

# 仕入担当者はスナック菓子をどう評価する？

## ～ スーパーマーケットのバイヤーによる採点表 ～

スナック菓子主要5社の10ブランドを対象とした、スーパーマーケットのバイヤー調査では、カルビーの「じゃがりこ」が首位になりました。ブランド力の高さや豊富な風味を打ち出し、消費者に飽きさせない工夫をしていることが高い評価を得ています。

	① じゃがりこ (カルビー)	② ポテトチップス (カルビー)	③ かっぱえびせん (カルビー)	④ チップスター (ヤマザキビスケット)	⑤ キャラメルコーン (東ハト)	⑥ カラムチョコ (湖池屋)	⑦ ベビースター (おやつカンパニー)	⑧ ポテトチップス (湖池屋)	⑨ スコーン (湖池屋)	⑩ ポテコ (東ハト)
ブランド採点表										
総合評価	334	321	301	271	255	245	228	226	192	185
味	91	88	90	86	85	79	63	62	51	51
ブランド力	94	93	89	83	75	62	58	41	25	27
利益率	16	17	17	33	37	32	41	22	27	21
パッケージ	77	53	53	51	64	46	38	28	20	27
テレビCMなどの広告・宣伝	42	38	30	38	7	14	21	6	4	0
商品価値と価格のバランス	40	38	47	46	44	35	40	37	28	22
容量(ボリューム)	31	30	51	61	51	28	41	27	36	25
リピート購入率	91	86	82	69	63	54	37	46	24	22
商品コンセプト	78	49	61	46	56	67	56	37	31	30
ネーミング	77	44	61	48	61	72	53	31	33	40
味のバリエーション	86	89	57	51	46	19	32	38	19	6
ターゲット設定	57	44	35	40	38	49	36	25	22	21
消費者キャンペーン、イベント	31	43	20	22	10	12	22	7	4	1
POPなど店頭販促物	31	38	24	9	6	10	11	5	3	1



持ち運びが便利で、店頭で目立ちやすいパッケージのカルビー「じゃがりこ」

【ブランド採点表の数字の見方】スナック菓子を扱うバイヤーに5点満点でブランドについて総合評価してもらった。採点項目の数字はブランドを評価できると回答したバイヤーの割合(%)を表す。

ブランド別の総合評価ではカルビーの「じゃがりこ」が334点と最高評価を得ました。14項目のうち8項目で首位となり「ブランド力」や「味」「リピート購入率」で特に高い評価を得ています。同商品は1995年に発売し、カップ入れの形状のため持ち運びに便利で食べやすいことが女子高生などを中心に支持を集めており、「パッケージ」、「ターゲット設定」も首位です。「サラダ」「チーズ」といった定番4品のほか、期間限定商品を投入しています。

2位カルビーの「ポテトチップス」は、次々と新しいフレーバーを発売していることから、話題性を集める「味のバリエーション」、「POPなどの店頭販促物」では首位を獲得しました。3位カルビーの「かっぱえびせん」は、「商品価値と価格のバランス」で首位を獲得しています。

別調査である、バイヤー仕入れ基準では「味」(90%)が最も高く、多くのバイヤーが重視していることがわかりました。2番目に「ブランド力」(78%)、3番目に「取引条件(仕入れ価格など)」(75%)が続いています。持ち運びやすさが支持されている「じゃがりこ」のように「パッケージ」(64%)も重要な判断基準となっています。消費者の目に留まりやすい売り場を演出できるかどうかを左右する、パッケージデザインも重要なポイントとなっています。