

買い物場所の使い分け調査 2013

デフレ脱却時代
購買行動の変質?

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別チャネル選択へ
大系列店化・ネット化・都心離れが進む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・・・

◎2005年・2007年・2009年・2011年「買い物場所の使い分け調査」の継続調査です。

◎一般男女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・商品のチャネル選択理由がわかります。

◆特徴①◆ **10代男女を拡充**、〔シニア編〕で60～70代を詳細分析。

◆特徴②◆ 〔時系列データ集〕時系列データから全体トレンドの変化を一望。

※現在、各社様のご要望を受付中です。ぜひともご意見をお聞かせください。

※調査内容は、各社様のご意見・ご要望を調整し、変更する場合がございます。

※お申し込みが一定数に満たない場合、調査を中止する場合がございます。

〔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〕チェーン(個店)別の利用実態・理由

○スーパー(GMS/SM/ミニスーパー)

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・・・

○コンビニ

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・・・

○日用品店(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・・・

〔3〕食品・日用品約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・・・

- ◆特徴①◆ **70代男女を拡充**、〔シニア編〕で60～70代を詳細分析。
- ◆特徴②◆ 〔時系列データ集〕時系列データから全体トレンドの変化を一望。

【調査概要】

- ・調査エリア： 首都圏30km圏+関東（首都圏30km圏外）・関西
※関西・東海は隔回交互に調査を実施予定
- ・調査対象： 15～79歳男女
- ・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
- ・サンプル数： 2,000人回収目標（発送数3,000人予定）
- ・調査期間： 2012年6月下旬～7月中旬予定

◎下記3種類のアウトプットパッケージをご用意！

〔本編〕最新の15～69歳男女を対象にしたデータを収録します。

	15～69歳男女 (人)			
	収録 サンプル数	関東		関西
		30Km圏内	30Km圏外	
2013年*	1,750	1,060	345	345
10代	155	95	30	30
20代	319	193	63	63
30代	319	193	63	63
40代	319	193	63	63
50代	319	193	63	63
60代	319	193	63	63
2011年	1,853	1,060	382	411

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書：A4判・約150ページ・2013年9月発刊予定
- ②集計結果表：A4判・約1,000ページ・2013年8月発刊予定
（単純集計表/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。

*2013年のサンプル数は回収見込み

〔シニア編〕最新の60～70代男女を対象にしたデータを収録します。

	60～70代男女 (人)			
	収録 サンプル数	関東		関西
		30Km圏内	30Km圏外	
2013年*	638	386	126	126
60代	319	193	63	63
70代	319	193	63	63
2011年70代	111	111	-	-

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書：A4判・約60ページ・2013年9月発刊予定
- ②集計結果表：A4判・約600ページ・2013年8月発刊予定
（単純集計表/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

*2013年のサンプル数は回収見込み

〔時系列データ集〕2005年～2013年5回分調査の時系列データを収録します。

	調査 サンプル数	収録サンプル数		収録対象外	
		15～69歳男女		70～79歳 男女	東海
		首都圏 30Km圏内	関東+関 西エリア		
2013年*	2,069	1,060	1,750	319	-
2011年	2,345	1,060	1,853	111	381
2009年	2,354	1,125	1,939	-	415
2007年	1,072	1,072	-	-	-
2005年	1,123	1,123	-	-	-

【調査のアウトプット】

- ①時系列一覧表
：A4判・約200ページ・2013年8月発刊予定
・首都圏30km圏内の15～69歳男女合計
：2005年～2013年5回分
・関東+関西エリアの15～69歳男女合計
：2009年～2013年3回分
- ②集計データ（CD-ROM）：時系列一覧データ、他

*2013年のサンプル数は回収見込み

◎購入費用：お得な予約特価・セット価格!! = 2013年7月12日(金)まで予約特価 =

	〔本編〕+〔シニア編〕+ 〔時系列データ集〕	〔本編〕+ 〔シニア編〕	〔本編〕+ 〔時系列データ集〕	〔本編〕のみ
定価	960,000円	880,000円	800,000円	700,000円
MDBメンバー価格	900,000円	820,000円	740,000円	630,000円
予約特価	840,000円	760,000円	680,000円	570,000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には入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

※消費税別

[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

●利用状況

- ・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
- ・クレジットカードを利用★
- ・電子マネーを利用★

●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] チェーン(個店)別の利用実態・理由: スーパー

●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等で届く/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

- | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------------|
| ・イオン(旧ジャスコ/旧サティ/ウエルマート/メガマート) | ・京王ストア | ・Big-A |
| ・マックスバリュ | ・KOHYO | ・Fuji |
| ・まいばすけっと | ・コノミヤ | ・フレスコ |
| ・いかりスーパー | ・コモディイイダ | ・フレッセイ |
| ・イズミヤ | ・サミットストア | ・ベシア |
| ・イトヨーカドー | ・三和/フードワン | ・平和堂 |
| ・ヨークマート | ・成城石井 | ・ベルク |
| ・ザ・プライス | ・西友 | ・ベルクス |
| ・ザ・ガーデン自由が丘 | ・そうてつローゼン | ・マミーマート/生鮮市場TOP |
| ・いなげや | ・ダイエー | ・マルアイ |
| ・エコス/たいらや | ・グルメシティ | ・マルエツ |
| ・OKストア | ・玉出 | ・マルエツプチ(旧ポロロッカ) |
| ・オオゼキ | ・つるかめ/テスコ | ・万代 |
| ・オダキューOX | ・トーホーストア | ・みんなのイチバ |
| ・オリンピック | ・東急ストア | ・明治屋 |
| ・カスミ | ・東武ストア | ・ヤオコー |
| ・関西スーパー | ・とりせん | ・ユータカラヤ |
| ・紀ノ国屋 | ・肉のハナマサ | ・ライフ |
| ・業務スーパー | ・にしがき | ・ラッキー/パントリー |
| ・クイーンズ伊勢丹 | ・阪急オアシス | ・リブレ京成 |
| | ・ピーコックストア | ・生協(コープ) |

●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/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



[2] チェーン(個店)別の利用実態・理由: コンビニ

●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

● 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
- ・NEW DAYS
- ・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

[2] チェーン (個店) 別の利用実態・理由：日用品店

● 普段利用している店舗

- 【ドラッグストア】
- ・ ツルハドラッグ
 - ・ ダイキ
 - ・ アインズ&トルペ
 - ・ トモズ/カツマタ
 - ・ ドイト
 - ・ アルカドラッグ
 - ・ ドラッグストアセキ
 - ・ 東急ハンズ
 - ・ イレブン
 - ・ ドラッグセガミ
 - ・ ニトリ
 - ・ ウエルシア
 - ・ ドラッグユタカ
 - ・ ビバホーム
 - ・ ウェルパーク
 - ・ ハックドラッグ
 - ・ 無印良品
 - ・ カワチ薬品
 - ・ ぱぱす
 - ・ ロイヤルホームセンター
 - ・ キリン堂
 - ・ マツモトキヨシ
 - ・ ロフト
 - ・ くすりの福太郎
 - ・ マルゼン
 - 【ディスカウント】
 - ・ クリエイトS・D
 - 【ホームセンター
 - ・ ジェーンソン
 - ・ コクミン
 - ・ 生活雑貨店】
 - ・ ジャパン
 - ・ サーバ
 - ・ アヤハディオ
 - ・ 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】
 - ・ セイジョー
 - ・ コメリ
 - ・ キヤンドウ
 - ・ セイムス
 - ・ 島忠ホームセンター
 - ・ セリア/生活良品館
 - ・ ダイコクドラッグ
 - ・ ジョイフル本田
 - ・ 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

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



● 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/チラシ/クーポン/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

〔4〕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／自分の好みものを家族が買う／家族まかせ／もともと利用しない
- 食事や食品の買い物：家で食事は自分で作ったものを食べる／家で食事は家族が作ったものを食べる／家で食事は自分と家族で作る／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、家族の好みものを買う／食材の買物は、家族に自分の好みものを買ってもらう／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／食品の買い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、行くのは一苦労である
- 購買行動や生活について：ショッピングが好き／買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／食事が好き／大勢で食事することが多い／家族で行事を祝うことが多い／家で過ごすことが多い／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）／FAX／携帯電話（通話）／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・LINE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／タブレット端末★／スマートフォン

◆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）

★印：2013年追加予定項目

FAXフリーダイヤル 0120-78-7620 e-mail <info_mlmc@jmar.co.jp> URL<http://www.jmar.biz/hot/>

●（株）日本能率協会総合研究所 〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 「生活者HOTアンケート」事務局（担当：土井） TEL 03-6202-1287 FAX 03-6202-1294	●（株）日本能率協会総合研究所 〒541-0042 大阪市中央区今橋3-1-7 日本生命今橋ビル7階 MDB大阪 TEL 06-6233-2306 FAX 06-6233-2349
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

.....キ・リ・ト・リ・線.....

「買い物場所の使い分け調査 2013」●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 2013」について

- 購入する
- 〔本編〕 〔シニア編〕 〔時系列データ集〕
- 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			
	ご担当者名			
TEL		FAX		
郵便番号	〒		e-mail	
住所				
連絡事項	ご請求金額		お支払い予定日	
	円 (消費税別)		年 月 日	