



## 第2期\_第4回アジアショッパーインサイト研究会 (ASI)

カスタマー・ジャーニーにおける顧客・ブランド体験価値の向上

2018/9/12(水)



中央大学ビジネススクール 中村博

クックパッド(株) 村上雅洋・山本宏美

1. アマゾンエフェクトへの対応
2. ネットからオムニチャネルへの誘導
3. 顧客のジョブを考慮したネットからオムニチャネルへの誘導する試み
4. ICCプロジェクト(SNSとID-POS結合)による実験検証

# アマゾン・エフェクトへの対応

## -ウォルマートを中心に-



## 1) M&A戦略によるネット通販の拡大と人材確保

- ・Jet.com (Amazonの競合) を3300億円で買収 (2016/8/8) し、マーク・ロアCEOはウォルマートのネット通販事業の責任者に就任  
出所) 日本経済新聞, ネット通販の米ベンチャーウォルマートが買収, 2016年8月9日.

- ・2017年のネット通販のシェアは4% (アマゾンは40%) だが、株価は上昇傾向

- ・2018年のネット通販の売上が40%の増加の見通しを示す  
出所) 日本経済新聞, アマゾン1強に待った, 2017年10月13日.

- ・ネット通販のMoosejaw (アウトドア用品), Shoebuy. Inc. (靴), Bonobos (アパレル), Modcloth (アパレル) 4社を買収

Bonobos,

- ・生鮮品に力をいれ、注文した生鮮を店舗で受けとれる仕組みを1100店に導入している

出所) 日本経済新聞, 巨人ウォルマート アマゾンに反撃, 2017年11月18日.



## 2) 未来店舗への投資

・Store No.8の設立(コカ・コーラのボトリング工場の一角で Sam Waltonがビジネスの構想を練った場所. Eコマースの発展型の店舗の実験)し、Virtual Realityを利用したショッピングの実験  
出所) Marketing Daily, march 22, 2017



tube.com/watch  
?v=CWUjrtz62r  
w

・スキャン&ゴー・モバイルを12店舗でテスト

ショッパーが自分で商品をスキャンすると決済. 客単価10%増、しかしながら中止  
出所) Chain Store Age, Aug. 9, 2017

・Googleと提携しボイスアシスタント技術をEコマースに導入  
出所) Retail Leader Executive, Feb. 8, 2017.

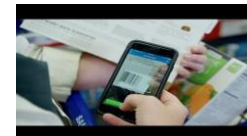
## 3) Jet.comがユニークリーJのPBを導入

コーヒー, オリーブオイル, 洗剤, ペーパータオルなどの60アイテムのPBを導入  
出所) Chain Store Age, October 4, 2017.



[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=8&v=DHHyFOnknYk](https://www.youtube.com/watch?time_continue=8&v=DHHyFOnknYk)

<https://www.youtube.com/watch?v=8Xed6RtqEec>



顧客のカスタマー・ジャーニーを理解して、優れた顧客体験・ブランド体験を提供することが既存小売にとって重要。特に、ミレニアル世代(1990年代から2000年代に生まれた若い世代でネットリテラシーが高い世代)についての理解

優れた顧客体験を提供するためには、

- 1) ICTを活用して利便性を提供できること(トライアルなど)
- 2) リアル店舗とネット店舗を併用できるオムニチャネル戦略(例: Bonobos)
- 3) 心地よい、ストレスフリーな購買体験(NYの5番街のような)
- 4) 低価格であること(EDLPやBest Buys price match guarantee)

出所) Hal Conick(2017), The End of Retail(as We knew it), Marketing News, Sept. 2017, 40-17..  
American Marketing Associationに追加

## 1) トライアルカンパニー: アイランドシティ店

① 約700台の「スマートカメラ」が天井などに設置し、仮説に対して顧客の購買行動がどうなるかについてリアルなA/Bテストを実施

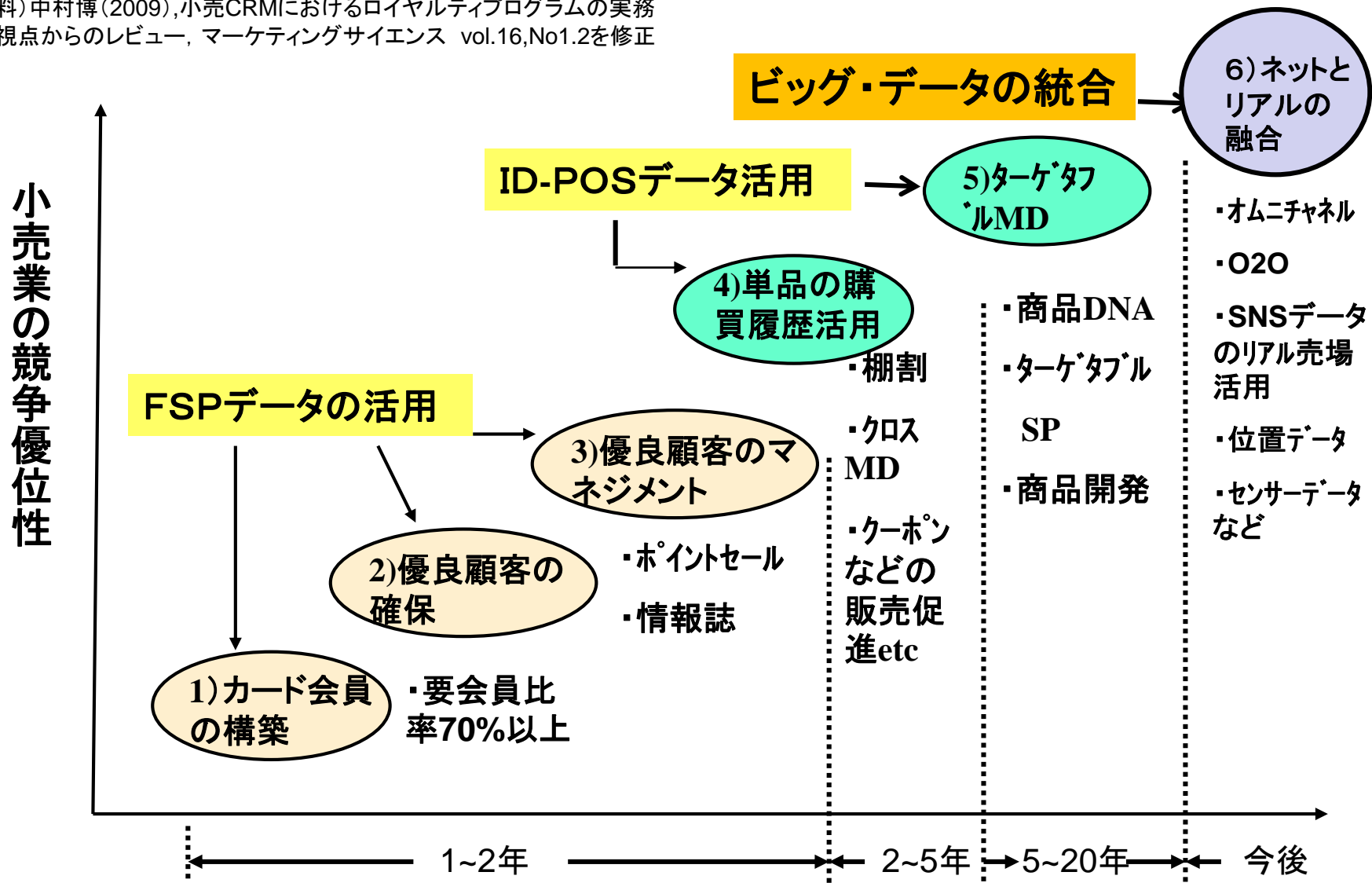
② 商品レコメンド機能と決済機能を備えたレジカート(右写真)



[https://search.yahoo.co.jp/image/search?p=%E3%83%88%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%83%AB%E3%82%AB%E3%83%B3%E3%83%91%E3%83%8B%E3%83%BC+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89%E3%82%B7%E3%83%86%E3%82%A3%E5%BA%97&search.x=1&tid=top\\_ga1\\_sa&ei=UTF-8&aq=-1&oq=%E3%83%88%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%83%AB%E3%82%AB%E3%83%B3%E3%83%91%E3%83%8B%E3%83%BC+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89%E3%82%B7%E3%83%86%E3%82%A3%E5%BA%97&ai=oXEo2yDoRimYVvL5FZBf0A&ts=10156&fr=top\\_ga1\\_sa#mode%3Dsearch](https://search.yahoo.co.jp/image/search?p=%E3%83%88%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%83%AB%E3%82%AB%E3%83%B3%E3%83%91%E3%83%8B%E3%83%BC+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89%E3%82%B7%E3%83%86%E3%82%A3%E5%BA%97&search.x=1&tid=top_ga1_sa&ei=UTF-8&aq=-1&oq=%E3%83%88%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%A2%E3%83%AB%E3%82%AB%E3%83%B3%E3%83%91%E3%83%8B%E3%83%BC+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89%E3%82%B7%E3%83%86%E3%82%A3%E5%BA%97&ai=oXEo2yDoRimYVvL5FZBf0A&ts=10156&fr=top_ga1_sa#mode%3Dsearch)

# 購買履歴の活用レベルと競争優位性

資料) 中村博(2009), 小売CRMにおけるロイヤルティプログラムの実務的視点からのレビュー, マーケティングサイエンス vol.16, No1.2を修正



- ・Wal-Martに買収されたBonobosはショールーミングの小売業

- ・顧客はオンラインで予約をして訪店し店員と相談しながら自分にあう服を選択して、ネットで注文すれば2日後に商品が届く。

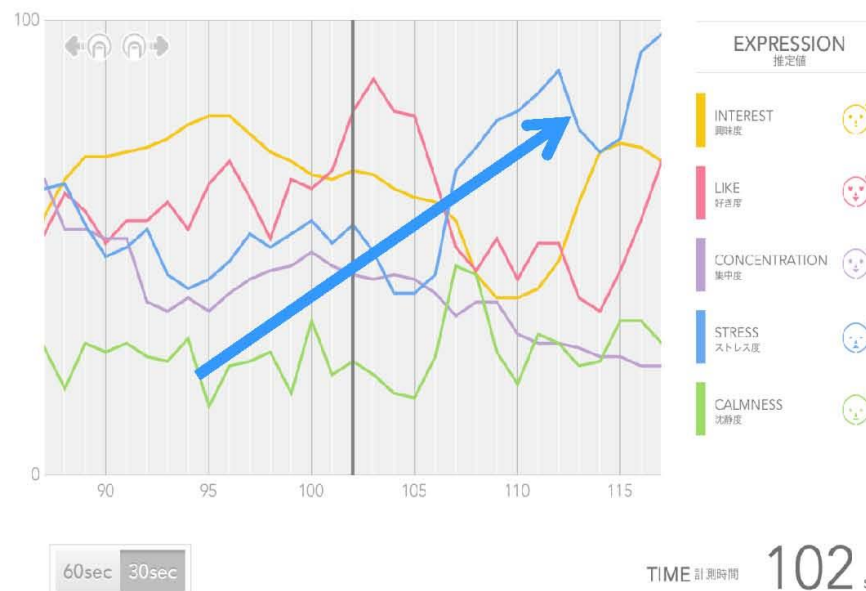
- ・顧客のプロファイルは記録され次回来店時に役立つ。また、顧客はネットでも注文可能



CVSで最もストレスがかかるのが支払い時間。



弁当、飲み物を買って、好き度アップしたが、その後、レジまで10人くらい待っていることがわかり、ストレス度がじりじりとアップ。



田町店、泉岳寺北店とも、レジを4台から5台に増設。レンジも増設し、昼ピークでも、待ち時間を1分ちかくは削減。

資料)TVC

1) 年収400万円世帯が47% (2015年) であり、2020年には60%弱に増加予想

出所) 三菱食品 (2017), ニューエコノミカル層へのマーケティング戦略, 2017年第2回ASI報告

2) \_①非食品で売上・利益をとり、食品は低価格 (40%を黄金比とするスポット仕入とそれによる低価格: Astonishing Low Price) で集客 (例: 激安の殿堂ドン. キホーテ)

\_②イオン: Boxed (ミレニアル世代向けのモバイル版コストコ) への出資

出所) 公財流通経済研究所 (2018), 2018年度チェーン小売業動向調査, PP7.

3) ドラッグストアは医薬品の高粗利益 (30%~40%) をベースに食品を低価格・低粗利益 (10%~20%) で販売. 食品の構成比は平均20%.

出所) 日本経済新聞 (2018年6月18日), ドラッグ店、食を成長源に.

ネットからオムニチャンネルへの誘導

例：CASH B

例：ウルトラ集客etc.



メーカー販促実施

Y!で大量露出  
バーコード発行

専用発券機で発券

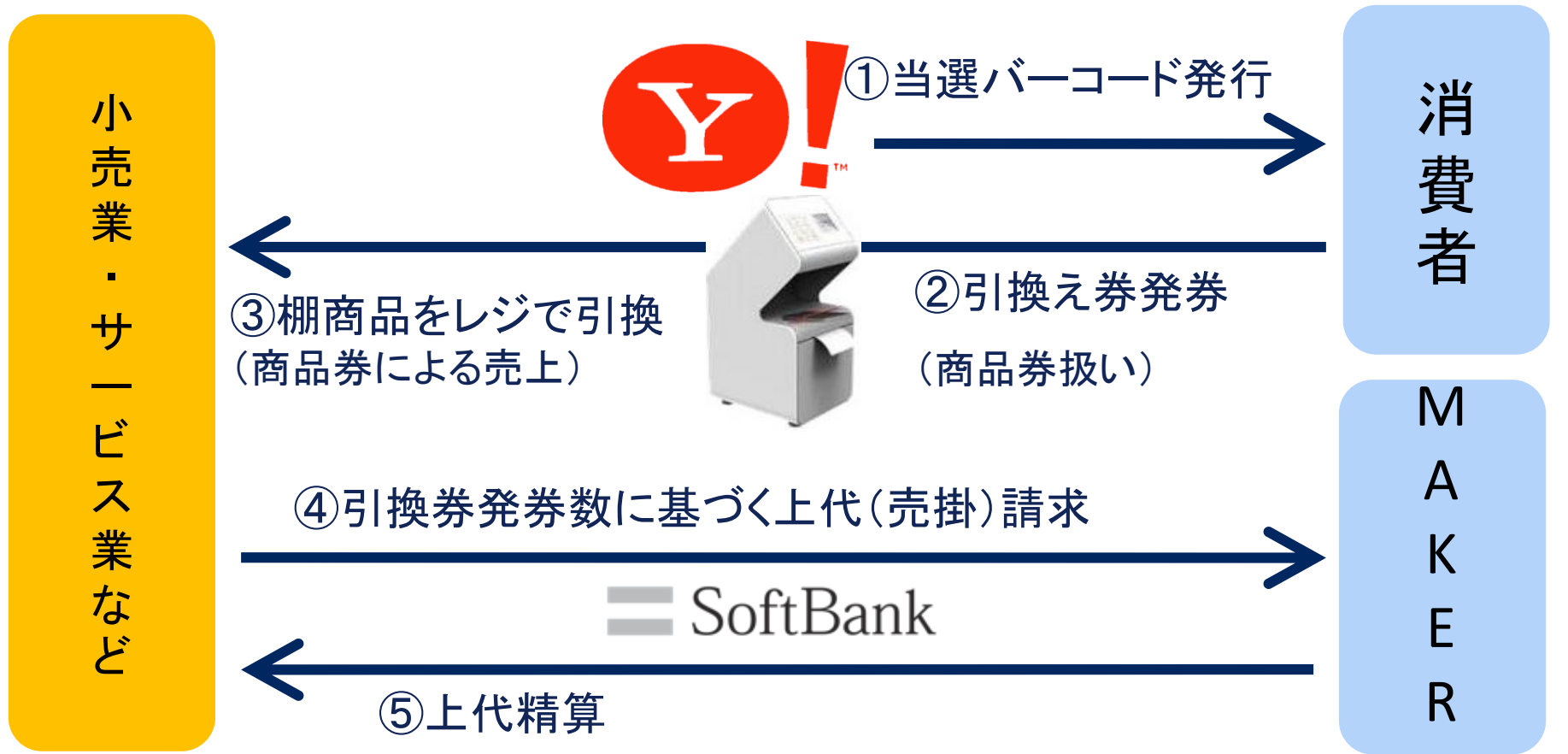
対象品ピックアップ

引換券で交換  
(売掛処理)

社長の藤平さん



# ウルトラ集客の仕組み



売上: 200万円

売掛: 200万円

売掛をメーカー請求

(実施例)

店頭200円の商品を10000人が引換

支払額: 200万円

## 求人

転職 バイト 派遣 医療  
年収700万円超非公開求人  
働くオンナのお財布事情  
副業大歓迎のアルバイト

## Yahoo! BB

1,327円のADSL12M  
光で最大30,000円進呈

## Yahoo!携帯ショップ

iPhone5 購入で3.8万円還元  
スマホをお得に購入  
パソコンでAndroidを整理  
ビジネスで活用するなら  
ヤフーに広告掲載しよう  
ネットショップ開業  
Tポイント加盟店募集中!  
カテゴリ登録再審査無料!

2020年オリンピック・  
パラリンピックを日本で!

YAHOO! JAPAN  
INTERNET  
CREATIVE  
AGENCY  
クリエイター  
を応援します

TOUR de TOHOKU

Links for Good

[PR] auのXperia(TM)はカメラが凄。今すぐチェック

## 映像ピックアップ



YouTube

- ▶ ホンダ65周年記念CMが海外で話題
- ▶ サザエさん原作に登場しないキャラは?
- ▶ 板尾創路がマジ熱唱するロックバンド
- ▶ 恐怖…。死者と話せるアプリを使ったら
- ▶ 「男女の絵を描いて」で分かる恋愛傾向

ランキング 新着映像ほか

特集 モーニングで連載中「インベスターZ」最新話配信

一覧



日本一スカートの短いアイドル

スマイレージ、モー娘。(ほか)、ハロプロ所  
属アイドル満載

## おすすめセレクション

ヤフオク



どこでもキャンピ  
ングカー



GT-R好きのあ  
なた必見



視線集めるフェ  
アレディ



ポルシェでイキ  
なデートを

みんなのアンテナ

『水曜恋愛劇場』-第239回-

彼氏彼女の隠し事

- ▶ 彼女が、ウェブ上に過激な格好のコスプレ画像を公開していた  
私服はおとなしめで静かな子なので、ファンクラブまで開設していて  
ショック。しかも、私は〇〇フェチなのですが……。



トリンプなどブラとショーツが70%オフも  
ハーゲンダッツアイスを1,000名様に

横浜市港北区周辺 の地域情報

神奈川県の路線運行情報

運行情報はありません(09時36分)

- ・【ニュース】甘さ十分ウモロコシ 収穫…(カナロコ)
- ・【スポット】マークイズでおそばと鎌倉野菜
- ・【スポット】煮干し100%のらーめん 港北区
- ・【スポット】サマートリュフを焼きリゾートで 高島町
- ・【スポット】1kgもある富士山盛りのおそば 港南台

Yahoo!ロコ神奈川県横浜市港北区周辺の情報

PR

ORIX VIP  
カードローン  
見直しませんか?  
まずは簡単  
クイック診断

お得情報



今季限定!  
「OS-1」500mlを  
1万名様にプレゼント!

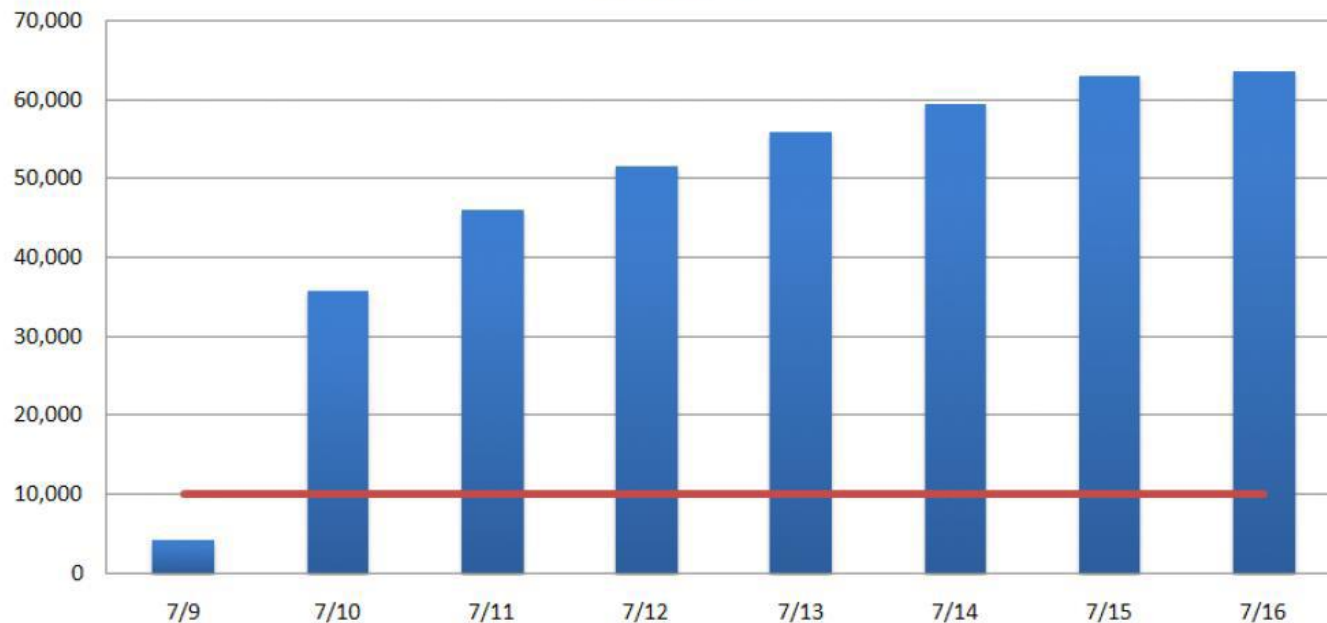
## ◆脱水状態改善企画！1万名体感キャンペーン！ （「OS-1」500ml 1本）



期間限定！1万名様に当たる！  
「OS-1」500mlの  
プレゼントキャンペーン！

期間	合計
7/9 ~ 7/16	8日間
応募目標	10,000
応募数	<b>63,687</b>
進捗率	<b>636.9%</b>

応募総数



	7/9	7/10	7/11	7/12	7/13	7/14	7/15	7/16
応募総数	4,166	35,831	46,105	51,550	55,811	59,427	63,068	63,687
目標数	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000

エンド



レジ前

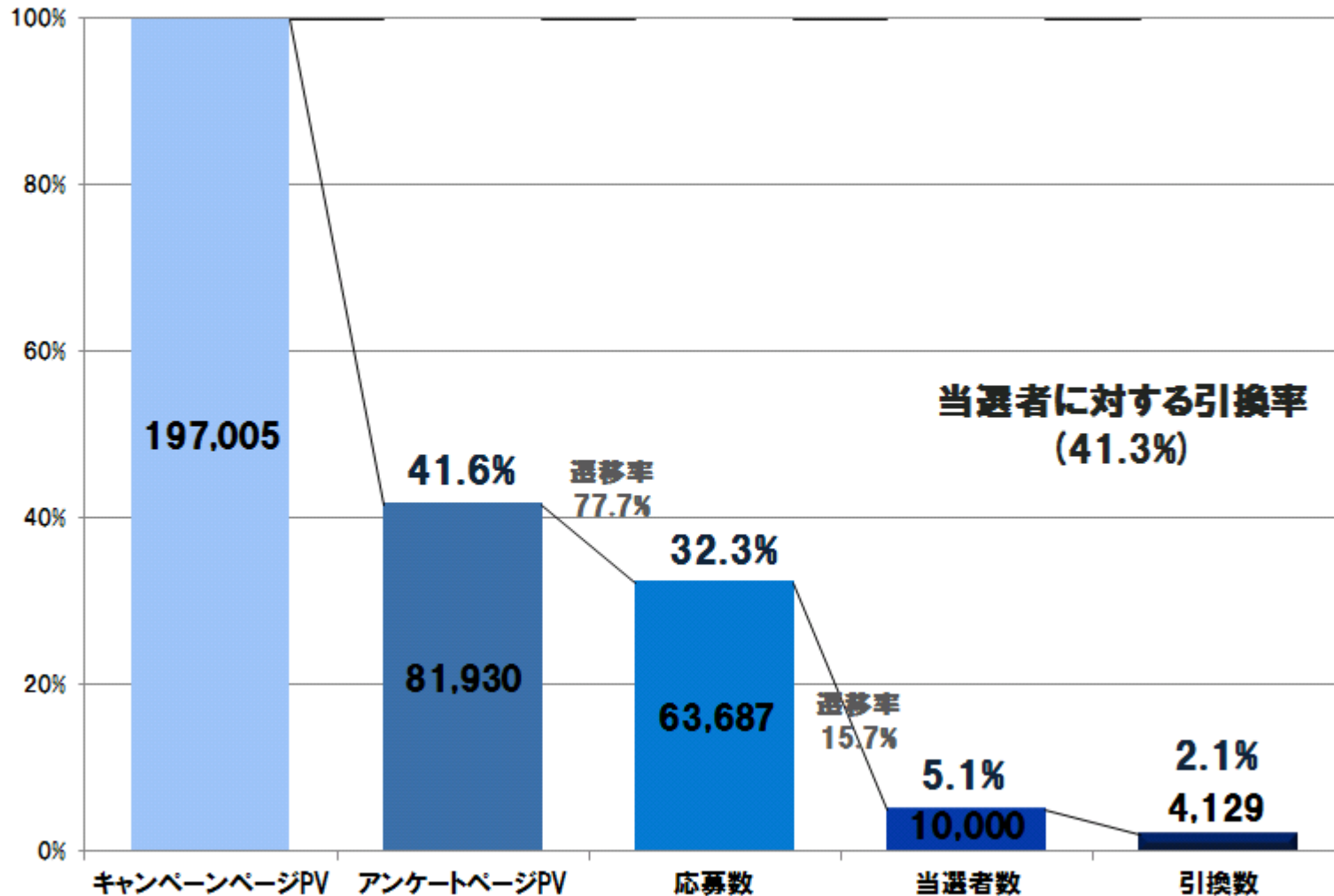


CMと連動



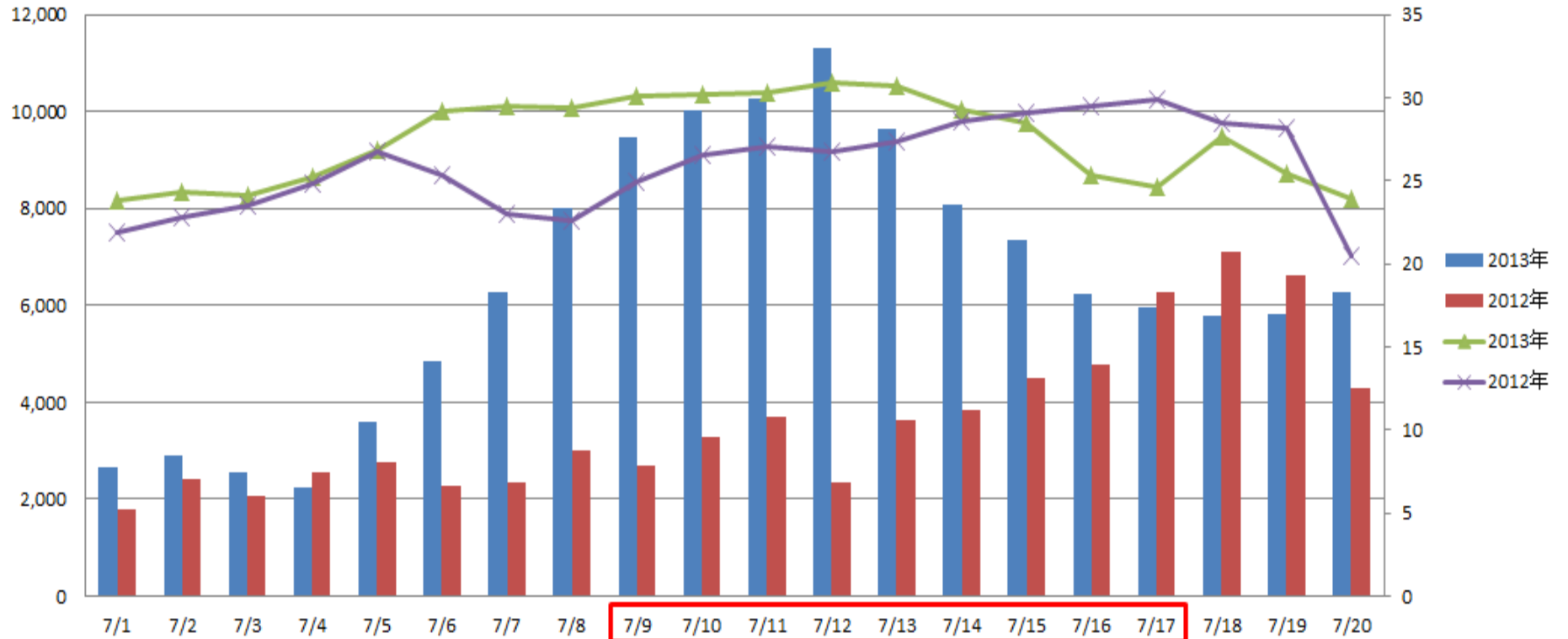
クーポンゲート

# キャンペーンPVから引き換えまでのコンバージョン



# 7月9日～7月16日のキャンペーン効果

## OS-1販売数と気温の推移



TVCMは7/13から

キャンペーン終了後の売上は、前期と同じ程度。リピート購買は発生していない？

顧客のジョブを考慮したネットから  
オムニチャネルへの誘導する試み

-ICCプロジェクト(SNSとID-POS結合)による検証-



# カスタマー・ジャーニー・モデル

出会う瞬間

**ゼロの瞬間**

**第二の瞬間**

**第一の瞬間**

注)ゼロの瞬間はGoogle、第一の瞬間および第二の瞬間はP&Gの言葉

目的

コンシューマーからショッパーへコンバージョン: 送客(O2O). 購買体験

ショッパーからカスタマーへコンバージョン: 使用体験と再購買体験

インサイト

ジョブの解決・どの店に買いに行く?

何、これ?

買ってみようかな?

触る・戻す・買う・支払う

買ってよかった・次も買おう・友達に教えよう

アクション



施策

・チャンネル選択  
・どのような手段で来店してもらうか  
(O2O、メルマガ会員に告知、チェックアウトクーポン、(ネット)チラシ・SNSなど)

・定番 ・エンド  
・クロスMD  
・サイネージ  
・音 ・POP  
・香りなど

・価格  
・パッケージ (触覚や商品情報)  
・付加価値特典 (ベタ付けなど)

・ブランド使用体験  
・継続購入

・Twitter  
・Facebook  
・ブログ など

タッチポイント

カスタマー・ジャーニーにおける顧客・ブランド体験価値の向上 (Customer Experience)

・アプリログ  
・SNSなどネット検索

・センサー  
・カメラ  
・ログデータ

・POS  
・ID-POS

・SNSなどクチコミ

資料)中村博(2012),ショッパーインサイトの活用,流通情報(495)を修正

顧客の購買決定は、MOPの組み合わせで行われる。

M=マーケターからの情報(information from marketers)

O=他の人々からのインプット(input from other people)

P=過去の嗜好、信条、経験(prior preferences, beliefs, and experiences)

1) Oが重視される商品は、エレクトロニクス製品、独立系レストラン、車など

2) Mが重視される商品は、ハンドバッグなどは実用性より買い手の感性に訴求するためにレビューは影響力をもたない。

3)それほど熱心でない習慣的な買い物は他人の意見に影響されにくく、Pが影響する

イタモール・シモンソン, エマニュエル・ローゼン(2014), 消費者を動かす3つの指標, マーケターはオンライン・レビューを武器にせよ, Harvard Business Review, 2014年8月, p86.

## <購入の理由>

- ベビー用洗濯洗剤  
ピュア (初) 友だちから良いと聞いた。 ネットでも評判がよい。 無添加。  
(20代主婦)
- ベビー用乳歯ブラシ  
ピジョン (初) 友だちが良いと言っていた。 サイズも丁度いい。 (20代主婦)
- ベビー用フード  
グーグーキッチン (R) いつも食べている。 (20代主婦)
- おむつメリーズ (R) 子どものおしりが荒れやすいが、これは荒れないので。  
(30代主婦)
- 子供用服薬サポート  
お薬飲めたね (初) 初めて買うが、コマーシャルでやっていたので買ってみた。  
商品選択の際、 判断がつかない時は、店舗のコメントタグ  
を見て判断する。 (30代会社員)

### POINT

- トライアル(初めての商品を購入)する場合、 友達の口コミと  
、ネットの評判は重要!
- 初めての商品を購入する場合、判断できない時は、  
店舗のコメントが判断材料になる!



(初) 初めて購入した

(R) リピーター購入

## <購入の理由>

- ビトゥイーン (R) いつも使っている。(30代主婦)
- システマ (R) いつも使っている。旦那様が青、自分はピンク。(40代パート)
- GUM (R) ブラシの面が平らでコンパクトなのがいい。歯科医師に言われた。医師が推薦するものは信頼できる。(20代会社員)  
(R) 普通・ミディアム等3本購入。(40代主婦)
- クリニカキッズ (初) いつもその時々で選んで購入する。(30代主婦)  
(R) こだわりはない。大人用は形状。(30代会社員)
- リーチキッズ  
ポケモンハエカワリ (初) ヘッド小さめ、キャラクターを見て買った。  
いつもその時々で選んで購入。(30代主婦)
- シュミテクト・トラベルセット (初) 携帯用が無かったので。いつも使うものは決まっている。  
いつもは歯医者で買うものを使う。使いやすい。(40代会社員)



## <手に取るが、棚に戻す理由>

- クリニカ 見て戻す。結局、いつもの商品を購入する。(30代主婦)

### POINT

- ハブラシも、ほぼリピート購買
- 医師、歯科医師の推薦有効



# ICCプロジェクトによる実験検証



# クックパッドの概要

月間利用者2,000万人、掲載レシピ160万品以上  
国内最大料理レシピ投稿・検索サイト

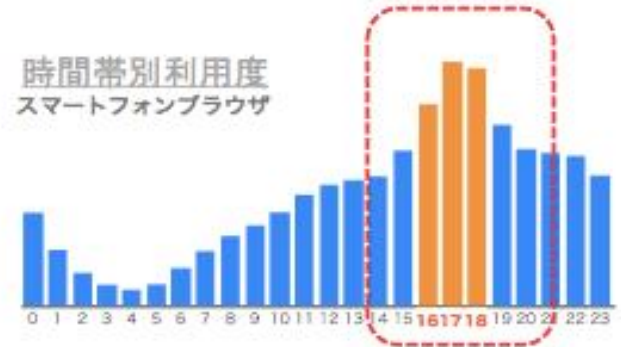
資料提供: Cookpad



バナー広告あるいはクーポンプロモーション



時間帯別利用度  
スマートフォンブラウザ



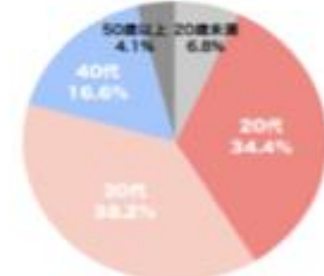
## <データで見るクックパッド>

新聞の折込みチラシなどが届きにくい  
若者層の女性が多く利用。  
都心だけでなく全国で利用されています。  
スマートフォン含む携帯ユーザだけで  
1,340万人が利用しています。

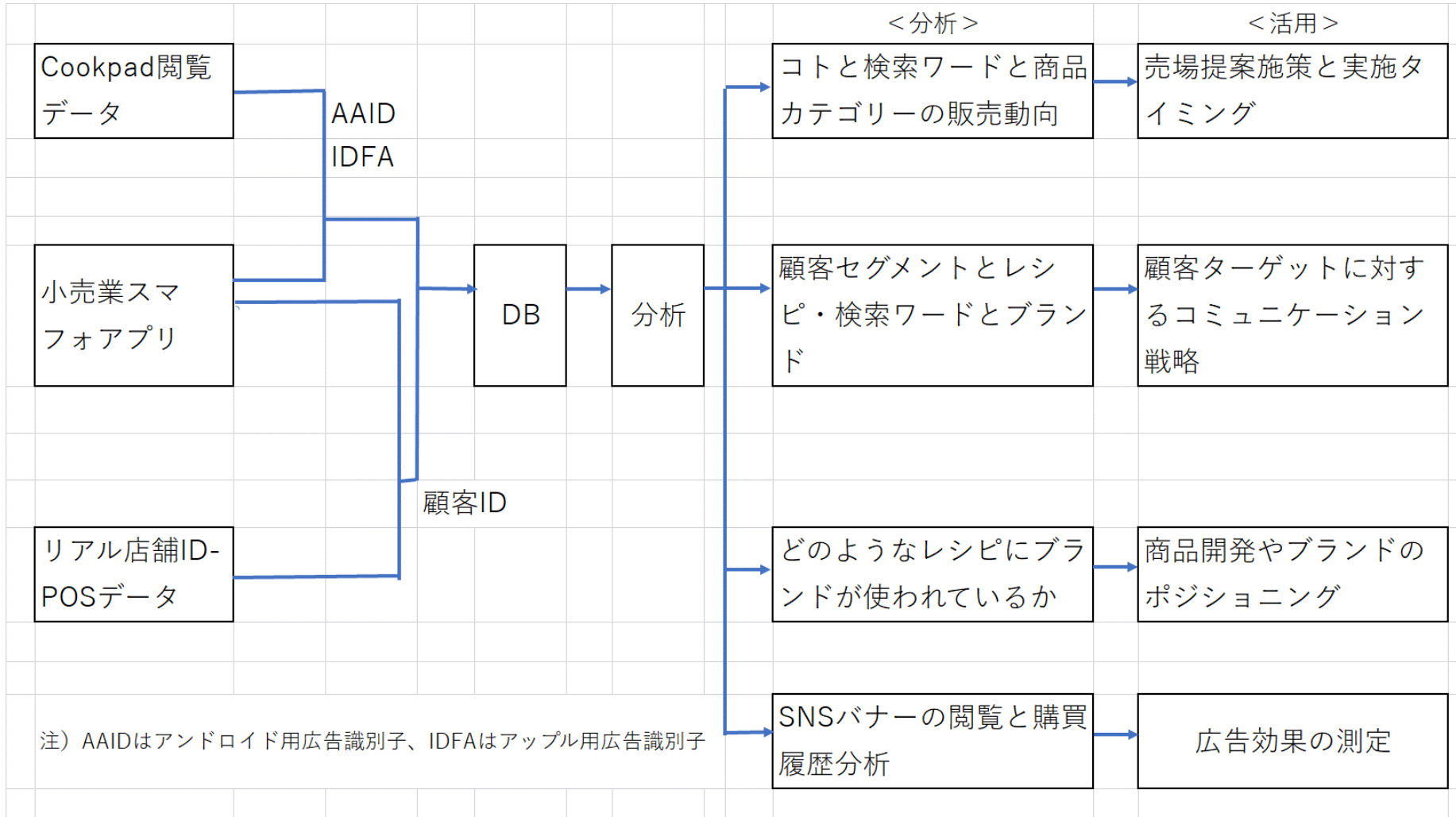
性別



年齢層 (女性)



# SNSとID-POS結合データの分析と活用イメージ



- 1) SNS検索後にどのような業態・店舗に来店しているか？  
例) クックパッドユーザー(アクティブVS非アクティブ)の利用店舗業態  
どのような店舗で購買したショッパーがSNSを検索して購買しているか？
- 2) SNS検索時期と来店時期  
購買前にSNSを検索して来店しているか？購買後にSNSを検索し、その後  
にリピートをしている？(SPCRモデル)
- 3) SNS検索内容と購買商品(SKU)  
SNS検索内容と購買商品が一致しているか？いないか？

一致している場合、

- 4) 購買ブランドとSNS検索内容(ブランドがどのような文脈で購買されて  
いるか？)
  - ① レシピ内容と購買履歴のローデータ
  - ② ブランド別のレシピ・カテゴリー



中央大学ビジネススクール  
アジアショッピングインサイト研究会

# スーパーマーケットの ポイントカード戦略について



2018年9月12日  
株式会社 いなげや  
営業企画本部 営業企画部  
販促・カード推進グループ

堀合 洋介

## 企業概要

会社名	株式会社いなげや (Inageya CO., LTD.)
代表者名	代表取締役社長 成瀬 直人
本部所在地	東京都立川市栄町六丁目1番地の1
事業内容	小売業
創業	明治33年 (1900年)
設立	昭和23年5月 (1948年)
資本金	8,981万円
株式	東京証券取引市場第一部
営業収益 (平成30年3月期)	254,879百万円 (連結)
店舗数 (平成30年3月現在)	138店舗 (惣菜単独店除くスーパーマーケット事業)
従業員数 (平成30年3月末)	2,234名 (正社員)

## ing・fanカードのこれまでの歩み

- 2009年 導入スタート
- 2010年 8月 全店導入完了 有効会員数:585,723名 売上構成比54.7%
- 2014年 Vカード年会費無料化(条件付)
- 2015年 ing・fanカードコールセンター稼働開始
- 2016年 4/1 特典変更 レジにてポイント利用可能へ  
9/1 マイページ・アプリのサービス開始
- 2018年 有効員数:100万名 累計発行枚数:160万枚  
3月末 会員員売上構成比70%弱



100万人の会員を抱え、特典の変更、コールセンター、アプリ、マイページの稼働も行い、次の施策を行う準備が整ってきた。

# ポイントカードの役割？

販促？データ分析？

これらは当然の役割の一つ。

# ポイントカードの役割

## II

# 顧客の囲い込み

## ポイントカードの役割の変化

想定

カードを持つ



再来店

## 「いなげやファンの囲い込み」

お客様にポイントカードを持ってもらうことにより、再来店を頂こうという思想

実際は

再来店



カードを持つ

再来店の意思があるお客様しか、ポイントカードを持っていただけない。

また来るから、ポイントカードをつくらう

ポイントカードではお客様の囲い込みができない。

## 何故困り込みが出来なくなったか

### ①みんなやっているから。

小売業はもとより、インフラ産業、様々なサービス産業でポイントカードがあり、しかも、その特典はほぼ横並び。

### ②共通ポイントカードの台頭。



Tポイント、ポンタポイント、Rポイント等、インターネットとリアル店舗での多業種、多店舗の共通ポイントカードの台頭  
⇒お客様は自分の貯めたいポイントを貯める。

### ③マネーとポイントの垣根の低下

マネーが電子化されるに従い、マネーの同等物としてポイントが扱われるようになってきた。マネーと同等物であるからして、自由度の高さがポイントの価値向上につながるようになってきた。

# 一番の変化は 顧客マインドの変化

顧客は「困り込まれたくない」  
と思っている。

顧客は受動的に与えられたものに対し、懐疑的になり、  
否定的になっている。

自らが主体的に、“検索”し“選択”する事が  
その判断に安心感を与えている。

顧客は困り込まれたくないと思っている。

# ポイントカードの役割？

# ポイントカードの役割

## II

# つながりの道具

## ポイントカードはつながりの道具

元々は

事業者

ポイントの付与

顧客

現在は

事業者

ポイントでの  
コミュニケーション

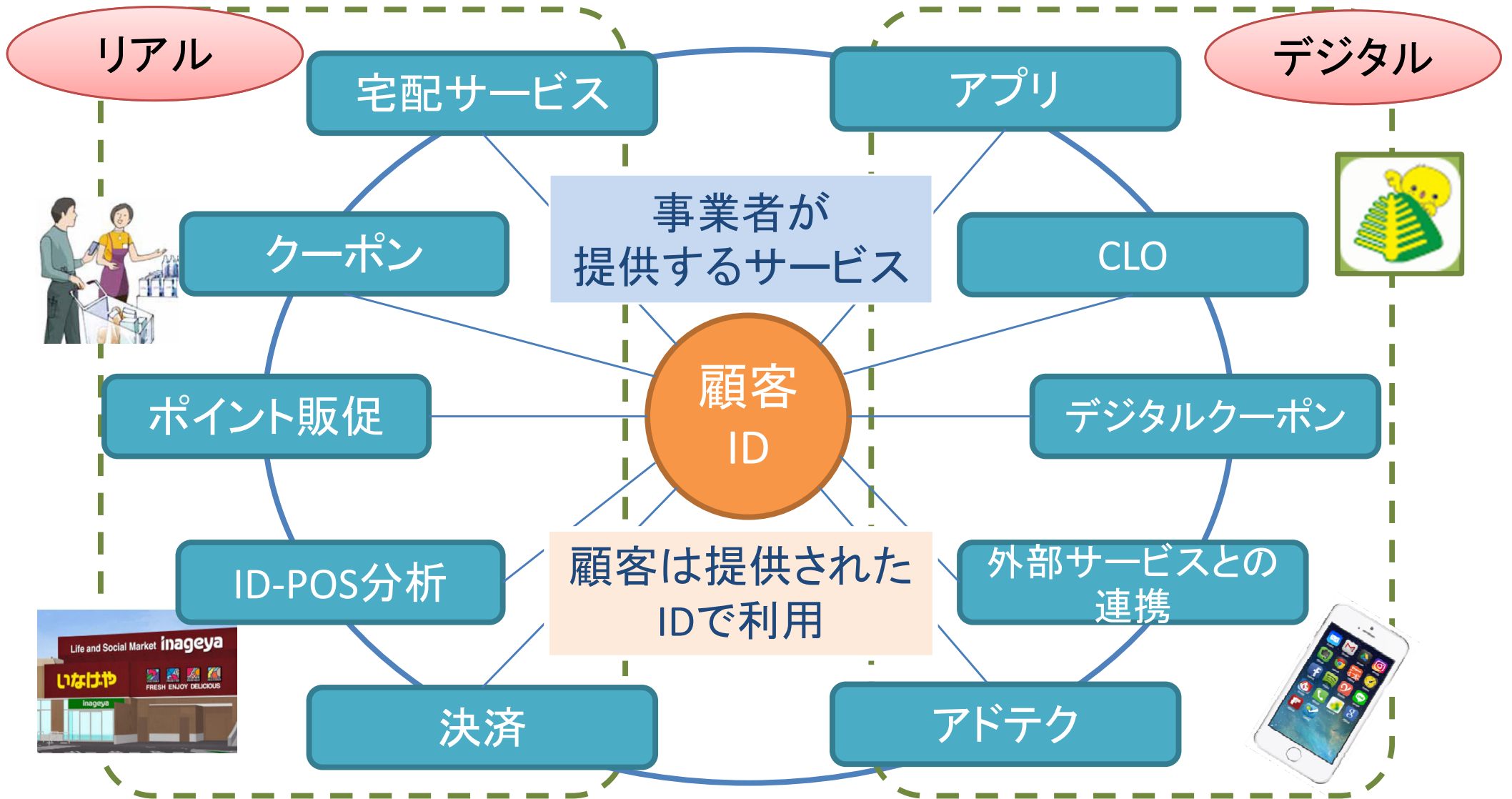
顧客

ポイント、ポイントカードを間に置いた、事業者と顧客のコミュニケーション。

ポイント、ポイントカードの媒体化が進んでいる。

顧客へのポイントカードという「ID」を付与する事により、  
様々なサービスの提供、顧客行動へのタグ付けが可能

# ポイントカードはつながりの道具



どれだけ顧客とのつながりを持てるか？

# つながりを通じた コミュニケーションが生み出すもの

- ①マインドシェアの獲得
- ②新たな価値の創造
- ③新たな収益の創造

## ポイントカードの役割

ポイントカードの役割は囲い込みではない

顧客とポイントカードを使いコミュニケーションする事。

その結果

- ① マインドシェアの獲得
- ② 新たな価値の創造
- ③ 新たな収益の創造

これらはコモデティ化された小売業にとって、事業継続に必要な事。  
同時に利用頻度が高く、お客様の生活に密着したスーパーマーケット  
という業態だから可能な事。



ご清聴ありがとうございました



ing·fan  
card



最後に、  
お願いがございました。

本日こちらにいらっしゃる方は11月9日まで毎日投票の事！

ゆるキャラグランプリ  
2018 立候補!



ぴい  
ちゃん

1日1票 ぴよ

投票期間は8/1(水)~11/9(金)まで

ぴいちゃん  
©inageya2018

目指せ10位以内！何卒よろしくお願いします。

# たべみる × ID-POS

by  cookpad

## データ結合事例と今度の展望



2018.9.12

## 取り組み外観

両社のユーザーをマッチングすることで、ユーザーを特定し、  
ID-POS（オフライン）と、クックパッド上でのレシピ検索・閲覧（オンライン）の分析が可能に

ID-POS

レシピ検索・閲覧



流通・小売

X



cookpad

## 取り組み外観

両社のユーザーをマッチングすることで、ユーザーを特定し、  
ID-POS（オフライン）と、クックパッド上でのレシピ検索・閲覧（オンライン）の分析が可能に

ID-POS

レシピ検索・閲覧



X



## 連携方法＝利用者アンケートを実施

- ❖ クックパッドの保有するアンケートモニターに対してアンケート依頼をし、いなげや利用者かつクックパッドユーザーの満足度などを測定
- ❖ 回答者には、謝礼としてポイントを付与



❖ アンケート調査時にいなげや会員IDを取得する事で、クックパッドIDと連携

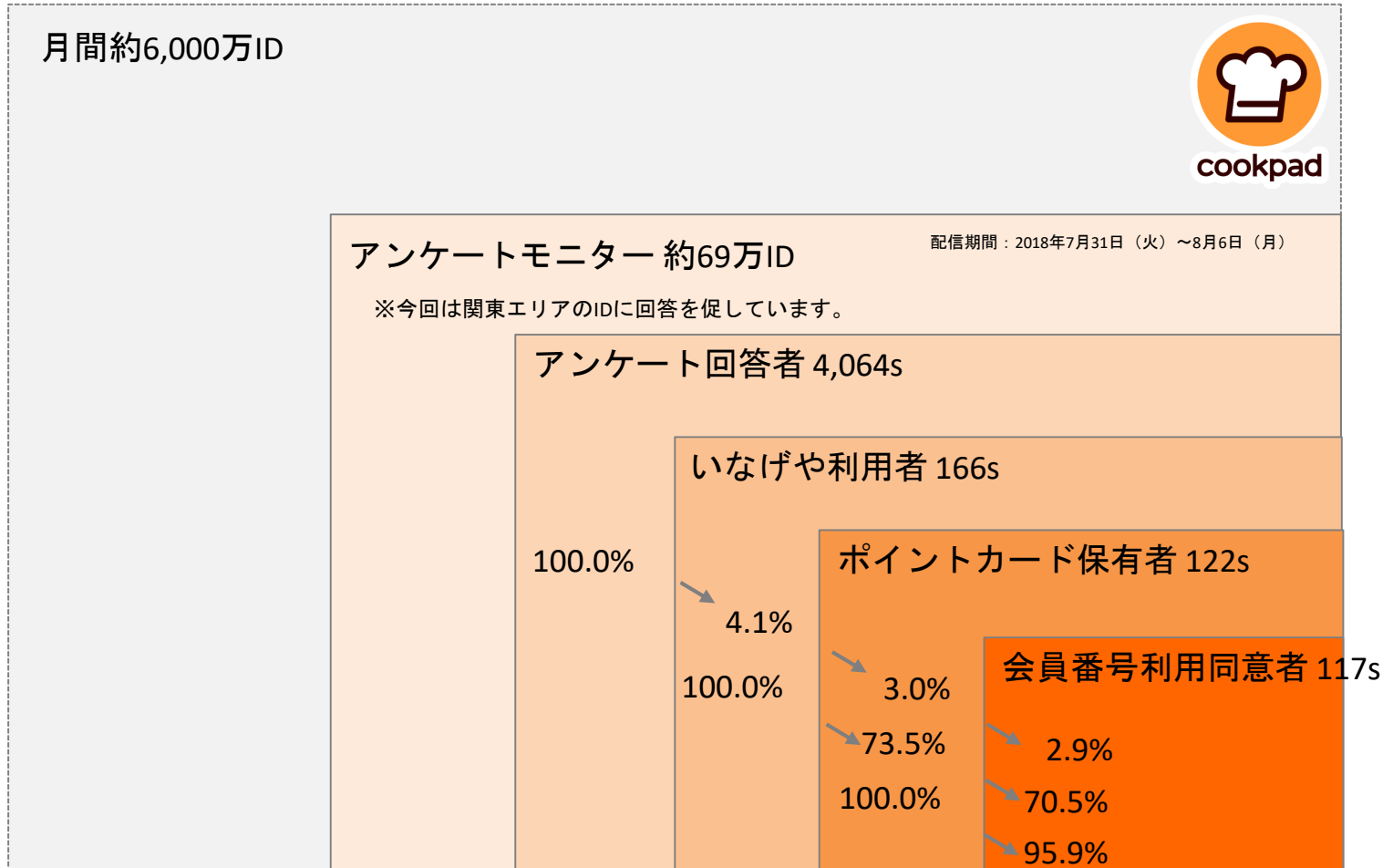




## 回答者サマリー

- ▶ 全回答者4,064sのうち、いなげや利用者は166s（4.1%）
- ▶ いなげや利用者のうち、ポイントカード保有者は122s（73.5%）
- ▶ ポイントカード保有者のうち、会員番号利用同意者117s（95.9%）

※クックモニターとは新商品や話題の商品を試して、レシピや感想を応募するモニターです。  
モニマはそのクックモニターの情報をお知らせする不定期配信のメールマガジンです。

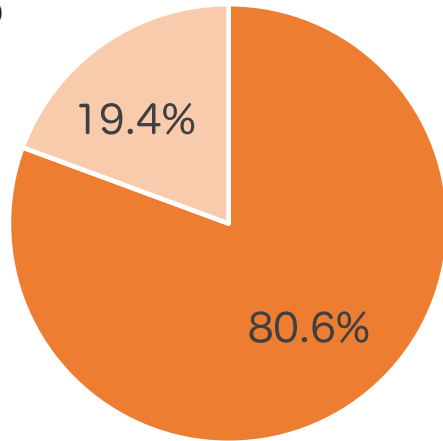




## 回答者属性（性別・年齢・未既婚）

F1. あなたの性別を教えてください。

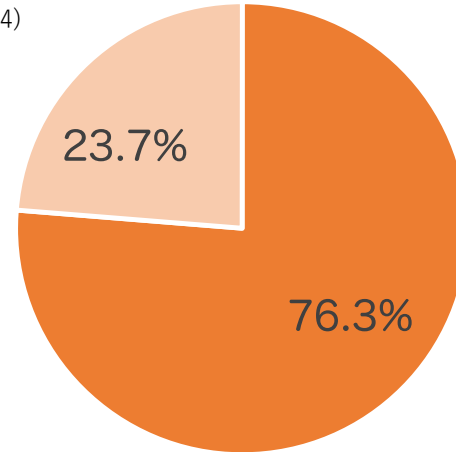
(n=4,064)



■ 女性 ■ 男性

F2. あなたは結婚していますか。

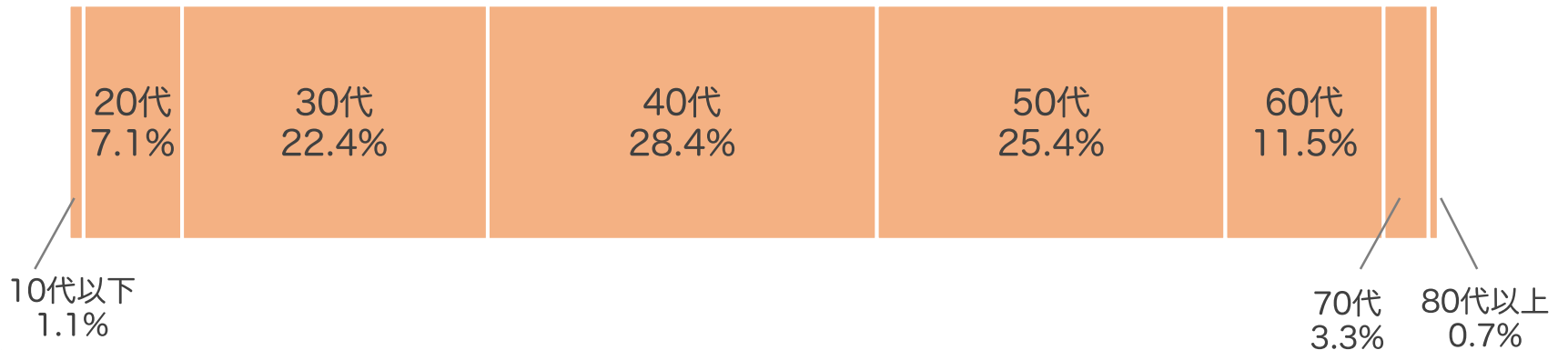
(n=4,064)



■ 既婚 ■ 未婚

F6. あなたの年齢を教えてください。

(n=4,064)

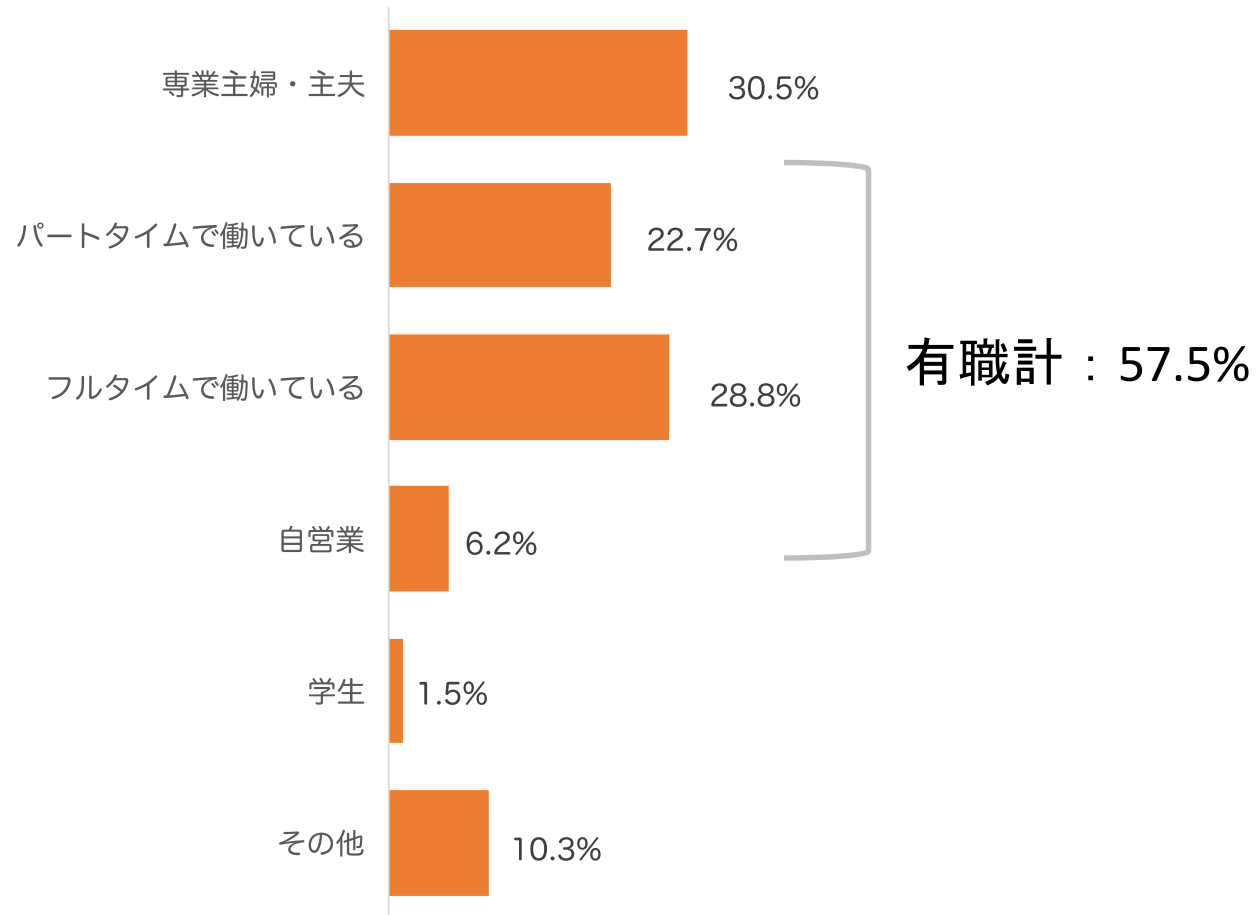




## 回答者属性（職業）

F5.あなたの職業を教えてください。

(n=4,064)

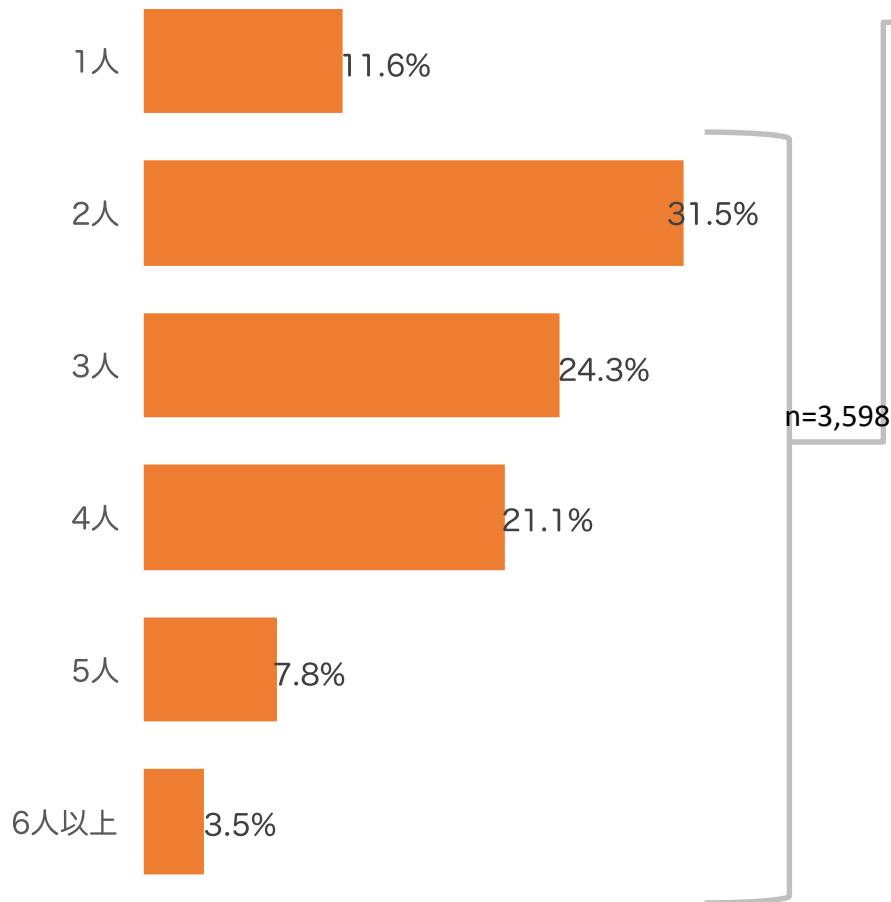




## 回答者属性（同居人数・同居者）

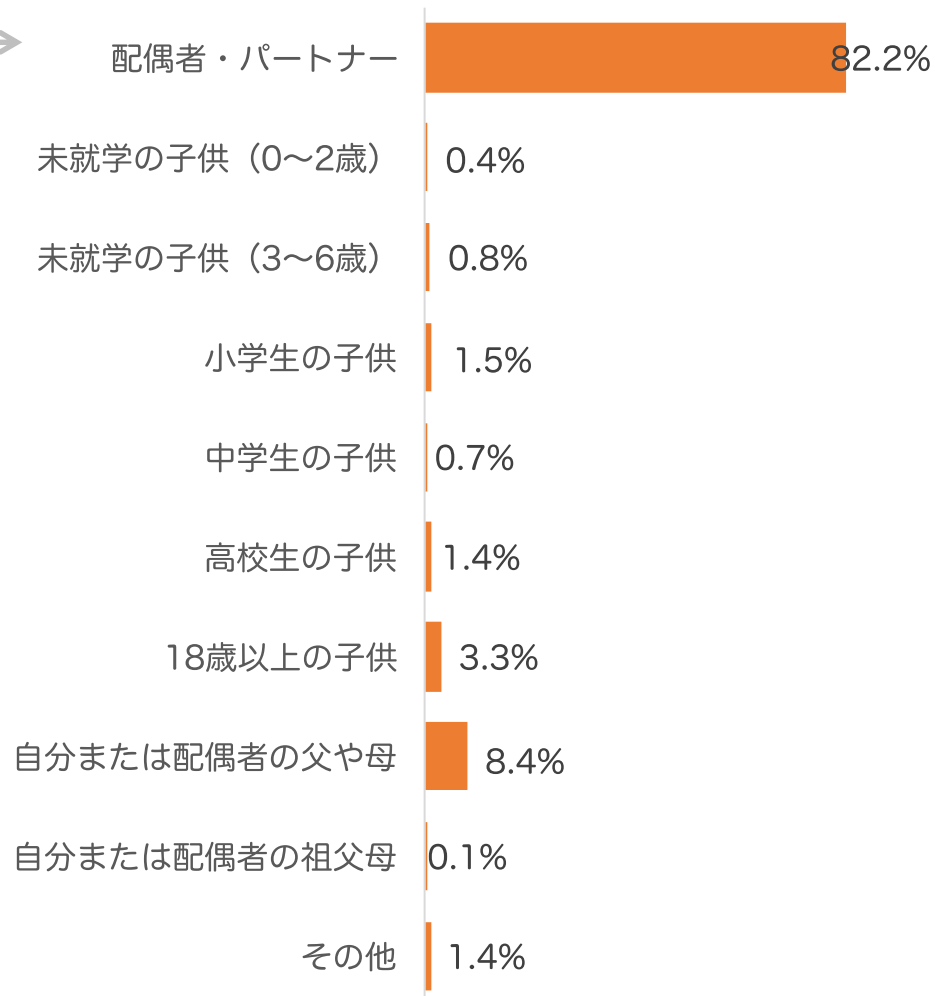
F3.あなたと同居している方の人数を、  
あなた自身も含めて教えてください。

(n=4,064)



F4.あなたと同居している方を教えてください。

(n=3,598)

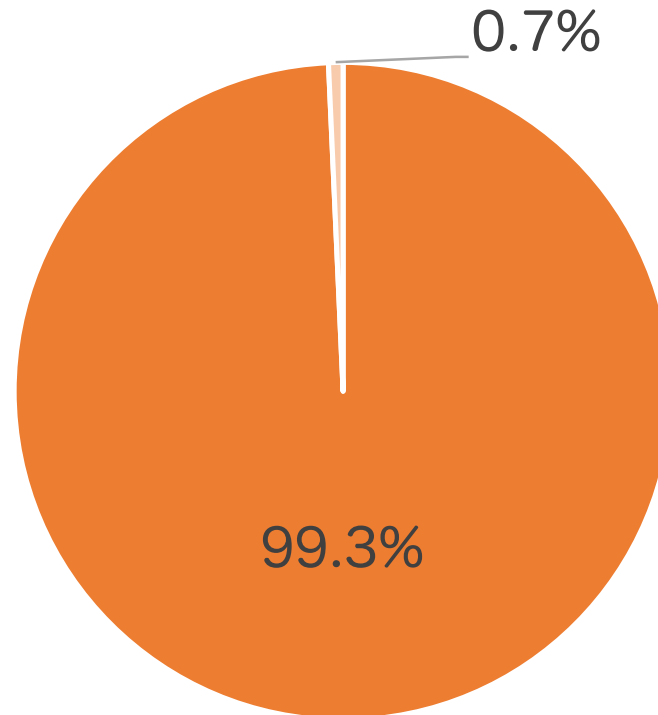




## スーパーマーケットの利用状態

Q1.あなたは、スーパーマーケットに行きますか。（回答はひとつ）

(n=4,064)

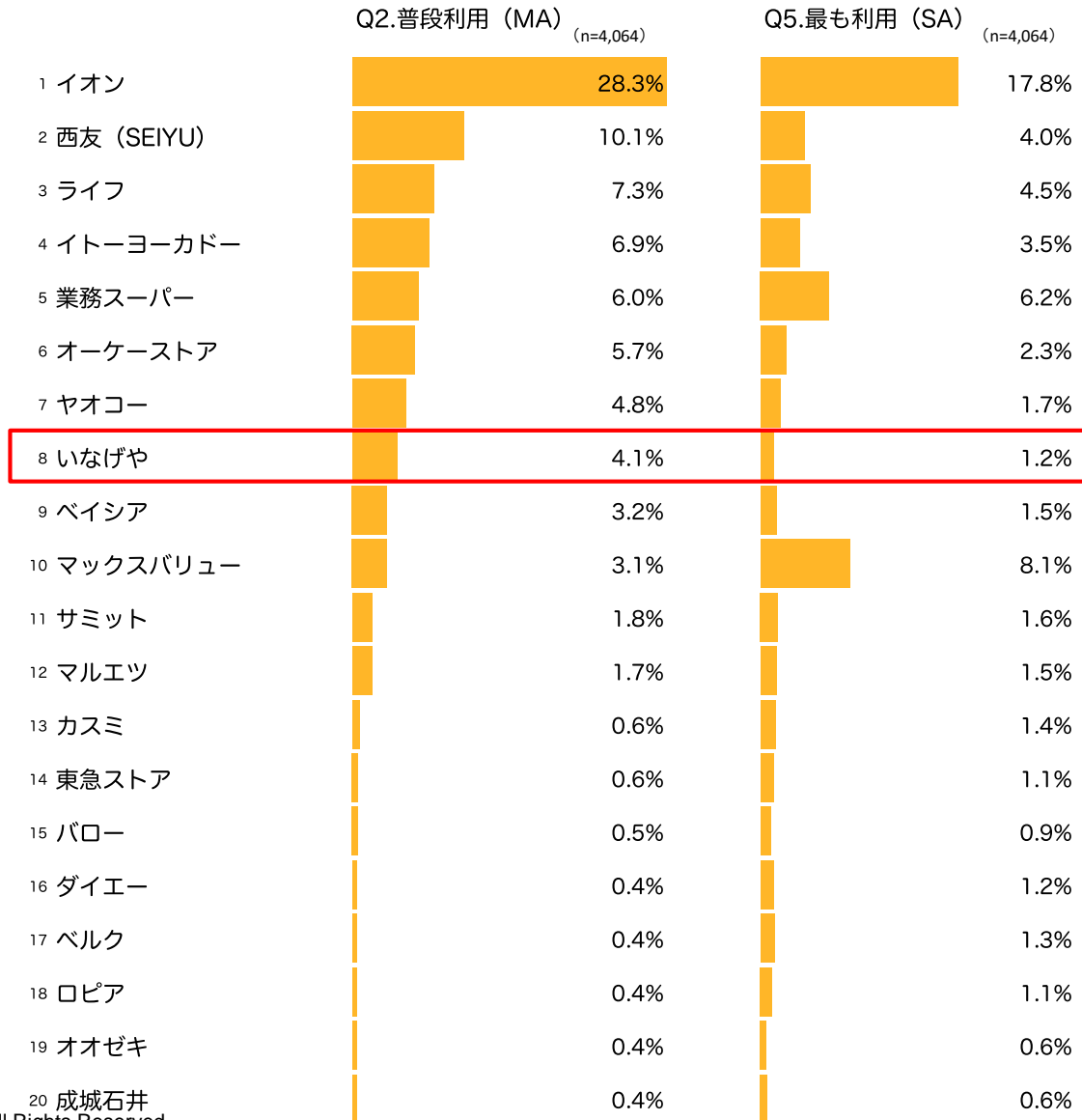


- スーパーマーケットに行く
- スーパーマーケットに全く行かない



## スーパーマーケットの利用状態（スーパーマーケット別）

Q2. 普段、あなたが利用するスーパーマーケットを教えてください。（回答はいくつでも）  
Q5. あなたが、最もよく利用するスーパーマーケットを教えてください。（回答はひとつ）

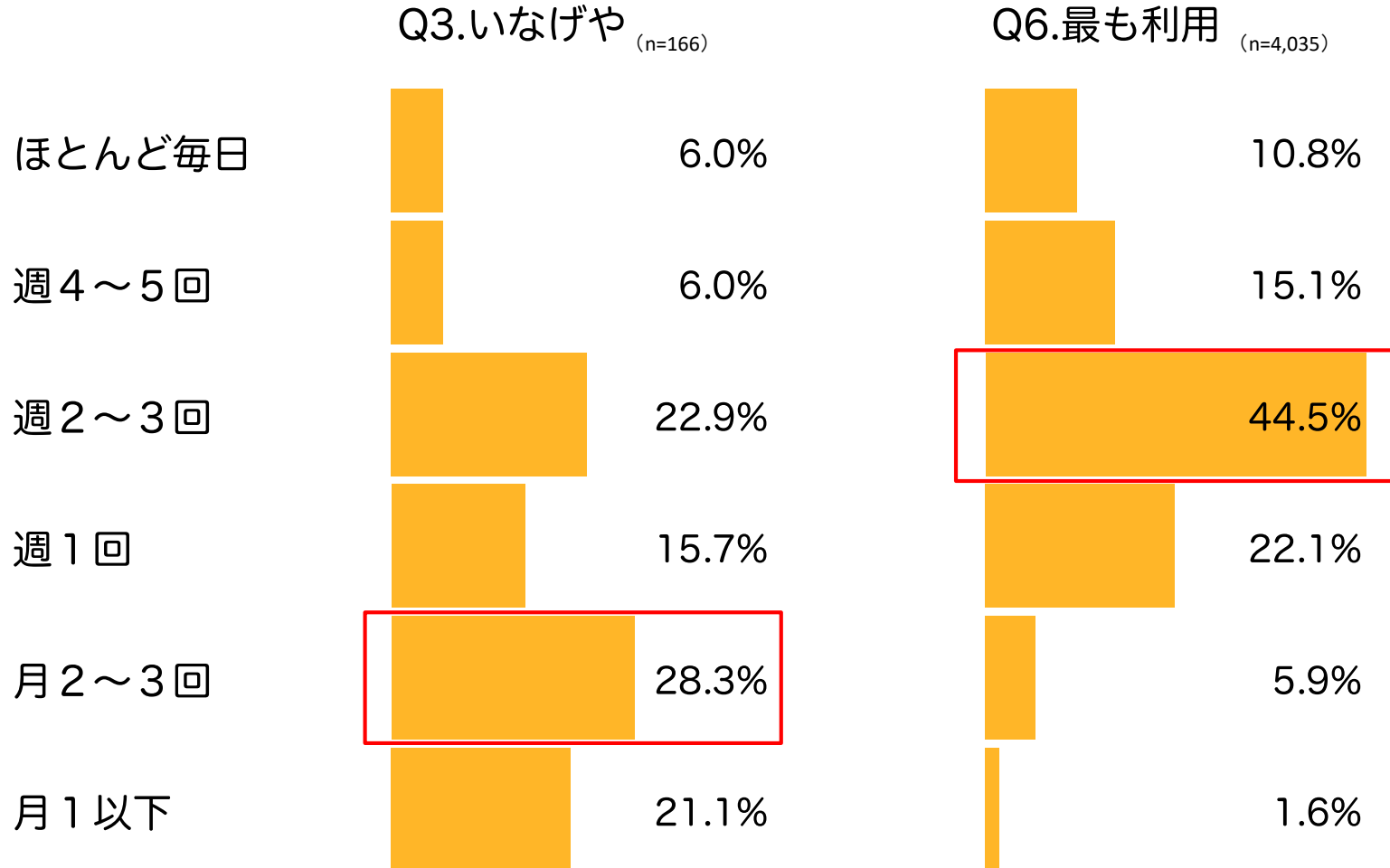




## スーパーマーケットの利用頻度

Q3.あなたは、「いなげや」をどれくらいの頻度で利用しますか。(回答はひとつ)

Q6.あなたは、最もよく利用するスーパーマーケットをどれくらいの頻度で利用しますか。(回答はひとつ)

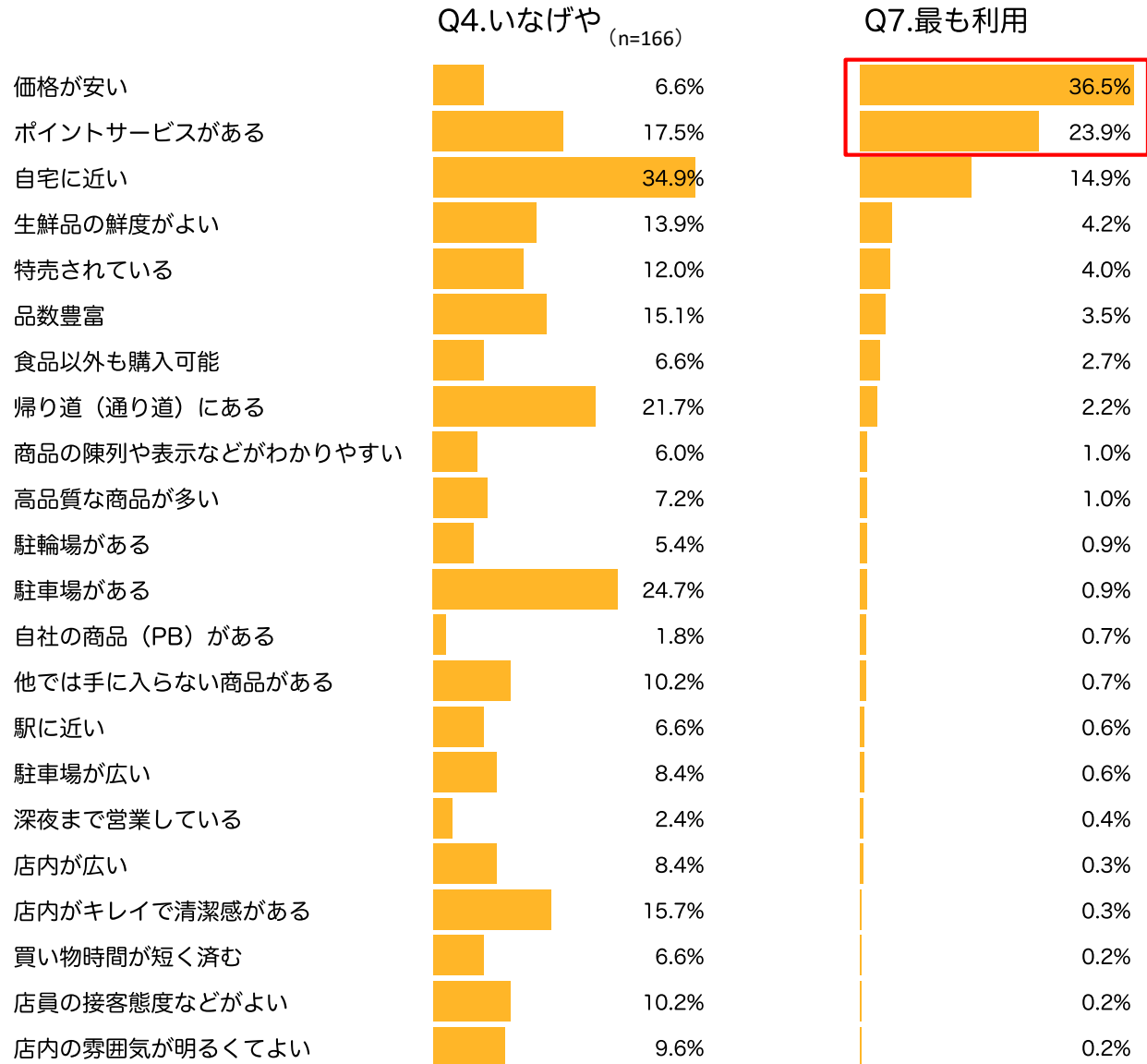




# スーパーマーケットの利用理由

Q4.あなたが、「いなげや」を利用する理由を教えてください。（回答はいくつでも）

Q7.あなたが、最もよく利用するスーパーマーケットを利用する理由を教えてください。（回答はいくつでも）

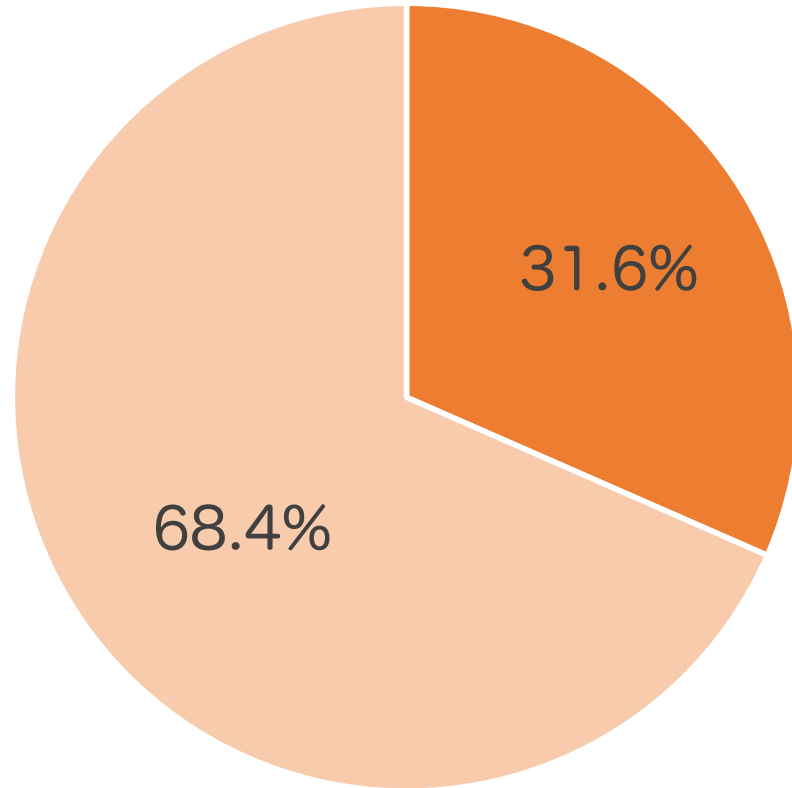




## スーパーマーケットのアプリインストールの有無

Q8.あなたは、スーパーマーケットのアプリをインストールしていますか。(回答はひとつ)

(n=4,035)



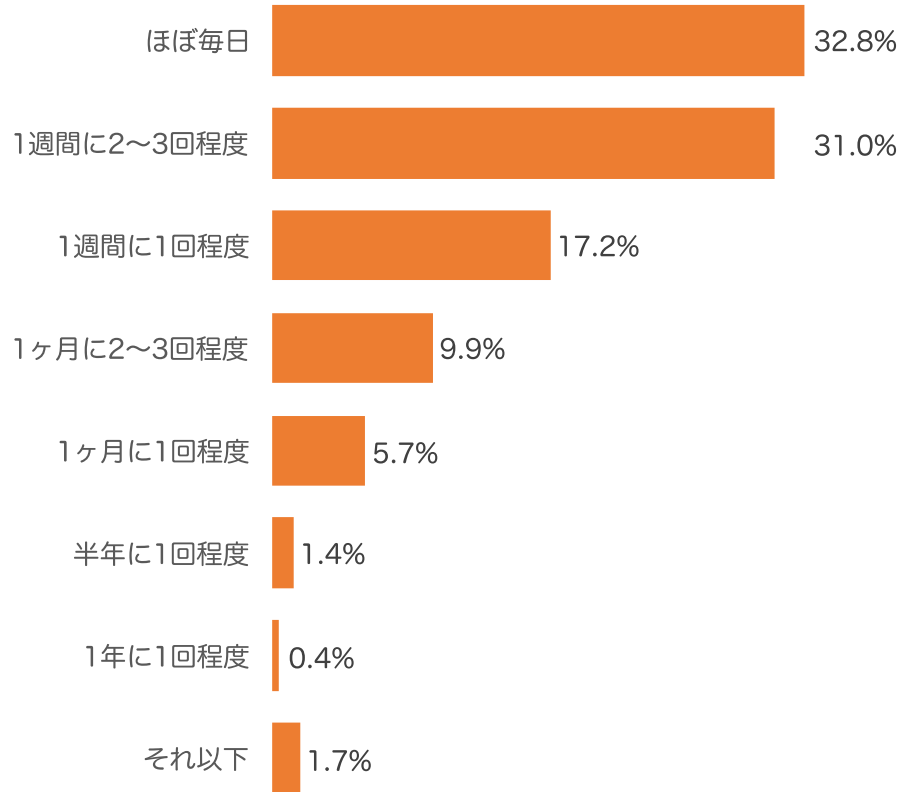
■ している

■ していない

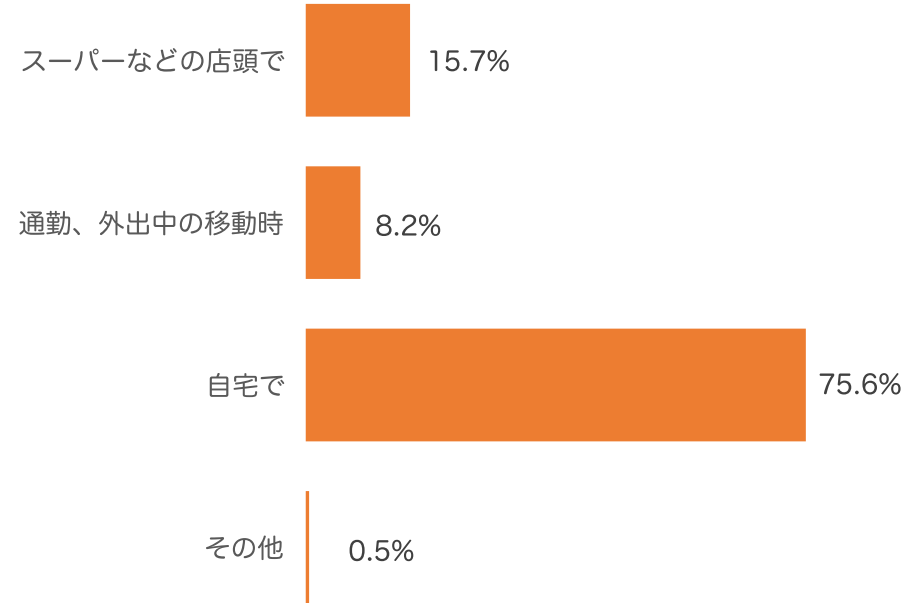


## クックパッドの利用頻度／利用シーン

F7.あなたがクックパッドを利用している頻度を教えてください。  
(回答はひとつ)  
(n=4,064)



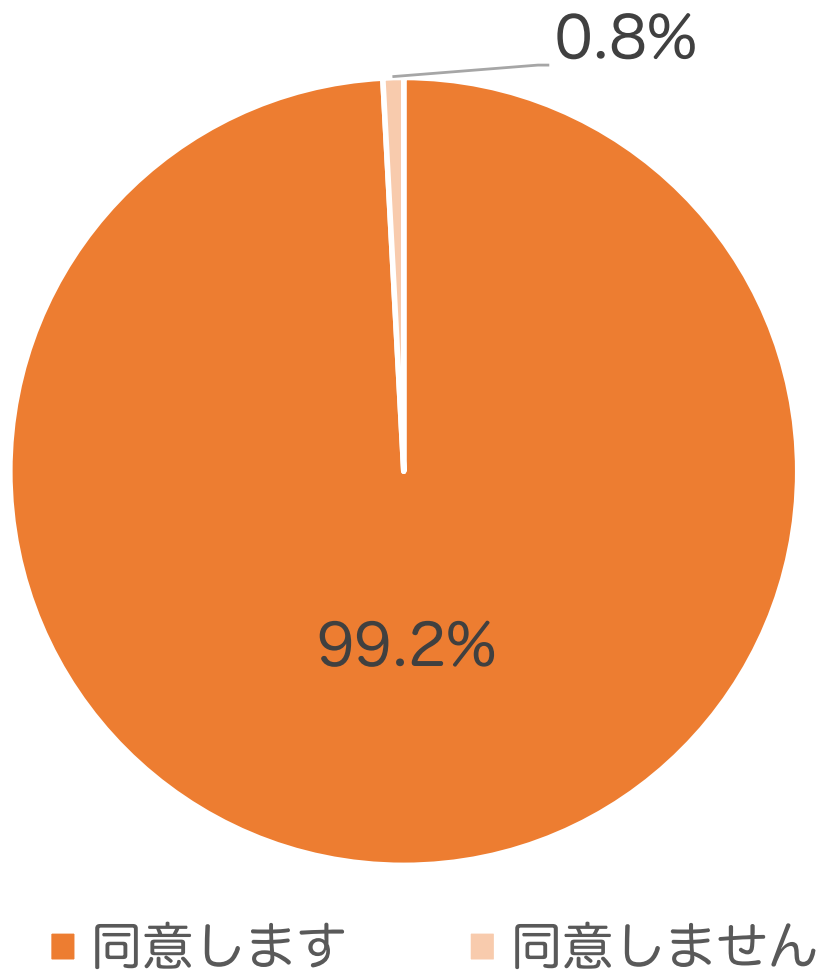
F8.あなたがクックパッドを利用するシーンを教えてください。  
(回答はいくつでも)  
(n=3,994)





利用規約の内容をご確認いただき、ご回答をお願い致します。

(n=118)



ID-POS

レシピ検索・閲覧



X



## データ結合の事例

いなげやIDとクックパッドIDを連携し、  
オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化を行う



買い物時に商品の  
バーコードをスキャン



食べたいレシピを  
「検索」



作りたいレシピを  
「閲覧」



購入履歴



レシピ検索・閲覧

# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化



レシピ検索  
(バナー接触含む)



店頭購入



レシピ閲覧



再調理  
再購入



# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化



レシピ検索  
(バナー接触含む)



店頭購入



レシピ閲覧



再調理  
再購入



ゼロの瞬間

第一の瞬間

第二の瞬間



Search Purchase Cook



首都圈在住・30代女性

# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化（n=1）

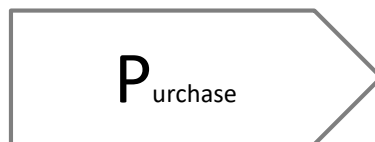
8/23（木）のSPC例



レシピ検索

検索ワード

1. 朝ご飯
2. おにぎり
3. おにぎらず
4. 献立
5. ポテトサラダ
6. 豚
7. オムライス
8. しょうが焼き
9. 牛丼



店頭購入

閲覧レシピ



レシピ閲覧

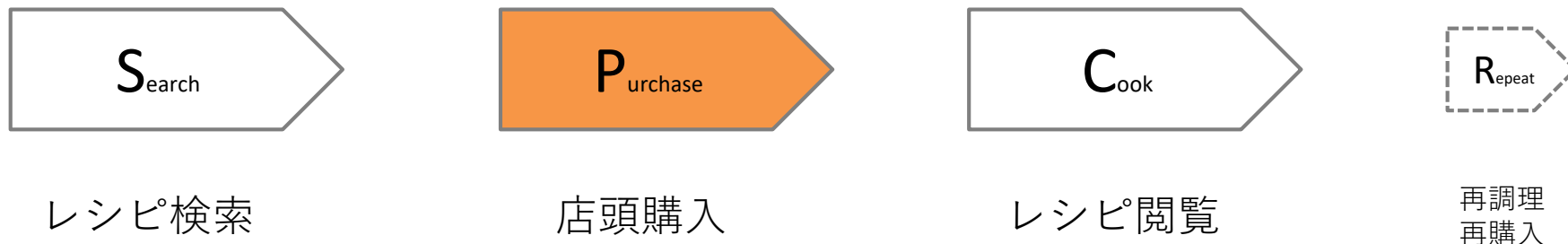
1. 玉ねぎも一緒に\*豚の生姜焼\*
  2. 一番簡単★しょうが焼き
  3. 簡単\*ふわふわ\*褒められオムライス
  4. モテる！定食屋さんの生姜焼き
  5. ☆チキンライス☆の美味しいおムライス♪
  6. しっかり味のチキンライスで\*オムライス
  7. 娘に伝えたい\*簡単美味しい♪生姜焼き\*
  8. ♡みんな大絶賛のポテトサラダ♡コツあり
- ♪
9. 手軽な朝定食☆BLTおにぎらず
  10. 簡単☆シンプル☆チャーハン
  11. 定番！想像通りのオムライス
  12. きのこデミグラスソースオムライス
  13. チキンライスがやばうま！のオムライス
  14. ヘルシー♡きのこ納豆の温かいお蕎麦♡
  15. 簡単！豚のやわらかしょうが焼き
  16. お弁当・朝ごはん♡鰹節と胡麻のおにぎり
  17. パンが無かった時の簡単朝食！ブリトール♪
  18. ランチ☆簡単ハムとレタスのサンドイッチ
  19. 作ってあげたい\*オムライス
  20. 牛丼～吉野家風～☆



再調理  
再購入

# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化（n=1）

8/23（木）のSPC例



## 購入商品

1. フジ アンパンマンミニスナック 8本
2. 食卓応援セレクト 十勝片栗粉
3. カゴメ トマトケチャップ 500g
4. 山本かじの 信州の二八そば
5. 香り枝豆（小）
6. 青首大根ユニット

# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化（n=1）

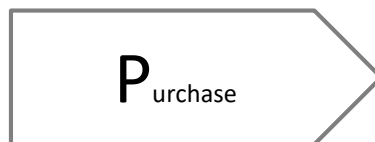
8/23（木）のSPC例



レシピ検索

検索ワード

- 1.ピザトースト
- 2.オムライス



店頭購入

閲覧レシピ

- 1.簡単\*ふわふわ\*褒められオムライス
- 2.しっかり味のチキンライスで\*オムライス
- 3.朝の定番\*ピザトースト
- 4.朝食のトーストに♪ツナマヨ☆ピザトースト
- 5.☆チキン☆の美味しいオムライス♪
- 6.作ってあげたい\*オムライス
- 7.朝食のトーストに♪コーンマヨピザトースト
- 8.朝食ランチトーストに♪おうちピザトースト



レシピ閲覧



再調理  
再購入

# オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の可視化（n=1）

8/23（木）のSPC例



レシピ検索

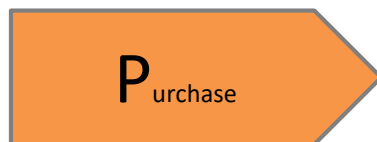
検索ワード

オムライス



閲覧レシピ

簡単\*ふわふわ\*褒められオムライス  
☆ｷﾝﾗｲｽ☆の美味しいおﾗｲｽ♪  
しっかり味のチキンライスで\*オムライス  
定番！想像通りのオムライス  
きのごデミグラスソースオムライス  
チキンライスがやばうま！のオムライス  
作ってあげたい\*オムライス



店頭購入

購入商品

カゴメ トマトケチャップ  
500g



レシピ閲覧

検索ワード

ピザトースト  
オムライス



閲覧レシピ

簡単\*ふわふわ\*褒められオムライス  
しっかり味のチキンライスで\*オムライス  
朝の定番\*ピザトースト  
朝食のトーストに♪ツナマヨ☆ピザトースト  
☆ｷﾝﾗｲｽ☆の美味しいおﾗｲｽ♪  
作ってあげたい\*オムライス  
朝食のトーストに♪コーンマヨピザトースト  
朝食ランチトーストに♪おうちピザトースト



再調理  
再購入

## オフライン（店頭購買）とオフライン（レシピ検索・閲覧）行動の関係

- 検索後に購入（検索先行）
- 購入後に検索（検索遅行）

### 簡単\*ふわふわ\*褒められオムライス

レシピを保存



\*5000レポ、殿堂入り感謝です♪クックパッドレシピ本に掲載していただきました\*素敵なつくれば下さる皆様感謝です♡

kanap0m

#### 材料 (2人分)

##### ■ \*チキンライス\*

米	2合
鶏肉やウインナー	好きなだけ
玉ネギ	大きいもの半玉
ケチャップ(私は必ずカゴメトマトケチャップです!)	

適量(大さじ5くらい)

ブラックペッパー	3ふりくらい
塩	ひとつまみ
(あればニンニク)	1かけ

##### ■ \*ふわトロたまご(1人分)

マヨネーズ	5センチくらい
卵	2.3こ
牛乳	大さじ2
バター	10グラム

検索後に購入



購入後に検索



毎日の料理を楽しみにする  
Make everyday cooking fun!



**cookpad**

