

女性1919人の声を3つの観点で分析

# ファンが生まれる、深まる理由

新たな商品・サービスが次々と登場し、商品の機能やサービス内容での差別化が難しくなっている時代。競合との差別化の一策として「顧客ロイヤリティの確立・ファンづくり」に、力を入れる企業が増えている。では、消費者自身はどのような商品やサービスにファン意識を持っていて、どのように関わっているのか？ 女性1919人への調査から、ファン化のヒントを探る。

今回の調査では、「化粧品ブランド」「カフェチェーン店」「コンビニデザート」「生活雑貨を扱う大手ショップ」「こだわりの食品店」「100円均一ショップ」の6ジャンルに注目。各ジャンルでいくつかの店やブランドを挙げ、利用者数やファン数(=自分でファンだと思っている人)をチェックした。そして、利用者におけるファンの割合を「ファン率」として算出したところ、「カルディコーヒーファーム」が66.3%と最も高ポイント。続いて「無印良品」50.3%、「アルビオン」48.5%、「スターバックス コーヒー」46.3%となった。

さらに、ファンと回答した人には、店・ブランドの好きな点や、感じていること、どのような自主的関与をしているかを確認した。ジャンルの違いや、利用者・ファンの数のばらつきなどがあって単純に比較はできないものの、それぞれ興味深い特徴が見られた。ファン率の高い店・ブランドは高ポイントな項目が多く、“ならでは”の魅力をファンが感じていることが窺える。そのデータを、ジャンルごとに紹介していく。

【データの注釈】 ※2ページ~7ページ掲載分

$$\text{ファン率} = \frac{\text{ファンだと回答した人数}}{\text{普段利用していると回答した人数}}$$

ファンの気持ち・行動を3つの観点で分析

- 好きな点 (機能的価値)** 10~12項目から複数回答、上位3つを掲載
- 感じていること (情緒的価値)** 8項目から複数回答、上位3つを掲載
- していること (自主的関与)** ファンの熱量と関わる、自主的な行動の中から「クチコミしたことがある」「応援・貢献したいと思う」「新作をチェックしている」の3項目のポイントをグラフで示した

※      は、ジャンル内で最もポイントが高い項目

## 資生堂 (SHISEIDO) ファン率 37.4%

利用者数 318 ファン数 119 (平均年齢49.0歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	84.0%
	品揃えが豊富	34.5%
	価格が手ごろ・コスパがよい	31.9%
感じていること	自分のライフスタイルに合っている	47.9%
	心地よい・癒される	45.4%
	生活の質を上げてくれる	21.8%

〈ファンの自主的関与〉



## 雪肌精 ファン率 37.2%

利用者数 145 ファン数 54 (平均年齢45.9歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	87.0%
	価格が手ごろ・コスパがよい	37.0%
	品揃えが豊富	13.0%
	期間限定品や新商品など、変化がある	13.0%
感じていること	心地よい・癒される	61.1%
	コンセプトや世界観が好き	37.0%
	自分のライフスタイルに合っている	31.5%

〈ファンの自主的関与〉



【調査概要】  
 調査期間 2019年10/9~10/20  
 調査方法 リビング新聞・シティリビング・あんふあんでのWEB調査、リビングファン会員へのWEB調査  
 調査対象 全国の女性1919人  
 回答者プロフィール  
 年代：20代6.9%、30代25.1%、40代32.5%、50代24.4%、60代以上11.2%  
 婚姻状況：既婚74.6%、独身25.4%  
 子どもの有無：いる62.9%、いない37.1%  
 働き方：専業主婦31.8%、フルタイムワーク34.4%、パート・アルバイト27.2%、そのほか6.6%  
 居住地：北海道3.8%、東北5.6%、関東43.8%、中部9.0%、近畿24.9%、中国・四国7.4%、九州5.5%  
 ※各データは小数点以下第2位を四捨五入したため、合計が100%にならないことがある



# 化粧品ブランド

“品質のよさ”“心地よさ・癒し”がファンをつかむ  
 ライフスタイルに合うor生活の質をアップできるとさらに◎

20数種の国内ブランドを挙げ調査。ファン率の高かった6ブランドのデータを紹介します。概ね、「品質がよい」「心地よい・癒される」のポイントが高く、ファン化のポイントといえる。独自の傾向が見られるのがオルビス (ORBIS) で、「価格が手ごろ・コスパがよい」81.9%、「自分のライフスタイルに合っている」62.7%といった親しみやすさが支持されている。資生堂 (SHISEIDO) やソフィーナ (SOFINA)、雪肌精も「ライフスタイルに合っている」のポイントが各3~4割台と比較的高い。

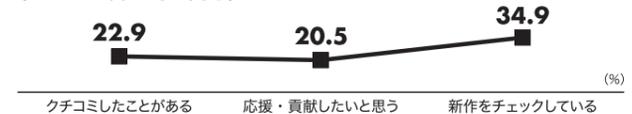
## オルビス (ORBIS) ファン率 38.8%

利用者数 214 ファン数 83 (平均年齢44.3歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい	81.9%
	品質がよい	62.7%
	特典・割引などがある	39.8%
感じていること	自分のライフスタイルに合っている	62.7%
	心地よい・癒される	31.3%
	利用者への気配りが感じられる	25.3%
	コンセプトや世界観が好き	25.3%

〈ファンの自主的関与〉



## SK-II ファン率 37.3%

利用者数 126 ファン数 47 (平均年齢45.9歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	93.6%
	ここにしかないものがある	19.1%
	店員の知識や、オンラインショップなどの情報が豊富	8.5%
感じていること	心地よい・癒される	38.3%
	生活の質を上げてくれる	38.3%
	コンセプトや世界観が好き	27.7%

〈ファンの自主的関与〉



ファンである理由

- ＜資生堂 (SHISEIDO) ＞
  - ・最近ファンデのノリが悪くて、いろいろ美容部員さんに相談した中で資生堂さんが1番相談に乗ってくれてかつ、品質もよく一番肌にフィットした (34歳)
- ＜オルビス (ORBIS) ＞
  - ・美容部員さんが苦手で、オンラインで買える化粧品を探してたどり着きました。毎月届く月刊誌で流行りのメイクの仕方や暮らし方、スキンケアのことなどの情報が得られて気に入っています。詰め替えてエコなところも好きです (37歳)
- ＜ソフィーナ (SOFINA) ＞
  - ・あるイベントで美容相談員の方から体験とご説明があり、お試用品を頂戴致し、それ以来土台美容液を愛用 (52歳)
- ＜雪肌精＞
  - ・あれこれ使ってみた時期がありましたが、程よくしっとりとして使用感がよく、

一方、SK-IIやアルビオン (ALBION) のファンは「生活の質を上げてくれる」(各3割台) ことに価値を感じている傾向。アルビオンは、クチコミしたことがある人 (51.5%)、新作をチェックしている人 (45.5%) が多く、ファンの熱量が高い。また、どのジャンルでも「応援・貢献したい」のポイントは高くない中 (掲載した店・ブランドの平均14.0%)、資生堂 (SHISEIDO)、オルビス (ORBIS) は各20%超えと、思い入れが感じられる。

## ソフィーナ (SOFINA) ファン率 33.0%

利用者数 188 ファン数 62 (平均年齢49.9歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	75.8%
	価格が手ごろ・コスパがよい	46.8%
	店員の知識や、オンラインショップなどの情報が豊富	14.5%
感じていること	心地よい・癒される	45.2%
	自分のライフスタイルに合っている	40.3%
	生活の質を上げてくれる	9.7%

〈ファンの自主的関与〉



## アルビオン (ALBION) ファン率 48.5%

利用者数 68 ファン数 33 (平均年齢38.5歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	97.0%
	店員の知識や、オンラインショップなどの情報が豊富	27.3%
	ここにしかないものがある	24.2%
感じていること	心地よい・癒される	60.6%
	生活の質を上げてくれる	33.3%
	接客に好感が持てる	33.3%

〈ファンの自主的関与〉



- ・香りも好きで使ったときに気分がいい。ついでに言うと、百貨店のカウンターまで行かなくても手に入る。10年くらいの間に他のものを試した時期を経て再び落ち着いたので、改めて好きになりました (37歳)
- ＜SK-II＞
  - ・毎回肌状態をチェックしてもらい、アドバイスなどをもらえることと、使い続けていて単純に自分の肌に合っており、人にも肌を褒められることがあるので (38歳)
- ＜アルビオン (ALBION) ＞
  - ・さまざまなファンデーションを試し、自分にぴったりの物にたどり着いたのが、アルビオン。余程のことがない限り、一生リピートする。質感、カバー力、肌の色の良さ、持ちの良さ、塗りムラのないフィット感などなど、パウダリーファンデーションの最高峰と思っている (40歳)



# カフェチェーン店

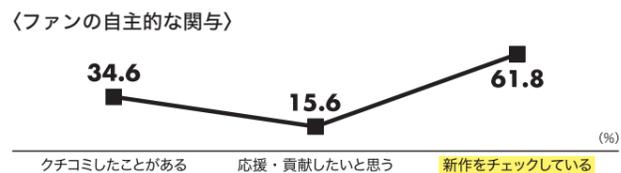
“癒し”はマスト！ おいしさや種類の豊富さ、居心地、コスパなど、それぞれに強みあり

カフェチェーン店でファン率が高い4店のデータを掲載。その共通点は「心地よい・癒される」と感じている人が多いこと。「おいしさ」のポイントが最も高いのは、スターバックス コーヒー (81.2%)。また、「期間限定品や新商品など、変化がある」点を好きという人が48.4%いることもあり、新作をチェックしている人が約6割と多い。コンセプトや世界観、楽しさ・ワクワク感に惹かれている人が各4割超えるこ

とも特徴だ。珈琲所コメダ珈琲店、星乃珈琲店は「居心地のよさ」が6割台と特に高く、「ここにしかないものがある」も2割台ではあるが、支持される理由となっている。どちらも、クチコミしたことがある人が約4割と比較的多い。ドトール コーヒーショップは「価格が手ごろ・コスパがよい」75.6%のポイントがダントツで高い。

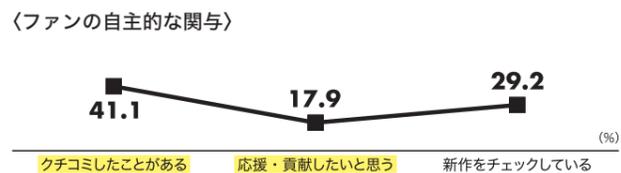
## スターバックス コーヒー ファン率 46.3%

利用者数 999	ファン数 463(平均年齢43.4歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>81.2%</b> 期間限定品や新商品など、変化がある <b>48.4%</b> 品揃えが豊富 <b>41.0%</b>
感じていること	心地よい・癒される <b>53.6%</b> コンセプトや世界観が好き <b>44.7%</b> 楽しい・ワクワクする <b>42.3%</b>



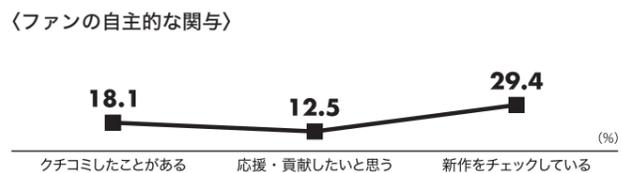
## 珈琲所コメダ珈琲店 ファン率 30.5%

利用者数 550	ファン数 168(平均年齢44.4歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	居心地がよい <b>63.7%</b> おいしい <b>62.5%</b> ここにしかないものがある <b>29.2%</b>
感じていること	心地よい・癒される <b>69.6%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>33.3%</b> コンセプトや世界観が好き <b>25.6%</b>



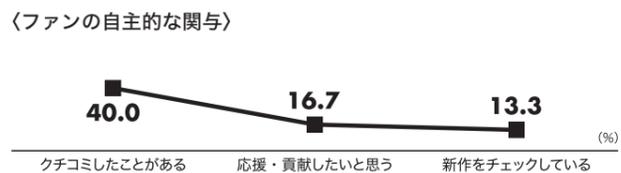
## ドトールコーヒーショップ ファン率 22.1%

利用者数 723	ファン数 160(平均年齢45.9歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい <b>75.6%</b> おいしい <b>72.5%</b> 居心地がよい <b>38.8%</b>
感じていること	心地よい・癒される <b>49.4%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>46.9%</b> 接客に好感が持てる <b>16.9%</b>



## 星乃珈琲店 ファン率 22.6%

利用者数 265	ファン数 60(平均年齢46.0歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>75.0%</b> 居心地がよい <b>68.3%</b> ここにしかないものがある <b>21.7%</b>
感じていること	心地よい・癒される <b>66.7%</b> コンセプトや世界観が好き <b>25.0%</b> 楽しい・ワクワクする <b>25.0%</b>



### ファンである理由

- 〈スターバックス コーヒー〉
- 以前はコーヒーが好きでなく、店員さんに私でも飲みやすいメニューを聞いたとき、とても丁寧にいろんなアレンジメニューなどを教えてくれました (46歳)
  - 期間限定商品のバリエーションが豊富なのところが気に入っています。並んでも飲みたいものがあるのは幸せです (46歳)
- 〈ドトールコーヒーショップ〉
- ケーキや軽食等の味が好きなのと値段が手頃で好きです。店舗数も多く d ポイントなどのポイントが貯めやすいのも魅力 (34歳)
  - どの店舗に行っても接客が丁寧！ ドリンクを S サイズで注文しても満足できるサイズ感なのがうれしい！ (27歳)
- 〈珈琲所コメダ珈琲店〉
- シロノワールというデザートが、家族全員好きというのがファンである理由で

- す。モーニングには、パンと卵が付いていてお得感がある。サンドイッチメニューが豊富で、どれもおいしくボリュームがあるので、さらにファンになりました (52歳)
- シロノワールが好きで食べに行ったときのこと、子どもが途中で泣き始めてしまい、困っていたところ、店員さんがとても優しく対応してくれてうれしくて、さらにファンになった (30歳)
- 〈星乃珈琲店〉
- 接客がとても丁寧です。お店の家具なども好んで、居て落ち着きます (46歳)
  - 前から好きでしたが、妊娠時にカフェインレスのコーヒーを出している喫茶店が近所に星乃珈琲店しかなく、自然とその後も通うようになりました (33歳)



# コンビニデザート

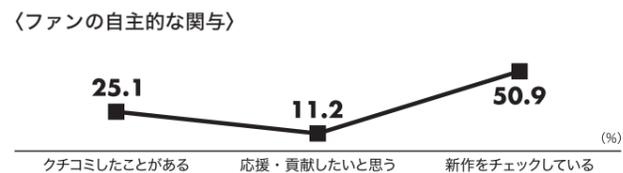
おいしさ、楽しさ・ワクワク感でファンになる新作への期待も大きい！

コンビニのオリジナルデザートのファンは、好きな点として「おいしさ」を挙げる人がどの店でも7～8割台と大多数。セブン-イレブンは「品揃えが豊富」49.3%、ローソンは「価格が手ごろ・コスパがよい」46.7%、ミニストップは「期間限定品や新商品など、変化がある」43.4%、「ここにしかない

ものがある」34.3%のポイントが比較的高い。ファンがコンビニデザートに感じていることは店舗間であまり差がなく、どの店も5割台の人が「楽しい・ワクワクする」と回答している。また、新作をチェックしている人がいずれも4～5割程度いて、期待の大きさが窺える。

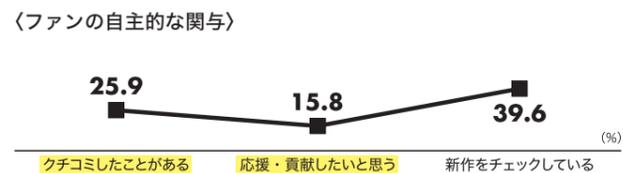
## セブン-イレブン ファン率 42.8%

利用者数 1129	ファン数 483(平均年齢44.4歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>83.0%</b> 品揃えが豊富 <b>49.3%</b> 価格が手ごろ・コスパがよい <b>39.1%</b>
感じていること	楽しい・ワクワクする <b>53.6%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>32.7%</b> 心地よい・癒される <b>22.4%</b>



## ファミリーマート ファン率 15.4%

利用者数 903	ファン数 139(平均年齢46.7歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>74.8%</b> 価格が手ごろ・コスパがよい <b>41.7%</b> 品揃えが豊富 <b>33.1%</b>
感じていること	楽しい・ワクワクする <b>54.7%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>29.5%</b> 心地よい・癒される <b>22.3%</b>

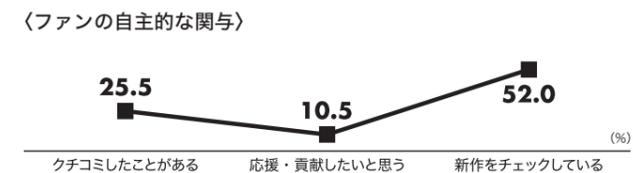


### ファンである理由

- 〈セブン-イレブン〉
- 新商品の移り変わりが早く、飽きさせない。季節に合わせた商品も多くて楽しめる (31歳)
  - セブンプレミアムのアイスを食べ、とてもおいしくて価格も手頃でそれ以来ファンになりました！ (33歳)
- 〈ローソン〉
- キャラクターとコラボしたり面白いものが多い (39歳)
  - ゴディバのコラボスイーツが好きで、新作が出ると必ず買いに行きます。ゴディバコラボがやっている間、週3は食べてるかも (28歳)

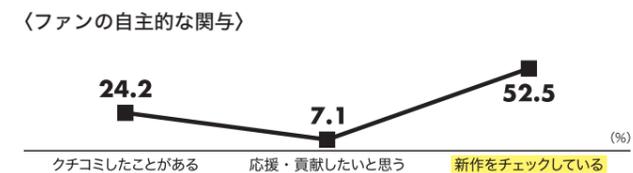
## ローソン ファン率 36.2%

利用者数 1082	ファン数 392(平均年齢44.8歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>81.1%</b> 価格が手ごろ・コスパがよい <b>46.7%</b> 期間限定品や新商品など、変化がある <b>38.5%</b>
感じていること	楽しい・ワクワクする <b>58.2%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>31.4%</b> 心地よい・癒される <b>26.3%</b>



## ミニストップ ファン率 30.7%

利用者数 323	ファン数 99(平均年齢44.4歳)
〈ファンの気持ち〉	
好きな点	おいしい <b>87.9%</b> 期間限定品や新商品など、変化がある <b>43.4%</b> ここにしかないものがある <b>34.3%</b>
感じていること	楽しい・ワクワクする <b>58.6%</b> 自分のライフスタイルに合っている <b>22.2%</b> 心地よい・癒される <b>18.2%</b>



- 〈ファミリーマート〉
- 今はもう販売していないのですが、オニ盛りクリームコーヒーゼリー (名前はうる覚えです) が大変おいしく、毎日のように購入していました。それ以来、ファミリーマートは大好きです (35歳)
  - コスパがとにかくよいと思う。安いわりに意外とおいしい！と思う (35歳)
- 〈ミニストップ〉
- ソフトクリームがとにかくおいしい。最近、ソフトクリームそのものを売っている店も少ないし、季節限定フレーバーも多く、本当にわくわくする (40歳)
  - 昔からアイスがおいしくてよく買っている。ハロハロなど期間限定商品が魅力的なものが多い (41歳)



# 生活雑貨を扱う大手ショップ

品質と心地よさの「無印良品」、楽しさと独自性の「IKEA」  
ライフスタイルに合い、コスパもよい「ニトリ」「カインズ」

ファン率が50.3%と高い無印良品は、ファンの約7割が品質のよさを評価している。また「コンセプトや世界観が好き」な人が63.4%いて、「心地よい・癒される」と感じている人が41.4%と多いのも特徴。新作をチェックしている人も32.8%と比較的多い。

IKEAは「コンセプトや世界観が好き」63.0%、「楽しい・

ワクワクする」71.4%、「ここにしかないものがある」57.1%のポイントが高く、独自性が評価されている。クチコミしたことがある人も3割超と比較的多い。

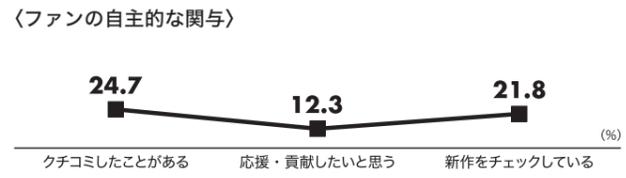
ニトリやカインズは、コスパやライフスタイルに合っている点が支持されている。

**ニトリ** **ファン率 35.3%**

利用者数 1169 ファン数 413(平均年齢44.7歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい	88.1%
	品揃えが豊富	65.9%
	品質がよい	35.4%
感じていること	自分のライフスタイルに合っている	63.7%
	楽しい・ワクワクする	39.0%
	生活の質を上げてくれる	30.3%

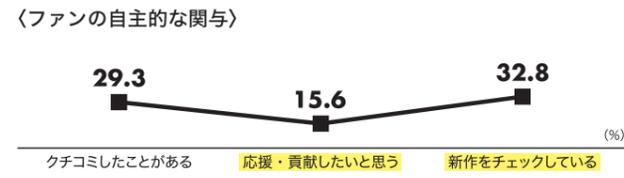


**無印良品** **ファン率 50.3%**

利用者数 1031 ファン数 519(平均年齢43.9歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	69.2%
	品揃えが豊富	60.7%
	価格が手ごろ・コスパがよい	59.2%
感じていること	コンセプトや世界観が好き	63.4%
	自分のライフスタイルに合っている	58.2%
	心地よい・癒される	41.4%

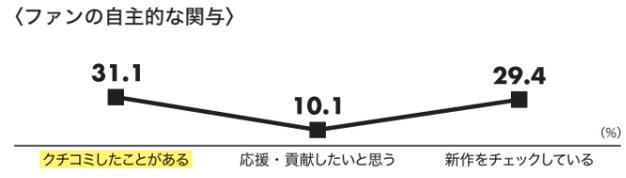


**IKEA(イケア)** **ファン率 27.6%**

利用者数 431 ファン数 119(平均年齢46.1歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい	79.8%
	品揃えが豊富	63.0%
	ここにしかないものがある	57.1%
感じていること	楽しい・ワクワクする	71.4%
	コンセプトや世界観が好き	63.0%
	自分のライフスタイルに合っている	39.5%

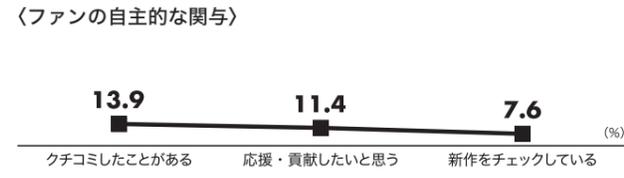


**カインズ** **ファン率 25.0%**

利用者数 316 ファン数 79(平均年齢47.2歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい	79.7%
	品揃えが豊富	59.5%
	品質がよい	25.3%
感じていること	自分のライフスタイルに合っている	58.2%
	楽しい・ワクワクする	25.3%
	生活の質を上げてくれる	22.8%



## ファンである理由

- 〈ニトリ〉
- ・なにより低価格なおしゃれで長持ちするところが気に入っています。気軽にインテリアを変えられるので家の中の生活が楽しくなりました！(33歳)
  - ・個人商店が減り、特に金物屋さんが減ってしまっていて、欲しいものが手に入らず、あっても高価すぎて手が出しづらいつきに、品質も良く手頃な値段で品数豊富なので利用するようになりました(50歳)
- 〈無印良品〉
- ・商品一つひとつのコンセプトがしっかりしていて、品質もよいので自分自身が丁寧な暮らしをできている気分になる(33歳)
  - ・組み立て家具を購入しうまく組み立てられなかった際に問い合わせたら、丁寧に親身になって対応してくれて、さらに利用したいと思った(38歳)

- 〈IKEA(イケア)〉
- ・InstagramやYouTubeでオシャレな人の部屋には必ずあるため。実際に行ってみたらテーマパークみたいでわくわくした(25歳)
  - ・キッズ向けのイベントが豊富、フードコートも利用しやすい。雑貨がおしゃれでしかも安い(33歳)
- 〈カインズ〉
- ・オリジナルのブランドはシンプルで家のテイストに合う。値段も安いので日用品はここでしか買いません(30歳)
  - ・家の近くまでできたので利用しやすくなりました。商品の数も豊富でかわいいものがそろそろ。ポイントもためやすく、店員さんも親切(49歳)



# こだわりの食品店/100円均一ショップ

「カルディ」の楽しさ、「成城石井」のクオリティーが人気  
「ダイソー」は品揃え、「Seria」はここにしかないものがある

こだわりの食品を扱う2店について調査したところ、利用者の約3分の2がファンである「カルディコーヒーファーム」の人気の理由は、品揃えの豊富さ、ここにしかないものや期間限定品などが見つかる楽しさ・ワクワク感にある。「成城石井」は、「品質がよい」「ここにしかないものがある」「生活の質を上げてくれる」のポイントが高く、ファンの信頼は厚

い。どちらも、クチコミをしたことがある人が3割超、新作をチェックしている人が4割前後いる。

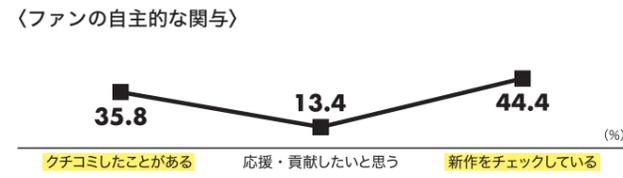
100円均一ショップ2店のうち、「ここにしかないものがある」のポイントが高いのはSeria。ダイソーは特に、品揃えの豊富さを評価する人が約8割と多い。

**カルディコーヒーファーム** **ファン率 66.3%**

利用者数 1057 ファン数 701(平均年齢45.4歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品揃えが豊富	75.5%
	ここにしかないものがある	51.6%
	期間限定品や新商品など、変化がある	40.2%
感じていること	楽しい・ワクワクする	71.9%
	コンセプトや世界観が好き	38.7%
	自分のライフスタイルに合っている	34.8%

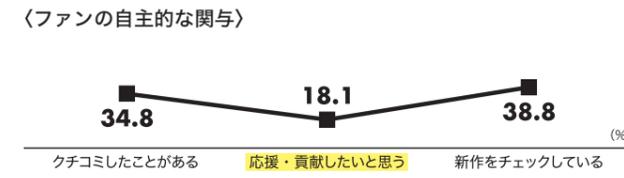


**成城石井** **ファン率 35.6%**

利用者数 638 ファン数 227(平均年齢47.2歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品質がよい	74.0%
	ここにしかないものがある	59.9%
	品揃えが豊富	54.2%
感じていること	生活の質を上げてくれる	59.9%
	楽しい・ワクワクする	43.2%
	コンセプトや世界観が好き	36.6%

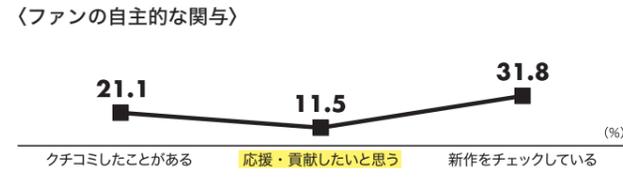


**ダイソー(DAISO)** **ファン率 33.9%**

利用者数 1663 ファン数 563(平均年齢46.6歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	品揃えが豊富	80.8%
	価格が手ごろ・コスパがよい	77.6%
	ここにしかないものがある	23.3%
感じていること	楽しい・ワクワクする	57.0%
	自分のライフスタイルに合っている	49.0%
	生活の質を上げてくれる	18.7%

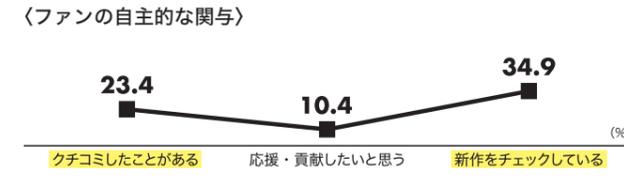


**Seria(セリア)** **ファン率 39.6%**

利用者数 1338 ファン数 530(平均年齢44.4歳)

〈ファンの気持ち〉

好きな点	価格が手ごろ・コスパがよい	72.3%
	品揃えが豊富	70.9%
	ここにしかないものがある	43.0%
感じていること	楽しい・ワクワクする	64.5%
	自分のライフスタイルに合っている	43.4%
	コンセプトや世界観が好き	29.4%



## ファンである理由

- 〈カルディコーヒーファーム〉
- ・店内を見ているだけで楽しい。期間限定の商品や福袋がすぐに売り切れて買えないのが哀しい。いつか買いたい(43歳)
  - ・ドレッシングや紅茶やお菓子など、ここで買うと決めているものがあります。おいしいし、お手頃な値段なのでまた買おうと思います(48歳)
- 〈成城石井〉
- ・東京に行ったときに何げなくクッキーを買ってみたら、死ぬほどおいしくて一気にファンに。自分の住む地域にはお店がないので、関東に行く時は成城石井巡りをするほど好き(37歳)
  - ・無添加なお弁当ものが多い。品揃えが豊富。外国産のお菓子の種類も豊富。いつも笑顔で楽しそうに接客をしてくださる方が多い(41歳)

- 〈ダイソー(DAISO)〉
- ・100円とは思えない優れものがたくさんあって、商品を使ったアレンジとかもいるんならが発信して作るのが楽しい(60歳)
  - ・他の店を探してもないがダイソーにならある、品質が良かった、ということが多い(38歳)
- 〈Seria(セリア)〉
- ・とにかくお手頃。それなのにオシャレ感があったり、季節感もあり、並々ならぬ企業努力を感じます(28歳)
  - ・手芸用品やDIY用品が豊富で好みに合っているから(57歳)