

店舗のリピート利用に
関するマーケティングデータ
～今後の意向、ネットショップ 編～

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2018年 9月7日 (金) ~ 9月10日 (月)
- 調査対象 : 首都圏在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 425名

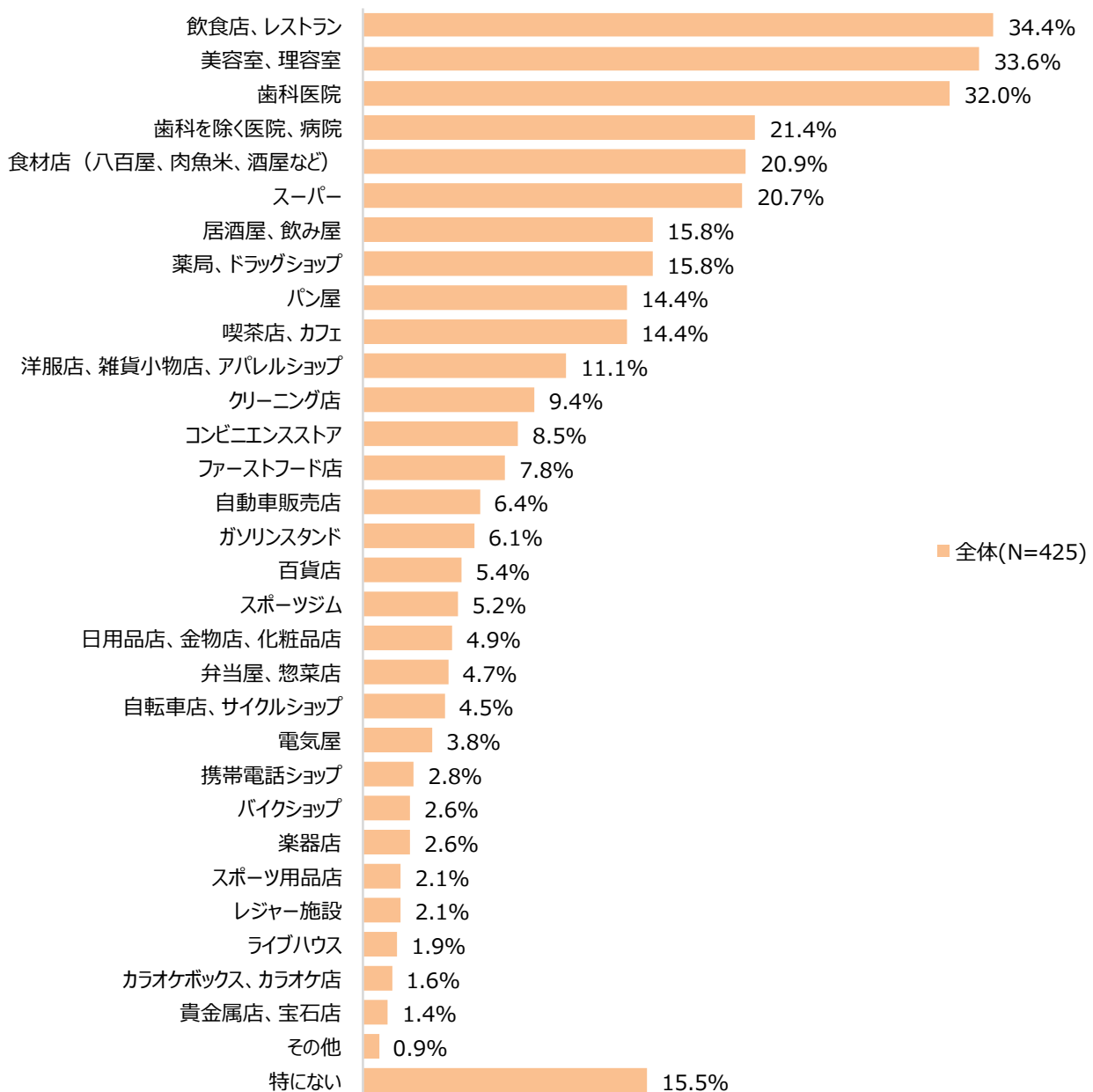
【内訳】

男性	20代 42名	女性	20代 42名
	30代 41名		30代 42名
	40代 42名		40代 44名
	50代 43名		50代 41名
	60代 45名		60代 43名
<hr/>			
合計	213名		212名

1. 「行き慣れたお店、使い慣れたお店」を利用したいジャンル

- 今後、「行き慣れた店、使い慣れた店」を利用したいお店のジャンルとしては、「飲食店、レストラン」(34.4%)、「美容室、理容室」(33.6%)、「歯科医院」(32.0%)が上位に並んだ。
- 上位には日常生活に関わるジャンルのお店、下位には趣味や遊びに関わるジャンルのお店が多く並んだ。現在の「なじみのお店・行きつけのお店」の利用実態とほぼ同様の結果(利用実態編をご参照)。

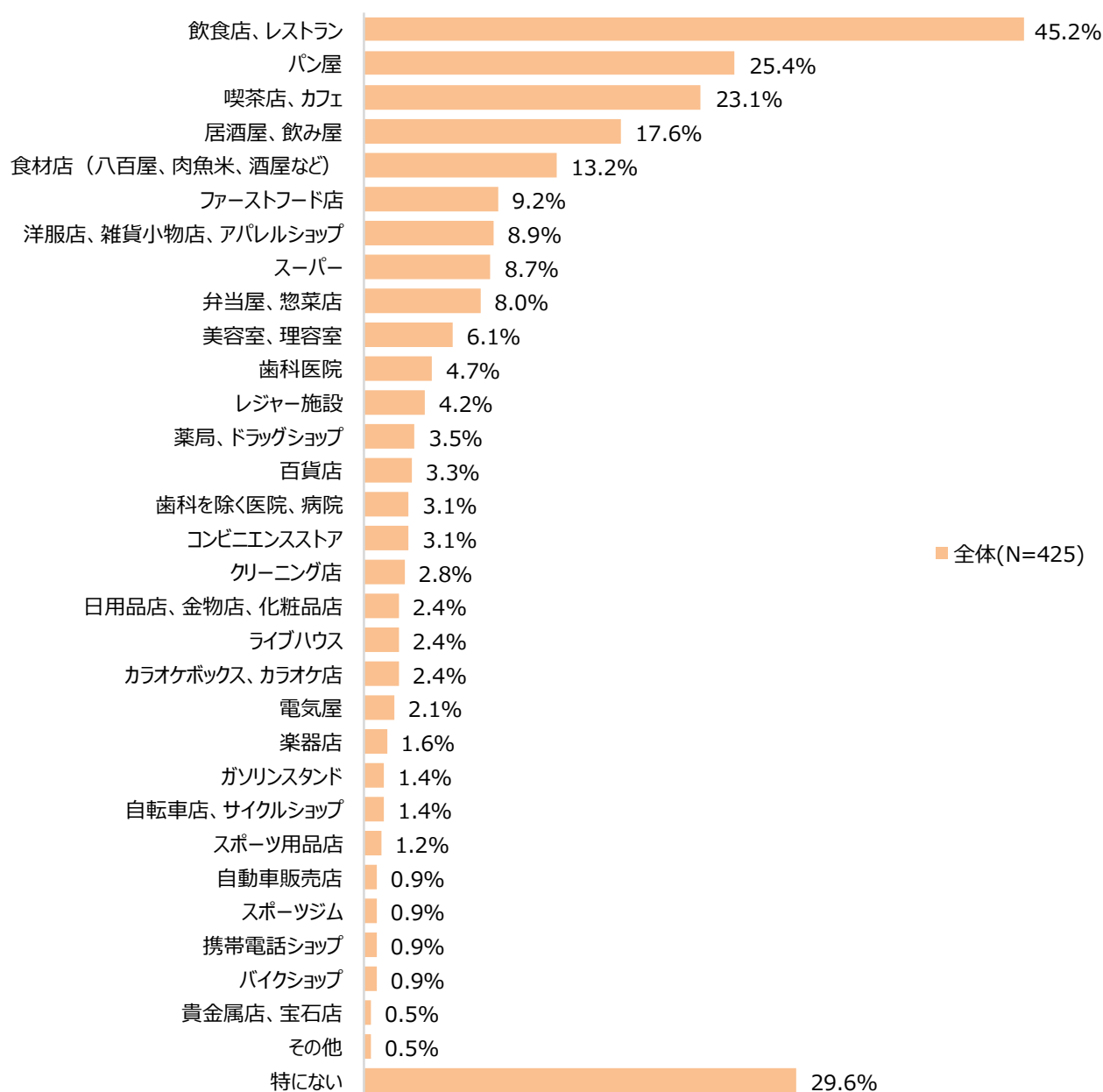
Q. 「行き慣れたお店、使い慣れたお店を利用したい!」という気持ち強いジャンルをすべて選んでください。(MA)



※その他で挙げられたお店：チューニングショップ、まつエク・まつ毛パーマ・ネイル、家電量販店、書店、接骨院

- 今後、「新しいお店」を知りたい、利用したいジャンルでは「飲食店、レストラン」(45.2%)が突出した最上位。これに「パン屋」(25.4%)、「喫茶店、カフェ」(23.1%)、「居酒屋、飲み屋」(17.6%)が続き、飲食系が上位を占めた。
- 「飲食店、レストラン」は、「行き慣れたお店、使い慣れたお店」を利用したいジャンルでも最上位(前頁ご参照)であり、慣れたお店とともに新しいお店にも目が行きやすいジャンル。
- 「行き慣れたお店、使い慣れたお店」を利用したいジャンルでは、「美容室、理容室」「歯科医院」「歯科を除く医院、病院」も上位だったが、ここでは割合が低かった。慣れたお店の利用意向が強いジャンルである。

Q. 「新しいお店を知りたい！利用したい！」という気持ち強いジャンルをすべて選んでください。(MA)

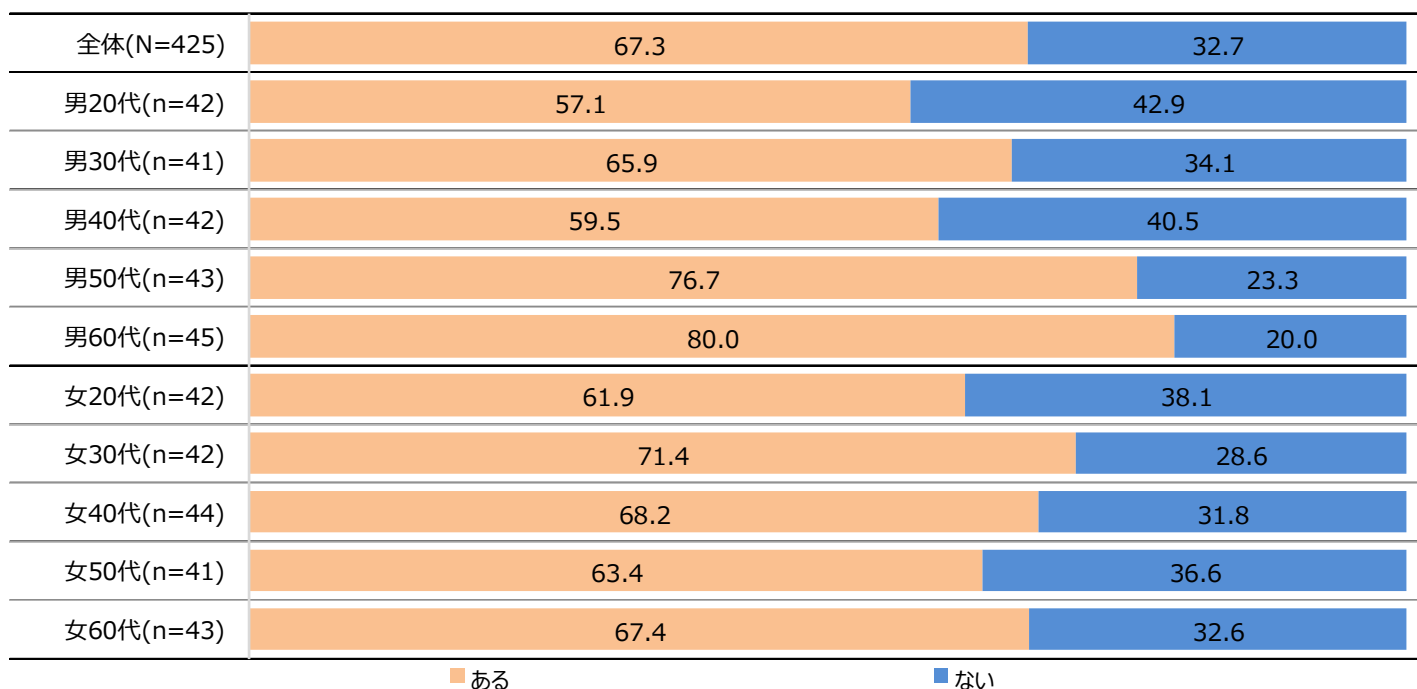


※その他で挙げられたお店：家電量販店、書店

3. 1年以上、継続購入しているネットショップの有無

- 1年以上にわたって購入を継続しているネットショップが「ある」としたのは67.3%であった。
- この割合は、男性60代（80.0%）、男性50代（76.7%）、女30代（71.4%）で7割以上と高く、男20代（57.1%）と女20代（61.9%）の20代で低かった。
- 具体的なサイトでは「amazon」が165票と突出。大差で「Rakuten」（40票）、「YAHOO!ショッピング」（21票）が続いた。

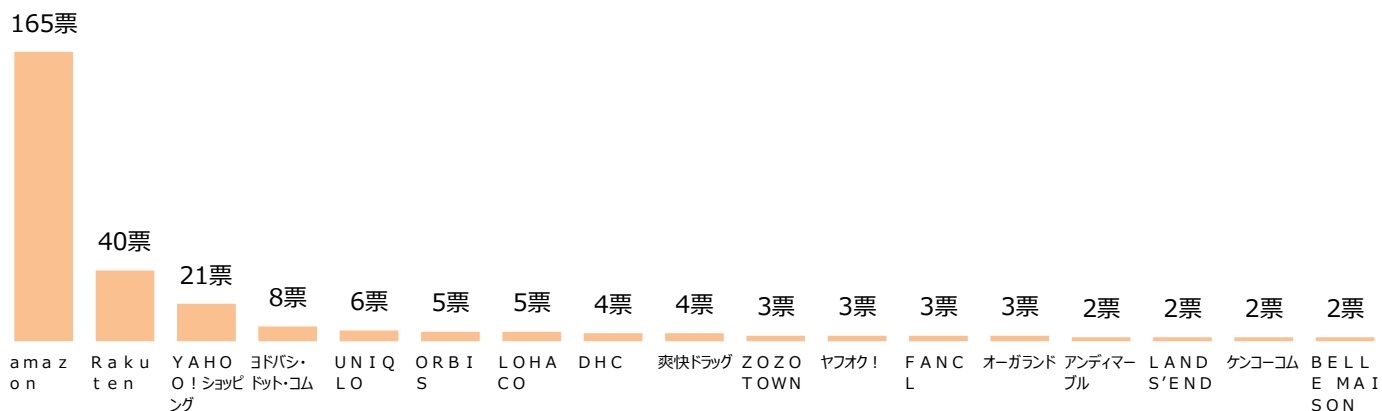
Q. 不定期であっても、1年以上にわたって購入を続けているネットショップはありますか。(SA)



Q. 1年以上にわたって購入を続けているネットショップの名前を具体的にご記入ください。(FA)

※ N = 「なじみの店・行きつけの店」がある人

※ グラフは自由回答をコーディング集計した結果（2票以上のネットショップを記載）



● 飲食系は、新しいお店の利用意向が強いジャンル

「新しいお店を知りたい、利用したい」という気持ち強いジャンルでは、「飲食店、レストラン」「パン屋」「喫茶店、カフェ」「居酒屋、飲み屋」と飲食系のお店が上位に並んだ。このうち、「飲食店、レストラン」については、「行き慣れた、使い慣れたお店を利用したい」という気持ち強いジャンルでも最上位に挙げられており、本命がありながらも浮気もしたいというジャンルである。

● 慣れたお店の利用意向が強いのは「美容室、理容室」「歯科医院」など

「行き慣れた、使い慣れたお店を利用したい」という気持ち強いジャンルでは、「美容室、理容室」「歯科医院」「歯科を除く医院、病院」も上位に挙げられたが、いずれも「新しいお店を知りたい、利用したい」という気持ち強いジャンルでは割合が低かった。顧客が浮気しにくいジャンルのお店であり、常連客が多いほど安定的にお店を運営できる。

- 顧客が浮気ばかりしないようにするためには、慣れたお店であっても、常に新しい何かを提供し続けることが必要である。
- 技術はもとよりサービスやホスピタリティを高めて、顧客からの支持を獲得することが必要である。
- 「スーパー」「薬局、ドラッグショップ」にも、新しいお店より慣れたお店を利用したいという気持ち強い傾向がみられる。顧客に支持される店づくりによって、常連化していくことがポイントである。

● ネットショップでは、“amazon”が突出

1年以上にわたって購入を継続しているネットショップが「ある」としたのは67.3%であった。男性は女性に比べて年代差が大きく、男性の50代～60代で割合が高めであった。逆に男女とも20代ではこの割合が低かった。ネットショップに関しては、20代のリピート率は相対的に低いと思われる。

継続購入しているネットショップの名前では、“amazon”が165票と2位以下を大きく引き離れた1位であった。2位は“rakuten”の40票だが、1位とは100票以上の差がみられた。3位は21票の“YAHOO!ショッピング”であった。4位以下は10票未満であった。

1年以上にわたって購入する常連客を多く抱えているのは、本調査の結果を見る限り、上位3社しか見当たらない。

トピックスリサーチ

店舗のリピート利用に
関するマーケティングデータ
～今後の意向、ネットショップ 編～

発行日 2018年 11月 30日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp