

## ミセスのお買い物に関する調査レポート

今回は、団塊ミセスと団塊ジュニアミセスのお買い物シーンの中から、特に、“衝動買い”について、まとめてみました。実際のところ、“衝動買い”についてのミセスの認識は、どのようになっているのでしょうか。当初予定していなかった物を購入する = “衝動買い”をするシーンや、きっかけについて聞いてみました。

調査日：2008年10月24日～10月27日実施

調査対象者：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県に居住する既婚女性

調査方法：WEBアンケート調査

集計数： 団塊ミセス(54-60歳)主婦106名 / 団塊ジュニアミセス(30-35歳)主婦148名 計254名

### ミセスの計画購買・衝動購買実態について

日常の買い物で、買い物リストを作り、計画購買が“習慣化”しているのは、2割  
当初予定していなかった物 = “衝動購買”がよくあるのは、5割以上

衝動購買がよくおきるのは、大手総合スーパー

衝動購買する商品は、食料品

衝動購買するきっかけは、「割引・セールをしていたから」「手頃な価格だったから」など  
価格面の声が上位に

### ミセスの衝動購買後の後悔について

約4割は、衝動購買をした後、後悔。6割は、後悔していない

<後悔タイプ>

後悔したことがある商品は、衣服、食品

後悔した理由は、衣服「自分にあわなかった」「結局、必要なかった」。食品「美味しくなかった」「腐らせた・賞味期限が切れた」

<後悔しないタイプ>

後悔しなかった理由は、「買ってよかった」「無駄にはしないから」「よく考えてから買ったから」

### ミセスの衝動購買前の実態について

約1割が、“今買わなければ後悔する！”と思い購入した経験あり

後悔したくない行動がおきるのは、大手総合スーパー、百貨店

後悔したくない商品は、衣服

後悔したくない理由は、「出会い」「今しかない!」「限定」「バーゲン・特売」という声

### ミセスの新品・サービスの情報交換について

約5割は、新製品・サービスの感想を他人と情報交換している

情報交換場所は、自宅・友人宅

情報交換する内容は、「味」「お店情報」「使ってみてどうだったか」など