



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# サンライフ・ストア株式会社(B)

1990年1月、サンライフ・ストアの経営陣は、かねてから調査を依頼していたマーケティング・コンサルタントより、加古川駅前のサンライフ加古川店の競争環境に関する分析結果の追加報告を受け取った。加古川駅前店の業態転換に関して未だ  
10 明確な結論を出しかねていた経営陣は、さっそく追加報告を社内のプロジェクト・チームに回すことにした。分析結果の追加報告は、因子分析、クラスター分析、回帰分析など、多変量解析の手法を駆使したものであるだけに、同社の経営陣は、前回の分析結果とあわせて検討することにより、今回こそ確定的な結論が得られるものと期待していた。  
15

### 《調査追加報告》

#### 1. 知覚空間

消費者は外部情報源からの情報収集や過去の購買経験に照らして、代替的な買物場所としての小売店舗を多元的に把握し、ある種の心理的空間に位置付けている。  
20 この心理的空間のことを知覚空間 (perceptual map) と呼ぶ。知覚空間は、買物行動の基底をなす認知状態だと見ることができる。消費者の反応データからイメージを取り出して、知覚空間を再構築する方法としては、因子分析が用いられた。

第1因子(施設充実度因子) : スポーツ・ベビールームなどの付帯施設の充実度や飲食店の数、専門店の魅力度といった属性項目の因子負荷量が高く、通路の確保、  
25 全般的な雰囲気についても高い負荷量を示していることから、「施設充実度」に関する因子と解釈された(全分散の29.6%を説明)。

第2因子(合理性因子) : 各商品についての価格水準に関する属性項目の因子負荷量が高く、ファッション衣料を除いて品揃え、種類の負荷量が高いことから、商品に対するコスト・パフォーマンスを示す、「合理性」に関する因子と解釈された  
30 (全分散の13.2%を説明)。

---

このケースは、1989年度MBA佐藤俊彦が、池尾恭一助教授の指導のもと、対象企業に了解を得たうえで、クラス討議の基礎資料として作成したものであり、経営上の適切もしくは不適切な状況処理を例示しようとするものではない。なお、固有な名詞の一部は、偽装されている。(1990年6月作成)(1996年10月改訂)

〈表 1-1〉  
因子分析の結果（バリマックス回転後の因子負荷量）

| no.           |               | 第 1 因子 | 第 2 因子 | 第 3 因子 | 共通性   |
|---------------|---------------|--------|--------|--------|-------|
| 1             | 生鮮食品の価格       | -0.155 | 0.654* | -0.063 | 0.456 |
| 2             | ”の品質や鮮度       | 0.285  | 0.408  | 0.193  | 0.284 |
| 3             | 加工食品・日用雑貨の価格  | -0.283 | 0.787* | -0.138 | 0.718 |
| 4             | ”の種類          | 0.256  | 0.639* | 0.000  | 0.474 |
| 5             | ファッション衣料の価格   | -0.035 | 0.579* | -0.008 | 0.337 |
| 6             | ”の品揃え         | 0.594* | 0.056  | -0.014 | 0.357 |
| 7             | 家庭電化製品の価格     | -0.267 | 0.712* | -0.205 | 0.621 |
| 8             | ”の種類          | 0.029  | 0.622* | -0.181 | 0.420 |
| 9             | 交通の便          | 0.020  | 0.240  | 0.061  | 0.062 |
| 10            | 駐車場のスペース      | 0.660* | 0.097  | 0.047  | 0.447 |
| 11            | ボールなど付帯施設の充実度 | 0.784* | -0.065 | -0.035 | 0.620 |
| 12            | 休憩所・ベテラムの充実度  | 0.772* | -0.094 | 0.122  | 0.620 |
| 13            | トイレ・洗面所の清潔さ   | 0.589* | -0.057 | 0.399  | 0.509 |
| 14            | 従業員の接客態度      | 0.296  | -0.023 | 0.744* | 0.642 |
| 15            | 販売員の商品知識      | 0.183  | -0.005 | 0.729* | 0.565 |
| 16            | レジでの待ち時間      | 0.007  | -0.200 | 0.593* | 0.392 |
| 17            | 配達・返品・交換のスピード | 0.103  | 0.040  | 0.712* | 0.519 |
| 18            | 飲食店の数         | 0.787* | -0.079 | 0.163  | 0.652 |
| 19            | 専門店の魅力度       | 0.763* | -0.114 | 0.235  | 0.651 |
| 20            | 商品整理の状態       | 0.587* | -0.003 | 0.473  | 0.568 |
| 21            | 通路の確保         | 0.645* | -0.053 | 0.387  | 0.569 |
| 22            | 全般的な雰囲気       | 0.655* | 0.003  | 0.441  | 0.624 |
| 固 有 値         |               | 5.193  | 3.001  | 2.911  | —     |
| 各 因 子 の 寄 与 率 |               | 0.236  | 0.136  | 0.132  | —     |
| 累 積 寄 与 率     |               | 0.236  | 0.372  | 0.505  | —     |

\* : 因子負荷量が 0.5以上のものを示す。

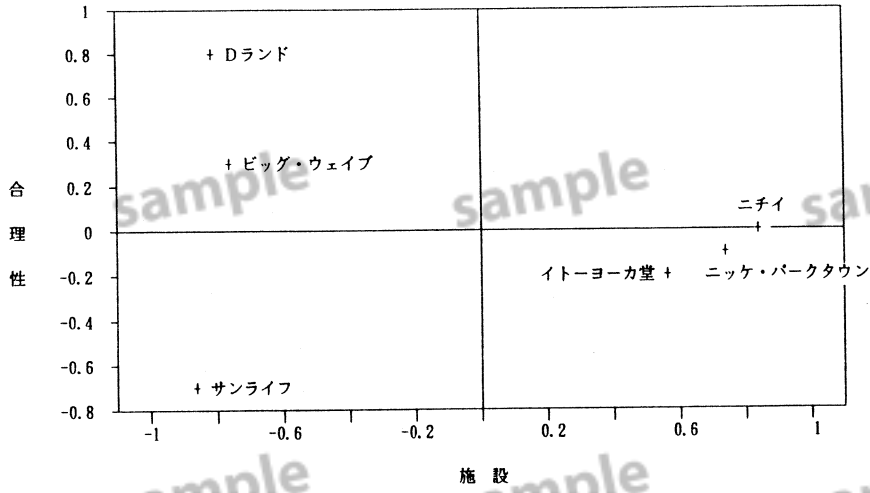
第 3 因子（サービス因子）：従業員の接客態度、販売員の商品知識、返品・交換のスピードなど、人的サービスに関する属性項目の因子負荷量が高いことから、「サービス」に関する因子と解釈された（全分散の 7.7%を説明）。

これら 3 つの因子の各々について因子得点を算出し、各小売店舗別の平均値を示したものが、表 1-2 である。更に、図 1-1～図 1-3 はその結果をプロットしたものである。

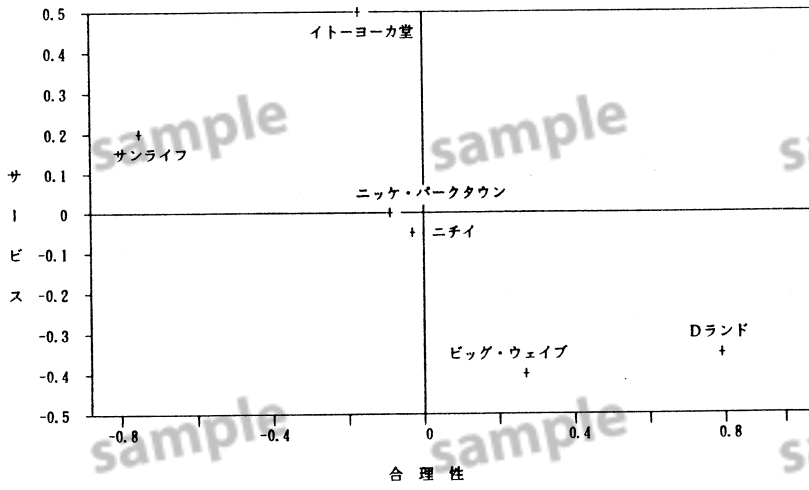
〈表 1-2〉  
各店舗の因子得点の平均

| 店舗         | 第 1 因子<br>(施設充実度) |       | 第 2 因子<br>(合理性) |       | 第 3 因子<br>(サービス) |       |
|------------|-------------------|-------|-----------------|-------|------------------|-------|
|            | 平均値               | 標準偏差  | 平均値             | 標準偏差  | 平均値              | 標準偏差  |
| イトーヨーカ堂    | 0.553             | 0.628 | -0.166          | 0.890 | 0.491            | 1.025 |
| サンライフ      | -0.875            | 0.636 | -0.761          | 0.784 | 0.199            | 0.937 |
| Dランド       | -0.841            | 0.692 | 0.806           | 1.091 | -0.370           | 1.099 |
| ニチイ        | 0.849             | 0.580 | -0.023          | 0.790 | -0.036           | 0.840 |
| ニッパ・パークタウン | 0.598             | 0.598 | -0.104          | 0.732 | 0.006            | 0.808 |
| ビッグ・ウェイブ   | -0.758            | 0.643 | 0.269           | 1.015 | -0.401           | 1.002 |

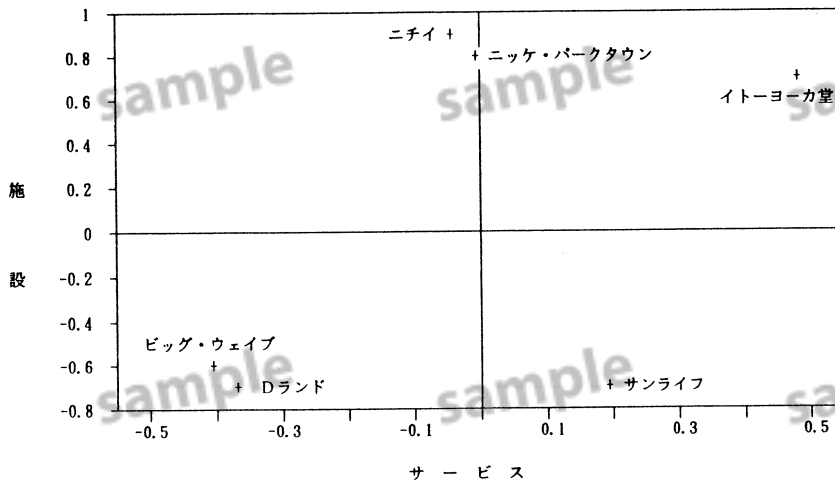
〈図 1 - 1〉



〈図 1 - 2〉



〈図 1 - 3〉



## 2. 重視度

消費者にとって、ストア・イメージの魅力度は、小売店舗の属性評価と各々の属性をどのような比率で重視するか依存する。これは、魅力度をA、属性をI<sub>1</sub>、I<sub>2</sub>、I<sub>3</sub>、各属性の重視度をW<sub>1</sub>、W<sub>2</sub>、W<sub>3</sub>とすると、

$$A = I_1 \times W_1 + I_2 \times W_2 + I_3 \times W_3$$

の式で表される。当然ながら、この重視度は買物対象商品によって変化すると考えられる。表2-1は、選好順位を従属変数と、また、因子得点を独立変数として回帰分析を行い、商品別に重視度を推定したものである。表では、標準回帰係数が相対的重視度を表すが、従属変数が選好順位である為、回帰係数が負であるとき、その属性が魅力度に正の影響を与え、係数が正であるときには負の影響を与えることになる。

〈表2-1〉  
回帰分析の結果

| 購買対象           | 生 鮮 食 品              |             | 加工食品・<br>日用雑貨        |             | ファッション衣料             |             | 家庭用電化製品              |             |
|----------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|
|                | 回帰係数                 | 標準回帰<br>係 数 | 回帰係数                 | 標準回帰<br>係 数 | 回帰係数                 | 標準回帰<br>係 数 | 回帰係数                 | 標準回帰<br>係 数 |
| 独立変数           | T検定量<br>の絶対値         |             | T検定量<br>の絶対値         |             | T検定量<br>の絶対値         |             | T検定量<br>の絶対値         |             |
| 施 設            | -0.908               | -0.535      | -0.547               | -0.323      | -1.117               | -0.653      | -0.146               | -0.087      |
| 合理性            | 28.29 <sup>a</sup>   |             | 15.82 <sup>a</sup>   |             | 39.46 <sup>a</sup>   |             | 4.17 <sup>a</sup>    |             |
| サービス           | -0.164               | -0.096      | -0.561               | -0.330      | 0.178                | 0.104       | -0.756               | -0.447      |
|                | 5.09 <sup>a</sup>    |             | 16.12 <sup>a</sup>   |             | 6.25 <sup>a</sup>    |             | 21.51 <sup>a</sup>   |             |
|                | -0.351               | -0.207      | -0.221               | -0.131      | -0.401               | -0.235      | 0.036                | 0.021       |
|                | 10.96 <sup>a</sup>   |             | 6.41 <sup>a</sup>    |             | 14.20 <sup>a</sup>   |             | 1.03                 |             |
| 定 数            | 3.345                |             | 3.353                |             | 3.369                |             | 3.368                |             |
| 自由度            | (3,1841)             |             | (3,1841)             |             | (3,1841)             |             | (3,1841)             |             |
| F検定量           | 316.576 <sup>a</sup> |             | 183.586 <sup>a</sup> |             | 602.493 <sup>a</sup> |             | 160.688 <sup>a</sup> |             |
| 決定係数           | 0.340                |             | 0.230                |             | 0.495                |             | 0.208                |             |
| 自由度調整済<br>決定係数 | 0.339                |             | 0.229                |             | 0.495                |             | 0.206                |             |

a : 1%水準で有意

### 3. クラスタ分析

消費者は、買物行動の様々な側面について多様である。しかし、だからといって、これら消費者一人一人に対して、別々に小売戦略を作成することは不可能である。そのため、小売戦略の作成にあたっては、買物行動に関してある程度同質的なグループに標的消費者を細分化し、この細分ごとに小売戦略を適合させることが必要になる。表3-1～表3-8は、こうした観点から、「選好順位」を基準変数に用いてクラスタ分析を行った結果である。なお、クラスタ分析によって得られた各消費者クラスタは、以下のように解釈された。

#### 第1クラスタ：SCI型

イトーヨーカ堂、ニチイ、ニッケ・パークタウンのショッピングセンターを選好する。これらのショッピングセンターについて選好されるのは、サンライフである。

#### 第2クラスタ：アンチ駅前型

イトーヨーカ堂、ビッグ・ウェイブ、ニチイの3店舗を選好する。これらの店舗の共通項は加古川駅前以外に立地することである。

#### 第3クラスタ：SCII型

第1クラスタと同様SC選好型であるが、ショッピングセンターについては、Dランドが選好される。

#### 第4クラスタ：駅前型

Dランド、ニッケ・パークタウン、サンライフを選好する。これらの共通項は駅前立地である。

〈表 3-1〉  
クラスター別の各店舗の平均選好順位

|                            | 店 舗        | CLUSTER1           | CLUSTER2   | CLUSTER3             | CLUSTER4 |
|----------------------------|------------|--------------------|------------|----------------------|----------|
|                            |            | N=144              | N=101      | N=100                | N= 37    |
|                            |            | S C I 型<br>(サンライフ) | アンチ<br>駅前型 | S C II 型<br>(D-Land) | 駅前型      |
| 総<br>合                     | イトーヨーカ堂    | 2.14               | 1.77       | 2.09                 | 5.05     |
|                            | サンライフ      | 3.84               | 5.41       | 5.17                 | 3.54     |
|                            | Dランド       | 5.34               | 4.31       | 3.51                 | 1.95     |
|                            | ニチイ        | 1.95               | 2.65       | 2.02                 | 3.11     |
|                            | ニッケ・パークタウン | 2.19               | 4.10       | 2.70                 | 2.08     |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 5.52               | 2.75       | 5.48                 | 5.27     |
| 生<br>鮮                     | イトーヨーカ堂    | 2.19               | 1.63       | 2.19                 | 4.47     |
|                            | サンライフ      | 3.95               | 4.59       | 4.57                 | 3.31     |
|                            | Dランド       | 4.81               | 4.25       | 3.83                 | 2.11     |
|                            | ニチイ        | 1.92               | 2.19       | 1.97                 | 2.97     |
|                            | ニッケ・パークタウン | 2.43               | 3.54       | 2.81                 | 2.53     |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 5.66               | 4.75       | 5.56                 | 5.50     |
| 加<br>工<br>・<br>日<br>雑<br>貨 | イトーヨーカ堂    | 2.58               | 2.36       | 2.82                 | 4.56     |
|                            | サンライフ      | 4.25               | 5.19       | 5.15                 | 3.39     |
|                            | Dランド       | 4.27               | 3.70       | 2.80                 | 2.34     |
|                            | ニチイ        | 2.29               | 2.86       | 2.53                 | 2.81     |
|                            | ニッケ・パークタウン | 2.67               | 4.27       | 3.04                 | 2.75     |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 4.92               | 2.59       | 4.62                 | 5.06     |
| 衣<br>料                     | イトーヨーカ堂    | 2.03               | 1.64       | 1.91                 | 3.61     |
|                            | サンライフ      | 3.76               | 4.08       | 4.08                 | 2.92     |
|                            | Dランド       | 5.19               | 4.90       | 4.89                 | 4.55     |
|                            | ニチイ        | 2.08               | 2.08       | 2.12                 | 2.58     |
|                            | ニッケ・パークタウン | 2.18               | 2.93       | 2.30                 | 1.63     |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 5.76               | 5.36       | 5.70                 | 5.56     |
| 家<br>電                     | イトーヨーカ堂    | 3.12               | 3.45       | 3.64                 | 4.69     |
|                            | サンライフ      | 4.80               | 5.28       | 5.46                 | 4.42     |
|                            | Dランド       | 3.32               | 2.93       | 1.92                 | 1.61     |
|                            | ニチイ        | 2.58               | 3.23       | 3.15                 | 2.94     |
|                            | ニッケ・パークタウン | 3.06               | 4.49       | 3.45                 | 2.78     |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 4.11               | 1.63       | 3.37                 | 4.53     |

〈表 3-2〉  
クラスター別の各店舗への平均出向頻度

|                            | 店 舗        | CLUSTER1           | CLUSTER2   | CLUSTER3             | CLUSTER4 | ANOVA              |
|----------------------------|------------|--------------------|------------|----------------------|----------|--------------------|
|                            |            | N=144              | N=101      | N=100                | N= 37    |                    |
|                            |            | S C I 型<br>(サンライフ) | アンチ<br>駅前型 | S C II 型<br>(D-Land) | 駅前型      | F 値                |
| 総<br>合                     | イトーヨーカ堂    | 5.39               | 3.30       | 5.40                 | 7.03     | 43.21 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 6.37               | 7.47       | 6.99                 | 5.08     | 22.70 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 6.55               | 6.73       | 6.00                 | 4.06     | 25.36 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 4.92               | 5.27       | 4.49                 | 6.08     | 5.81 <sup>a</sup>  |
|                            | ニッケ・パークタウン | 5.57               | 6.80       | 5.57                 | 4.44     | 16.57 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 6.86               | 4.33       | 6.84                 | 7.34     | 55.77 <sup>a</sup> |
| 生<br>鮮                     | イトーヨーカ堂    | 5.78               | 3.55       | 6.02                 | 7.20     | 34.13 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 7.02               | 7.86       | 7.55                 | 6.09     | 13.59 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 6.98               | 7.30       | 6.88                 | 4.86     | 17.11 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 5.37               | 5.79       | 4.79                 | 6.33     | 4.95 <sup>a</sup>  |
|                            | ニッケ・パークタウン | 6.14               | 7.23       | 6.13                 | 4.86     | 13.23 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 7.66               | 6.99       | 7.78                 | 7.51     | 6.13 <sup>a</sup>  |
| 加<br>工<br>・<br>日<br>雑<br>貨 | イトーヨーカ堂    | 5.90               | 4.08       | 5.81                 | 7.37     | 30.51 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 6.88               | 7.60       | 7.36                 | 5.57     | 18.30 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 6.79               | 6.99       | 6.38                 | 4.36     | 23.51 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 5.34               | 5.86       | 5.03                 | 6.50     | 5.29 <sup>a</sup>  |
|                            | ニッケ・パークタウン | 6.00               | 7.12       | 6.03                 | 4.89     | 14.19 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 6.95               | 4.55       | 7.10                 | 7.40     | 51.42 <sup>a</sup> |
| 衣<br>料                     | イトーヨーカ堂    | 6.59               | 5.48       | 6.50                 | 7.65     | 21.59 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 7.26               | 7.63       | 7.59                 | 6.57     | 9.11 <sup>a</sup>  |
|                            | Dランド       | 7.74               | 7.70       | 7.65                 | 7.14     | 3.73 <sup>b</sup>  |
|                            | ニチイ        | 6.35               | 6.37       | 6.38                 | 7.12     | 2.33               |
|                            | ニッケ・パークタウン | 6.72               | 7.19       | 6.66                 | 6.44     | 3.62 <sup>b</sup>  |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 7.84               | 7.39       | 7.78                 | 7.76     | 4.57 <sup>a</sup>  |
| 家<br>電                     | イトーヨーカ堂    | 7.76               | 7.56       | 7.85                 | 7.91     | 3.51 <sup>b</sup>  |
|                            | サンライフ      | 7.90               | 7.92       | 7.98                 | 7.82     | 1.19               |
|                            | Dランド       | 7.64               | 7.71       | 7.57                 | 7.12     | 4.19 <sup>a</sup>  |
|                            | ニチイ        | 7.48               | 7.67       | 7.69                 | 7.67     | 1.33               |
|                            | ニッケ・パークタウン | 7.71               | 7.78       | 7.82                 | 7.45     | 1.83               |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 7.71               | 6.84       | 7.67                 | 7.70     | 19.39 <sup>a</sup> |

a : 1 % 水準で有意

b : 5 % 水準で有意

表の右端の ANOVAの欄には、全体として、各店舗への出向頻度にクラスター間で 25  
差異があるかどうかを統計的に確かめる為に行った、分散分析の結果である。

表3-3は、クラスター間の違いをより細かく検討する為に、クラスターのペアごとに平均値の差の検定を行ったものである。

〈表3-3〉  
各店舗への平均出向頻度のクラスター間比較  
(T検定量の絶対値)

|                            | 店 舗        | 1-2                | 1-3                 | 1-4               | 2-3                | 2-4                | 3-4               |
|----------------------------|------------|--------------------|---------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
|                            |            | SC I<br>VS<br>アン駅  | SC I<br>VS<br>SC II | SC I<br>VS<br>駅前  | アン駅<br>VS<br>SC II | アン駅<br>VS<br>駅前    | SC II<br>VS<br>駅前 |
| 総<br>合                     | イトーヨーカ堂    | 8.08 <sup>a</sup>  | 0.04                | 5.46 <sup>a</sup> | 8.05 <sup>a</sup>  | 11.20 <sup>a</sup> | 4.64 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 5.74 <sup>a</sup>  | 2.85 <sup>a</sup>   | 3.54 <sup>a</sup> | 2.73 <sup>a</sup>  | 6.71 <sup>a</sup>  | 5.15 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 0.83               | 2.48 <sup>b</sup>   | 7.14 <sup>a</sup> | 3.41 <sup>a</sup>  | 7.60 <sup>a</sup>  | 6.13 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 1.30               | 1.51                | 2.98 <sup>a</sup> | 2.62 <sup>a</sup>  | 2.21 <sup>b</sup>  | 3.72 <sup>a</sup> |
|                            | ニッパ・パークタウン | 5.50 <sup>a</sup>  | 0.00                | 2.90 <sup>a</sup> | 5.19 <sup>a</sup>  | 6.37 <sup>a</sup>  | 2.97 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 10.77 <sup>a</sup> | 0.06                | 1.52              | 10.18 <sup>a</sup> | 8.58 <sup>a</sup>  | 1.58              |
| 生<br>鮮                     | イトーヨーカ堂    | 7.24 <sup>a</sup>  | 0.78                | 4.01 <sup>a</sup> | 7.88 <sup>a</sup>  | 8.87 <sup>a</sup>  | 2.93 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 4.65 <sup>a</sup>  | 2.53 <sup>b</sup>   | 2.48 <sup>b</sup> | 2.18 <sup>b</sup>  | 4.55 <sup>a</sup>  | 3.63 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 1.48               | 0.43                | 4.82 <sup>a</sup> | 1.90               | 5.64 <sup>a</sup>  | 4.56 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 1.38               | 1.74                | 2.20 <sup>b</sup> | 2.95 <sup>a</sup>  | 1.34               | 3.22 <sup>a</sup> |
|                            | ニッパ・パークタウン | 4.59 <sup>a</sup>  | 0.00                | 2.95 <sup>a</sup> | 4.48 <sup>a</sup>  | 6.01 <sup>a</sup>  | 3.11 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 2.92 <sup>a</sup>  | 0.92                | 0.61              | 3.65 <sup>a</sup>  | 1.47 <sup>a</sup>  | 1.14              |
| 加<br>工<br>・<br>日<br>雑<br>貨 | イトーヨーカ堂    | 6.66 <sup>a</sup>  | 0.33                | 6.09 <sup>a</sup> | 5.92 <sup>a</sup>  | 12.38 <sup>a</sup> | 5.95 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 4.04 <sup>a</sup>  | 2.54 <sup>a</sup>   | 3.31 <sup>a</sup> | 1.43               | 5.31 <sup>a</sup>  | 4.62 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 0.86               | 1.79                | 7.12 <sup>a</sup> | 2.71 <sup>a</sup>  | 8.31 <sup>a</sup>  | 6.10 <sup>a</sup> |
|                            | ニチイ        | 1.91               | 1.04                | 3.00 <sup>a</sup> | 2.60 <sup>b</sup>  | 1.65               | 3.25 <sup>a</sup> |
|                            | ニッパ・パークタウン | 4.81 <sup>a</sup>  | 0.12                | 2.85 <sup>a</sup> | 4.56 <sup>a</sup>  | 5.74 <sup>a</sup>  | 3.06 <sup>a</sup> |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 9.83 <sup>a</sup>  | 0.68                | 1.42              | 10.22 <sup>a</sup> | 7.88 <sup>a</sup>  | 1.03              |
| 衣<br>料                     | イトーヨーカ堂    | 5.46 <sup>a</sup>  | 0.43                | 5.88 <sup>a</sup> | 4.54 <sup>a</sup>  | 10.68 <sup>a</sup> | 5.67 <sup>a</sup> |
|                            | サンライフ      | 2.63 <sup>a</sup>  | 2.25 <sup>b</sup>   | 2.32 <sup>b</sup> | 0.29               | 3.61 <sup>a</sup>  | 3.44 <sup>a</sup> |
|                            | Dランド       | 0.32               | 0.75                | 2.24 <sup>b</sup> | 0.43               | 2.08 <sup>b</sup>  | 1.87              |
|                            | ニチイ        | 0.11               | 0.16                | 2.41 <sup>b</sup> | 0.06               | 2.53 <sup>b</sup>  | 2.44 <sup>a</sup> |
|                            | ニッパ・パークタウン | 2.78 <sup>a</sup>  | 0.31                | 0.97              | 2.81 <sup>a</sup>  | 2.34 <sup>b</sup>  | 0.71              |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 3.04 <sup>a</sup>  | 0.61                | 0.42              | 2.46 <sup>b</sup>  | 1.52               | 0.08              |
| 家<br>電                     | イトーヨーカ堂    | 1.72               | 1.26                | 1.22              | 2.62 <sup>a</sup>  | 2.57               | 0.62              |
|                            | サンライフ      | 0.24               | 1.72                | 0.86              | 1.06               | 0.88               | 1.55              |
|                            | Dランド       | 0.61               | 0.62                | 2.31 <sup>b</sup> | 1.20               | 2.59 <sup>b</sup>  | 1.99              |
|                            | ニチイ        | 1.52               | 1.86                | 0.83              | 0.30               | 0.00               | 0.13              |
|                            | ニッパ・パークタウン | 0.67               | 1.39                | 0.98              | 0.35               | 1.22               | 1.41              |
|                            | ビッグ・ウェイブ   | 6.17 <sup>a</sup>  | 0.34                | 0.07              | 5.60 <sup>a</sup>  | 3.61               | 0.13              |

a : 1%水準で有意

b : 5%水準で有意

SC I : SC志向I型

SC II : SC志向II型

駅前 : 駅前型

アン駅 : アンチ駅前型



〈表 3-4〉  
クラスター別の各店舗の平均因子得点

| 店 舗                                | CLUSTER1<br>N=144       | CLUSTER2<br>N=101      | CLUSTER3<br>N=100      | CLUSTER4<br>N= 37       | ANOVA  |
|------------------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|--|
|                                    | S C I 型<br>(サンライフ)      | アンチ<br>駅前型             | S C II 型<br>(D-Land)   | 駅前型                     | F 値  |
| イトーヨーカ堂<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス    | 0.44<br>-0.12<br>0.50   | 0.61<br>-0.20<br>0.60  | 0.62<br>-0.02<br>0.53  | 0.54<br>-0.73<br>0.01   | 1.83<br>4.23 <sup>a</sup><br>2.14              |
| サンライフ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス      | -0.87<br>-0.74<br>0.30  | -0.73<br>-0.78<br>0.23 | -1.02<br>-0.83<br>0.08 | -0.88<br>-0.71<br>0.10  | 2.68 <sup>b</sup><br>0.29<br>1.00              |
| Dランド<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス       | -0.82<br>0.54<br>-0.53  | -0.75<br>0.79<br>-0.43 | -0.92<br>0.98<br>-0.17 | -0.97<br>1.38<br>-0.16  | 1.17<br>5.82 <sup>a</sup><br>2.17              |
| ニチイ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス        | 0.81<br>0.08<br>0.02    | 0.82<br>-0.11<br>-0.08 | 0.93<br>0.00<br>-0.02  | 0.80<br>-0.27<br>-0.11  | 0.81<br>2.10<br>0.37                           |
| ニッケ・パークタウン<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス | 0.74<br>-0.04<br>0.04   | 0.63<br>-0.27<br>0.13  | 0.79<br>-0.10<br>-0.02 | 0.88<br>-0.01<br>0.17   | 1.72<br>1.89<br>0.69                           |
| ビッグ・ウェイブ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス   | -0.81<br>-0.02<br>-0.54 | -0.66<br>0.70<br>-0.35 | -0.87<br>0.28<br>-0.33 | -0.43<br>-0.03<br>-0.27 | 3.17 <sup>b</sup><br>9.20 <sup>a</sup><br>0.87 |

a : 1%水準で有意

b : 5%水準で有意

表の右端の ANOVAの欄は、全体として、各店舗の平均因子得点にクラスター間で差異があるかどうかを統計的に確かめる為に行った、分散分析の結果である。

表3-5は、クラスター間の違いをより細かく検討する為に、クラスターのペアごとに平均値の差の検定を行ったものである。

〈表3-5〉  
各店舗の平均因子得点のクラスター間比較  
(T検定量の絶対値)

| 店 舗                                | 1-2                               | 1-3  | 1-4  | 2-3  | 2-4  | 3-4                               |
|------------------------------------|-----------------------------------|--|--|--|--|-----------------------------------|
|                                    | SC I<br>VS<br>アン駅                 | SC I<br>VS<br>SC II                            | SC I<br>VS<br>駅前                               | アン駅<br>VS<br>SC II                             | アン駅<br>VS<br>駅前                                | SC II<br>VS<br>駅前                 |
| イトーヨーカ堂<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス    | 1.90<br>0.62<br>0.70              | 2.03 <sup>b</sup><br>0.77<br>0.25              | 0.69<br>3.09 <sup>b</sup><br>2.18 <sup>b</sup> | 0.10<br>1.29<br>0.43                           | 0.50<br>2.92 <sup>a</sup><br>2.27 <sup>b</sup> | 0.57<br>3.15 <sup>a</sup><br>2.22 |
| サンライフ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス      | 1.52<br>0.35<br>0.46              | 1.58<br>0.81<br>1.63                           | 0.05<br>0.19<br>0.99                           | 3.10 <sup>a</sup><br>0.39<br>1.07              | 0.97<br>0.41<br>0.64                           | 1.03<br>0.72<br>0.09              |
| Dランド<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス       | 0.65<br>1.54<br>0.66              | 1.00<br>3.24 <sup>a</sup><br>2.50 <sup>b</sup> | 1.02<br>2.73 <sup>a</sup><br>1.27              | 1.58<br>1.31<br>1.52                           | 1.46<br>1.89<br>1.00                           | 0.33<br>1.32<br>0.05              |
| ニチイ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス        | 0.12<br>1.89<br>0.87              | 1.46<br>0.74<br>0.43                           | 0.08<br>1.82<br>0.84                           | 1.13<br>0.91<br>0.40                           | 0.15<br>0.88<br>0.21                           | 0.95<br>1.45<br>0.50              |
| ニッケ・パークタウン<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス | 1.25<br>2.25 <sup>b</sup><br>0.76 | 0.63<br>0.59<br>0.60                           | 1.08<br>0.19<br>0.60                           | 1.90<br>1.57<br>1.20                           | 1.98<br>1.62<br>0.21                           | 0.80<br>0.56<br>0.87              |
| ビッグ・ウェイブ<br>施設充実度<br>合理性<br>サービス   | 1.55<br>5.01 <sup>a</sup><br>1.20 | 0.67<br>2.15<br>1.43                           | 2.30 <sup>b</sup><br>0.03<br>1.03              | 2.08 <sup>b</sup><br>2.87 <sup>a</sup><br>0.11 | 1.34<br>2.59 <sup>b</sup><br>0.25              | 2.61 <sup>a</sup><br>0.91<br>0.25 |

a : 1%水準で有意

b : 5%水準で有意

SC I : SC志向I型

SC II : SC志向II型

駅前 : 駅前型

アン駅 : アンチ駅前型

表3-6は、クラスターによる、店舗属性に対する重視度の違いを回帰分析によって推定したものである。表では、標準回帰係数が相対的重視度を表すが、従属変数が選好順位である為、回帰係数が負であるときその属性が魅力度に正の影響を与え、係数が正であるときには負の影響を与えることを示す。

〈表3-6〉

クラスター別の回帰分析の結果

| クラスター      | S C志向I型<br>(サライ評価型)          |        | ア ン チ<br>駅 前 型              |        | S C志向II型<br>(D-Land評価型)      |        | 駅 前 型                       |        |
|------------|------------------------------|--------|-----------------------------|--------|------------------------------|--------|-----------------------------|--------|
|            | 回帰係数                         | 標準回帰係数 | 回帰係数                        | 標準回帰係数 | 回帰係数                         | 標準回帰係数 | 回帰係数                        | 標準回帰係数 |
| 独立変数       | T検定量の絶対値                     |        | T検定量の絶対値                    |        | T検定量の絶対値                     |        | T検定量の絶対値                    |        |
| 施設         | -1.119<br>23.84 <sup>a</sup> | -0.648 | -0.639<br>8.77 <sup>a</sup> | -0.036 | -1.051<br>21.42 <sup>a</sup> | -0.664 | -0.047<br>0.4 <sup>a</sup>  | -0.028 |
| 合理性        | 0.106<br>2.09 <sup>b</sup>   | 0.057  | -0.476<br>6.98 <sup>a</sup> | -0.289 | -0.341<br>6.47 <sup>a</sup>  | -0.202 | -0.591<br>6.28 <sup>a</sup> | -0.447 |
| サービス       | -0.513<br>10.80 <sup>a</sup> | -0.291 | -0.179<br>2.82 <sup>a</sup> | -0.116 | -0.35<br>6.12 <sup>a</sup>   | -0.191 | -0.202<br>1.9 <sup>b</sup>  | -0.136 |
| 定数         | 3.308                        |        | 3.395                       |        | 3.361                        |        | 3.225                       |        |
| 自由度        | (3,676)                      |        | (3,485)                     |        | (3,507)                      |        | (3,155)                     |        |
| F検定量       | 233.729 <sup>a</sup>         |        | 39.006 <sup>a</sup>         |        | 178.104 <sup>a</sup>         |        | 15.452 <sup>a</sup>         |        |
| 決定係数       | 0.509                        |        | 0.194                       |        | 0.513                        |        | 0.230                       |        |
| 自由度調整済決定係数 | 0.507                        |        | 0.189                       |        | 0.510                        |        | 0.215                       |        |

a : 1%水準で有意

b : 5%水準で有意

〈表 3-7〉  
 クラスター別消費者プロフィール（構成比 %）

| 店 舗       | CLUSTER1<br>N=144 | CLUSTER2<br>N=101 | CLUSTER3<br>N=100    | CLUSTER4<br>N= 37 |
|-----------|-------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
|           | S C I 型<br>(サライ)  | アンチ<br>駅前型        | S C II 型<br>(D-Land) | 駅前型               |
| 年齢        | %                 | %                 | %                    | %                 |
| 20-24     | 2.1               | 4.0               | 1.0                  |                   |
| 25-29     | 2.8               | 9.0               | 13.1                 | 5.4               |
| 30-34     | 11.8              | 18.0              | 20.2                 | 5.4               |
| 35-39     | 12.5              | 25.0              | 15.2                 | 13.5              |
| 40-44     | 26.4              | 15.0              | 19.2                 | 16.2              |
| 45-49     | 18.1              | 15.0              | 15.2                 | 10.8              |
| 50才以上     | 26.4              | 14.0              | 16.2                 | 48.6              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 未子の年齢     |                   |                   |                      |                   |
| 0-6       | 21.7              | 39.6              | 36.1                 | 10.3              |
| 7-12      | 15.8              | 28.6              | 19.3                 | 17.2              |
| 13-18     | 29.2              | 17.6              | 24.1                 | 31.0              |
| 19-22     | 17.5              | 8.8               | 13.3                 | 3.4               |
| 23才以上     | 15.8              | 5.5               | 7.2                  | 37.9              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 仕事の有無     |                   |                   |                      |                   |
| 正社員       | 17.4              | 16.0              | 14.1                 | 8.3               |
| パート・アルバイト | 27.1              | 39.0              | 37.4                 | 44.4              |
| 家業手伝い     | 3.5               | 1.0               | 1.0                  | 2.8               |
| 仕事はしていない  | 52.1              | 44.0              | 47.5                 | 44.4              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 車の有無      |                   |                   |                      |                   |
| ある        | 85.4              | 84.0              | 90.0                 | 63.9              |
| ない        | 14.6              | 16.0              | 10.0                 | 36.1              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 運転頻度      |                   |                   |                      |                   |
| よく運転する    | 58.3              | 52.5              | 61.5                 | 55.6              |
| 休日などたまに   | 14.6              | 20.0              | 15.4                 | 11.1              |
| ほとんどしない   | 27.1              | 27.5              | 23.1                 | 33.3              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 年収        |                   |                   |                      |                   |
| 350万以下    | 6.3               | 15.7              | 10.9                 | 14.3              |
| 351-450   | 19.5              | 22.5              | 23.9                 | 31.4              |
| 451-900   | 62.5              | 55.0              | 54.3                 | 42.8              |
| 900万以上    | 11.7              | 6.7               | 10.9                 | 11.4              |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |
| 最終学歴      |                   |                   |                      |                   |
| 中学校       | 8.7               | 11.5              | 8.3                  | 18.2              |
| 高校        | 65.2              | 65.6              | 58.3                 | 69.7              |
| 短大        | 14.5              | 9.4               | 12.5                 | 3.0               |
| 大学・大学院    | 5.1               | 8.3               | 15.6                 | 6.1               |
| 専門学校      | 6.5               | 5.2               | 5.2                  | 3.0               |
| 合計        | 100.0             | 100.0             | 100.0                | 100.0             |

〈表 3 - 8〉  
買物起点とクラスター

| クラスター<br>地区No. |            | SC I 型<br>(サンライ) | アンチ<br>駅前型     | SC II 型<br>(D-Land) | 駅前型          | 合 計<br>(構成比%)  |
|----------------|------------|------------------|----------------|---------------------|--------------|----------------|
| 1.             | 実 数<br>期待値 | 9<br>16.6        | 29<br>11.6     | 5<br>11.5           | 1<br>4.3     | 44<br>(11.5)   |
| 2.             | 実 数<br>期待値 | 15<br>15.8       | 10<br>11.1     | 16<br>11.0          | 1<br>4.1     | 42<br>(11.0)   |
| 3.             | 実 数<br>期待値 | 10<br>15.8       | 29<br>11.1     | 3<br>11.0           | 0<br>4.1     | 42<br>(11.0)   |
| 4.             | 実 数<br>期待値 | 18<br>14.7       | 12<br>10.3     | 8<br>10.2           | 1<br>3.8     | 39<br>(10.2)   |
| 5.             | 実 数<br>期待値 | 19<br>16.6       | 9<br>11.6      | 11<br>11.5          | 5<br>4.3     | 44<br>(11.5)   |
| 6.             | 実 数<br>期待値 | 13<br>10.2       | 0<br>7.1       | 6<br>7.1            | 8<br>2.6     | 27<br>( 7.1)   |
| 7.             | 実 数<br>期待値 | 18<br>13.6       | 7<br>9.5       | 9<br>9.4            | 2<br>3.5     | 36<br>( 9.4)   |
| 8.             | 実 数<br>期待値 | 9<br>10.9        | 1<br>7.7       | 11<br>7.6           | 8<br>2.8     | 29<br>(7.6)    |
| 9.             | 実 数<br>期待値 | 17<br>13.9       | 0<br>9.8       | 10<br>9.7           | 10<br>3.6    | 37<br>( 9.7)   |
| 10.            | 実 数<br>期待値 | 16<br>15.8       | 4<br>11.1      | 21<br>11.0          | 1<br>4.1     | 42<br>(11.0)   |
| 合 計<br>(構成比%)  |            | 144<br>( 37.7)   | 101<br>( 26.4) | 100<br>( 26.2)      | 37<br>( 9.7) | 382<br>(100.0) |

sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam  
sample sample sample sample sam

---

---

不許複製

---

慶應義塾大学ビジネス・スクール

Contents Works Inc.