

買い物場所の使い分け調査

～生活者からみた、来店目的・購入商品・TPO別チャネル選択実態調査～

こんなとき、こんな気分で、だからこの店に立ち寄った・・・
こんな商品を、こんな目的で買いたくて、だからこの店で購入・・・

首都圏 15歳から69歳の男女1,000人を対象に、購買行動基本調査を実施

〔1〕小売業23業態の利用者は誰？ 利用の頻度は？ 来店の目的は？

注目業態×利用経験(利用者)・利用頻度・利用の目的:

ドラッグストア・100円ショップ・マルエティショップ・ディスカウント・通信販売・・・

〔2〕スーパー(GMS・SMチェーン)の、利用のTPOは？

スーパー×利用チェーン(利用者)・頻度・立地・機会・理由:イオン・いなげや・成城石井・生協・・・

〔3〕コンビニ(CVSチェーン)の、利用のTPOは？

コンビニ×利用チェーン(利用者)・頻度・立地・機会・理由:ローソン・am/pm・ミニストップ・・・

〔4〕ドラッグの、利用のTPOは？

ドラッグストアの利用機会

〔5〕食品・日用品は、どの店で、どんな機会に、なぜ、購入される？

商品×購入経験(購入者)・チャネル・購入理由・購入機会:

清涼飲料・ビール・菓子・加工食品・調味料・野菜・・・台所用洗剤・紙製品・化粧品品の60アイテム

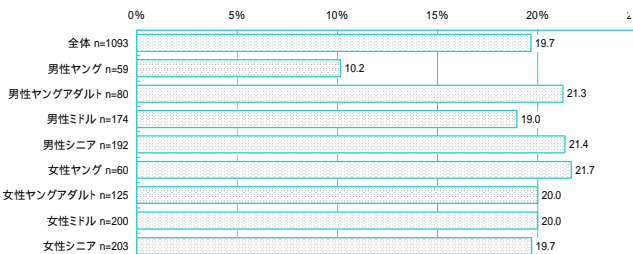
〔6〕食品・日用品中心の注目36チェーンの、イメージ・特徴・利用者は？

注目チェーン×好き・割安・品揃え・親近感/利用経験・現利用/利用意向経験

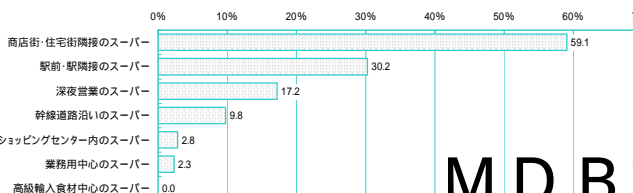
マツキヨ・SHOP99・ダイソー・ソニープラザ・無印良品・ドンカメ・オリンピック・ユニクロ・・・

〔7〕購買行動・ライフスタイル

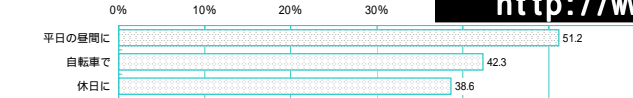
Q11. 普段利用しているスーパー「マルエツ」(MA)



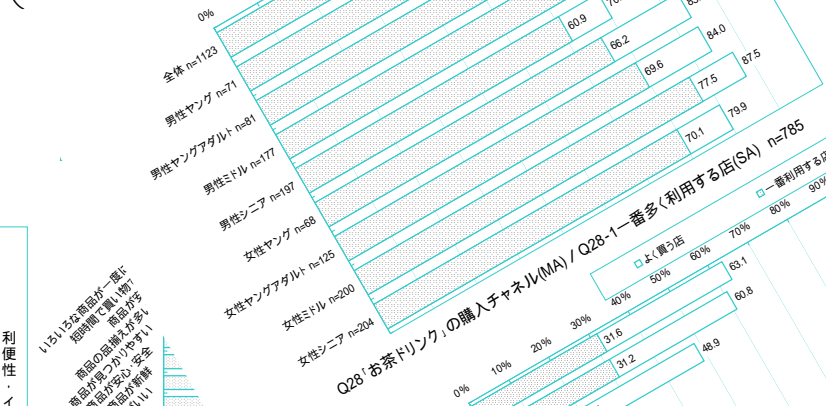
Q13-12. マルエツの店のタイプ(MA) n=215



Q14-12. マルエツの利用機会



(32)「お茶ドリ」



MDB 株式会社日本能率協会総合研究所
マーケティング・データ・バンク

http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/

〔1〕小売業23業態の利用者・利用頻度・利用の目的

利用経験（利用者）

スーパー／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／個人商店／自動販売機／ホームセンター／ディスカウントショップ／酒ディスカウント／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／アウトレットモール／協同購入・個人宅配／カタログショッピング／テレビショッピング／海外通信販売／ネットショッピング／訪問販売

利用頻度：上記小売業23業態ごとに

利用の目的：上記小売業23業態ごとに

品質のいい商品を買うとき／新鮮な商品を買うとき／安心・安全な商品を買うとき／センスのいい商品を買うとき／新製品・最新の商品を買うとき／店のオリジナル商品・限定商品を買うとき／有名メーカーの商品を買うとき／品揃えの多い中から選ぶとき／安いものを買うとき／チラシの商品を買うとき／目的の商品を買うとき／いろいろな商品を一度に買うとき／1～2品だけ買うとき／まとめ買いをするとき／少量パック・必要量だけ買うとき／効率よく買い物を済ませるとき／買い物をレジャーとして楽しむとき／日常の買い物をするとき／買い忘れ・急ぎの商品を買うとき／通りがかりに目的なく立ち寄り／ウィンドーショッピング／飲食をするとき／サービス・施設を利用するとき

〔2〕スーパーのチェーン別利用実態

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／店のオリジナル商品・限定商品が充実／商品の品揃えが多い／旬のものがある／商品が安い／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／いろいろな商品が一度に買える／少量パック・必要量だけ買える／買い物を楽しめる／家から近い／通勤・通学途中にある／車で行きやすい／自転車で行きやすい／駅から近い／夜遅くまで開いている／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／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／サプリメント等が充実／チラシの商品がお買い得／ポイントカードがある／おいしい水のサービスがある

普段利用しているスーパーの軒数

普段利用しているスーパーのチェーン名

イオン／イトーヨーカ堂／西友／ダイエー／マイカル／いなげや／オオゼキ／オリンピック／コモディイイダ／サミット／東急ストア／マルエツ／ライフ／紀ノ国屋／明治屋／成城石井／大丸ピーコック／クイーンズ伊勢丹／ポロロッカ／カルフル／肉のハナマサ／生協

利用頻度：上記スーパーのチェーンごとに

店のタイプ・立地：上記スーパーのチェーンごとに

駅前・駅隣接のスーパー／商店街・住宅街隣接のスーパー／幹線道路沿いのスーパー／ショッピングセンター内のスーパー／深夜営業のスーパー／高級輸入食材中心のスーパー／業務用中心のスーパー

利用の機会：上記スーパーのチェーンごとに

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／駅の近くで／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／買い物のために外出して

利用理由：上記スーパーのチェーンごとに

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／店のオリジナル商品・限定商品が充実／商品の品揃えが多い／旬のものがある／商品が安い／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／いろいろな商品が一度に買える／少量パック・必要量だけ買える／買い物を楽しめる／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／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／サプリメント等が充実／チラシの商品がお買い得／ポイントカードがある／おいしい水のサービスがある

〔3〕コンビニのチェーン別利用実態

買い物をしたいコンビニ

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／店のオリジナル商品・限定商品が充実／商品の品揃えが多い／商品が安い／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／いろいろな商品が一度に買える／少量パック・必要量だけ買える／買い物を楽しめる／家から近い／通勤・通学途中にある／車で行きやすい／自転車で行きやすい／駅から近い／夜遅くまで開いている／生鮮食品が充実／加工食品が充実／調味料が充実／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／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／サプリメント等が充実／雑誌・本・CDが充実／自分の口座が使えるATM／宅配・チケット・料金支払い等のサービス

普段利用しているコンビニの軒数

普段利用しているコンビニのチェーン名

セブンイレブン／ローソン／ファミリーマート／サークルK／サンクス／デイリーヤマザキ／ミニストップ／am/pm／ポプラ／スリーエフ／コミュニティ・ストア／NEW DAYS／SHOP 99

利用頻度：上記コンビニのチェーンごとに

店の場所：上記コンビニのチェーンごとに

駅構内のコンビニ／駅周辺のコンビニ／商店街のコンビニ／住宅街のコンビニ／オフィス街のコンビニ／幹線道路沿いのコンビニ

利用の機会：上記コンビニのチェーンごとに

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／駅の近くで／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／買い物のために外出して

利用理由：上記コンビニのチェーンごとに

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／店のオリジナル商品・限定商品が充実／商品の品揃えが多い／商品が安い／短時間で買い物できる／商品が見つかりやすい／いろいろな商品が一度に買える／少量パック・必要量だけ買える／買い物を楽しめる／生鮮食品が充実／加工食品が充実／調味料が充実／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／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／サプリメント等が充実／雑誌・本・CDが充実／自分の口座が使えるATM／宅配・チケット・料金支払い等のサービス

〔4〕ドラッグの利用機会

平日の昼間／平日の夕方・夜／平日の朝・深夜／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／

買い物場所の使い分け調査 調査内容一覧

駅の近くで / 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 / 買い物のために外出して

〔5〕食品・日用品60アイテムの購買実態

自分で買う商品 / 3ヶ月間の購入商品

【生鮮食品】野菜 / 精肉 / 鮮魚

【加工食品・調味料】カップ麺 / レトルト食品 / 冷凍食品 / 基本調味料 / スパイス類 / ハム・ソーセージ / チーズ

【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 / 冷蔵の調理麺 / サラダ / フライ類 / 肉まん・あんまん

【菓子・デザート】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 / ケーキ・洋生菓子 / 和生菓子 / プリン・ゼリー・ヨーグルト / アイスクリューム・シャーベット

【ソフトドリンク】コーヒー飲料 / 缶コーヒー / 果汁飲料・ジュース / お茶ドリンク / スポーツドリンク / ミネラルウォーター / トマトジュース・野菜ジュース / 牛乳・乳飲料 / 健康・機能性飲料

【ソフトドリンクの容量・購入単位別に】飲料1本単位 / 飲料大容量 / 飲料ケース単位

【アルコール飲料】ビール等1缶単位 / ビール等6缶パック / ビール等ケース単位 / チューハイ等 / 清酒 / 焼酎 / ワイン

【日用品・化粧品・雑貨品】文房具 / 家庭用洗剤 / トイレトペーパー等 / 紙おむつ / サニタリー用品 / サプリメント / 栄養ドリンク等1本単位 / 栄養ドリンク等6本パック / 医薬品 / 歯磨き・歯ブラシ等 / シャンプー・リンス等

商品を購入する店のタイプ / うち一番多い店: 上記60アイテムの品目ごとに

スーパー / 生協 / コンビニエンスストア / ドラッグストア / 100円ショップ / パラエティショップ / 駅売店 / 駅構内のコンビニ / 街の個人商店 / スーパー内の専門店・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 / 通信販売・ネット販売

一番多い店での購入理由・機会: 上記60アイテムの品目ごとに

品質がいいから / 新鮮だから / 安心・安全だと思うから / センスがいいから / 新製品・最新の商品があるから / 店のオリジナル商品・限定商品がある / 有名メーカーの商品が揃っているから / その商品の品揃えが多いから / 安いから / チラシを見て買う / いろいろな商品と一緒に買う / その商品だけ買う / まとめて買う / 少量パック・必要量だけ買える / 他の商品のついでに買える / 買い忘れ・急ぎのときに買える / 昼間に買えるから / 夕方・夜に買えるから / 朝・深夜に買えるから / 休日に買えるから / 家の近くで買えるから / 駅を利用するときには買えるから / 通りがかりに買えるから / なんとなく衝動買い

〔6〕注目36チェーンのイメージ・利用実態

注目チェーンのイメージ

- ・好きな店
- ・割安なものが多いと思う店
- ・品揃えが多いと思う店
- ・身近に感じている店

注目チェーンの利用経験・利用意向

- ・1年以内に利用した店
- ・この1ヶ月で利用した店
- ・今後も、利用したいと思う店

イオン / イトーヨーカ堂 / 西友 / ダイエー / マイカル / いなげや / オオゼキ / オリピック / コモディイダ / サミット / 東急ストア / マルエツ / ライフ / 紀ノ国屋 / 明治屋 / 成城石井 / カルフール / 肉のハナマサ / 生協 / セブンイレブン / ローソン / ファミリーマート / サークルK / サンクス / デイリーヤマザキ / ミニストップ / a m / p m / NEW DAYS / SHOP 99 / ダイソー / マツモトキヨシ / 無印良品 / ソニープラザ / 東急ハンズ / ドン・キホーテ / ユニクロ

〔7〕購買行動・ライフスタイル

嗜好品の購入者

- ・菓子・デザートは: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと食べない
- ・つまみ・軽食は: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと食べない
- ・ソフトドリンクは: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと飲まない
- ・アルコール飲料は: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと飲まない
- ・日用品・化粧品・雑貨品は: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと利用しない
- ・マンガ・雑誌・本・CDは: 自分で買う / 自分の好みのものを家族が買う / 家族まかせ / もともと利用しない

家での食事の該当事項

- ・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
- ・食材の買い物で家族の好みのものを買う
- ・食材は家族に自分の好みを買ってもらう
- ・食事は弁当・惣菜で済ませることが多い
- ・食事は家ではあまり食べない

普段の生活についての該当事項

- ・テレビをよく見る
- ・雑誌をよく読む
- ・新聞をよく読む
- ・チラシをよく見る
- ・フリーペーパーをよく読む
- ・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
- ・お店の売り場で情報収集する事が多い
- ・ショッピングが好き
- ・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方である
- ・食べることが好き
- ・大勢で食事をする事が多い
- ・買い物はデザインを重視する
- ・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
- ・家で過ごすことが多い
- ・買い物は安さを重視する
- ・買い物は品質や機能を重視する
- ・長年続けている趣味がある

日常的に利用しているもの

パソコン / インターネットのホームページ / 携帯電話・PHSでの通話 / パソコンの電子メール / 携帯電話の電子メール / 電車 / バス / 自家用車 / オートバイ / 電動自転車 / 自転車 / 普通自動車の運転免許証 / 電車の定期券 / バスの定期券 / クレジットカード / フェースシート

- ・性別 / 年齢 / 未婚 / 職業・身分 / 家族の同居人数 / 家族構成 / 世帯年収
- ・家族であてはまる人 (乳幼児 / 保育園児 / 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歳以上の方)
- ・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)
- ・居住地域のタイプ (東京23区内の住宅地 / 東京23区内の繁華街・商業地域 / 東京23区内のオフィス街 / 東京23区内の工場の多い地域 / 都下・近隣の住宅地 / 都下・近隣の繁華街・商業地域 / 都下・近隣のオフィス街 / 都下・近隣の工場の多い地域)
- ・通勤・通学の方法 (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)

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
 ・調査方法：弊社「J-FAXリサーチ」モニターへの郵送調査
 ・有効回収数：1,123人(発送数1,400人・有効回収率80.2%)
 ・調査期間：2005年3月1日～14日
 【調査のアウトプットのご購入】
 調査報告書：A4判・129ページ(2005年4月発行)
 集計結果表：A4判・2分冊・1,178ページ(2005年3月発行)
 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他
 ・調査購入費用：定価500,000円(税込525,000円)
 MDBメンバー価格450,000円(税込472,500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 0120-787620

【連絡先・申込書ご送付先】
 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル 〒100-0005
(株)日本能率協会総合研究所 MDB
 「生活者HOTアンケート」事務局 (担当:土井)
TEL 03-6212-9135 FAX 03-6212-9132
 大阪市中央区今橋3-1-7 日本生命今橋ビル 〒541-0042
(株)日本能率協会総合研究所 MDB大阪
 産業調査室 (担当:井下)
TEL 06-6233-2306 FAX 06-6233-2349

●e-mail <info_mlm@jmar.co.jp>
 ●http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_ang/>

これまでに実施した流通・外食関連テーマ《ユーザーDBシリーズ》

<p>No.1 注目100業利用実態 調査報告書<小売業編> ~生活者からみた100業態の利用実態~ 利用者プロフィール・イメージ 首都圏13～69歳の男女800人を対象に、 小売業32業種・注目店67チェーンの 利用実態・意識を調査 小売の業態別・注目チェーン別特性・ メリット・成長性を探る</p> <p>【調査概要】 ・調査対象：首都圏30km圏の満13～69歳の男女 ・調査方法：訪問留置調査 ・有効回収数：655人(標本数800人・回収率81.9%) ・調査期間：2000年10月13日～10月22日 【調査のアウトプットのご購入】 分析レポート編(A4判・461ページ) データベース編(A4判・243ページ) ・調査購入費用： 2冊セット 定価12.8万円(税込13.44万円) 各巻 定価8万円(税込8.4万円) CD-ROM別売 定価8万円(税込8.4万円)</p>	<p>No.2 コンビニ・ファーストフード 利用者構造調査 ~CVS・CVS商品・FFの利用者、 利用のTPO、チェーンの特性~ 利用頻度/時間帯/利用機会/利用意向/イメージ コンビニ・ファーストフードユーザーは どんな人たち?何を買う?なぜ買う? 主要CVS10社・FFチェーン30社の 利用者・イメージ・特徴は? コンビニで売られている商品 60アイテムの特性は?</p> <p>【調査概要】 ・調査対象：首都圏30km圏の満15～69歳の男女 ・調査方法：訪問留置調査 ・有効回収数：600人 ・調査期間：2001年12月7日～12月19日 【調査のアウトプットのご購入】 調査報告書(A4判・2分冊計1,111ページ) 磁気データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他 ・調査購入費用： 定価20万円(税込21万円) MDBメンバー価格 16.8万円(税込17.64万円)</p>	<p>No.3 家族イベント・ごちそう調査 ~イベントマーケティングの 基礎データ集~ 年中行事/家族記念日/ごちそうメニュー 家族のハレの日のイベントの 実施者は?何を?誰と?メニューは? ハレの日の食卓メニューは? 何がごちそう?集まりのメニューは? うれしかったプレゼントは? 誰から?どんな機会に?誰から?</p> <p>【調査概要】 ・調査対象：首都圏30km圏の満15～69歳の男女 ・調査方法：訪問留置調査 ・有効回収数：600人 ・調査期間：2001年12月7日～12月19日 【調査のアウトプットのご購入】 調査報告書(A4判・2分冊計1,037ページ) 磁気データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他 ・調査購入費用： 定価20万円(税込21万円) MDBメンバー価格 16.8万円(税込)</p>
--	--	---

キ・リ・ト・リ・線

MDB「買い物行動研究シリーズ」シリーズ 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」について

購入する 興味がある。(説明が聞きたい、報告書・調査票がみたい)

「注目100業利用実態調査報告書<小売業編>」 **購入する 興味がある。(報告書・調査票がみたい)**

「コンビニ・ファーストフード利用者構造調査」 **購入する 興味がある。(報告書・調査票がみたい)**

「家族イベント・ごちそう調査」 **購入する 興味がある。(報告書・調査票がみたい)**

(MX 1001)

200 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		年 月 日		

(消費税別)

ご記入いただきましたお客様の個人情報は、商品の発送およ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、所定欄にご記入くださいますようお願い申し上げます。