






=当社プランナーの思考

売場と消費者の接点がひと目で把握できるレポート

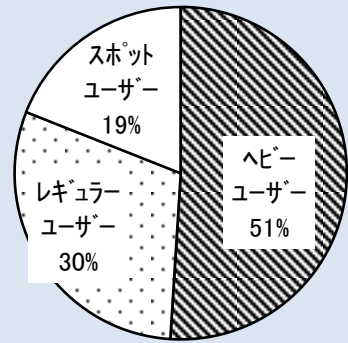
売場ごとの差がわかりやすく、どの世帯で  
活性しているかコメントを添付するのも  
ポイント

# 売場別ユーザー出現率

 ヘビーユーザー (月1回以上購入)  
 レギュラーユーザー (2~3ヶ月に1回購入)  
 スポットユーザー (半年に1回購入)

## ①肉料理のたれ売場

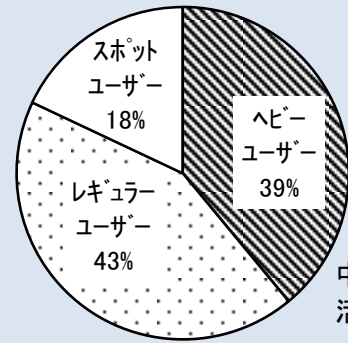
※照焼のたれ、しょうが焼のたれ、井のたれなどで、焼肉のたれの購入は除く



ヘビーユーザーは幅広い年代

## ②ソース売場

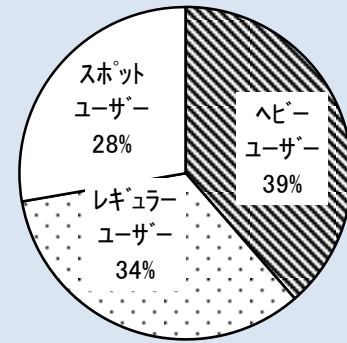
※ウスター、中濃・とんかつソースなどの購入は除く



中高生世帯が活性傾向

## ③洋風ソース売場

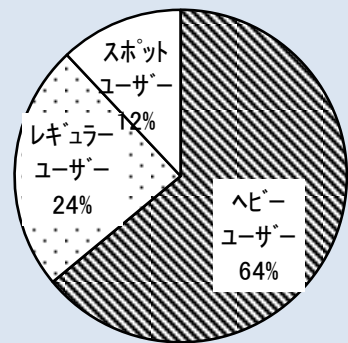
※パスタソース、トマトソースなど、トマト関連ソースは除く



シニア世帯でやや減少傾向

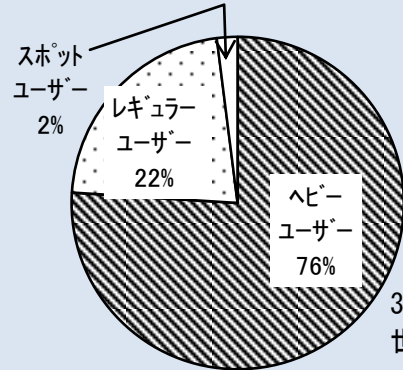
## ④つゆ・たれ売場

※麺つゆなど和風だしつゆは除く



中高生世帯が活性傾向  
※鍋物=家庭内食  
活性と密接な関係あり

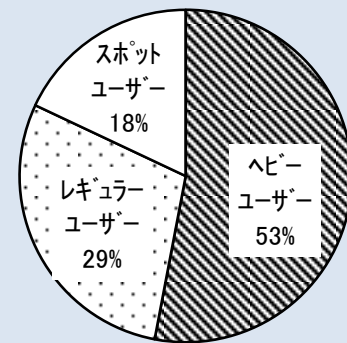
## ⑤ドレッシング売場



30~40代のミセス世帯で活性  
※副菜としてのサラダが活性化

## ⑥ごはんの素や和風惣菜の素売場

※COOK DOなど、中華合わせ調味料は除く



ヘビーユーザーは幅広い年代  
※シニアの簡便性ニーズに

ちょっとしたコメントに  
納得感が得られる



開発もプロモーションも対応できる  
当社プランナーの活用をおすすめします