

2021年6月29日

インパクトホールディングス株式会社(東証マザーズ・証券コード:6067)

カフェのブランド調査、ブランドロイヤリティは「スターバックス」がトップ 認知度・利用経験は「マクドナルド」が最多

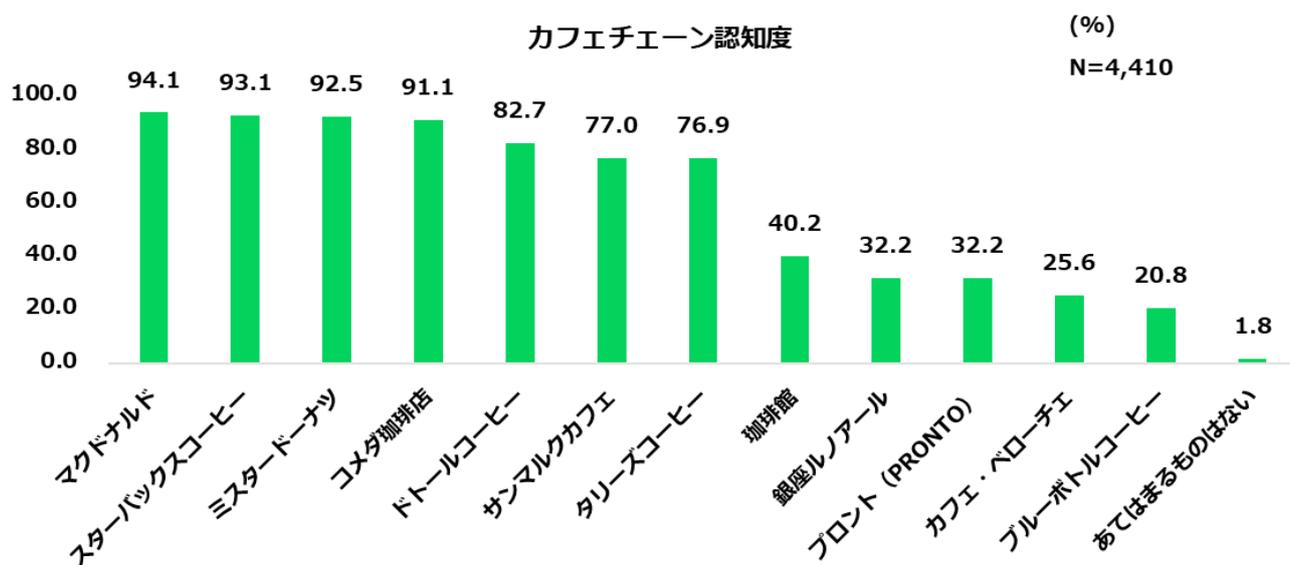
インパクトホールディングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:福井 康夫、東証マザーズ・証券コード:6067)の完全子会社で総合マーケティングリサーチ事業を展開する株式会社 RJC リサーチ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:守住 邦明、以下「RJC リサーチ」)は、LINE 株式会社が保有する約 545 万人の国内最大級のアクティブな調査パネルを基盤とした、スマートフォン専用のリサーチプラットフォーム「LINE リサーチ」のオフィシャルパートナーです。

この度 RJC リサーチでは、「LINE リサーチ」を活用して日本全国の 13~59 歳男女の LINE リサーチのアンケートモニターを対象に、カフェチェーンのブランド浸透度調査(有効回答数 4,410 名)を 2021 年 4 月 23 日~25 日に実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

◆ 調査結果サマリー

今後の利用は「スターバックスコーヒー」と「マクドナルド」は 60%以上、「ミスタードーナツ」と「コメダ珈琲店」は 50%以上が意向を示しています。最も好きなブランドの理由をみると、商品の品質・ラインナップ以上に、過去にそのお店で体験したサービス、経験したエピソードが多く記載されており、モノからコトをより重視する傾向が読み取れます。各ブランドのファン層を増やすにあたり、感動や喜びといった体験価値をいかに高めていくかが、今後ますます重要になってくると考えられます。

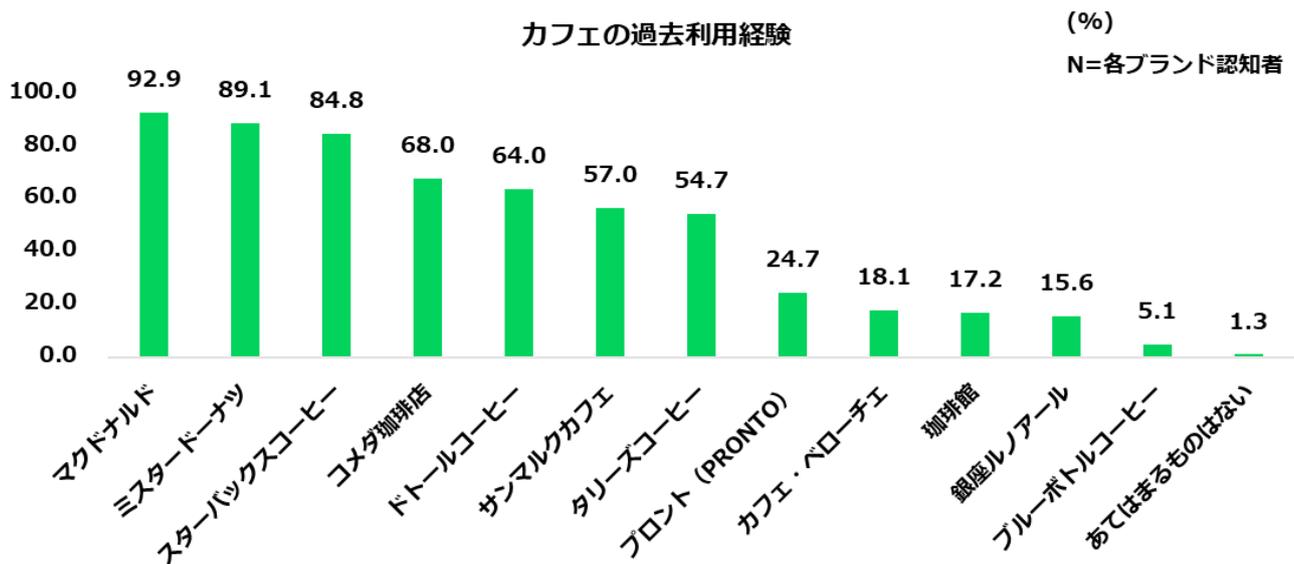
◆ 全国的なカフェのブランド認知度



認知度の主な結果は下記の通り。

- 「マクドナルド」「スターバックスコーヒー」「ミスタードーナツ」「コメダ珈琲店」は 9 割以上の認知を獲得。
- 「珈琲館」「銀座ルノアール」「フロント」は首都圏で 5 割前後の認知度で、出店数が多いエリアでは半数近くの認知が取れています。

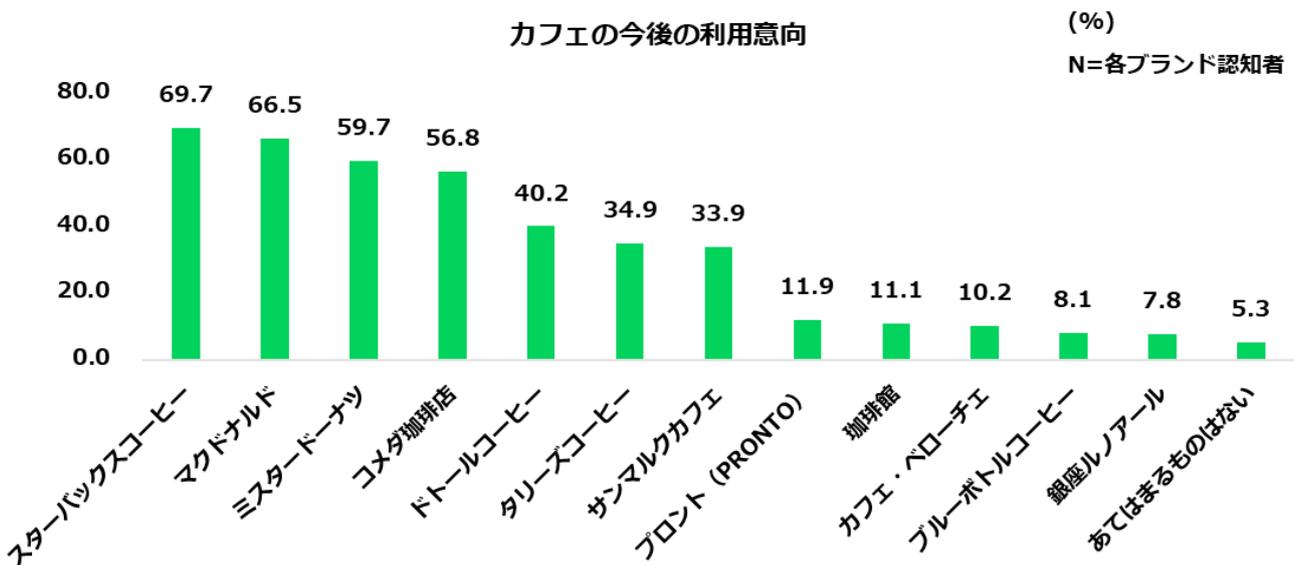
◆ カフェの過去利用経験



過去利用経験の主な結果は下記の通り。

- 利用経験では「マクドナルド」(92.9%)が最も高く、次いで「ミスタードーナツ」(89.1%)、「スターバックスコーヒー」(84.8%)となっています。

◆ カフェの今後の利用意向



今後の利用意向を調査したところ、主な結果は下記の通り。

- 利用意向は「スターバックスコーヒー」が最も高く69.7%で、次いで「マクドナルド」の66.5%でした。

◆ 最も好きなブランドを好きになったきっかけやエピソード (一部抜粋、順不同)

< 「スターバックスコーヒー」と回答した人の意見 >

- 大学受験期に1年間勉強場所として使わせていただき、スタッフさんが皆さん優しい方ばかりでカップにメッセージを書く等温かいエールをいただいたので自分もこんな場所で働いてみたいという憧れを抱いたからです。(男性 16-18 歳)
- 季節の限定メニューが毎回楽しみ。特に興味を惹かれた商品があれば、試してみることにしている。コーヒーを炭酸で割ってライムが入っている商品が発売された時は、一度試した後そのシーズンでかなりリピートした。(男性 30-39 歳)

< 「コメダ珈琲店」と回答した人の意見 >

- コーヒーやレモネード、その他の物も味が良く、好きになった。また店の雰囲気が良い、椅子がふわふわして心地が良い。(男性 19-22 歳)
- 食べ物が美味しいし、豆菓子のサービスも素敵。店内のゆったりした雰囲気とふかふかのソファの座席が好きなので友達とよく行っておしゃべりを楽しんだりします。(女性 16-18 歳)

< 「タリーズコーヒー」と回答した人の意見 >

- コーヒー始めメニュー全般が美味しい。スタバよりも接客や客層が落ち着いている印象なので入りやすい。(男性 30-39 歳)
- 姉と出かけた際に初めてタリーズコーヒーを利用しました。その時姉がご馳走してくれたハニーミルクラテが美味しかったことを今でも覚えています。(女性 19-22 歳)

< 「カフェ・ペローチェ」と回答した人の意見 >

- 雰囲気が朝のサラリーマンって感じが好き。(男性 30-39 歳)
- サンドイッチのパンはフワフワ、レタスはシャキシャキ、卵はゴロゴロで他の喫茶店よりも格段に美味しい。ツナメルトも他にはない味で捨てがたい。店の雰囲気もスタバのようにオシャレ方面に寄せすぎでならず、「これぞ王道の喫茶店」といった感じで気軽に入れる。(男性 13-15 歳)

< 「サンマルクカフェ」と回答した人の意見 >

- クロワッサンがとても美味しかったです。商業施設内にあったので買い物の途中でのひと休みに来店しやすかったです。(女性 50-59 歳)
- よく行くショッピングセンターに入っているの、買い物に疲れたらひと息つのに利用したら、手軽なランチセットがあるので利用したりします。(女性 50-59 歳)

< 「ドールコーヒー」と回答した人の意見 >

- まずは純粋にコーヒーが美味しい。スタンドと併設のドールコーヒー、運転中のリフレッシュには最適。(男性 40-49 歳)
- 大学受験の時によく利用していたが、その時に注文していたジャーマンドックが、美味しいうえに安くてお気に入りのメニューだったから。基本的にどのメニューも安くてありがたいです。(女性 19-22 歳)

< 「ミスタードーナツ」と回答した人の意見 >

- 子どもの頃はポイントが貯まると景品が交換できるのが楽しくて、若い頃はコーヒーとドーナツの両方を頼んでも比較的他のお店より安価でデザート等でよく利用しました。(女性 30-39 歳)
- 今の場所に越して来て、まだ右も左もわからない時に、長女と一緒に良く通っていました。それ以来、一息着く場所になっています。(女性 50-59 歳)

< 「マクドナルド」と回答した人の意見 >

- ワンコインで頼めるメニューが多いので、気軽に利用できるし、お肉からパフェまで好きな食べ物が多いから。(男性 19-22 歳)
- 高校生の時に初めて美味しいと思えたのがマックのホットコーヒー。それ以降色んなカフェで珈琲を頼むようになった。それでも尚マックのコーヒーがコスパ・手軽さ・味の総合評価で1番好み。いつでも絶対に美味しい(女性 23-29 歳)

< 「銀座ルノアール」と回答した人の意見 >

- とにかくゆとり広々と座る事が出来るし、各席の近くにコンセントがある。(男性 40-49 歳)
- 銀座ルノアールを初めて訪れた時、店内がとても快適でリラックスできました。椅子も一つ一つが広く、フカフカで座り心地も最高です。素敵なのは店内の様子だけではなく、メニューもとても美味しいです。特にサンドイッチは格別です！(女性 13-15 歳)

< 「フロント(PRONTO)」と回答した人の意見 >

- スイーツ、ドリンク、フードのメニューが充実しており、様々なシーンで使用しやすい。また仕事柄充電ができることも嬉しい。(女性 23-29 歳)
- フードメニューがしっかりしていてアルコールも出しているので軽く飲みたい時に使える点が気に入っています。(女性 40-49 歳)

< 「珈琲館」と回答した人の意見 >

- 実家近くにあり、子ども時代に祖母とともによく利用。懐かしい。おいしい。メニューが好き。昔ながらの喫茶店は落ち着く。(女性 50-59 歳)
- 初めて入った珈琲館の店長さんがとても良い方で、対応も態度も素晴らしい。また淹れてくれたコーヒーも美味しく、当時は週一で行っていました。(男性 50-59 歳)

< 「ブルーボトルコーヒー」と回答した人の意見 >

- コーヒー自体がとても美味しいのはもちろん、雰囲気や見た目のスタイリッシュさもあり、気分が上がるから。(男性 19-22 歳)
- 浅煎りのコーヒーの扱いがあり、淹れ方についてもアドバイスをくれるのが良い。美味しい。(男性 23-29 歳)

◆ 調査概要

調査手法：LINE リサーチを利用したスマートフォンによるプッシュ通知型アンケート

調査対象：日本全国の13～59歳男女

実施時期：2021年4月23日～25日

対象ブランド：スターバックスコーヒー、コマダ珈琲店、タリーズコーヒー、カフェ・ペローチェ、サンマルクカフェ、ドトールコーヒー、ミスタードーナツ、マクドナルド、銀座ルノアール、プロント(PRONTO)、珈琲館、ブルーボトルコーヒーの計12ブランド(順不同)

本調査数：7問

有効回収数：4,410 サンプル

調査実施機関：株式会社RJCリサーチ

※ 総務省人口推計(2019年10月1日)現在をもとに、全人口1歳加齢し母集団人口を作成。その他集団の性年代構成比に準じてウェイトバック集計。

※ 表/グラフ中の数字は小数点以下第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならなかったり、同じパーセンテージでも見え方が異なったりする場合があります。

◆ LINE リサーチとは

「LINE リサーチ」は、企業における事業開発・マーケティング活動の最大化を目的にした、スマートフォン時代のリサーチプラットフォームです。約545万人のアクティブモニターのうち10～29歳が51%を占め ※、学生や若年向けの出現率の低い調査も実施可能です。また、従来型の調査パネルと異なり、リサーチ興味度の薄い層にもコンタクトが可能のため、より一般的な意見を収集できます。LINEのプッシュ通知で配信するため、ユーザーがリアルタイムで回答しやすいだけでなく、スマートフォン上で回答しやすい画面設計を行っていることで、効果的に調査を実施することが可能です。 ※ 2021年4月時点

「LINE リサーチ」公式サイト：<https://www.linebiz.com/jp/service/line-research/>

◆ 株式会社RJCリサーチとは

1967年の創業から「ユーザーとサプライヤーをつなぐ」ことを目標に、独立系マーケティングリサーチ会社として市場環境を的確に捉えるデータを収集し続けてまいりました。当社の信頼の証は、多くの定期的な時系列調査を受託し続けていることで証明されています。長年に渡って安定したデータを収集し続けることができこそ、微妙なトレンドの変化や環境の変化が読み取れるため、民間サプライヤー企業からだけでなく、多くのシンクタンクからも信頼を寄せられています。

また、2019年にインパクトホールディングスグループへ参画し、2020年にインパクトホールディングスの創業である覆面調査事業を承継。総合マーケティングリサーチメニューに、フィールドマーケティングの専門性を兼ね備えた組織を構築し、マーケティングリサーチ業界での独自のポジショニングを確立。

URL：<https://www.rjc.co.jp/>

【調査データの引用・転載について】

調査データの引用・転載の際は、必ず「出典：株式会社 RJC リサーチ」と明記いただけますようお願いいたします。引用・転載先がページ(メディア/ブログ等)である場合には、該当記事の URL をリンクしてご掲載ください。報道関係者様による引用の場合、利用・掲載状況の把握のため下記お問い合わせフォームまでご連絡いただけると幸いです。

CONTACT : <https://impact-h.co.jp/contact/>

【本調査結果の詳細についてのお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ 広報担当(インパクトホールディングス株式会社 完全子会社)

TEL:03-5937-1501 / E-mail:info@rjc.co.jp

【報道関係者からのお問い合わせ】

インパクトホールディングス株式会社 広報担当

TEL:03-5464-8321 / E-mail:pr@impact-h.co.jp