



総合首位はセブン-イレブン 2 連覇、ザ・ダイソーが 2 位、3 位に GODIVA が上昇 日経リサーチ、「ストア戦略サーベイ」2016 年版レポートを発売！

2016 年 5 月 16 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:三宅誠一)は 5 月 16 日、全国 26 万人の消費者に対する調査データを基に、小売業・飲食業の店舗／施設の魅力度を総合的に評価し、その魅力を高めるのに有効な具体的ヒントを提供する「ストア戦略サーベイ」の 2016 年版レポートを発売しました。

ストア戦略サーベイは実際の来店者と非来店者という両方の視点から、店舗／施設の魅力を評価する年 1 回の調査で、今回は前回(2015 年)より 1 業種多い 21 業種 360 ブランドを対象に、2016 年 2 月に実施しました。評価に際しては、店舗が持つ魅力を「場力(ばぢから)」と規定し、各店舗を「行きたい(来店意向)」、「そこで過ごす時間が特別だと思う(時間消費プレミアム)」、「商品・サービスを買いたい・利用したい(購入・利用意向)」、「薦めたい(推奨意向)」という 4 つの視点から分析し、「場力 PQ(Perception Quotient)」という独自の指標により数値化し、魅力度を測定しています。

■「ストア戦略サーベイ」2016 年版レポートのポイント

レポートでは毎回、場力 PQ のスコアに基づいた店舗／施設の魅力度に関する各種ランキングも算出しており、業界関係者などの注目を集めています。2016 年版のランキングの一部は 5 月 16 日付の「日経 MJ(流通新聞)」紙上などで紹介されました。

2016 年の場力 PQ 総合ランキングのトップは昨年に続いてセブン-イレブンで、2 位には 4 年連続でザ・ダイソーが入りました。前回 8 位の GODIVA が 3 位に浮上し、前回 15 位のコストコが 9 位に上昇し、初のトップ 10 入りを果たしました。

また、場力 PQ を構成する 4 つの視点別のランキングをみると、「来店意向」と「購入・利用意向」はセブン-イレブンとザ・ダイソーがそれぞれ 1 位と 2 位、「時間消費プレミアム」は GODIVA がトップでした。「推奨意向」は総合 4 位のモスバーガーがセブン-イレブンやザ・ダイソーをかわし首位になりました。



総合ランキングで前回 44 位の Seria が 14 位に急上昇するなど、100 円ショップや値ごろ感を打ち出している生活雑貨・家具販売チェーンの評価が伸びる一方、2 度の値上げで顧客離れが起きているユニクロが前回 11 位から 17 位に順位を下げるなど、消費者の間で再び低価格選好が強まっている傾向がうかがえる結果となりました。

■「ストア戦略サーベイ」のセールスポイント

- ・ 消費者は自社の店舗／施設をどう評価しているか、前年と比べて評価は変わったのか、競合他社と比べると評価はどうなのか。全国 26 万人以上のデータに基づき、自社店舗の魅力度や強み・弱みを総合的かつ多角的に把握できます。
- ・ 場力 PQ の他、51 項目に渡る店舗／施設の具体的な魅力点など、約 90 項目に及ぶ細かな評価指標を設定することで、消費者が自社の店舗に魅力を感じている部分、不満を感じている部分が分かり、集客につながる具体的なポイントがつかめます。
- ・ 自社ではなかなか集められない「離反者」「非来店者」「非購入者」の声もご提供します。競合他社の顧客の属性や他社を選ぶ理由も分かるので、自社の潜在顧客に訴えかけ、ライバルに勝つブランディングプロモーションを展開できます。

「ストア戦略サーベイ」2016 年版レポートは報告書及び CD-ROM でご提供いたします。分析内容別に 5 タイプをご用意しました。本体価格は 350,000 円(税抜き)からとなります。

>> 詳しくはこちらをご覧ください。

http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/store/?utm_source=prap&utm_medium=release&utm_campaign=store

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、「ストア戦略サーベイ」2016 年版レポートを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: 0120-980-181 FAX: 03-5296-5124

E-mail: store_survey@nikkei-r.co.jp