

## 「買い物場所の使い分け調査」結果の速報

### ...だから、このスーパー・このコンビニでこれを買う

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンク（MDB）は、首都圏30km圏に在住する15～69歳の男女を対象に、「買い物場所の使い分け調査」を実施いたしました。本調査は、生活者の視点から、食品・日用雑貨品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、小売業の業態別利用実態、スーパー・コンビニ・ドラッグストアの利用実態、食品・日用雑貨品の購入先とその理由、小売業主要チェーンのイメージと利用意向等について、調査を企画・実施いたしました。その結果、下記のような実態が明らかになりましたので、ご報告いたします。

([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/shopping01.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/shopping01.html))

#### スーパーは中高年主婦、コンビニは30歳前後の男性、

#### ドラッグストア・100円ショップは年代問わず利用。

「スーパー」「コンビニエンスストア」は共に97%、「ドラッグストア」は91%、「100円ショップ」は89%の人がこの1年間で利用したと回答。週に3回以上利用している人は、「スーパー」が「女性ミドル」「女性シニア」で6割以上、「コンビニエンスストア」が「男性ヤングアダルト」で56%と多くを占めた。

#### 総合スーパーは、休日に車で1週間分のまとめ買い、

#### 食品スーパーは、徒歩や自転車で毎日の買い物に利用。

「イオン」「イトーヨーカ堂」「ダイエー」は週に平均1回強、「東急ストア」「サミット」「いなげや」は週に平均2回弱の利用。「イオン」「イトーヨーカ堂」は「休日に」「車で」、「東急ストア」は「平日の昼間に」「徒歩で」、「いなげや」「マルエツ」「ライフ」は「平日の昼間に」「自転車で」利用する。

#### セブン・イレブンの利用理由は、「おにぎり」「弁当」「サンドイッチ」が充実。

利用しているコンビニは「セブン・イレブン」78%、「ローソン」48%、「ファミリーマート」47%、以下「am/pm」「サンクス」「ミニストップ」の順。「セブン・イレブン」の利用理由で目立ったのは、「おにぎりが充実」「弁当が充実」「パン・サンドイッチが充実」の3項目。

#### 主食を買うのは、行きやすさでスーパーよりコンビニ。

#### おやつは、安さでスーパー、新製品や衝動買いでコンビニ。

「おにぎり」「弁当」は「コンビニ」で購入する人が8割、「家の近く」「通りがかり」を理由に。「スナック菓子」「プリン・ゼリー」「アイスクリーム」は、「スーパー」が8割で「いろいろな商品と一緒に」「安いから」、 「コンビニ」が5割前後で「新製品」「いろいろな商品と一緒に」「衝動買い」を理由に。

### 【 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
- ・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(火)～14日(月)

本件の連絡先

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  
「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F  
TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko\_doi@jmar.co.jp

# スーパーは中高年主婦、コンビニは30歳前後の男性、 ドラッグストア・100円ショップは年代問わず利用。

首都圏30Km圏に住んでいる15歳から69歳の男女に、様々な店やサービス23業態別に、1年間の利用経験・利用頻度を聞いてみました。その中から、「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」の4業態について属性別に比較したのが図表1のグラフです。

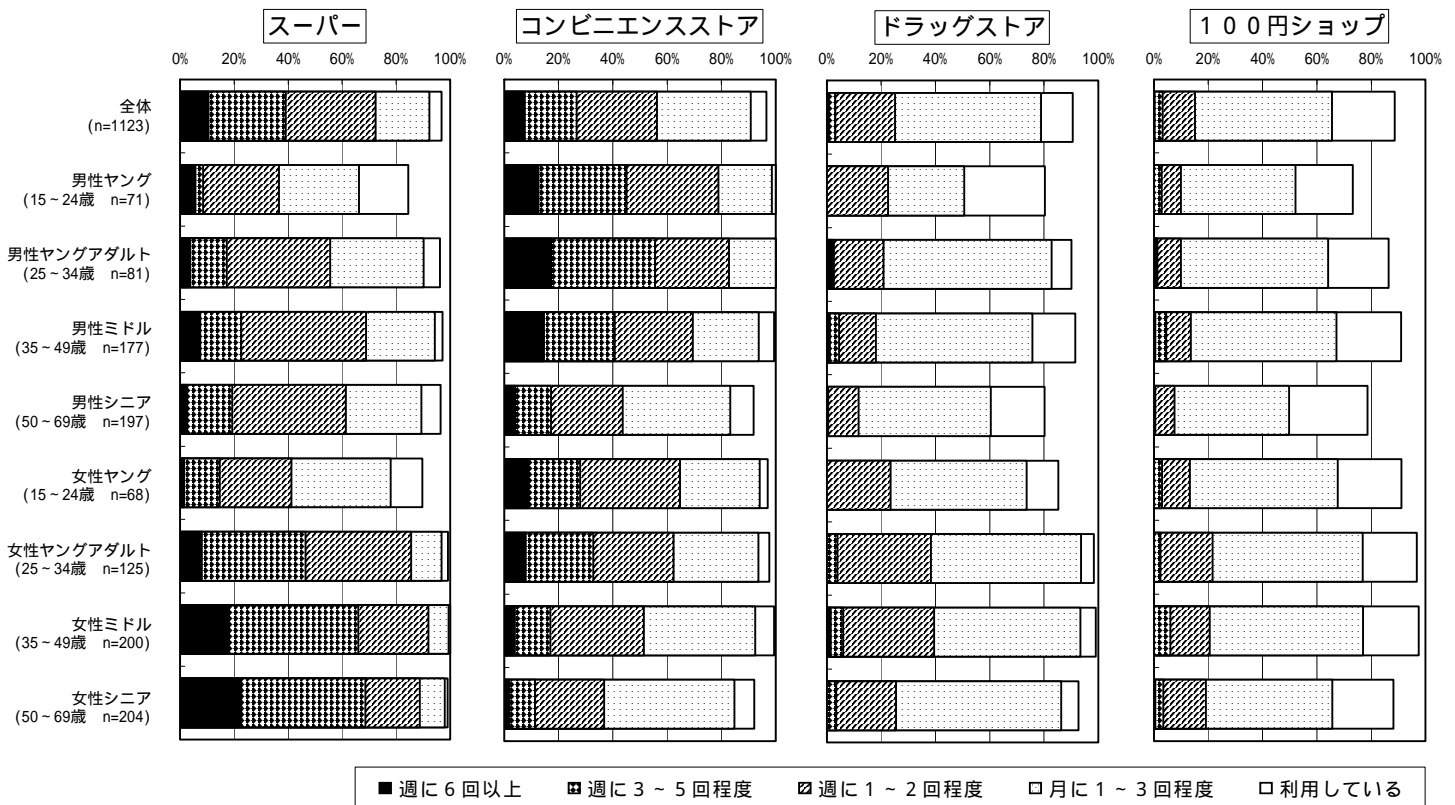
全体では、「スーパー」「コンビニエンスストア」は共に97%と、ほとんど全員がこの1年間で利用したと回答しており、万人が利用する業態であるといえます。また、その利用頻度をみても、週に1回以上利用している人は6～7割、月に1回以上利用している人は9割以上に達します。利用頻度の平均は「スーパー」が週に2.67回、「コンビニエンスストア」が週に2.14回という結果で、いずれも身近に足繁く通って利用されているようです。

次いで、「ドラッグストア」は91%、「100円ショップ」は89%の人が利用したと回答していますが、利用頻度をみるといずれも「月に1～3回程度」という回答が5割強と過半数を占め、スーパーやコンビニほど頻繁に利用されてはいませんでした。

4業態の利用者を属性別に比較してみたところ、1年間の利用経験では属性別にそれほど大きな差はありません。どの年代の人も利用する業態といえます。利用頻度で比較すると、「スーパー」は、「女性ミドル」「女性シニア」で週に3回以上利用している人が6割以上、週に6回以上利用している人が約2割でした。「コンビニエンスストア」は、「男性ヤングアダルト」で週に3回以上利用している人が56%、週に6回以上利用している人が17%と多くを占めました。今回の調査からも、一般のイメージ通り、スーパーのヘビーユーザーは中高年の主婦層、コンビニのヘビーユーザーは30歳前後の男性という結果が出ました。

一方、「ドラッグストア」「100円ショップ」は、男女とも「ヤングアダルト」「ミドル」の利用頻度が高いという傾向は見受けられますが、特にヘビーユーザー層を特定できるほどの差はありませんでした。この2つの業態は、年代を問わず幅広く利用されているようです。

図表1 主要4業態の利用経験(MA)・利用頻度(SA)



# 総合スーパーは、休日に車で1週間分のまとめ買い、 食品スーパーは、徒歩や自転車で毎日の買い物に利用。

普段利用しているスーパーについて、利用しているチェーンごとに利用頻度・利用の機会を聞いてみました。各スーパーチェーンとドラッグストアについて、利用頻度平均・利用時間帯・利用交通手段を比較したものが図表2のグラフです。

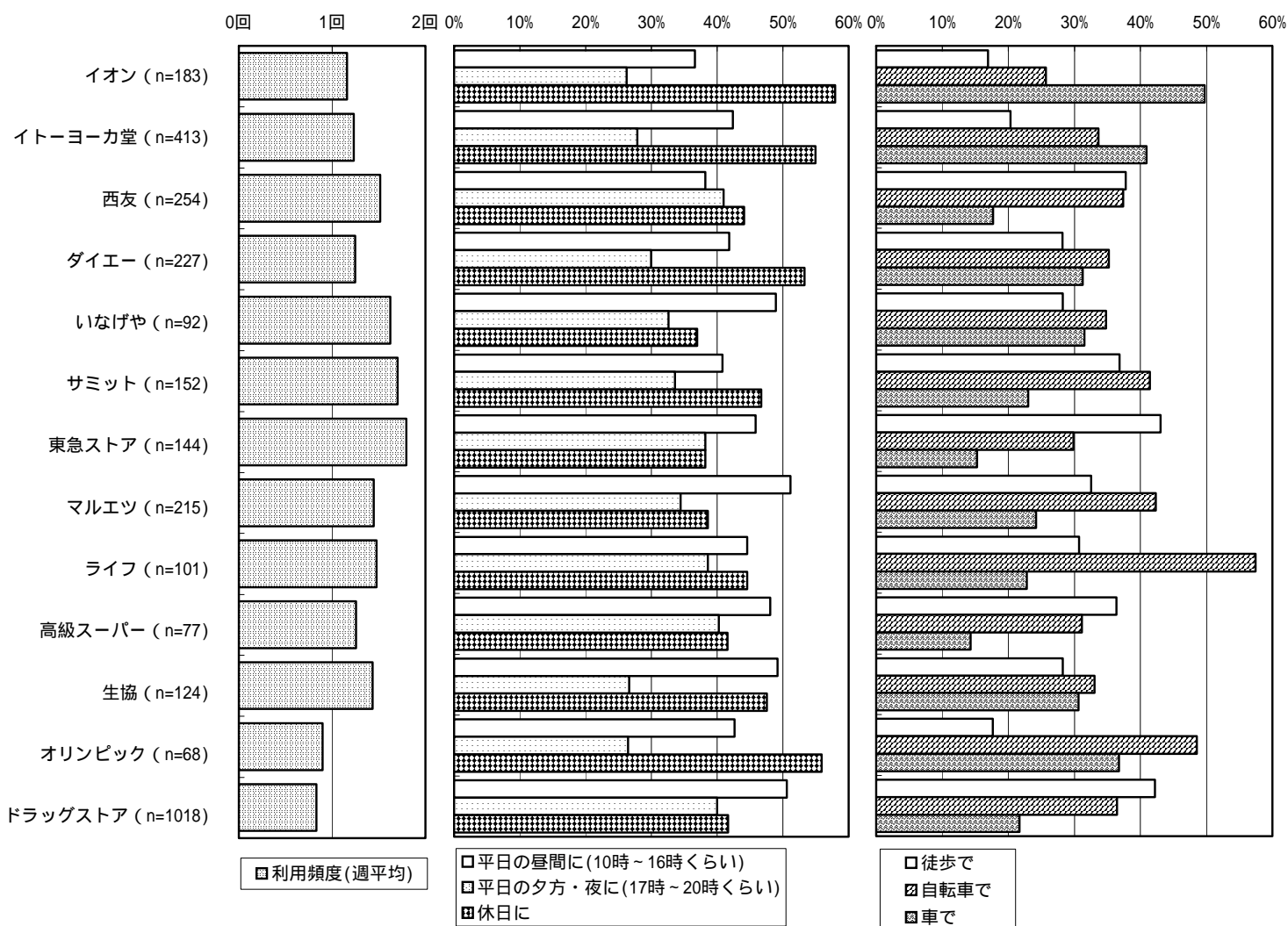
利用頻度をみると、「イオン(ジャスコ・マックスバリュ)」「イトーヨーカ堂」「ダイエー」は、週に平均1回強、「東急ストア」「サミット」「いなげや」は、週に平均2回弱の利用でした。

利用の機会をみると、「イオン」「イトーヨーカ堂」は「休日に」「車で」利用するというパターンが多く、「東急ストア」「高級スーパー」「ドラッグストア」は「平日の昼間に」「徒歩で」、「いなげや」「マルエツ」「ライフ」「生協」は「平日の昼間に」「自転車」で利用するというパターンが多いようです。

「イオン」「イトーヨーカ堂」「ダイエー」など食品だけでなくファッション・住宅用品など幅広い品揃えのある大型の店舗の多い、いわゆる《総合スーパー(GMS)》は、休日に車で1週間分のまとめ買いに利用、「東急ストア」「サミット」「いなげや」などの食品や日用品中心のいわゆる《食品スーパー(SM)》は、徒歩や自転車で行ける距離で平日に毎日の買い物に利用している、という実態が検証できました。

最近、医薬品・日用雑貨品以外に食品・飲料などの品揃えも充実してきた「ドラッグストア」は、利用頻度こそ週に1回に達しませんが、「平日の昼間に」「徒歩で」「自転車」の利用が目立っており、利用する機会は、より身近な食品スーパーに近づいてきたといえるでしょう。

図表2 各スーパー・ドラッグストア利用者の利用頻度(SA)・利用機会(MA)



# セブン - イレブンの利用理由は、 「おにぎり」「弁当」「サンドイッチ」が充実。

普段利用しているコンビニのチェーン名を聞いたところ、名前があがった1位は「セブン - イレブン」で78%、2位は「ローソン」で48%、3位は「ファミリーマート」で47%、以下「am/pm」「サンクス」「ミニストップ」の順でした。

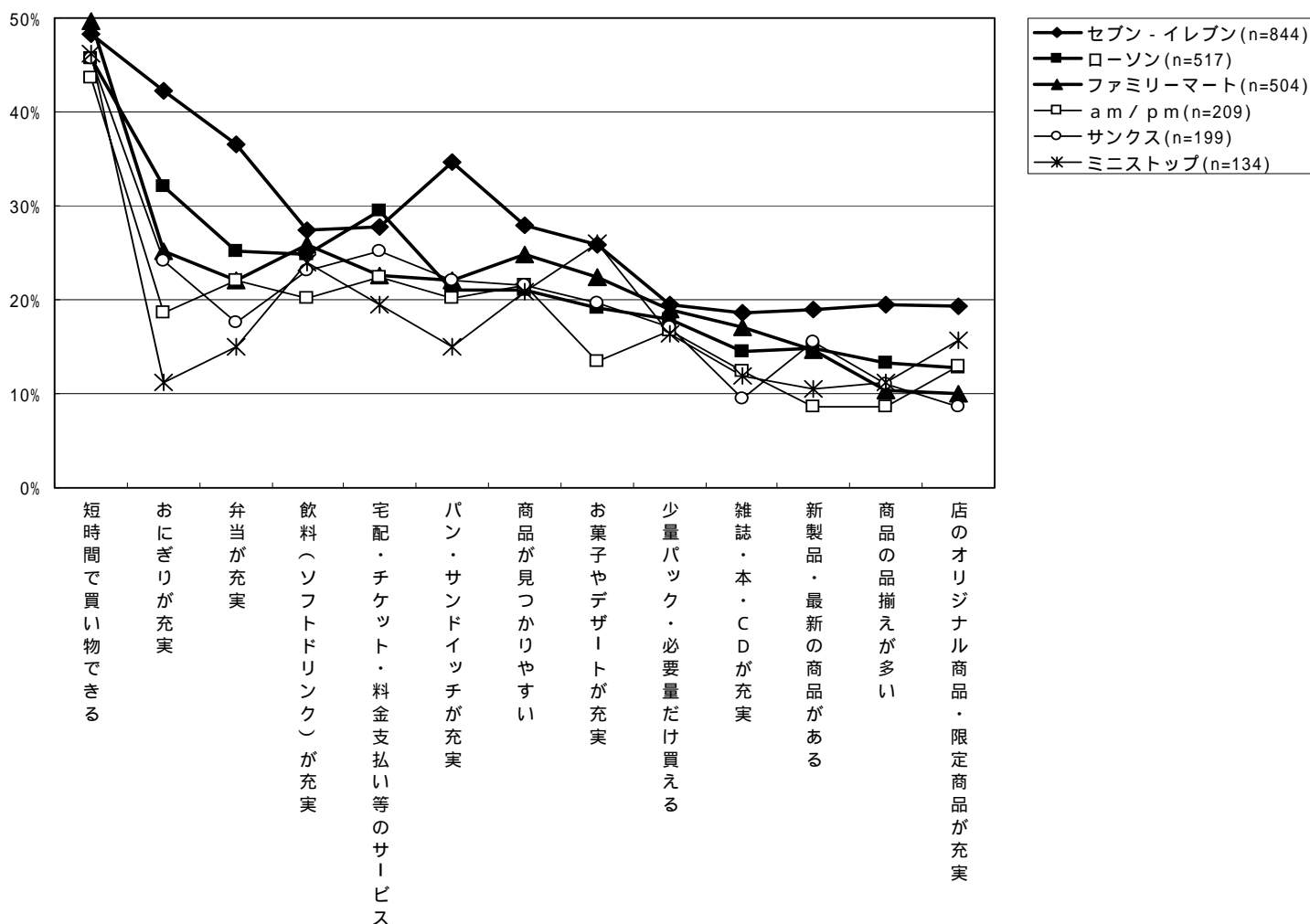
利用している各コンビニチェーンごとに、その店の利用理由を聞いてみました。理由として多くの人があげた項目を、上位6チェーンについて比較してみたのが図表3のグラフです。

利用理由にあげた人がどのチェーンでも5割弱と一番多かったのが、「短時間で買い物できる」でしたが、チェーンによる差はほとんどみられませんでした。

利用理由で特に差が目立ったのは、「おにぎりが充実」「弁当が充実」「パン・サンドイッチが充実」の3項目で、いずれも「セブン - イレブン」の利用理由として評価の高かった項目でした。逆に「飲料(ソフトドリンク)が充実」「商品が見つかりやすい」「少量パック・必要量だけ買える」などは各コンビニチェーンとも2割前後と、あまり差の目立たない項目でした。また、「ローソン」利用者が「宅配・チケット・料金支払い等のサービス」,「ミニストップ」利用者が「お菓子やデザートが充実」をあげた人が他のチェーンより多かったのも特徴的でした。

コンビニチェーンの中で、売上・店舗数ともに業界1位で、今回の調査でも利用率1位であった「セブン - イレブン」の強さの要因は、おにぎり・弁当・サンドイッチなど主食の充実度といえそうです。

図表3 各コンビニチェーンの利用理由(MA)



# 主食を買うのは、行きやすさでスーパーよりコンビニ。 おやつは、安さでスーパー、新製品や衝動買いでコンビニ。

60品目の食品・日用品について、よく買う店を聞いてみました。その中から差の大きかった品目について主要チャンネルを比較してみたのが図表4のグラフです。

「野菜」「精肉」「鮮魚」「冷凍食品」「基本調味料」「スパイス類」「ハム・ソーセージ」「チーズ」といった生鮮・加工食品は、いずれも「スーパー」で買う人が9割以上を占め、次点の「生協」が2割前後であるのと比較して、圧倒的でした。また、生鮮3品と「チーズ」「ハム・ソーセージ」「スパイス類」は「デパート」で買う人が1割前後、「基本調味料」は「100円ショップ」で買う人が8%というのが目立ちます。

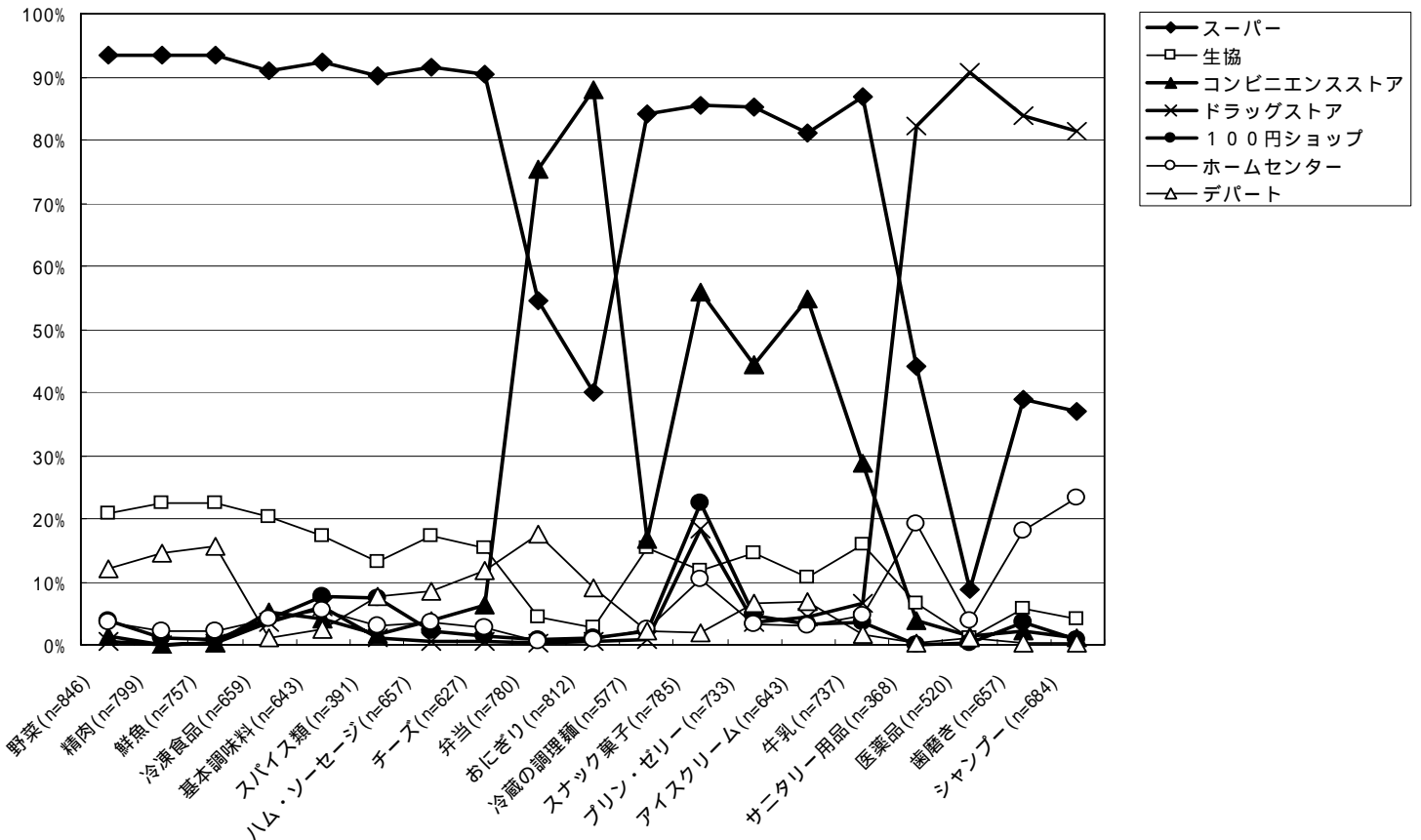
「おにぎり」「弁当」といった主食は、「コンビニエンスストア」で購入する人が8割前後で、「スーパー」を上回ります。これらを「コンビニ」で買う人は「家の近く」「通りがかり」という店への行きやすさを、「スーパー」で買う人は「いろいろな商品と一緒に」「安いから」を理由にあげています。

「スナック菓子」「プリン・ゼリー」「アイスクリーム」といったおやつ類は、「スーパー」で買う人が8割、次いで「コンビニエンスストア」で買う人が5割前後でした。「スーパー」で買う人は「いろいろな商品と一緒に」「安いから」を、「コンビニ」で買う人は「家の近く」「通りがかり」に次いで「新製品」「いろいろな商品と一緒に」「衝動買い」を理由にあげています。

これらのおやつ類は、「生協」で買う人も1割以上おり、またこの中で「スナック菓子」を「100円ショップ」で買う人が22%というのが目立ちます。

「サニタリー用品」「歯磨き」「シャンプー」は、「ドラッグストア」で買う人が8~9割を占め、次いで「スーパー」「ホームセンター」の順で購入されています。

図表4 品目別よく買う店(MA)



「買い物場所の使い分け調査」は、生活者の視点から、食品・日用雑貨品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、首都圏30km圏に在住する15～69歳の男女を対象に、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

小売業の業態別利用実態  
スーパー・コンビニ・ドラッグストアの利用実態  
食品・日用雑貨品の購入先とその理由  
小売業主要チェーンのイメージと利用意向等

### 【調査購入のご案内】

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し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・購入費用：定価500,000円(税込525,000円) / M D Bメンバー価格450,000円(税込472,500円)
- ・調査のアウトプット

- (1) 調査報告書：A4判・129ページ・2005年4月発行
- (2) 集計結果表：A4判・2分冊計1,178ページ・2005年3月発行
- (3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご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。

本調査は、最寄品の購買行動の総合調査として、マーケティング戦略に必要な不可欠な基礎調査データです。今回はその中から、「スーパー・コンビニ・ドラッグストア・100円ショップのユーザー層」「各スーパーチェーンの利用頻度・利用機会」「各コンビニチェーンの利用理由」「品目別よく買う店」に焦点を当てて結果の速報を報告しております。

([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/shopping01.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/shopping01.html))

### 【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所(社長：榮 武男 本社：東京都港区)が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です(<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来36年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画/調査/営業/技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約15万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話1本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確、迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

本件の連絡先

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  
「生活者HOTアンケート」事務局 担当：土井

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F  
TEL:03-6212-9135 FAX:03-6212-9132 E-mail:haruko\_doi@jmar.co.jp

**本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。**