

2024年6月11日

報道関係各位

株式会社大創産業
株式会社 USEN

「蛍の光」=閉店が伝わらない!?“再来店意向”を高める「新しい閉店音楽」 早稲田大学・大創産業・USEN 共同研究、DAISO 国内直営全店で 6/11 より配信開始

株式会社 U-NEXT HOLDINGS（本社：東京都品川区、代表取締役社長 CEO：宇野 康秀）のグループ会社である株式会社 USEN（本社：東京都品川区、代表取締役社長：貴船 靖彦、以下、USEN）と株式会社大創産業（本社：広島県東広島市、代表取締役社長：矢野 靖二、以下、大創産業）は、早稲田大学マーケティング・コミュニケーション研究所と共に、お客様に快くお帰りいただけるような新しい閉店音楽の制作を目的とした共同研究を行い、大創産業が運営する「DAISO」の国内全直営店含めた約 2,900 店舗において、本日 2024 年 6 月 11 日より『Good Day ～閉店の音楽～』を閉店の際に放送開始することをお知らせします。



従来、店舗では閉店時間をお知らせする音楽として「蛍の光（別れのワルツ）」が広く使われてきましたが、外国人をはじめ、「蛍の光（別れのワルツ）」=閉店というイメージが結び付きづらいお客様がいらっしゃることや、お客様に閉店時間のお声がけがしづらいといった状況が見受けられます。そこで、さりげなく閉店時間であることを伝えながらも、快くお帰りいただけるような新しい閉店音楽を目指して、『Good Day ～閉店の音楽～』の制作に取り組みました。

■『Good Day ～閉店の音楽～』とは

この曲は、早稲田大学マーケティング・コミュニケーション研究所と行った共同研究により得られた、閉店のイメージを持つ音楽の特徴に基づき、USEN が制作したオリジナル曲です。

「郷愁感」をキーワードに小編成のオーケストラでゆったりとした曲調に仕上がっています。

USEN 音楽配信サービスの BGM 専用チャンネルにて、一般店舗でも広く利用可能です。

[<店舗 BGM 配信チャンネル案内> 音楽配信サービス「USEN MUSIC GUIDE」](#)（ジャンル「季節音楽／ショッピング・ツール」内）

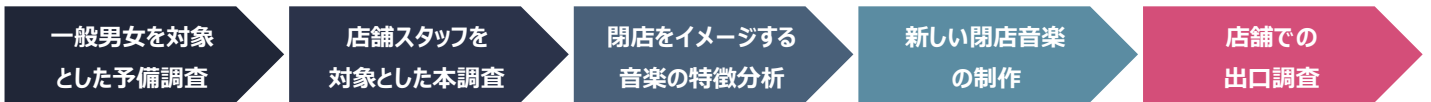


■ 共同研究および調査概要

予備調査として、一般男女 150 名を対象に数種類の音楽を聴かせ、閉店音楽としての「ふさわしさ」と、その音楽から想起する印象語を調査しました。結果、閉店音楽としてふさわしい曲は「郷愁」「自然」「美しい」「落ち着く」「静か」といった印象を感じさせることが明らかになりました。

次に、「DAISO」の店舗スタッフ 657 名を対象に予備調査で選出された閉店音楽の妥当性を確かめる調査※を行い、そこで特定された音楽の特徴を取り入れて、新しい閉店音楽＝『Good Day ～閉店の音楽～』を制作しました。

さらに、この曲を複数の「DAISO」の店舗で実際に放送し、放送していない店舗と比較する出口調査を実施し、お客様に与える印象について確認しました。 ※調査日程：2022年7月4日～2022年7月7日



■ 出口調査について

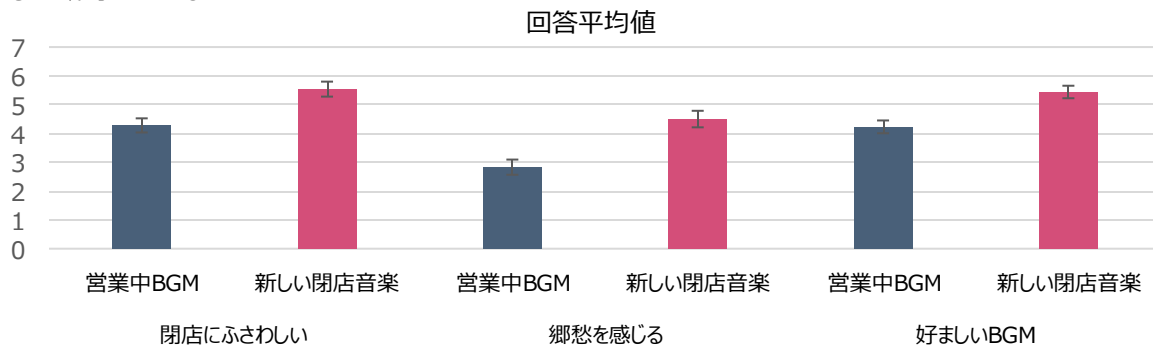
【放送した BGM】 A 群店舗：営業中の BGM を放送し続ける / B 群店舗：閉店 5 分前から「新しい閉店音楽」を放送

【対象者】 調査実施店舗で閉店 5 分前以降にレジに並んだお客様、102 名 (A 群 48 名 / B 群 54 名)

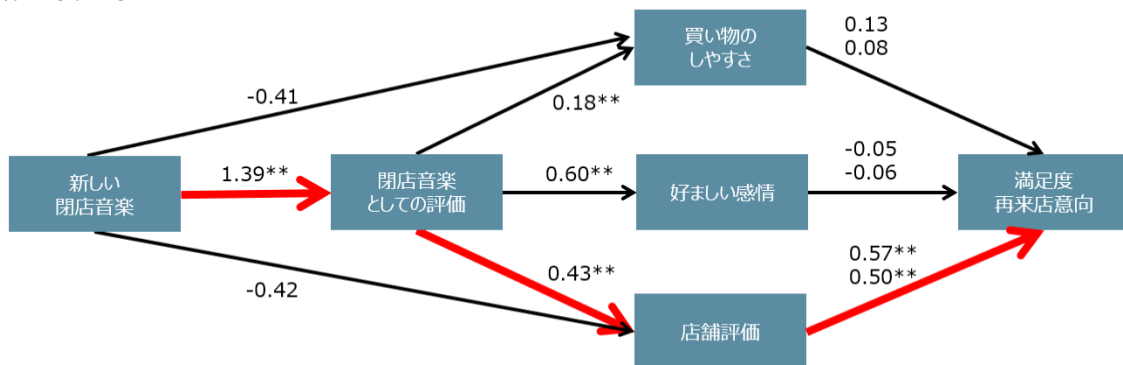
【内容】 対象者にはレジ通過後、アンケートに協力いただき、閉店音楽としてのふさわしさや印象、好ましさなどを 7 段階評定で尋ねました。

【結果】

① 「新しい閉店音楽」の方が、営業中の BGM よりも「閉店にふさわしい」「郷愁を感じる」「好ましい BGM」の項目が有意に高くなることが示されました。



② 「新しい閉店音楽」は閉店時間の音楽にふさわしく、店舗の評価を高め、顧客満足度や再来店意欲を高める可能性があることが明らかになりました。



*注1：パス（矢印）の上にある数値は影響の度合いを意味している。絶対値が影響の大きさ、符号（+/-）が影響の向き（正/負の影響）、数値右上の ** が統計的に有意な影響であることをそれぞれ表している。

*注2：上下2段に数値があるパスは上段が満足度、下段が再来店意欲への影響を表している。

【測定項目】

- 閉店音楽としての評価（3項目）：閉店時間の音楽にふさわしい/郷愁を感じる/好ましい
- 買い物のしやすさ（2項目）：テキパキと買い物することができた/買い物しやすい
- 好ましい感情（2項目）：あたたかい気持ちになる/懐かしい感じがする
- 店舗評価（2項目）：雰囲気が良い/好ましい
- 満足度（1項目）：満足のいく買い物があった
- 再来店意欲（1項目）：また買い物に来たい

■早稲田大学 マーケティング・コミュニケーション研究所によるコメント

恩蔵直人 (早稲田大学教授)、平木いくみ (東京国際大学教授、本研究所招聘研究員)、須永努 (早稲田大学教授)

近年、マーケティングではセンサリーという視点が注目されています。これは、音楽や香りなど五感を刺激することにより、消費者に意識させることなく何らかの行動を引き起こそうとするものです。今回の共同研究では、店舗の閉店時の音楽に注目しました。

閉店時間であることをお客様にお知らせしますが、強制的であるという印象を与えず、店舗への満足度を損なわない、さらには、再び来店したいと思ってもらえるような音楽はないか、といった問題意識が出発点になっています。いくつかの調査と分析を経て、狙い通りの曲に仕上がりました。今後は、出来上がった曲を実際の店舗で流すことにより、閉店時におけるお客様の行動や、その後の来店にどのような変化が生じるのかを追跡していきたいと思います。

本研究の詳細については、USEN が運営する音の効果に関する情報サイト「音空間デザインラボ」に掲載しています。

サイト URL : https://usen.com/portal/otodesign/study/study_037.html

【USEN について】

USEN は、BGM サービスのリーディングカンパニーとして成長を遂げてきました。その安定的な収益基盤を柱に、デジタル技術を活用したエンターテインメント事業の推進、業務効率化ソリューションの提供（店舗 BGM、アプリ、インフラ、POS レジ、配膳ロボット、保証など）を行っています。私たちは【音楽配信の会社】から、お客様の課題に応える【総合ソリューション企業】への挑戦を続けています。

会社名 : 株式会社 USEN
本社 : 東京都品川区上大崎 3-1-1 目黒セントラルスクエア
代表者 : 代表取締役社長 貴船 靖彦
事業内容 : IoT プラットフォーム事業、音楽配信事業、エネルギー事業
URL : <https://usen.com>



【大創産業について】

大創産業は、「だんぜん！ダイソー」をスローガンに、生活必需品から趣味趣向品まで生活を豊かにする商品約 76,000 点を取り扱っています。「DAISO」、「Standard Products」、「THREPPY」を 3 本柱とし、2023 年 12 月現在、日本を含む世界 26 の国と地域に 5,350 店舗展開しています。（国内 4,360 店、海外 990 店。うち、DAISO は国内 3,813 店、海外 962 店）毎月約 1,200 種類の新商品を開発し、売上げは 5,891 億円となっています。（2022 年 3 月から 2023 年 2 月末）

会社名 : 株式会社大創産業
本社 : 広島県東広島市西条吉行東 1 丁目 4 番 14 号
代表者 : 代表取締役社長 矢野 靖二
事業内容 : 商業（卸売業、小売業）
URL : <https://www.daiso-sangyo.co.jp>



【報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社 U-NEXT HOLDINGS 広報部 豊倉、岡本
TEL : 03-6823-2010 E-MAIL : unhdpr@unext-hd.jp お問い合わせフォーム : [こちら](#)
株式会社大創産業 グローバル広報課
E-mail : grp_kouhou@daisojapan.com

【サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社 USEN TEL : 0120-117-440