

PB商品購入時の行動や気持ちで消費者をタイプ分類！ PB/NB商品の選択傾向とその理由を探りました！

株式会社日本能率協会総合研究所（本社：東京都港区、代表取締役：榮 武男）は、2010年6月、首都圏に居住する20代～60代の既婚女性1,000人を対象に、「2010 PB商品の購入に関する調査」を実施しました。

「安かろう、悪かろう」は少なく、「抵抗感なし」「味・品質に問題なし」

- 【PB商品に対する気持ち】として「PB商品は安かろう、悪かろうである」は少なく、「PB商品を購入することに抵抗感はない」、「PB商品でも味や品質に問題ない」が多く、PB商品が一定の味・品質を持つイメージが消費者に浸透していることが伺えます。

利用理由は「安さ」「よく行くスーパーにある」「味・品質が良い」の順

- 最もよく利用するPBブランドの利用理由は「通常価格が安い」(56.5%)、「よく行くスーパーに売っているので」(51.5%)、「味や品質が良い」(23.3%)の順。
- 60代は「味や品質が良いので」、「国内製造(国内品)なので」が他の年代と比べて高い。

PB主流は「割り箸・ようじ」「乾物」。NB主流は「チョコレート菓子」

- 商品カテゴリー(62種類)ごとのPB/NBの選択傾向は、PB主流の上位3商品では「割り箸・ようじ」(48.4%)、「乾物」(41.6%)、「紙製品」(40.9%)、NB主流の上位3商品では「チョコレート菓子」(62.5%)、「炭酸飲料」(61.1%)、「家具・家電・インテリア」(61.1%)の順。
- PB商品の購入理由は「安さ」「品質や味に問題なし」、NB商品の購入理由は「NBで特売を買うから」「味や品質がいい」「意識なし」。

【本件についてのお問い合わせ先】

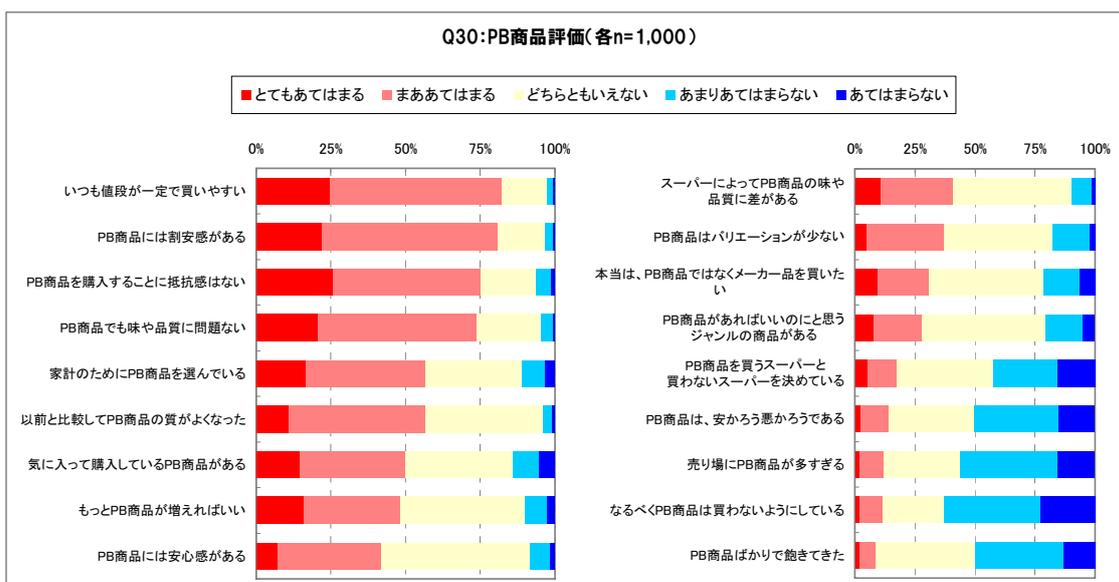
株式会社日本能率協会総合研究所 情報企画部 担当：松川・吉田
〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 2階
電話：03-6202-1287 FAX：03-6202-1294 E-mail：info@jmar.biz

● 「安かろう、悪かろう」は少なく、「抵抗感なし」「味・品質に問題なし」

「PB商品は、安かろう悪かろう」は14.2%と少数で、「PB商品を購入することに抵抗感はない」(75.2%)、「PB商品でも味や品質に問題ない」(74.0%)が多く、PB商品が一定の味・品質を持つイメージが消費者に浸透していることが伺えます。

※ 上記数値は、「あてはまる(計)」=「とてもあてはまる」+「まああてはまる」の数値

※ 調査報告書では、この結果をもとに、潜在因子を抽出し、回答者のタイプ分類(クラスター分析)を試み、PB商品購入のタイプ分類と消費者像を明らかにしています。



● 利用理由は「安さ」「よく行くスーパーにある」「味・品質が良い」の順

最もよく利用するPBブランドの利用理由は「通常価格が安い」(56.5%)、「よく行くスーパーに売っているので」(51.5%)、「味や品質が良い」(23.3%)の順。50~60代は「味や品質が良いので」が、60代は「国内製造(国内品)なので」がそれぞれ高い。

Q20.PBブランドを利用する理由(最も利用しているPBブランド)



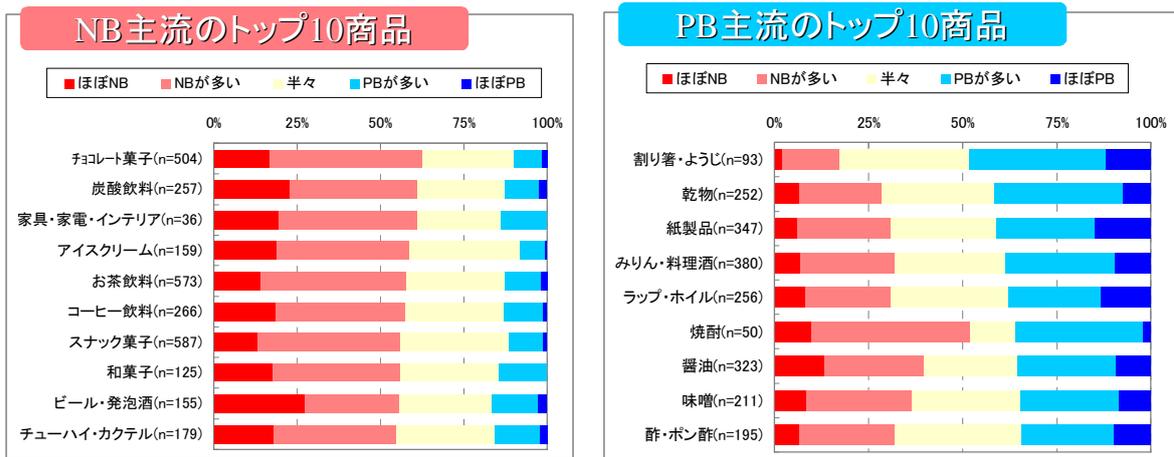
	通常価格が安い	よく行くスーパーに売っている	味や品質が良い	商品数が多い	国内製造(国内品)なので	沢山の商品カテゴリーでPB商品が出ている	割引や特売をしている	パッケージが簡易なので	製造メーカー名が記載されている	有名メーカーが製造している	チラシに掲載されている	その他の理由	表示情報が詳しい	パッケージが魅力的
全体(N=1,000)	56.5	51.5	23.3	10.2	7.8	6.8	6.6	5.5	5.1	4.0	3.5	2.7	2.2	0.7
20代(N=200)	59.5	53.5	20.5	7.0	5.5	6.5	9.5	5.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	2.0
30代(N=200)	53.0	51.5	17.5	10.5	2.5	4.5	5.0	7.5	2.0	2.5	4.0	1.0	1.5	0.5
40代(N=200)	55.5	53.0	19.5	9.0	3.5	6.0	5.0	4.5	7.5	7.0	2.0	4.0	2.5	0.0
50代(N=200)	55.5	45.5	30.5	10.0	12.0	10.0	5.5	4.5	6.5	5.0	2.0	3.5	2.0	1.0
60代(N=200)	59.0	54.0	28.5	14.5	15.5	7.0	8.0	5.5	8.0	4.0	8.0	3.5	3.5	0.0

●PB 主流は「割り箸・ようじ」「乾物」。NB 主流は「チョコレート菓子」

商品カテゴリー（62 種類）ごとの PB/NB の選択傾向は、PB 主流の上位 3 商品が「割り箸・ようじ」（48.4%）、「乾物」（41.6%）、「紙製品」（40.9%）、NB 主流の上位 3 商品は「チョコレート菓子」（62.5%）、「炭酸飲料」（61.1%）、「家具・家電・インテリア」（61.1%）の順。

※ 「NB 主流」 = 「ほぼ NB」 + 「NB が多い」の数値

※ 「PB 主流」 = 「ほぼ PB」 + 「PB が多い」の数値



●調査概要

調査タイトル	「2010 PB 商品の購入に関する調査」
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食料品や日用品の買い物場所 ・ 利用しているスーパーとその評価・イメージ ・ 利用している PB 商品ブランドとその評価・イメージ/選択理由 ・ 商品カテゴリーごとの NB/PB 商品の選択とその理由・・・等
サンプル属性	週 1 回以上買い物し、PB 商品の購入経験がある 20～69 歳の既婚女性
有効回答	1,000 人（20 代～60 代：各 200 人）
実施時期	2010 年 6 月 2 日（水）～6 月 6 日（日）
調査方法	日本能率協会総合研究所所有のモニターリサーチシステムを利用した WEB リサーチ
調査購入費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定価：200,000 円（税込 210,000 円） ・ MDB メンバー価格：180,000 円（189,000 円）