

Q

## Shopper360クイズの回答



# 【Shopper360クイズ】の回答

質問1) スーパーで、「キャンディー・ガム」よりも「ついで買い」が多いカテゴリーは？

答え:「女性用ビューティーケア」「掃除用洗剤・用品」「ヘルスケア」

食品では「シリアル・栄養補助食品」も非計画買いが多い、ということが分かりました。

計画性の高いカテゴリー低いカテゴリーは、チャネルによって異なります。非計画購入が多いカテゴリーは、店内訴求戦略が特に重要です。

トップ5	スーパー 非計画買い比率
1位 女性用ビューティケア	53%
2位 掃除用洗剤・用品	47%
2位 ヘルスケア(歯ブラシなど)	47%
4位 キャンディー・ガム	45%
4位 シリアル・栄養補助食品	45%

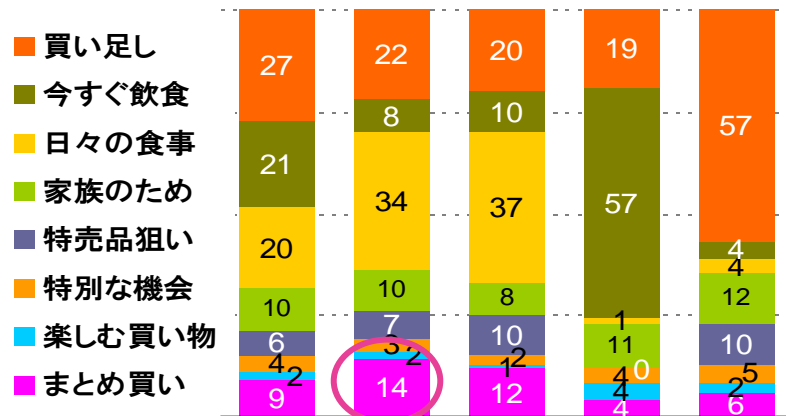
質問2) GMSの買い物で、「まとめ買い」が占める割合は？ 答え:14%

質問3) GMSで購入カテゴリーが3種類以下の「ちょっとした買い物」の割合は？ 答え:51%

GMSでも、意外と「まとめ買い」ニーズの買い物は少なく、約半数が「ちょっとした買い物」という結果です。

客単価が高い「まとめ買い」が重視されがちですが、毎日の食材の買い物「日々の食事」や切らしたものを買う「買い足し」ニーズを満たす売場・セルフ作りが、顧客満足度向上や売り上げアップの鍵になります。

買い物  
機会全体 (43,411) GMS (4,635) スーパー (17,226) コンビニ (11,271) ドラッグ (4,525)

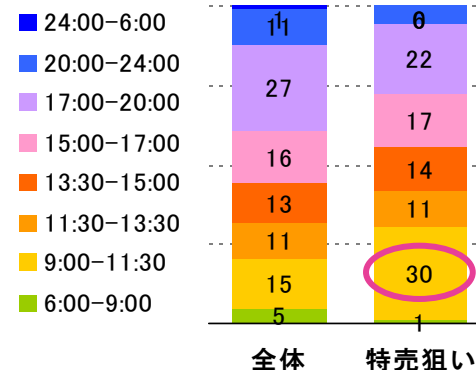


# 【Shopper360クイズ】の回答

質問4) 「特売狙い」の買い物が最も多い時間帯は？朝、昼、夕方、夜？

答え:朝(午前9時-11時半頃)

買い物機会ニーズにより、買い物時間帯にも違いが見られます。全体で見ると夕方の買い物が中心ですが、特売を狙って行く買い物は午前中が最も多いという結果です。ニーズ別の利用時間帯を把握し、店頭プロモーションのヒントにできます。



質問5) 「飲料」カテゴリーの満足度が最も高い小売チャネルは？

答え:ディスカウントストア

ディスカウントストア、GMSの順で「飲料」カテゴリーが高く評価されています。ディスカウントでは主に「価格」、GMSは「品揃え」「清潔さ」「商品の見つけやすさ」が高い満足度の要因になっています。

更に小売チェーン別比較を行い、満足度アップのために何が優先課題なのか、特定することができます。

Top2評価	飲料(RTD)	
	満足度%	購入率%
1位 ディスカウントストア	52	37
2位 GMS	49	25
3位 スーパー	41	21
4位 コンビニ	37	45
5位 100円ショップ	35	23
5位 ドラッグ	35	18
7位 ホームセンター	30	13

# 【Shopper360クイズ】の回答

質問6) 「品質」「安全」「環境」に強いこだわりを持つ買い物客が多いカテゴリーは、「ベビー用品」、それとも「ペット用品」?

答え: 「ペット用品」

「ペットフード・ペットケア用品」の購入者は、他のカテゴリーに比べて「QOL(クオリティーオブライフ) ショッパー」が多く、品質、安全、環境がPOPやパッケージなど店頭コミュニケーションでも重要な訴求要素となるでしょう。

各チャネルの特定カテゴリー購入者が「どんな人なのか」を知ることで、効果的なコミュニケーションの方向性が明らかになります。

