

コンタクトレンズ購入店・ブランド想起率・満足度調査

インターネットより、コンタクトレンズ専門店を支持 「アイシティ」が圧倒的首位を堅持

～ コンタクトレンズ購入店に関する実態調査（2014年5月）～

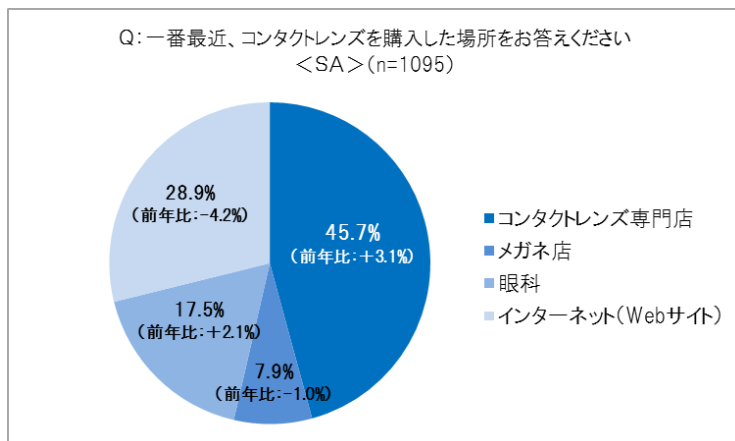
株式会社タイムカレント(東京都中央区、代表取締役社長:鎮目英大)は、2013年5月に続き「コンタクトレンズ購入店に関する実態調査(※1)」を実施した。調査対象は前回と同様、1年以内に自分用のコンタクトレンズを購入した、全国16歳～60歳の男女で、合計1095名の回答を得ている。昨年調査に比べ、1年後の現在は、購入店や購入店に対する満足度、またブランド想起率などはどの様に変化しているのだろうか。

※1 調査実施概要

有効回答数	1095名 (全国:47都道府県)
データ集計期間	2014年5月2日～5月3日
男女比	男性:37.1% 女性:62.9%
年齢	16歳～60歳 ※16～19歳:1.3%、20～29歳:16.3%、30～39歳:32.6%、 40～49歳:33.8%、50～59歳:15.2%、60歳:0.8%
調査対象	1年以内に自分用のコンタクトレンズを購入した方

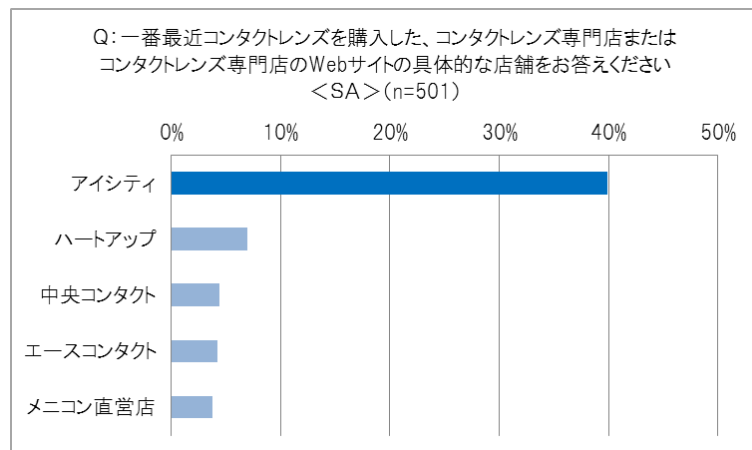
Ⅱ コンタクトレンズを購入した場所1位＝コンタクトレンズ専門店（45.7%）

はじめに、一番直近でコンタクトレンズを購入した場所を尋ねたところ、最も多かったのは昨年の調査結果と同様に「コンタクトレンズ専門店」で45.7%(昨年:42.6%)。続く「インターネット(Webサイト)」は28.9%(昨年:33.1%)、「眼科」は17.5%(昨年:15.4%)、「メガネ店」は7.9%(昨年:8.9%)とそれぞれ少数派となった。「コンタクトレンズ専門店」が最も増加(前年比:+3.1%)している反面、「インターネット(Webサイト)」と「メガネ店」は減少した。



Ⅱ コンタクトレンズ購入店利用者数 1 位＝アイシティ（39.9％）

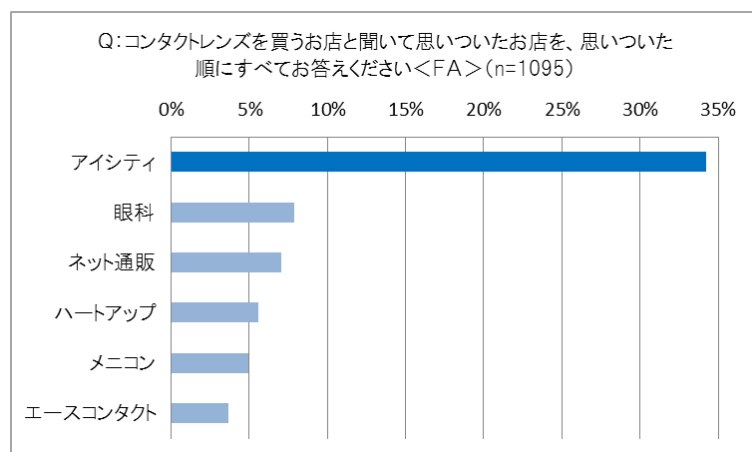
最も多かった「コンタクトレンズ専門店」での購入者に、一番直近で購入した具体的な店舗を尋ねたところ、「アイシティ」が39.9%でトップ。昨年に続き2位以下に圧倒的な差を付けて首位となった。2位は「ハートアップ」で7.0%、3位は「中央コンタクト」で4.4%、4位は「エースコンタクト」で4.2%、5位に「メニコン直営店」で3.8%といずれも1割未満。昨年に比べ、3位以下のポイントは下がり、また順位にも変動が見られた。



ちなみに「インターネット(Web サイト)」での購入者が一番直近で購入した店舗として最も多かったのは「レンズアップル」で10.4%、「メガネ店」での購入者が一番直近で購入した店舗も見てみたところ、1位は「眼鏡市場」で22.1%(昨年22.4%)。2位は「メガネスーパー」で12.8%(昨年:8.4%)という結果となった。コンタクトレンズの取扱店・購入先が多様化し、順位も変動している中、昨年に比べて利用者が増加した「コンタクトレンズ専門店」において、他者を大きく引き離し、依然4割の利用者を獲得している「アイシティ」は、コンタクトレンズ市場全体でも高い顧客利用率を維持し続けている。

Ⅱ 「コンタクトレンズ購入店」ブランド想起率 1 位＝アイシティ（34.2％）

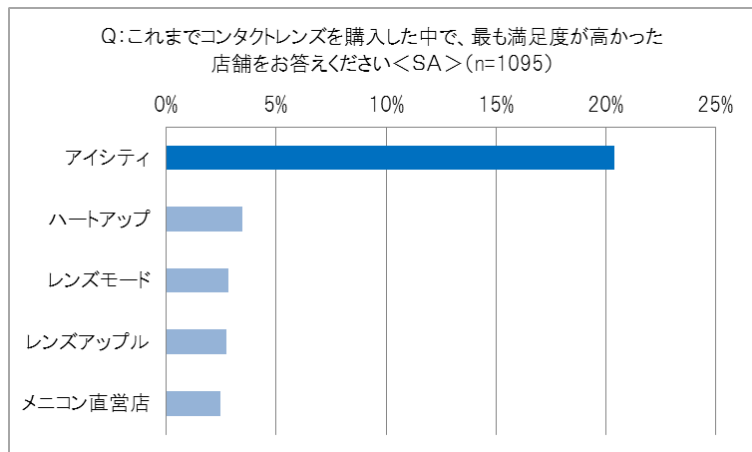
次に、「コンタクトレンズを買うお店」と聞いて、最初に思い浮かぶ店舗名を聞いてみたところ、こちらも昨年と同様、「アイシティ」が34.2%の票を獲得して1位となった。2位・3位は具体的な店舗名ではなく、「眼科(7.9%)」、「ネット通販(7.0%)」となった。2年連続で圧倒的の首位となった「アイシティ」は、昨年の27.6%から6.6ポイントも得票率を上げ、2位以下は1~2%程度変動しているに留まったことから、より「アイシティ」のブランド力が高まっている状況と言える。



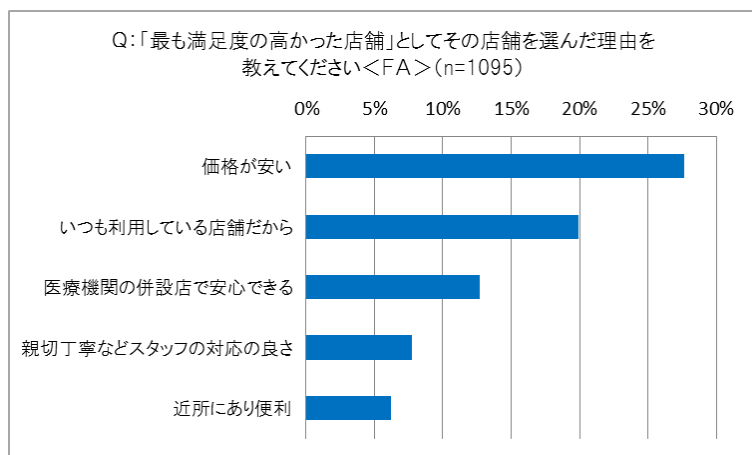
Ⅱ コンタクトレンズ購入店満足度 1 位＝アイシティ（20.4％）

最後に、これまでコンタクトレンズを購入した中で最も満足度が高かった店舗について、コンタクトレンズ専門店、メガネ店などの場所を問わず全員に尋ねたところ、1位は「アイシティ」で20.4%(昨年:19.5%)。2位は「ハートアップ」で3.5%(昨年:3.3%)、3位は「レンズモード」で2.8%、4位は「レンズアップル」で2.7%、5位は「メニコン直営店」の2.5%という結果となっ

た。この結果も昨年同様、圧倒的に「アイシティ」の人气が高く、2位以下に大差をつけて首位を獲得した。2位の「ハートアップ」は、昨年と横ばい、3位以下は「コンタクトレンズ購入店利用者数」と同様にポイントが下がり、また順位にも変動が見られた。



最も満足度が高かった購入店を選んだ理由を自由回答で聞き、回答結果をジャンル別にまとめたところ、最も多かったのは「価格が安い」で27.7%、2位は「いつも利用している店舗だから」で19.9%、3位に「医療機関の併設店で安心できる(12.7%)」、4位は「“親切丁寧”などスタッフの対応の良さ(7.8%)」、5位は「近所にあり便利(6.2%)」と続いた。



満足度上位となった店舗別に見てもほぼ同様の傾向だが、1位の「アイシティ」では「価格」「いつも利用」「親切丁寧」「近所にある」の他、「レンズや商品の種類が豊富」「店内がキレイ」「ここ에서만買わない」「Tポイントが使える」などの回答が多く、さまざまな要素の充実が顧客の満足度向上に繋がっていることがわかった。「ここ에서만買わない」の意見は2位の「ハートアップ」、3位の「レンズモード」でも挙がっていることから、初回購入で満足を得たユーザーは、ブランドスイッチをしていない様子もうかがえた。

今回の調査結果から、購入店、ブランド想起率、満足度ともに、依然として「アイシティ」への支持が高いことが確認されたが、2位以下の得票数や順位には変動が見られ、ユーザーの評価も多様化していることがわかった。今後もコンタクトレンズを使用される方は、こういった顧客の声を参考に購入店を選んでみてはいかがだろうか。

【 ニュースリリースに関するお問い合わせ 】

株式会社タイムカレント ニュースリリース担当

TEL:03-5859-5096 Mail:info@times-current.co.jp

Web:<http://www.times-current.co.jp>

このニュースリリースは株式会社タイムカレントが配信しています。