

報道関係者各位  
プレスリリース

2009年6月3日

## 第一回小売店満足度ランキング:全 55 店中のトップはコストコ。 スーパーマーケット部門では成城石井、 コンビニエンスストア部門ではセブンイレブンがトップを獲得

～日本初の総合的な買い物客調査「2009年ショッピング360°」  
RSI(リテール・サティスファクション・インデックス)ランキング～

市場調査・コンサルティング会社の株式会社テイラーネルソンソフレス・インフォプラン（略称：**TNS インフォプラン** 本社：東京都千代田区麹町 代表取締役会長：三宅治）は、日本で初めてとなる総合的なショッパー（買い物客）調査を実施した。この調査は、首都圏及び関西圏に居住する一般消費者 2 万人以上を対象にした大規模な調査で、食品や生活消耗品に関する買い物客の意識や行動を多角的に捉えることを目的に実施された調査である。今回、その主要な調査結果の一つである小売店の満足度（RSI＝リテール・サティスファクション・インデックス）とそのランキングが公表された。

ランキングは6つの部門（業態）別に行われ、スーパーマーケット部門では「成城石井」、コンビニエンスストア部門では「セブンイレブン」、ホームセンター・会員制卸売店部門では「コストコ」がそれぞれトップとなった。なお、対象とした全 55 店中最もスコアが高かったのは「コストコ」であった。各部門の1位受賞店は以下の通り。

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

\*全ランキングは添付資料に掲載

各店に対する評価は、「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意向」「他の店に比べての利点」の4項目から成り、ランキングはその4項目全てを総合したスコアによるもの。利用した際の満足評価だけでなく、店の継続利用まで含めた“カスタマーリテンション（顧客保持）”を数値化している点が特徴。「RSIが高ければ高いほど、ショッパーが一回の来店で支払う金額が高く、またRSIが低い店は、昨年よりも買い物頻度が減ったと回答される割合が高い。RSIは、

小売店の重要なビジネス指標である来店頻度や客当り単価に直結する数値である。」と TNS インフォプランはコメントしている。（データは添付資料参照）

TNS インフォプランでは、別途設定した詳細評価項目の回答にもとづいて、各部門トップの店の特徴について、「部門別で RSI トップを獲得した店はいずれも、“従業員の対応” “PB 商品の品揃え” “店の広さ” “価格” などの点で他の店とは明らかに異なる特徴を持っている。来店者を満足させ、さらに再利用や他の人へ推奨を促進するためには、平均的に良い評価を得ることよりも、その店にしかない強みをわかりやすく訴求することが効果的といえる」と分析している。以下は TNS インフォプランがまとめた部門トップ店の特徴である。

- 成城石井：扱っている商品の価格・値引き、会員特典、店の広さなどに対して評価が低い一方、店の信頼性、従業員の対応、買い物の楽しさについてはスーパーマーケット 20 店中最も評価が高く、**明確な特徴を持って他とは一線を画した店**として認められている。
- セブンイレブン：他のコンビニに比べ全般的に評価が高く、マイナス要素が無いことが特徴。また弁当・惣菜類の品揃えやプライベートブランド商品（セブンプレミアム）の品揃え／品質で他店を大きく上回っており、**他店には無いオリジナル商品の品揃え**で高く評価されている。
- コストコ：**買い物の楽しさ**についての評価が抜きんでて高い。食品・飲料の品揃えやプライベートブランド（カークランドシグネチャー）の品揃えと品質の良さに加え、試食などの店頭プロモーションが楽しさを演出している。価格についての評価も他のホームセンターに比べると高い。
- カワチ薬品：「メガドラッグストア」による差別化が功を奏している。店の広さへの評価が高いことはもちろんだが、そのことが通路の通りやすさなど**買い物のしやすさ**の評価にも繋がっている。食品・飲料の品揃えは他のドラッグストアを圧倒しており、**ドラッグストアの枠を超えた商品バリエーション**で買い物客を満足させている。
- クリエイト SD：他のドラッグストアに比べて、**人的要因（従業員の対応や身だしなみ、レジの早さ）**に対する評価が非常に高い。また買い物のしやすさや品揃えの良さはカワチ薬品に次いで高い評価を得ている。
- SHOP99：100 円ショップでありながらコンビニに近い業態という特性により、**営業時間、食品・飲料の品揃え、値引きセール、店の近さ**などの評価が他の 100 円ショップに比べてかなり高い。しかし店の広さ、買い物のしやすさ、従業員の対応などは他店を下回っている。
- ロヂャース：食品・飲料の品揃えが豊富で、買いたいものが全て揃っている店と評価されており、価格に対する評価も全般的に高い。「ディスカウントスーパー」の名前の通り、**日常の買い物を、一つの店でまとめて、できるだけ安く買える**という点が高い支持に結びついている。

\*\*\*\*\*

## 調査概要

- インターネット・オンライン調査
- 首都圏（東京, 埼玉, 千葉, 神奈川）、関西圏（大阪, 京都, 兵庫）在住の 18～64 才の男女
- サンプル数 21,779 件
- 調査時期：2009 年 4 月 23～30 日

## TNS インフォプランについて

TNS インフォプランは、世界 80 以上の国と地域に拠点を持つ市場調査会社 TNS の日本法人。日本及び世界各国における市場調査を提供し、クライアント企業の効果的な事業戦略の開発や顧客との関係強化のサポートなどを行っている。TNS インフォプランについての詳しい情報はウェブサイト <http://www.tns-global.co.jp> を参照いただきたい。

## お問い合わせ

株式会社テイラーネルソンソフレス・インフォプラン（略称：TNS インフォプラン）

住所：東京都千代田区麴町 3-3

電話：03-3265-5411

FAX：03-3265-5419

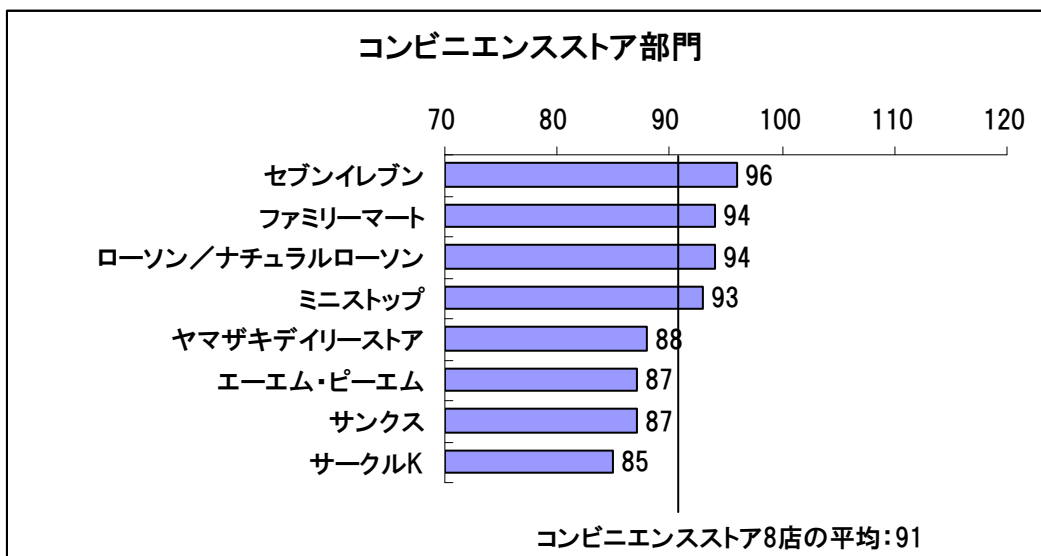
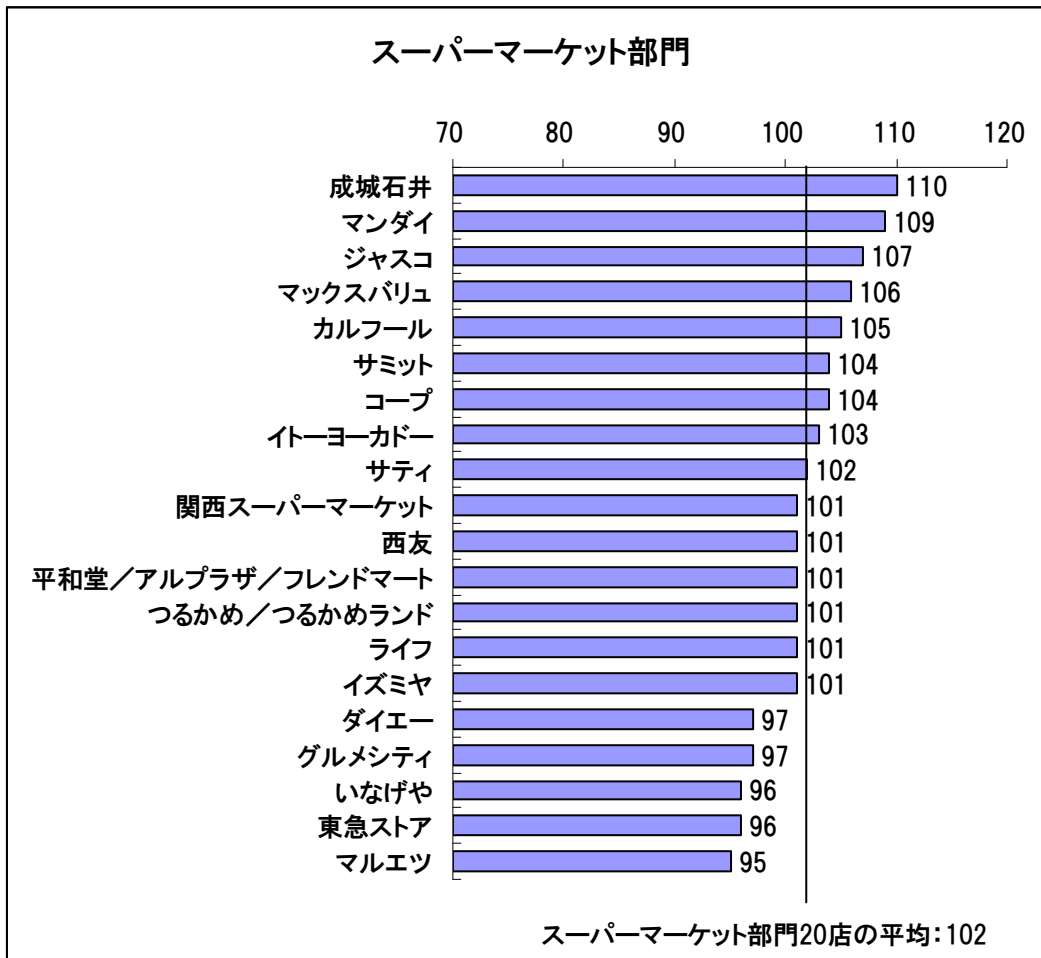
担当：古井伸弥

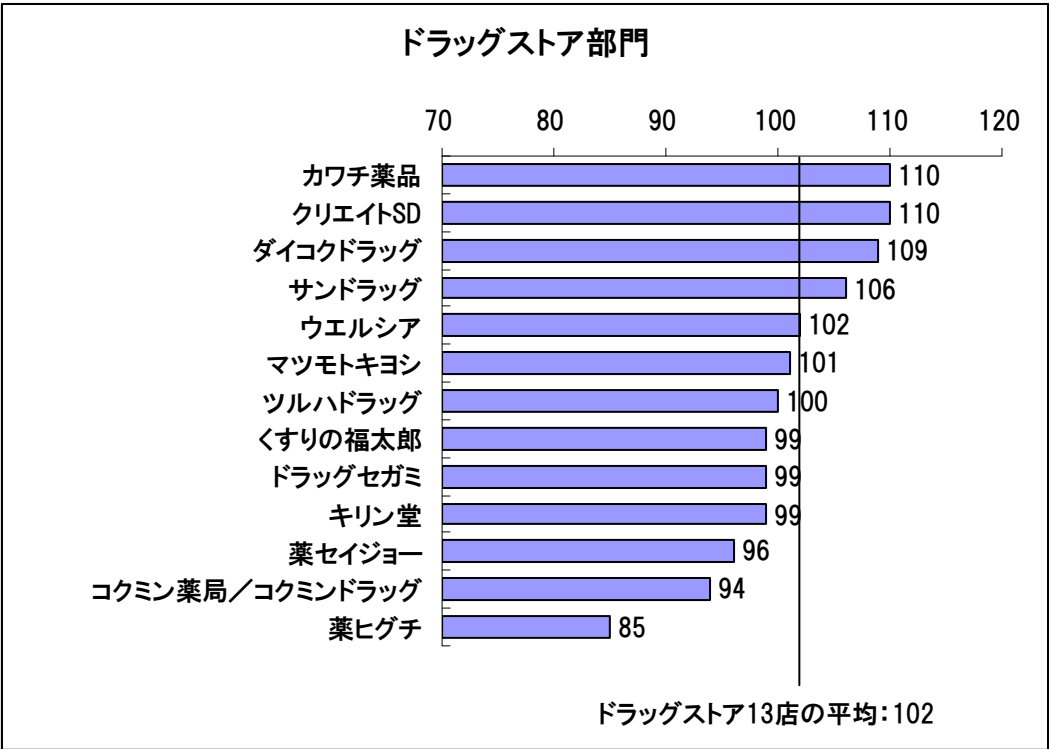
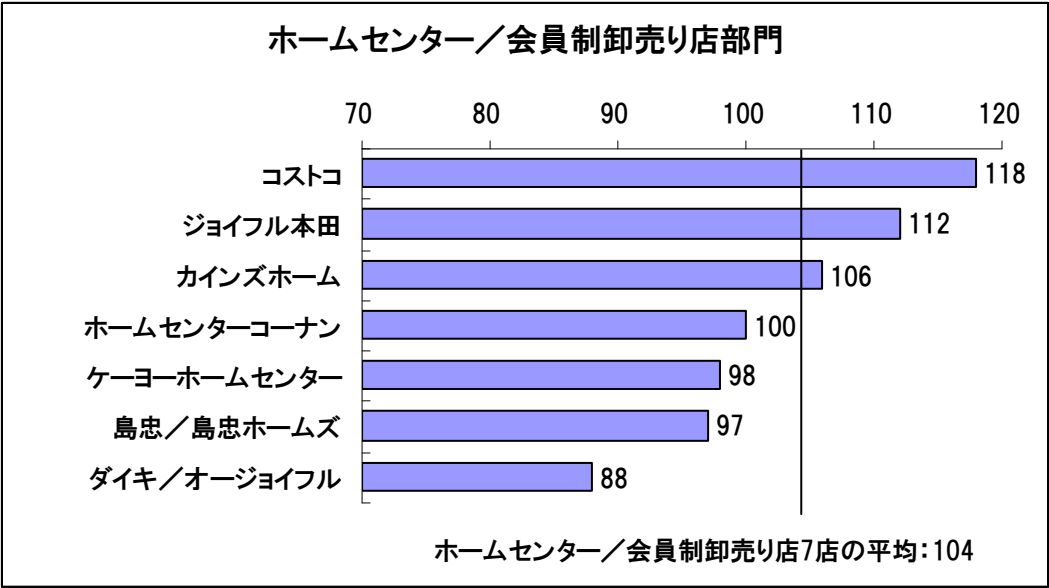
Email：[nobuya.furui@tns-global.com](mailto:nobuya.furui@tns-global.com)

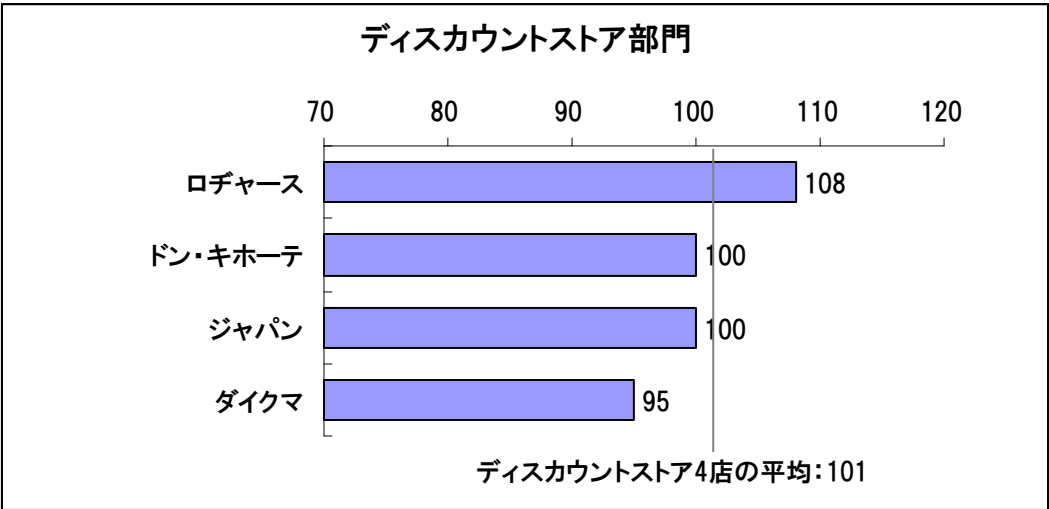
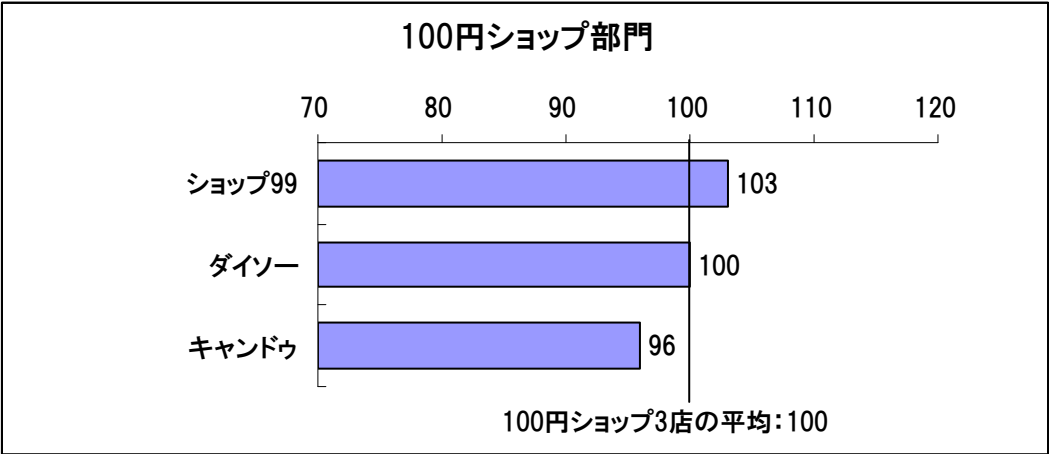
本プレスリリースは記事掲載用にのみ提供しております。弊社の書面による事前承認なく、本プレスリリースを広告や宣伝等にご使用いただくことはできませんのでご了承ください。

<資料>

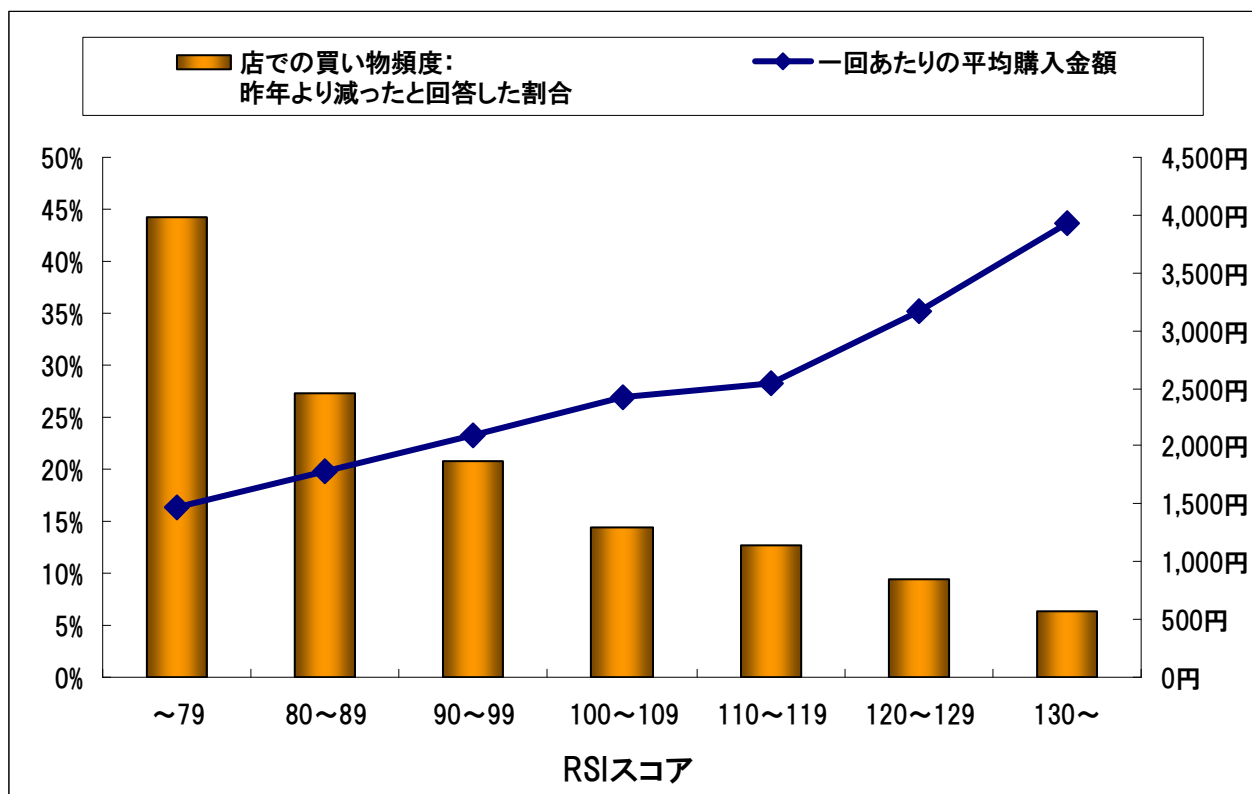
■図表 1 : 部門別ランキング







■図表 2： RSI スコアが小売店ビジネスに与える影響



本プレスリリースは記事掲載用にのみ提供しております。弊社の書面による事前承認なく、本プレスリリースを広告や宣伝等にご使用いただくことはできませんのでご了承ください。

以上