

Press Release

報道用資料

2006年1月31日

コンビニエンスストアの顧客満足度、セブンイレブンが2年連続第1位

2005年日本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、代表取締役社長：蓮見南海男、略称：J.D. パワー）は、2005年日本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るもので、今回が2回目となる。全国の15歳～64歳までの男女を対象に、2005年12月にインターネット調査を実施、直近1ヶ月間に利用したコンビニエンスストアについて5,111人から回答を得た。なお、1人につき最大2店舗まで評価してもらったため、実際の回答は9,422件となっている。また、対象となったコンビニエンスストアは11チェーンである。

調査の結果、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。それらは総合満足度に対する影響度順に「アクセス性」（24%）、「店員の対応」（24%）、「商品の品揃え」（16%）、「サービス」（13%）、「コンビニエンスストアのオリジナル商品」（12%）、「店舗」（11%）となっている（カッコ内は影響度）。

接客対応の良さで店を選ぶ顧客の満足度が最も高い

顧客満足度ランキングでは、前回に引き続き、セブンイレブンが第1位になった。総合満足度スコア（1,000ポイント満点で算出した顧客満足度指数）は701ポイントだった。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「サービス」、「商品の品揃え」、「店員の対応」における評価の高さが目立っている。

第2位は前回の調査と同様ミニストップで、スコアは690ポイントだった。ミニストップは6つのファクターのうち5つにおいて業界平均を上回った。ファーストフードといった特定の商品群にオリジナル性を打ち出している同社は「コンビニエンスストアのオリジナル商品」の満足度では11チェーン中で最も高い。また、イメージとして「個性がある」、「商品の品質がよい」と回答した割合が高かった。

第3位にはローソンが678ポイントで入った。ローソンは6つのファクター中「サービス」、「店員の対応」、「店舗」、「アクセス性」の4つで業界平均を上回った。中でも「サービス」で高い評価を得た。第4位は前回7位のファミリーマート（667ポイント）で、「サービス」の評価が業界平均を上回っている。第5位はサークルK（659ポイント）で、「アクセス性」の評価が業界平均を上回った。

また、どのような理由で利用する店舗を選んでいるかについて聞いたところ、「便利な場所にあるので」、「近くに他のコンビニエンスストアがないので」といった立地条件を理由にあげる顧客が多い傾向にある。しかし、理由ごとに総合満足度の平均スコアを比較すると、「店員の対応、態度が良いので」といった店員の接客対応を理由とする顧客の満足度が最も高い（770ポイント）。「便利な場所にあるので」と答えた顧客の平均スコアは679ポイント、「近くに他のコンビニエンスストアがないので」と答えた顧客のそれは643ポイントだった。

顧客の86%が日頃、複数のコンビニエンスストアチェーンを利用している。コンビニエンスストアの展開におい

ては立地や商品力が注目される傾向にあるが、同一商圈内で競合他店より高い顧客満足度を得るためには店員の接客対応を向上させることが必要といえる。

最も充実を望むものは「医薬品」の取り扱い

今回の調査では「商品やサービスで不十分だと感じているもの」について質問を設けた。その結果、不十分なものとして「医薬品」（26%）、「健康・安全を意識した弁当・惣菜」（22%）、「待ち合わせのできるスペースの確保」（22%）などがあげられた。また、チェーン別に結果を集計した場合も、全チェーンにおいて「医薬品」が最も多くあげられている。

コンビニエンスストア業界では段階的に医薬部外品などの取り扱いが拡充しつつあるが、顧客が「医薬品」の取り扱いのさらなる充実を求めていることが明らかになった。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツ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。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。ISO9001 取得。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、ビジネスウィーク、J.D. パワー・アンド・アソシエイツなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 38 カ国に 290 カ所以上の拠点を有し、2005 年の売上高は 60 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<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 (〒105-0001)

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

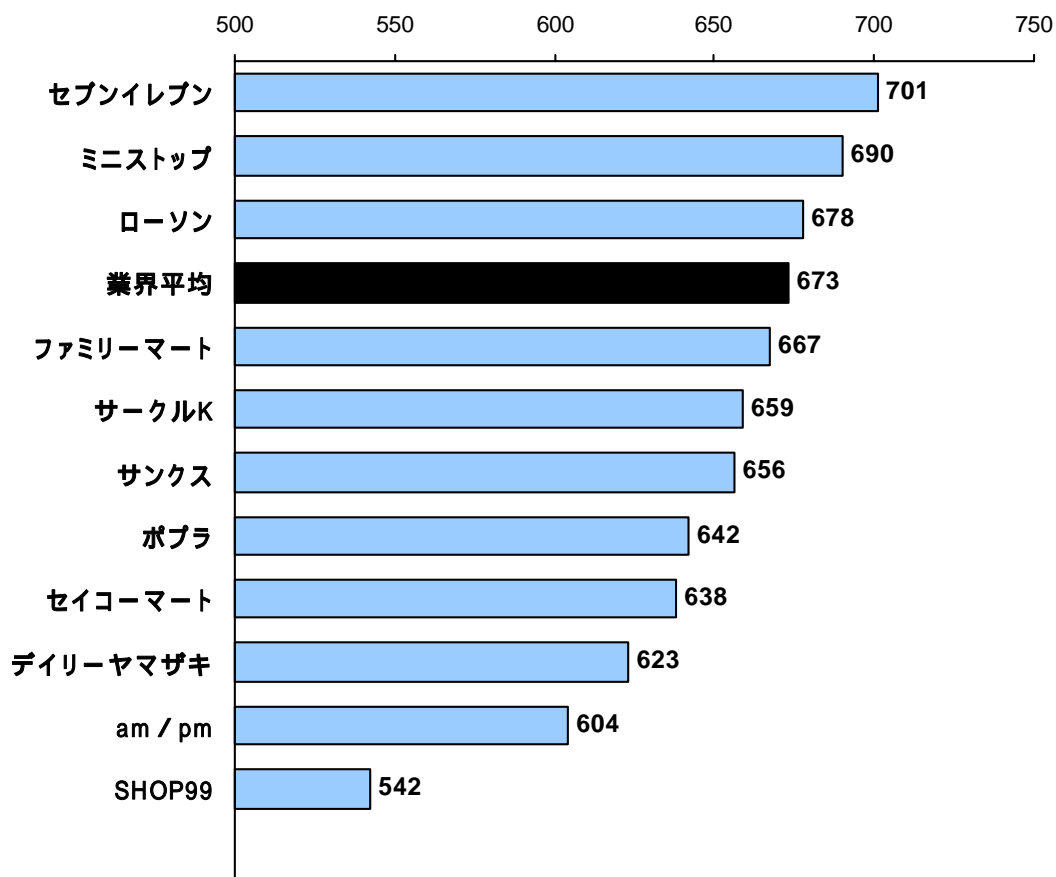
e-mail： maki_kawano@jdpower.co.jp

<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無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 2005年日本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)



注) ココストア、コミュニティストア、ホットスパー、セーブオン、スリーエフは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

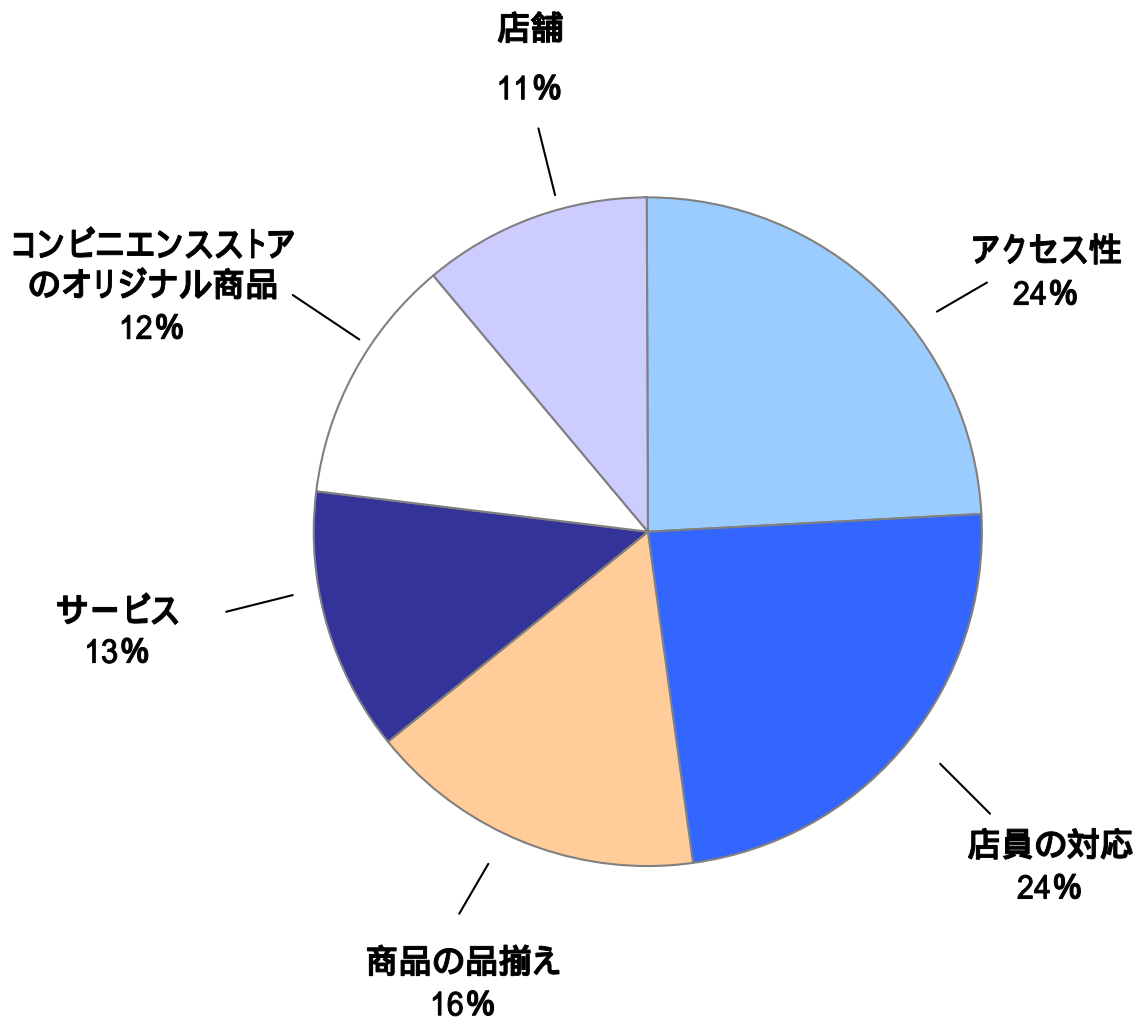
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本コンビニエンスストア顧客満足度調査SM

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 2005年日本コンビニエンスストア顧客満足度調査SM)を明記してください。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本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 2005年日本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 2005年日本コンビニエンスストア顧客満足度調査SM)を明記してください。