



モスバーガー、店舗の魅力で2年連続総合首位に！

26万人が評価！来店意向、購入・利用意向ではザ・ダイソーがトップ

「ストア戦略サーベイ2014」発売

2014年5月9日
株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村 良)は9日、全国26万人以上の消費者が、小売業・飲食業の店舗/施設の魅力度「場力(ばぢから)」を評価した「ストア戦略サーベイ」の2014年版レポートを発売しました。

「ストア戦略サーベイ」は小売業や飲食業のお客様の「来店行動」や「購買行動」に焦点をあて、店舗/施設の魅力度を総合的に評価する年1回の調査です。今回も20業種360ブランドを測定しました。

評価の基準となったのは、来店意向、購入・利用意向、推奨意向、時間消費プレミアム(その店舗/施設で過ごす時間を特別だと思ふか)という4つの視点で、総合評価は4視点のスコアから算出した売り場の魅力度を表す独自指標「場力 PQ(知覚指数)」を用いています。評価に参加したのは全国の消費者約26万7千人です。調査内容の一部は5月9日付の日経MJ(流通新聞)で紹介されています。

「ストア戦略サーベイ」の結果ハイライト

- 場力 PQ は「モスバーガー」が2年連続総合首位に。他人に薦めたい「推奨意向」が圧倒的高評価。
- 2位は昨年に続き「ザ・ダイソー」。「来店意向」と「購入・利用意向」はモスバーガーを抑えて1位。
- 東京オリンピックの招致決定やソチオリンピックの効果もあってか、スポーツショップが躍進。「mont-bell」、「アシックス」、「アルペン」などが大幅にランクをあげました。

>> 詳しくは、こちらをご覧ください。

<http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/store/?20140509a>

「ストア戦略サーベイ」の特長は

- ◎ 消費者が自社の店舗/施設をどう評価しているか、他店舗と比べた総合的な魅力度が分かる。
- ◎ 場力 PQ に加え、51項目に渡る店舗/施設の具体的な魅力点を「売場作り」「接客サービス」「プロモーション活動」など8つの指標に数値化、集客につながる具体的なポイントが分かり、現状課題の把握や取り組み状況の確認、競合企業との比較ができる。
- ◎ 自社の潜在顧客に訴えかけ、競合ブランドに勝つブランディングプロモーションに役立つ。

■ ご提供方法: 報告書およびCD-ROM、分析内容別に3タイプ

■ 本体価格: 350,000円より

店舗/施設の魅力を高め、集客につなげる具体的な施策作りに、ぜひご活用ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

営業本部 担当: 岡・中谷

TEL: 03-5296-5181 (平日9:00~18:00)

FAX: 03-5296-5124

E-Mail: store_brand@nikkei-r.co.jp