

買い物場所の使い分け調査 2013

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～
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

デフレ脱却時代
購買行動の変質?

◎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・・・

◎一般男女2,000人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。

◎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。

◆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。

〔1〕小売業26業態の利用実態・理由(駅ナカ・デパート・アウトレット・ネットスーパー・通信販売…)

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

〔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)

チェーン × 頻度・利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度…

○コンビニチェーン × 利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度…

○日用品店(ドラッグストア・ホームセンター・100円ショップ・他)

チェーン × 頻度・利用機会・利用理由・店選択の理由・好感度…

〔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…

【調査概要】

- ・調査エリア：首都圏30km圏+関東(首都圏30km圏外)・関西
- ・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人回収見込(発送数3,000人)
- ・調査期間：2013年7月5日(金)～16日(火)

3種類のアウトプットパッケージをご用意！

【本編】15～69歳男女を対象にしたデータを収録。

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書：A4判・約80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

【シニア編】60～70代男女を対象にしたデータを収録。

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書：A4判・約70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

【時系列データ集】2005年～2013年5回分調査の時系列データ。

【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：2005～2013年5回分
・関東+関西エリアの15～69歳男女合計：2009～2013年3回分
- ②集計データ(CD-ROM)：時系列一覧データ、他

【本編】	収録 サンプル数	15～69歳男女		関西
		関東 30km圏内	30km圏外	
2013年*	1,698	1,013	343	343
10代	178	97	40	40
20代	305	182	61	61
30代	304	183	60	60
40代	304	183	60	60
50代	304	183	60	60
60代	304	183	60	60
2011年	1,853	1,060	382	411

【シニア編】	収録 サンプル数	関東		関西
		30km圏内	30km圏外	
2013年*	609	365	122	122
60代	304	183	60	60
70代	305	182	61	61
2011年70代	111	111	-	-

【時系列 データ集】	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*	2,003	1,013	1,698	305	-
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	-	-	-

*2013年のサンプル数は回収見込み

「買い物場所の使い分け調査2013」調査項目

[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
- ・インターネット通信販売
- ・通信販売（カタログ・チラシ等）
- ・テレビショッピング



●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
- ・マックスバリュ
- ・まいばすけっと
- ・いきなりスーパー
- ・イズミヤ／まるとく市場
- ・イトーヨーカドー
- ・ヨークマート／ヨークベニマル
- ・ザ・ブライス
- ・ザ・ガーデン自由が丘
- ・いなげや
- ・エコス／たいらや
- ・オークワ／ブライスカット
- ・OKストア
- ・オオゼキ
- ・オダキューOX
- ・オリンピック
- ・カスミ
- ・関西スーパー
- ・紀ノ国屋
- ・業務スーパー
- ・クイーンズ伊勢丹
- ・京王ストア
- ・KOHYO
- ・コノミヤ
- ・コモディイイダ
- ・サミットストア
- ・三和／フードワン
- ・成城石井
- ・西友
- ・そうてつローゼン
- ・ダイエー
- ・グルメシティ
- ・玉出
- ・つるかめ／テスコ
- ・トーホーストア
- ・東急ストア
- ・東武ストア
- ・肉のハナマサ
- ・阪急オアシス
- ・ピーコックストア
- ・Big-A
- ・Fuji
- ・フレスコ
- ・ベイシア
- ・平和堂
- ・ベルク
- ・マミーマート
- ・マルアイ
- ・マルエツ
- ・マルエツプチ
- ・万代
- ・miniピアゴ
- ・明治屋
- ・ヤオコー
- ・ユタカラヤ
- ・ライフ
- ・リブレ京成
- ・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

平日の朝に★／平日の午前・昼間に／平日の午後★／平日の夕方・夜に／平日の深夜に／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／ネットスーパーを利用／クレジットカードで支払う★／電子マネーで支払う★

●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／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

●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
- ・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
- ・NEWDAYS
- ・ポプラ
- ・ミニストップ
- ・ローソンストア100



●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／道路沿い

●その店の利用機会：平日の朝に★／平日の午前・昼間に／平日の午後★／平日の夕方・夜に／平日の深夜に／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／クレジットカードで支払う★／電子マネーで支払う★

●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

「買い物場所の使い分け調査2013」調査項目

[2] チェーン (個店) 別の利用実態・理由：日用品店

<p>● 普段利用している店舗</p> <p>【ドラッグストア】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ツルハドラッグ ・ アルカドラッグ ・ イレブン ・ ウエルシア ・ ウェルパーク ・ カワチ薬品 ・ キリン堂 ・ くすりの福太郎 ・ クリエイトS・D ・ コクミン ・ サーバ ・ サンドラッグ ・ シップドラッグ ・ スギ薬局 ・ セイジョー ・ セイムス ・ セキ薬品 ・ ダイコドラッグ <p>【ホームセンター】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ツルハドラッグ ・ トモズ/カツマタ ・ ドラッグセガミ ・ ドラッグユタカ ・ ハックドラッグ ・ ばばす ・ マツモトキヨシ ・ ライフオート ・ 【ホームセンター】 ・ 【ディスカウント】 ・ ジェーソン ・ ジャパン ・ ドン・キホーテ ・ ユニティ ・ コチャース ・ 【100円ショップ】 ・ キヤンドウ ・ セリア/生活良品館 ・ ダイソー 	<p>● その店の利用頻度</p> <p>● その店の好感度</p> <p>● その店のタイプ：駅前・商店街/住宅街/繁華街・オフィス街/都心の商業施設内/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</p> <p>● その店の利用機会：平日の朝に★/平日の午前・昼間に/平日の午後★/平日の夕方・夜に/平日の深夜に/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/その店に行くために外出して/クレジットカードで支払う★/電子マネーで支払う★</p> <p>● 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/新製品・最新の商品/プライベートブランド/品揃え/安い/買い物を楽しめる/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/チラシがお買い得/特売情報やクーポンがメール等★/重いもの・かさばるもの</p> <p>● 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</p>
---	--

[3] 食品・日用品80アイテムの購入チャンネル・理由

<p>● 自分で買う商品</p> <p>【生鮮・チルド食品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 野菜 ・ 精肉 ・ 鮮魚 ・ ハム・ソーセージ ・ チーズ ・ バター・マーガリン ・ 米 <p>【惣菜・弁当・パン】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 弁当 ・ おにぎり ・ おかず付パン ・ 菓子パン ・ 食パン等食事パン ・ 麺類の弁当 ・ サラダ ・ フライ類 ・ 惣菜・おかず ・ 肉まん・あんまん ・ おでん <p>【加工食品・調味料】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カップ麺 ・ スープ ・ レトルト食品 ・ 冷凍食品 ・ 基本調味料 ・ 洋風調味料 ・ 素・調理用ソース <p>【菓子】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スナック菓子 	<p>● 3ヶ月間の購入商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 菓子普通サイズ ・ 菓子大容量・徳用袋 <p>【デザート】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ケーキ・洋生菓子 ・ 和生菓子 ・ プリン・ゼリー ・ ヨーグルト ・ アイスクリーム・シャーベット <p>【飲料】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コーヒー飲料・缶コーヒー ・ 果汁飲料・ジュース ・ 炭酸・コーラ飲料 ・ 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・野菜ジュース ・ 牛乳・乳飲料 ・ 健康・機能的飲料 ・ 飲料500ml以下1本単位 ・ 飲料大容量を1本単位 ・ 飲料ケース単位 <p>【お酒】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ビール・発泡酒1缶単位 ・ ビール・発泡酒6缶パック ・ ビール・発泡酒ケース単位 ・ チューハイ・カクテル等 ・ 清酒・日本酒 ・ 焼酎 ・ ワイン <p>【日用・雑貨・健康関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 文房具 ・ 家庭用洗剤 ・ キッチン消耗品 ・ キッチン用品 ・ 掃除消耗品 ・ 掃除用品 ・ 肌着・靴下・ストッキング等 ・ トイレット・ティッシュペーパー ・ 紙おむつ ・ サニタリー用品 ・ ペットフード ・ サプリメント ・ バランス栄養食品 ・ 栄養ドリンク・ドリンク剤 ・ 医薬品 ・ 衛生用品 ・ 歯磨き・歯ブラシ等 ・ たばこ <p>【石けん類・化粧品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 石けん・ボディソープ等 ・ シャンプー・リンス等 ・ 洗顔料・シェービングフォーム等 ・ 基礎化粧品 ・ メイクアップ化粧品 ・ からだ用化粧品 	<p>● よく買う店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ テパート・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 ・ ネットスーパー★ ・ インターネット通信販売★ ・ 通信販売(カタログ・チラシ・テレビ等) <p>● うち一番多い店</p> <p>● その店でその商品を買う理由</p> <p>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に/通りがかりに買える</p>
---	---	--

[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」「自家用の日用品・化粧品・雑貨品」「マンガ・雑誌・本・CDなど」の購入者：自分で買う/自分の好みのものを家族が買う/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/食材の買い物を自分でするときには、家族の好みのものを買う/食材の買い物は、家族に自分の好みの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、行くのは一苦勞である
- 購買行動や生活について：ショッピングが好き/買い物は安さを重視することが多い/買い物は品質や機能を重視することが多い/買い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

「買い物場所の使い分け調査2013」調査項目

関係が広い方である／家族と過ごすことが多い／食べることが好き／大勢で食事をする人が多い／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（通話で）／FAX／携帯電話・スマートフォン（通話で）／携帯電話・スマートフォンでの電子メール／携帯電話・スマートフォン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 ・未婚既婚 ・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

■2013年版アウトプットー式のご購入費用

（消費税別）

	〔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

※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定させていただきます。

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

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ●（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 | <ul style="list-style-type: none"> ●（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			