

テレビ視聴と購買行動

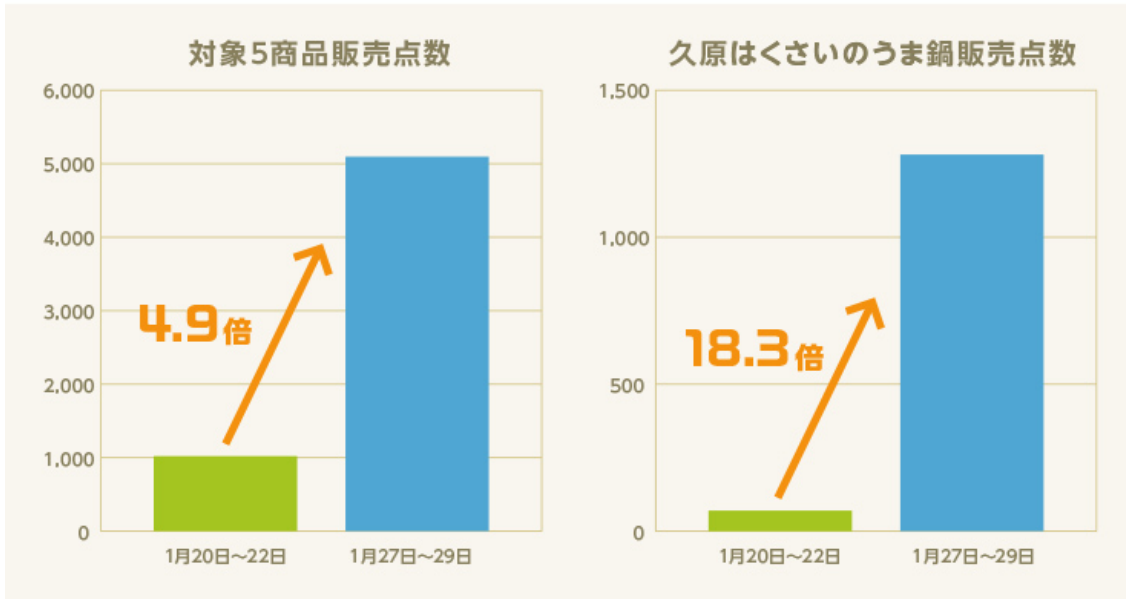
テレビで紹介されている食品を見ている時に、「食べてみたいなあ」と思うことがあるかもしれません。実際そのように感じる方は多いようで、テレビで取り上げられた翌日に、その商品の販売点数が大きく増加すること現象はよく見られます。それでは、実際にテレビで取り上げられると、どのくらい放映前よりも販売点数が増加するのでしょうか。また、購入している人はどのような方々なのでしょう。提案されたレシピ通りに買い物をしているのでしょうか。食品スーパーマーケットのID-POSデータを収集しているrsSMデータを用いて、分析を行ってみました。

今回は、2016年1月26日（火）にTBS系列「マツコの知らない世界」で取り上げられた各種鍋つゆ商品を例に分析します。テレビで取り上げられた鍋つゆは以下のものです。

商品名
味の素鍋キューブ寄せ鍋しょうゆパウチ8個66g
モランボントマト鍋スープ720g
叙々苑キムチチゲ辛口オルニチン入り650g
久原はくさいのうま鍋あごだし醤油味400g
まつやとり野菜みそ200g

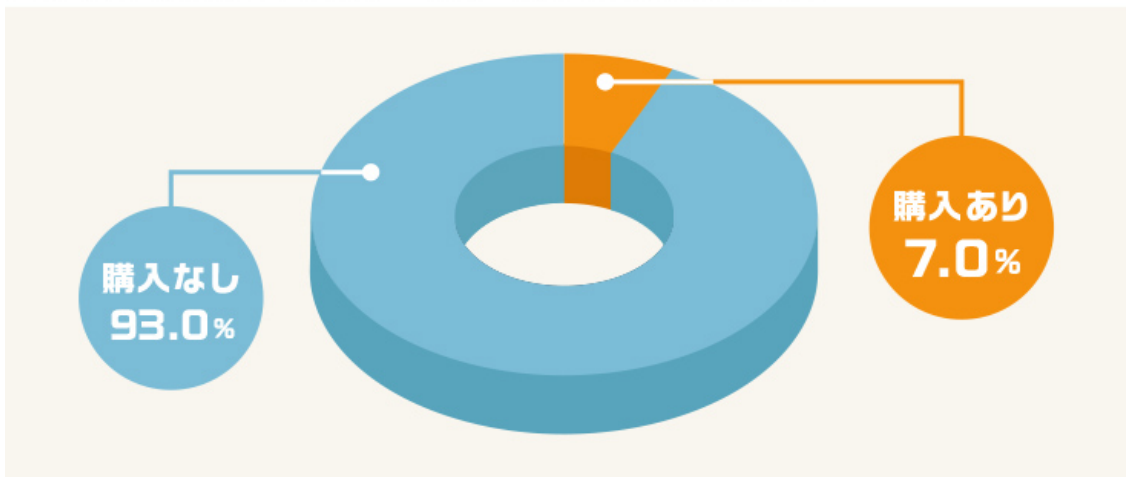
最初に、放映前週3日間（1月20日～22日）と放映後3日間（1月27日～29日）を比べて、どのくらい販売点数が増加したのかを集計しました。5商品合計では、前週3日間に比べて4.9倍販売点数が増加しました。どの商品も少なくとも2倍以上増加していますが、その中でも久原はくさいのうま鍋あごだし醤油味は18.3倍も増加しました。

販売点数推移



さらに、放映後に久原はくさいのうま鍋あごだし醤油味を購入した人の購買特徴を見てみましょう。まず、放映後3日間で購入した人が過去4カ月（2015年10月1日~1月26日）に、同商品の購入経験があるかどうかを集計しました。すると、購入者のうち、過去の購入経験があったのは7.0%でした。放映後購入者の大部分の方が、テレビで商品を知って購入したことが推測されます。

過去4カ月の購入経験（久原はくさいのうま鍋あごだし醤油味）



また、単に鍋つゆが売れただけではなく、鍋に用いるカテゴリーの併買率も高まっています。下記図表は、放映前（1月1日～26日）と放映後（1月27日～29日）に、久原はくさいの鍋つゆあごだし醤油味購入者が一緒に購入したカテゴリーは何か、同時併買分析を行った結果です。

同時併買分析

		1月1日～26日		1月27日～29日	
		信頼度 (同時併買)	リフト値	信頼度 (同時併買)	リフト値
農産	えのき	34.4%	5.81	36.2%	6.77
	エリンギ	5.7%	3.15	5.2%	2.97
	生椎茸	10.4%	3.96	10.3%	4.20
	舞茸	13.0%	6.34	10.0%	4.99
	長葱・白葱	12.9%	3.40	9.2%	2.88
	春菊	10.5%	7.29	15.1%	10.53
	白菜	36.0%	8.13	40.6%	9.58
水産	塩たら	13.9%	22.81	14.5%	24.84
	たら切身	4.5%	6.55	5.9%	8.22
畜産	国産鶏正肉	6.5%	2.42	11.0%	3.99
	銘柄鶏切身	6.4%	4.75	3.8%	3.00
	国産豚うす切り	7.7%	3.65	7.4%	3.19
	国産豚しゃぶしゃぶ用	10.0%	6.17	6.5%	4.09
食品	白滝	11.5%	4.03	8.3%	3.25
	春雨	2.2%	3.76	5.6%	10.56
	麩	1.0%	3.04	2.7%	7.90
	鍋つゆ	11.7%	3.55	15.4%	5.22
惣菜	すりみ・だんご半惣菜	9.8%	6.42	8.5%	5.68
	鍋用セット	6.4%	9.50	4.0%	5.85

すると、もともと一緒に買われる傾向が強かった白菜の併買率がさらに高まっただけではなく、レシピで提案されていた春雨や麩などの併買率も高まっています。また、鍋つゆの併買も高まっており、複数の商品を購入する人が増えたようです。

一緒に購買された鍋つゆは以下の通りです。同じブランドの商品だけではなく、番組でとりあげられた商品の併買が高かったようです。

順位	併買商品
1	叙々苑キムチチゲ辛口オルニチン入り650g
2	味の素鍋キューブ寄せ鍋しょうゆパウチ8個66g
3	久原もやしのうま鍋塩とんこつ味400g
4	モランボントマト鍋スープ720g
5	モランボン菜の匠白菜鍋用スープ750g
6	味の素鍋キューブ鶏だし・うま塩パウチ8個58g
7	久原あごだし寄せ鍋800g

このように、テレビで取り上げられると消費者の関心が高まり、店頭での購買が促進されるようです。そして、その購買客の大部分はトライアルであることが多いでしょう。そのため、トライアルで獲得できた顧客をいかにリピート顧客として定着させるかが、重要であるといえるでしょう。