



約9割が「週に1回以上コンビニを利用する」

首都圏の女性724人にコンビニはどれくらいの頻度で利用するかを聞いたところ、「毎日ではないが週に数回」49.0%が、どの年代においても最も多かった。次いで「ほぼ毎日」26.3%、「週に1回」11.0%と続き、1週間に1回以上利用する人が約9割になった(グラフ)。

コンビニ利用のパターンは「買うもの・利用したいサービスがあるときだけ立ち寄る」66.5%、「買うもの・利用したいサービスがなくてもつい寄ってしまう」33.5%となった。どの年代においても用事があるときだけ立ち寄る人が多く、24歳以下、35歳以上では7割以上となった。

「買いたいもの・利用したいサービスがなくてもつい寄ってしまう」人に理由を聞いたところ、「新商品をチェックしたいから」49.8%が圧倒的。次いで「暇つぶし」15.7%、「立ち読み」15.3%と続く(グラフ)。「新商品のチェック」は30代以上が5割と多く、25~29歳は「暇つぶし」、24歳以下は「立ち読み」が他の年代に比べ多かった。

<平日に会社の近くでの利用>

【よく利用するコンビニ】

「セブンイレブン」42.9%、「am/pm」41.7%、「ローソン」33.4%と続く(グラフ)。

【よく買うもの】

「飲み物(お茶・ジュース・牛乳など)」75.0%が最も多く、次いで「お菓子」51.8%、「おにぎり」40.6%と続く(グラフ)。「お弁当・惣菜類」「デザート類(ケーキ・アイス・ヨーグルトなど)」は25歳以上で多く、「インスタント食品」は24歳以下で多くなった。

【行くタイミング】

「ランチ前」52.1%、「出勤途中」49.2%、「仕事中」20.3%と続く(グラフ)。「帰宅途中」は若い年代ほど多くなった。

<平日に自宅の近くでの利用>

【よく利用するコンビニ】

「セブンイレブン」55.1%、「ファミリーマート」32.2%、「ローソン」27.9%と続く(グラフ)。どの年代においても「セブンイレブン」が最も多かった。

【よく買うもの】

「お菓子」50.5%、「飲み物(お茶・ジュース・牛乳など)」48.2%、「デザート類(ケーキ・アイス・ヨーグルトなど)」43.5%が高い数値となった(グラフ)。34歳以下は「お菓子」、35歳以上は「飲み物(お茶・ジュース・牛乳など)」が最も多かった。また、「おでん・肉まんなどの軽食」「酒類」は年代が上がるほど多くなった。

【行くタイミング】

「帰宅途中」87.4%が圧倒的で、どの年代においても8割以上だった(グラフ)。「出勤途中」は若い年代ほど多く、24歳以下では約2割となった。

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。

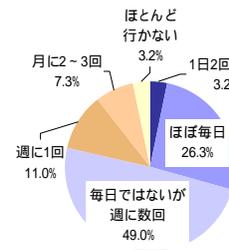
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

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。

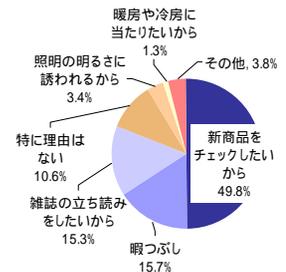
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

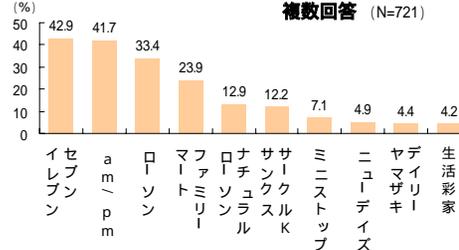
(グラフ) コンビニの利用頻度 (N=716)



(グラフ) <コンビニについて寄ってしまう>理由 (N=235)



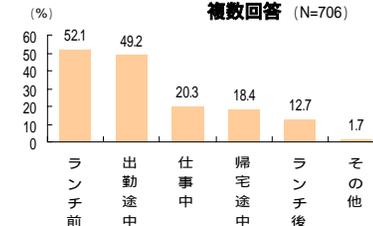
(グラフ) 平日に会社近くでよく利用するコンビニ(上位10位) 複数回答 (N=721)



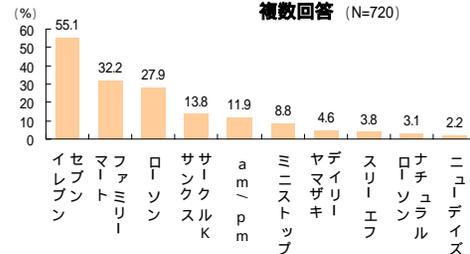
(グラフ) 平日に会社近くのコンビニでよく買うもの(上位10位) 多いものを3つまで (N=707)



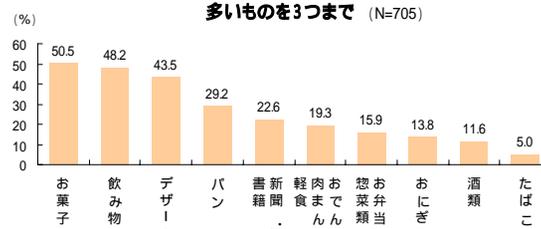
(グラフ) 平日に会社近くのコンビニに行くタイミング 複数回答 (N=706)



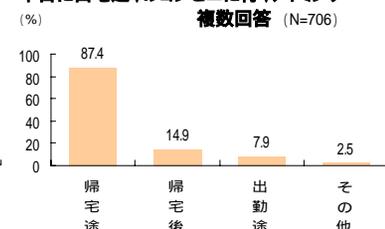
(グラフ) 平日に自宅近くでよく利用するコンビニ(上位10位) 複数回答 (N=720)



(グラフ) 平日に自宅近くのコンビニでよく買うもの(上位10位) 多いものを3つまで (N=705)



(グラフ) 平日に自宅近くのコンビニに行くタイミング 複数回答 (N=706)





<休日に自宅近くでの利用>

【コンビニの利用頻度】

「月に2~3回」32.1%、「ほとんど行かない」31.9%、「土日どちらかで1回くらい」30.6%と続く(グラフ)。24歳以下は「ほとんど行かない」、25~29歳は「土日どちらかで1回くらい」、30歳以上は「月に2~3回」が最も多かった。「休日であればほぼ毎日」は若い年代ほど多くなった。

また、ほとんど行かない人に理由を聞いたところ、「商品の値段が高いから」60.6%がどの年代においても最も多く、次いで「休日に購入する商品・サービスがないから」31.4%、「買い物がか所で済まないから」18.1%と続く(グラフ)。「休日に購入する商品・サービスがないから」は若い年代ほど多く、また、24歳以下は「買い物がか所で済まないから」「商品の品揃えが悪いから」が他の年代に比べ多くなった。

【よく利用するコンビニ】

「セブンイレブン」52.3%、「ファミリーマート」28.6%、「ローソン」25.5%と続く(グラフ)。どの年代においても「セブンイレブン」が最も多かった。25歳以上は「ファミリーマート」「ローソン」、24歳以下は「サークルKサンクス」「ミニストップ」が他の年代に比べ利用率が高かった。

【よく買うもの】

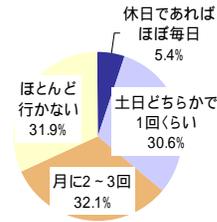
「飲み物(お茶・ジュース・牛乳など)」53.0%、「お菓子」45.8%、「デザート類(ケーキ・アイス・ヨーグルトなど)」39.8%と続く(グラフ)。「飲み物(お茶・ジュース・牛乳など)」「お菓子」は若い年代ほど多く、「おでん・肉まんなどの軽食」は年代が上がるほど多くなった。また、24歳以下では「新聞・雑誌・書籍」が3割となり、他の年代に比べ多くなった。

【行くタイミング】

「昼」49.4%、「夕方」41.2%、「夜」32.6%と続く(グラフ)。どの年代においても「昼」が最も多く、「夜」は若い年代ほど多くなった。

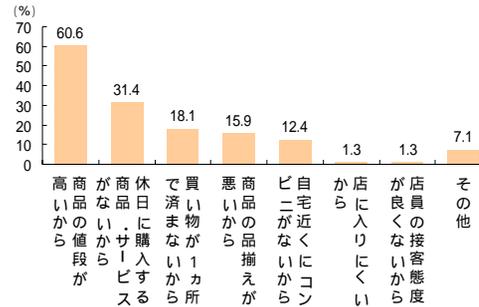
(グラフ)

休日に自宅近くのコンビニの利用頻度 (N=720)



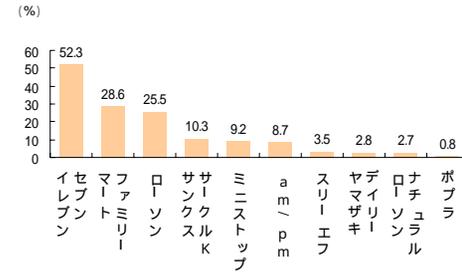
(グラフ)

<休日に自宅近くのコンビニにほとんど行かない人> 行かない理由 複数回答 (N=226)

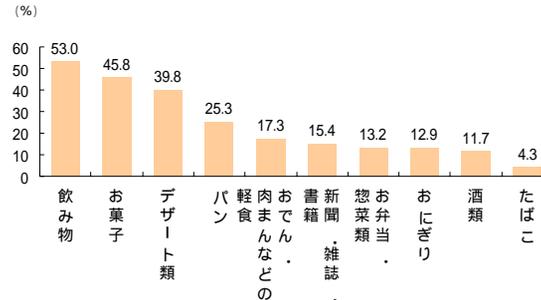


(グラフ)

休日に自宅近くでよく利用するコンビニ(上位10位) 複数回答 (N=709)

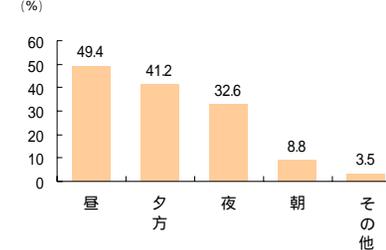


(グラフ) 休日に自宅近くのコンビニでよく買うもの 多いものを3つまで (N=681)



(グラフ)

休日に自宅近くのコンビニに行くタイミング 複数回答 (N=680)



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



<コンビニでの利用金額>

【1回あたりの利用金額】

「500～700円未満」48.7%、「1000円以上」17.0%、「300～500円未満」15.5%と続き、平均金額は607.1円(グラフ)。どの年代においても「500～700円未満」が最も多かった。「1000円以上」は年代が上がるほど多くなった。

【朝食を購入する際の利用金額】

「300～500円未満」51.4%、「300円未満」27.4%、「500～700円未満」19.1%と続き、平均金額は334.2円(グラフ)。どの年代においても「300～500円未満」が最も多かった。

【昼食を購入する際の利用金額】

「500～700円未満」66.3%、「700～1000円未満」18.3%、「300～500円未満」11.7%と続き、平均金額は554.7円(グラフ)。どの年代においても「500～700円未満」が最も多かった。「300～500円未満」は若い年代ほど多く、「700～1000円未満」は年代が上がるほど多くなった。

<コンビニでのついで買い>

「たまにある」53.8%と半数以上。「よくある」31.7%、「あまりない」11.4%、「全くない」3.1%となった(グラフ)。「たまにある」はどの年代においても最も多かった。「よくある」は24歳以下では2割弱なのに対し、25歳以上では3割となった。

<回答者プロフィール>

年齢:24歳以下 3.7%、25～29歳 24.4%、30～34歳 41.4%、35歳以上 30.4%。平均年齢 32.2歳。
居住地:東京都 57.3%、神奈川県 15.3%、千葉県 14.5%、埼玉県 11.9%、茨城県 1.0%。
未婚:未婚 72.4%、既婚 27.6%。
暮らし:親と同居(独身) 38.3%、一人暮らし 26.7%、夫婦二人暮らし 21.6%、夫婦と子供 6.8%、その他 6.5%。
雇用形態:内勤 91.7%、外勤 4.6%、接客 2.0%、働いていない 1.7%。

<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/>)

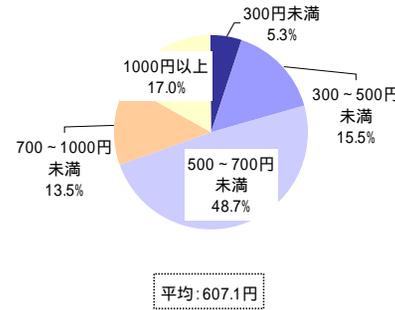
リビング暮らしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) 1回あたりの利用金額

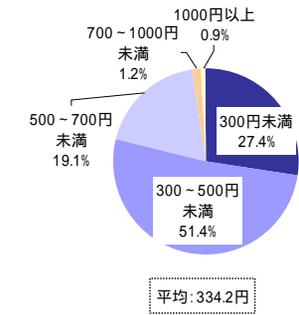
(N=698)



(グラフ)

<コンビニで朝食を買うことがある人>

コンビニで朝食を買う際の利用金額 (N=325)



(グラフ)

<コンビニで昼食を買うことがある人>

コンビニで昼食を買う際の利用金額 (N=596)



(グラフ) コンビニでのついで買い (N=704)

