

ロングセラー成功の謎

飯干健太,坂元梨子,宇都宮伸太,甲斐啓太,長友玲々

(¹)延岡高等学校 Nobeoka High School

54r4555

Abstract

私達は地域活性化に活かすため、ロングセラー商品の傾向を研究した。最初に延岡高校の職員、生徒を対象とした「10年前から販売されているお菓子の中で、回答者が思うロングセラー商品は何か?」という内容のアンケートを行った。その結果を元に、どんな商品がロングセラーになりやすいか、商品を分析し、自分たちがアンケート調査を行う前に立てた「味の種類が多く、安い商品がロングセラー商品になりやすい」という仮説と比較した。商品をその商品の公式サイトを元に分析した結果、「味の種類が多く、値段が100~300円の商品」がロングセラーになりやすいという考えにまとまった。次に、宮崎県の商品と比較した結果、「味の種類が多い」という項目にあてはまる商品は多かったが、「値段が100~300円」という項目に当てはまる商品は少なかった。このことから、商品のロングセラー化には他の要因も関係していると考えられることが考察できた。

Keyword ロングセラー、値段、味の種類

1. 序論

(1) 研究背景

現代の世の中では、流行が頻繁に入れ替わっている。そこで、ロングセラーになるにはどのような条件が必要なのか研究したいと思った。

(2) 研究の目的

流行が頻繁に入れ替わる現代の世の中で、ロングセラー商品として今もなお人気であるお菓子の共通点を探し、延岡市の商品に活用して、地元の活性化に貢献することができると考えたため本研究を行う。

(3) 過去の研究成果

文教大学 情報学部 矢作裕一氏の研究によると、食品製造業において長期にわたって売れ続けているロングセラー商品とは別に短期的に生産・販売して利益を上げるショートセラーが紹介され、両者の違いについて示されていた。また、ロングセラー商品が行ってきたさまざまな改良について紹介し、ロングセラー化にはニーズをとらえ、改良を続ける事が必要だと述べられていたが、価格や味の種類などの観点からどのような商品がロングセラーになるのかは明らかにされていなかった。

(4) 研究仮説

スーパーなどで昔から売っているお菓子は値段が安く、味の種類が複数あると思ったため「味の種類が多くて、安い商品がロングセラーになりやすいのではないか」という仮説を立てた。

2. 調査方法

(1) 材料

アンケート結果、タブレット

(2) 調査方法

始めに、「どんなお菓子がロングセラーだと思うのか」のアンケートを延岡高校の生徒、職員を対象に実施した。次に、(1)の結果をもとにロングセラー商品の傾向を分析し、どんな商品がロングセラーになるかの仮説(考察1)を立てる。そして、考察1と宮崎県産のお菓子を比較し、宮崎県産のお菓子の中でロングセラーではない商品には何が足りないかを考察(考察2)する。最後に、これらを踏まえて結論を出す。なお、アンケート結果はテキストマイニングを用いて集計、分析し、アンケートで出た商品の特徴を調べて、分析する。

(3) アンケートの内容

延岡高校の生徒、職員が対象で「10年前から発売されているお菓子の中でロングセラー商品と思う商品は

何か。」という内容。アンケートの回答数は716人中117人で回答率は15%。

(4) 定義

ロングセラー商品の定義は、10年前から現在まで販売され続けている商品。

3. 本論

(1) 調査結果1

アンケートでの結果を図1に示す。テキストマイニングというツールを用いて集計した。文字が大きくなるほど答えた人が多いということが言える。表1の出現頻度という項目は、図1を数値化したもので、スコアという項目は出てきた単語の重要度を示している。アンケートでは、全体の15%の回答が得られ、図1からは、ポテトチップス、じゃがりこ、ポッキー、うまい棒、きのこの山、たけのこの里、ビスコ、コアラのマーチ、アポロ、かつばえびせん、ハイチュウ、チロルチョコ、チョコボールなどが上がった。図1や表1にカルビーや明治という名前があるのは、アンケートで答えてもらった際に、「カルビーのポテトチップス」や、「明治のチョコレート」という回答があったからであると考える。

2023年8月頃に実施
716人中117人の回答(15%)

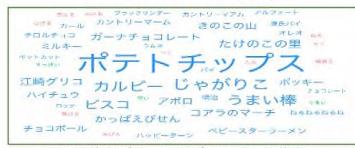


図1 回答者が思うロングセラーのお菓子

表1 商品名の頻出度



(2) 考察1

調査結果1からアンケートで多かった商品には味の種類が多く、手ごろな値段という共通点があることが分かった。それをもとに味の種類が2種類以上、値段が200円～300円の商品がロングセラー商品になりやすいのではないかと考えた。そして、その条件で調べた。

(3) 調査結果2

アンケートで出た商品を公式サイトを用いて調査した結果、オレオ以外は全て味が2種類以上ということが分かり、更にどのお菓子も全て値段が100～300円であることが分かった。

(4) 調査結果3

調査結果2から、宮崎県のロングセラー商品ではどのような現状があるのかを調査するため、宮崎県内の道の駅数店に売上上位のお菓子の商品名を問い合わせて、その中から上位8個の商品の値段、味の種類について調べた。その結果が下の表2である。値段という観点では、「100円～300円に収まっているか」、味の種類という観点では、「2種類以上の味があるか」の項目を設定した。その結果、味の条件を満たしていたのは6つだったが、値段の条件を満たしていたのは1つだった。項目の設定は調査結果2の結果を参考にした。

表2 調査2の分析結果

商品名	値段が100円～300円	味の種類(2種類以上)
桃羊羹	× 550g・540円	×
宮崎マンゴーラングドシャ	× 10枚・939円	○
青島せんべい	× 2枚×3袋・324円	○ 3(種類)
チーズ饅頭(萬葉堂)	× 4個713円	○ 4
宮崎南国プリン	× 6個2,770～3130円	○ 5
青島ういろう	× 10切れ350g・530円	○ 3
なんじやこりや大福	× 1個1180円	△
ゴボチ	○ 40g280円	○ 7

(5) 考察2

味の種類はほとんどが2種類以上であったが、値段が100円～300円のものは1つしかなかったことから、市販のお菓子のロングセラーの要因と宮崎県産のお菓子のロングセラーの要因は異なっていると考えられる。

4. 結論

これらの研究を行った結果、私たちが一番最初に立てた、「味の種類が多くて、安い商品がロングセラーになりやすいのではないか」という仮説について、宮崎県の商品は味の種類に関しては当てはまっているが、値段に関してはほとんど当てはまっておらず、何か別の要因があるのではないかという結論に至った。

5. 課題と展望

宣伝している有名人、コラボ相手、広告なども、商品のロングセラー化に関係していると考え、どのような関係があるのかも研究したい。また、宮崎県や延岡市の特産品でこれらに当てはまらなくてもロングセラー商品になっているのにはどんな理由があるのかも研究したい。これらに加えて、審査員の方からの意見から、市販のお菓子と地方オリジナルのお菓子とでは、希少性や独自性が全く違いい、購買目的も異なると考え、他県のオリジナルお菓子

との共通点を探したり、また、道の駅ではなく、製造メーカーに売り上げを聞いたりした方が、より私たちの望む研究ができたと考える。

6. 謝辞

今回研究に携わってくださった方々、本当にありがとうございました。

7. 参考文献

<https://www.morinaga.co.jp/> 森永公式

<https://www.calbee.co.jp/potatochips/> カルビー公式

<https://www.oreocookie.jp/> オレオ公式

<https://www.lotte.co.jp/> ロッテ公式

<https://www.fujiya-peko.co.jp/> 不二家公式

<https://genjipie.jp/> 源氏パイ公式

閲覧日: いずれも9月13日