

2004年10月25日

報道用資料

初のコンビニエンスストア顧客満足度調査で、セブンイレブンが首位

2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワーアジア・パシフィック（本社 東京都港区、蓮見南海男社長、略称 J.D. パワー）は、2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査の結果を発表した。

当調査はコンビニエンスストアチェーンの顧客満足度を調べたもので、今回初めて実施した。全国の18歳～64歳までの男女を対象に、2004年8月に実施、直近1ヶ月間に利用したコンビニエンスストア（1～2店舗）について3,959人から回答を得た。

今回の満足度調査から、コンビニエンスストアの顧客満足度は6つのファクターで構成されていることがわかった。それらは重要度順に「店員」（27%）、「店舗」（21%）、「イメージ」（19%）、「弁当・惣菜類」（品揃え/充実度）（17%）、「アクセス性」（8%）、「各種商品・サービス」（品揃え/充実度）（7%）となっている（カッコ内は構成比）。

セブンイレブン、満足度を構成する6ファクターのうち5つにおいてトップ

顧客満足度ランキングでは、調査対象となった11チェーン中、CSIスコア（Customer Satisfaction Indexスコア。1,000点満点で算出した満足度指数）で618ポイントを獲得し、セブンイレブンが第1位になった。セブンイレブンは6つのファクターのうち5つにおいて11チェーン中で最も高い評価を得た。特に「イメージ」、「店員」、「弁当・惣菜類」での評価の高さが目立っている。これらのファクターの詳細項目では“弁当・惣菜・調理パン類の味”、“その店舗/チェーンのコマーシャルの印象の良さ”、“その店舗/チェーンの評判”に対する評価が他のチェーンに比べて高い。

第2位には602ポイントでミニストップが入った。ミニストップは全てのファクターにおいて、業界平均を上回った。中でも「弁当・惣菜類（品揃え/充実度）」と「各種商品・サービス（品揃え/充実度）」の評価が高い。ミニストップに対する印象・イメージとして「良いオリジナル商品がある」と回答した割合が高かったことから、ミニストップの顧客は商品やサービスに対する満足度が高いことがわかる。

第3位には593ポイントでサークルKが入った。「アクセス性」の評価の高さが、総合満足度の高さにつながっている。詳細項目別には“駐車場・駐輪場の利用しやすさ”の評価が業界平均を大きく上回っている。

第4位には592ポイントの評価を受けたローソンが入った。「イメージ」の評価が業界平均を上回っている。

第5位のサンクスは591ポイントで、ファクター別には「店員」の評価が高い。詳細項目別には“店員の対応の明るさ”と“店員の態度・言葉づかい”において、他のチェーンを上回っている。

店員の接客対応が顧客満足度に大きく影響

顧客が利用する店舗を選ぶ際には、利便性が重要な要因となる傾向が高いが、一度利用した店舗を再度利用するかどうかは、実際の利用経験に基づく満足感が大きく影響していることが調査結果から明らかになった。利用した店舗を「今後も主に利用したい」と答えた顧客の総合CSIスコアは平均して高い(699ポイント)。一方、「今後は利用したいと思わない」と答えた顧客の総合CSIスコアは低く(472ポイント)。顧客満足度と店舗の再利用意向が密接に結び付いていることがわかる。

また、顧客満足度を構成する6つのファクターの中では「店員」への満足度が総合満足度に対して最大の影響力を持つことがわかった。コンビニエンスストア経営においては地の利や商品力が注目されがちだが、顧客の満足度を向上させるためには、店員によるきめ細かく行き届いた接客対応が非常に重要であるといえる。

年齢層により違う、コンビニエンスストアに対する要望

また、年齢層が高くなるにつれて「行政サービスの取次」、「地域コミュニティへのサービス」、「健康・安全を意識した弁当・惣菜の充実」などへの要望が強くなる一方、「雑誌・書籍の充実」や「電子マネー」などに対する要望は弱くなる傾向にあることが、今回の調査結果からわかった。飽和状態にあるコンビニエンスストア業界において、より一層の事業強化・拡大を図るためには、各顧客層にあわせた綿密な商品・サービス開発や店舗作りが必要といえる。

<株式会社J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社はJ.D. パワー・アンド・アソシエイツ(略称JDPA、本社米国カリフォルニア州)の日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株)J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野

住所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル8F (〒105-0001)

電話： 03-3459-1865

FAX： 03-3459-1810

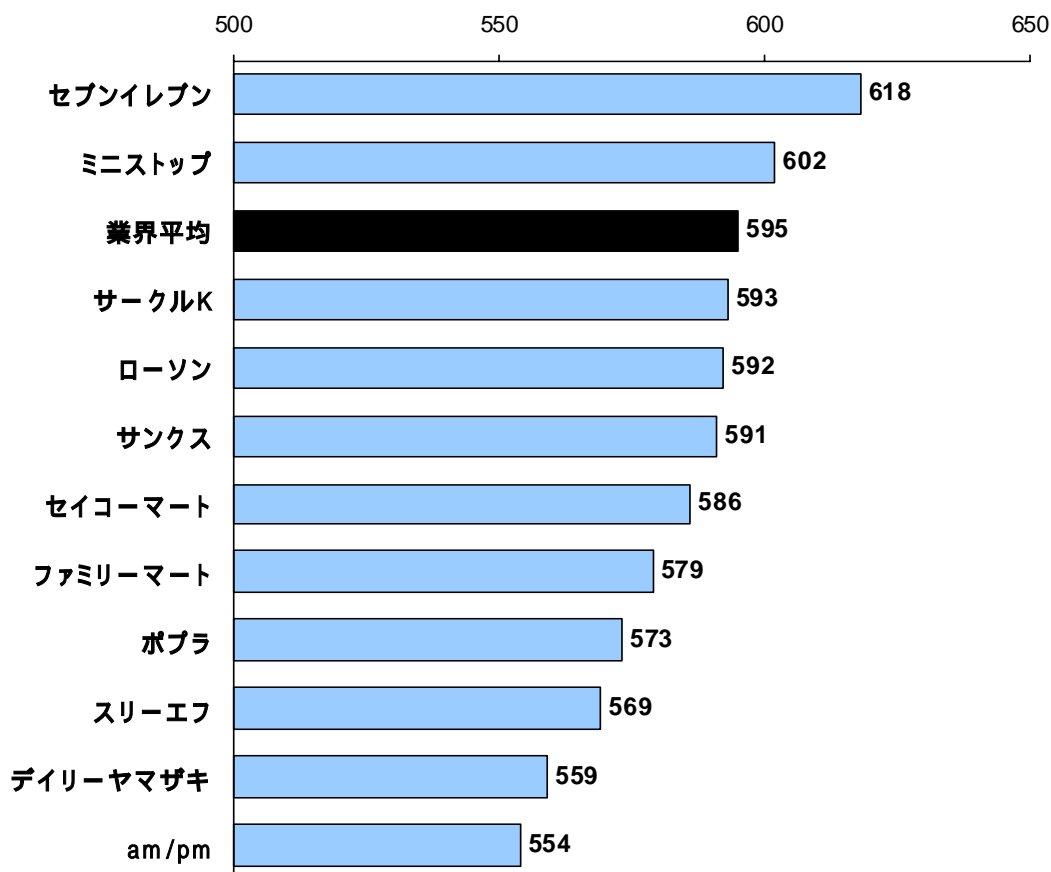
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可なく本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査SM

顧客満足度総合ランキング (1,000ポイント満点)



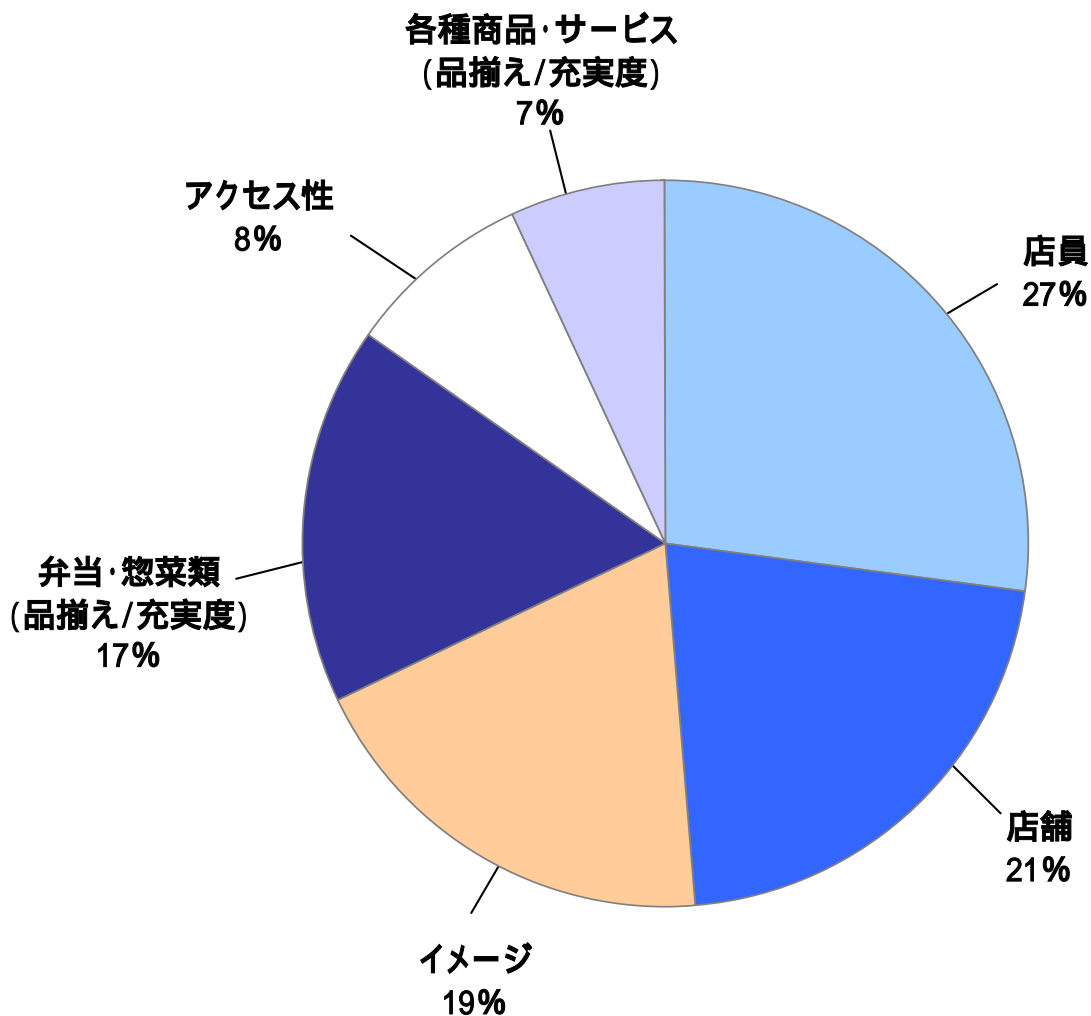
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア満足度調査SM) を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年コンビニエンスストア満足度調査SM)を明記して下さい。