

セブン-イレブンが総合首位、来店者ランキング 1 位は千疋屋総本店

「ストア戦略サーベイ」2017 年版レポートを発売！

2017 年 5 月 22 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 22 日、全国 23 万人規模の生活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なヒントを提供する「ストア戦略サーベイ」の 2017 年版レポートを発売しました。同時に、2017 年調査の結果をランキング形式で発表しました。

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/施設の魅力度を評価する年 1 回の調査です。今回は 22 業種 348 ブランドを対象に、2017 年 2 月にインターネットで実施しました。評価に際しては、店舗が持つ魅力度を「場力(ばぢから)」と規定し、各店舗を「来店意向」や「推奨意向」など 4 つの評価項目※で分析、「場力 PQ(Perception Quotient)」という独自の指標により数値化して、魅力度を測定しています。

※4 つの評価項目＝「来店意向(その店舗に行きたい)」「時間消費プレミアム(その店舗で過ごす時間が特別だと思う)」「購入・利用意向(その店舗で商品・サービスを買いたい・利用したい)」「推奨意向(その店舗を親しい友人や家族に薦めたい)」

>> 詳しくは、こちらをご覧ください。

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

■2017 年版ランキングのハイライト

レポートには場力 PQ のスコアに基づいて算出した 2017 年版の各種ランキングも掲載しており、その一部は 5 月 22 日付の「日経 MJ(流通新聞)」紙上などで紹介されました。

場力 PQ 総合ランキングのトップはセブン-イレブンで、2 位はダイソー、3 位はモスバーガーの順となりました。場力 PQ を構成する 4 つの評価項目について、上位 5 ブランドの順位をみると、「推奨意向」はセブン-イレブンが、「来店意向」と「購入・利用意向」はダイソーがそれぞれ 1 位で、「時間消費プレミアム」は全体 5 位の GODIVA がトップでした。

一方、回答者全体の中から、実際の来店者に限定して算出した総合ランキングは千疋屋総本店が首位になりました。2位は1位と同じく果物やスイーツを扱うタカノフルーツパーラー、3位はベーカーリーのメゾンカイザーと、生活者の嗜好性が強く反映された飲食店・小売店が上位に並びました。

4つの評価項目について、上位5ブランドの順位をみると、千疋屋総本店は「時間消費プレミアム」、タカノフルーツパーラーは「推奨意向」、メゾンカイザーは「来店意向」でそれぞれ1位となり、「購入・利用意向」は出汁・調味料の専門店、茅乃舎がトップでした。総合と来店者評価のランキングを上位20位までで比べると、重複しているブランドはGODIVA、コストコ、三井アウトレットパークの3つしかなく、大きく異なる結果となりました。

なお、今回、集計方法の変更や測定ブランドの入れ替え(約1/3)など大幅なリニューアルを実施し、前回結果との単純な時系列比較が難しくなったため、文中に前回の順位は記載しておりません。

■「ストア戦略サーベイ」とは

「ストア戦略サーベイ」は店舗・施設の魅力を高め、来店者・売り上げの増加につなげるための日本最大規模の生活者調査です。23万人規模の調査データから、自社店舗の強み・弱みや業界内でのポジションを、他社との比較などで客観的に把握できます。競合店の顧客の属性や他店を選ぶ理由、離反者、非来店者、非購入者の声など、自社では集めにくいデータも入手できます。売り場作りや接客サービスなどの改善のヒントがつかめます。

調査結果は評価データを満載したレポートとしてご提供します。日経リサーチ独自の多角的な分析を通じて自社の課題が見えてきます。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: 中谷、小池

TEL: 0120-980-181 (平日 9:00~17:30)

FAX: 03-5296-5110

E-mail: 弊社 HP お問い合わせフォーム

https://www.nikkei-r.co.jp/contact_store/