

スーパーマーケットのイメージに関するアンケート 調査結果レポート

2006年10月

株式会社ジーコム 生活行動研究所

Marketing & Development
G:COM

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の女性

3. 調査時期

平成18年8月31日(木)～9月6日(金)

【標本構成】

年代

	件数	構成比
20代	37	21.6%
30代	73	42.7%
40代	46	26.9%
50代以上	15	8.7%
合計	171	100.0%

職業

	件数	構成比
会社員	42	24.6%
公務員・団体職員	5	2.9%
会社役員	1	0.6%
自由業・自営業	6	3.5%
パート・アルバイト	44	25.7%
専業主婦	66	38.6%
無職	2	1.2%
その他	5	2.9%
合計	171	100.0%

居住地

	件数	構成比
福岡都市圏	148	86.5%
それ以外	16	9.4%
不明	7	4.1%
合計	171	100.0%

未既婚

	件数	構成比
未婚	44	25.7%
既婚	127	74.3%
合計	171	100.0%

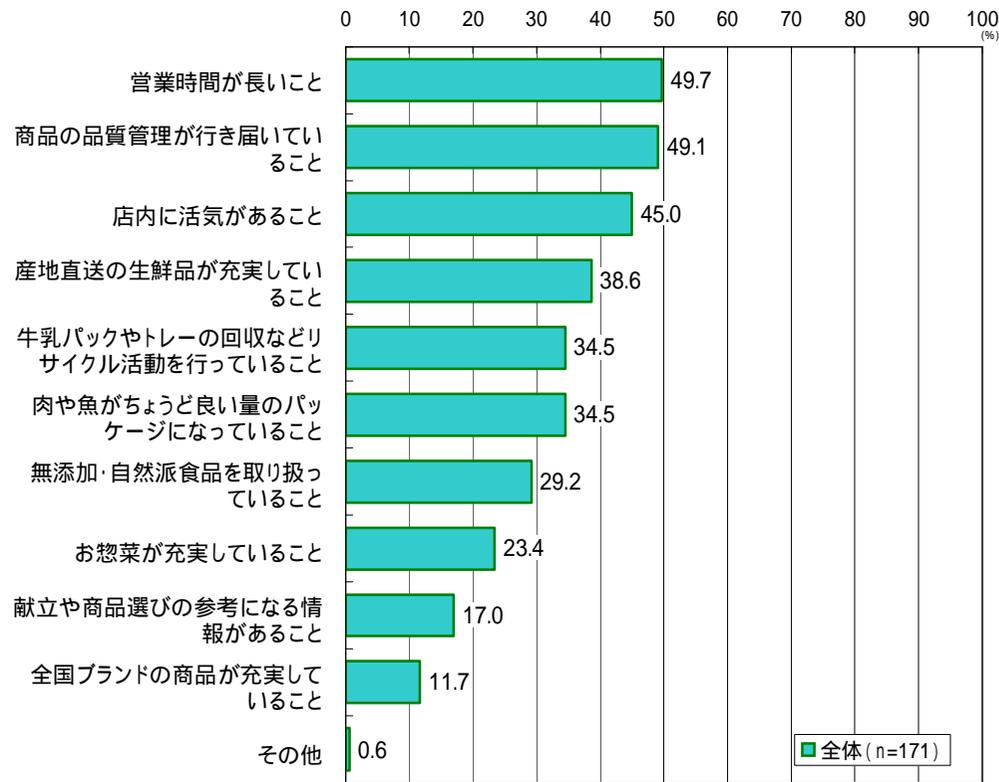
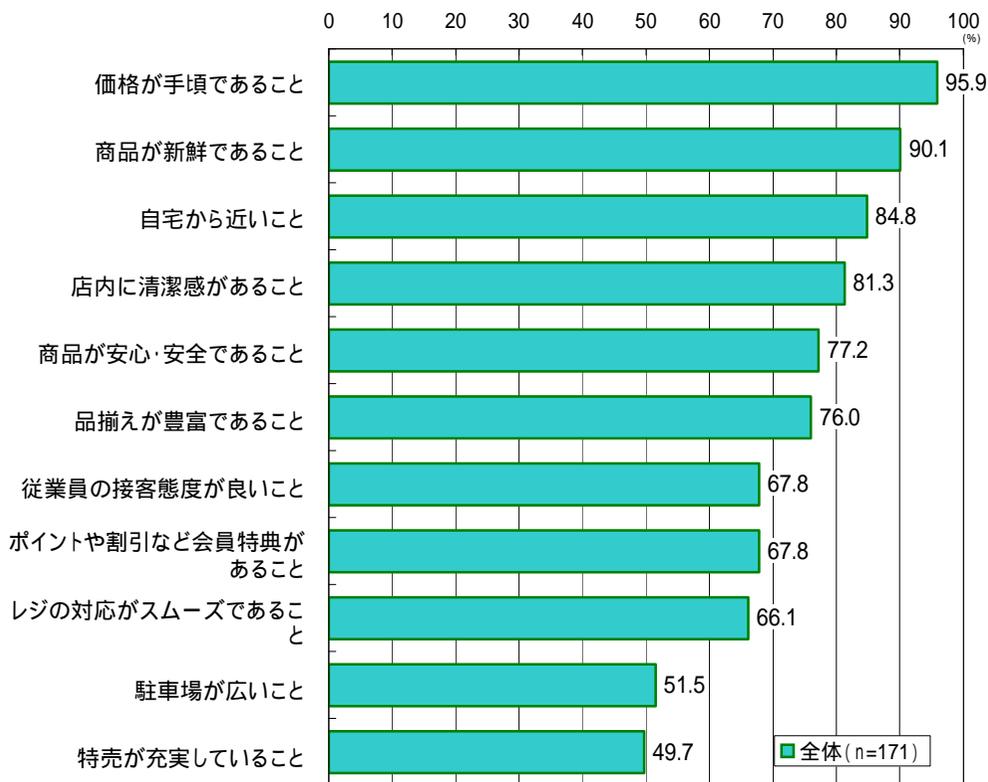
【報告書の見方】

本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。
 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
 報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. スーパーマーケット利用の際の重視点

スーパーマーケットを利用する際に重視することは、1位が「価格が手頃であること」で95.9%、2位以下は「商品が新鮮であること」90.1%、「自宅から近いこと」84.8%、「店内が清潔であること」81.3%、「商品が安心・安全であること」77.2%の順になっている。

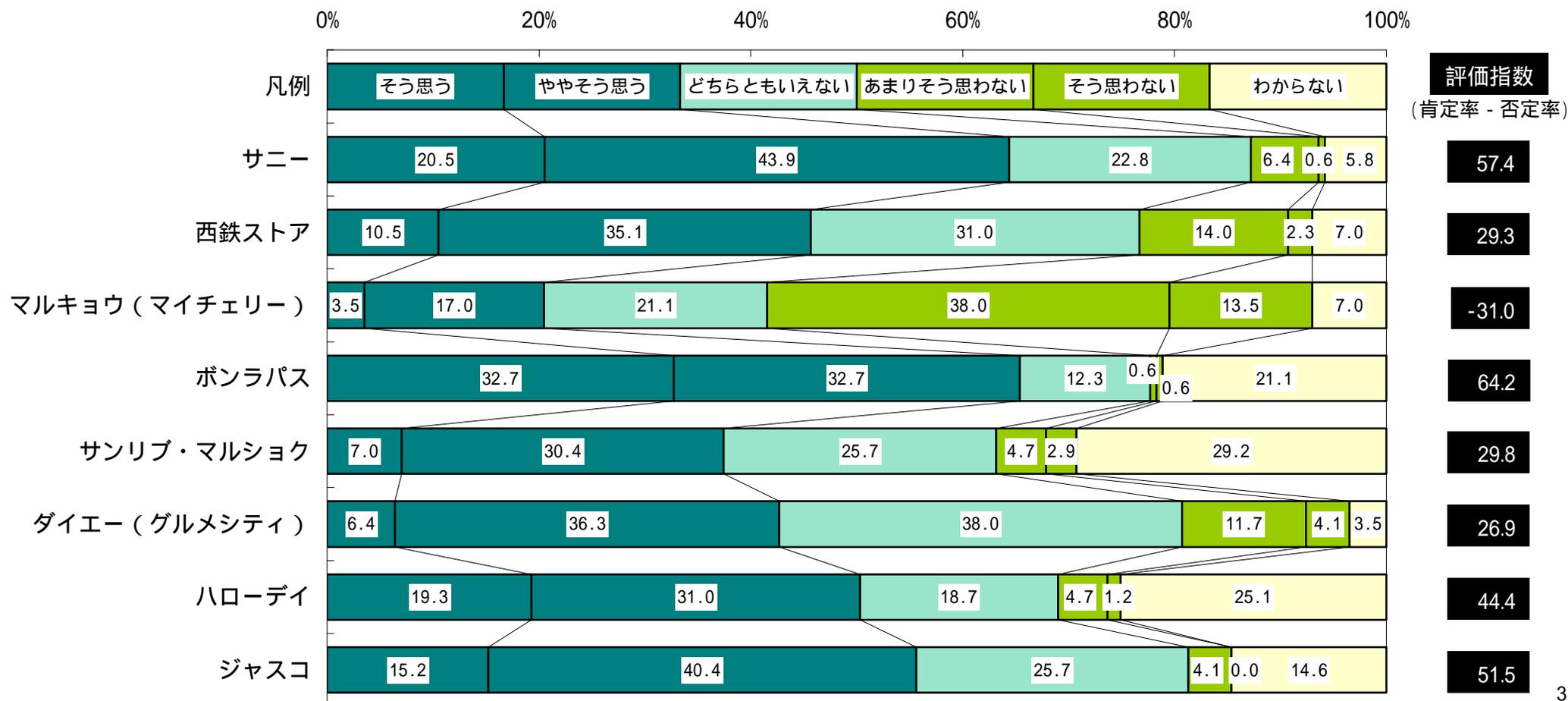
スーパーマーケットを利用する際に重視すること【複数回答】



2. 商品が新鮮なスーパーマーケット

商品鮮度が高いイメージのあるスーパーマーケットを尋ねたところ、肯定率(「そう思う」+「ややそう思う」)が最も高かったのは「ボンラパス」65.4%で、続いて「サニー」64.4%、「ジャスコ」55.6%の順になっている。

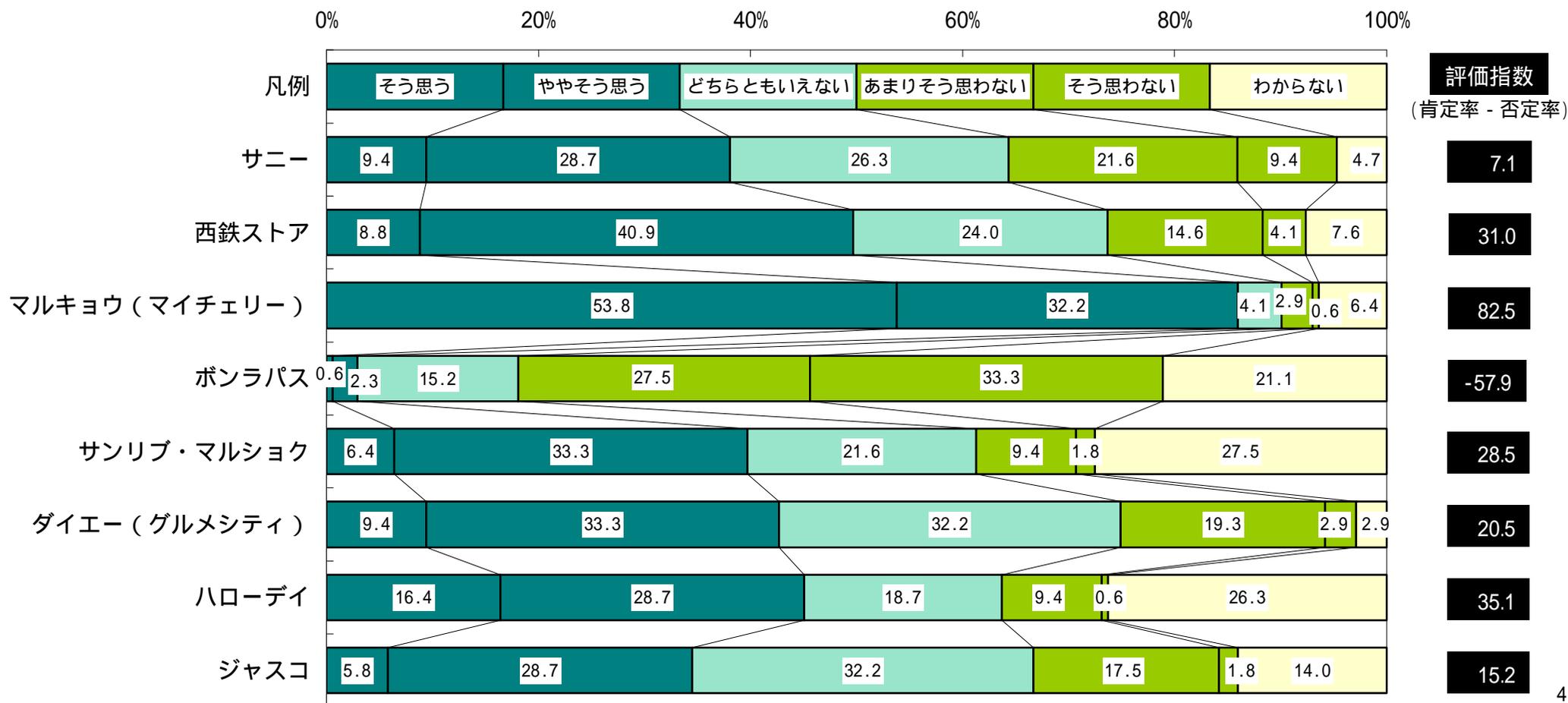
商品が新鮮なイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



3. 価格が手頃なスーパーマーケット

価格が手頃なイメージのあるスーパーマーケットでは、「マルキョウ」の肯定率が86.0%と突出して高く、続いて「西鉄ストア」49.7%、「ハローデイ」45.1%の順になっている。

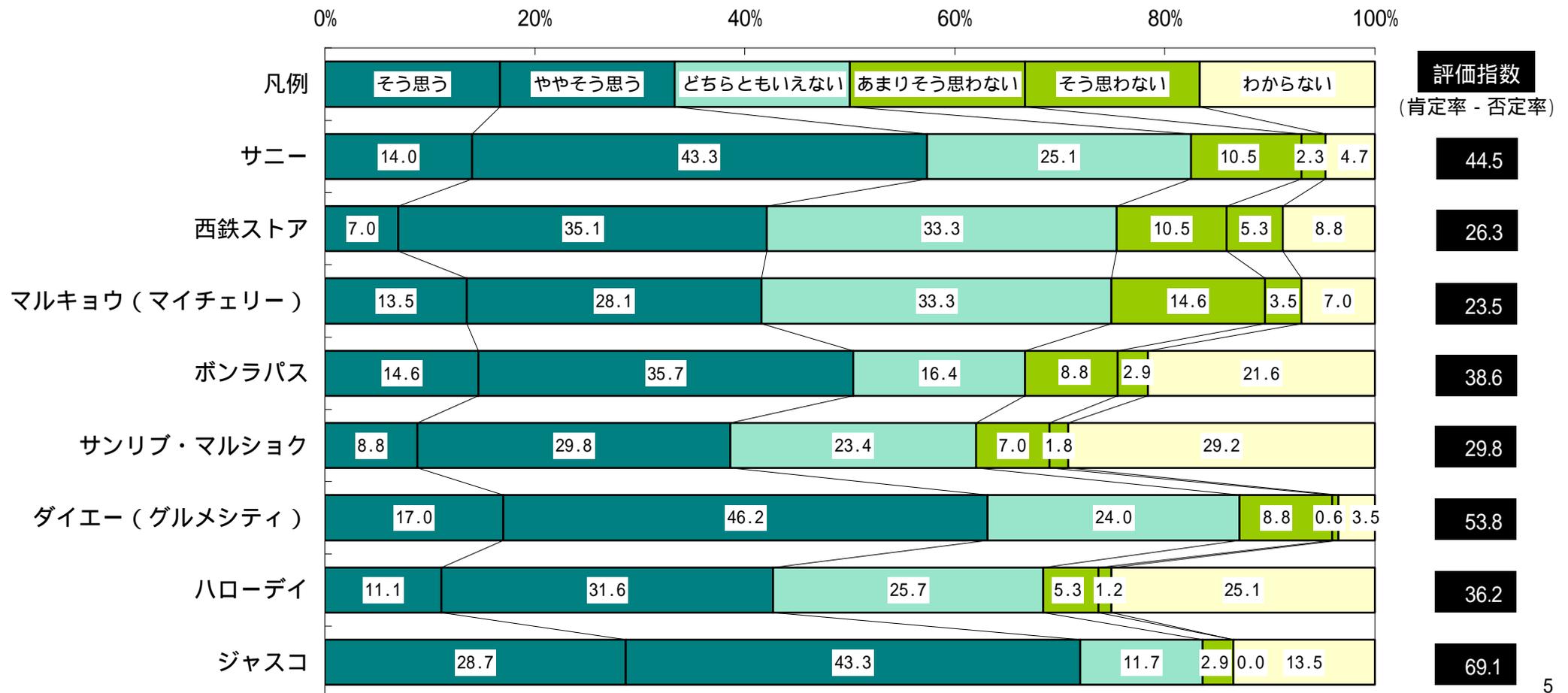
価格が手頃なイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答 (n = 171)】



4. 品揃えが豊富なスーパーマーケット

品揃えが充実しているイメージのあるスーパーマーケットは、「ジャスコ」の肯定率が72.0%で最も高く、続いて「ダイエー（グルメシティ）」63.2%、「サニー」57.3%となっている。

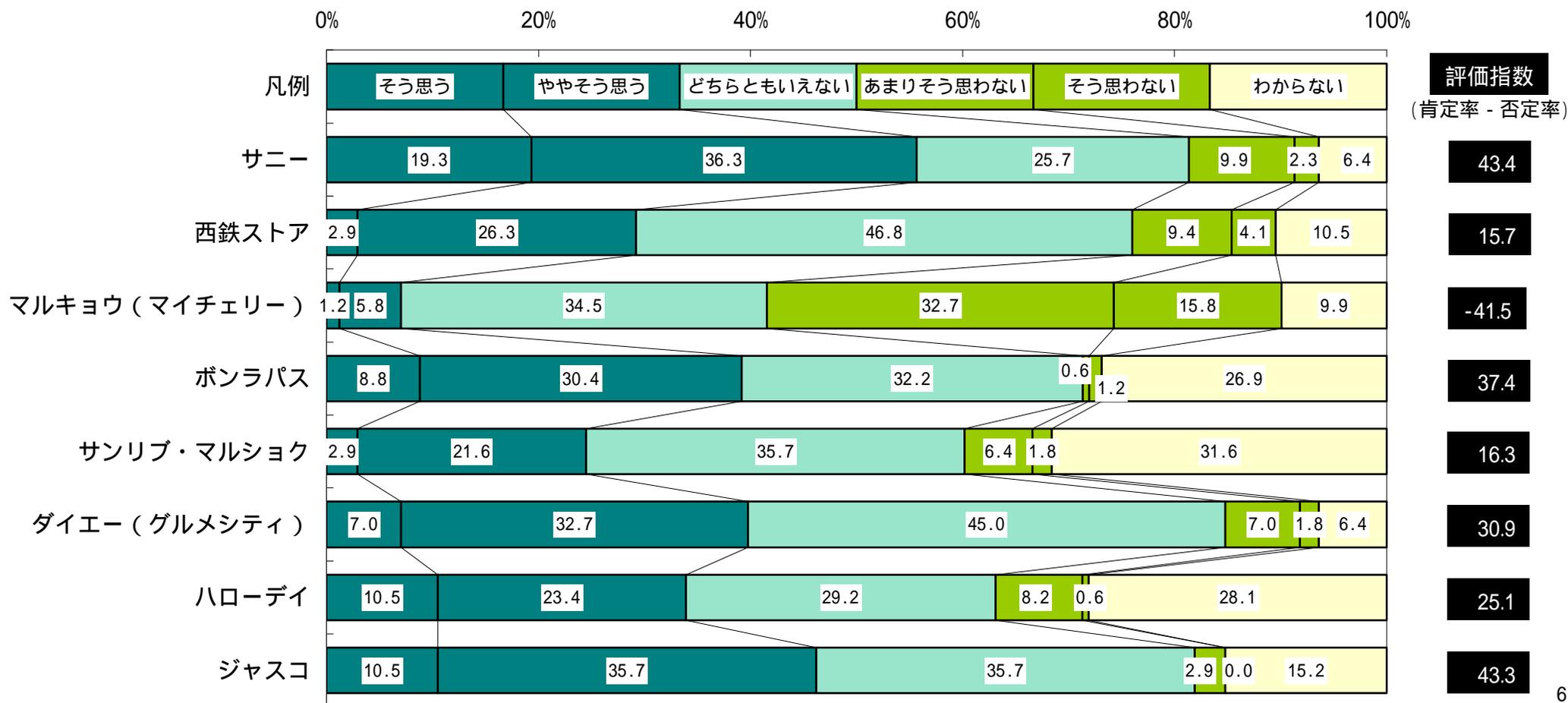
品揃えが豊富なイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答 (n = 171)】



5. 従業員の対応が良いスーパーマーケット

従業員の対応や印象が良いイメージのあるスーパーマーケットは、「サニー」の肯定率が55.6%で最も高く、続いて「ジャスコ」46.2%、「ダイエー(グルメシティ)」39.7%の順になっている。

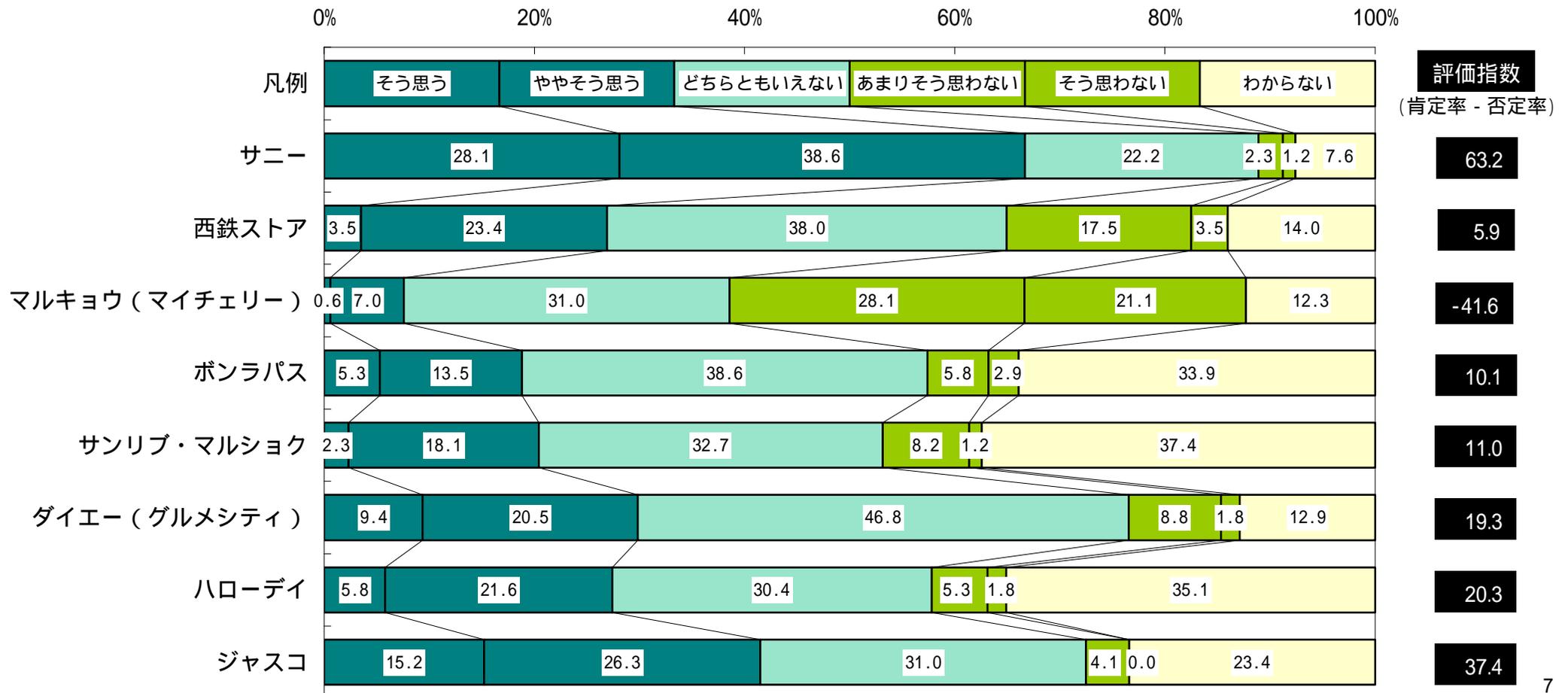
従業員の対応が良いイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



6. 環境意識の高いスーパーマーケット

リサイクルや資源の有効活用に積極的なイメージのあるスーパーマーケットは、「サニー」の肯定率が66.7%で最も高く、続く「ジャスコ」41.5%、「ダイエー（グルメシティ）」29.9%」を大きく引き離している。

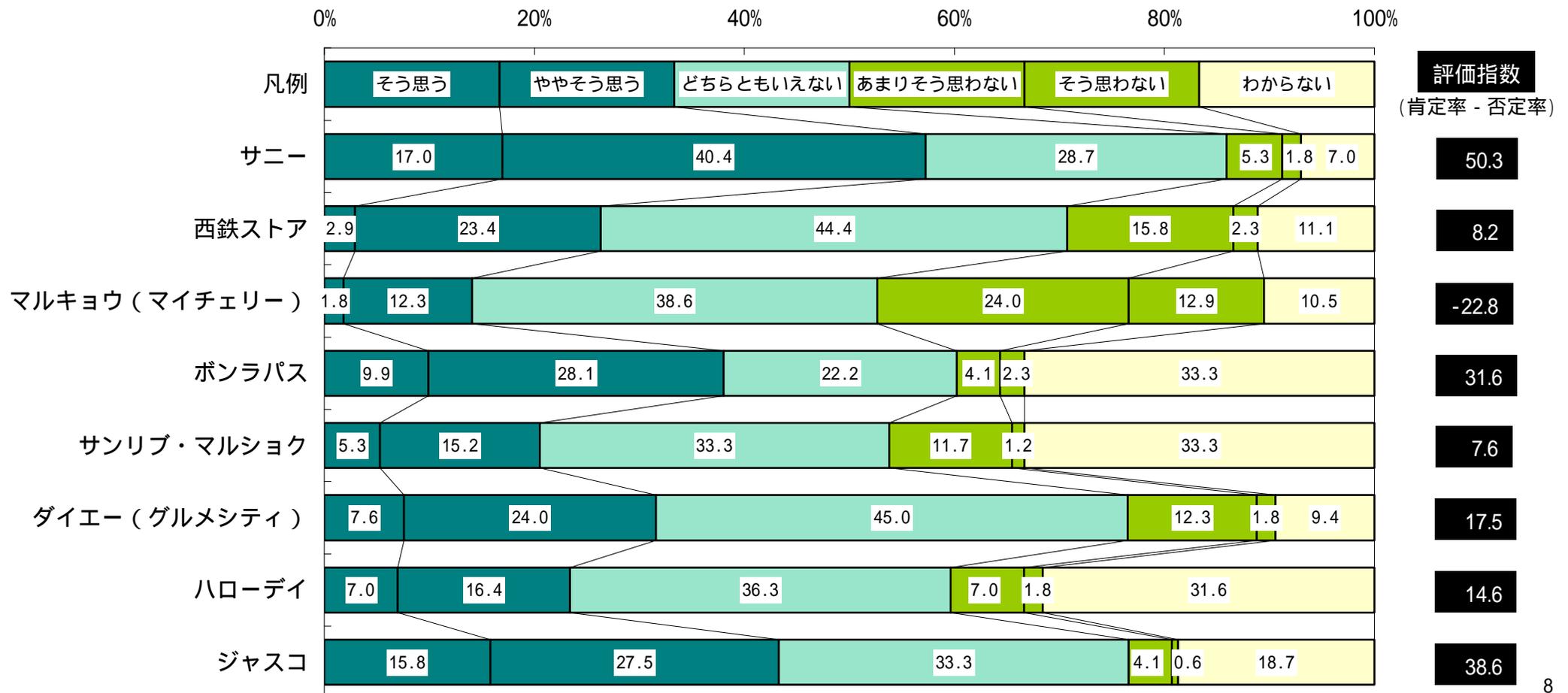
環境に対する意識が高いイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答 (n = 171)】



7. 広告イメージの良いスーパーマーケット

広告のイメージが良いスーパーマーケットは、「サニー」の肯定率が57.4%で最も高く、続いて「ジャスコ」43.3%、「ボンラパス」38.0%の順になっている。

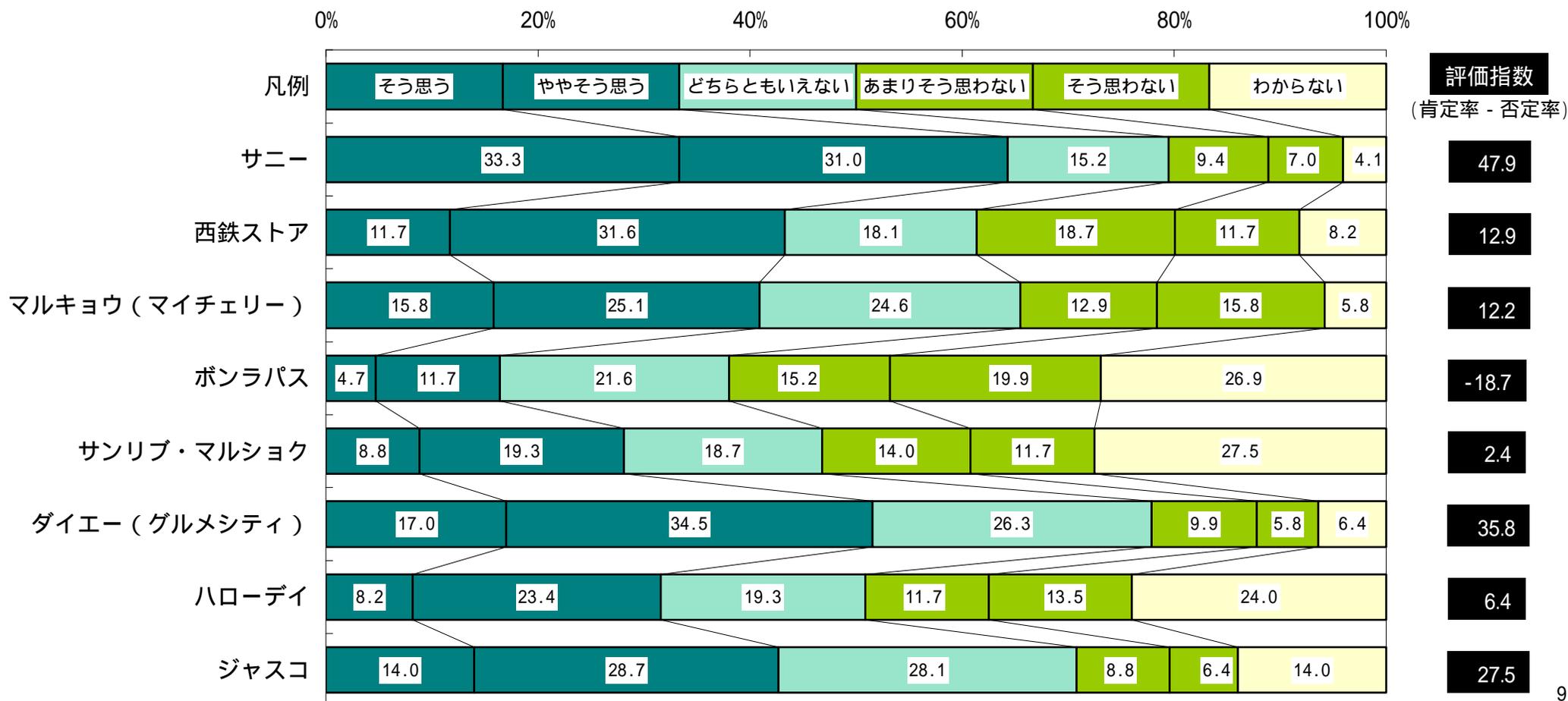
広告のイメージが良いスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



8. 広告をよく見るスーパーマーケット

広告をよく見るスーパーマーケットは、「サニー」の肯定率が64.3%で最も高く、続いて「ダイエー(グルメシティ)」51.5%、「西鉄ストア」43.3%の順になっている。

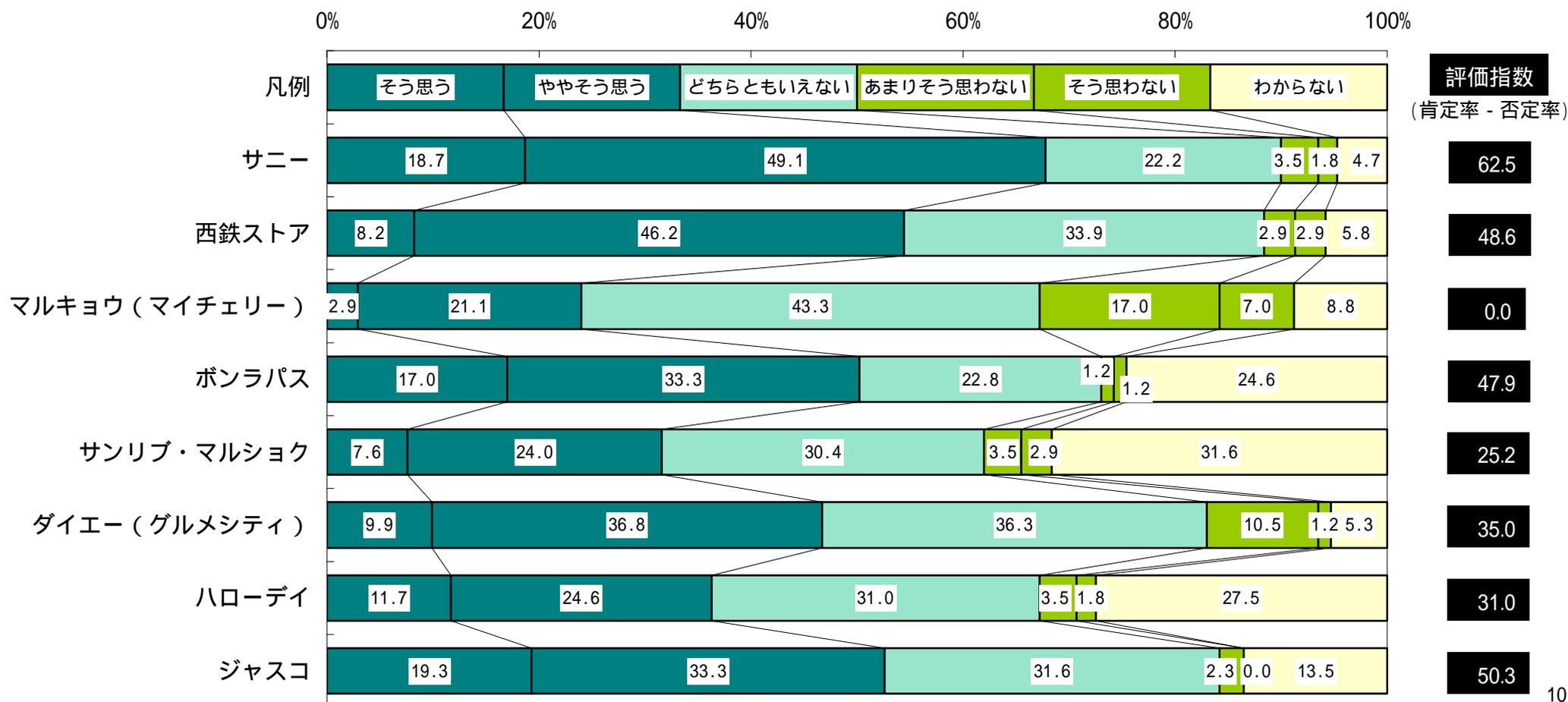
広告をよく見るスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



9. 信頼できるスーパーマーケット

信頼できるイメージのあるスーパーマーケットを尋ねたところ、「サニー」の肯定率が67.8%で最も高く、続いて「西鉄ストア」54.4%、「ジャスコ」52.6%の順になっている。

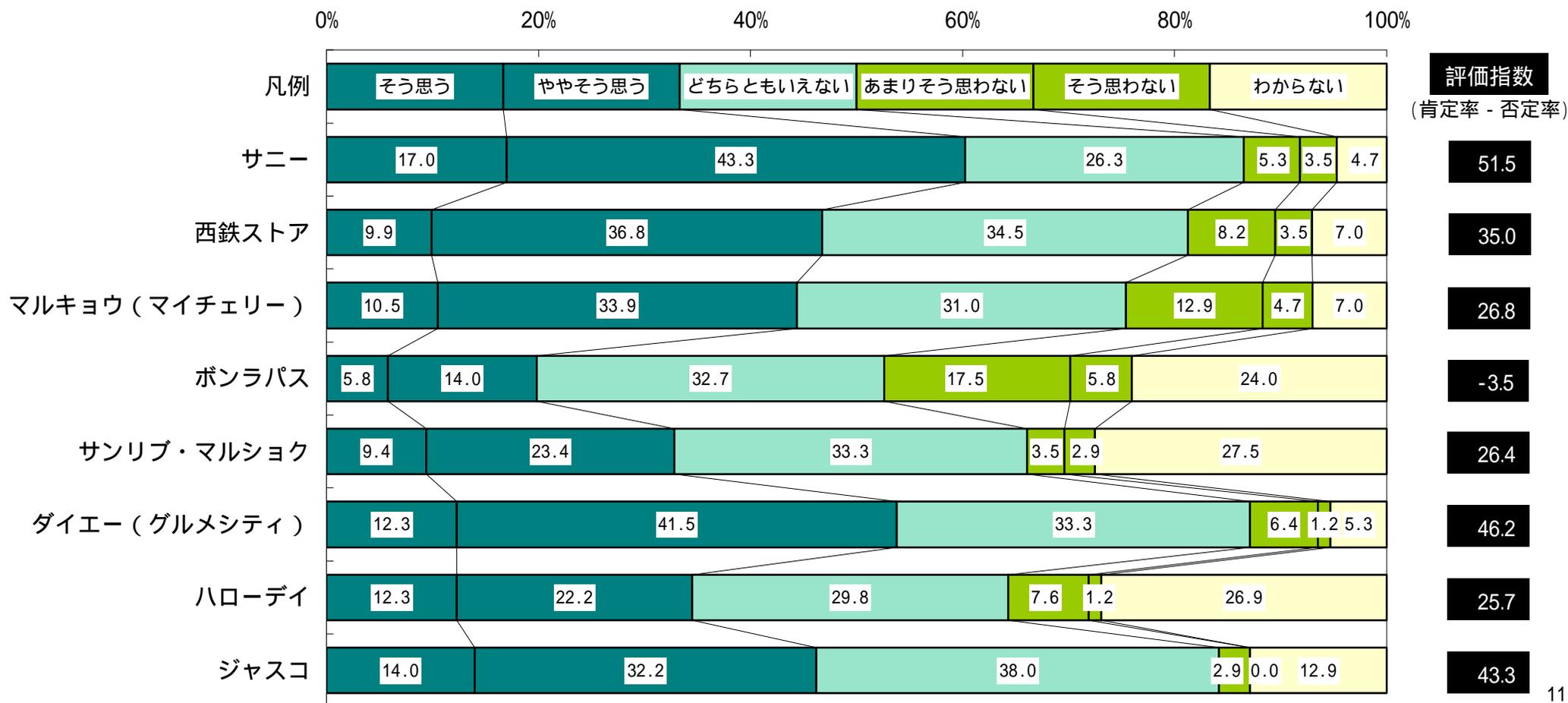
信頼できるイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答 (n = 171)】



10. 親しみやすいスーパーマーケット

親しみやすいスーパーマーケットは、「サニー」の肯定率が60.3%で最も高く、続いて「ダイエー(グルメシティ)」53.8%、「西鉄ストア」46.7%の順になっている。

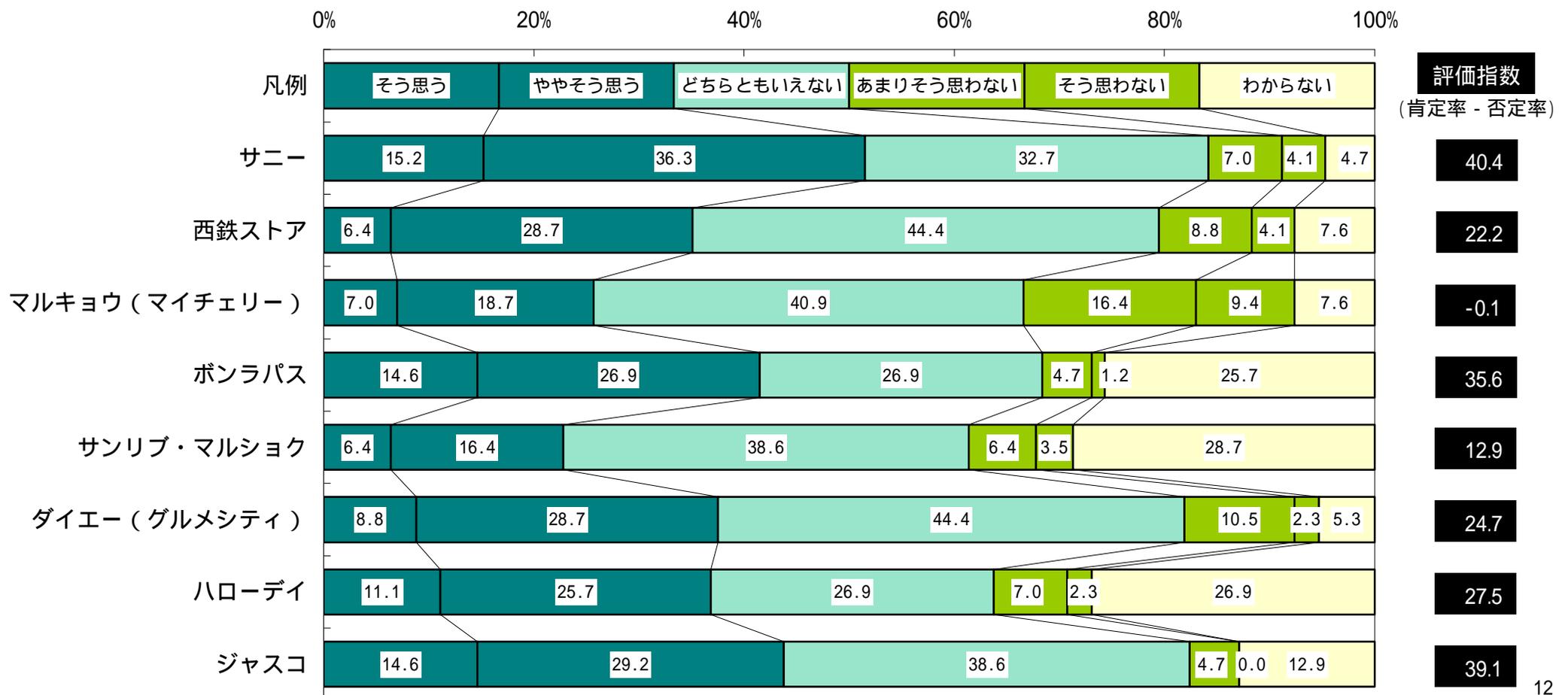
親しみやすいイメージのあるスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



11.好きなスーパーマーケット

好きなスーパーマーケットでは、「サニー」の肯定率が51.5%で最も高く、続いて「ジャスコ」43.8%、「ボンラパス」41.5%の順になっている。

好きなスーパーマーケット【それぞれ単一回答(n = 171)】



12. 総合評価

前ページまでに掲載した「鮮度」から「好意度」までの10項目における各スーパーマーケットの評価指数(肯定率 - 否定率)を一覧にすると、「サニー」が7項目においてトップに上がっており、総合的に高い評価を得ていることがわかる。一方、「マルキョウ(マイチェリー)」は「価格」以外での評価が総じて低く、6項目で最下位となっている。

評価指数一覧表

	鮮度	価格	品揃え	接客	リサイクル	広告イメージ	広告接触	信頼感	親しみやすさ	好意度
サニー	57.4	7.1	44.5	43.4	63.2	50.3	47.9	62.5	51.5	40.4
西鉄ストア	29.3	31.0	26.3	15.7	5.9	8.2	12.9	48.6	35.0	22.2
マルキョウ(マイチェリー)	-31.0	82.5	23.5	-41.5	-41.6	-22.8	12.2	0.0	26.8	-0.1
ボンラパス	64.2	-57.9	38.6	37.4	10.1	31.6	-18.7	47.9	-3.5	35.6
サンリブ・マルシヨク	29.8	28.5	29.8	16.3	11.0	7.6	2.4	25.2	26.4	12.9
ダイエー(グルメシティ)	26.9	20.5	53.8	30.9	19.3	17.5	35.8	35.0	46.2	24.7
ハローデイ	44.4	35.1	36.2	25.1	20.3	14.6	6.4	31.0	25.7	27.5
ジャスコ	51.5	15.2	69.1	43.3	37.4	38.6	27.5	50.3	43.3	39.1

* 各項目中、ピンクの網掛けは評価指数1位、ブルーの網掛けは最下位。