

スパコロ、「ネットスーパーに関する調査」を発表

認知率 1位はイトーヨーカドーネットスーパー。主要サービスの会員登録者の約8~9割が継続利用している。

ロイヤル顧客の反応可視化ツールを提供する株式会社スパコロ（本社：東京都港区、代表取締役社長：林 秀紀）は、1都3県に住む20~60代の女性1,660名を対象に実施した「ネットスーパーに関する調査」の結果をご報告いたします。

※調査対象サービス:イトーヨーカドーネットスーパー、イオンネットスーパー、楽天西友ネットスーパー、ダイエーネットスーパー、ライフネットスーパー、マルエツネットスーパー、Amazon フレッシュ (※順不同)

スパコロは、顧客ニーズを把握して製品・サービス変革のきっかけづくり、実現のため“自社ロイヤル顧客の意識データを可視化”するSaaSサービスを提供しています。調査結果の詳細は以下からお問合せ下さい。

【詳細結果公開 URL】<https://corp.supcolo.jp/online-supermarket/>

【サイト URL】<https://service.supcolo.jp/>

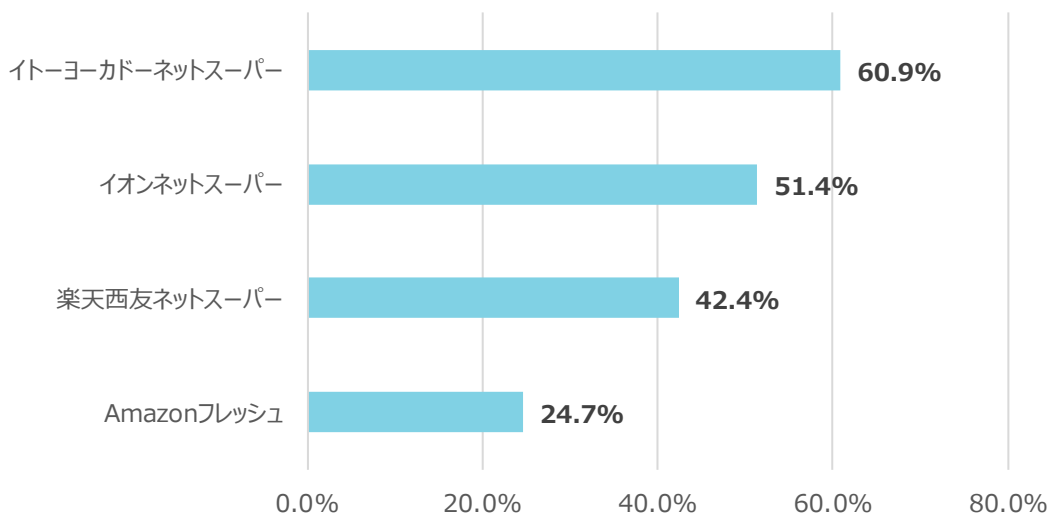
<TOPICS>

- ✓ 現在認知率はイトーヨーカドーネットスーパーがトップで、全体のうち約60%を占める。
- ✓ 認知から登録経験でユーザーの約7~8割が離脱。
- ✓ イトーヨーカドーネットスーパーの主な利用理由は品揃えや品質への信頼。これに対し楽天西友ネットスーパーは価格の安さや楽天ポイントへのメリット実感。

■ 認知率は、イトーヨーカドーネットスーパーがトップで約60%を占める。

ネットスーパーの認知率は「イトーヨーカドーネットスーパー」60.9%で1位。次いで、「イオンネットスーパー」(51.4%)、「楽天西友ネットスーパー」(42.4%)、「Amazon フレッシュ」(24.7%)という結果となりました。Amazon フレッシュは他の3サービスと違い、実店舗での顧客との接触が得られないためか、認知率が低いようです。

ネットスーパー 認知率ランキング

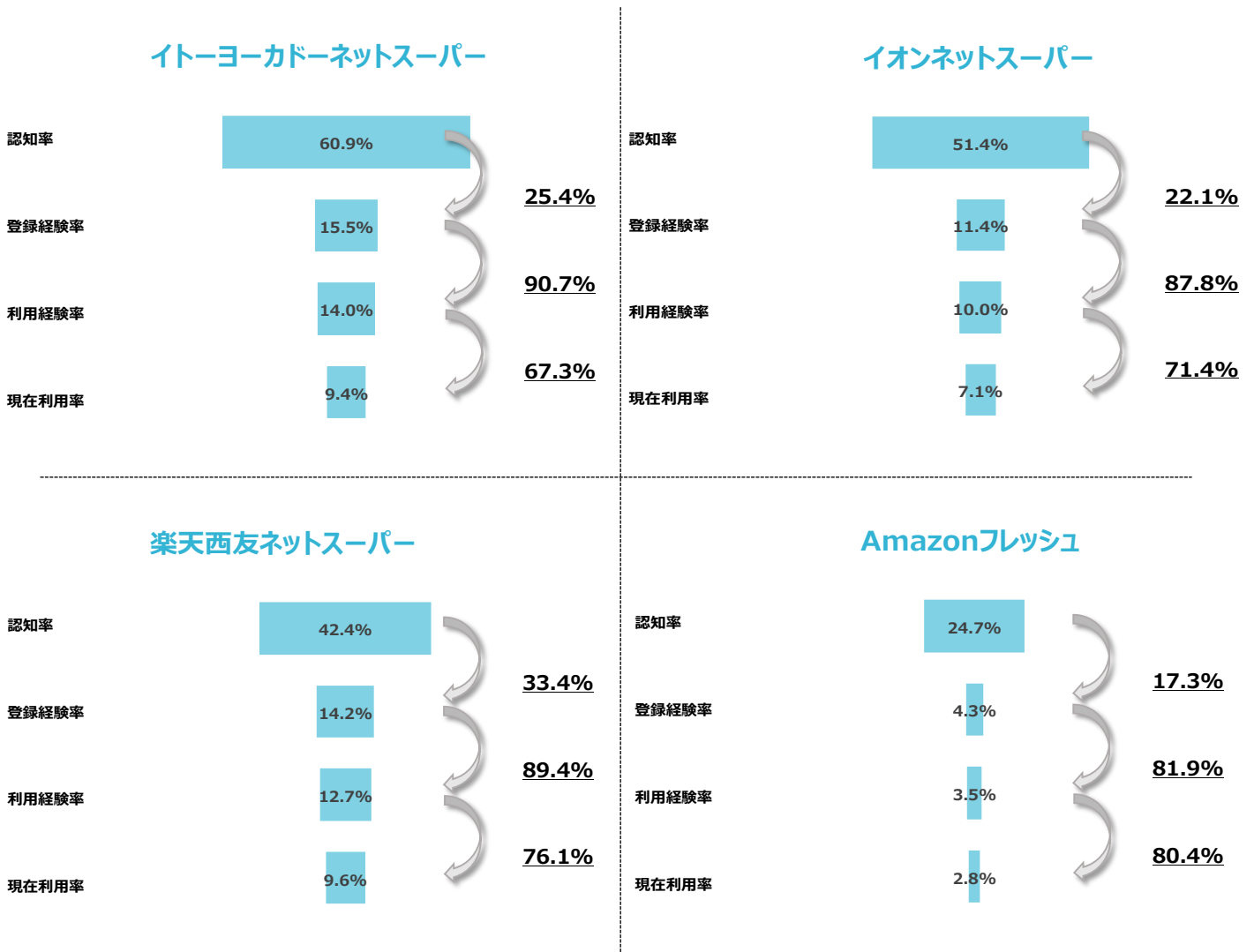


1都3県 月1回以上食品を買う20~60代女性 n=1,575
スパコロ ネットスーパーに関する調査

■全ネットスーパーにおいて、認知から登録経験でユーザーの約 7～8 割が離脱。

各ネットスーパーの認知から現在利用に到達するまでのユーザーの離脱状況は以下の図のようになりました。最も認知されているイトーヨーカドーでさえ 60.9%と、全体的な認知率の低さがうかがえます。また登録経験者に目を向けると、どのネットスーパーも認知率は高く約 60%までにしかならず、さらに認知後の会員登録のフェーズでの離脱率が約 7～8 割と大きくなってしまっています。認知を増やすこと、またいかに知っているだけの状態から会員登録に持っていかかが肝心なようです。

ネットスーパーの認知率・登録経験率・利用経験率・現在利用率の比較



1 都 3 県 月 1 回以上食品を買う 20～60 代女性 n=1,575
 Spacoro ネットスーパーに関する調査

※上記 4 サービス以外の表は、Spacoroサイトお問合せよりお求めください。

■ イトーヨーカドーネットスーパーの主な利用理由は品揃えや品質への信頼。これに対し楽天西友ネットスーパーは価格の安さや楽天ポイントへのメリット実感。

続いて、各ネットスーパー毎の利用経験者に利用した/している理由を聞き、割合で比較してみました。

まず、イトーヨーカドーネットスーパーについて見てみます。イトーヨーカドーネットスーパーの利用理由 1 位は「品揃えが良いから」(37.6%)、2 位が「商品の品質が良い、新鮮だから」(24.5%)という結果となりました。また「実際の店舗を利用していたから/利用しているから」が 24.2%と他のサービスと比べて高く出ているのも特徴的です。

続いて、楽天西友ネットスーパーは「価格が安いから」(35.6%)、「お店以外のポイントも貯まるから(dポイント、楽天ポイントなど)」(29.7%)が上位に来るなど、他のサービスとは異なる傾向の結果となりました。西友ならではの安さや楽天ポイントを貯められるところにユーザーはメリットを感じているようです。

最後に、Amazon フレッシュです。Amazon フレッシュは、特に「サイト・アプリが使いやすいから」(32.6%)、「遅い時間でも配達してもらえから」(26.7%)、「ネットスーパー限定の商品があるから」(25.9%)が、他のサービスと比べ高いことが特徴と言えます。

各社ネットスーパー 利用した/している理由

	イトーヨーカドーネットスーパー (n = 221)	楽天西友ネットスーパー (n = 200)	Amazonフレッシュ (n = 55)
品揃えが良いから	37.6%	25.8%	41.6%
サイト・アプリが使いやすいから	15.1%	16.9%	32.6%
価格が安いから	14.6%	35.6%	28.4%
遅い時間帯でも配達してもらえるから	12.1%	12.7%	26.7%
商品の品質が良い、新鮮だから	24.5%	14.6%	26.0%
ネットスーパー限定の商品があるから	14.1%	12.0%	25.9%
当日配達してもらえるから	21.8%	11.0%	25.9%
お店以外のポイントも貯まるから (dポイント、楽天ポイントなど)	13.0%	29.7%	21.5%
定期購入できる・対応しているから	5.6%	6.3%	19.6%
配達の質が良いから (配達員の対応や保冷ボックス対応など)	14.6%	8.9%	16.1%
プライベートブランドの商品に魅力があるから	21.1%	17.7%	13.9%
実際の店舗を利用していたから/利用しているから	24.2%	15.2%	0.0%

※イオンネットスーパー、ダイエーネットスーパーの表は、スパコロサイトお問合せよりお求めください。

1 都 3 県 月 1 回以上食品を買う 20~60 代女性 n = 各ネットスーパー利用経験者
スパコロ ネットスーパーに関する調査

今回の調査ではネットスーパー主要 3 社と Amazon フレッシュについてレポートしました。ネットスーパーの浸透はまだ高いとは言えない現状にあるようで、認知率が最も高いイトーヨーカドーネットスーパーでも約 6 割の認知率に留まっています。まだまだ認知率向上の余地はあると言えます。また同時に、どのネットスーパーも認知から会員登録に至るまでに約 7~8 割の人たちが離脱してしまっているため、サービスの利点などを伝えユーザーを増やすような施策を打つ必要がありそうです。

【調査概要】スパコロ『ネットスーパーに関する調査』

- 調査方法 : 1都3県 20~60代女性を対象としたインターネットリサーチ
- 調査期間 : 2021年3月17日(水)~3月18日(木)
- 有効回答数 : 1,660名
- 調査対象サービス : イトーヨーカドーネットスーパー、イオンネットスーパー、楽天西友ネットスーパー、ダイエーネットスーパー、ライフネットスーパー、マルエツネットスーパー、Amazonフレッシュ (※順不同)

スパコロは、顧客ニーズを把握して製品・サービス変革のきっかけづくり、実現のため
“自社ロイヤル顧客の意識データを可視化”する SaaS サービスを提供しています。

<https://service.supcolo.jp/>

◇本件に関するお問い合わせ先◇

株式会社スパコロ 広報室 河野 川上まで

Email : press@supcolo.jp