



首都圏の女性673人に、購入ジャンル別でのデパートの利用とショッピングスタイルについて聞いた。

<洋服などファッション>

洋服などファッション関連の衣類を最もよく買うデパートは、「ブランタン銀座」14.8%、「新宿伊勢丹」12.8%、「池袋西武」5.9%と続く(グラフ)。「新宿伊勢丹」「池袋西武」は若い年代ほど多く、「松屋銀座」「新宿高島屋」は年代が上がるほど多かった。また、「有楽町阪急」は20代よりも30代のほうが多かった。

洋服などファッション関連の衣類を最もよく買うデパートで、洋服などファッションに月平均いくらくらい使うかは、「2万円超～5万円」35.5%、「1万円超～2万円」30.9%、「5千円～1万円」27.1%となり、平均は2.4万円(グラフ)。どの年代においても「2万円超～5万円」が最も多かった。また、「5万円超」は年代が上がるほど多かった。

<靴やバッグなど雑貨>

靴やバッグなど雑貨を最もよく買うデパートは、「ブランタン銀座」13.2%、「新宿伊勢丹」9.5%、「池袋西武」6.3%と続く(グラフ)。34歳以下では「ブランタン銀座」、35歳以上では「ブランタン銀座」「新宿伊勢丹」が最も多かった。「小田急新宿店」は年代が上がるほど多かった。

靴やバッグなど雑貨を最もよく買うデパートで、靴やバッグなど雑貨に月平均いくらくらい使うかは、「5千円～1万円」50.7%と圧倒的。どの年代においても最も多かった。次いで「1万円超～2万円」27.1%、「5千円未満」11.5%と続き、平均は1.5万円(グラフ)。24歳以下は「5千円未満」が他の年代に比べ多かった。

<ジュエリー>

ジュエリーを最もよく買うデパートは、「新宿伊勢丹」6.8%、「銀座三越」4.6%、「ブランタン銀座」「小田急新宿店」各2.8%と続く(グラフ)。30～34歳は「小田急新宿店」、35歳以上は「銀座三越」が他の年代に比べ多くなった。

ジュエリーを最もよく買うデパートで、ジュエリーに年間平均いくらくらい使うかは、「1万円～3万円」53.2%、「3万円超～5万円」20.6%、「5万円超～10万円」15.7%となり、平均は4.9万円(グラフ)。どの年代においても「1万円～3万円」が最も多かった。また、24歳以下では「1万円未満」「10万円超」、30～34歳では「3万円超～5万円」が他の年代に比べ多くなった。

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/>)

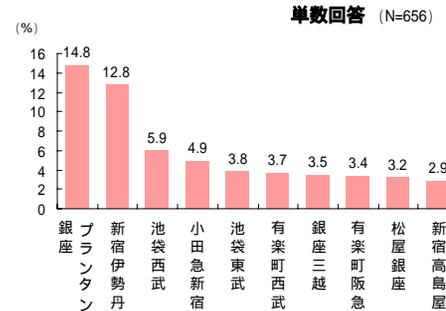
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

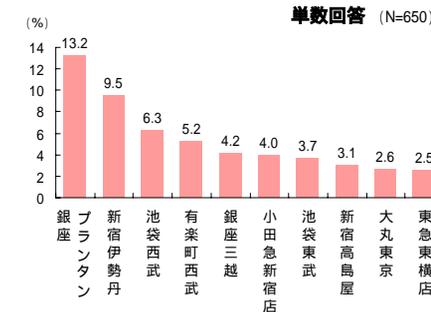
洋服などファッション

(グラフ) 最もよく買い物をするデパート(上位10位)



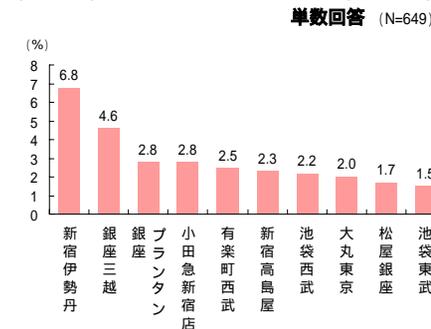
靴やバッグなど雑貨

(グラフ) 最もよく買い物をするデパート(上位10位)

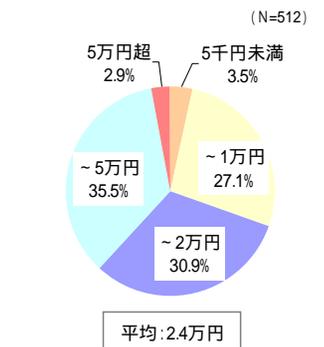


ジュエリー

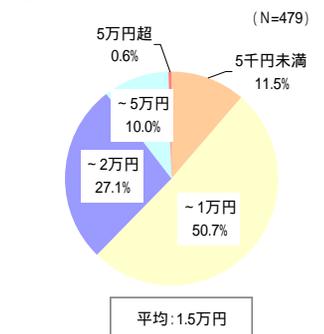
(グラフ) 最もよく買い物をするデパート(上位10位)



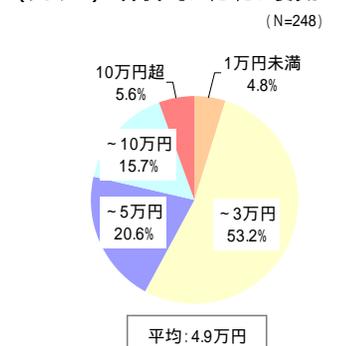
(グラフ) 月平均いくらくらい使うか



(グラフ) 月平均いくらくらい使うか



(グラフ) 年間平均いくらくらい使うか





<コスメ>

コスメを最もよく買うデパートは、「新宿伊勢丹」6.3%、「池袋西武」6.0%、「銀座三越」5.9%と続く(グラフ)。24歳以下は「小田急百貨店」、25～29歳は「池袋西武」、30～34歳は「新宿伊勢丹」「銀座三越」、35歳以上は「新宿伊勢丹」が最も多かった。

コスメを最もよく買うデパートで、コスメに月平均いくら使うかは、「4千円超～6千円」37.3%、「6千円超～1万円」22.3%、「3千円未満」17.2%となり、平均は6.8千円(グラフ)。どの年代においても「4千円超～6千円」が最も多かった。24歳以下は「1万円超」、25～29歳は「3千円未満」、30～34歳は「3千円未満」、35歳以上は「6千円超～1万円」が他の年代に比べ多かった。また、「1万円超」は年代が上がるほど多くなった。

<デパ地下(食品)>

デパ地下(食品)を最もよく利用するデパートは、「銀座三越」11.0%、「大丸東京」10.0%、「新宿伊勢丹」9.1%と続く(グラフ)。「大丸東京」は年代が上がるほど多く、「池袋西武」は若い年代ほど多くなった。

デパ地下を最もよく利用するデパートのデパ地下で、月平均いくら使うかは、「3千円未満」34.3%、「4千円超～6千円」28.4%、「3千円～4千円」21.8%となり、平均は4.7千円(グラフ)。24歳以下、35歳以上は「4千円超～6千円」、25～29歳、30～34歳は「3千円未満」が最も多かった。「1万円超」は年代が上がるほど多くなった。

<2007年 夏のバーゲン>

2007年の夏のバーゲンで、デパートで使った金額は、「2万円超～5万円」40.1%、「5万円超」21.0%、「5千円未満」16.8%となり、平均は4.1万円(グラフ)。どの年代においても「2万円超～5万円」が最も多かった。また、「5千円未満」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/>)

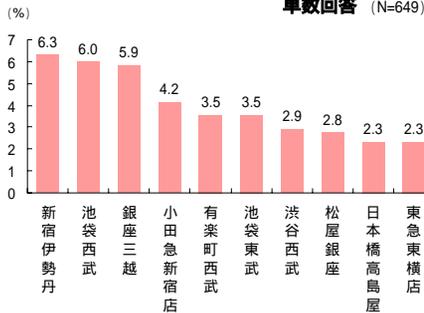
リビング暮らしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

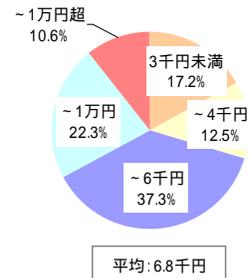
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

コスメ

(グラフ) 最もよく買い物をするデパート(上位10位)
単数回答 (N=649)

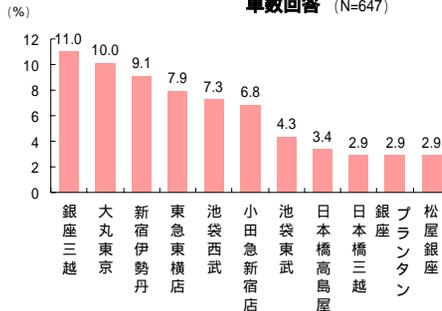


(グラフ) 月平均いくら使うか
(N=367)

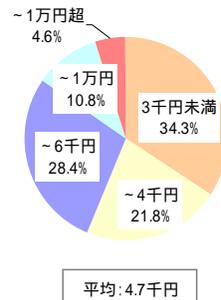


デパ地下(食品)

(グラフ) 最もよく利用するデパート(上位10位)
単数回答 (N=647)

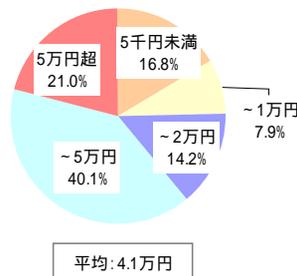


(グラフ) 月平均いくら使うか
(N=545)



2007年 夏のバーゲン

(グラフ) 2007年 夏のバーゲンで使った金額
(N=656)





<ショッピング時間とお店のはしご>

ひとつのお店の滞在時間は、平日の仕事帰りでは「30分～1時間未満」45.2%、「1時間～1時間半未満」27.2%、「10分～30分未満」18.2%と続く。どの年代においても「30分～1時間未満」が4割以上と最も多かった。また、「1時間～1時間半未満」は年代が上がるほど多くなった。

休日では「1時間半以上」51.1%が最も多く、次いで「1時間～1時間半未満」30.9%、「30分～1時間未満」13.8%と続く。どの年代においても「1時間半以上」が最も多く、24歳以下では63.0%となった。

(グラフ)

また、2店以上のデパートを回ることがあるかは、平日の仕事帰りでは「たまにする」38.3%、「あまりしない」37.1%と続く。24歳以下は「あまりしない」、25歳以上は「たまにする」が最も多くなった。「よくする」は年代が上がるほど多くなった。

休日では「たまにする」45.1%、「よくする」43.6%と続く。24歳以下、30～34歳は「よくする」、25～29歳、35歳以上は「たまにする」が最も多かった。(グラフ)

<イベント時のデパートの利用>

[バレンタインのプレゼント(チョコを含む)]

「よく利用する」51.7%、「たまに利用する」34.1%、「あまり利用しない」7.1% (グラフ)。どの年代においても「よく利用する」が最も多かった。

[父の日のプレゼント]

「よく利用する」36.3%、「たまに利用する」30.0%、「父の日にプレゼントは買わない」17.3% (グラフ)。34歳以下は「よく利用する」、35歳以上は「たまに利用する」が最も多かった。「あまり利用しない」は若い年代ほど多くなった。

[母の日のプレゼント]

「よく利用する」39.4%、「たまに利用する」31.6%、「あまり利用しない」15.3% (グラフ)。34歳以下は「よく利用する」、35歳以上は「たまに利用する」が最も多かった。「母の日はプレゼントを買わない」は年代が上がるほど多くなった。

<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。

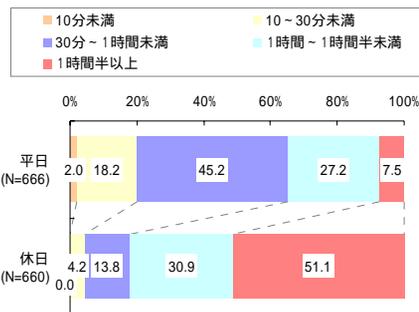
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

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>

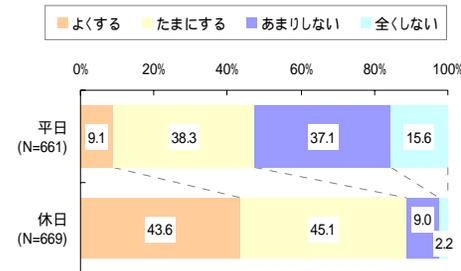
問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) ひとつのお店の滞在時間



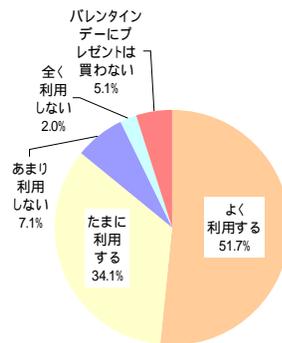
(グラフ)

2店以上のデパートを回ることがあるか



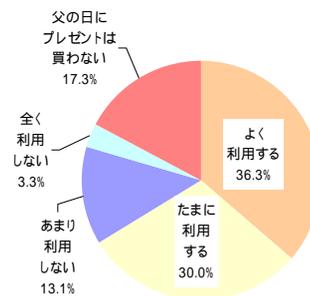
(グラフ) バレンタインのプレゼントでの利用

(N=665)



(グラフ) 父の日のプレゼントでの利用

(N=666)



(グラフ) 母の日のプレゼントでの利用

(N=665)

