

報道関係者各位

2013年7月2日
ソフトブレン・フィールド株式会社

～炭酸飲料の5月の購買理由～
**ペットボトル 500ml以下は売れ筋 10 ブランドで全体の 64.2%、
よく候補に挙がるブランドと、よく売れているブランドは？**

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27日時点で、購買理由データ数226,481件、会員数34,548名です。

本リリースでの分析レポートの購買対象期間は4月(2013年4月1日～28日)、5月(同年4月29日～5月26日)の2カ月間、分析対象カテゴリーは「炭酸飲料」で実施し、全国を対象に4月:2743レシートデータ、5月:3,024レシートデータの回答を基に分析しました。

◆ペットボトル 500ml 以下の売れ筋上位(5月)は「三ツ矢サイダー」「オレンジーナ」「コカ・コーラ」

炭酸飲料	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
三ツ矢サイダー (アサヒ飲料)	2位	2位 (→)	3位 (↓)	1位 (↑)	1位	190
オレンジーナ (サントリー)	3位	1位 (↑)	1位 (→)	3位 (↓)	2位	176
コカ・コーラ	1位	4位 (↓)	4位 (→)	3位 (↑)	3位	163
コカ・コーラゼロ	9位	3位 (↑)	2位 (↑)	6位 (↓)	4位	134
ペプシ/ペプシネックス (サントリー)	4位	5位 (↓)	6位 (↓)	5位 (↑)	5位	126
PB(プライベートブランド)	圏外	6位 (↑)	7位 (↓)	2位 (↑)	6位	112
ファンタ (日本コカ・コーラ)	圏外	6位 (↑)	5位 (↑)	10位 (↓)	7位	97
ウィルキンソン 炭酸水/炭酸レモン (アサヒ飲料)	9位	9位 (→)	10位 (↓)	7位 (↑)	8位	89
ペプシスペシャル (サントリー)	7位	8位 (↓)	8位 (→)	圏外 (↓)	9位	88
C.C.サイダー (サントリー)	6位	圏外 (↓)	9位 (↑)	圏外 (↓)	10位	87
炭酸飲料 (ペットボトル500ml以下) :						1,965
炭酸飲料 (全体) :						3,024
炭酸飲料全体におけるペットボトル500ml以下の割合 :						65.0%

5月の炭酸飲料のペットボトル 500ml 以下の購入は、1,965レシートとなり、炭酸飲料全体の3,024レシートに対し65.0%を占めました。ブランド別にみると、1位三ツ矢サイダー(アサヒ飲料)が190レシート、2位オレンジーナ(サントリー)が176レシート、3位コカ・コーラ(日本コカ・コーラ)が163レシートとなりました。月間のレシート数を週別で見ると、4月29日から5月5日までの週は「コカ・コーラ」が、6日から12日までの週と13日から19日までの週は「オレンジーナ」が、20日から26日までの週は「三ツ矢サイダー」が1位となりました。上位含めて毎週順位に入れ替りのあることが判りました。

◆ペットボトル 500ml 以下の購入で上位 10 ブランドが占める割合は 4 月:67.7%→5 月:64.2%

4月	ペットボトル500ml以下	割合 (累積)	5月	ペットボトル500ml以下	割合 (累積)	レシート数
1位	三ツ矢サイダー (アサヒ飲料)	12.0%	1位	三ツ矢サイダー (アサヒ飲料)	9.7%	190
2位	コカ・コーラ (日本コカ・コーラ)	21.2%	2位	オランジーナ (サントリー)	18.6%	176
3位	オランジーナ (サントリー)	29.7%	3位	コカ・コーラ (日本コカ・コーラ)	26.9%	163
4位	コカ・コーラゼロ (日本コカ・コーラ)	37.3%	4位	コカ・コーラゼロ (日本コカ・コーラ)	33.7%	134
5位	ペプシ/ペプシネックス (サントリー)	44.3%	5位	ペプシ/ペプシネックス (サントリー)	40.2%	126
6位	メッツコーラ (麒麟ビバレッジ)	50.6%	6位	PB(プライベートブランド)	45.9%	112
7位	ウィルキンソン 炭酸水/炭酸レモン (アサヒ飲料)	55.9%	7位	ファンタ (日本コカ・コーラ)	50.8%	97
8位	ペプシスペシャル (サントリー)	60.2%	8位	ウィルキンソン 炭酸水/炭酸レモン (アサヒ飲料)	55.3%	89
9位	PB(プライベートブランド)	64.1%	9位	ペプシスペシャル (サントリー)	59.8%	88
10位	C.C.レモン (サントリー)	67.7%	10位	メッツコーラ (麒麟ビバレッジ)	64.2%	87
			10位	C.C.サイダー (サントリー)	-	※
				炭酸飲料全体 (ペットボトル500ml以下)	100%	1965

※レシート合計: 10位は1ブランド分のみ集計

4 月と 5 月のペットボトル 500ml 以下の順位を比較すると、三ツ矢サイダーが 1 位を堅持、オランジーナが 3 位から 2 位へ、コカ・コーラが 2 位から 3 位へと変動がありました。

また 7 位のファンタ(日本コカ・コーラ、97レシート)、10 位の C.C.サイダー(サントリー、87レシート)が新たに 10 位圏内に入りました(赤色順位)。その結果、4 月 10 位の C.C.レモン(サントリー)が、5 月は圏外となりました(灰色順位)。

レシート数の内訳を見ると、5 月は上位 10 ブランドの累積レシートが全体(1,965レシート)の 64.2%を占めています。4 月の上位 10 ブランドに占める累積レシートの割合(67.7%)から 4 ポイント下りました。

◆購入検討された割合(購入検討率)と購入した割合(購入率)の差異は「コカ・コーラゼロ」が 13.0%

5月	炭酸飲料全体 (ペットボトル500ml以下) : 【全 1965レシート】	購入 検討率	購入率	差異	購入 決定率
1位	三ツ矢サイダー (アサヒ飲料)	14.5%	9.7%	4.8%	66.9%
2位	オランジーナ (サントリー)	13.6%	9.0%	4.7%	65.7%
3位	コカ・コーラ (日本コカ・コーラ)	19.6%	8.3%	11.3%	42.3%
4位	コカ・コーラゼロ (日本コカ・コーラ)	19.8%	6.8%	13.0%	34.4%
5位	ペプシ/ペプシネックス (サントリー)	11.9%	6.4%	5.4%	54.1%
6位	PB(プライベートブランド)	6.3%	5.7%	0.6%	91.1%
7位	ファンタ (日本コカ・コーラ)	8.8%	4.9%	3.9%	56.1%
8位	ウィルキンソン 炭酸水/炭酸レモン (アサヒ飲料)	6.8%	4.5%	2.2%	66.9%
9位	ペプシスペシャル (サントリー)	6.6%	4.5%	2.1%	67.7%
10位	メッツコーラ (麒麟ビバレッジ)	6.6%	4.4%	2.1%	67.4%
〃	C.C.サイダー (サントリー)	8.9%	4.4%	4.4%	50.0%

【購入検討率= (購入検討した数÷ペットボトル500ml全体数) ×100%】

【購入率= (購入決定した数÷ペットボトル500ml全体数) ×100%】

【差異=購入検討率-購入率】

【購入決定率= (購入決定した数÷購入検討した数) ×100%】

500ml 以下のペットボトルを購入する際に、そのブランドが検討された割合(購入検討率)をみると、「コカ・コーラゼロ」が 19.8%、「コカ・コーラ」が 19.6%、「三ツ矢サイダー」が 14.5%となりました。また購入検討された割合と購入した割合(購入率)の差異は「コカ・コーラゼロ」が 13.0%、「コカ・コーラ」が 11.3%、「ペプシ/ペプシネックス」が 5.4%となりました。これらは購入候補に挙がっているものの、購入につながっていない要因があると考えられます。

一方、購入検討された中で購入決定につながった割合(購入決定率)は、「PB(プライベートブランド)」が91.1%、「ペプシスペシャル」が67.7%、「メッツコーラ(キリンビバレッジ)」が67.4%となりました。これらは購入検討されると、高い割合で購入決定につながると考えられます。

◆「味・香りが好み」「飲みやすい」が炭酸飲料購入の上位理由に

	三ツ矢サイダー (アサヒ飲料)	オレンジナ (サントリー)	コカ・コーラ (日本コカ・コーラ)
味・香りが好み	80.4%	86.8%	85.7%
飲みやすい	76.8%	85.9%	84.5%
パッケージにひかれて	60.8%	59.9%	62.6%
魅力的な商品特徴がある	65.9%	70.6%	71.6%
品質が良さそう	68.3%	61.1%	62.7%
企業イメージがいい	66.7%	59.5%	72.7%
新商品だから	45.7%	40.8%	27.9%
素材・原材料が良さそう	58.4%	53.1%	40.8%
価格がお手頃	74.6%	76.7%	69.2%
セール・割引されていた	61.7%	69.2%	51.5%
消費者キャンペーン商品・ノベルティ付き商品にひかれて	20.1%	26.4%	29.8%
売場で目立っていた	50.3%	51.3%	50.2%
家族が気に入っている	55.5%	60.5%	62.0%

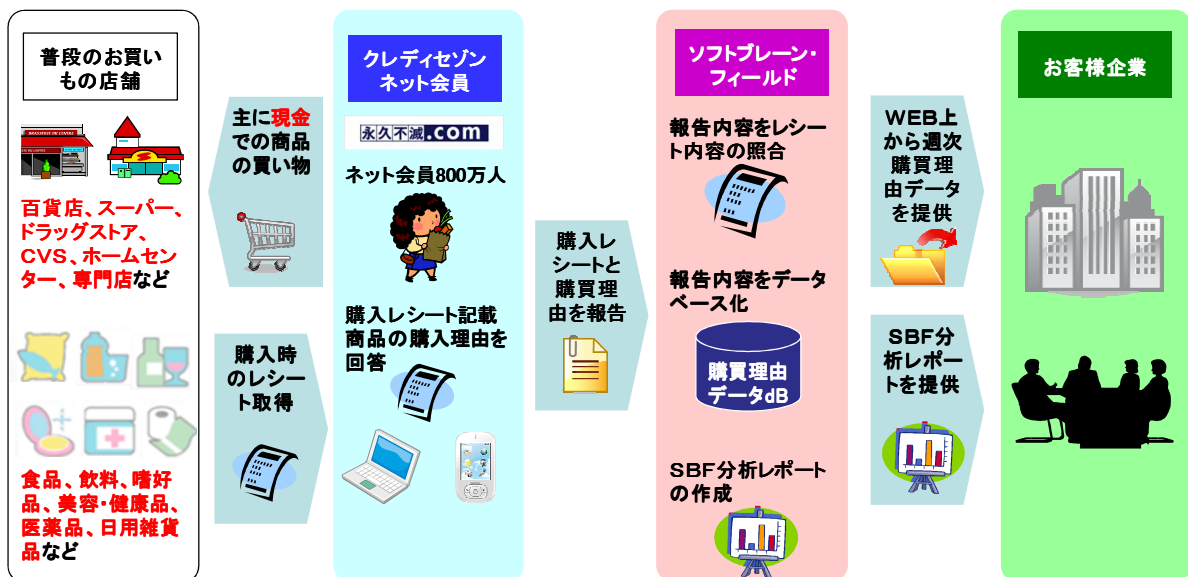
炭酸飲料 500ml 以下のペットボトルについて、上位ブランドの購入理由を高い割合から見てみると、「三ツ矢サイダー」「オレンジナ」ともに「味・香りが好み(三ツ矢サイダー:80.4%、オレンジナ:86.8%)」「飲みやすい(三ツ矢サイダー:76.8%、オレンジナ:85.9%)」「価格がお手頃(三ツ矢サイダー:74.6%、オレンジナ:76.7%)」の項目が高くなりました。「他の炭酸飲料水より割安だったのが一つ、昔からなじみのあるサイダーなので買って間違いのないもの。新しいものに手をだすより間違いのない味を求めて三ツ矢サイダーに決めた(30代・女性、三ツ矢サイダー購入)」「オレンジナは炭酸の強さがちょうど自分に合っていて気に入っているし味も好きなので選びました。値段もセールでいつもより安くなっていたので気に入りました(40代・女性、オレンジナ購入)」と、自分好みの炭酸飲料がセール等で買いやすい価格になっていたため購入につながっています。

「コカ・コーラ」も上位2項目は同じ「味・香りが好み(85.7%)」「飲みやすい(84.5%)」ですが、3番目に「企業イメージがいい(72.7%)」が高くなっています。「コカ・コーラと言う名前に引かれて購入。飲むとさわやかになるし喉越しが何ともしっくり良いと思う。並んでいる他の商品に比べ Coca-Cola の文字が目立っている(60代・男性、コカ・コーラ購入)」と、味の好みだけでなく、自分の好きな企業だから購入したというサポーター的存在がいることが判りました。

今回4~5月のレシートデータを連続して見ることで、ブランド順位が常に変動していることが見て取れます。また、ブランド別購入データの週単位の集計から、マス広告や特売企画などの販促施策が売行きや購買理由に影響していることが判りました。また各ブランドの購入検討率や購入決定率を検証した結果、競合商品を含めた購入決定までの行動プロセスが具体的に見えてきました。今後、購買理由データを分析し、経営戦略に活用する手法は、ますます必要になってくると思われます。

【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