

買い物場所の使い分け調査 2011

震災後の
購買行動変化は？

ショッパー・マーケティングのバイブル

～生活者からみた、来店目的・購入商品・TPO別チャネル選択～

2005 ⇒ 2007 ⇒ 2009 ⇒ 2011、買い物行動の変質を探る

- ◎ショッパーとしての生活者を調査、店頭マーケティングの基本データに。
この人は、この商品を、こんな目的で買いたくて、だからこの店で買った・・・
- ◎関東・東海・関西の15歳～79歳男女2,000人を対象の購買行動基本調査、
性年代別・属性別・エリア別に業態・チェーンの利用実態・理由がわかります。
- ◎2005年・2007年・2009年「買い物場所の使い分け調査」の継続調査です。

〔1〕小売業26業態の利用実態・理由

注目業態×利用経験(利用者)・利用頻度・買い物の機会・利用目的:

ドラッグストア・100円ショップ・駅ナカ・アウトレット・ネットスーパー・通信販売・・・

〔2〕スーパーのチェーン別の利用実態・理由

利用チェーン×利用者・頻度・店のタイプ・利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度:

イオン・イトーヨーカドー・西友・いなげや・サミット・東急ストア・成城石井・生協・・・

〔3〕コンビニのチェーン別の利用実態・理由

利用チェーン×利用者・頻度・店のタイプ・利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度:

セブン-イレブン・ローソン・ファミリーマート・ミニストップ・サークルK・・・

〔4〕日用品店のチェーン別の利用実態・理由

ドラッグストア・ホームセンター・生活雑貨店・ディスカウントショップ・100円ショップ

利用チェーン×利用者・頻度・店のタイプ・利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度:

マツモトキヨシ・ハックドラッグ・カインズホーム・ドンキホーテ・ダイソー・・・

〔5〕食品・日用品80アイテムの購入チャネル・理由

商品×購入経験(購入者)・購入チャネル・その店での購入理由:

生鮮・中食・加工食品・菓子・清涼飲料・酒・日用雑貨品・サプリメント・化粧品・・・

【調査概要】

- ・調査エリア：首都圏30km圏
+ 関東・東海・関西エリア
- ・調査対象：15～69歳男女+70代男女
- ・調査方法：弊社モニターリサーチ・システム
利用による郵送調査
- ・有効回収数：2,345人（発送数3,120人・回収率75.2%）
- ・調査期間：2011年6月16日(木)～6月27日(月)

<70代を追加>調査対象を拡大しました!!

	15～69歳男女		70代男女
	首都圏30km圏	関東・東海・関西	首都圏30km圏
2011年	1,060人	1,174人	111人
2009年	1,125人	1,229人	-
2007年	1,072人	-	-
2005年	1,123人	-	-

【調査のアウトプットのご購入】

- ①調査報告書：A4判・182ページ・2011年8月発行
- ②集計結果表：A4判・2分冊合計1,403ページ・2011年7月発行(単純集計表&時系列比較表/クロス集計表/その他)
- ③集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。
 ※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。
 ※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

「買い物場所の使い分け調査2011」調査項目

[1] 小売業26業態の利用実態・理由

- 注目小売業26業態
- ・大型スーパー
 - ・食品中心のスーパー
 - ・生協の店舗
 - ・コンビニエンスストア
 - ・ドラッグストア
 - ・100円ショップ
 - ・バラエティショップ
 - ・駅売店
 - ・駅構内のコンビニ
 - ・駅ナカ
 - ・個人商店・専門店
 - ・自動販売機
 - ・ホームセンター
 - ・ディスカウントショップ
 - ・酒中心のディスカウントショップ
 - ・デパート・百貨店
 - ・駅ビル
 - ・ファッションビル
 - ・大型ショッピングセンター・モール
 - ・アウトレットモール
 - ・直売所（道の駅・物産展・地方のアンテナショップ・マルシェ等）★
 - ・生協等の協同購入・個人宅配
 - ・ネットスーパー
 - ・カタログショッピング
 - ・テレビショッピング
 - ・インターネットショッピング



- 1年間の利用経験
- 利用頻度
- 買い物する機会
 - ・いろいろな商品を一度に買う
 - ・1～2品だけ買う
 - ・まとめ買いをする
 - ・商品をあらかじめ決めている
 - ・欲しいものを探したい
 - ・効率よく買い物を済ませたい
 - ・少量パック・必要量だけ買う
 - ・チラシの商品を買う
 - ・重いもの・かさばるものを買う
 - ・買い忘れ・急ぎの商品を買う
- 利用目的
 - ・品質のいい商品
 - ・新鮮な商品
 - ・安心・安全な商品
 - ・センスのいい商品
 - ・新製品・最新の商品
 - ・プライベートブランド
 - ・有名メーカーの商品
 - ・品揃え
 - ・安いもの
 - ・日常の買い物
 - ・情報収集
 - ・通りがかりに目的なく
 - ・ウィンドーショッピング
 - ・飲食をする
 - ・すぐに食べるもの
 - ・サービス・施設
 - ・レジャーとして楽しむ
 - ・時間つぶし

[2] スーパーのチェーン別の利用実態・理由

- 買い物をしたいスーパー
商品の品質がいい／商品が新鮮／商品が安心・安全／商品のセンスがいい／新製品・最新の商品がある／プライベートブランドが充実／商品の品揃えが多い／商品が安い／買い物を楽しめる／いろいろな商品が一度に買える／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／売り場に商品についての説明が多い／店員が商品についてよく知っている／少量パック・必要量だけ買える／チラシの商品がお買い得／特売情報やクーポンがメールで届く★／重いもの・かさばるものが買いやすい
- スーパーの選択理由
生鮮食品が充実／加工食品が充実／調味料が充実／惣菜や弁当が充実／焼きたてパンがある／お菓子やデザートが充実／飲料（ソフトドリンク）が充実／アルコール飲料が充実／日用品・化粧品・雑貨品が充実／健康関連（サプリメント等）が充実／旬のものがある／銀行のATMがある／ポイントカードがある・ポイントをためている／おいしい水のサービスがある／夜遅くまで開いている／自転車で行きやすい／車で行きやすい／配達してもらえる
- 普段利用しているスーパーの数

- 普段利用しているスーパー名
- | | | | |
|-------------------------------------|------------|-------------|------------------|
| ・アオキスーパー | ・オリンピック | ・つるかめ/テスコ | ・ベルク★ |
| ・イオン(旧ジャスコ/旧サティ/ウエルマート/メガマート/旧ヤオハン) | ・カスミ | ・トーホーストア★ | ・ベルクス※ |
| ・マックスバリュ★ | ・関西スーパー | ・東急ストア | ・松坂屋ストア |
| ・まいばすけっと★ | ・紀ノ国屋 | ・東武ストア | ・マミーマート/生鮮市場TOP★ |
| ・いかりスーパー | ・キミサワ★ | ・ドミー | ・マルアイ |
| ・イズミヤ | ・業務スーパー | ・とりせん※ | ・マルエツ |
| ・一号館★ | ・クイーンズ伊勢丹 | ・ナフコチェーン★ | ・マルエツチ(旧ポロッカ)★ |
| ・イトーヨーカドー | ・京王ストア★ | ・肉のハナマサ | ・万代 |
| ・ヨークマート | ・KOHYO★ | ・にしがき★ | ・みんなのイチバ★ |
| ・ザ・プライス★ | ・コノミヤ★ | ・バロー | ・明治屋 |
| ・ザ・ガーデン自由が丘★ | ・コモディイイダ | ・阪急オアシス | ・ヤオコー★ |
| ・いなげや | ・サミットストア | ・ピーコックストア | ・ヤマナカ/フランテ |
| ・エコス/たいらや※ | ・三和/フードワン | ・Bi g-A★ | ・ユーストア |
| ・遠鉄ストア★ | ・しずてつストア★ | ・フィール | ・ユータカラヤ※ |
| ・オークワ | ・エコス/たいらや※ | ・フードマーケットマム | ・ユニー(アピタ/ピアゴ) |
| ・OKストア | ・西友 | ・Fuji | ・ライフ |
| ・オオゼキ | ・そうてつローゼン | ・フレスコ | ・ラッキー/パントリー |
| ・オダキューOX | ・ダイエー | ・フレッセイ※ | ・リブレ京成★ |
| | ・グルメシティ | ・ベisia | ・生協(コープ) |
| | ・玉出 | ・平和堂 | |
- ※印：その他回答が一定数以上あり、アフターコーディングして集計したスーパー



- その店の利用頻度
- その店の好感度★
- その店のタイプ
駅前／商店街・住宅街／幹線道路沿い／大規模ショッピングセンター内／深夜営業／ミニスーパー／高級輸入食材中心／業務用中心／ディスカウント
- その店の利用機会
平日の昼間に／平日の夕方・夜に／平日の朝・深夜に／休日に／徒歩で／自転車で／電車やバスで／車やオートバイで／家の近くで買い物するとき／駅の近くで買い物するとき／職場や学校の近くで／通勤・通学の途中で／通りがかりに立ち寄って／その店に行くために外出して／ネットスーパーを利用
- その店の利用理由
買い物をしたいスーパーと同じ選択肢
- その店選択の理由
スーパーの選択理由と同じ選択肢

[3] コンビニのチェーン別の利用実態・理由

- 利用したいコンビニ
商品の品質がいい／商品が新鮮／商品が安心・安全／商品のセンスがいい／新製品・最新の商品がある／プライベートブランドが充実／商品の品揃えが多い／商品が安い／買い物を楽しめる／いろいろな商品が一度に買える／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／売り場に商品についての説明が多い／店員が商品についてよく知っている／少量パック・必要量だけ買える／チラシの商品がお買い得／重いもの・かさばるものが買いやすい
- コンビニの選択理由
生鮮食品が充実／加工食品が充実／弁当が充実／おにぎりが充実／惣菜やおかずが充実／パン・サンドイッチが充実／お菓子やデザートが充実／飲料（ソフトドリンク）が充実／アルコール飲料が充実／日用品・化粧品・雑貨品が充実／健康関連（サプリメント等）が充実／雑誌・本・CDが充実／銀行のATMがある／ポイントカードがある・ポイントをためている★／宅配・チケット・料金支払い等のサービス／飲食できるコーナーやカウンター売りの軽食／自転車で行きやすい／車で行きやすい
- 普段利用しているコンビニの数

「買い物場所の使い分け調査2011」調査項目

- 普段利用しているコンビニ名
- ・セブン-イレブン
 - ・ローソン/ ナチュラルローソン
 - ・ファミリーマート
 - ・am/pm
 - ・ココストア
 - ・コミュニティストア
 - ・サークルK
 - ・サンクス
 - ・スリーエフ
 - ・セイコーマート
 - ・セーブオン
 - ・デイリーヤマザキ
 - ・NEWDAYS
 - ・ポプラ
 - ・ミニストップ
 - ・ローソンストア100/SHOP99



- その店の利用頻度 ● その店の好感度★
- その店のタイプ 駅構内/駅周辺/商店街/住宅街/オフィス街/幹線道路沿い
- その店の利用機会 平日の昼間に/平日の夕方・夜に/平日の朝・深夜に/休日に/徒歩で/自転車で/電車やバスで/車やオートバイで/家の近くで買い物するとき/駅の近くで買い物するとき/職場や学校の近くで/通勤・通学の途中で/通りがかりに立ち寄って/その店に行くために外出して/電話やインターネットで注文し配達
- その店の利用理由 利用したいコンビニと同じ選択肢
- その店選択の理由 コンビニの選択理由と同じ選択肢

〔4〕日用品店のチェーン別利用実態・理由

- 普段利用している店舗 ※印：その他回答が一定数以上あり、アフターコーディングして集計した店
- 【ドラッグストア】
- ・ダイコクドラッグ
 - ・ジョイフル本田
 - ・アインズ&トルペ★
 - ・ツルハドラッグ
 - ・ダイキ
 - ・アルカドラッグ
 - ・トモズ/カツマタ
 - ・ドイト
 - ・イレブン
 - ・ドラッグストアセキ※
 - ・東急ハンズ
 - ・V・drug
 - ・ドラッグセガミ
 - ・ニトリ
 - ・ウエルシア
 - ・ドラッグユタカ
 - ・ホームセンターバロー
 - ・ウエルパーク★
 - ・ハックドラッグ
 - ・ビバホーム
 - ・カワチ薬品
 - ・ぱぱす
 - ・無印良品★
 - ・杏林堂★
 - ・マツモトキヨシ
 - ・ロイヤルホームセンター
 - ・麒麟堂
 - ・マルゼン
 - ・ロフト
 - ・くすりの福太郎
 - 【ホームセンター】
 - 【ディスカウントショップ】
 - ・クリエイトS・D
 - ・生活雑貨店
 - ・ジェーソン
 - ・コクミン
 - ・アヤハディオ
 - ・ジャパン
 - ・サーバ
 - ・カーマホームセンター
 - ・ドン・キホーテ
 - ・サンドラッグ
 - ・カインズホーム
 - ・ユニディ★
 - ・ジップドラッグ
 - ・ケーヨーデイツー
 - ・ロチャース★
 - ・スギ薬局
 - ・コーナン
 - 【100円ショップ】
 - ・スギヤマ
 - ・コメリ
 - ・キャンドウ
 - ・セイジョー
 - ・島忠ホームセンター
 - ・セリア/生活良品館★
 - ・セイムス
 - ・ジャンボエンチャー
 - ・ダイソー



- その店の利用頻度 ● その店の好感度★
- その店のタイプ 駅前・商店街の小規模店★/住宅街の小規模店★/繁華街・オフィス街の小規模店★/都心の商業施設内の店★/都心の大型店★/郊外の小規模店★/郊外の商業施設内の店★/郊外の大型店★
- その店の利用機会 平日の昼間に/平日の夕方・夜に/平日の朝・深夜に/休日に/徒歩で/自転車で/電車やバスで/車やオートバイで/家の近くで買い物するとき/駅の近くで買い物するとき/職場や学校の近くで/通勤・通学の途中で/通りがかりに立ち寄って/その店に行くために外出して
- その店の利用理由 商品の品質/商品の回転/安心・安全/センスがいい/新製品・最新の商品/プライベートブランド/商品の品揃え/安い/買い物を楽しめる/いろいろな商品が一度に買える/短時間で買い物できる/商品が見つかりやすい/売り場に説明が多い/店員がよく知っている/少量パック・必要量だけ/チラシがお買い得/重いもの・かさばるもの
- その店選択の理由 日用品・雑貨品/化粧品/医薬品/健康関連(サプリメント等)/生鮮食品/加工食品/惣菜や弁当/お菓子/飲料(ソフトドリンク)/アルコール飲料/薬剤師がいる/相談できる/ポイントカード/夜遅くまで開いている/自転車で行きやすい/車で行きやすい/配達してもらえる

〔5〕食品・日用品80アイテムの購入チャンネル・理由

- 自分で買う商品 ● 3ヶ月間の購入商品
- 【生鮮・チルド食品】
- ・野菜
 - ・精肉
 - ・鮮魚
 - ・ハム・ソーセージ
 - ・チーズ
 - ・バター・マーガリン
 - ・米
 - 【惣菜・弁当・パン】
 - ・弁当
 - ・おにぎり
 - ・調理パン
 - ・惣菜パン
 - ・菓子パン
 - ・食パン等
 - ・麺類の弁当
 - ・サラダ
 - ・フライ類
 - ・肉まん・あんまん
 - ・おでん
 - 【加工食品・調味料】
 - ・カップ麺
 - ・スープ★
 - ・レトルト食品
 - ・冷凍食品
 - ・基本調味料
 - ・洋風調味料
 - ・ハーブ・スパイス類
 - 【菓子】
 - ・スナック菓子
 - ・チョコレート
 - ・ガム・口中清涼菓子
 - ・あめ・キャンディ
 - ・ビスケット・クッキー
 - ・菓子普通サイズ
 - ・菓子大容量サイズ
 - ・菓子徳用袋サイズ
 - 【デザート】
 - ・ケーキ・洋生菓子
 - ・和生菓子
 - ・プリン・ゼリー・ヨーグルト
 - ・アイスクリーム・シャーベット
 - 【飲料】
 - ・コーヒー飲料・缶コーヒー
 - ・果汁飲料・ジュース
 - ・炭酸・コーラ飲料
 - ・お茶ドリンク
 - ・スポーツドリンク
 - ・ミネラルウォーター
 - ・トマト・野菜ジュース
 - ・牛乳・乳飲料
 - ・健康・機能的飲料
 - ・飲料500ml以下1本単位
 - ・飲料大容量を1本単位
 - ・飲料ケース単位
 - 【お酒】
 - ・ビール・発泡酒1缶単位
 - ・ビール・発泡酒6缶パック
 - ・ビール・発泡酒ケース単位
 - ・チューハイ・カクテル等
 - ・清酒・日本酒
 - ・焼酎
 - ・ワイン
 - 【日用・雑貨・健康関連】
 - ・文房具
 - ・家庭用洗剤
 - ・キッチン消耗品★
 - ・キッチン用品★
 - ・掃除消耗品★
 - ・掃除用品
 - ・肌着・靴下・ストッキング等★
 - ・トイレット・ティッシュペーパー
 - ・紙おむつ
 - ・サニタリー用品
 - ・ペットフード
 - ・サプリメント
 - ・バランス栄養食品★
 - ・栄養ドリンク・ドリンク剤
 - ・医薬品
 - ・衛生用品
 - ・歯磨き・歯ブラシ等
 - ・たばこ★
 - 【石けん類・化粧品】
 - ・石けん・ボディソープ等
 - ・シャンプー・リンス等
 - ・洗顔料・シェービングフォーム等
 - ・基礎化粧品
 - ・メイクアップ化粧品
 - ・からだ用化粧品



- よく買う店 ● うち一番多い店
- ・大型スーパー
 - ・食品中心のスーパー
 - ・生協の店舗
 - ・コンビニエンスストア
 - ・ドラッグストア
 - ・100円ショップ
 - ・バラエティショップ
 - ・駅売店
 - ・駅構内のコンビニ
 - ・街の個人商店
 - ・スーパーの専門店・専門コーナー
 - ・自動販売機
 - ・ホームセンター・ディスカウントショップ
 - ・デパート・駅ビル・ファッションビル
 - ・ショッピングセンター・モール
 - ・生協等の協同購入・個人宅配
 - ・通信販売・ネット販売
 - その店でその商品を購入する理由
 - 品質がいい/新鮮だから/安心・安全だと思う/センスがいい/新製品・最新の商品がある/プライベートブランドがある/有名メーカーの商品が揃っている/その商品群の品揃えが多い/買いたい銘柄がある/安い/いろいろな商品と一緒に買う/まとめ買いする/その商品だけ買う/なんとなく衝動買い/少量パック・必要量だけ買える/チラシを見て買う/買い忘れ・急ぎのときに買える/他の商品を買ったついで/通りがかりに買える

「買い物場所の使い分け調査2011」調査項目

〔6〕購買行動・ライフスタイル

- 嗜好品「菓子・デザート」「つまみ・軽食」「ソフトドリンク」「アルコール飲料」「自分用の日用品・化粧品・雑貨品」「マンガ・雑誌・本・CDなど」の購入者：自分で買う／自分の好みのもを家族が買う／家族まかせ／もともと利用しない
- 食事や食品の買い物：家での食事は自分で作ったものを食べる／家での食事は家族が作ったものを食べる／家での食事は自分と家族が作る／食材の買い物は自分がする／食材の買い物は家族がする／食材の買い物は自分と家族がする／食材の買物を自分でするときには、家族の好みのもをを買う／食材の買物は、家族に自分の好みのもを買ってもらう／食事はあまり家では食べない／食事は弁当・惣菜等を買ってきて済ませることが多い／手作りの弁当を持参することが多い／職場や学校に給食や食堂がある／健康に気をつけている／食の安全に気をつけている／食費の節約を心がけている／買い物にはいつもエコバッグ・買い物袋を持参する／食品の買物で環境問題に気をつけている／食品を買う店が自宅から遠く、行くのは一苦勞である★
- 購買行動や生活について：ショッピングが好き／買い物は安さを重視することが多い／買物は品質や機能を重視することが多い／買物はデザインを重視することが多い／キャンペーンによく応募する／割引クーポンをよく利用する／ポイントカードのある店をよく利用する／試食販売を行っている店をよく利用する★／お店の売り場で情報収集する事が多い／ファッションに敏感な方である／交友関係が広い方である／家族と過ごすことが多い／食べることが好き／大勢で食事をする事が多い／家族で行事を祝うことが多い／家で過ごす事が多い／長年続けている趣味がある／普段からスポーツをしている／普段は仕事や家事に追われがちである
- 利用している情報源・コミュニケーション方法：テレビ／ラジオ／雑誌／新聞／チラシ／フリーペーパー／電話（通話で）／FAX／携帯電話（通話で）／携帯電話での電子メール／携帯電話でのインターネット／パソコンでの電子メール／パソコンでのインターネット／自分のHPを公開、ブログやツイッター等で情報発信／SNS（ミクシィ・フェイスブック等）への参加／家族・友人・知人★
- 利用しているもの：電車／バス／自家用車／オートバイ／電動自転車／自転車／電車の定期券／バスの定期券／普通自動車の運転免許証／クレジットカード／電子マネー／パソコン／スマートフォン★
- 大震災後の買い物行動の変化★：普段買わないものを買った／普段より多くの量を買った／同じ商品を高い値段で買った／普段より高い商品を買った／知らない銘柄の商品を買った／保存のきく商品を買った／非常用の商品を買った／普段行かない店で買物をした／普段よりも高い店で買物をした／商品を探して複数の店をまわった／店頭のパネルが空なのを見て買い急いだ／生協の協同購入・個人宅配を利用した／通信販売・ネット販売を利用した／ネットスーパーを利用した／遠方に食品や日用品を買って送った

◆フェースシート

- ・性別 ・年齢 ・未既婚 ・職業・身分 ・家族人数 ・家族構成 ・世帯年収 ・居住都府県
- ・同居の家族・ペット（乳幼児／保育園・幼稚園児／小学校低学年／小学校高学年／中学生／高校生／学生／65歳以上／犬／猫／他ペット）
- ・住宅のタイプ（持ち家一戸建て／賃貸一戸建て／持ち家マンション／賃貸マンション・アパート／社宅・寮）
- ・居住地域（住宅地／繁華街・商業地域／オフィス街／工場の多い地域／農村・田園地域）
- ・通勤・通学方法（電車／バス／自家用車／オートバイ／電動自転車／自転車／徒歩のみ／通勤・通学はしていない）

＝調査参加・購入費用＝

定 価 800,000円(税込840,000円)

MDBメンバー価格 740,000円(税込777,000円)

※本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業にご参加・購入いただく方式で実施いたしました。
 ※本調査の報告書はご参加・購入いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

FAXフリーダイヤル 0120-78-7620

【連絡先・申込書ご送付先】

●東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 〒100-0004

(株)日本能率協会総合研究所

「生活者HOTアンケート」事務局 (担当:土井)

TEL 03-6202-1287 FAX 03-6202-1294

●大阪府中央区今橋3-1-7 日本生命今橋ビル7階 〒541-0042

(株)日本能率協会総合研究所 MDB大阪

TEL 06-6233-2306 FAX 06-6233-2349

e-mail <info_mlmc@jmar.co.jp>

<http://www.jmar.biz/hot/>

「買い物場所の使い分け調査2011」●申込書

※下記にレ印を付け、必要事項をご記入の上、ご送付ください。FAXにてご送信いただいても結構です。

「買い物場所の使い分け調査2011」について

購入する

関心がある (調査票がみたい・説明を聞きたい)

※下記所定欄にご記入いただくお客様の個人情報は、商品の発送及び小社からの新商品・調査・企画・情報提供サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご了承賜りご記入くださいますようお願いいたします。

20 年 月 日

フリガナ	MDBメンバーコード			
会社名				印
部課・役職名	フリガナ			
TEL	ご担当者名			
郵便番号	FAX			
住所	e-mail			
連絡事項	ご請求金額	お支払い予定日		
	円	年 月 日		
	(消費税込)			