

酒類味別売り上げの店舗差に関する要因分析

日大生産工(学部 3 年) ○蛭田 雄介 日大生産工 水上 祐治

1 はじめに

国税庁は、1998 年以降、酒類の販売数量構成が変化して、特にビールの構成比率が減少して、酎ハイ等のいわゆる「新ジャンル飲料」にニーズが移行したとしている[1]。また、食品産業新聞は、チューハイ等の低アルコール飲料の出荷量が伸びており、特に缶酎ハイは、2019 年上半期は、前年度比 11%増加したとしている[2]。さらに、キリン株式会社は、缶酎ハイを味別で比較した場合、レモン味とグレープフルーツ味が主流であり、消費者の人気を二分しているとしている[3]。

本稿は、缶酎ハイのレモン味とグレープフルーツ味に着目、販売店の POS データから、販売傾向を銘柄別で分析して考察するものである。

2 先行研究と本稿

種類に関する先行研究として、キリン株式会社の全国調査[3]がある。キリン株式会社は、缶酎ハイのレモン味とグレープフルーツ味について全国でアンケート調査(9400 人)を行い、都道府県別の人気度とその要因を分析した。分析の結果、全国的な傾向として、レモン味は西日本、グレープフルーツ味は東日本で人気が高いとしている[3]。

本稿は、キリン株式会社が行ったマクロ的視点の全国調査に対して、ミクロ的視点により、東京都にある販売店 A の POS 情報をもとにして、その傾向を統計的に分析するものである。

POS に関する先行研究はいくつかあり、まず、阿部・近藤[4]が挙げられる。阿部・近藤は、コンビニエンスストア等の小売店では、商品の効率的な管理のため、商品は POS(Point Of Sales)情報で管理しているとしている。例えば、レジで商品のバーコードを読み取ると、販売された商品、時間、店舗、数、値段が管理データベースに瞬時に蓄えられます。そして、それら情報は、経営判断

の材料として活用されている[4]。その活用の例として川名ら[5]が挙げられる。川名らは、POS データを用いて、食品スーパーの多様性と顧客購買行動との関係分析している。

本稿は、販売店 A より POS データの提供を受けている。表 1 に販売店 A より提供された POS データの概略を示す。商品は、メーカー 4 社の缶酎ハイ 6 銘柄であり、350ml と 500ml のレモン味とグレープフルーツ味が同数の計 18 種類である。収集期間は、2019 年 6 月 9 日から 13 週間であり、総計 2517 本であった。

3 研究方法

販売店 A の POS 情報をもとにして、各商品の販売傾向を 3 種類の側面で分析を行った。まず、「週単位の時系列での販売量」の分析を行い時系列での販売傾向を洗い出すこと、次に、「商品別の販売量」の分析を行い、商品の販売量の類似性を洗い出すこと、最後に、「商品別の売行き傾向」の分析を行い、商品の売行き傾向の類似性を洗い出すことがある。

表 1 販売店 A の缶酎ハイの販売量

(2019 年 6 月 9 日から 13 週間)

ID	商品	企業	銘柄	味	サイズ (ml)	合計 (本)	順位	比率 (%)
1	KI-AL350	KI	A	L	350	413	1	16.408
2	KI-AG350	KI	A	G	350	252	2	10.012
3	KI-BL350	KI	B	L	350	190	4	7.549
4	KI-BG350	KI	B	G	350	41	18	1.629
5	SN-CL350	SN	C	L	350	186	5	7.390
6	SN-CG350	SN	C	G	350	123	10	4.887
7	KI-DL350	KI	D	L	350	62	14	2.463
8	KI-DG350	KI	D	G	350	127	9	5.046
9	SNG-EL350	SNG	E	L	350	186	6	7.390
10	SNG-EG350	SNG	E	G	350	238	3	9.456
11	AS-FL350	AS	F	L	350	64	13	2.543
12	AS-FG350	AS	F	G	350	47	17	1.867
13	KI-AL500	KI	A	L	500	100	11	3.973
14	KI-AG500	KI	A	G	500	49	16	1.947
15	SN-CL500	SN	C	L	500	145	8	5.761
16	SN-CG500	SN	C	G	500	167	7	6.635
17	KI-DL500	KI	D	L	500	52	15	2.066
18	KI-DG500	KI	D	G	500	75	12	2.980

注：味(L): レモン味、味(G): グレープフルーツ味

Factor analysis of store differences in liquor sales

Yusuke HIRUTA, Yuji MIZUKAMI

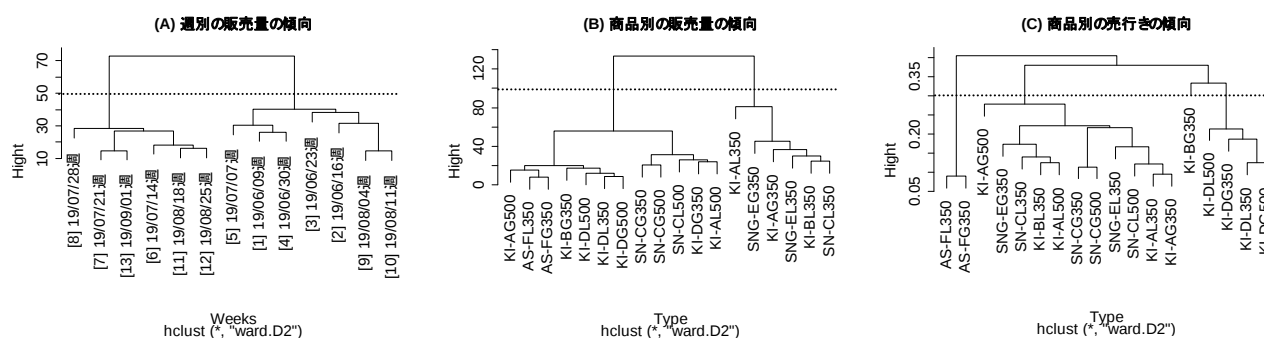


図 1 販売店 A の商品販売に関する階層デンドログラム

分析では、クラスター分析を施して、階層デンドログラムでその類似性を示す。なお、クラスター分析での距離の計算方法は、一般的な Ward 法 (最小分散法): word.D2 を用いた。

4 分析結果

図 1(A)に週単位の時系列での販売量に関する分析結果を示す。分析の結果、大きく 2 つのグループに分類することができた(Hight: 50)。まず、6 月と 7 月前半の気温が比較的低い時期とお盆休暇の時期のグループがある。そして、その他の 7 月 8 月のグループがある。

図 1(B)に商品別の販売量に関する分析結果を示す。分析の結果、大きく 2 つのグループに分類することができた(Hight: 90)。まず、最も販売量が多い KI-AL350 が含まれる、比較的销售量が多いグループがある。そして、その他の比較的销售量が少ないグループがある。

図 1(C)に商品別の売行き傾向に関する分析結果を示す。売行き傾向とは、各週で各商品の販売数量の何パーセントを販売したかを示すものである。分析の結果、大きく 4 つのグループに分類することができた(Hight: 90)。まず、KI 社の D 銘柄のグループ、そして、最も人気の低い KI-BG350 単独のグループ、続いて、AS 社のグループ、最後にその他のグループである。

5 考察

本稿は、缶酎ハイのレモン味とグレープフルー

ヅ味に着目、販売店の POS データから、販売傾向を銘柄別で分析して考察するものである。

分析の結果、週単位の時系列での販売量をみた場合、7 月 8 月の気温が暑い時期の販売が伸びていることが示された。続いて、商品別の販売量をみた場合、販売量が多いのは、350ml 缶の 6 商品であり、レモン味が 2 商品とグレープフルーツ味が 4 商品で両方の味が含まれていて、販売量の傾向が似ていることが示された。最後に、商品別の売行き傾向で見た場合、企業と銘柄により売行き傾向が似ることが示された。しかし、KI 社の B 銘柄については、レモン味とグレープフルーツ味で売行きの傾向がことなり、販売量が少ないグレープフルーツ味は、同じ KI 社の D 銘柄に類似した売れ行き傾向を示している。商品 KI-BG350 に関しては、別途調査が必要であると考えられる。

謝辞

POS データを提供して頂いた A 社に感謝する。

参考文献

- [1] 国税庁「酒レポート」2018
- [2] 食品産業新聞 2019 年 7 月 15 日号
- [3] キリン株式会社、「氷結 Presents レモン&グレープフルーツ白書」、2019
<http://buzz-plus.com/article/2019/04/18/lemon-and-grapefruit-news/>
- [4] 阿部誠, 近藤文代, 「マーケティングの科学—POS データの解析」、2005
- [5] 川名純平、諏訪竜也、関庸一, 「食品スーパーの多様性と顧客購買行動との関係分析」、日本 OR 学会和文論文誌、Vol.61、pp.23-44、2018