

報道関係者各位

2013年6月21日
ソフトブレン・フィールド株式会社

～ビール系飲料の5月の購買理由～
売れ筋上位 10 ブランドで全体の 52.4%を占める！
新発売のブランドが躍進！？

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、株式会社クレディセゾンとの共同事業として、2013年2月1日にサービスを開始した購買理由データ提供サービスのデータをもとに購買理由に関する分析レポートを報告します。

対象は、食品、飲料、日用品、医薬品、化粧品などの消費財商品約40カテゴリー。2013年6月20日時点で、購買理由データ数216,484件、会員数33,957名です。

本リリースでの分析レポートの購買対象期間は2013年4月29日～5月26日、分析対象カテゴリーは「ビール系飲料」で実施し、全国を対象に3,027レシートデータ(男性:1,251人、女性:1,776人)の回答を基に分析しました。

◆売れ筋上位 10 ブランドで全体の 52.4%を占める

ビール系飲料	2013/4/29 - 2013/5/5	2013/5/6 - 2013/5/12	2013/5/13 - 2013/5/19	2013/5/20 - 2013/5/26	月間総合	レシート数	割合 (累積)
アサヒ スーパードライ	1位	1位 (→)	3位 (↓)	3位 (→)	1位	258	8.5%
サントリー 金麦	2位	3位 (↓)	2位 (↑)	2位 (→)	2位	243	16.6%
麒麟 のどごし<生>	3位	1位 (↑)	4位 (↓)	4位 (→)	3位	226	24.0%
麒麟 澄みきり	圏外	圏外 (→)	1位 (↑)	1位 (→)	4位	156	29.2%
麒麟 一番搾り	4位	4位 (→)	5位 (↓)	5位 (→)	5位	144	33.9%
アサヒ クリアアサヒ	6位	6位 (→)	7位 (↓)	7位 (→)	6位	130	38.2%
サッポロ 麦とホップ	8位	5位 (↑)	9位 (↓)	9位 (→)	7位	119	42.2%
麒麟 淡麗グリーンラベル	5位	10位 (↓)	7位 (↑)	7位 (→)	8位	113	45.9%
トップバリュ	圏外	圏外 (→)	6位 (↑)	6位 (→)	9位	104	49.3%
サッポロ エビスビール	9位	7位 (↑)	圏外 (↓)	圏外 (→)	10位	93	52.4%
カテゴリー全体:						3,027	-

ブランド別にみると、上位5位は「アサヒ スーパードライ」が258レシート、「サントリー 金麦」が243レシート、「麒麟 のどごし<生>」が226レシート、「麒麟 澄みきり」が156レシート、「麒麟 一番搾り」が144レシートとなりました。また売れ筋上位10ブランドが全体に占める割合は、52.4%となりました。

これらランキングを週別で見ると、5月13日の週に「麒麟 澄みきり」が1位で登場し、月間総合で4位に入りました。同週にPBブランドのトップバリュも6位に入り、月間総合で9位となりました。その結果「サッポロ エビスビール」が同週より圏外となりました。

◆売れ筋主要ブランドと新ブランドの購入理由の違いが明らかに

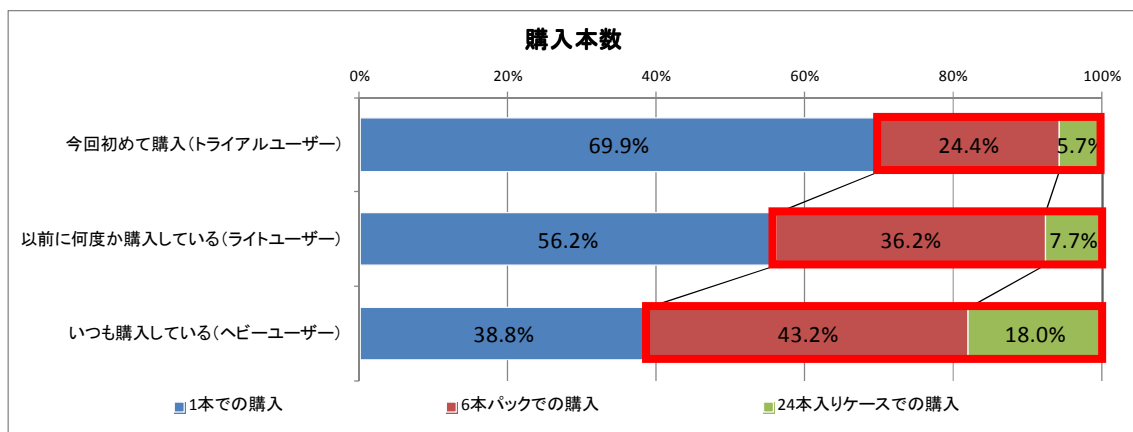
	アサヒ スーパードライ	サントリー 金麦	キリン のどごしく生>	キリン 澄みきり	キリン 一番搾り
味・香りが好み	85.3%	83.2%	78.3%	48.9%	85.6%
飲みやすい	84.1%	81.8%	78.8%	50.0%	83.0%
パッケージにひかれて	52.2%	54.1%	49.7%	61.4%	48.3%
品質が良さそう	72.2%	64.0%	63.6%	58.2%	68.1%
企業イメージがいい	70.1%	67.0%	69.0%	61.2%	66.8%
新商品だから	24.7%	28.4%	27.3%	88.5%	23.8%
素材・原材料が良さそう	56.5%	53.5%	52.8%	52.4%	56.4%
セール・割引されていた	38.0%	51.0%	47.5%	49.0%	38.0%
広告で知っていた	28.3%	34.0%	30.5%	36.1%	28.8%
売場で目立っていた	47.8%	47.2%	46.5%	54.6%	38.4%
家族が気に入っている	67.3%	65.6%	56.9%	37.5%	58.5%

売れ筋上位 5 ブランドの購入理由を見てみると、「アサヒ スーパードライ」と「キリン 一番搾り」は、「味・香りが好み(アサヒ:85.3%、キリン:85.6%)」「飲みやすい(アサヒ:84.1%、キリン:83.0%)」「品質が良さそう(アサヒ:72.2%、キリン:68.1%)」の割合が高く、「サントリー 金麦」と「キリン のどごしく生>」は、「味・香りが好み(サントリー:83.2%、キリン:78.3%)」「飲みやすい(サントリー:81.8%、キリン:78.8%)」「企業イメージがいい(サントリー:67.0%、キリン:69.0%)」の割合が高くなりました。ビール 2 ブランドと、新ジャンルの 2 ブランドでは、それぞれ同じ購入理由の割合が高くなっていることが判りました。

「キリン 澄みきり」は、「新商品だから(88.5%)」「パッケージにひかれて(61.4%)」「企業イメージがいい(61.2%)」の割合が高く、新商品ということ自体が大きな購入理由となっていることが見てとれます。

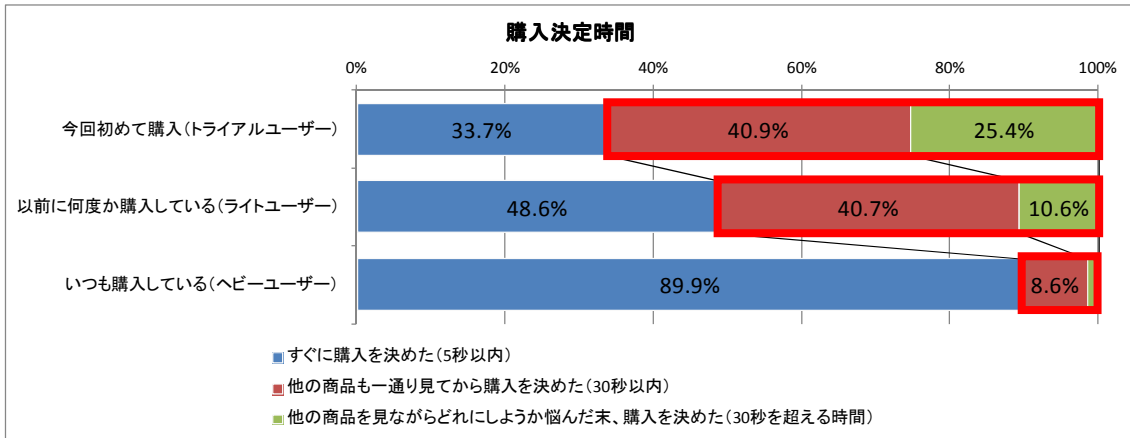
◆そのブランドの購入経験が多くなるほど、一度に多くの本数を購入している

ビール系飲料について、購入経験別に購入する本数を見てみると、「6 本パック」や「24 本入りケース」で購入の場合、「今回初めて購入(トライアルユーザー)」は 30.1%、「以前何度か購入している(ライトユーザー)」では 43.9%、「いつも購入している(ヘビーユーザー)」では 61.2%となりました。購入経験が多くなるほど、一度に多くの本数を購入している傾向が見受けられます。

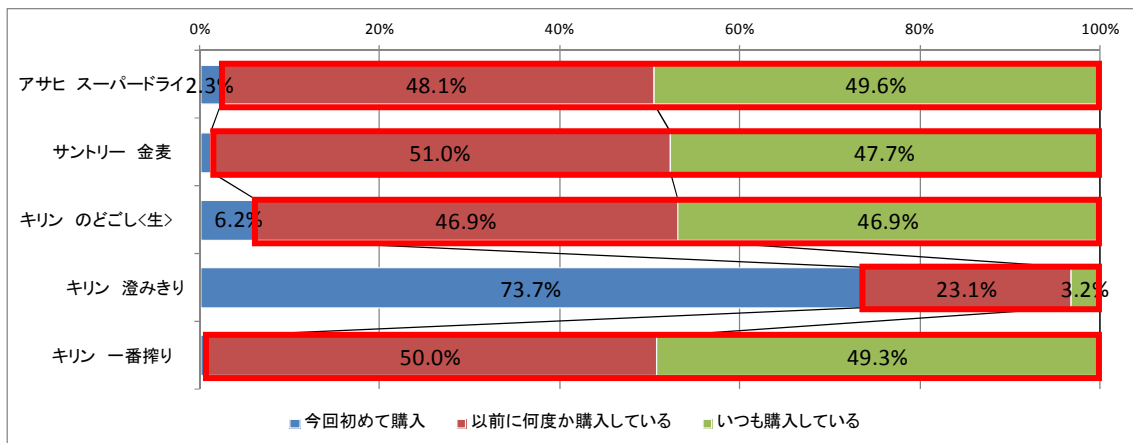


◆そのブランドの購入経験が少ないほど、購入決定に要する時間が長い

またビール系飲料の購入を決定するまでの時間を見てみると、他の商品と比較して購入した割合が、「今回初めて購入」では 66.3%、「以前に何度か購入している」では 51.3%、「いつも購入している」では 10.1%となりました。購入経験が少ないほど、購入決定に要する時間が長くなる傾向が見られました。



◆「今回初めて購入」は本数少なく、購入決定時間が長くなる



売れ筋上位 5 ブランドの購入経験の割合をみると、主力ブランドは「以前に何度か購入している」「いつも購入している」が全体の 90%以上を占め、リピーターが多くの上売を支えていることが判りました。

一方、新ブランド「キリン 澄みきり」は他の主力ブランドに比べて「今回初めて購入」の割合が 73.7%と明らかに高くなりました。前段までの結果から「キリン 澄みきり」は、時間をかけて他の商品と比較されながら、試し買いとして少ない本数で購入されていることが見てとれます。

ビール系飲料の購入者は、売れ筋商品を継続して購入する傾向が強い反面、新商品に対しても大変強い関心があることが判りました。

メーカー各社にとって、新商品を売れ筋主力ブランドに成長させるには、CMやキャンペーン等の販促策だけでなく、購入者の購入理由、購入経験、購入数(1本、パック、ケース)、買い物時間等の購買行動の微妙な変化を定期的に捉えながら、店頭演出を丁寧に改善していくことが必要になっ

ていくと思われます。

【サービス概要】

- サービス名： 購買理由データ提供サービス
- クレディセゾン「永久不滅.com」サイト上のサービス名： 『レシートで貯める』
- 購買理由収集対象者： 800万人のクレディセゾンのネット会員の内、当サービス登録会員
- 購買理由収集の方法：
 - 指定カテゴリー(約40カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告
 - 登録会員に、対価としてクレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」にてポイントを付与
- 購買理由データの販売先： 消費財メーカー
- 購買理由データの提供方法： 契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供
- 当事業の特長：
 - 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
 - 800万人のクレディセゾンのネット会員を基盤とした購買理由情報
 - 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ： <http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>
- 購買理由データ提供事業の全体図：



【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約46,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など100,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)/太田(おおた)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

戦略企画室長 柳原 千夏

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL：solution@sbfield.com