



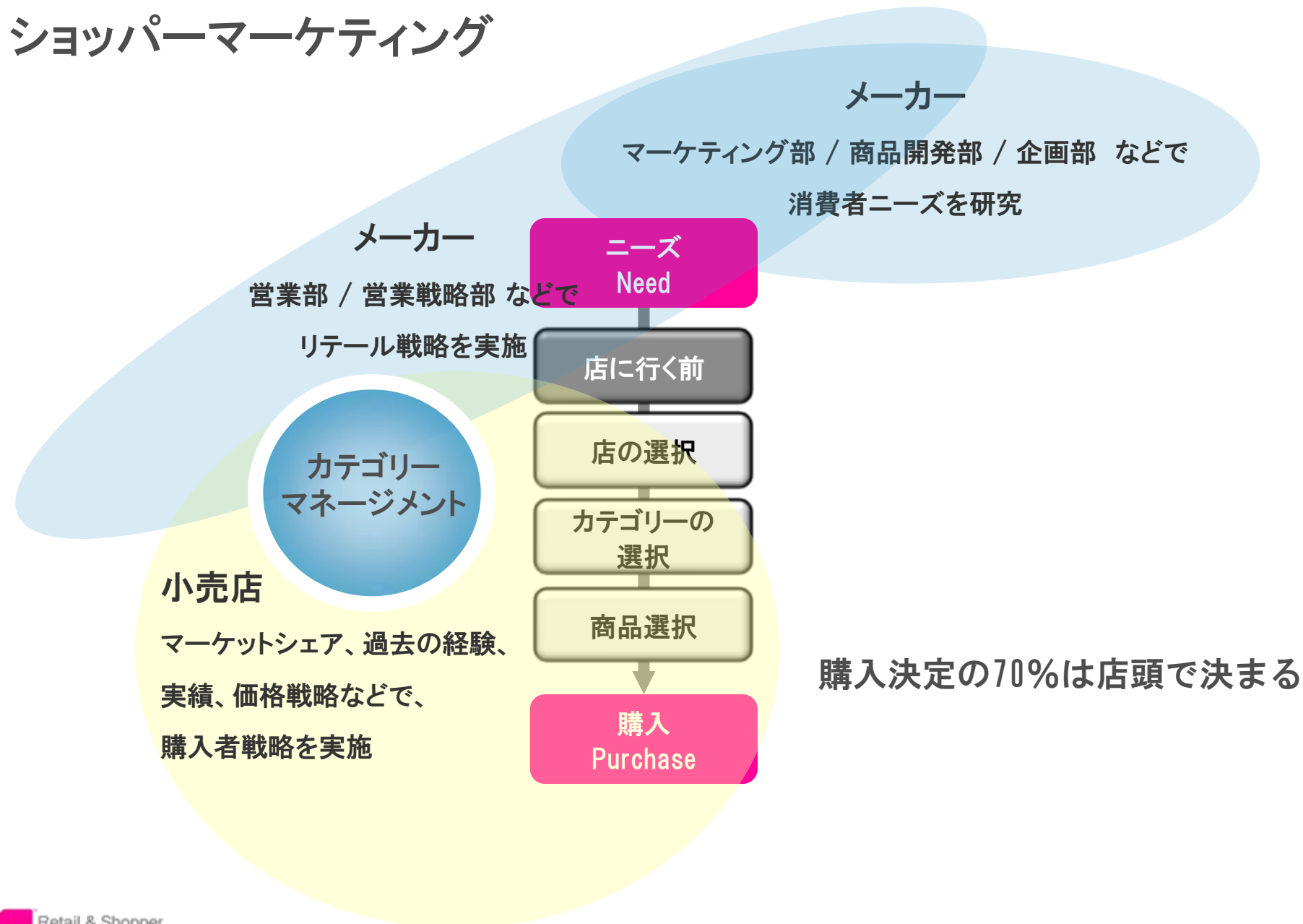
# Shopper360™

ショッパー行動の背景にある「なぜ」を解き明かす



Retail & Shopper  
Insights

# ショッピング



# カテゴリーマネージメントから、カテゴリー・リインベンションへ

メーカー

カテゴリーのスペシャリスト  
自社ブランドの販売機会の増加

小売店

販売のスペシャリスト  
集客力、来店頻度の増加

+

Shopper 360™  
ショッパーが、  
その店で購入する理由  
ショッパーインサイト

=

Category Reinvention

# カテゴリー・ラインベンション



メーカーとリテラーに

Win Win の関係をもたらします。



Shopper360™ ?

# Shopper360™ 調査手法

## データ収集

- ▶ オンライン調査
- ▶ 年1回（4月末から5月初め）
- ▶ 日本では第1回目（米国では過去4年間の実績：2005, 2006, 2007, 2008）

## 規模

- |             | 2009     |
|-------------|----------|
| ▶ ショッパー     | 21,779人  |
| ▶ ショッピングの機会 | 43,411機会 |

## 対象者

- ▶ 18-64才の男女
- ▶ 首都圏（東京, 埼玉, 千葉, 神奈川）及び関西圏（大阪, 京都, 兵庫）
- ▶ 地域の人口構成に合わせたサンプリング

## カバー範囲

- ▶ 6つのチャネル（スーパー, コンビニ, ドラッグストア, ディスカウントストア, ホームセンター, 100円ショップ）
- ▶ トップ55 の特定小売店
- ▶ 40 の主要商品カテゴリー（363のサブカテゴリー）

## 態度、認知、行動

- ▶ ライフスタイル&態度（不況・経済, 健康, 時間...）
- ▶ 小売店の認知、訪問頻度、満足度
- ▶ ショッピング機会の行動（いつ, 誰と, 何をかうつもりで、実際には何を買った...）

# Shopper360™ 調査トピック

## ショッパー ライフスタイル トピック



- 🛒 不況/経済
- 🛒 健康
- 🛒 時間の余裕
- 🛒 世帯
- 🛒 ショッピングに対する態度
- 🛒 影響力(フューチャービュー)
- 🛒 小売店への好意度
- 🛒 エコに対する態度

## お店の評価



## RSI™ Conversion Model

- 🛒 価格
- 🛒 販促
- 🛒 買物のしやすさ
- 🛒 サービス
- 🛒 品揃え

## ショッパー ニーズ



## ショッピング機会

- 🛒 購買頻度
- 🛒 小売店選択
- 🛒 考慮に入る小売店
- 🛒 ショッピングの動機
- 🛒 小売選択の理由
- 🛒 時間帯
- 🛒 曜日
- 🛒 お店までの距離
- 🛒 ショッピングにかけた時間
- 🛒 同伴者
- 🛒 店に行く前に受けた影響
- 🛒 店内での影響
- 🛒 事前の買物リスト
- 🛒 実際に購入したもの

## 商品カテゴリー 別の評価



- 🛒 満足度
- 🛒 価格
- 🛒 品質
- 🛒 買物のしやすさ
- 🛒 品揃え

# Shopper360™ 40の商品カテゴリ

野菜・果物

肉(鳥、牛、豚、その他肉)

魚・刺身

加工食品

牛乳・乳飲料・野菜ジュース  
(パック)などチルド飲料

チーズ・ヨーグルト

惣菜(サラダ含む)・弁当

パン類

インスタント・レトルト食品

キャンディ・ミンツ・ガム

クッキー・スナック菓子・米  
菓・豆菓子

シリアル・栄養補助食品

飲料

お酒

調味料・つゆ・たれ・油

生菓子(ケーキ・和菓子)

コーヒー(豆・粉・インスタント)・  
茶葉

チョコレート

米・粉類

ルー・缶詰・瓶詰め・  
乾物

ペットフード・ペットケア

# Shopper360™ 40の商品カテゴリ

冷凍食品

アイスクリーム

たばこ

食器用洗剤

トイレ・バス用洗剤

お掃除用洗剤・用品

芳香剤・消臭芳香  
スプレーなど

その他生活雑貨

洗顔料・ボディシャンプー・  
石鹸・入浴剤

ヘアケア

女性用ビューティケア

男性用化粧品・スタイリング剤  
シェーバー・カミソリ

生理用品・パンティライナー

ベビー用品

薬(市販薬)

洗濯洗剤・柔軟剤

ペーパー類・アルミホイル  
ゴミ袋など

化粧品(基礎・メイクアップ)

ヘルスケア(歯ブラシ・歯磨き・  
入れ歯洗浄剤・救急絆創膏他)

# Shopper360™ 小売店リスト(55店)

## スーパーマーケット

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(am/pm)  
ミニストップ  
ヤマザキデイリーストア

## 100円ショップ

ダイソー  
キャンドゥ  
ショップ99(SHOP99)

# Shopper360™ 小売店リスト(55店舗)

## 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(welcia)  
クリエイト/クリエイトSD  
薬のセイジョー  
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

## 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/コーナンPRO  
ケーヨーホームセンター/ケイヨーD2/ニック  
ホビーショップ  
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(Costco)  
ダイキ/オージョイフル

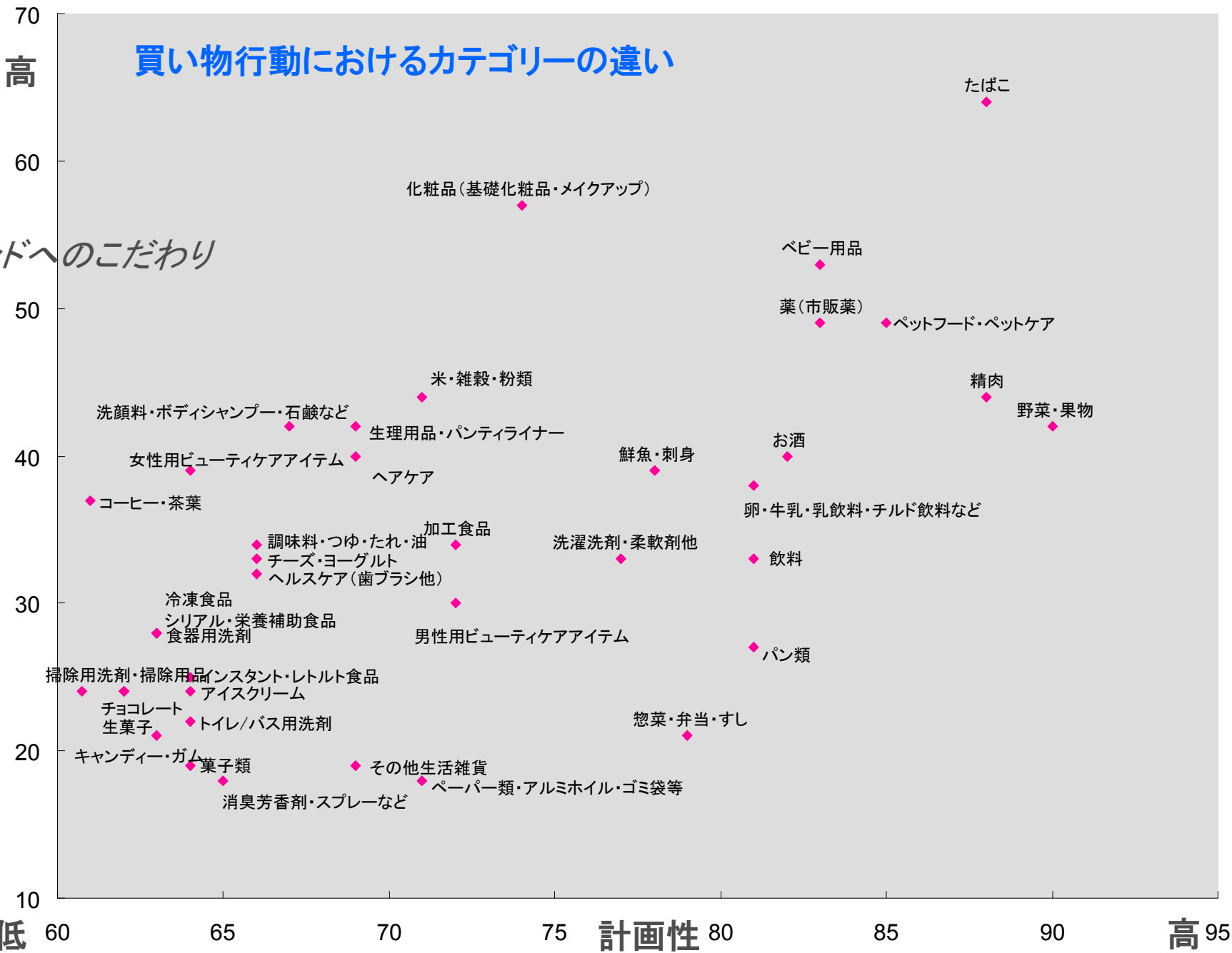


Shopper360™

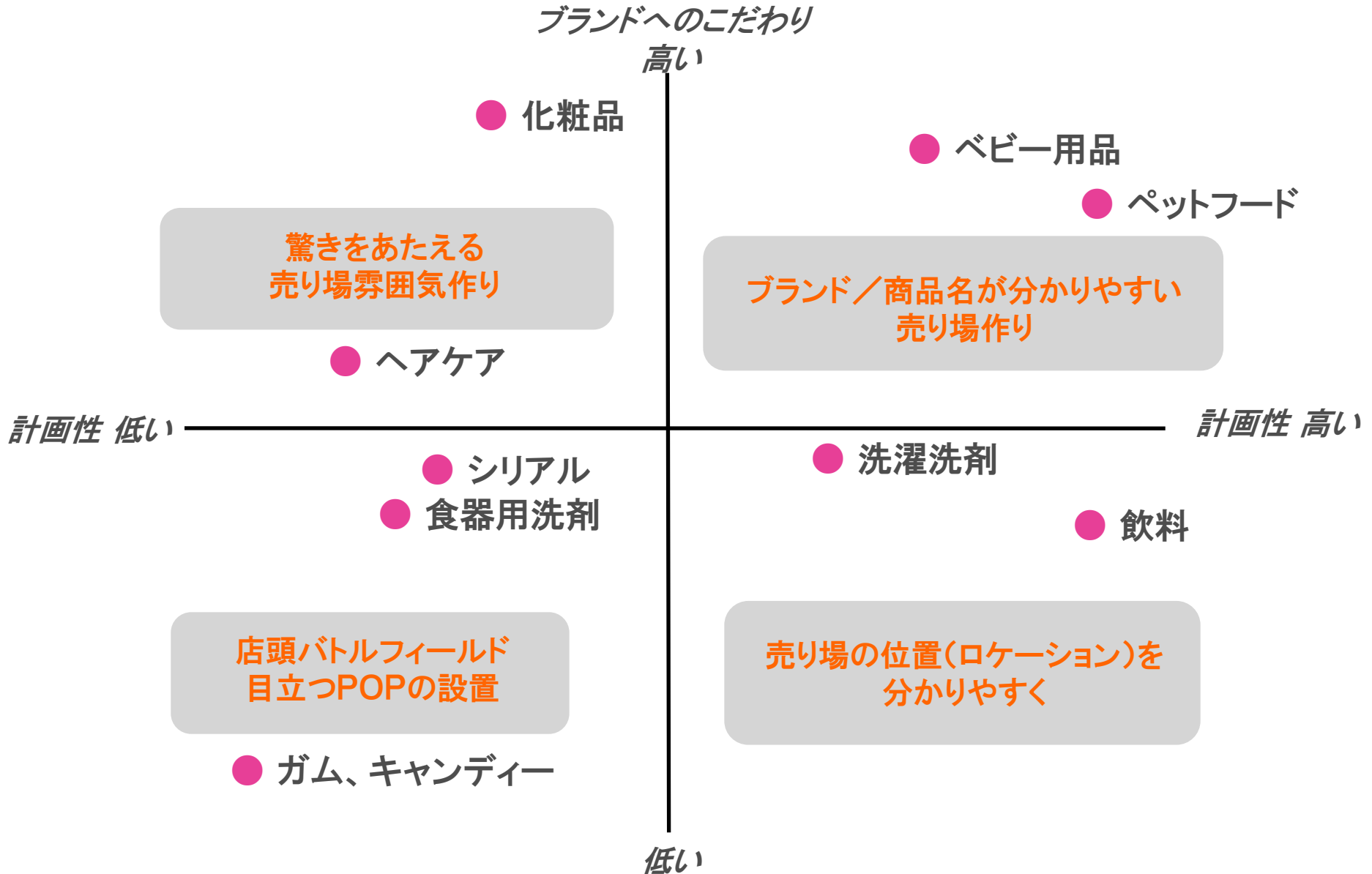
どんなインサイトが？

# 買い物行動におけるカテゴリーの違い

ブランドへのこだわり



# 買い物スタイルに合わせてどのような売り場を？



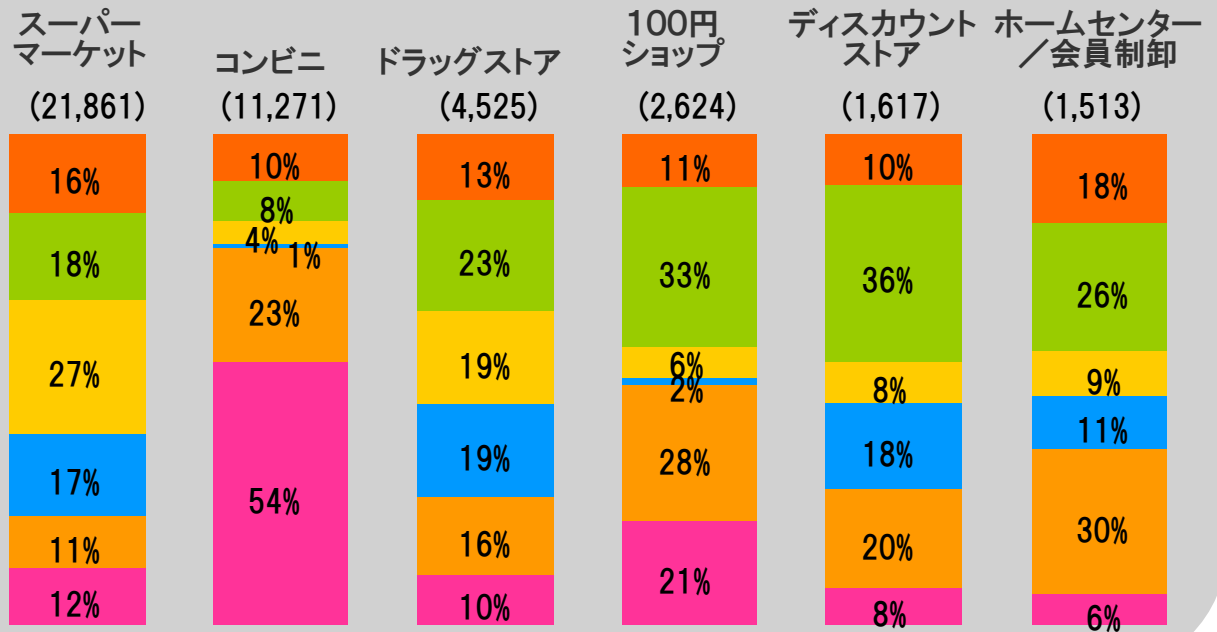
# 業態別の買い物機会ニーズ

● 「今すぐ欲しい」ニーズは、CVSに関わらず、全ての業態に存在する。



## 買い物機会ニーズ 6つのセグメント

- 家族に良いものを
- まとめ買い
- 日常の買い物
- 特売品狙い
- 買い物を楽しむ
- 今すぐ欲しい



# 「今すぐ欲しい」の店舗滞在時間は？

実際の購入時間は3分以内が4分の1。5分以内で済ませるのが6割に上る。

## 買い物にかかった時間

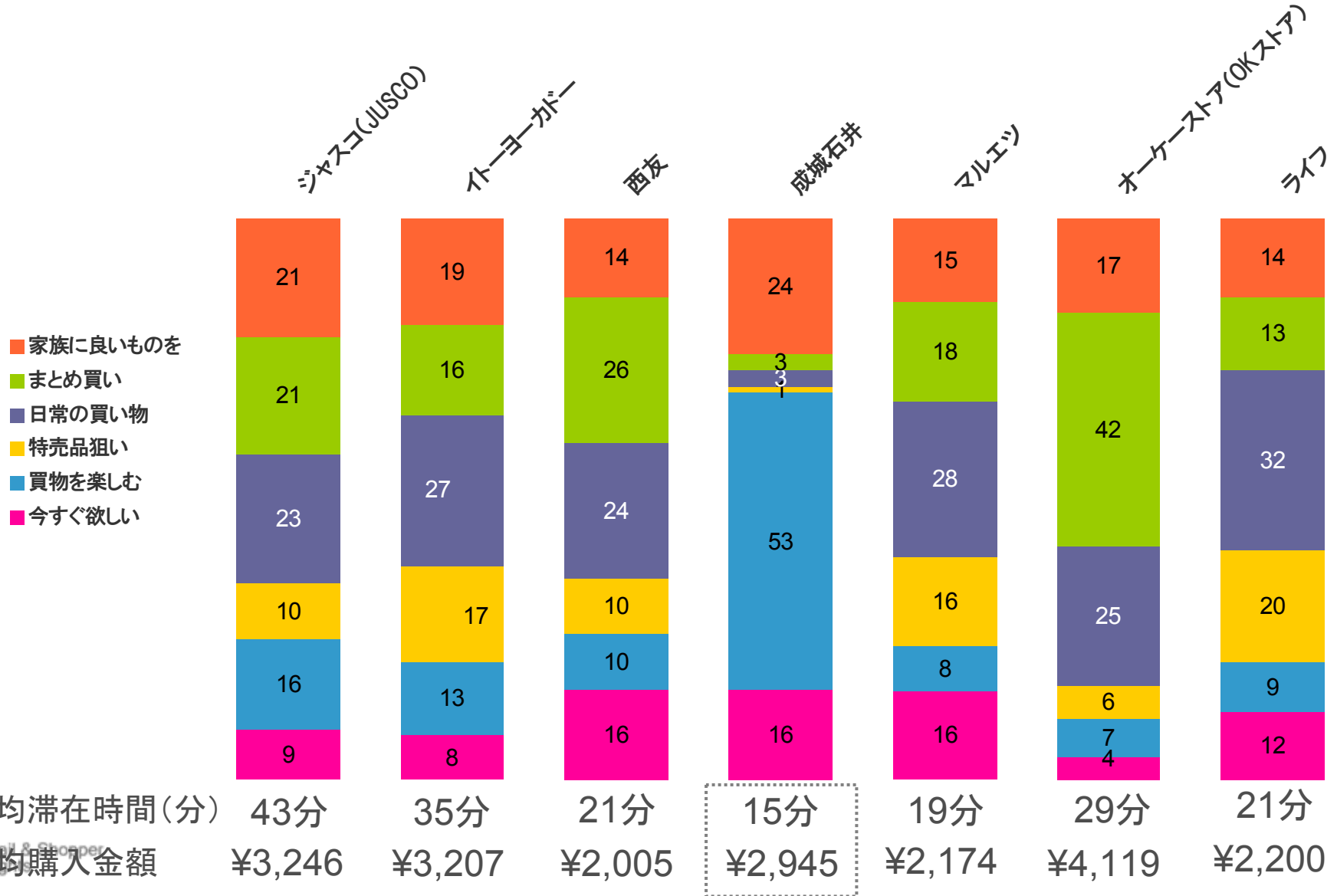
(%)	Total	今すぐ欲しい	買物を楽しむ	特売狙い	日常の買物	まとめ買い	家族の良ものを
Base	43411	9826	7156	5066	7803	7675	5885
13分	10	24	12	2	4	7	5
45分	29	59	34	11	12	21	20
6-10分	49	81	54	32	30	42	38
11-15分	62	89	65	48	47	55	52
16-20分	75	95	75	67	67	71	67
21-30分	90	99	88	88	88	88	86
31-60分	98	100	97	98	98	98	97
61分以上	100	100	100	100	100	100	100

Man score 1821 877 1912 2167 2188 2027 2236

(分)

# 小売チェーン別、買い物機会ニーズ

スーパーマーケットの中でも、機会ニーズに差がある。



# 景況感による意識の違い

【今の景気が】

良い

悪い

小さいサイズの商品を買うことで一回の支出を抑えている

19%

19%

お特用など大きいサイズの商品を買って支出を抑える

42%

46%

自分が求める特長があれば、メーカー、ブランドは気にしない

65%

68%

店オリジナル商品(PB)よりも、メーカー品の方がお金を払う価値がある

19%

16%



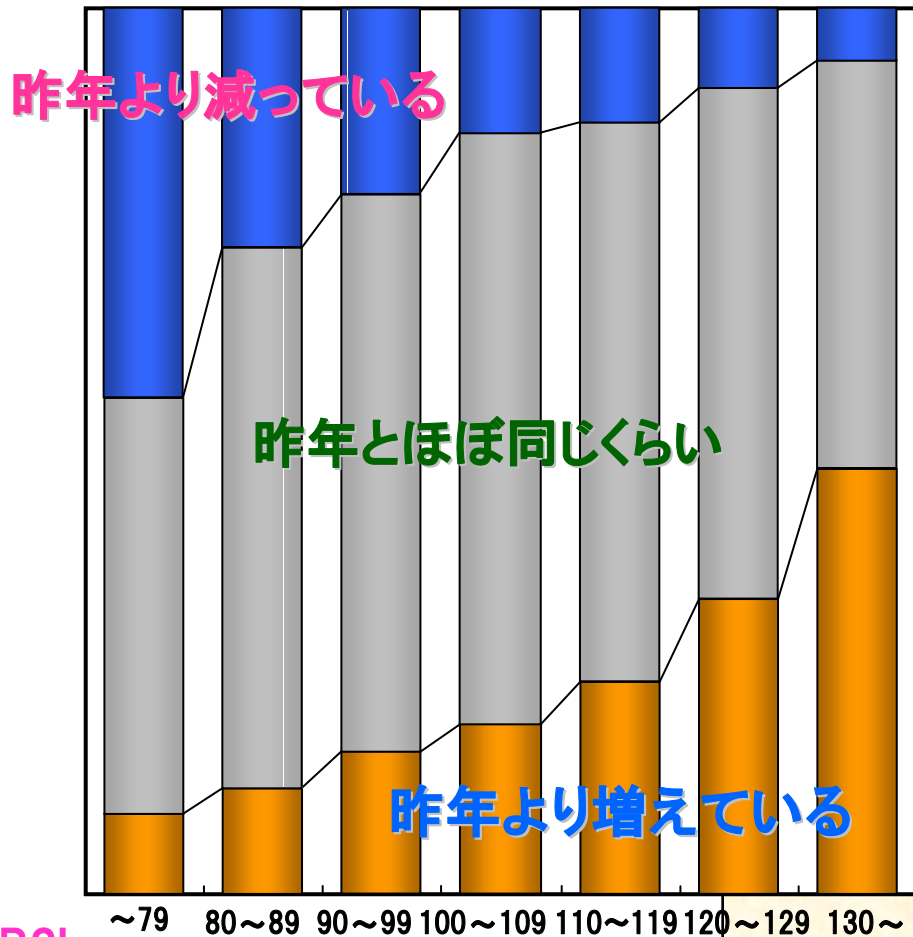
Shopper360™

店の満足度は？

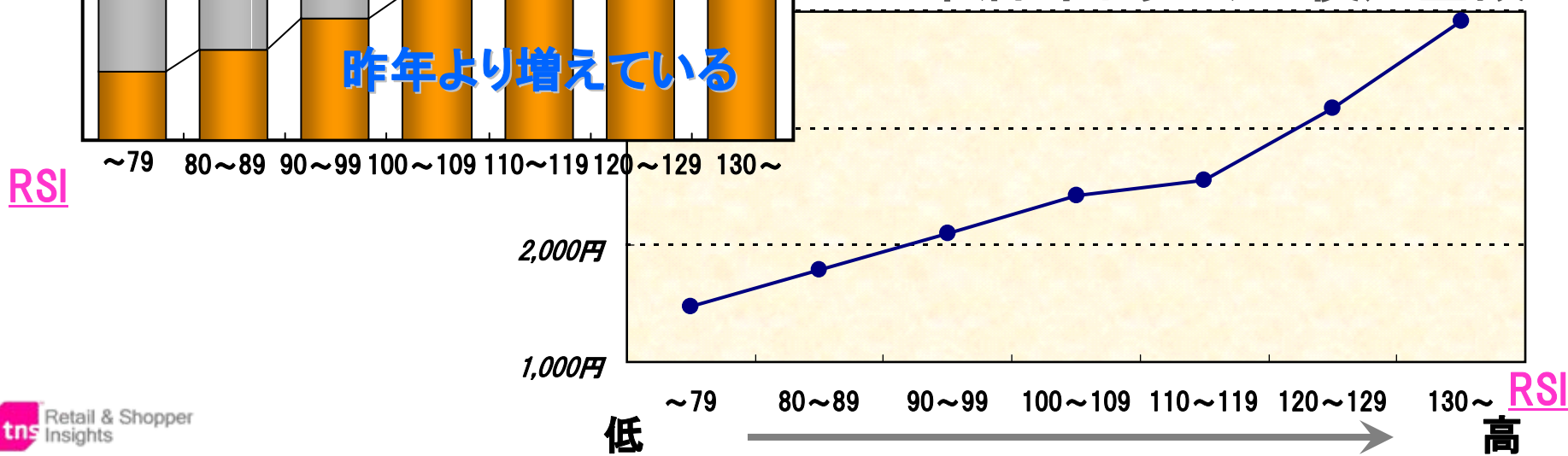
# 店舗別顧客満足度 = RSIインデックス

- 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意向
- 他の店に比べての利点

# 店の利用頻度



## 来店1回あたりの使用金額



# 勝利の指標！

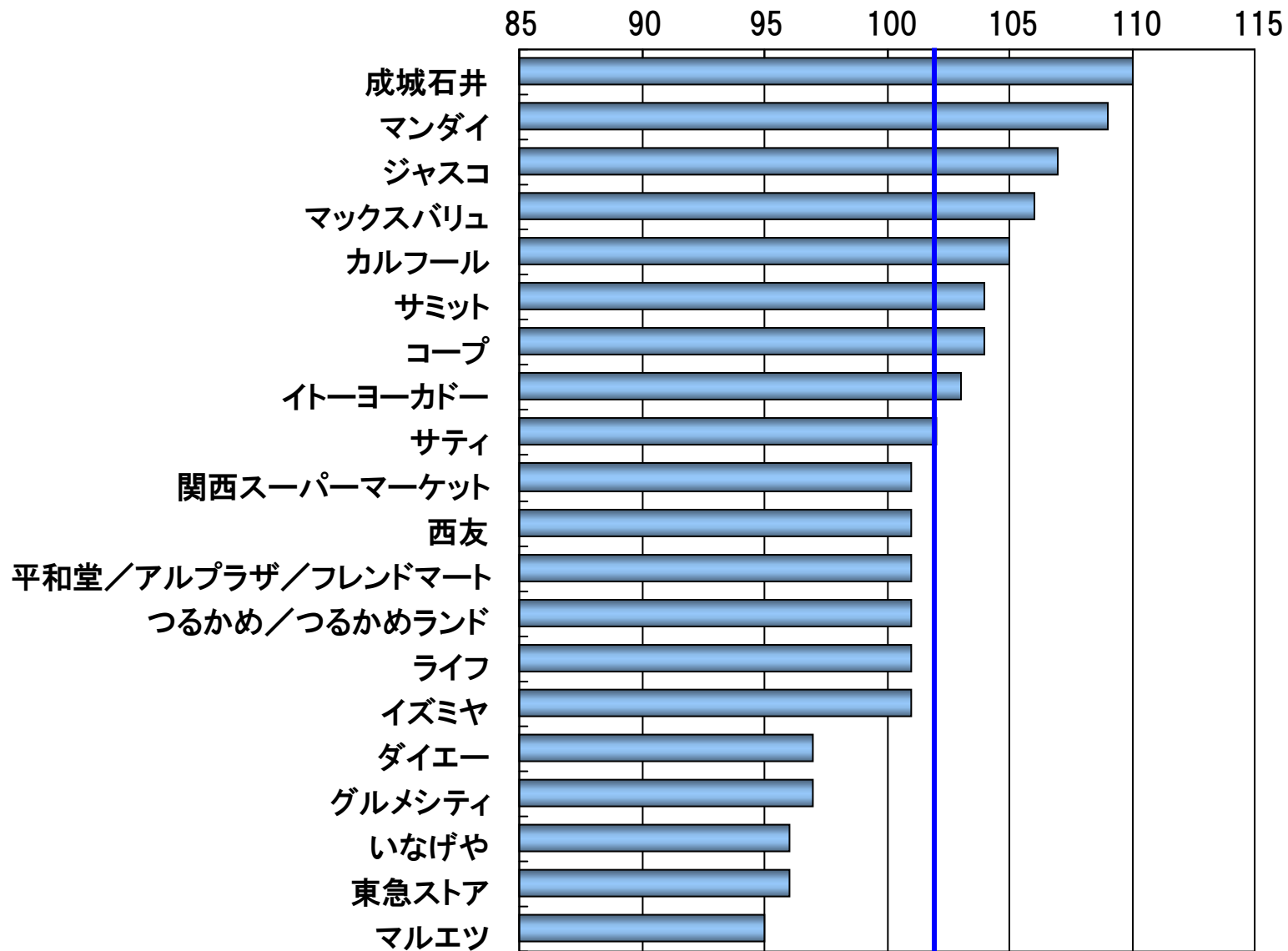
# RSI



# RSIランキング <部門別トップ>

スーパーマーケット部門(対象20店)	成城石井
コンビニエンスストア部門(対象8店)	セブンイレブン
ホームセンター・会員制卸売り店部門(対象7店)	コストコ
ドラッグストア部門(対象13店)	カワチ薬品、 クリエイトSD (同点1位)
100円ショップ部門(対象3店)	SHOP99
ディスカウントストア部門(対象4店)	ロチャース

# RSIランキング <スーパーマーケット>



スーパーマーケット平均:102

# 成城石井(1位) VS. マンダイ(2位)



<良いと思う>

品揃え	54%	40%
安全な商品の取り扱い	52%	34%
食品のセール価格	16%	43%
タイムサービスなど値引きセール	12%	37%
店内の清潔さ	58%	46%
店の広さ	22%	42%

# 売り場の評価が高いカテゴリー

SUPERMARKET  
成城石井

生菓子  
(ケーキ、和菓子など)

チョコレート

チーズ

ヨーグルト

コーヒー  
(豆、インスタント)

お酒

ルー、ペースト、  
缶詰、瓶詰め

NOW FRESH  
Mandai

精肉

インスタント、  
レトルト食品

牛乳、乳飲料

チーズ

スナック菓子

Shopper360™

ではショッパーは  
「セブンイレブン」に、  
何を求めているのでしょうか？



Thank you.

The sixth sense of business

# Shopper360™ 納品物

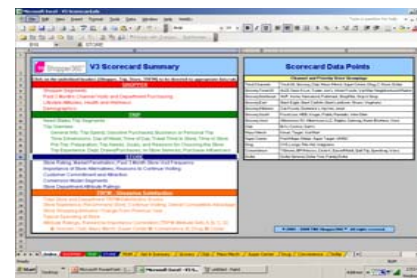
クライアント別の  
カスタム  
報告書

クライアント指定の業種・  
カテゴリ、小売顧客を  
網羅した *Shopper360™*  
報告書



スコアカード

- スーパー
- CVS
- ドラッグストア
- ホームセンター
- 100円ショップ
- ディスカウントストア



ワークショップ

*Shopper360™* の分析結果をベー  
スにチャネル戦略、小売店戦略  
のためのワークショップ

