

令和 4 年 6 月 17 日現在

機関番号：33919

研究種目：若手研究

研究期間：2018～2021

課題番号：18K12887

研究課題名（和文）小売業の購買履歴データを用いたロイヤルティ・プログラムの効果検証

研究課題名（英文）Verifying the Effectiveness of Loyalty Programs Using Retail Purchase History Data

研究代表者

中川 宏道（NAKAGAWA, HIROMICHI）

名城大学・経営学部・准教授

研究者番号：80614081

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,200,000円

研究成果の概要（和文）：ロイヤルティ・プログラムの効果について、小売業の購買履歴データを用いて検証をおこなった。その結果、商品レベルにおいては、特に低価格においては値引きよりも売上向上の効果が確認された。高価格においては値引きとポイントの差は確認されなかった。店舗レベルにおいては、価格販促デーよりもポイントデーの方が高い売上効果が確認された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

現在、多くの小売業者やサービス業者がポイント制度（ロイヤルティ・プログラム）を導入している。経済合理性の観点からは、消費者にとって値引きの方がポイントよりも有利であることは明らかであるにもかかわらず、特に低価格時において値引きよりもポイントの方が得と感じる傾向が確認されている。そこで本研究では小売業の購買履歴データを用いて、実際に売上効果の検証を商品レベルと店舗レベルでおこなった。やはり低価格時において、値引きよりもポイントの方が販促効果が高いことが明らかになった。

研究成果の概要（英文）：The effectiveness of loyalty programs was examined using retailer purchase history data. The results showed that at the product level, point promotion days were more effective in increasing sales than discounting, especially for low-priced products. At the store level, point promotion days were more effective than price promotion days in increasing sales.

研究分野：マーケティング

キーワード：ロイヤルティ・プログラム

1. 研究開始当初の背景

ロイヤルティ・プログラム(ポイント制度)はマーケティング研究において、値引き制度などとともにセールス・プロモーションの手段と位置づけられている。しかしながら、ロイヤルティ・プログラムの研究は従来、ロイヤルティ研究の文脈でおこなわれてきたために、ポイント制度をセールス・プロモーションの手段の1つと捉えた視点が従来の研究には乏しかった。消費者にとって、ポイント販促は他のセールス・プロモーションと比較してどの程度効果的なのだろうか。

ポイントは現金に比べて、使用できる範囲が小さく、流動性が低く、利用期限が設定されている場合もあるため、現金に比べれば不利な通貨であるといえる。したがって、もし消費者が合理的であれば、現金および現金と同等のポイントがある場合には、現金の方が選好されるはずである。ところが、ポイントの方が現金よりも選好されるというアノマリーな現象が、研究代表者がこれまでおこなった実験により確認されている。

このように、ポイントは現金とは異なるポイント特有の消費者心理が働いている可能性が高い。本研究では、小売業から提供いただくトランザクションデータを用いて、ポイントと値引き(現金)に関する消費者行動の違いを明らかにする。

2. 研究の目的

1) ポイント販促の効果測定(値引きなどの他のSPとの比較)

研究代表者は2012年以降、ロイヤルティ・プログラムの研究を継続的におこなっており、これまでに研究代表者がおこなった実験によると、値引率・ポイント付与率の水準によってポイントと値引きの知覚価値に違いがあるということが確認されている。すなわち、値引率・ポイント付与率が低い水準のときには、ポイントの方が値引きよりも知覚価値が高くなる一方、値引率・ポイント付与率が高い水準のときには値引きとポイントの知覚価値に差がないことが確認されている。この結果は、ポイントに関する心理的メカニズムは値引きのそれとは異なることを示唆している。

しかしながら、実際の小売業の売上データを用いて、店舗レベルで値引き販促とポイント販促の効果検証をおこなった研究はまだ存在しない。店舗レベルでのポイント付与と値引きの売上効果の推定が、今後の研究課題として残されている。

2) ポイント販促効果の商圈要因の検討(値引きなどの他のSPとの比較)

価格弾力性の測定を店舗ごとにおこなうと、店舗によってバラツキが生じることが既存研究では示されている。研究代表者は予備的調査として、単品ポイント販促についても値引きと同様に小売業の売上データを用いて店舗ごとに弾力性を測定したところ、弾力性が店舗ごとにバラツキが見られることを確認している。店舗間でポイント販促の弾力性がバラつく要因は何だろうか、それは価格弾力性の要因とは異なるのか、といった点が今後の課題として残されている。

3. 研究の方法

1) ポイント販促の効果測定(値引きなどの他のSPとの比較)

九州地方のドラッグストアチェーン(150店舗)のID付きPOSデータ(既に入手済み)によって、日別・店舗別のパネルデータによる分析をおこなう。ポイントデー・ダミーと値引きデー・ダミーの弾力性を測定することによって、ポイント付与と値引きではどちらの効果が高いのかを明らかにする。

2) ポイント販促効果の商圈要因の検討(値引きなどの他のSPとの比較)

1)と同じデータを用いて、店舗ごとの商圈データ(競合要因や消費者要因など)を加え、1)で測定する弾力性に、商圈要因がどのように影響するのかの検証をおこなう。ポイント販促と価格販促のそれぞれにとって、有効な商圈要因を明らかにする。

4. 研究成果

1) ポイント販促の効果測定(値引きなどの他のSPとの比較)

ポイントデー・ダミーの方が会員のみ値引きデー・ダミーよりも高かった。付与水準が5%という比較的低い水準では、ポイントデーの方が会員値引きデーよりも効果が高いという結果は、Thaler(1985)のメンタル・アカウント理論を援用した中川(2015)および中川・星野(2017)の現金とポイントに関するメンタル・アカウント理論の仮説と合致する。すなわち少額の現金は当座勘定になるが多額の現金は貯蓄勘定となり、少額のポイントは貯蓄勘定となるが多額のポイントは当座勘定になるがゆえに、5%という比較的低いベネフィット水準においては、単品方式だけではなくバスケット方式においてもポイント付与の方が値引きよりも有効であると解釈できる。

2) ポイント販促効果の商圈要因の検討 (値引きなどの他の SP との比較)

競合店舗数の調整効果について、競合店舗数が増えるほど、ポイントカードの効果(ポイントデーおよび会員のみ値引きデー)がチラシデーや全員値引きデーよりも相対的に有効であった。単身世帯比率の調整効果について、単身世帯比率が高くなるほど、ポイントデーよりも会員のみ値引きデーの方が相対的に有効であった。昼夜間人口比率の調整効果について、昼夜間人口比率が低くなるほど、相対的にチラシデーの効果が他の販促デーよりも高くなることが明らかになった。高所得世帯比率の調整効果について、高所得世帯比率が高くなるほど、ポイントカードの効果(ポイントデーおよび会員のみ値引きデー)がチラシデーや全員値引きデーよりも相対的に有効であった。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計6件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 中川宏道、加藤諒、星野崇宏
2. 発表標題 値引きは美德カテゴリーよりも悪徳カテゴリーの方が効果的か？
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会
4. 発表年 2020年～2021年

1. 発表者名 中川宏道、星野崇宏
2. 発表標題 ポイントカード会員のポイント使用要因：大規模チェーンの購買履歴データによる検証
3. 学会等名 日本商業学会第69回全国研究大会（於同志社大学）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 中川 宏道、相川 貴文、小林 正明、関 智美、能登 一真、平石 忠弘
2. 発表標題 セールス・プロモーションの評価尺度：分離型SPと統合型 SPを中心に
3. 学会等名 日本消費者行動研究学会第57回消費者行動研究カンファレンス
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 中川宏道、星野崇宏
2. 発表標題 ポイントプログラム変更が購買行動とポイントプレッシャー効果に与える影響について
3. 学会等名 日本マーケティング・サイエンス学会第103回全国研究大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 中川宏道、星野崇宏
2. 発表標題 マーケティングでの長期的な ロイヤルティ・プログラムの慣習形成について
3. 学会等名 行動経済学会第12回大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 中川宏道、星野崇宏
2. 発表標題 ポイントカード会員のポイント使用要因：大規模チェーンの購買履歴データによる検証
3. 学会等名 日本商業学会中部部会9月度例会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関