



セブン-イレブン、店舗の魅力で初の総合首位に！ 26万人が360ブランドを評価！「ストア戦略サーベイ 2015」レポート発売 ザ・ダイソーが2位、3位はモスバーガー カフェ、カジュアル衣料など躍進

2015年5月15日
株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：中村良、以下 日経リサーチ）は、15日、全国26万人以上の消費者が、小売業・飲食業の店舗／施設の魅力度「場力（ばぢから）」を評価した「ストア戦略サーベイ」の2015年版レポートを発売しました。

「ストア戦略サーベイ」は小売業や飲食業のお客様の来店行動や購買行動に焦点をあて、店舗／施設の魅力度を総合的に評価する年1回の調査です。今回も20業種360ブランドについて測定しました。

評価の基準となったのは、「来店意向」「購入・利用意向」「推奨意向」「時間消費プレミアム（その店舗／施設で過ごす時間を特別だと思いか）」という4つの視点で、総合評価には4視点のスコアから算出した売り場の魅力度を表す独自指標「場力 PQ（Perception Quotient＝知覚指数）」を用いています。評価にご参加いただいたのは全国の消費者約26万8千人です。調査内容の一部は5月15日付の「日経MJ（流通新聞）」で紹介されました。

「ストア戦略サーベイ」の結果ハイライト

- 場力ランキングでセブン-イレブンが初の首位に。「来店意向」と「購入・利用意向」で高評価を獲得。
- 2位は3回連続となるザ・ダイソー。「来店意向」「購入・利用意向」「推奨意向」の3項目で高スコア。
- 前回首位のモスバーガーは3位に後退。ただし、「推奨意向」は引き続きトップの座を維持。
- 業種別では、カフェ、カジュアル衣料、コンビニエンスストアで順位を上げるブランドが目立った。

>>詳しくは、こちらをご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/store/?150515a>

「ストア戦略サーベイ」の特長は

- ◎ 消費者が自社の店舗／施設をどう評価しているか、他社店舗と比べた総合的な魅力度が分かります。
 - ◎ 場力PQに加え、51項目に渡る店舗／施設の具体的な魅力点を「売場作り」「接客サービス」「プロモーション活動」など8つの指標として数値化しました。集客につながる具体的なポイントが分かり、現状の課題把握や取り組み状況の確認、競合企業との比較などに活用できます。
 - ◎ 自社の潜在顧客に訴えかけ、競合ブランドに勝つブランディングプロモーションに役立ちます。
-

■ご提供方法：報告書およびCD-ROM。分析内容別に3タイプご用意しました。

■本体価格：350,000円（税抜き）より

店舗／施設の魅力を高め、集客につなげる具体的な施策作りに、ぜひご活用ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社**日経リサーチ**

営業本部 担当：岡村・中谷

TEL：03-5296-5181（平日 9:00～18:00）

FAX：03-5296-5124

E-mail：store_survey@nikkei-r.co.jp