

# ショッパーインサイトに関する調査研究【経過報告】

## 非計画購買における購買行動類型の構築

July 21<sup>st</sup>,2021

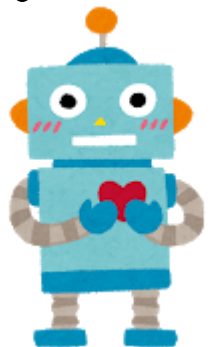
Chuo Business School

Asia Shopper Insight Institute

NAKAMURA Hiroshi / SUGIMOTO Yukari

## 本研究の目的

- 人間は情報や感情に流されて動くことが指摘されており、人間の認知過程では様々な認知バイアス（心理の傾向）が働いています。
- このバイアスは意思決定や行動に影響を与えていることから、バイアスなど人の癖を読み解くことで、ショッパーの無自覚の行動を検討することが可能であると考えます。
- 本研究では、ショッパーがどのようなバイアスの影響を受けて非計画購買を行うのか、購買行動を明らかにして、売場生産性向上のための仮説を提示することを目的とします。
- 今回は、非計画購買行動と認知バイアスの関係およびカスタマージャーニーの仮説を検討しました。



# 調査の実施要領

- 調査日：2019年10月24日(木)から2021年6月14日(月)まで計4回全8日間
- 調査場所：首都圏スーパーマーケット
- 対象者：30代から70代までの女性38名
  - \* 内18名は、生活習慣病罹患者。医師からの紹介により、治療(服薬)を受けている患者。  
糖尿病患者9名, 高血圧症患者9名
- 調査手法：感性アナライザーを装着の上、買い物をしてもらう。  
また、思考スタイルや衝動性等テスト、非構造化面接によるデプスインタビュー調査を実施。グラウンデッドセオリーアプローチにより構造化をおこなう。
- 買い物テーマは、当日被験者に伝える。

## 【第1回調査パネル属性と概要】

調査	日程	場所	被験者	全購入商品数	平均購入数	購入金額平均
第1回	2019年10月24(木)25(金)日	首都圏 スーパーマーケット	10名 30代~50代	85品	8.5品	1,546円

被験者No	年代	家族	購入金額	購入品目	買物時間M
101	40	3	1,242	9	11
102	50	2	2,593	14	20
103	40	3	1,175	5	15
104	40	4	1,866	12	23
105	30	3	1,204	6	12
106	40	3	617	4	5
107	30	2	1,062	7	18
108	40	3	3,016	15	25
109	50	3	933	4	20
110	50	4	1,754	9	29



【注意】買物時間は感性アナライザーの関係でゆっくり歩いてもらっているため、長くなっている可能性があります。

## 【第2回調査パネル属性と概要】

調査	日程	場所	被験者	全購入商品数	平均購入数	購入金額平均
第2回	2020年9月2(水)3(木)日	首都圏 スーパーマーケット	10名 30代~50代	123品	12.3品	2,255円

被験者No	年代	家族	購入金額	購入品目	買物時間M
201	30	3	2,294	12	13
202	40	5	2,657	19	20
203	30	4	2,010	9	20
204	40	1	2,392	9	25
205	40	2	2,000	14	20
206	30	1	1,972	10	30
207	40	3	2,015	13	10
208	50	4	2,669	13	25
209	40	4	2,329	11	30
210	30	3	2,209	13	32



【注意】買物時間は感性アナライザーの関係でゆっくり歩いてもらっているため、長くなっている可能性があります。

## 【第3回調査パネル属性と概要】

調査	日程	場所	被験者	全購入商品数	平均購入数	購入金額平均
第3回	2021年 2月22(火)23(水)日	首都圏 スーパーマーケット	生活習慣病患者 8名 40代~60代	127品	14.2品	3,904円

被験者No	年代	家族	購入金額	購入品目	買物頻度	買物時間M	疾患
301	40	2	3,233	12	週2.3	10	高血圧症
302	50	3	2,449	12	週2.3	12	高血圧症
303	60	2	4,823	14	週2.3	10	糖尿病
304	60	4	3,459	23	週2.3	17	糖尿病
305	40	2	3,781	18	週2.3	27	糖尿病
306	40	2	5,735	18	週1	13	高血圧症
307	40	1	4,008	17	週1	15	高血圧症
308	60	2	3,742	14	週2.3	11	糖尿病



【注意①】買物時間について、感性アナライザーの影響はありません。  
 【注意②】疾患は、医療機関に受診し、服薬を受けている患者です。

# 第4回調査の実施要領

- 調査日：2021年6月13(日)14(月)日の2日間
- 調査場所：首都圏スーパーマーケット
- 対象者：糖尿病患者5名，高血圧症患者5名 50代から70代の女性10名
  - \* 被験者は、医師からの紹介により、治療(服薬)を受けている患者。
- 調査手法：感性アナライザーを装着の上、買い物をしてもらう。また、思考スタイル等テスト、非構造化面接によるデプスインタビュー調査を実施。
- 買い物テーマは、当日被験者に伝える。

## 【第4回調査パネル属性と概要】

調査	日程	場所	被験者	全購入商品数	平均購入数	購入金額平均
第4回	2021年 6月13(日)14(月)日	首都圏 スーパーマーケット	生活習慣病患者 10名 50代~70代	163品	16.4品	3,780円

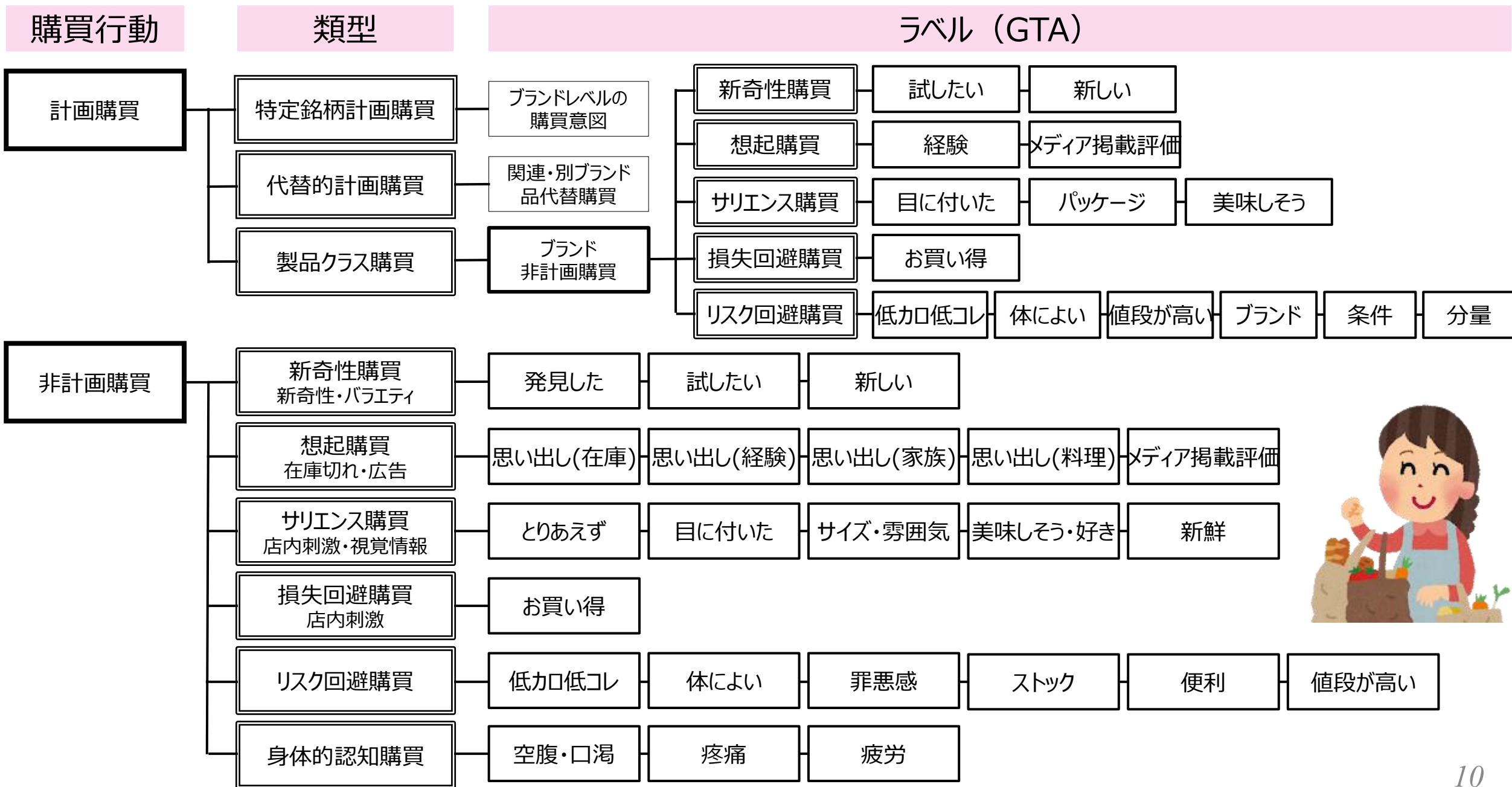
被験者No	年代	家族	購入金額	購入品目	買物頻度	買物時間M	疾患
401	60	2	3,749	21	週1	16	高血圧症
402	70	1	3,743	12	毎日	15	糖尿病
403	60	3	3,661	11	週2.3	19	高血圧症
404	60	2	4,173	19	週2.3	12	高血圧症
405	60	3	2,679	14	週1	5	糖尿病
406	50	3	3,054	14	毎日	10	糖尿病
407	60	2	6,945	22	毎日	24	糖尿病
408	50	8	3,257	15	毎日	11	糖尿病
409	50	3	3,011	16	毎日	13	高血圧症
410	60	3	3,652	18	毎日	11	高血圧症



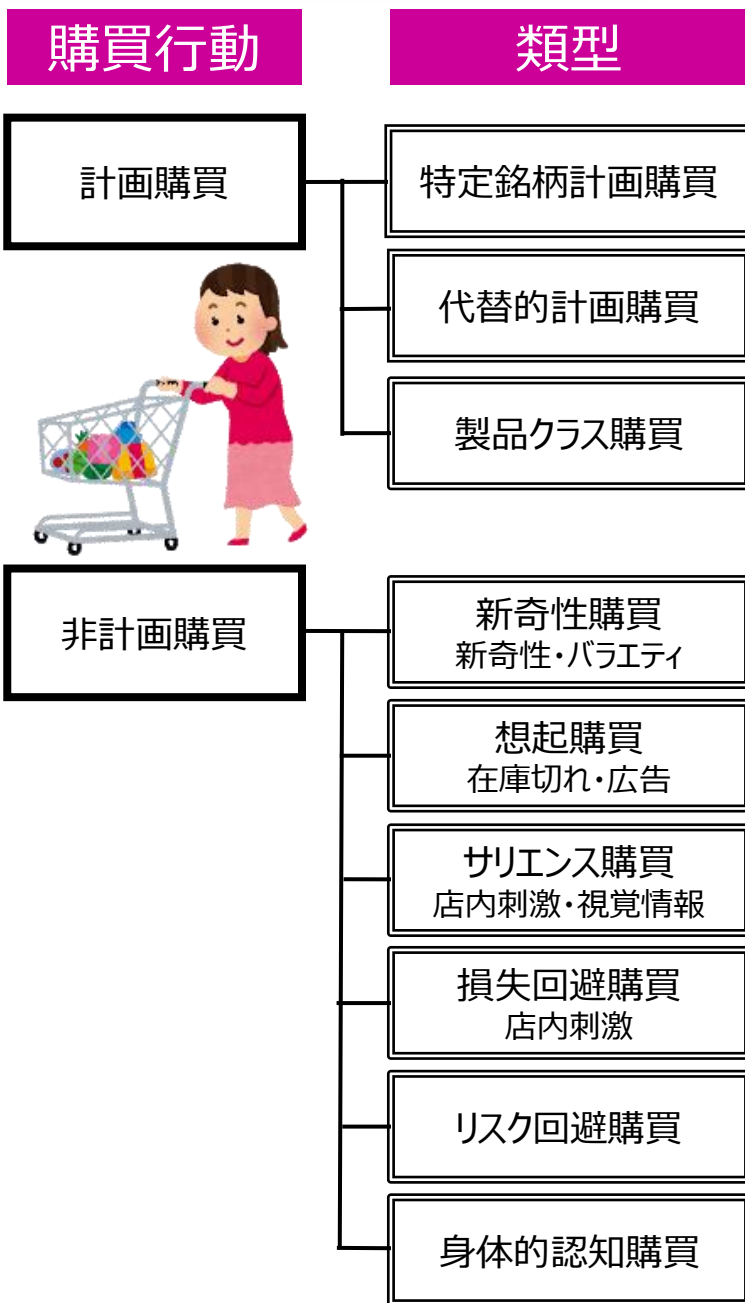
注意① 買物時間について、感性アナライザーの影響はありません。  
 注意② 疾患は、医療機関に受診し、服薬を受けている患者です。



# 購買行動類型 (最新)



# 購買行動類型（概要）



計画購買

特定銘柄計画購買

ブランドレベルで計画購買を行う。

代替的計画購買

計画していたブランドの関連・別ブランド品を代替で購買する

製品クラス購買

カテゴリのみ計画している、**ブランド非計画購買**。ブランド選択では、新奇性購買、想起購買、サリエンス購買、損失回避購買、リスク回避購買などの**認知バイアスの影響を受けた購買**がおきている。

非計画購買

新奇性購買  
新奇性・バラエティ

**新奇性やバラエティーを求め**る衝動的な認知バイアスにもとづいて行われる購買のこと。他ではみない発見した感覚や、**新商品・初めて買う商品**に対して試したい・食べてみたいと思い、非計画購買をおこなう。

想起購買  
在庫切れ・広告

消費者が商品を見ることによって、**在庫切れや過去の購買経験、家族の好み、料理などを店内で思い出す**。また、**商品に関する広告や雑誌、テレビ、SNSなどのインフォメーションを思い出すこと**による想起的な非計画購買である。

サリエンス購買  
店内刺激・視覚情報

消費者が**店舗内での刺激や商品の視覚情報**（美味しそう・好き、新鮮、雰囲気、目に付いた）などにより非計画的に手にとる購買である。**大量陳列やフェイスを増やす、パッケージ、POPなどによるバイアスの影響**を受ける。

損失回避購買  
店内刺激

損失は利得の約2倍のインパクトがあり、人は損をしないよう行動する。損失回避では、損を避けるため、損をする可能性を感じた瞬間、**保守的になる**。**差別化できない場合、お買い得による損失回避の購買行動**がおきる。

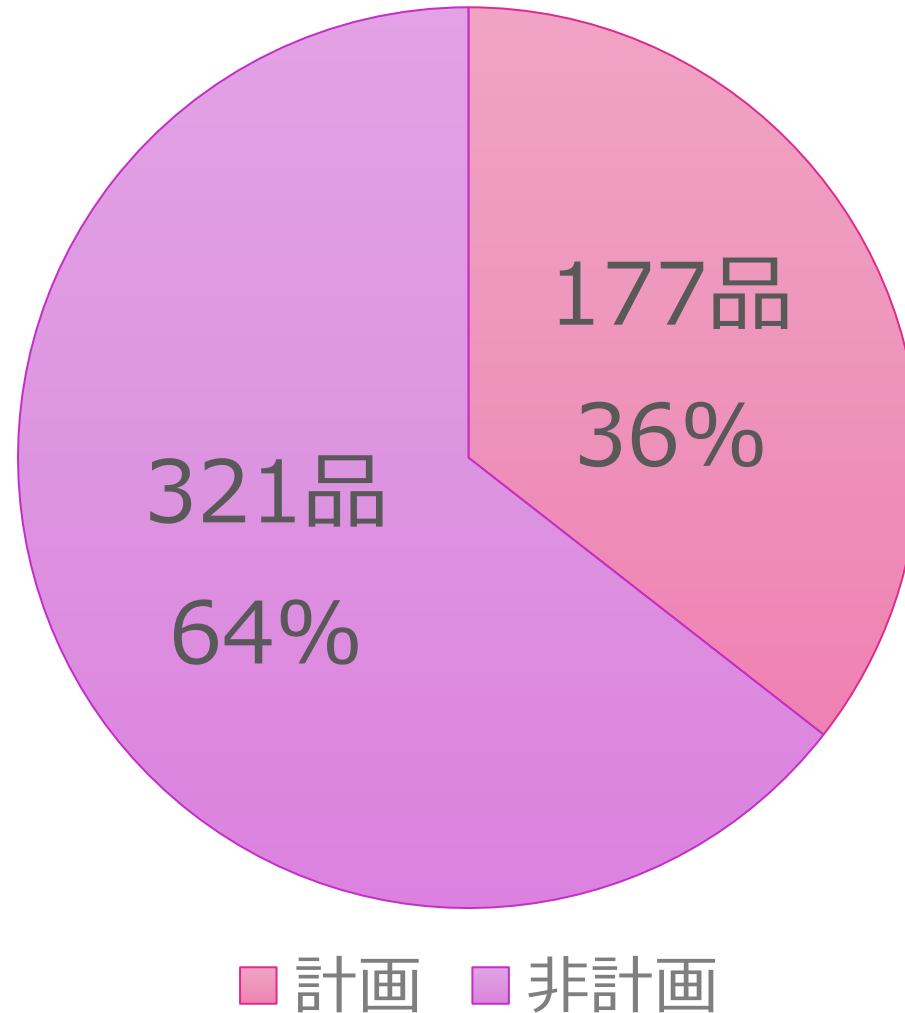
リスク回避購買

消費者が**リスクを回避**するために行う衝動購買。低カロリー低コレステロールだから病気でもOK、体によい、食事への**罪悪感から逃れる商品**など**健康リスクへの考慮**、**便利・ストック用で不足のリスク回避**、**値段が高さ = 良い品**など。

身体的認知購買

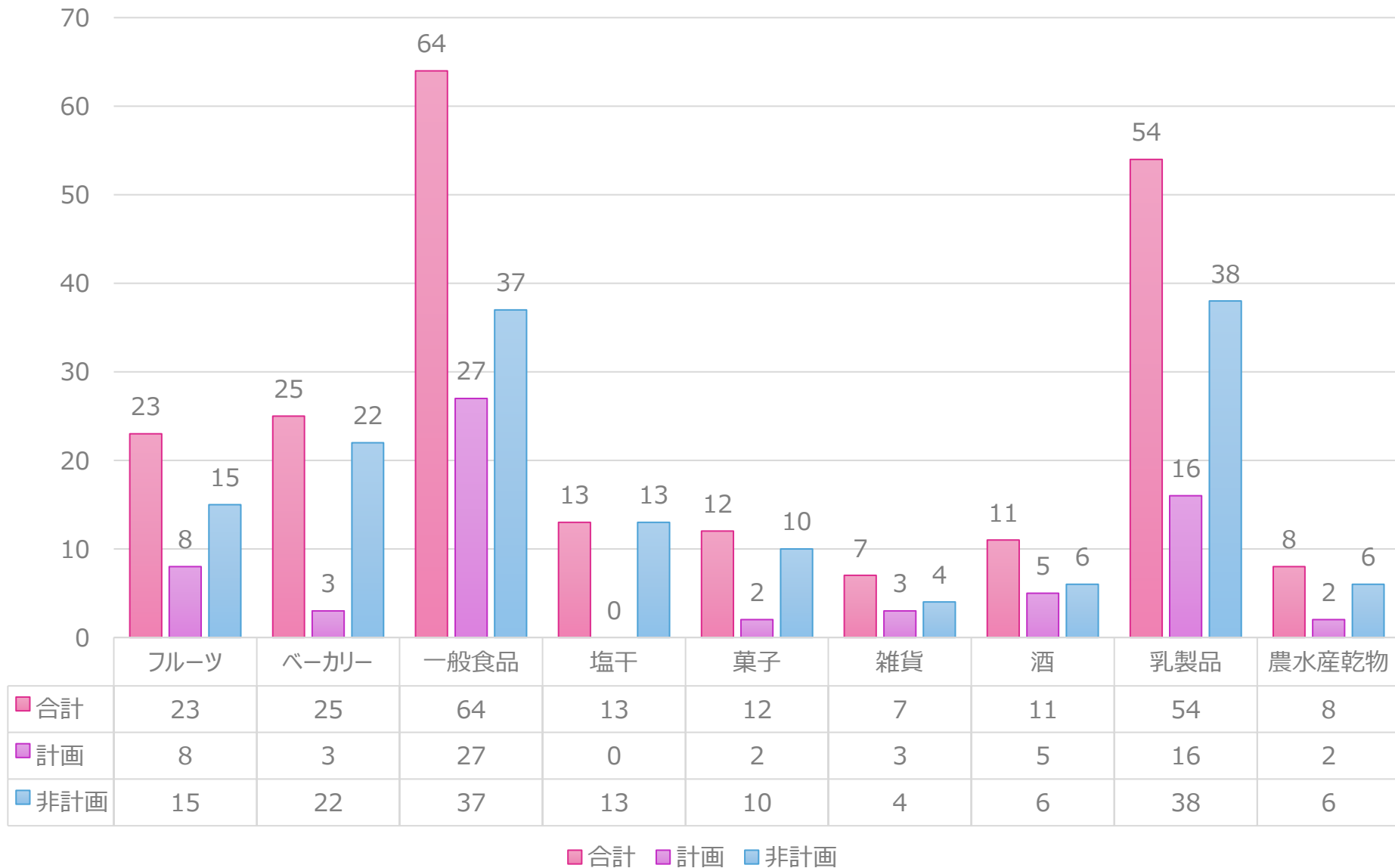
店舗内でおきる**身体的認知**（空腹・のどが渇く、カラダが痛い[疼痛]、疲れた[疲労]）による非計画的な購買行動。

## 全購入商品数

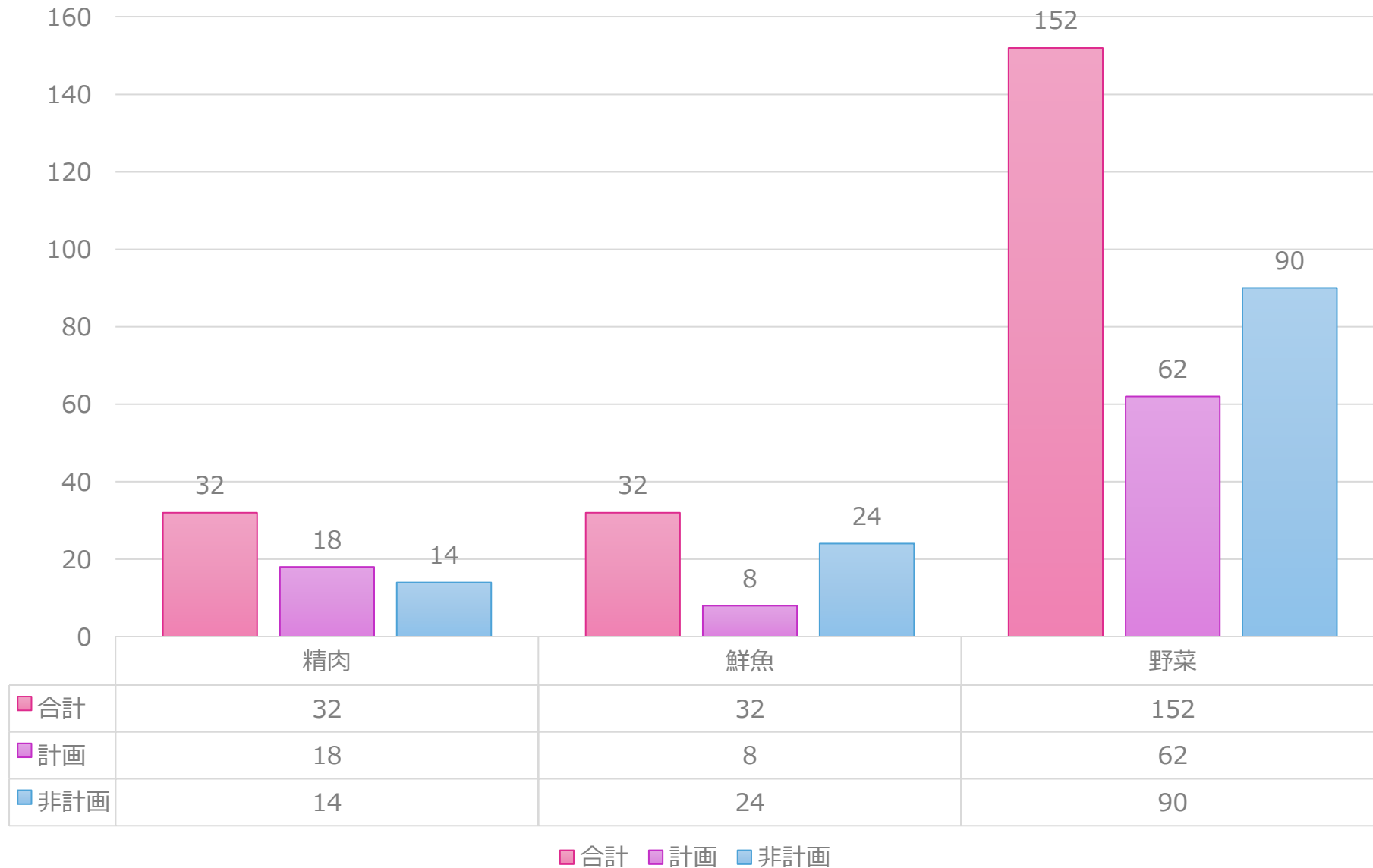


- 全4回調査
- 購入商品数全498品
- 被験者合計38名
- 1人あたり12.9品
- 平均2,871円

## 中分類別計画・非計画購買商品数比較（1）

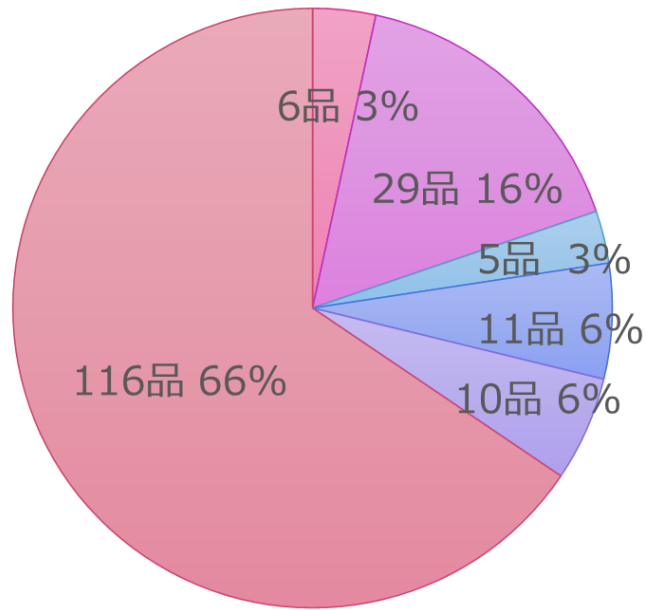


## 中分類別計画・非計画購買商品数比較（1）

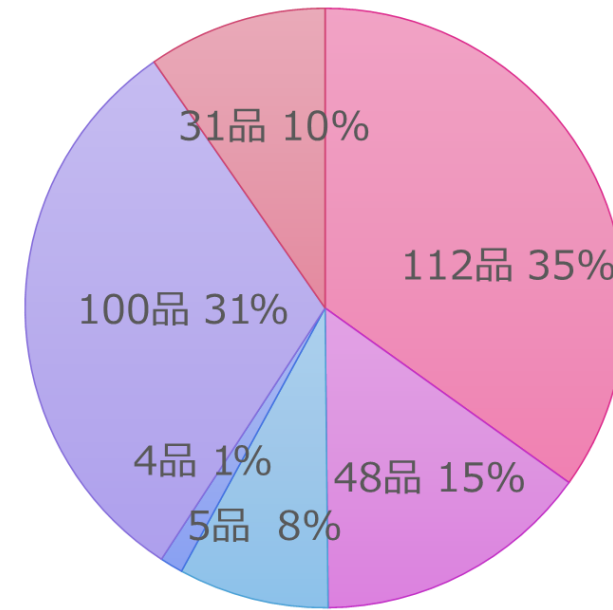


# 計画・非計画購買の行動類型比率

計画行動類型比率  
n=177品



非計画購買の行動類型比率  
n=321品



- サリエンス購買
- リスク回避購買
- 新奇性購買
- 想起購買
- 損失回避購買
- その他計画購買

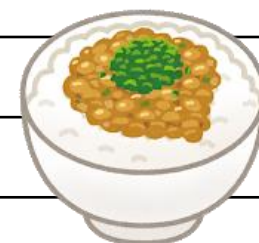
- サリエンス購買
- リスク回避購買
- 新奇性購買
- 身体的認知購買
- 想起購買
- 損失回避購買

## 分類別の購買行動

各商品では、どのようなバイアスにより購買行動がおこなわれているのか？  
商品の中分類に分別し、購買行動を確認する。

## 分類別の行動類型

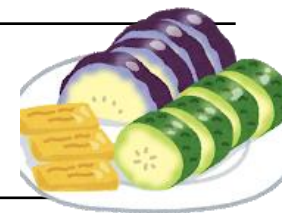
デイリー【水物】 全33品★		
商品	納豆、こんにゃく、豆腐など	
おかめ小粒ミニ納豆、しらたき、国産大豆豆腐、食セレ油揚げ、おかめ納豆まるやか、納豆タカノ旨味ミニ、セレクト木綿豆腐、納豆たまご醤油だれ、とうふ絹美人、お徳用こんにゃく、絹豆腐おかめ、食セレ油揚げ手揚げ風、日光生湯葉、十勝の極み豆腐、おかめひきわり納豆、絹豆腐ミニ3P、ジーマどうふ等		
計画購買 14品	想起購買 2品	経験 [前に食べておいしかった]
内製品クラス購買 6品	損失回避購買 2品	お買い得
	リスク回避購買 2品	条件[小粒]、低カロ低コレ
非計画購買 19品	想起購買 8品	思い出し（在庫・料理） [買置き、ゴーヤがあるのを思い出した、パスタに合うなど]
	サリエンス購買 5品	サイズ・雰囲気、とりあえず、美味しそう・好き
	損失回避購買 1品	お買い得
	リスク回避購買 5品	ストック、体によい、値段が高い



- パッケージ、POP、サイネージなどにより、「体によい、低カロリー低コレステロールなど」の健康リスクの回避を訴求する。
- POP・サイネージ等で料理を見せる、レシピなどにより、想起購買（思い出し在庫・料理）を促す。

## 分類別の行動類型

デイリー【漬物】 13品★		
商品	たくわん、キムチ、梅干し、らっきょう等	
ヤマサンゆずだいこん、はならっきょう、梅干し、はちみつ梅、大根漬物、福神漬け、こくまキムチ、若取り大根、キムチ牛角韓国直送キムチ、食セレきりぼし大根、手作りキムチ、ごはんがススムキムチ、麴たくあん		
計画購買 2品 内製品クラス購買 1品	サリエンス購買 1品	パッケージ[ゆず大根の絵]
非計画購買 <b>11品</b>	想起購買 4品	思い出し（家族・在庫・料理） [常備している、家族が好き]
	サリエンス購買 5品	とりあえず [料理に合わせて]、美味しそう・好き[パッケージ、朝採]
	損失回避購買 1品	お買い得
	リスク回避購買 1品	体によい [発酵食品は体によい、アンチエイジング]



- 視覚情報を重視するサリエンス購買を考慮し、料理との組み合わせを考え、レコメンドにより訴求する。
- パッケージから美味しそうだと判断しており、視覚情報が重要。目立つ文字や絵によりおいしさを感じさせる。
- 想起購買（思い出し料理・家族・在庫）を促すため、漬物と料理のコラボレーションを示す。
- 発酵食品 = アンチエイジングの認識あり。美容面での効果を示す。

## 分類別の行動類型

### 一般食品【飲料】 13品 ★

商品 お茶、炭酸、コーヒー、スポーツドリンク等

伊藤園おーいお茶濃茶、アクエリアス、カゴメ野菜1日これ1本ジュース、ドトールコーヒーたっぷりラテ、農協野菜デイズ野菜ジュース  
伊藤園黒豆茶、AGFブレンディ、さやま茶ペット、ペプシゼロ、プレミアムグレープファンタ、アイスコーヒー無糖、経口補水液、  
サントリー天然水スパークリングレモン

計画購買 1品

サリエンス購買 1品

パッケージ[首掛け、シールがついていた]

内製品クラス購買 1品

非計画購買 12品

新奇性購買 2品

新しい、試したい [黒豆めずらしい、コーヒーのパッケージをみて]

想起購買 3品

思い出し(家族・経験・在庫) [冷蔵庫に切らさない]

サリエンス購買 2品

とりあえず、美味しそう・好き [カゴメは濃い感じ]

損失回避購買 1品

お買い得

リスク回避購買 2品

罪悪感[このくらいの甘さなら良い]、体によい[健康的]

身体的認知 2品

空腹・口渇[のどが渴いたから帰りにのむ]



- 首掛けやシールによりキャンペーンがイメージされ、購買動機につながる。
- 健康によい、免疫力が高まるなど、健康によいイメージの情報を提示。
- パッケージやめずらしい材料で判断されており、新奇性購買を促すため、新製品・品揃えを考慮する。

# 分類別の行動類型

## 一般食品【調味料】 41品 ★

商品	酢、みりん、砂糖、ドレッシング、油、ソース、カレー、マヨネーズ、鍋だし等	
マンジョ本みりん、エスビーゴールデン中辛・甘口、ラッキョウ酢、ホクレンてんさい糖、ヤマサ減塩醤油、三温糖、ラー油、ピエトロドレッシング、理研胡麻ドレッシング、ハマノうまだし、ハウスジャワカレー中辛、味の素クックドウ麻婆茄子・回鍋肉、キューピーマヨネーズ、ブルドック中濃ソース、ミツカンリンゴ黒酢、味の素スープキューブとんこつ、コショウ（GABAN）、クノールコーンクリーム（粒多め・粒たっぷり）、ミツカン味ポンマイルド、赤から鍋スープ、エビだし鍋、久原鍋スープアゴだし、シャンタンスープ、すすむキムチ鍋、ダイショー鍋スープ山椒香る旨辛、ハウス黒焦がし油、ミツカン小鍋ゴマ豆乳、キューピーチーズドレッシング、ミツカン胡麻豆腐鍋つゆ、味の素コンソメ顆粒、味の素コンソメ固形、サラサラキャノーラ油、ハウスタコライスソース、ミツカンポン酢、味の素さらさらキャノーラ油		
計画購買 20品	想起購買 3品	経験[夫が好き]、メディア掲載評価[一度買ってみようとおもった]
内製品クラス購買13品	サリエンス購買 2品	パッケージ[使いやすそう]、目に付いた[目立つところにあった]
	リスク回避購買 8品	ブランド、条件[減塩]、体によい、低カロリー低コレ[オーガニック、低コレ低カロリー]
非計画購買 21品	新奇性購買 7品	新しい[新しいもので定番料理の味を変えたい]
	想起購買 7品	メディア掲載評価[テレビで一番売れている]、思い出し（在庫・料理）
	サリエンス購買 5品	美味しそう・目に付いた[辛さの段階表示、たっぷり粒・つぶたつぷりの違い]
	損失回避購買 1品	お買い得
	リスク回避購買 1品	便利[クックドウは野菜を使える]



- 低カロリー低コレステロール、免疫力向上など**健康に関する機能を訴求**し、健康リスクへの回避を伝える。
- **新しい味、定番料理の味変をもとめるショッパー**を考え、**新製品や品揃え**を考慮する。
- ミツカンの胡麻豆腐鍋つゆなど、**メディア[テレビ]**で一番売れているなど**POP等**で掲載。
- パッケージ、大量陳列、辛さの段階など、**視覚情報を重視するサリエンス購買**を考慮する。



## 分類別の行動類型

菓子 12品★		
商品	菓子、チョコ、飴等	
グリコポッキー、亀田の柿の種、フライドポテト湖池屋、明治ミルクチョコレート、明治タンパックチョコ、ロッテ・ラミー、カルビポテトチップス 亀田柿の種塩、のど飴キシリクリスタル、ルマンド		
計画購買 2品	想起購買 1品	経験[ポッキーの新製品を前に食べたら美味しかった]
内製品クラス購買2品	損失回避購買 1品	お買い得
非計画購買 10品	新奇性購買 3品	新しい[グリコ新発売の発酵バターと全粒粉のパッケージ]、試したい
	想起購買 2品	思い出(家族) [子供が好き]
	サリエンス購買 4品	美味しそう・好き[ポテトチップス]、目に付いた[期間限定、減っており売れていると思った]
	身体的認知購買 1品	疼痛[のどが痛い]



- パッケージから美味しそうだと判断しており、**視覚情報が重要**。期間限定などの文字や絵によりおいしさを感じさせる。
- **人気素材が使われているなど、新しさを訴求**することを考え、新製品や品揃えを考慮する。
- レジ前など陳列により**サリエンス購買**を促す。

## 分類別の行動類型

雑貨【日用品】 ★7品		
商品	洗剤、食器洗い、オーラル等	
花王キュキュット食洗器クリア、ライオン・ブルーダイヤ、ライオンシステム歯ブラシ、ライオンクリニカ・フレッシュミント、ライオンクリニカ・マイルドミント、花王クリアクリーン歯磨き		
計画購買 3品	想起購買 1品	メディア掲載評価[雑誌で一番良い]
内製品クラス購買 2品	損失回避購買 1品	お買い得
非計画購買 4品	想起購買 2品	思い出し（在庫） [ライオンクリニカを見て思い出した]
	サリエンス購買 1品	目に付いた[ライオンシステムが目に付いた]
	損失回避購買 1品	お買い得



- サリエンス購買を考慮し、フェイスを増やすなど、目立つ陳列を行う。また、それにより想起購買を促す。
- 雑誌やテレビなどメディアを活用し、性能が一番良い等の評価を掲載する。
- また、メディア掲載の評価等の情報をパッケージ、POP、サインージ等で示す。
- 一部、価格訴求もあり。

## 分類別の行動類型

酒 11品★		
商品	ビール類、ワイン、酎ハイ、日本酒等	
クリアアサヒビール、ヤッホー東京ブラックよなよなビール、ビール(エチゴビール)、サッポロビール黒ラベル、ワインピノノワール ワイン食セレボナペティ、桃の缶酎ハイ、サントリーレモンサワー・缶酎ハイ、博多のあまおう缶酎ハイ、スッパyman梅サワー缶酎ハイ 大関のものも日本酒		
計画購買 5 品	新奇性購買 2 品	新しい[新製品や限定品]
内製品クラス購買 4 品	サリエンス購買 1 品	パッケージ[おいしそう]
	リスク回避購買 2 品	条件[高いアルコール度数7% = 美味しい]
非計画購買 6 品	新奇性購買 2 品	新しい、試したい[新しいものは試したい]
	想起購買 2 品	思い出し (料理・経験)
	サリエンス購買 2 品	美味しそう・好き、サイズ・雰囲気[カレーだからたまたま]



- **新しい味、季節限定などを求めるショッパー**を考え、**新製品や品揃え**を考慮する。
- **パッケージから美味しそうだと判断**しており、**視覚情報が重要**。期間限定などの文字や絵によりおいしさを感じさせる。
- 料理酒など**調味料として活用できるレシピ**などの情報提供をおこなう。

## 分類別の行動類型

乳製品 54品★		
商品	ヨーグルト、プリン、牛乳、ヨーグルトドリンク、チーズ等	
雪印プリン、ベビーダノン、メグナチュレ恵ヨーグルト、ブルガリアヨーグルト脂肪0、ブルガリアヨーグルトプレーン、メグミルク牧場の朝ヨーグルトプレーン・イチゴ、森永アロエヨーグルト、アロエヨーグルト、ビヒダスヨーグルト加糖、オikosヨーグルト脂肪0・ストロベリー、グリコヨーグルトBifix、雪印ナチュレ恵ヨーグルト、杏仁豆腐、プリンフルーツ、プリンモンブラン、森永ビヒダスヨーグルト、メグミルク酪農牛乳、森永プレミル牛乳、いばらく乳業牧場の幸低脂肪牛乳、明治プロビオヨーグルトドリンク、濃厚牛乳、北海道直送牛乳、森永あじわい牛乳、キッコーマン豆乳、明治R1低脂肪飲むヨーグルト、とろけるスライスチーズ、クラフト溶けるチーズ、クラフトモッツアレラ、食セレスライスとろけるチーズ		
計画購買 16品	リスク回避購買 5品	分量[3パック]、体によい[医師推奨]、条件[乳飲料はNG]
内製品クラス購買 10品	想起購買 3品	経験[高プロテインで味が良い、子供好き]
非計画購買 <b>21品</b>	新奇性購買 2品	試したい、新しい
	想起購買 17品	思い出し（経験・在庫・料理）
	サリエンス購買 6品	美味しそう・好き[パッケージ]、目に付いた
	損失回避購買 5品	お買い得
	リスク回避購買 8品	罪悪感[これなら食べても大丈夫]、体によい[腸・便秘によい]



- 健康によい、腸によい、免疫力向上などの情報を提示して**健康リスク回避購買**を促す。
- **パッケージや医師の推奨シール**などにより、視覚情報で美味しさや商品の良さを示す。**目だつパッケージ**もポイント。
- 1度経験をすれば次回の購買につながる。**想起購買を促進させるため、フェイス数を増やし、よく目立つ場所に。**

## 分類別の行動類型（ご参考）

ベーカリー 25品		
商品	食パン、食卓パン、菓子パン	
全粒粉パン、ロイヤルブレッド、バターロールパン、パスコウインナーパン、パスコソーセージパン、ミニパンセット、もちもちドーナツ、きなこパン、メロンパン、アップルパイ、オレンジブレッド、クランベリー&クリーム、塩フランスパン、じゅわっと塩パン、スイートロイヤルパン、超熟8枚ピザパン、ブランチチョコフレーク、セレクトやわらかパン6枚入り、チョコクロワッサン、マシュマロメロンパン、パンサクサクメープル、パン明太子、パンネオ黒糖ロール等		
計画購買 3品	リスク回避購買 1品	条件 [全粒粉]
内製品クラス購買 2品	新奇性購買 1品	新しい
非計画購買 <b>22品</b>	新奇性購買 3品	新しい、試したい[変わったのがあった]
	想起購買 2品	思い出し（在庫）
	サリエンス購買 14品	サイズ・雰囲気[甘くなさそう]、とりあえず、美味しそう・好き[オレンジ・野菜]
	損失回避購買 2品	お買い得
	リスク回避購買 1品	罪悪感[糖尿病でもこれなら大丈夫]



- サリエンス衝動購買を促すため、**オレンジやウインナー、野菜などを見せて**、美味しそうな見かけにより訴求する。
- 変わったものが食べたいなどの新奇性購買を促すため、**新製品や品揃え**などを考慮する。

## 分類別の行動類型（ご参考）

一般食品【ジャム・びん缶】 5品		
商品	ジャム、びん缶	
アオハタ4種のベリージャム、ホールトマト、桃屋刻みショウガ		
計画購買 3品	新奇性購買 1品	新しい [ジャムの種類]
内製品クラス購買3品	損失回避購買 2品	お買い得
非計画購買 2品	想起購買 2品	思い出し（経験） [他でよく売り切れている]



- 人気がある、売り切れ続出など、購買情報や人気がある商品であることをPOP等で示す。

## 分類別の行動類型（ご参考）

一般食品【加工食品・乾物】 5品		
商品	中華料理材料、小麦粉	
餃子の皮、厚め大判餃子の皮、日清フラワー（小麦粉）		
計画購買 3品 （製品クラス購買） 内製品クラス購買 3品	リスク回避購買 3品	条件[生、大判、薄め]、分量[使いきれの小さいもの]
非計画購買 2品	サリエンス購買 2品	美味しそう・好き [もちもちしていそう]



- 小麦粉など、**少人数家族用で小さいサイズで使いきれの小分けタイプなど、サイズのバラエティを検討する。**
- 視覚情報を重視するサリエンス購買を考慮し、もちもちなど素材感をわかりやすくして訴求する。

## 分類別の行動類型（ご参考）

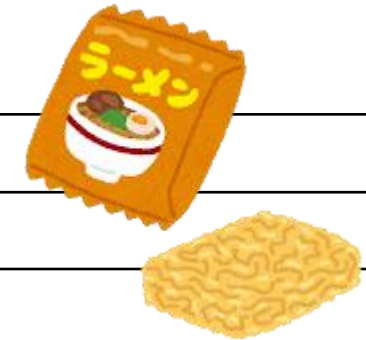
塩干【海藻、乾魚】 13品		
商品	海藻類、乾魚等	
刻み昆布、めかぶ、もずく黒酢、もずく北海道産、わかめ、理研ふえるわかめ、北海道産むすび昆布、三陸わかめ、しらす、ちりめん等		
非計画購買 13品	リスク回避購買 7品	体によい[低カロリー]、便利
	想起購買 3品	思い出し（在庫・料理）
	損失回避購買 3品	お買い得



- **低カロリー低コレステロール**など健康に関する機能を訴求し、健康リスク回避購買を促す。
- 想起購買（思い出し料理・在庫）を促すため、料理のアイデアなどを提示する。

## 分類別の行動類型（ご参考）

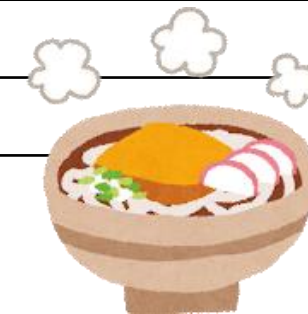
農水産乾物【海苔・雑穀・即席めん】 8品		
商品	海苔、雑穀、即席めん等	
白子焼きのり、理研のわかめふりかけ、ニコニコ海苔、マルツトもちもち麦、大麦麦ごはん、ごま、明星チャルメララーメン、エースコック博多カップラーメン		
計画購買 2品 内製品クラス購買1品	リスク回避購買 1品	分量[おにぎり用の小さくて少ないもの]
非計画購買 6品	新奇性購買 1品	発見した[目新しいものを買いたい]
	想起購買 1品	思い出し（在庫）[手巻き寿司]
	サリエンス購買 2品	目に付いた[他では売ってない]
	リスク回避購買 2品	体によい



- 低カロリー低コレステロール、体によいなど**健康に関する機能を訴求**し、健康リスク回避購買を促す。
- 即席めんは、**新製品や品揃えを考慮し、陳列により目立たせて、サリエンス購買**を促す。

## 分類別の行動類型（ご参考）

デイリー【麺類】8品		
商品	うどん、ほうとう等	
シマダヤほうとう、シマダヤりゅうすいめん、煮込みうどん、冷やし中華、まるちゃんさぬき細うどん、極旨うどん		
計画購買 3品 内製品クラス購買 1品	リスク回避購買 1品	条件[生、厚め]
非計画購買 5品	想起購買 2品	思い出し（料理・在庫）[カレーを作った翌日はカレーうどん]
	サリエンス購買 3品	とりあえず[ごまだれの文字を見て]



- 視覚情報を重視するサリエンス衝動購買を考慮し、**料理（完成品）をイメージ**させて訴求する。
- 胡麻たれ付など、附属品が購買の基準になっている。
- **カレーやお鍋などの料理を変化させるレシピなどを提示して、想起購買（思い出し料理・在庫）を促す。**

# 購買行動に関するカスタマー・ジャーニー

第1フェーズ  
日常生活

第2フェーズ  
買い物前(当日)

第3フェーズ  
買い物中

第4フェーズ  
買い物後

冷蔵庫・在庫チェック①

情報収集・探索  
レシピサイト、テレビ、Web等  
で美味しいレシピチェック  
テレビ・SNS・雑誌のNo.1  
体によい情報

(今週)料理決定①  
家族の意見

健康への意識①  
健康に気を付ける  
料理は気にしない

疾患への意識  
血圧など気にしない  
コロナ感染・免疫力向上  
薬飲んでいるから大丈夫  
カロリー落とした料理法

冷蔵庫・在庫チェック②

特定銘柄計画  
製品クラス計画

(今日)料理決定②  
家族の意見・在庫

健康への意識②  
野菜、きのこ、海藻、  
ビフィズ菌、リコピンを  
たくさん取りたい



計画購買

ブランド確定購買

関連・別ブランド品代替購買

製品クラス購買

料理決定③

店舗商品・複数料理分

買物への意識

よいものがあれば補給するた  
めのストックを買う  
必要なものを先に買い後で  
ゆっくり再度みる

食べ物への意識

いつも食べたいものがある  
食事の品数は多くしたい  
冷蔵庫はいつも一杯がいい

ブランド非計画購買

新奇性購買  
試したい、新しい

損失回避購買  
お買い得

想起購買  
経験、メディア掲載評価

リスク回避購買  
低コレ低カロ  
体によい、値段が高い  
ブランド、条件、分量

サリエンス購買  
目に付いた、パッケージ  
美味しそう

非計画購買

新奇性購買  
発見した、試したい、新しい

損失回避購買  
お買い得

想起購買  
思い出  
(在庫・経験・家族・料理)  
メディア掲載評価

リスク回避購買  
低カロ低コレ、体によい  
罪悪感、ストック、便利  
値段が高い

サリエンス購買  
とりあえず、目に付いた  
サイズ・雰囲気  
美味しそう・好き、新鮮

身体的認知購買  
空腹・口渇、疼痛、疲労

冷蔵庫・在庫チェック③

レシピチェック  
テレビ、レシピサイト  
レシピアプリ、Web  
在庫を使った作り方チェック

(今日)料理決定④  
購入品・在庫から料理決定

クチコミ

ブランド満足  
店舗満足

