

コンビニエンスストア

～場所別で顧客が求めるニーズ～

6BJM1219 近藤 大

目次

1. 研究背景

1-1 コンビニ業界の現状

1-2 コンビニ業界の課題

2. 研究目的

3. データ概要

4. 分析の流れ

5. 分析結果

5-1 コレスポネンデンス分析

5-2 因子分析

5-3 その他

6. まとめ

7. 提案

8. 今後の課題

参考文献

研究背景 ～コンビニ業界の現状～

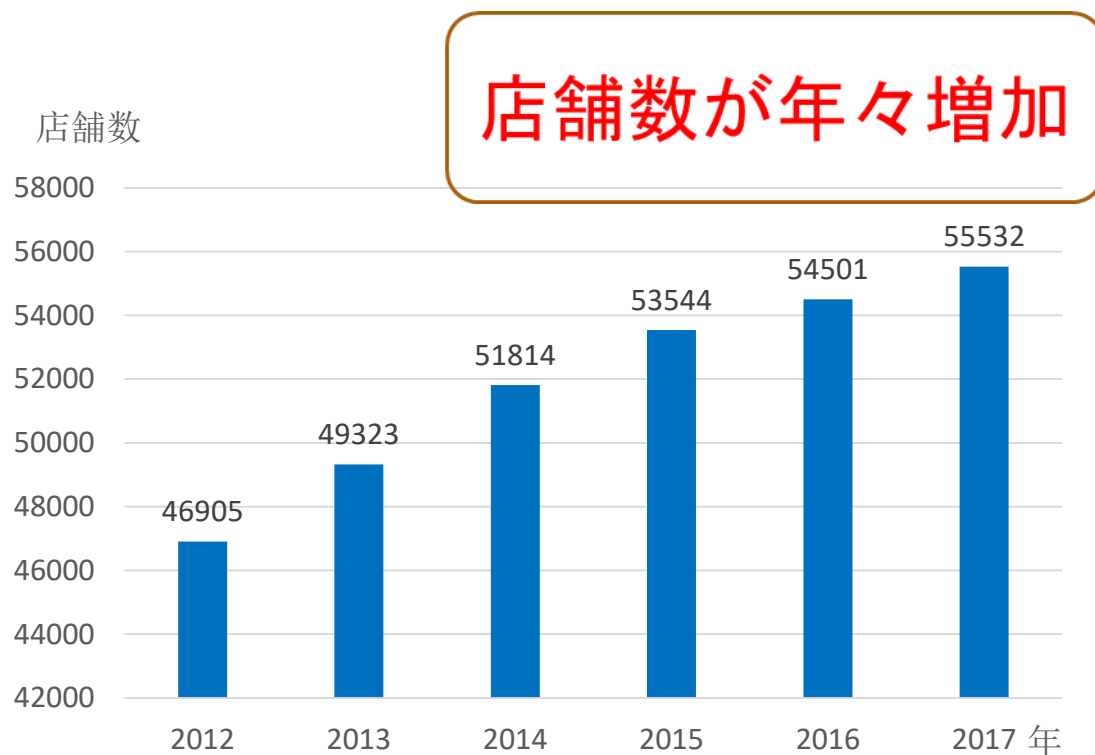


図1 国内のコンビニ出店店舗数

理由

日用品や食品が
一通りそろっている

公共料金や宅配等の
サービスの受付可能

ATMやコピー機がある

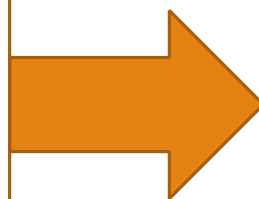
研究背景 ～コンビニ業界の現状～

理由

日用品や食品が一通りそろっている

公共料金や宅配等のサービスの受付可能

ATMやコピー機がある



現代への影響

お年寄り、共働き、
独身世帯に対しての
家事の負担軽減

24時間いつでも顧客が求
めているサービス(宅配、コ
ピー、ATM等)を受けられる

研究背景 ～コンビニ業界の課題～

廃棄

- 世界一の食品廃棄率が高い
- セブンイレブン
2015年廃棄量が422216トン

経営

- 廃棄量が多いと利益が上がらない
- 少子高齢化社会による売り上げが将来的に下がる可能性
- 顧客が求めるニーズに合わせた戦略を立てる必要がある

研究目的

現状

- 出店数や便利性が向上したコンビニ業界
- 廃棄物の処理やそれらによる経営問題

目的

- 場所ごとによる顧客が求めるニーズを知る（サービス、設備、商品 等）

3年間コンビニで働いていた上での自身の疑問

提案

- 本来あるべき場所別の顧客が求めるニーズを知る
- 場所によってどのような戦略が望ましいのかを考える

これらから、廃棄による経営問題の改善案を探る

データ概要

- コンビニに対する意識調査 (Google Formで作成したWebアンケート)
- **実施概要** 実施期間: 2018年10月11日～10月15日
調査対象: 全国の10代以上の男女 83名
実施形態: Webアンケート
- **アンケート項目 (※必須回答)**

※(Q1)あなたが1番利用する頻度の高いコンビニエンスストアの場所についてお答えください。

※(Q2)コンビニエンスストアを利用する際の1番の目的はなんですか。

※(Q3)コンビニエンスストアでよく買う商品についてお答えください。(複数回答)

※(Q4)コンビニエンスストアの食品を選ぶ際の基準について、当てはまる項目をお答えください(複数回答可)

※(Q5)1番利用する頻度の高いコンビニエンスストアはどこですか。

※(Q6)あなたがコンビニエンスストアでの食べ物で常に置いて欲しい商品についてお答えください。

※(Q7)コンビニエンスストアで買い物をする際に1番求めている項目についてお答えください。

※(Q8)コンビニエンスストアを利用しての不満に感じる項目についてお答えください。(複数回答可)

(Q9)コンビニエンスストアのアプリについて、どの企業のアプリをインストールしていますか。(複数回答可)

(Q10)コンビニエンスストアのアプリについて、どのような機能があると使いたいと思いますか。

※(Q11)コンビニエンスストアで利用できるポイントカード又は電子マネーで利用する頻度の高いカードの種類についてお答えください。(2つまで)

※(Q12)そのポイントカード又は電子マネーを利用する理由について該当する項目をお答えください。(複数回答可)

※(Q13)あなたについて教えてください(性別)

※(Q14)あなたについて教えてください(年齢)

※(Q15)あなたについて教えてください(居住状況)

データ概要

基礎統計①

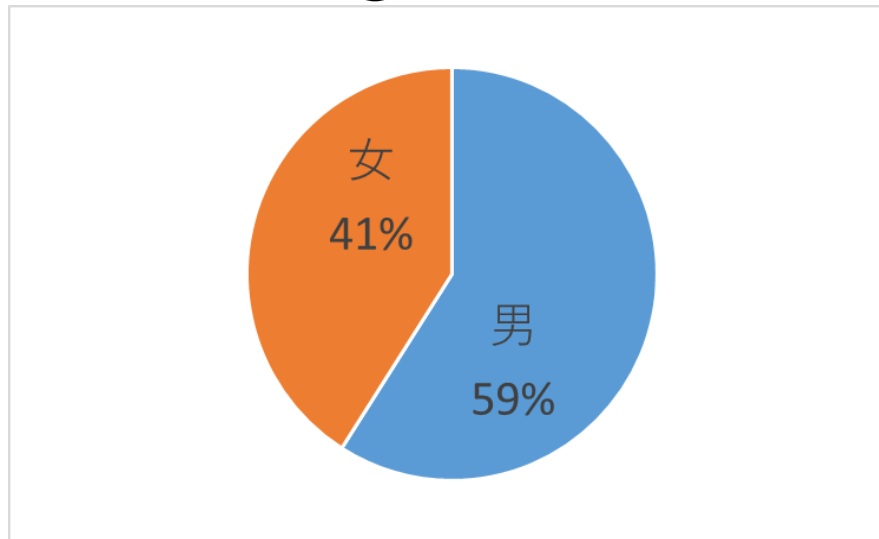


図2 Webアンケート回答①

男性59%、女性41%と回答数の男女比率は3:2というデータとなっている

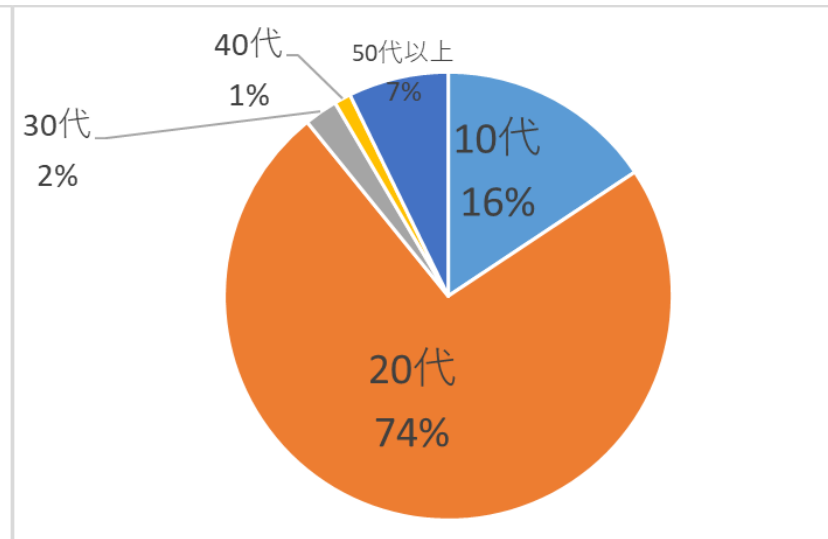


図3 Webアンケート回答②

回答数の年代別は主に20代中心であり、30代以上の回答をあまり得られなかった

データ概要

基礎統計②

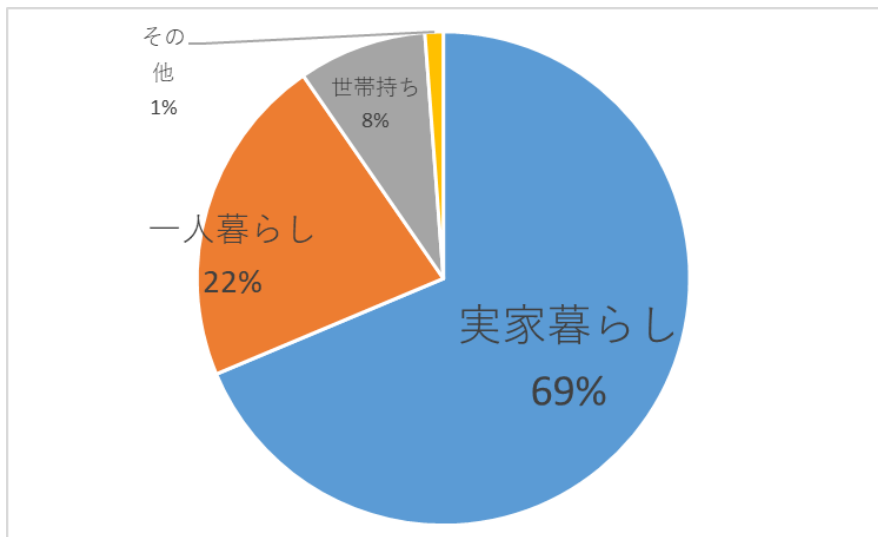


図3 Webアンケート回答③

実家暮らしが69%、1人暮らしが22%のデータと実家暮らしが中心となっているデータである

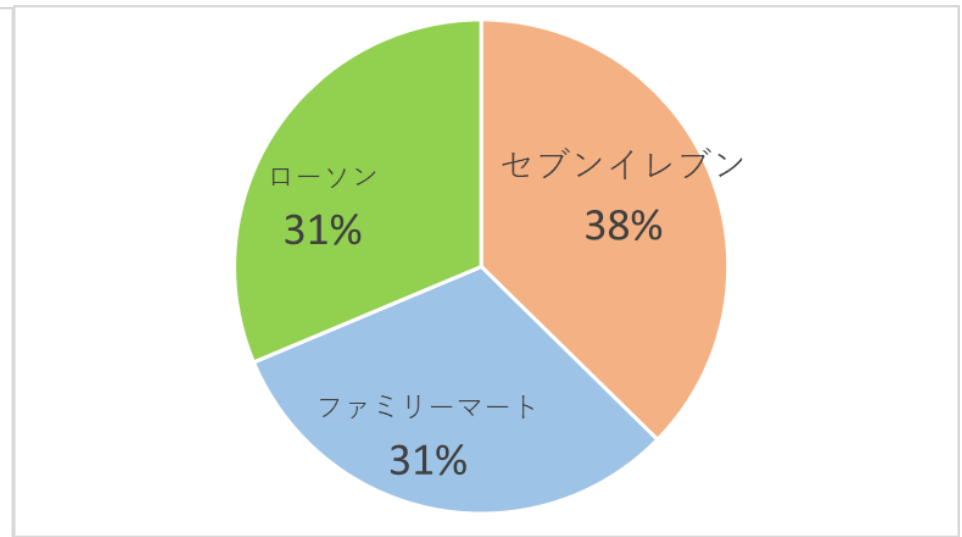


図4 Webアンケート回答④

1番利用するコンビニエンスストアに関しては、セブンイレブンの割合が高く、他2社も同等な割合を占めている

分析の流れ

仮説

- 場所別で顧客が求めるニーズがある

データ

- 自身が作成したアンケート調査結果

分析

- コレスポネンデンス分析(対応分析)
- 因子分析(外部ソフトS-Plusを利用)

提案

- 結果をもとに場所ごとによる販売戦略の提案

分析結果

1. コレスポンド分析

使用する設問: Q1, Q2, Q3, Q6

目的: 場所別、状況別等で購入する頻度の高い商品を知るため

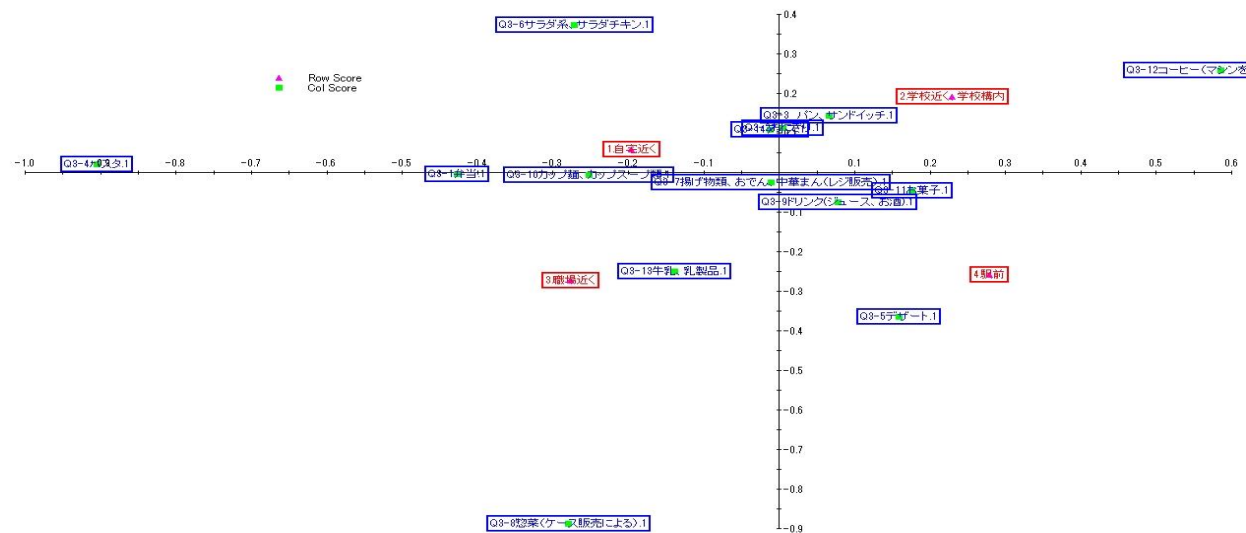
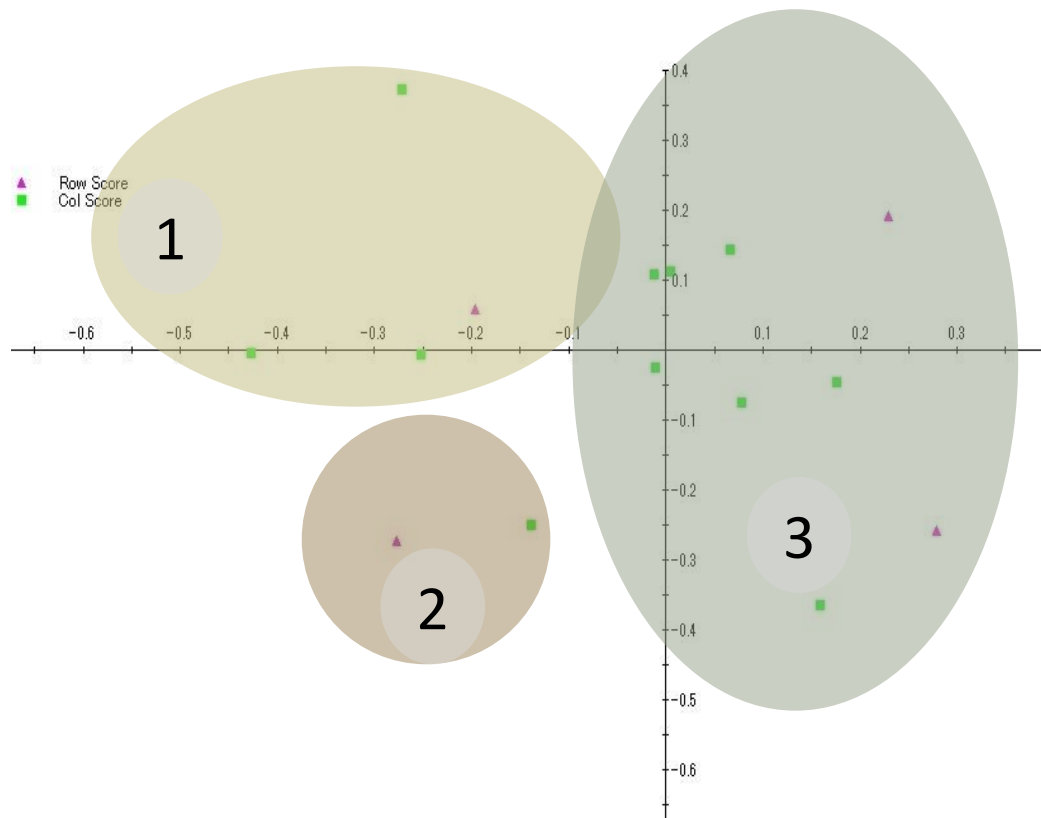


図5 コレスポンド分析で出た実際のデンドログラム

1. コレスポネンス分析

場所別で顧客が購入する商品の傾向を知る(Q1とQ3)



1. 帰宅しての食事の
しやすさ

Ex. 調理がいらなくて十分
な食事ができる

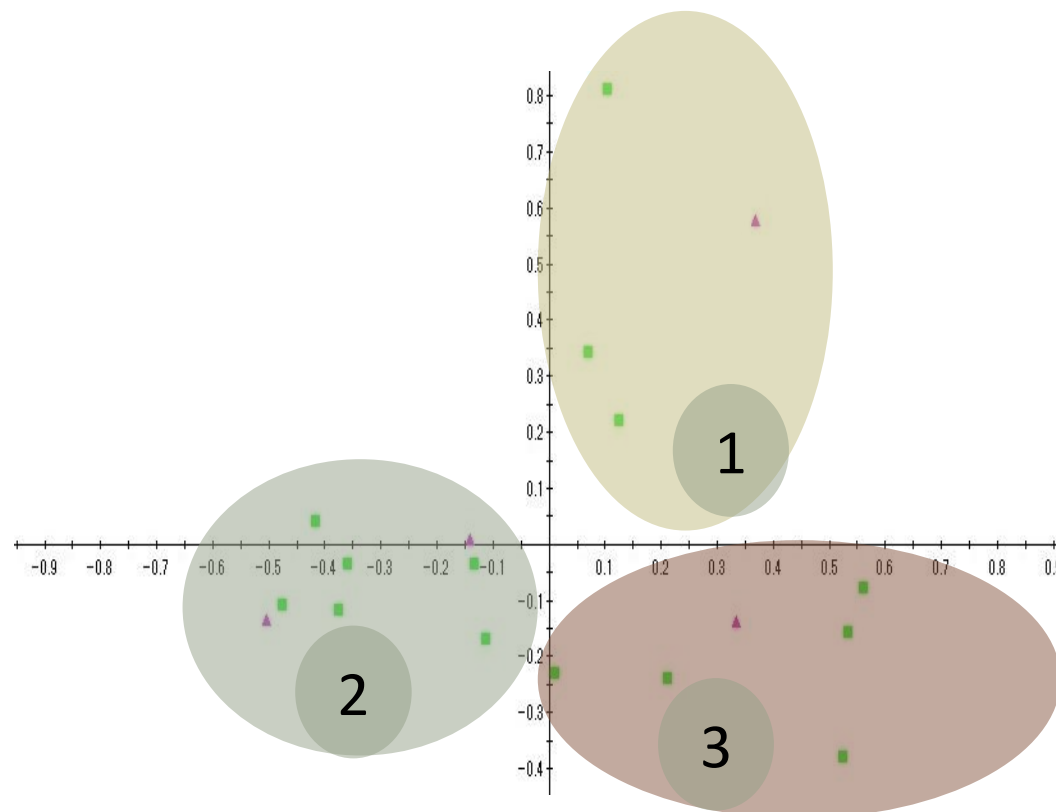
2. 職場先での健康重視
Ex. 体調管理

3. 外出先で気軽な飲食
Ex. 手軽に食べられる、
小腹が空いた時に

図6 コレスポネンス分析でたデンドログラム～場所別～

1. コレスポネンス分析

利用する目的別で顧客が購入する商品の傾向を知る(Q2とQ3)



1. 手軽に食べられる
Ex. 場所を気にしない
ボリュームがある食事

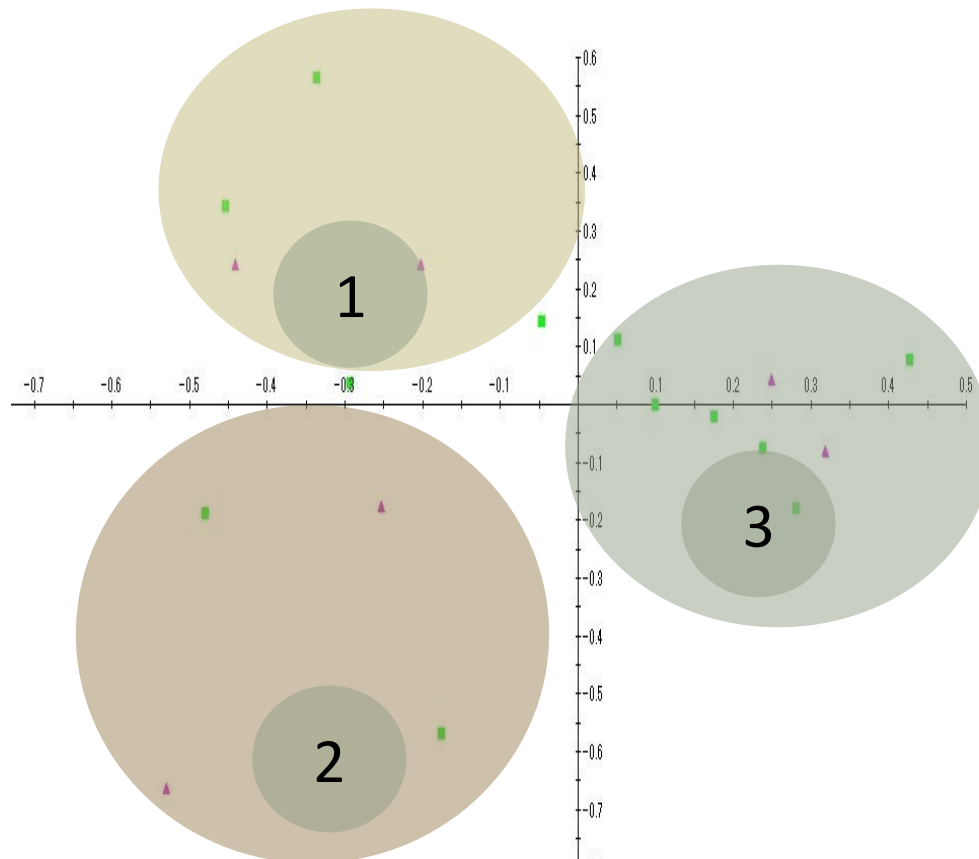
2. 何か欲しいものや用件がある
ときに
Ex. チケット、インターネット決済
等のお支払い、ジュース、お菓
子が欲しくなった時

3. 昼食の購入
Ex. 簡単に食べられる商品

図7 コレスポネンス分析でできたデンドログラム～利用する目的別で～

1. コレスポネンス分析

顧客が求める商品需要と実際に購入する商品の傾向を知る(Q3とQ6)

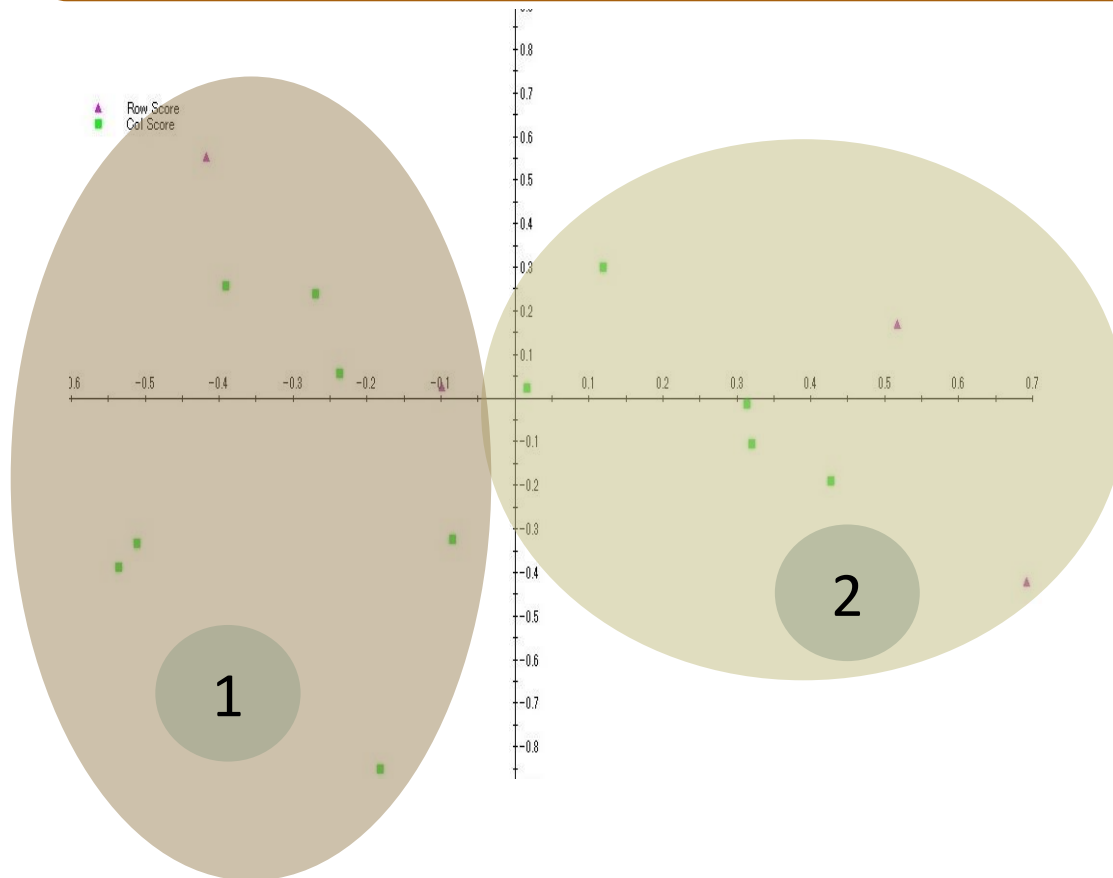


1. 時期に応じてほしい商品
Ex. 季節に合ったデザート、アイス、
出来立ての揚げ物類
2. ヘルシーな商品
Ex. サッパリした、低カロリーの
商品
3. コスパとコンテンツの良い商品
Ex. 気軽に食べれる商品
食べ応えのある商品

図8 コレスポネンス分析でできたデンドログラム～顧客が求める商品別で～

1. コレスポネンス分析

顧客の年代別と実際に購入する商品の傾向を知る(Q3とQ14)



1. 働く、学びに行く人たち
Ex. 学校や職場先で購入するため、弁当やサラダの購入頻度が高い(20代、30代)

2. 近所での利用する人たち
Ex. 家での食事では足りない部分を賄うためや朝食用のためのパンやおにぎり等の購入頻度が多い(10代、50代)

図9 コレスポネンス分析でたデンドログラム～年代別～

2. 因子分析

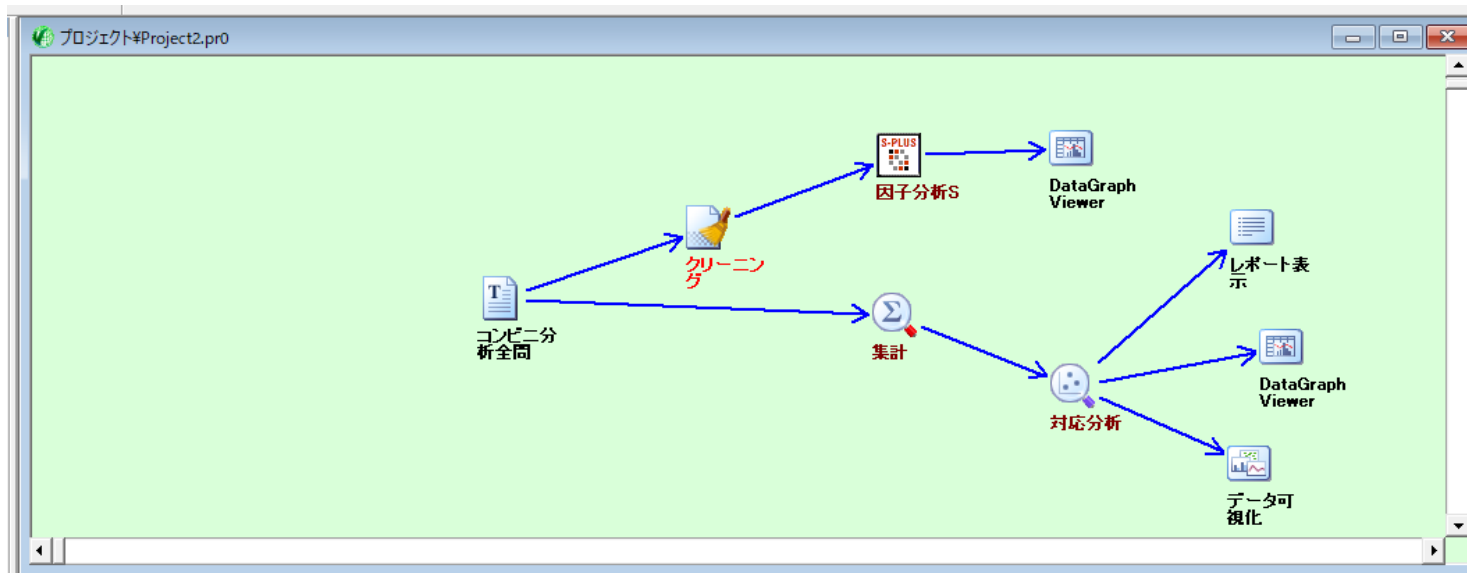
使用する設問: Q3, Q4 (Visual Mining Studio8.3の外部ソフトS-plusを使用)

目的: 顧客が求めている特徴を知るため

→ Q3とQ4の設問を因子分析をかけたところ、9つの因子が抽出された

因子抽出法: 主因子法

回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法



2.因子分析

9つの因子の特徴①

第1因子

アンケート項目	1
揚げ物類、おでん、中華まん（レジ販売）	0.416
ドリンク(ジュース、お酒)	0.326
調理がいらぬ	0.597
その場で食べられる	0.814

表1.第1因子の分析

第2因子

アンケート項目	2
デザート	0.709
アイス	0.547
お菓子	0.392
見た目	0.554
コスパの良さ	0.196

表2.第2因子の分析

すぐ食べられて、
飲むことができる

食べたくなる
甘いデザート
やアイス

2.因子分析

9つの因子の特徴②

第3因子

アンケート項目	3
弁当	0.737
パン、サンドイッチ	0.398
パスタ	0.322
値段の安さ	-0.105
見た目	0.159
その場で食べられる	0.138

表3.第3因子の分析

第4因子

アンケート項目	4
パスタ	0.644
値段の安さ	0.113
量の多さ	0.781

表4.第4因子の分析

こだわりがなく
普通に食事を
したい

値段安く
ボリューム感
重視

2.因子分析

9つの因子の特徴③

第5因子

アンケート項目	
	5
惣菜（ケース販売による）	0.281
牛乳、乳製品	0.874
サラダ系、サラダチキン	0.213

表5.第5因子の分析

第6因子

アンケート項目	
	6
おにぎり	0.653
サラダ系、サラダチキン	0.294
食べやすさ	0.624

表6.第6因子の分析

第7因子

アンケート項目	
	7
コーヒー	0.597
コスパの良さ	0.189

表7.第7因子の分析

家の食事で品目
が足りない時

短時間で食事
できる

ひと休み

2.因子分析

9つの因子の特徴④

第8因子

アンケート項目	8
弁当	0.121
パスタ	0.134
揚げ物類、おでん、中華まん（レジ販売）	0.125
ドリンク(ジュース、お酒)	0.106
カップ麺、カップスープ類	0.62
栄養バランス	0.268

表8.第8因子の分析

第9因子

アンケート項目	9
おにぎり	0.256
サラダ系、サラダチキン	-0.162
揚げ物類、おでん、中華まん（レジ販売）	-0.189
ドリンク(ジュース、お酒)	0.169
お菓子	0.271
値段の安さ	0.54
量の多さ	0.141

表9.第9 因子の分析

栄養バランス
の良い食事

とにかく安く
済ませたい

その他～ポイントカード等の利用率について～

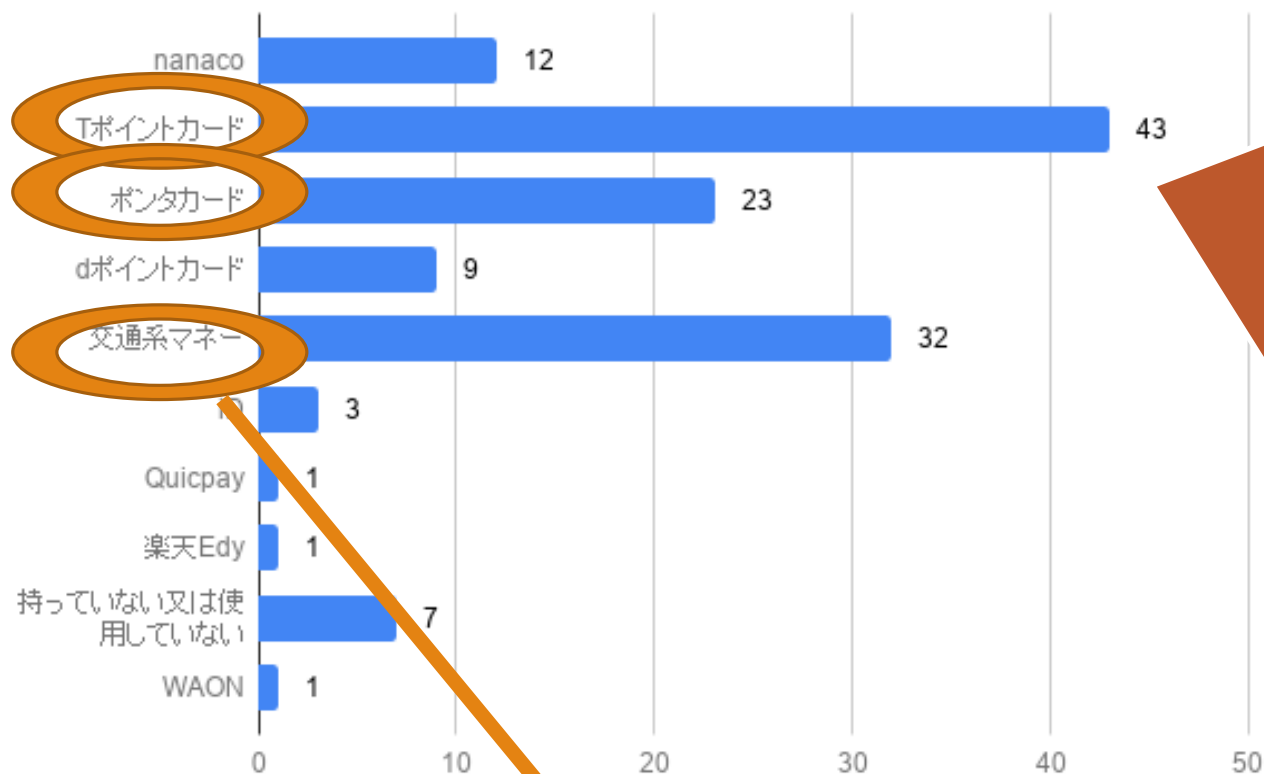


図10 アンケートQ11結果

Tポイントカード、ポンタカード、交通系マネーの割合は高い。

・ポイントカード系がカードを提示するだけで、ポイントが貯まるために利用する割合が高く占めている

・交通系マネーも鉄道やバス等のお支払いでも利用することもあり、支払いが便利であるためにコンビニでの利用率が高い

その他～アプリの利用率について～

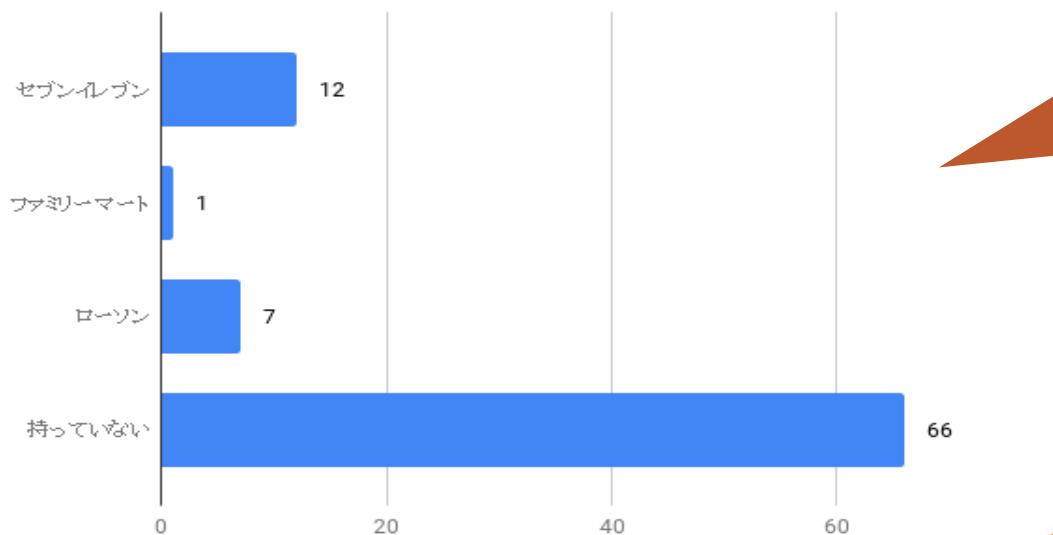


図11 アンケートQ9 結果

全体的にアプリを持っていない人が多く、認知度が低いことがわかる

仮に利用するうえで、常にクーポンがもらえることやスタンプによる商品、サービス交換ができることが望ましい

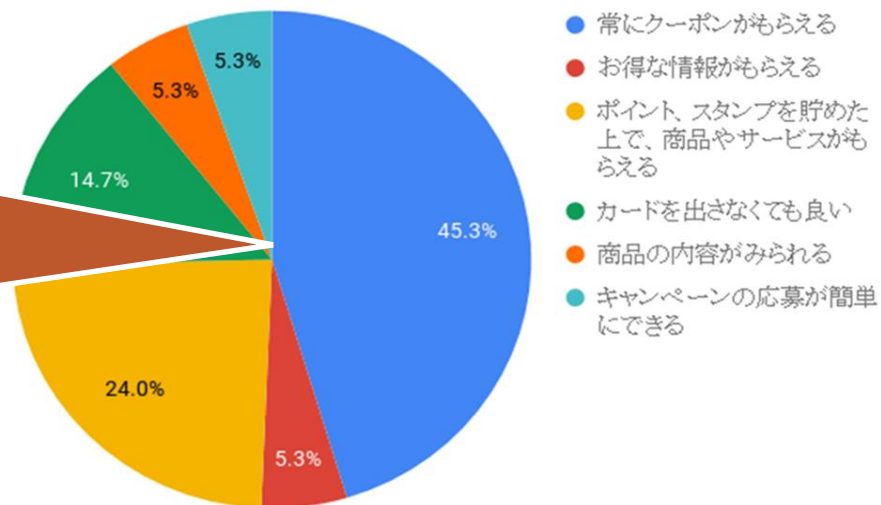


図12 アンケートQ10 結果

まとめ

仮説：場所別で顧客が求めるニーズがある

1. コレスポネンズ分析より
・学校や職場近く等で、弁当やサラダ等の商品の需要があることは確かであったが、気軽に簡単に食べられる商品が望ましいことが分かった

・反対に住宅街などでは、家庭での食事で足りない品目や軽食としてなる商品があることが望ましいと分かった

2. 因子分析より
・9つの顧客の特徴を抽出することができたが、1つの重要ポイントが商品と必ず結び付くのではなく、商品の内容として求める部分であることが分かった

・また、コレスポネンズ分析での結果と重なっている項目もあり、より信頼性の高い結果も存在した

提案

住宅街

理由: コレスポネンス分析の結果より、場所別や目的別、年代別で、求める商品が違っていたため

- ・商品の多種多様性（お菓子、アイス等）
- ・気にせず食べられる商品、軽食やサラダ、惣菜等の商品を重視

学校近く、学校構内 オフィス街等

- ・気軽に簡単に食べられる商品を増やす
- ・コスパとコンテンツの良い商品やボリューム感のある商品を置くこと

提案～考察～

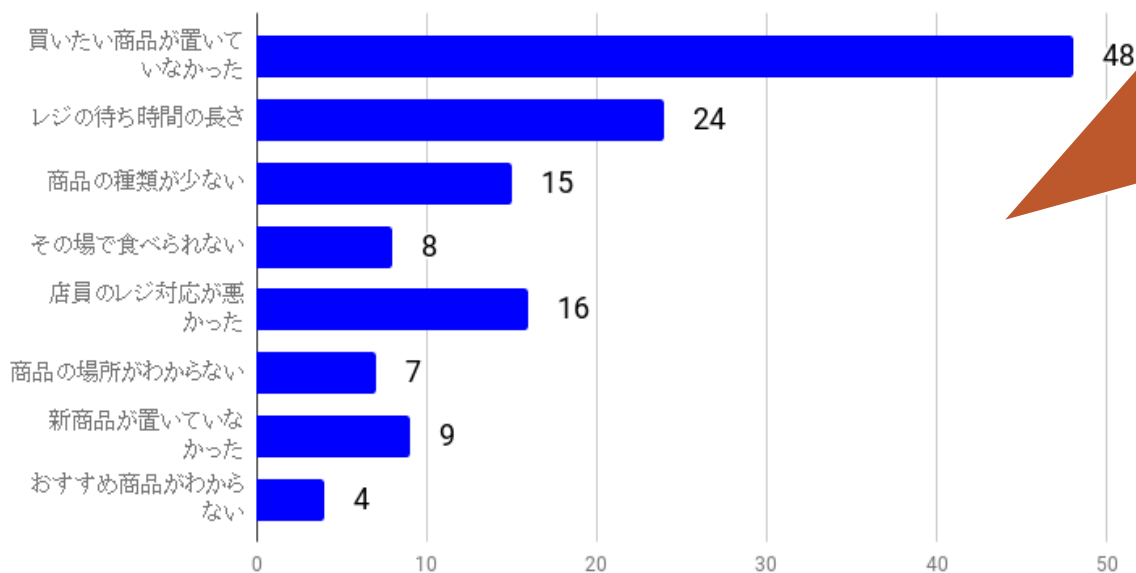


図13.アンケートQ8 結果

Q8の不満についてのアンケート回答より、買いたい商品が置いてなかったという項目に、約6割が該当していた。また関連する項目で商品の種類の少なさと新商品の項目も若干名該当していた。

・住宅街＝商品の多様性
・そのほかの場所
＝コスパとコンテンツの
良い商品を重視

それぞれに応じた
販売戦略が可能

提案～考察～

住宅街

お菓子やアイスは多種多量、
デザートや惣菜、おにぎり等は多種少量
賞味期限の長い商品を置く(購入額が限られるため)

学校近く、
学校構内
オフィス街等

弁当やサラダなど、気軽に簡単に食べられる、
コスパとコンテンツの良い商品を重視して置く
(弁当等の購入頻度が高いため)

場所ごとでこれらの戦略を行うことで、今回アンケートで行った顧客の
不満項目やコンビニ業界の問題である廃棄問題の改善が可能である

その他：
・混雑する店舗でのセルフレジ設置(レジの待ち時間短縮)
・アプリのお得なクーポンの発行頻度の増加(メリットを増やすため)

今後の課題

- ・ アンケートの全体回答数が少なかった

今回、全体回答数が83名であったため、分析結果の信頼性を増すためには、アンケートの人数を増やして、具体的である結果を出す必要がある

- ・ 30代以上の回答数が得られなかった

TwitterやFacebook等のSNSでもアンケートの実施をしたものの、少人数程度の回答であったため、アンケート調査方法をもう少し見直して、30代以上の回答が得られるよう、対策を立てる必要がある

- ・ テキストマイニングを利用した更なる記述統計

今回のアンケート調査は、主に選択制であったため、記述回答の設問を作り、テキストマイニングによる解析で、違う戦略方法も考える必要がある

参考文献

- 1.野村総合研究所 コンビニエンスストアを取り巻く環境に関する調査結果
http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoryu/convenience/pdf/001_05_00.pdf
(最終閲覧日2018/10/25)
- 2.NHK クロスアップ現代 「好調」コンビニに “異変” あり
<http://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3894/1.html> (最終閲覧日2018/10/25)
- 3.日本フランチャイズチェーン協会 コンビニエンスストア統計データ
<http://www.jfa-fc.or.jp/particle/320.html> (最終閲覧日2018/10/25)
- 4.セブンイレブン CSRレポート
http://www.7andi.com/dbps_data/template/user/SITE/localhost/res/csr/pdf/2016_17.pdf
(最終閲覧日 2018/10/25)
- 5.日本経済新聞 住宅専用地にコンビニ 建築規制を緩和へ 2018年7月21日
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO33258430R20C18A7MM8000/> (最終閲覧日2018/10/25)
- 6.J-castニュース コンビニ、飽和状態じゃなかった? 住宅街で出店緩和に賛否の声が
<https://www.j-cast.com/2016/05/30268262.html?p=all> (最終閲覧日2018/10/25)
- 7.永井 知美 「コンビニ業界の現状と課題～業界再編で寡占化進展、国内5万店時代をどう乗り切るか～」 経営センサー: Keiei sensor: 産業と経営の情報誌 (194), 16-25, 2017-07 東レ経営研究所
(最終閲覧日2018/10/25)
- 8.難波敦子,尾立純子,浅野早智子他
「コンビニエンス・ストアの利用の実態と食生活状況」 栄養学雑誌 59(3), 135-145,
2001-06 日本栄養改善学会 (最終閲覧日2018/10/25)

Appendix

Visual Mining Studio コレスポネンス分析①

実際に出たデンドログラム①

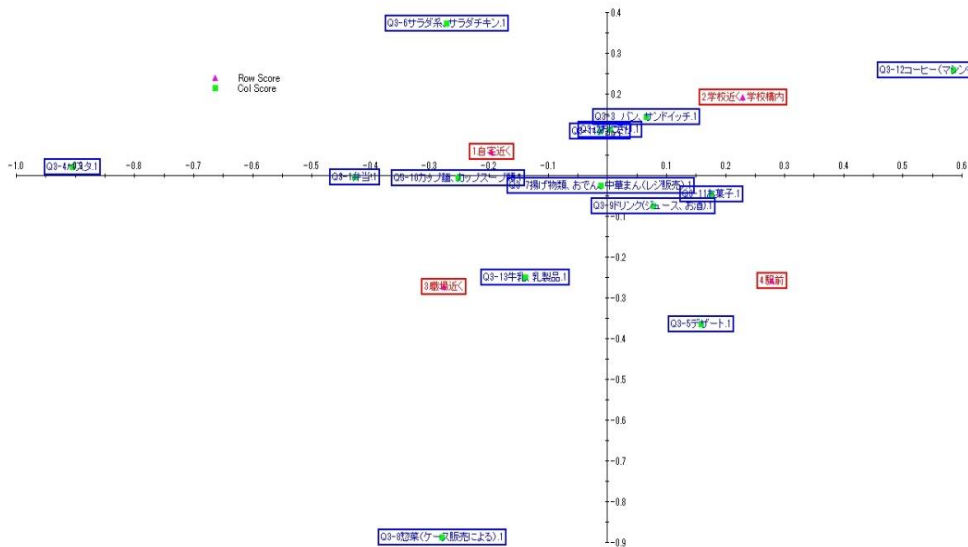


図6場所別で

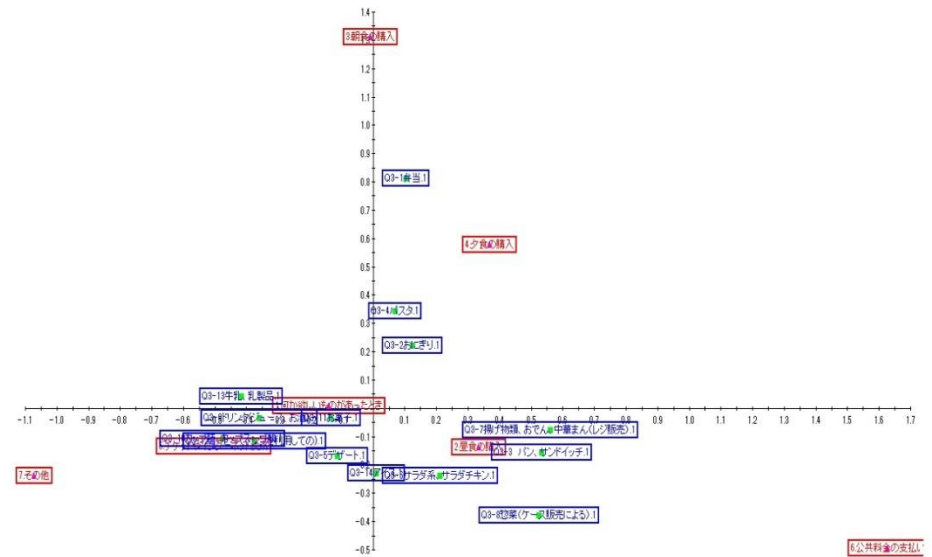


図7利用する目的別で

Visual Mining Studio コレスポネンス分析②

実際に出たデンドログラム②

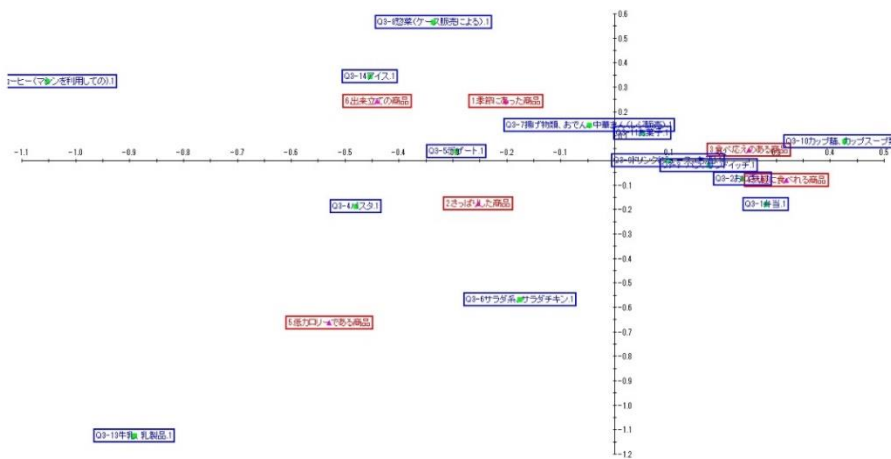


図8顧客が求める商品別で

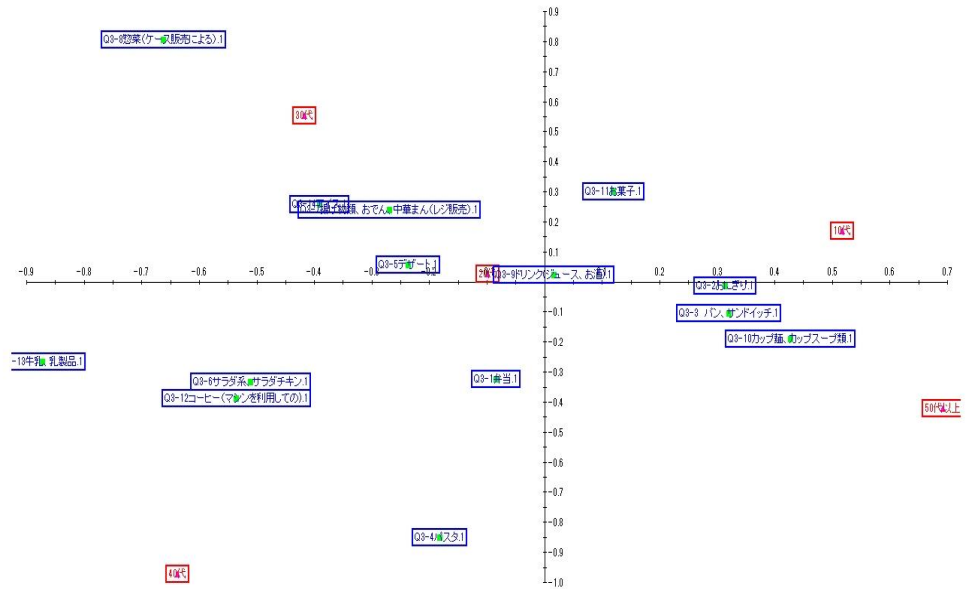


図9年代別

因子分析

Loadings:	[.1]	[.2]	[.3]	[.4]	[.5]						
弁当	0.199		0.737								
おにぎり			0.272	0.119							
パン、サンドイッチ	0.113	0.281	0.398		-0.115						
パスタ			0.322	0.644							
デザート	-0.115	0.709	0.141		0.193						
サラダ系、サラダチキン		0.169			0.213						
揚げ物類、おでん、中華まん(レジ販売)	0.416	0.346	-0.117		0.145						
惣菜(ケース販売による)	0.212		-0.133	-0.111	0.281						
ドリンク、ジュース、お酒	0.326										
カップ麺、カップスープ類	0.219		0.271								
お菓子	0.132	0.392									
コーヒー		0.157									
牛乳、乳製品		0.146			0.874						
アイス	0.175	0.547	-0.152		0.104						
値段の安さ	-0.118		-0.105	0.113	-0.187						
見た目	0.249	0.554	0.159	-0.148							
食べやすさ				-0.107	-0.111						
コストの良さ	-0.246	0.196			-0.155						
調理がいらぬ	0.597			0.117	-0.135						
その場で食べられる	0.814		0.138								
栄養バランス											
量の多さ			-0.182	0.781							

	[.6]	[.7]	[.8]	[.9]
弁当	0.653	-0.104		0.256
おにぎり	0.284	-0.248		
パン、サンドイッチ			0.134	-0.142
パスタ				
デザート				
サラダ系、サラダチキン	0.294			-0.162
揚げ物類、おでん、中華まん(レジ販売)	-0.350	0.125		-0.189
惣菜(ケース販売による)	0.150	-0.143		
ドリンク、ジュース、お酒		0.267	0.106	0.169
カップ麺、カップスープ類			0.620	
お菓子	0.205	-0.148	0.271	
コーヒー	0.597		-0.149	
牛乳、乳製品				
アイス			0.152	
値段の安さ	0.109			0.540
見た目				0.161
食べやすさ	0.624	0.127		
コストの良さ	-0.136	0.189	0.106	
調理がいらぬ			-0.232	
その場で食べられる			0.137	
栄養バランス			0.268	
量の多さ	-0.115	0.141		

属性名	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6	因子7	因子8	因子9
1 Q3.1弁当	0.199	0.074	0.737	0.021	0.021	0.053	0.077	0.121	-0.056
2 Q3.2おにぎり	0.076	0.080	0.272	0.119	0.074	0.653	-0.104	0.071	0.256
3 Q3.3 パン、サンドイッチ	0.113	0.281	0.398	-0.036	-0.115	0.284	-0.248	-0.029	0.060
4 Q3.4パスタ	0.095	-0.064	0.322	0.644	0.100	-0.041	0.017	0.134	-0.142
5 Q3.5デザート	-0.115	0.709	0.141	-0.025	0.193	0.065	0.069	-0.079	0.002
6 Q3.6サラダ系、サラダチキン	0.006	0.169	0.071	0.048	0.213	0.294	0.013	-0.034	-0.162
7 Q3.7揚げ物類、おでん、中華まん(レジ販売)	0.416	0.346	-0.117	0.041	0.145	0.047	-0.350	0.125	-0.189
8 Q3.8惣菜(ケース販売による)	0.212	0.027	-0.133	-0.111	0.281	0.150	-0.143	-0.016	0.009
9 Q3.9ドリンク、ジュース、お酒	0.326	-0.044	0.065	-0.010	-0.011	0.060	0.267	0.106	0.169
10 Q3.10カップ麺、カップスープ類	0.219	0.085	0.271	-0.066	0.003	0.100	-0.051	0.620	0.077
11 Q3.11お菓子	0.132	0.392	0.073	0.072	-0.092	-0.080	0.205	-0.149	0.271
12 Q3.12コーヒー	0.065	0.157	0.063	-0.039	0.066	0.067	0.597	-0.039	-0.149
13 Q3.13牛乳、乳製品	0.009	0.146	0.009	0.083	0.874	-0.024	0.017	0.005	-0.053
14 Q3.14アイス	0.175	0.547	-0.152	0.074	0.104	0.095	0.027	0.152	0.082
15 Q4.1.値段の安さ	-0.118	0.011	-0.105	0.113	-0.187	0.109	-0.097	0.084	0.540
16 Q4.2.見た目	0.249	0.554	0.159	-0.148	0.099	-0.032	-0.034	0.161	-0.099
17 Q4.3.食べやすさ	-0.072	0.048	-0.026	-0.107	-0.111	0.624	0.127	0.039	-0.068
18 Q4.4.コストの良さ	-0.246	0.196	-0.088	0.064	-0.155	-0.136	0.189	0.106	-0.050
19 Q4.5.調理がいらぬ	0.597	0.032	0.072	0.117	-0.135	0.097	0.047	-0.232	-0.078
20 Q4.6.その場で食べられる	0.814	0.060	0.138	-0.005	0.058	-0.043	-0.007	0.137	-0.012
21 Q4.7.栄養バランス	-0.097	0.067	-0.007	0.009	0.076	0.095	0.060	0.268	-0.041
22 Q4.8.量の多さ	-0.021	0.011	-0.182	0.781	0.045	0.018	-0.027	-0.115	0.141