

店頭での販促についての消費者調査 販促物がきっかけで商品を購入したことがある 58%

【調査結果サマリー】

1. 販促物がきっかけで商品を購入したことがある 58%、「商品の周りにある POP」がきっかけ
2. 購入したのは「食品・飲料」、購入理由は「訴求している内容が魅力的だったから」
3. 販促物に「割引やポイント還元」、「効果や機能、味などの商品の魅力」が書かれていると購入したくなる



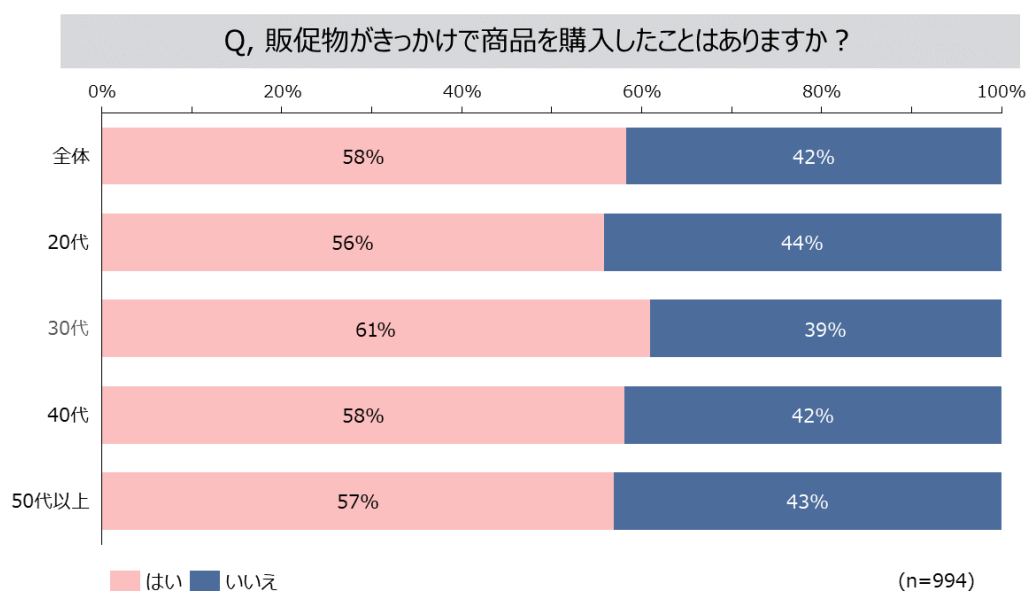
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は店頭での販促について、販促物がきっかけで商品を購入した経験や魅力に感じる内容などを「ファンくる」会員 994 名（男性 220 名、女性 774 名）に調査を実施しました。

販促物がきっかけで商品を購入したことがある方は 58%でした。きっかけとなったのは「商品の周りにある POP」が 84%と最多で、次いで「商品に張り付けてあるシール」が 4

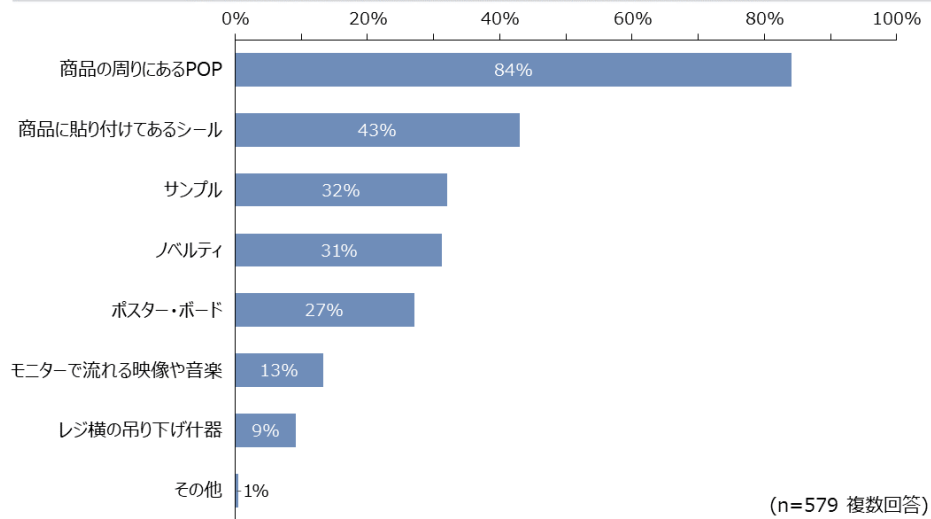
3%となりました。販促物をきっかけに購入した商品は「食品・飲料」が最も多く 84%、「美容関連商品」41%、「日用品・ヘルスケア商品」34%と続いています。販促物をきっかけに商品を購入した理由は、「訴求している内容が魅力的だったから」が 71%と最も多く、次いで「販促物のデザインが魅力的だったから」30%でした。また、販促物の内容として魅力的に感じるのは「割引やポイント還元」72%と最多で、「効果や機能、味などの商品の魅力」が 56%と続いています。

【調査結果】

1. 販促物がきっかけで商品を購入したことがある 58%、「商品の周り」にある POP」がきっかけ



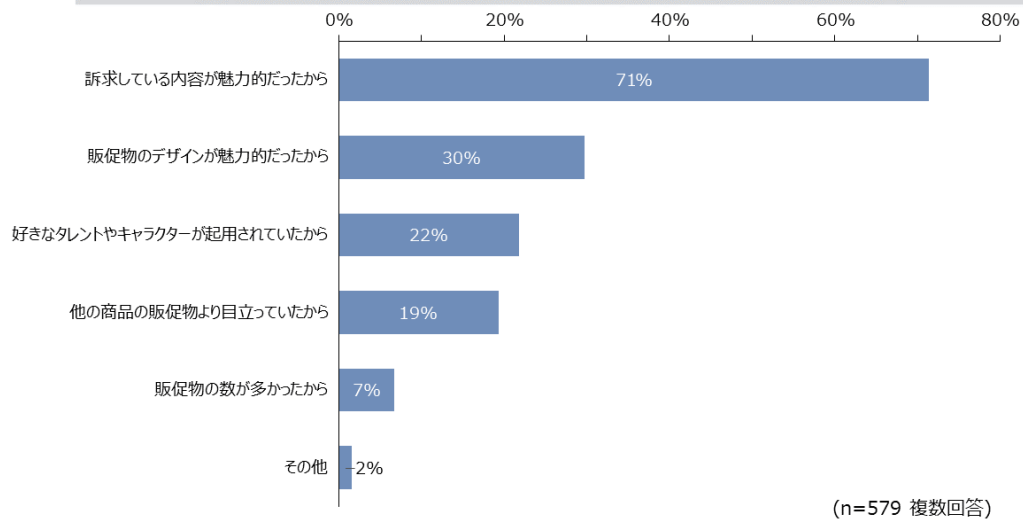
Q, 商品を購入するきっかけはどのような販促物ですか？



©Fancrow Inc.

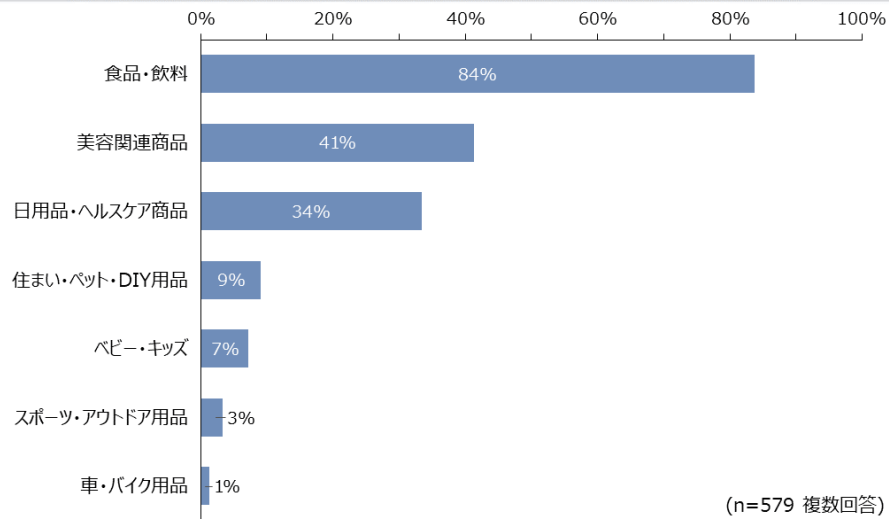
2. 購入したのは「食品・飲料」、購入理由は「訴求している内容が魅力的だったから」

Q, 販促物がきっかけとなり商品を購入した理由を教えてください。



©Fancrow Inc.

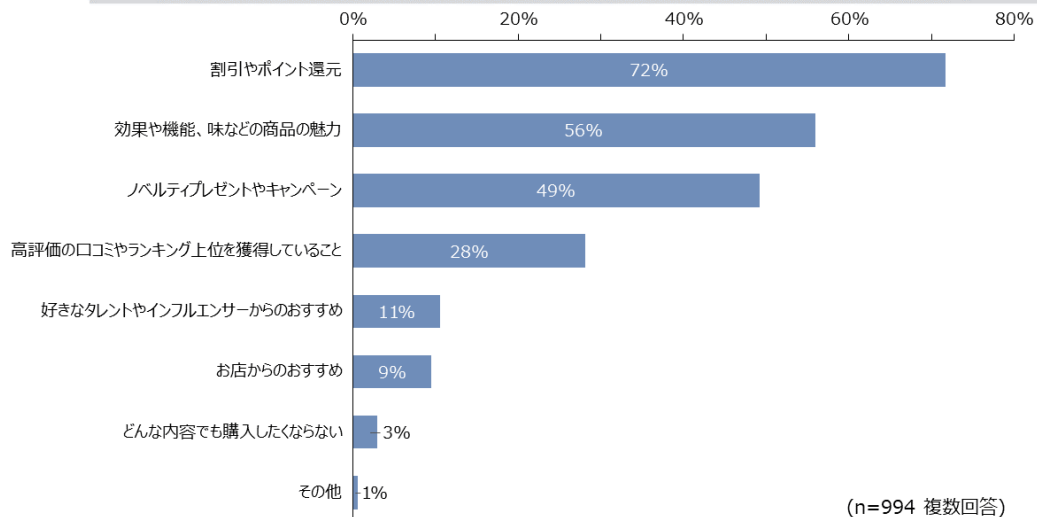
Q, 販促物がきっかけで購入したことがあるのはどのような商品ですか？



©Fancrow Inc.

3. 販促物に「割引やポイント還元」、「効果や機能、味などの商品の魅力」が書かれていると購入したくなる

Q, 販促物にどのような内容が書かれていると商品を購入したくなりますか？



©Fancrow Inc.

本調査ではこれ以外に販促物がきっかけで商品を知った経験など全 17 問で回答を得ています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：994 名（男性 220 名、女性 774 名）

調査時期：2024 年 8 月 28 日～9 月 6 日

調査項目：店頭の販促についての意識調査

設問数：17

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>) リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>

■事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）