

買い物場所の使い分け調査 2011

調査報告書

2011年8月

株式会社日本能率協会総合研究所

見 本

1.調査の目的

本調査は、生活者の視点から、食品・日用品雑貨など最寄品の買い物行動・チャネルの使い分け行動を明らかにするため、①小売業の業態別利用実態、②スーパー・コンビニ・日用品店の利用実態、③食品・日用品の購入先とその理由について、調査を企画・実施いたしました。

2.調査エリア

関東(茨城県／栃木県／群馬県／埼玉県／千葉県／東京都／神奈川県)

東海(岐阜県／静岡県／愛知県／三重県)

関西(滋賀県／京都府／大阪府／兵庫県／奈良県／和歌山県)

3.調査対象

上記エリアの15～69歳の男女個人、および首都圏30km圏の70～79歳男女個人

4.調査方法

日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用による郵送調査

5.発送数

3,120サンプル

6.有効回収数

2,345サンプル(有効回収率75.2%)

7.調査実施日

2011年6月16日(木)～6月27日(月)

有効回収サンプル構成

		(人)		
		全体	男性	女性
※1 全体	2011年全体:10～60代計	2,234	1,039	1,195
	2009年全体	2,354	1,131	1,223
年代区別	男性:15～24歳	218	218	0
	男性:25～34歳	89	89	0
	男性:35～49歳	340	340	0
	男性:50～69歳	392	392	0
	女性:15～24歳	213	0	213
	女性:25～34歳	120	0	120
	女性:35～49歳	425	0	425
	女性:50～69歳	437	0	437
※2 エリア別	関東	1,442	661	781
	東海	381	185	196
	関西	411	193	218
※3 時系列	2011年:首都圏30km圏内	1,060	497	563
	2009年:首都圏30km圏内	1,125	522	603
	2007年	1,072	498	574
	2005年	1,123	526	597
※4 別掲	男性70代:首都圏30km圏内	54	54	0
	女性70代:首都圏30km圏内	57	0	57

2009年：「買い物場所の使い分け調査2009」調査概要

調査対象 : 首都圏30km圏+関東・東海・関西エリア在住の15～69歳の男女個人
 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」モニターへの郵送調査
 発送数 : 3,000サンプル
 有効回収数 : 2,354サンプル(有効回収率78.5%)
 調査実施日 : 2009年6月12日(金)～6月22日(月)

2007年：「買い物場所の使い分け調査2007」調査概要

調査対象 : 首都圏30km圏の15～69歳の男女個人
 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」モニターへの郵送調査
 発送数 : 1,400サンプル
 有効回収数 : 1,072サンプル(有効回収率76.6%)
 調査実施日 : 2007年2月27日(火)～3月12日(月)

※1:本文中では、[2011年全体:10～60代計]を全体のベースとしました。別掲として70代男女を表示しています。比較対照の[2009年全体]は10～60代が調査対象です。
 ※2:エリア別は、70代男女を除いた[2011年全体:10～60代計]のエリア別比較です。
 ※3:時系列は、2007年・2005年と調査対象を揃え、首都圏30km圏内の10～60代で比較しました。各年の調査概要は下記をご参照ください。
 本文中の「-」は出現が0.0のデータ、「/」「*」は09・07・05年調査で時系列比較のないデータです。

2005年：「買い物場所の使い分け調査」調査概要

調査対象 : 首都圏30km圏の15～69歳の男女個人
 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」モニターへの郵送調査
 発送数 : 1,400サンプル
 有効回収数 : 1,123サンプル(有効回収率80.2%)
 調査実施日 : 2005年3月1日(火)～3月14日(月)

「買い物場所の使い分け調査2011」調査報告書 <目次>

調査概要	1	(1)イオンの利用実態	47	5. 商品の購入実態		(46)「健康飲料」の購入実態	138
回答者基本プロフィール	2	(2)イトーヨーカドーの利用実態	48	①各商品の購入経験	91	(47)「飲料500ml以下を1本単位」の購入実態	139
東日本大震災の影響について	5	(3)西友の利用実態	49	(1)「野菜」の購入実態	93	(48)「飲料大容量を1本単位」の購入実態	140
		(4)ダイエーの利用実態	50	(2)「精肉」の購入実態	94	(49)「飲料ケース単位」の購入実態	141
		(5)ライフの利用実態	51	(3)「鮮魚」の購入実態	95	(50)「ビール1缶単位」の購入実態	142
1. 買い物場所の業態別利用実態		(6)マックスバリュの利用実態	52	(4)「ハム・ソーセージ」の購入実態	96	(51)「ビール6缶パック」の購入実態	143
①利用経験	6	(7)生協/コープの利用実態	53	(5)「チーズ」の購入実態	97	(52)「ビールケース単位」の購入実態	144
②利用頻度(1週間あたり平均頻度)	7	(8)高級スーパーの利用実態	54	(6)「バター・マーガリン」の購入実態	98	(53)「缶チューハイ」の購入実態	145
③利用機会	8			(7)「米」の購入実態	99	(54)「清酒・日本酒」の購入実態	146
④利用目的	9			(8)「弁当」の購入実態	100	(55)「焼酎」の購入実態	147
(1)大型スーパー	10	3. コンビニの利用実態		(9)「おにぎり」の購入実態	101	(56)「ワイン」の購入実態	148
(2)食品中心のスーパー	11	①買い物したいコンビニ	55	(10)「調理パン」の購入実態	102	(57)「文房具」の購入実態	149
(3)生協の店舗	12	②利用するコンビニの選択理由	56	(11)「惣菜パン」の購入実態	103	(58)「家庭用洗剤」の購入実態	150
(4)コンビニエンスストア	13	③普段利用しているコンビニの数	57	(12)「菓子パン」の購入実態	104	(59)「キッチン消耗品」の購入実態	151
(5)ドラッグストア	14	④普段利用しているコンビニ	58	(13)「食パン・バターロール等」の購入実態	105	(60)「キッチン用品」の購入実態	152
(6)100円ショップ	15	⑤各コンビニの利用頻度	59	(14)「麺類の弁当」の購入実態	106	(61)「掃除消耗品」の購入実態	153
(7)バラエティショップ	16	⑥各コンビニの店のタイプ	60	(15)「サラダ」の購入実態	107	(62)「掃除用品」の購入実態	154
(8)駅売店	17	⑦各コンビニの利用機会	61	(16)「フライ類」の購入実態	108	(63)「肌着・靴下・ストッキング等」の購入実態	155
(9)駅構内のコンビニ	18	⑧各コンビニの好感度	62	(17)「肉まん・あんまん等」の購入実態	109	(64)「ペーパー類」の購入実態	156
(10)駅ナカ	19	⑨各コンビニの利用理由	63	(18)「おでん」の購入実態	110	(65)「紙おむつ」の購入実態	157
(11)個人商店・専門店	20	⑩各コンビニの選択理由	64	(19)「カップ麺」の購入実態	111	(66)「サニタリー用品」の購入実態	158
(12)自動販売機	21	(1)セブン-イレブンの利用実態	65	(20)「カップスープ・インスタントスープ」の購入実態	112	(67)「ペットフード」の購入実態	159
(13)ホームセンター	22	(2)ローソン/ナチュラルローソンの利用実態	66	(21)「レトルト食品」の購入実態	113	(68)「サプリメント」の購入実態	160
(14)ディスカウントショップ	23	(3)ファミリーマートの利用実態	67	(22)「冷凍食品」の購入実態	114	(69)「バランス栄養食品」の購入実態	161
(15)酒中心のディスカウントショップ	24	(4)サークルKの利用実態	68	(23)「基本調味料」の購入実態	115	(70)「栄養ドリンク・ドリンク剤」の購入実態	162
(16)デパート・百貨店	25	(5)ミニストップの利用実態	69	(24)「洋風調味料」の購入実態	116	(71)「医薬品」の購入実態	163
(17)駅ビル	26	(6)サンクスの利用実態	70	(25)「ハーブ・スパイス類」の購入実態	117	(72)「衛生用品」の購入実態	164
(18)ファッションビル	27	(7)ローソンストア100/SHOP99の利用実態	71	(26)「スナック菓子」の購入実態	118	(73)「歯磨き・歯ブラシ等」の購入実態	165
(19)大型ショッピングセンター・モール	28			(27)「チョコレート」の購入実態	119	(74)「たばこ」の購入実態	166
(20)アウトレットモール	29	4. 日用品店の利用実態		(28)「ガム・口中清涼菓子」の購入実態	120	(75)「石けん・ボディソープ等」の購入実態	167
(21)直売所	30	①普段利用している日用品店のチェーン名	72	(29)「あめ・キャンディ」の購入実態	121	(76)「シャンプー・リンス等」の購入実態	168
(22)生協等の協同購入・個人宅配	31	②普段利用している日用品店	74	(30)「ビスケット・クッキー」の購入実態	122	(77)「洗顔料等」の購入実態	169
(23)ネットスーパー	32	③各日用品店の利用頻度	76	(31)「菓子普通サイズ」の購入実態	123	(78)「基礎化粧品」の購入実態	170
(24)通信販売	33	④各日用品店の店のタイプ	77	(32)「菓子大容量サイズ」の購入実態	124	(79)「メイクアップ化粧品」の購入実態	171
(25)テレビショッピング	34	⑤各日用品店の利用機会	78	(33)「菓子徳用袋サイズ」の購入実態	125	(80)「からだ用化粧品」の購入実態	172
(26)インターネットショッピング	35	⑥各日用品店の好感度	79	(34)「ケーキ・洋生菓子」の購入実態	126		
		⑦各日用品店の利用理由	80	(35)「和生菓子」の購入実態	127	6. 購買行動・ライフスタイル	
		⑧各日用品店の選択理由	81	(36)「プリン・ゼリー・ヨーグルト」の購入実態	128	①嗜好品の購入者	173
2. スーパーの利用実態		(1)マツモトキヨシの利用実態	82	(37)「アイスクリーム・シャーベット」の購入実態	129	②食事や食品の買い物について	175
①買い物したいスーパー	36	(2)スギ薬局の利用実態	83	(38)「缶コーヒー」の購入実態	130	③普段の買い物や生活	176
②利用するスーパーの選択理由	37	(3)サンドラッグの利用実態	84	(39)「果汁飲料・ジュース」の購入実態	131	④情報源・コミュニケーション方法	177
③普段利用しているスーパーの数	38	(4)コーナンの利用実態	85	(40)「炭酸飲料・コーラ飲料」の購入実態	132	⑤日常的に利用しているもの	178
④利用しているスーパー	39	(5)カインズホームの利用実態	86	(41)「お茶ドリンク」の購入実態	133		
⑤各スーパーの利用頻度	41	(6)無印良品の利用実態	87	(42)「スポーツドリンク」の購入実態	134		
⑥各スーパーの店のタイプ	42	(7)ドン・キホーテの利用実態	88	(43)「ミネラルウォーター」の購入実態	135		
⑦各スーパーの利用機会	43	(8)ダイソーの利用実態	89	(44)「トマトジュース・野菜ジュース」の購入実態	136		
⑧各スーパーの好感度	44	(9)キャンドゥの利用実態	90	(45)「牛乳」の購入実態	137		
⑨各スーパーの利用理由	45						
⑩各スーパーの選択理由	46						

調査票 179

③利用機会

Q8. 利用機会 (MA)

Q8あなたは、それぞれの店・サービスをどのように買い物するときに利用しましたか？

(%)

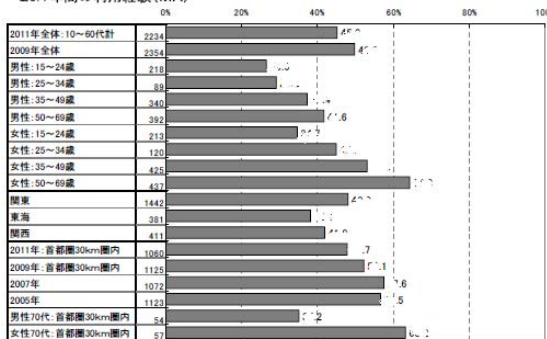
	大型スーパー	食品中心のスーパー	生協の店舗	コンビニエンスストア	ドラッグストア	100円ショップ	（PLAZA等）	駅売店（キオスク等）	駅売店（バラエティショップ）	駅構内のコンビニ	駅ナカ（改札口にあるショップビル）	個人商店・専門店	自動販売機	ホームセンター	ディスカウントショップ	酒中心のディスカウントショップ	デパート・百貨店	駅ビル	ファッションビル（繁華街）	大型ショッピングセンター	アウトレットモール	直売所 ※2	宅配 ※3	生協等の協同購入・個人	ネットスーパー ※3	通信販売（カタログショッピング）	テレビショッピング	インターネットショッピング
全体	20.18	18.11	5.42	21.19	20.00	20.69	0.29	5.41	8.84	6.29	1.29	17.20	18.58	18.87	7.02	14.20	18.77	7.31	13.39	7.17	0.23	1.61	19.28	10.14	22.41	11.71		
いろいろな商品を一度に買うとき	7.7	6.9	2.9	13.8	12.2	4.0	0.5	0.2	0.2	1.0	0.7	18.1	17.6	7.1	9.6	4.2	3.3	0.1	6.7	1.2	0.1	0.1	17.2	6.3	6.7	7.0		
1~2品だけ買うとき	19.2	14.8	2.6	5.4	28.8	17.0	0.2	10.0	11.0	1.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
まとめ買いをするとき	17.0	28.9	9.8	9.8	11.3	8.8	0.3	0.2	0.6	1.8	2.7	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
買う商品をあらかじめ決めているとき	27.8	20.0	15.9	15.9	15.9	15.9	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
買い物ながら欲しいものを探したいとき	11.0	11.0	13.8	6.7	11.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
効率よく買い物済ませたいとき	13.9	24.2	7.9	9.1	3.9	4.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
少量パック・必要量だけ買うとき	0.3	16.3	7.1	1.1	7.7	5.6	1.1	0.2	5.9	1.8	6.8	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
チラシの商品を買うとき	20.2	27.8	14.8	6.7	3.9	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
重いもの・かさばるものを買うとき	22.4	5.8	2.0	0.1	3.9	0.6	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
買い忘れ・急ぎの商品を買うとき	1.1	14.1	3.2	6.7	6.7	0.6	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
あてはまるものはない	4.1	3.3	15.1	6.8	7.8	6.9	72.3	11.2	10.8	10.3	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	

※1:「(郊外にある大規模駐車場併設の専門店・飲食店街が揃った施設)」と表記 ※2:「(道の駅・物産館)」

(11)個人商店・専門店

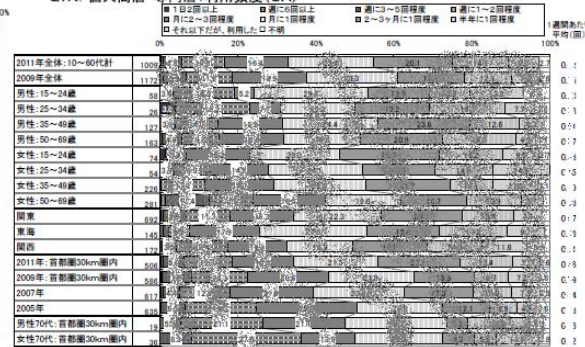
20

Q6.1年間の利用経験 (MA)

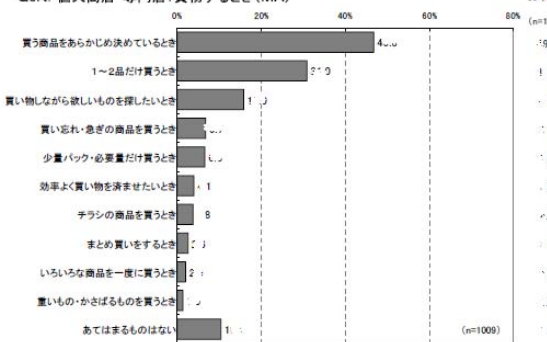


Q7K. 個人商店・専門店:利用頻度 (SA)

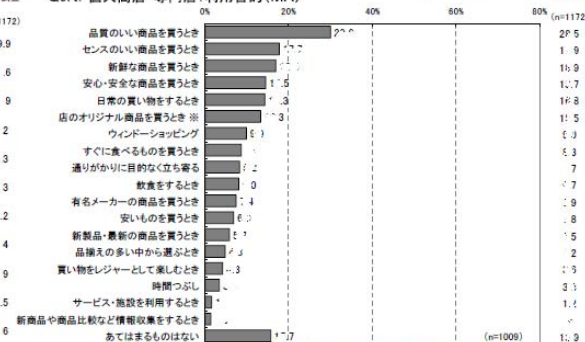
※2005年では「個人商店」



Q8K. 個人商店・専門店:買物するとき (MA)



Q9K. 個人商店・専門店:利用目的 (MA)



見本

⑦各スーパーの利用機会



Q16. 利用機会 (MA)

Q16. A～Cのスーパーは、どのような機会に利用することが多いですか？

(%)

	イオン ※1	イトーヨーカドー	西友	ダイエー	ライフ	マックスバリュ	マルエツ	サミット	OKストア	業務スーパー	ユニー (アビタ/ピアゴ)	東急ストア	パロー	ヨークマート	いなげや	イズミヤ/ま	ペイシア	ヤオコー	三和/フード	オークワ/プ	オオゼキ	生協/コープ	高級スーパー
利用者数 n=	552	434	379	158	128	128	127	124	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123	123
平日の昼間に(9時～16時くらい)	21.1	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
平日の夕方・夜に(17時～21時くらい)	25.6	24.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5
平日の朝・深夜に(22時～8時くらい)	2.1	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
休日に	25.6	24.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5	23.5
徒歩で	2.1	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
自転車	2.1	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
電車やバス	7.0	9.3	6.0	3.5	4.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
車やオートバイ	2.1	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
家の近くで買い物するとき	15.0	15.4	22.7	24.2	25.0	22.7	24.1	22.7	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9	22.9
駅の近くで買い物するとき	5.5	12.9	22.8	14.1	16.2	9.1	15.3	12.3	7.3	9.7	7.9	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2	7.2
職場や学校の近く	2.1	2.5	2.0	1.5	5.2	4.2	2.5	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
通勤・通学の途中で	8.3	3.7	15.2	11.2	11.2	13.2	13.2	13.2	7.2	5.2	9.2	12.1	14.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2	6.2
通りがかりに立ち寄って	2.7	2.8	12.9	8.0	10.2	11.1	12.2	11.2	3.2	3.1	2.9	2.3	19.2	1.1	10.2	1.1	10.2	1.1	10.2	1.1	10.2	1.1	10.2
その店に行くために外出して	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
ネットスーパーを利用 ※3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

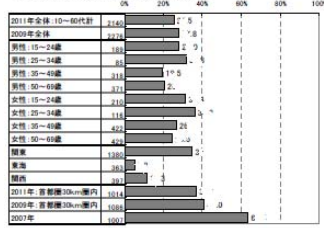
△は2009年と比較して+10%以上増加したもの
▼は2009年と比較して-10%以上減少したもの

■数値は各スーパーの中で最も高いもの ■数値は2番目に高いもの

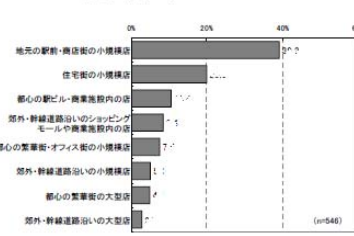
※1:p47の注記参照

(1) マツモトキヨシの利用実態

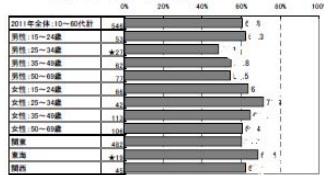
Q31. 普段利用している店 (MA)



Q33. 店のタイプ (MA)



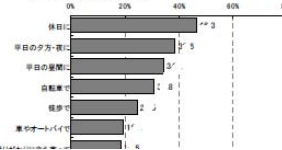
Q35. 利用している店の好意度 (SA)



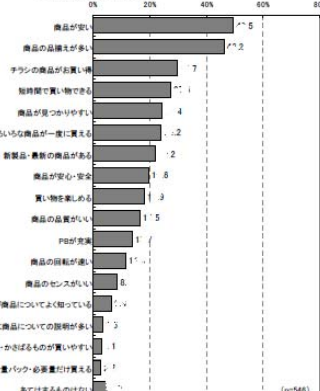
Q32. 利用頻度 (SA)



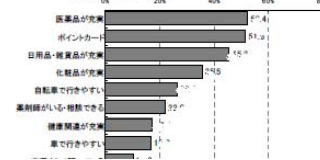
Q34. 利用機会 (MA)



Q36. 利用理由 (MA)



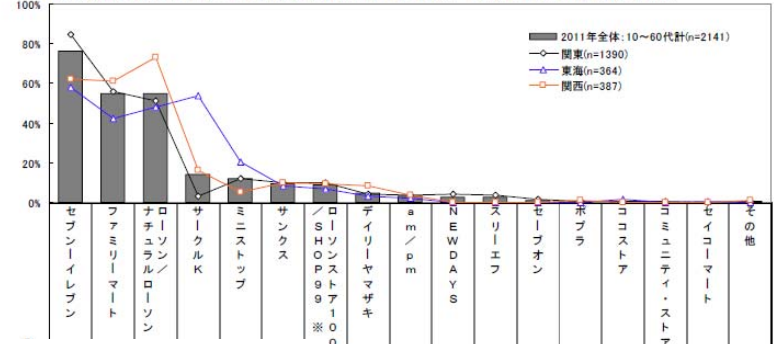
Q37. 選択理由 (MA)



82

Q23. 普段利用しているコンビニのチェーン名 (MA3つまで)

Q23. あなたが、普段利用しているコンビニの名前を、右のリストから3つまで選び、A～Cの欄に1ずつ、番号を記入してください。

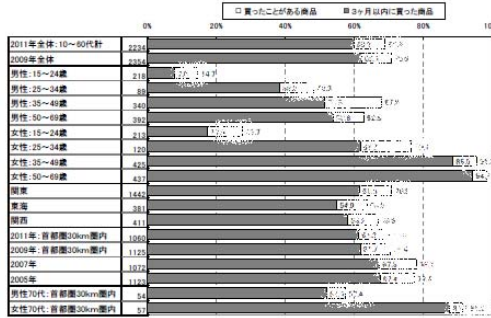


コンビニチェーン名	2011年全体: 10～60代計(n=2141)	関東(n=1390)	東海(n=364)	関西(n=387)
セブンイレブン	78.2	78.2	78.2	78.2
ファミリーマート	71.1	71.1	71.1	71.1
ローソン/ローソン/ナチュラル/ローソン	68.2	68.2	68.2	68.2
サークルK	15.0	15.0	15.0	15.0
ミニストップ	12.1	12.1	12.1	12.1
サンクス	10.2	10.2	10.2	10.2
ローソンストア100	2.1	2.1	2.1	2.1
デイリーヤマザキ	1.5	1.5	1.5	1.5
am/pm	1.2	1.2	1.2	1.2
NEW DAYS	1.1	1.1	1.1	1.1
スリーエフ	1.0	1.0	1.0	1.0
セーブオン	0.9	0.9	0.9	0.9
ホブラ	0.8	0.8	0.8	0.8
ココストア	0.7	0.7	0.7	0.7
コミュニティ・ストア	0.6	0.6	0.6	0.6
セイコーマート	0.5	0.5	0.5	0.5
その他	0.4	0.4	0.4	0.4

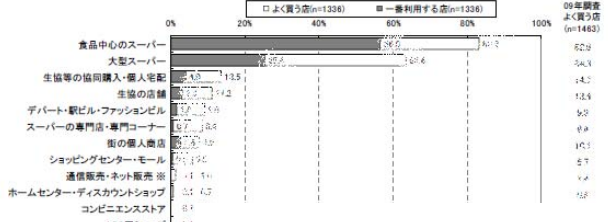
※: 2009年は「SHOP99/ローンストア100」、2007年～2009年は「SHOP99」



Q38・Q39「鮮魚」の購入経路

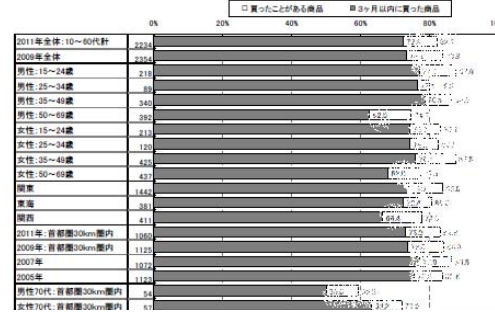


Q40「鮮魚」の購入チャネル(MA)／SQ40-1.一番多く利用する店(SA)

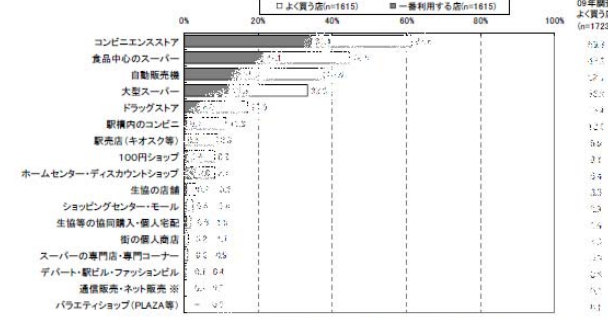


(47)「飲料500ml以下を1本単位」の購入実態

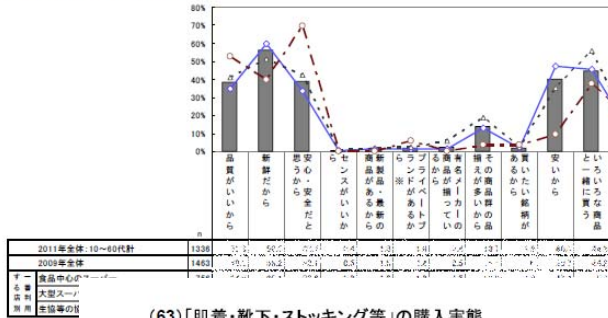
Q44・Q45「飲料500ml以下を1本単位」の購入経路



Q45「飲料500ml以下を1本単位」の購入チャネル(MA)／SQ46-1.一番多く利用する店(SA)

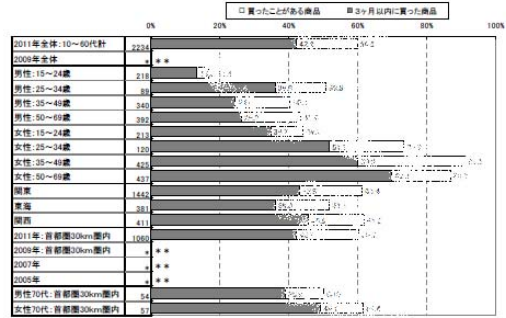


SQ40-2.その店で「鮮魚」を買う理由・機会(MA)

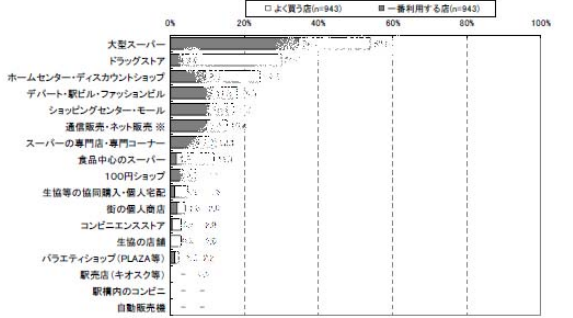


(63)「肌着・靴下・ストッキング等」の購入実態

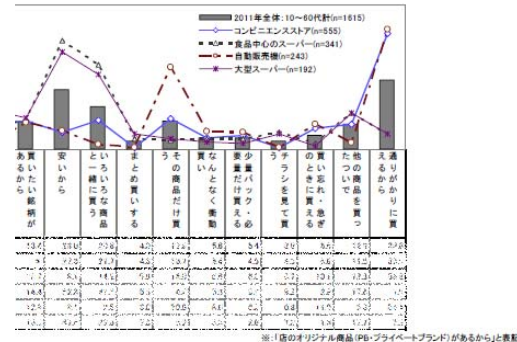
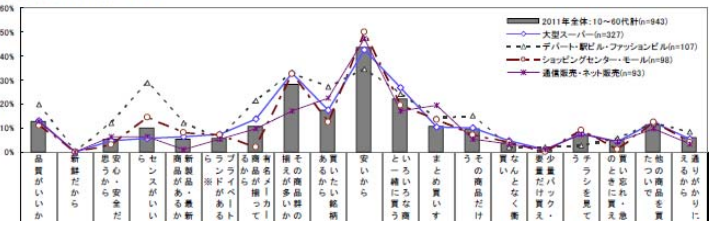
Q47・Q48「肌着・靴下・ストッキング等」の購入経路



Q49「肌着・靴下・ストッキング等」の購入チャネル(MA)／SQ49-1.一番多く利用する店(SA)



SQ49-2.その店で「肌着・靴下・ストッキング等」を買う理由・機会(MA)



※「店オリジナル商品(IPB・プライベートブランド)があるから」と表記

※「カタログ・チラシ・ネット等」, 2009年では「カタログ・チラシ・インターネット等」

買い物場所の使い分け調査 2011

集計結果数表〔I〕

2011年7月

株式会社日本能率協会総合研究所

見 本

「買い物場所の使い分け調査 2011」 集計結果数表〔Ⅰ〕〔Ⅱ〕 <目 次>

※「集計結果数表(Ⅰ)」収録ページ：(i)～(xxviii)、(1)～(220)、1～388

※「集計結果数表(Ⅱ)」収録ページ：389～1227

◆調査概要……………(i)	◆「買い物場所の使い分け調査 2009」調査票……………(xx)
◆利用上の注意……………(ii)	◆「買い物場所の使い分け調査 2007」調査票……………(xxiv)
◆調査票……………(iv)	◆2005年「買い物場所の使い分け調査」調査票……………(xxvii)

◆単純集計 & 時系列比較表……………(1)

◆店の延べ数ベース 単純集計 & 時系列比較表

スーパー延べ数集計……………(149)	コンビニ延べ数集計……………(180)	日用品店延べ数集計……………(194)
利用スーパー別スーパー延べ数集計……………(152)	利用コンビニ別コンビニ延べ数集計……………(182)	利用日用品店別日用品店延べ数集計……………(197)

◆クロス集計表

【基本属性】 【詳細属性】		【基本属性】 【詳細属性】		【基本属性】 【詳細属性】	
Q1-A.お菓子・デザート	の購入者…………… 1 …… 389	Q7-V.生協等の宅配	：利用頻度…………… 30 …… 418	Q9-B.食品スーパー	：利用目的…………… 62 …… 450
Q1-B.つまみ・軽食	の購入者…………… 1 …… 389	Q7-W.ネットスーパー	：利用頻度…………… 31 …… 419	Q9-C.生協の店舗	：利用目的…………… 63 …… 451
Q1-C.ソフトドリンク	の購入者…………… 1 …… 389	Q7-X.カタログショッピング	：利用頻度…………… 32 …… 420	Q9-D.コンビニ	：利用目的…………… 64 …… 452
Q1-D.アルコール飲料	の購入者…………… 2 …… 390	Q7-Y.テレビショッピング	：利用頻度…………… 33 …… 421	Q9-E.ドラッグストア	：利用目的…………… 65 …… 453
Q1-E.日用品・化粧品	の購入者…………… 2 …… 390	Q7-Z.ネットショッピング	：利用頻度…………… 34 …… 422	Q9-F.100円ショップ	：利用目的…………… 66 …… 454
Q1-F.雑誌・本・CD	などの購入者…………… 2 …… 390	Q8-A.大型スーパー	：利用機会…………… 35 …… 423	Q9-G.バラエティショップ	：利用目的…………… 67 …… 455
Q2.食事・食品	の買い物の該当事項…………… 3 …… 391	Q8-B.食品スーパー	：利用機会…………… 36 …… 424	Q9-H.駅売店	：利用目的…………… 68 …… 456
Q3.普段	の買い物や生活の該当事項…………… 4 …… 392	Q8-C.生協の店舗	：利用機会…………… 37 …… 425	Q9-I.駅構内のコンビニ	：利用目的…………… 69 …… 457
Q4.情報源	・コミュニケーション方法…………… 5 …… 393	Q8-D.コンビニ	：利用機会…………… 38 …… 426	Q9-J.駅ナカ	：利用目的…………… 70 …… 458
Q5.日常的	に利用しているもの…………… 6 …… 394	Q8-E.ドラッグストア	：利用機会…………… 39 …… 427	Q9-K.個人商店・専門店	：利用目的…………… 71 …… 459
Q6.業態別	1年間の利用経験…………… 7 …… 395	Q8-F.100円ショップ	：利用機会…………… 40 …… 428	Q9-L.自動販売機	：利用目的…………… 72 …… 460
Q7-A.大型スーパー	：利用頻度…………… 9 …… 397	Q8-G.バラエティショップ	：利用機会…………… 41 …… 429	Q9-M.ホームセンター	：利用目的…………… 73 …… 461
Q7-B.食品スーパー	：利用頻度…………… 10 …… 398	Q8-H.駅売店	：利用機会…………… 42 …… 430	Q9-N.ディスカウント	：利用目的…………… 74 …… 462
Q7-C.生協の店舗	：利用頻度…………… 11 …… 399	Q8-I.駅構内のコンビニ	：利用機会…………… 43 …… 431	Q9-O.酒ディスカウント	：利用目的…………… 75 …… 463
Q7-D.コンビニ	：利用頻度…………… 12 …… 400	Q8-J.駅ナカ	：利用機会…………… 44 …… 432	Q9-P.デパート	：利用目的…………… 76 …… 464
Q7-E.ドラッグストア	：利用頻度…………… 13 …… 401	Q8-K.個人商店・専門店	：利用機会…………… 45 …… 433	Q9-Q.駅ビル	：利用目的…………… 77 …… 465
Q7-F.100円ショップ	：利用頻度…………… 14 …… 402	Q8-L.自動販売機	：利用機会…………… 46 …… 434	Q9-R.ファッションビル	：利用目的…………… 78 …… 466
Q7-G.バラエティショップ	：利用頻度…………… 15 …… 403	Q8-M.ホームセンター	：利用機会…………… 47 …… 435	Q9-S.大型SC	：利用目的…………… 79 …… 467
Q7-H.駅売店	：利用頻度…………… 16 …… 404	Q8-N.ディスカウント	：利用機会…………… 48 …… 436	Q9-T.アウトレットモール	：利用目的…………… 80 …… 468
Q7-I.駅構内のコンビニ	：利用頻度…………… 17 …… 405	Q8-O.酒ディスカウント	：利用機会…………… 49 …… 437	Q9-U.直売所	：利用目的…………… 81 …… 469
Q7-J.駅ナカ	：利用頻度…………… 18 …… 406	Q8-P.デパート	：利用機会…………… 50 …… 438	Q9-V.生協等の宅配	：利用目的…………… 82 …… 470
Q7-K.個人商店・専門店	：利用頻度…………… 19 …… 407	Q8-Q.駅ビル	：利用機会…………… 51 …… 439	Q9-W.ネットスーパー	：利用目的…………… 83 …… 471
Q7-L.自動販売機	：利用頻度…………… 20 …… 408	Q8-R.ファッションビル	：利用機会…………… 52 …… 440	Q9-X.カタログショッピング	：利用目的…………… 84 …… 472
Q7-M.ホームセンター	：利用頻度…………… 21 …… 409	Q8-S.大型SC	：利用機会…………… 53 …… 441	Q9-Y.テレビショッピング	：利用目的…………… 85 …… 473
Q7-N.ディスカウント	：利用頻度…………… 22 …… 410	Q8-T.アウトレットモール	：利用機会…………… 54 …… 442	Q9-Z.ネットショッピング	：利用目的…………… 86 …… 474
Q7-O.酒ディスカウント	：利用頻度…………… 23 …… 411	Q8-U.直売所	：利用機会…………… 55 …… 443	Q10.買い物をしたいスーパー	…………… 87 …… 475
Q7-P.デパート	：利用頻度…………… 24 …… 412	Q8-V.生協等の宅配	：利用機会…………… 56 …… 444	Q11.スーパーの選択理由	…………… 88 …… 476
Q7-Q.駅ビル	：利用頻度…………… 25 …… 413	Q8-W.ネットスーパー	：利用機会…………… 57 …… 445	Q12.普段利用しているスーパーの数	…………… 89 …… 477
Q7-R.ファッションビル	：利用頻度…………… 26 …… 414	Q8-X.カタログショッピング	：利用機会…………… 58 …… 446	Q13.利用しているスーパー：3店計	…………… 90 …… 478
Q7-S.大型SC	：利用頻度…………… 27 …… 415	Q8-Y.テレビショッピング	：利用機会…………… 59 …… 447	Q14-A.スーパーの利用頻度：A	…………… 94 …… 482
Q7-T.アウトレットモール	：利用頻度…………… 28 …… 416	Q8-Z.ネットショッピング	：利用機会…………… 60 …… 448	Q14-B.スーパーの利用頻度：B	…………… 94 …… 482
Q7-U.直売所	：利用頻度…………… 29 …… 417	Q9-A.大型スーパー	：利用目的…………… 61 …… 449	Q14-C.スーパーの利用頻度：C	…………… 95 …… 483

「買い物場所の使い分け調査 2011」集計結果数表〔Ⅰ〕〔Ⅱ〕 <目 次>

	Q46.よく買う店	SQ46-1.一番利用の店	SQ46-2.その店の理由
	【基本】	【詳細】	【基本】
ワイン	262	650	281
			669
			300
			688

【基本属性】 【詳細属性】

Q47.買ったことがある商品：4 301 689

Q48.3ヶ月以内に買った商品：4 302 690

	Q49.よく買う店	SQ49-1.一番利用の店	SQ49-2.その店の理由
	【基本】	【詳細】	【基本】

文房具	303	691	321
家庭用洗剤	304	692	322
キッチン消耗品	305	693	323
キッチン用品	306	694	324
掃除消耗品	307	695	325
掃除用品	308	696	326
肌着・靴下・ストッキング等	309	697	327
トイレット・ティッシュペーパー	310	698	328
紙おむつ	311	699	329
サニタリー用品	312	700	330
ペットフード	313	701	331
サプリメント	314	702	332

【基本属性】 【詳細属性】

Q53.大震災後の買い物の変化	376	764
F1.性別	376	764
F1×F2.性年代別	377	765
F1×F2.性年齢区分別	380	768
F3.未婚	380	768

F4.職業・身分	381	769
F5.同居家族人数	382	770
F6.家族構成	382	770
F7.世帯年収	383	771
F8.同居家族・ペット	384	772

	Q49.よく買う店	SQ49-1.一番利用の店	SQ49-2.その店の理由
	【基本】	【詳細】	【基本】

バランス栄養食品	315	703	333
栄養ドリンク・ドリンク剤	316	704	334
医薬品	317	705	335
衛生用品	318	706	336
歯磨き・歯ブラシ等	319	707	337
たばこ	320	708	338

【基本属性】 【詳細属性】

Q50.買ったことがある商品：5 357 745

Q51.3ヶ月以内に買った商品：5 357 745

	Q52.よく買う店	SQ52-1.一番利用の店	SQ52-2.その店の理由
	【基本】	【詳細】	【基本】

石けん・ボディソープ等	358	746	364
シャンプー・リンス等	359	747	365
洗顔料・シェービングフォーム等	360	748	366
基礎化粧品	361	749	367
メイクアップ化粧品	362	750	368
からだ用化粧品	363	751	369

【基本属性】 【詳細属性】

F9.住宅のタイプ	384	772
F10.居住地域のタイプ	385	773
F11.通勤・通学の方法	385	773
F12.居住都道府県	386	774
F12.居住エリア	387	775

◆店の延べ数ベースクロス集計表 《スーパー》

	Q13.利用しているスーパー	Q14.頻度	Q15.タイプ	Q16.利用	Q17.好き	Q18.理由	Q19.店選択
	【基本属性】	【基本属性】	【基本属性】	【基本属性】	【基本属性】	【基本属性】	【基本属性】
イオン	785	792	799	812	816	830	
マックスバリュ	785	792	800	813	817	831	
イトーヨーカドー	786	793	801	813	818	832	
OKストア	786	793	802	813	819	833	
業務スーパー	787	794	803	813	820	834	
サミット	787	794	804	813	821	835	
西友	788	795	805	814	822	836	
ダイエー	788	795	806	814	823	837	
東急ストア	789	796	807	814	824	838	
マルエツ	789	796	808	814	825	839	
ユニー	790	797	809	814	826	840	
ライフ	790	797	810	815	827	841	
生協/コープ	791	798	811	815	828	842	

	Q14.頻度	Q15.タイプ	Q16.利用	Q17.好き	Q18.理由	Q19.店選択
	【詳細属性】	【詳細属性】	【詳細属性】	【詳細属性】	【詳細属性】	【詳細属性】
再掲：高級スーパー	791	798	812	815	829	843
イオン	844	851	858	871	875	889
マックスバリュ	844	851	859	872	876	890
イトーヨーカドー	845	852	860	872	877	891
OKストア	845	852	861	872	878	892
業務スーパー	846	853	862	872	879	893
サミット	846	853	863	872	880	894
西友	847	854	864	873	881	895
ダイエー	847	854	865	873	882	896
東急ストア	848	855	866	873	883	897
マルエツ	848	855	867	873	884	898
ユニー	849	856	868	873	885	899
ライフ	849	856	869	874	886	900
生協/コープ	850	857	870	874	887	901
再掲：高級スーパー	850	857	871	874	888	902

「買い物場所の使い分け調査 2011」集計結果数表〔Ⅰ〕〔Ⅱ〕 <目次>

《コンビニ》

【基本属性】 【詳細属性】

Q23.利用しているコンビニ 903..... 904

【基本属性】	Q24.頻度	Q25.タイプ	Q26.利用	Q27.好き	Q28.理由	Q29.店選択
セブン-イレブン	905	909	913	920	923	931
ローソン	905	909	914	921	924	932
ファミリーマート	906	910	915	921	925	933
サークルK	906	910	916	921	926	934
サンクス	907	911	917	921	927	935
デイリーヤマザキ	907	911	918	921	928	936
ミニストップ	908	912	919	922	929	937
ローソンスストア 100	908	912	920	922	930	938
【詳細属性】	Q24.頻度	Q25.タイプ	Q26.利用	Q27.好き	Q28.理由	Q29.店選択
セブン-イレブン	939	943	947	954	957	965
ローソン	939	943	948	955	958	966
ファミリーマート	940	944	949	955	959	967
サークルK	940	944	950	955	960	968
サンクス	941	945	951	955	961	969
デイリーヤマザキ	941	945	952	955	962	970
ミニストップ	942	946	953	956	963	971
ローソンスストア 100	942	946	954	956	964	972

《日用品店》

【基本属性】 【詳細属性】

Q31.利用している日用品店 973..... 976

【基本属性】	Q32.頻度	Q33.タイプ	Q34.利用	Q35.好き	Q36.理由	Q37.店選択
ウエルシア	979	988	998	1016	1021	1040
クリエイトS・D	979	989	999	1017	1022	1041
サンドラッグ	980	989	1000	1017	1023	1042
スギ薬局	980	990	1001	1017	1024	1043
セイムス	981	991	1003	1017	1026	1045
セイジョー	981	990	1002	1017	1025	1044
ハックドラッグ	982	991	1004	1018	1027	1046
マツモトキヨシ	982	992	1005	1018	1028	1047

◆設問間クロス集計

表側項目	表頭項目	
SQ40-1-1.野菜：一番利用の店	SQ40-2-1.野菜：その店の理由	1139
SQ40-1-2.精肉：一番利用の店	SQ40-2-2.精肉：その店の理由	1140
SQ40-1-3.鮮魚：一番利用の店	SQ40-2-3.鮮魚：その店の理由	1141
SQ40-1-4.ハム等：一番利用の店	SQ40-2-4.ハム等：その店の理由	1142
SQ40-1-5.チーズ：一番利用の店	SQ40-2-5.チーズ：その店の理由	1143
SQ40-1-6.バター等：一番利用の店	SQ40-2-6.バター等：その店の理由	1144
SQ40-1-7.米：一番利用の店	SQ40-2-7.米：その店の理由	1145
SQ40-1-8.弁当：一番利用の店	SQ40-2-8.弁当：その店の理由	1146
SQ40-1-9.おにぎり：一番利用の店	SQ40-2-9.おにぎり：その店の理由	1147
SQ40-1-10.調理パン：一番利用の店	SQ40-2-10.調理パン：その店の理由	1148

【基本属性】 Q32.頻度 Q33.タイプ Q34.利用 Q35.好き Q36.理由 Q37.店選択

カーマホームセンター	983	992	1006	1018	1029	1048
カインズホーム	983	993	1007	1018	1030	1049
ケーヨーデイツー	984	993	1008	1018	1031	1050
コーナン	984	994	1009	1019	1032	1051
島忠ホームセンター	985	994	1010	1019	1033	1052
ニトリ	985	995	1011	1019	1034	1053
無印良品	986	995	1012	1019	1035	1054
ドン・キホーテ	986	996	1013	1019	1036	1055
キャンドゥ	987	996	1014	1020	1037	1056
セリア/生活良品館	987	997	1015	1020	1038	1057
ダイソー	988	997	1016	1020	1039	1058
【詳細属性】	Q32.頻度	Q33.タイプ	Q34.利用	Q35.好き	Q36.理由	Q37.店選択
ウエルシア	1059	1068	1078	1096	1101	1120
クリエイトS・D	1059	1069	1079	1097	1102	1121
サンドラッグ	1060	1069	1080	1097	1103	1122
スギ薬局	1060	1070	1081	1097	1104	1123
セイジョー	1061	1070	1082	1097	1105	1124
セイムス	1061	1071	1083	1097	1106	1125
ハックドラッグ	1062	1071	1084	1098	1107	1126
マツモトキヨシ	1062	1072	1085	1098	1108	1127
カーマホームセンター	1063	1072	1086	1098	1109	1128
カインズホーム	1063	1073	1087	1098	1110	1129
ケーヨーデイツー	1064	1073	1088	1098	1111	1130
コーナン	1064	1074	1089	1099	1112	1131
島忠ホームセンター	1065	1074	1090	1099	1113	1132
ニトリ	1065	1075	1091	1099	1114	1133
無印良品	1066	1075	1092	1099	1115	1134
ドン・キホーテ	1066	1076	1093	1099	1116	1135
キャンドゥ	1067	1076	1094	1100	1117	1136
セリア/生活良品館	1067	1077	1095	1100	1118	1137
ダイソー	1068	1077	1096	1100	1119	1138

表側項目	表頭項目	
SQ40-1-11.惣菜パン：一番利用の店	SQ40-2-11.惣菜パン：その店の理由	1149
SQ40-1-12.菓子パン：一番利用の店	SQ40-2-12.菓子パン：その店の理由	1150
SQ40-1-13.食パン等：一番利用の店	SQ40-2-13.食パン等：その店の理由	1151
SQ40-1-14.麺類弁当：一番利用の店	SQ40-2-14.麺類弁当：その店の理由	1152
SQ40-1-15.サラダ：一番利用の店	SQ40-2-15.サラダ：その店の理由	1153
SQ40-1-16.フライ類：一番利用の店	SQ40-2-16.フライ類：その店の理由	1154
SQ40-1-17.肉まん等：一番利用の店	SQ40-2-17.肉まん等：その店の理由	1155
SQ40-1-18.おでん：一番利用の店	SQ40-2-18.おでん：その店の理由	1156
SQ43-1-1.カップ麺：一番利用の店	SQ43-2-1.カップ麺：その店の理由	1157
SQ43-1-2.スープ：一番利用の店	SQ43-2-2.スープ：その店の理由	1158

「買い物場所の使い分け調査 2011」集計結果数表〔Ⅰ〕〔Ⅱ〕 <目次>

表側項目	表頭項目	
SQ43-1-3.レトルト：一番利用の店	SQ43-2-3.レトルト：その店の理由	1159
SQ43-1-4.冷凍食品：一番利用の店	SQ43-2-4.冷凍食品：その店の理由	1160
SQ43-1-5.基本調味料：一番利用の店	SQ43-2-5.基本調味料：その店の理由	1161
SQ43-1-6.洋風調味料：一番利用の店	SQ43-2-6.洋風調味料：その店の理由	1162
SQ43-1-7.スパイス類：一番利用の店	SQ43-2-7.スパイス類：その店の理由	1163
SQ43-1-8.スナック：一番利用の店	SQ43-2-8.スナック：その店の理由	1164
SQ43-1-9.チョコ：一番利用の店	SQ43-2-9.チョコ：その店の理由	1165
SQ43-1-10.ガム等：一番利用の店	SQ43-2-10.ガム等：その店の理由	1166
SQ43-1-11.あめ等：一番利用の店	SQ43-2-11.あめ等：その店の理由	1167
SQ43-1-12.焼き菓子：一番利用の店	SQ43-2-12.焼き菓子：その店の理由	1168
SQ43-1-13.普通ライス：一番利用の店	SQ43-2-13.普通ライス：その店の理由	1169
SQ43-1-14.大容量：一番利用の店	SQ43-2-14.大容量：その店の理由	1170
SQ43-1-15.徳用袋：一番利用の店	SQ43-2-15.徳用袋：その店の理由	1171
SQ43-1-16.ケーキ等：一番利用の店	SQ43-2-16.ケーキ等：その店の理由	1172
SQ43-1-17.和生菓子：一番利用の店	SQ43-2-17.和生菓子：その店の理由	1173
SQ43-1-18.プリン等：一番利用の店	SQ43-2-18.プリン等：その店の理由	1174
SQ43-1-19.アイス等：一番利用の店	SQ43-2-19.アイス等：その店の理由	1175
SQ46-1-1.コーヒー飲料：一番利用の店	SQ46-2-1.コーヒー飲料：その店の理由	1176
SQ46-1-2.ジュース：一番利用の店	SQ46-2-2.ジュース：その店の理由	1177
SQ46-1-3.炭酸飲料：一番利用の店	SQ46-2-3.炭酸飲料：その店の理由	1178
SQ46-1-4.お茶ドリンク：一番利用の店	SQ46-2-4.お茶ドリンク：その店の理由	1179
SQ46-1-5.スポーツドリンク：一番利用の店	SQ46-2-5.スポーツドリンク：その店の理由	1180
SQ46-1-6.ミネラルウォーター：一番利用の店	SQ46-2-6.ミネラルウォーター：その店の理由	1181
SQ46-1-7.野菜ジュース：一番利用の店	SQ46-2-7.野菜ジュース：その店の理由	1182
SQ46-1-8.牛乳等：一番利用の店	SQ46-2-8.牛乳等：その店の理由	1183
SQ46-1-9.健康飲料：一番利用の店	SQ46-2-9.健康飲料：その店の理由	1184
SQ46-1-10.飲料1本：一番利用の店	SQ46-2-10.飲料1本：その店の理由	1185
SQ46-1-11.大容量：一番利用の店	SQ46-2-11.大容量：その店の理由	1186
SQ46-1-12.飲料箱：一番利用の店	SQ46-2-12.飲料箱：その店の理由	1187
SQ46-1-13.ビール等1缶：一番利用の店	SQ46-2-13.ビール等1缶：その店の理由	1188

表側項目	表頭項目	
SQ46-1-14.ビール等6缶：一番利用の店	SQ46-2-14.ビール等6缶：その店の理由	1189
SQ46-1-15.ビール等箱：一番利用の店	SQ46-2-15.ビール等箱：その店の理由	1190
SQ46-1-16.チューハイ等：一番利用の店	SQ46-2-16.チューハイ等：その店の理由	1191
SQ46-1-17.日本酒：一番利用の店	SQ46-2-17.日本酒：その店の理由	1192
SQ46-1-18.焼酎：一番利用の店	SQ46-2-18.焼酎：その店の理由	1193
SQ46-1-19.ワイン：一番利用の店	SQ46-2-19.ワイン：その店の理由	1194
SQ49-1-1.文房具：一番利用の店	SQ49-2-1.文房具：その店の理由	1195
SQ49-1-2.家庭用洗剤：一番利用の店	SQ49-2-2.家庭用洗剤：その店の理由	1196
SQ49-1-3.キッチン消耗品：一番利用の店	SQ49-2-3.キッチン消耗品：その店の理由	1197
SQ49-1-4.キッチン用品：一番利用の店	SQ49-2-4.キッチン用品：その店の理由	1198
SQ49-1-5.掃除消耗品：一番利用の店	SQ49-2-5.掃除消耗品：その店の理由	1199
SQ49-1-6.掃除用品：一番利用の店	SQ49-2-6.掃除用品：その店の理由	1200
SQ49-1-7.肌着等：一番利用の店	SQ49-2-7.肌着等：その店の理由	1201
SQ49-1-8.ペーパー類：一番利用の店	SQ49-2-8.ペーパー類：その店の理由	1202
SQ49-1-9.紙おむつ：一番利用の店	SQ49-2-9.紙おむつ：その店の理由	1203
SQ49-1-10.生理用品：一番利用の店	SQ49-2-10.生理用品：その店の理由	1204
SQ49-1-11.ペットフード：一番利用の店	SQ49-2-11.ペットフード：その店の理由	1205
SQ49-1-12.サプリメント：一番利用の店	SQ49-2-12.サプリメント：その店の理由	1206
SQ49-1-13.バランス食：一番利用の店	SQ49-2-13.バランス食：その店の理由	1207
SQ49-1-14.栄養ドリンク：一番利用の店	SQ49-2-14.栄養ドリンク：その店の理由	1208
SQ49-1-15.医薬品：一番利用の店	SQ49-2-15.医薬品：その店の理由	1209
SQ49-1-16.衛生用品：一番利用の店	SQ49-2-16.衛生用品：その店の理由	1210
SQ49-1-17.歯磨き等：一番利用の店	SQ49-2-17.歯磨き等：その店の理由	1211
SQ49-1-18.たばこ：一番利用の店	SQ49-2-18.たばこ：その店の理由	1212
SQ52-1-1.石けん等：一番利用の店	SQ52-2-1.石けん等：その店の理由	1213
SQ52-1-2.シャンプー等：一番利用の店	SQ52-2-2.シャンプー等：その店の理由	1214
SQ52-1-3.洗顔料等：一番利用の店	SQ52-2-3.洗顔料等：その店の理由	1215
SQ52-1-4.基礎化粧品：一番利用の店	SQ52-2-4.基礎化粧品：その店の理由	1216
SQ52-1-5.メイク化粧品：一番利用の店	SQ52-2-5.メイク化粧品：その店の理由	1217
SQ52-1-6.からだ用：一番利用の店	SQ52-2-6.からだ用：その店の理由	1218

◆自由回答書き抜き表 1219

「買い物場所の使い分け調査 2011」 調査概要

- ◆調査の目的 : 本調査は、生活者の視点から、食品・日用品雑貨など最寄品の買い物行動・チャネルの使い分け行動を明らかにするため、①小売業の業態別利用実態、②スーパー・コンビニ・日用品店の利用実態、③食品・日用品の購入先とその理由について、調査を企画・実施いたしました。
- ◆調査エリア : 関東 (茨城県/栃木県/群馬県/埼玉県/千葉県/東京都/神奈川県)
東海 (岐阜県/静岡県/愛知県/三重県)
関西 (滋賀県/京都府/大阪府/兵庫県/奈良県/和歌山県)
- ◆調査対象 : 上記エリアの 15~69 歳の男女個人、および首都圏 30km 圏の 70~79 歳男女個人
- ◆調査方法 : 日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用による郵送調査
- ◆発送数 : 3,120 サンプル
- ◆有効回収数 : 2,345 サンプル(有効回収率 75.2%)

有効回収数サンプル構成

	全体(70代を含む)			全体10~60代計			首都圏30km圏内10~60代		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
全体	2,345	1,093	1,252	2,234	1,039	1,195	1,060	497	563
10代	186	91	95	186	91	95	84	44	40
20代	344	171	173	344	171	173	164	86	78
30代	409	186	223	409	186	223	186	87	99
40代	466	199	267	466	199	267	230	98	132
50代	412	189	223	412	189	223	197	88	109
60代	417	203	214	417	203	214	199	94	105
70代	111	54	57	-	-	-	-	-	-
15~24歳	431	218	213	431	218	213	202	105	97
25~34歳	209	89	120	209	89	120	110	51	59
35~49歳	765	340	425	765	340	425	352	159	193
50~69歳	829	392	437	829	392	437	396	182	214
関東	1,553	715	838	1,442	661	781	1,060	497	563
首都圏30km圏内	1,171	551	620	1,060	497	563	1,060	497	563
首都圏30km圏外	382	164	218	382	164	218	-	-	-
東海	381	185	196	381	185	196	-	-	-
関西	411	193	218	411	193	218	-	-	-

※本集計表では、〔全体 10~60 代計〕を集計のベースとし、70 代男女は別掲として表示しました。

※2007 年・2005 年調査との時系列比較には、対象を揃えた〔首都圏 30km 圏内 10~60 代〕をご利用ください。

- ◆調査実施日 : 2011 年 6 月 16 日 (木) ~6 月 27 日 (月)

2009 年「買い物場所の使い分け調査 2009」 調査概要

- ◆調査対象 : 関東・東海・関西エリアの
15~69 歳の男女個人
- ◆調査方法 : 日本能率協会総合研究所
「J-FAX リサーチ」モニターへの郵送調査
- ◆発送数 : 3,000 サンプル
- ◆有効回収数: 2,354 サンプル(有効回収率 78.5%)
- ◆調査実施日: 2009 年 6 月 12 日~6 月 22 日

2007 年「買い物場所の使い分け調査 2007」 調査概要

- ◆調査対象 : 首都圏 30km 圏の 15~69 歳の
男女個人
- ◆調査方法 : 日本能率協会総合研究所
「J-FAX リサーチ」モニターへの郵送調査
- ◆発送数 : 1,400 サンプル
- ◆有効回収数: 1,072 サンプル(有効回収率 76.6%)
- ◆調査実施日: 2007 年 2 月 27 日~3 月 12 日

2005 年「買い物場所の使い分け調査」 調査概要

- ◆調査対象 : 首都圏 30km 圏の 15~69 歳の
男女個人
- ◆調査方法 : 日本能率協会総合研究所
「J-FAX リサーチ」モニターへの郵送調査
- ◆発送数 : 1,400 サンプル
- ◆有効回収数: 1,123 サンプル(有効回収率 80.2%)
- ◆調査実施日: 2005 年 3 月 1 日~3 月 14 日

「買い物場所の使い分け調査 2011」 利用上の注意

◆ クロス集計：本調査の集計にあたっては、下記の通り分析軸を設け、クロス集計を行いました。

【基本属性】		【詳細属性】			
全体	2345 100.0	全体	2345 100.0		
性年代別	全体：10～60代計	2234 100.0	未婚別	男性 未婚	392 100.0
	男性計	1039 100.0		男性 既婚	647 100.0
	10代	91 100.0		女性 未婚	432 100.0
	20代	171 100.0		女性 既婚	763 100.0
	30代	186 100.0	職業別	男性 学生	166 100.0
	40代	199 100.0		男性 サラリーマン	640 100.0
	50代	189 100.0		男性 サラリーマン以外	233 100.0
	60代	203 100.0		女性 学生	139 100.0
	女性計	1195 100.0		女性 OL	270 100.0
	10代	95 100.0		女性 専業主婦	344 100.0
20代	173 100.0	女性 有職主婦	419 100.0		
30代	223 100.0	年収別	年収300万円未満	297 100.0	
40代	267 100.0		年収300～500万円未満	480 100.0	
50代	223 100.0		年収500～800万円未満	716 100.0	
60代	214 100.0		年収800～1,200万円未満	439 100.0	
居住エリア別	関東	1442 100.0	年収1,200万円以上	184 100.0	
	首都圏30km圏内	1060 100.0	家族人数別	1人	219 100.0
	首都圏30km圏外	382 100.0		2人	469 100.0
	東海	381 100.0		3人	550 100.0
関西	411 100.0	4人		682 100.0	
				5人以上	314 100.0
性年齢区別	男性：15～24歳	218 100.0	既婚女性同居者別	既婚女性同居者あり	366 100.0
	男性：25～34歳	89 100.0		乳幼児・園児	110 100.0
	男性：35～49歳	340 100.0		小学生	167 100.0
	男性：50～69歳	392 100.0		中・高生・学生	201 100.0
	女性：15～24歳	213 100.0	住居形態別	一戸建て	1273 100.0
	女性：25～34歳	120 100.0		持ち家マンション	495 100.0
	女性：35～49歳	425 100.0		賃貸アパート	431 100.0
	女性：50～69歳	437 100.0			
70代	別掲：男性70代	54 100.0	地域別	住宅地	1922 100.0
	別掲：女性70代	57 100.0		繁華街・商業地域	143 100.0
				農村・田園地域	124 100.0

※本集計表では、〔全体10～60代計〕を集計のベースとし、70代男女は別掲として表示しました。

○【基本属性】

【性年代別】「F1.性別(SA)」「F2.年齢(FA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

【居住エリア別】「F12.居住都道府県(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

・「首都圏30km圏内」は、「モニターリサーチ・システム」データベースの登録住所が首都圏30km圏内に該当する人。

【性年齢区別】「F1.性別(SA)」「F2.年齢(FA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

【70代】「F1.性別(SA)」「F2.年齢(FA)」の回答より変数を作成しました。

○【詳細属性】

【未既婚別】「F1.性別(SA)」「F3.未既婚(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

・「既婚」は、「F3.未既婚(SA)」で「2.既婚」「3.離別・死別」のいずれかに回答した人。

【職業別】「F4.職業・身分(SA)」「F1.性別(SA)」「F3.未既婚(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

・「学生」は、「F4.職業・身分(SA)」で「13.中学生」「14.高校生」「15.高専・専門学校生」「16.短大・大学・大学院生」のいずれかに回答した人。

・「サラリーマン」は、「F4.職業・身分(SA)」で「1.事務職」「2.労務職」「3.技能職」「4.経営管理職」のいずれかに回答した人。

・「サラリーマン以外」は、「F4.職業・身分(SA)」で「5.自由業」「6.商工サービス自営」「7.パート・アルバイト・派遣」「8.フリーター」「17.無職」「18.その他」のいずれかに回答した人。

・「OL」は、未婚女性のうち、「F4.職業・身分(SA)」で「1.事務職」「2.労務職」「3.技能職」「4.経営管理職」「5.自由業」「6.商工サービス自営」「7.パート・アルバイト・派遣」「8.フリーター」「18.その他」のいずれかに回答した人。

・「専業主婦」は、既婚女性のうち、「F4.職業・身分(SA)」で「9.専業主婦」「17.無職」のいずれかに回答した人。

・「有職主婦」は、既婚女性のうち、「F4.職業・身分(SA)」で「1.事務職」「2.労務職」「3.技能職」「4.経営管理職」「5.自由業」「6.商工サービス自営」「7.パート・アルバイト・派遣」「8.フリーター」「10.主婦：フルタイム勤務」「11.主婦：パート・アルバイト・派遣」「12.主婦：自営業手伝い」「18.その他」のいずれかに回答した人。

【年収別】「F7.世帯年収(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

【家族人数別】「F5.同居家族人数(FA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

【既婚女性同居者別】既婚女性を母数に「F8.同居家族・ペット(MA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

・「既婚女性同居の子供あり」は、「1.乳幼児」「2.保育園児・幼稚園児」「3.小学校低学年」「4.小学校高学年」「5.中学生」「6.高校生」「7.学生」のいずれかに回答がある既婚女性。

・「既婚女性同居の子供なし」は、「既婚女性同居の子供あり」以外の既婚女性。

【住居形態別】「F9.住宅のタイプ(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

・「一戸建て」は、「1.持ち家一戸建て」「2.賃貸一戸建て」のいずれかに回答がある人。

【地域別】「F10.居住地域のタイプ(SA)」の回答より変数を作成しました。 ※70代男女を除く

「買い物場所の使い分け調査 2011」 利用上の注意

◆ 店の延べ数ベース集計と3店計集計：個別の店について聞いた設問では、下記の通り2種類の集計処理を行いました。

- ※ 下記設問は、回答欄A・B・Cに1つずつチェーン名を回答させ、そのチェーン名ごとに利用実態を聞いた形式です。集計処理にあたり、主要チェーン店別集計を行うための延べ数集計と、母数を他の設問とそろえたままの3店計集計を行いました。
- ※ チェーン名は用意した選択肢から選択させる回答です。下記チェーンは、その他の自由回答の出現が一定数以上あり、アフターコーディングした上で集計したものです。
スーパー：「74.エコス/たいらや」「75.とりせん」「76.フレッセイ」「77.ベルクス」「78.ユータカラヤ」
日用品店：「60.セキ薬品/ドラッグストアセキ」
- ※ 「買い物場所の使い分け調査」(2005年調査)の集計は、3店計の集計を行っております。時系列比較表ご利用の際はご注意ください。

○延べ数ベース集計：主要チェーン店別集計を行うため、回答欄A・B・Cをそれぞれ1サンプルずつとみなし、回答の延べ数を母数とした集計処理を行いました。

【スーパーの延べ数ベース集計】 下記は「Q13.利用しているスーパー」の回答の延べ数、n=5,680を母数とした集計処理を行い、主要スーパー別のクロス集計を行いました。

- ・「Q13.利用しているスーパー(MA)」
 - 「79.再掲：高級スーパー」は、「5.いかりスーパー」「11.ザ・ガーデン自由が丘」「21.紀ノ国屋」「24.クイーンズ伊勢丹」「32.成城石井」統合した変数。
- ・「Q14.スーパーの利用頻度(SA)」
- ・「Q15.店のタイプ(MA)」
- ・「Q16.利用するとき(MA)」
- ・「Q17.そのスーパーを好き回答あり(SA)」
 - 「Q17.利用スーパーのうち好きな店(MA)」の回答から、「1.好きに回答あり」「2.好きに回答なし」と変数を作成。
- ・「Q18.利用の理由(MA)」
- ・「Q19.店選択の理由(MA)」

【コンビニの延べ数ベース集計】 下記は「Q23.利用しているコンビニ」の回答の延べ数、n=5,323を母数とした集計処理を行い、主要コンビニ別のクロス集計を行いました。

- ・「Q23.利用しているコンビニ(SA)」
- ・「Q24.コンビニの利用頻度(SA)」
- ・「Q25.店のタイプ(SA)」
- ・「Q26.利用するとき(MA)」
- ・「Q27.そのコンビニが好き回答あり(SA)」
 - 「Q27.利用コンビニのうち好きな店(MA)」の回答から、「1.好きに回答あり」「2.好きに回答なし」と変数を作成。
- ・「Q28.利用の理由(MA)」
- ・「Q29.店選択の理由(MA)」

【日用品店の延べ数ベース集計】 下記は「Q31.利用している日用品店」の回答の延べ数、n=5,828を母数とした集計処理を行い、主要チェーン別のクロス集計を行いました。

- ・「Q31.利用している日用品店(SA)」
- ・「Q32.日用品店の利用頻度(SA)」
- ・「Q33.店のタイプ(SA)」
- ・「Q34.利用するとき(MA)」
- ・「Q35.その日用品店が好き回答あり(SA)」
 - 「Q35.利用日用品店のうち好きな店(MA)」の回答から、「1.好きに回答あり」「2.好きに回答なし」と変数を作成。
- ・「Q36.利用の理由(MA)」
- ・「Q37.店選択の理由(MA)」

○店の3店計集計：母数、n=2,345のまま集計を行うため、回答欄A・B・Cを3つまで記入の複数回答とした集計処理を行いました。

※ 3店計集計では、1人の回答者が回答欄A・B・Cで同じ選択肢を重複して回答した場合、その選択肢の回答者は1人として集計されるため、「3店計(MA)」の出現数と、回答欄A・B・Cごとの出現数を合計した数値とは一致しません。

【スーパーの3店計集計】 Q13.~Q19.については、以下のとおり集計処理を行いました。

- ・「Q13.利用しているスーパー：3店計(MA)」は、3つまで記入の複数回答として集計。
- ・「Q14.スーパーの利用頻度(SA)」は、便宜上、回答欄A・B・Cごとの単数回答の集計。
- ・「Q15.店のタイプ：3店計(MA)」~「Q19.店選択の理由：3店計(MA)」は、回答欄A・B・Cいずれかに回答した複数回答として集計。

【コンビニの3店計集計】 Q23.~Q29.については、以下のとおり集計処理を行いました。

- ・「Q23.利用しているコンビニ：3店計(MA)」は、3つまで記入の複数回答として集計。
- ・「Q24.コンビニの利用頻度(SA)」は、便宜上、回答欄A・B・Cごとの単数回答の集計
- ・「Q25.店のタイプ：3店計(MA)」~「Q29.店選択の理由：3店計(MA)」は、回答欄A・B・Cいずれかに回答した複数回答として集計。

【日用品店の3店計集計】 Q31.~Q37.については、以下のとおり集計処理を行いました。

- ・「Q31.利用している日用品店：3店計(MA)」は、3つまで記入の複数回答として集計。
- ・「Q32.日用品店の利用頻度(SA)」は、便宜上、回答欄A・B・Cごとの単数回答の集計。
- ・「Q33.店のタイプ：3店計(MA)」~「Q37.店選択の理由：3店計(MA)」は、回答欄A・B・Cいずれかに回答した複数回答として集計。

◆ 設問間クロス集計：関連する設問同士のクロス集計を行いました。

