



## <会社所在地とよく行く街>

首都圏の女性673人に、デパートでのショッピングについてのアンケートを実施した。回答者の会社の所在地は、「品川・芝・高輪・三田エリア」13.8%、「新宿エリア」13.6%、「日本橋・八丁堀・築地エリア」9.9% (グラフ)。

平日によく行く街は、「銀座」47.3%、「新宿」30.1%、「東京(丸の内)」19.1%となった(グラフ)。「銀座」「東京(八重洲)」「日本橋」は年代が上がるほど多く、「新宿」「池袋」「渋谷」「上野・秋葉原」は若い年代ほど多かった。また、休日によく行く街は、「銀座」45.9%、「新宿」39.1%、「池袋」18.3%となった(グラフ)。「銀座」は年代が上がるほど多く、「新宿」「渋谷」は若い年代ほど多かった。

## <デパート>

### 【一緒に行く相手】

平日では「一人で行く」86.4%が圧倒的。どの年代においても最も多かった。次いで「友人」5.2%、「会社の同僚」3.1%となった。24歳以下では「友人」、35歳以上では「家族・親戚」が他の年代より多く、また、「夫・彼」は若い年代ほど多かった。

休日では「夫・彼」31.1%、「一人で行く」27.8%、「友人」24.0%と続く。「夫・彼」は若い年代ほど多く、「一人で行く」は年代が上がるほど多くなった。(グラフ)

### 【デパートの好きなところ】

「何でもそろう」57.7%、「行き慣れている」49.4%、「店内がきれいな」41.6%と続く(グラフ)。34歳以下は「何でもそろう」、35歳以上は「行き慣れている」が最も多かった。25～29歳では「時間つぶしになる」が他の年代に比べ多かった。

### 【行く頻度と利用するフロア】

デパートに行く頻度(月)は、「0～2回」21.4%、「3～4回」29.7%、「5～9回」27.9%、「10回以上」21.1%となり、平均は5.8回となった。20代以下、35歳以上は「3～4回」、30～34歳は「5～9回」が最も多かった。

いつ行くことが多いかは、「主に平日の昼休み」2.6%、「主に平日の会社帰り」55.3%、「主に休日」42.2%となった。20代以下は「主に休日」、30代以上は「主に平日の会社帰り」が最も多かった。「主に平日の昼休み」は年代が上がるほど多くなった。

主に利用するフロアは、「ファッション」81.0%、「デバ地下」68.9%、「コスメ」50.3%と続く(グラフ)。「ファッション」はどの年代においても最も多かった。「デバ地下」「催事場」は年代が上がるほど多く、「コスメ」「生活雑貨」は若い年代ほど多かった。

**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

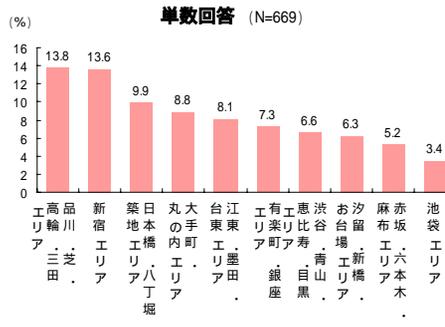
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

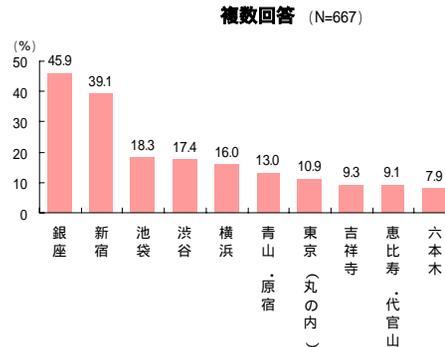
**ウェブサイト** <http://www.kurashihow.co.jp>

**問い合わせ** TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

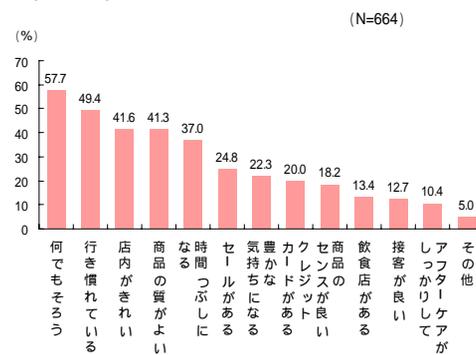
(グラフ) 会社所在地(上位10位)



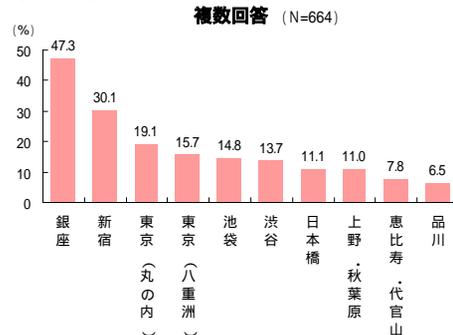
(グラフ) 休日によく行く街(上位10位)



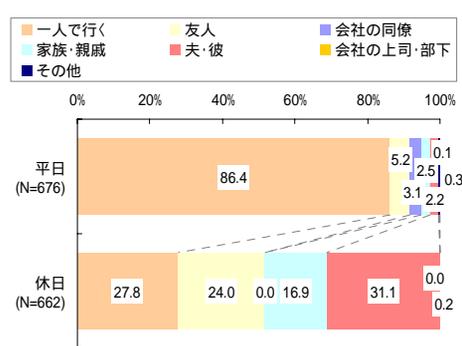
(グラフ) デパートの好きなところ



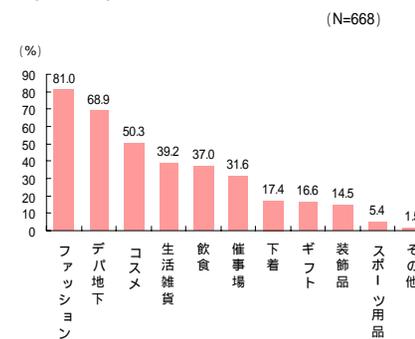
(グラフ) 平日によく行く街(上位10位)



(グラフ) 一緒に行く相手



(グラフ) 主に利用するフロア





## 【使い分けと行く理由】

目的によってデパートを使い分けることがあるかを聞いたところ、「よくある」37.9%、「たまにある」49.5%、「あまりない」11.7%、「全くない」0.9%となり、「よくある」「たまにある」を合わせると87.4%となった(グラフ)。24歳以下では「よくある」、25歳以上は「たまにある」が最も多かった。また「あまりない」は若い年代ほど多かった。

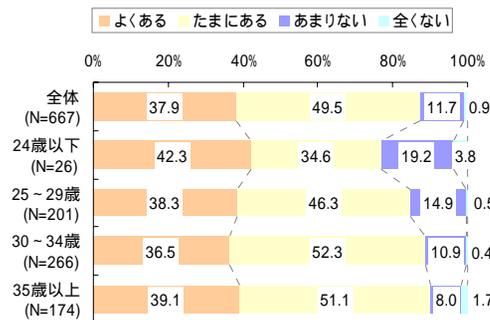
デパートに行く理由で多いものは、「デパ地下に行く」19.7%、「その店のクレジット・ポイントカードを持っている」16.1%、「商品の品揃えが良い」13.6%と続く(グラフ)。「お気に入りのデパートがある」は若い年代ほど多く、「催事に行く」は年代が上がるほど多かった。

## 【情報入手先とほしい情報】

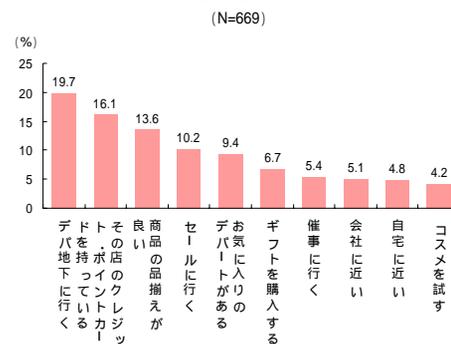
デパートに関する情報入手先は、「シティリビング」59.8%、「お店からのダイレクトメール」42.3%、「インターネット」29.9%と続く(グラフ)。「ファッション雑誌」「友人知人のクチコミ」は若い年代ほど多かった。また、24歳以下では「電車の中吊り」が33.3%と他の年代に比べ多かった。

デパートについて、どんな情報がほしいかは、「セール」76.7%、「イベント」59.1%、「割引クーポン」などのお得情報56.7%と続く(グラフ)。どの年代においても「セール」が最も多かった。24歳以下では「イベント」、30～34歳では「割引クーポン」などのお得情報が他の年代に比べ多かった。また、「ファッション」「コスメ」は若い年代ほど多く、「デパ地下」は年代が上がるほど多かった。

(グラフ) 目的によってデパートを使い分けるか



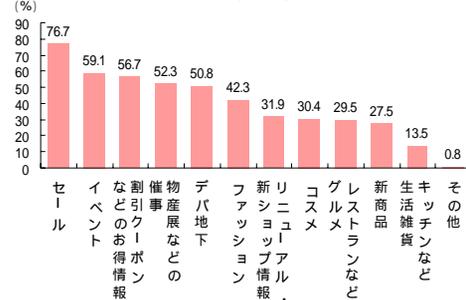
(グラフ) デパートに行く理由 (上位10位) 複数回答



(グラフ) 情報入手先(上位10位) 複数回答



(グラフ) ほしい情報 複数回答



**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

**リビング暮らしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

**ウェブサイト** <http://www.kurashihow.co.jp>

**問い合わせ** TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



## 【最も好きなデパートと行く頻度】

最も好きなデパートは、「新宿伊勢丹」19.2%、「ブランタン銀座」12.5%、「銀座三越」7.2%と続く(グラフ)。新宿伊勢丹は若い年代ほど多く、「銀座三越」、「大丸東京」は年代が上がるほど多かった。また、24歳以下では「ブランタン銀座」が23.1%と他の年代に比べ多かった。

好きな理由をフリーアンサーで聞いたところ、「好きな洋服のブランドがいくつも入っているし、売場面積も広いので品揃えが良い、流行が分かるし、テレビや雑誌で騒がれている有名なお菓子のお店も入っていたりして楽しいし、友人や会社の同僚との話題にもなるから(28歳/新宿伊勢丹)」、「品揃えなど、女性もの多くて使いやすい。セールなどもわりと頻繁にやっているの、待ち時間にちょっとしたものを買うのにも行きやすい。会社帰りの待ち合わせの場所に近い(30歳/ブランタン銀座)」、「ディスプレイも品揃えもセンスがよく、購買意欲をかきたてられる(32歳/銀座三越)」などが挙がった。

最も好きなデパートに行く頻度(月)は、「0~2回」52.8%、「3~4回」26.1%、「5~9回」14.3%、「10回以上」6.8%となり、平均は3.3回(グラフ)。どの年代においても「0~2回」が最も多かった。

## 【実際によく行くデパートと行く頻度】

実際によく行くデパートは、「ブランタン銀座」29.6%、「銀座三越」25.8%、「新宿伊勢丹」24.7%となった(グラフ)。34歳以下は「ブランタン銀座」が最も多く、35歳以上は「銀座三越」が最も多かった。また、「銀座三越」、「松屋銀座」は年代が上がるほど多かった。

よく行く理由は、「通勤ルートにある」42.5%、「ポイントカードを持っている」33.9%、「会社の近所」33.6%と続く(グラフ)。どの年代においても「通勤ルートにある」が最も多かった。また、25~29歳は「家の近所」が他の年代よりも多かった。

よく行くデパートに行く頻度は、「0~2回」39.0%、「3~4回」30.4%、「5~9回」18.1%、「10回以上」12.5%となり、平均は4.4回(グラフ)。24歳以下、35歳以上は「3~4回」、25~29歳、30~34歳は「0~2回」が最も多かった。

## <回答者プロフィール>

年齢：24歳以下 4.0%、25~29歳 29.9%、30~34歳 40.1%、35歳以上 26.0%。平均年齢 31.4歳。  
居住地：東京都 59.4%、千葉県 14.0%、神奈川県 13.8%、埼玉県 11.7%、茨城県 1.0%。  
未婚：未婚 72.2%、既婚 27.8%。  
暮らし：親と同居(独身) 40.4%、一人暮らし 25.9%、夫婦二人暮らし 19.0%、夫婦と子供 7.1%、その他 7.5%。

## <調査実施>シティリビング

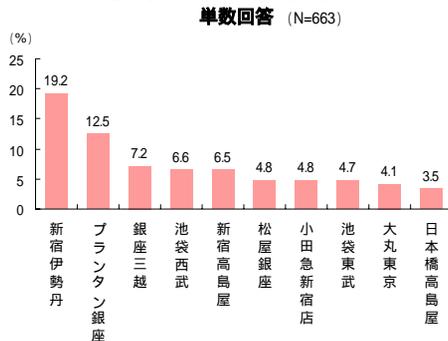
**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。  
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/> )

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

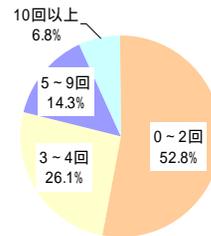
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

## (グラフ) 最も好きなデパート(上位10位)



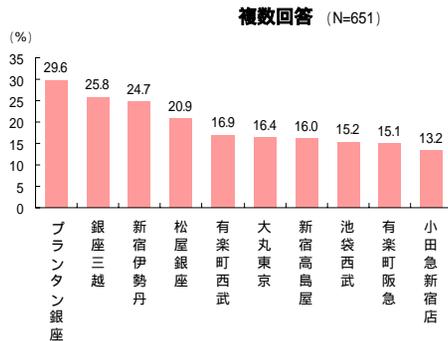
## (グラフ)

## 最も好きなデパートに行く頻度(月) (N=663)

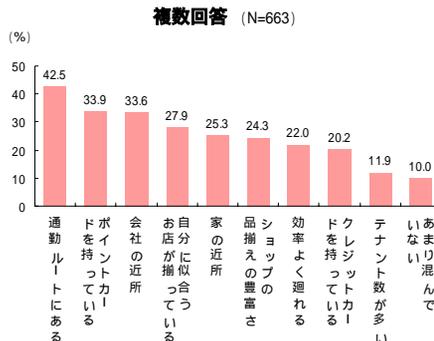


平均: 3.3回

## (グラフ) 実際によく行くデパート(上位10位)

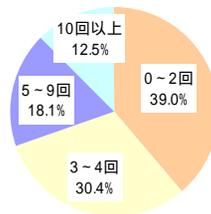


## (グラフ) よく行く理由(上位10位)



## (グラフ) よく行くデパートに行く頻度(月)

(N=657)



平均: 4.4回