは、店の信頼性が評価された高級スーパー「成城石井」。コンビニ部門では、オリジナル商品の品ぞろえが好評だった「セブン-イレブン」が首位を獲得した。100円ショップ部門は「SHOP99」。また、ホームセンター・会員制御売店部門ではコストコが1位となった。

コストコは、試食などの店頭プロモーションなどを通じた「買い物の楽しさ」に対する評価が抜きんでいることや、PB（プライベートブランド）の品ぞろえや品質の良さに対する評価が高く、全55店中総合1位に輝いた。

食品産業新聞  
SHOKUHIN SANGYO SHIMBUN

'09.6.11

## 全部門トップはコストコ SMは成城石井、CVSはセブン

世界80カ国に拠点を持つ市場調査会社のテイラーネルソンソフレス(TNS)は3日、日本で初めてとなる小売業の満足度ランキングを公表した。6部門55チェーンを対象に日本の消費者2万人を調査し、総合得点トップには会員制ストアの「コストコ」が選ばれた。全般的に他店にない独自商品を多く扱っているチェーンの評価が高く、業態別ではSM(食品スーパー)部門では「成城石井」、CVS(コンビニエンスストア)部門では「セブン-イレブン」がそれぞれトップだった。

今回の調査は「店の全般的評価」「友人・知人への推奨意向」「同じ店の今後の利用動向」「他店に比べての利点」の4項目で調査した。SM部門20チェーン、CVS部門8チェーン、ホームセンター・会員制ストア部門7チェーン、ドラッグストア部門13チェーン、100

円ショップ部門3チェーン、DS(ディスカウントストア)部門4チェーンの6部門を対象にした。

ホームセンター・会員制ストア部門トップで、総合トップのコストコは、PB(プライベートブランド)の品揃えと試食などの店頭プロモーションで「買い物の楽しさ」についての評価が高かった。価格の安さに対する評価も多かった。

SMトップの成城石井は、品揃えやサービスで明確な特徴がある点が評価されたという。CVSトップのセブン-イレブンは弁当や惣菜、PB「セブンプレミアム」など、独自商品の評価が高かった。

そのほかドラッグストア部門トップは「カワチ薬品」と「クリエイトSD」、100円ショップ部門トップは「SHOP99」、DS部門トップは「ロチャース」だった。

小売店満足度ランキング TNS調査