

100円均一ショップでの買い物に関するアンケートを実施 ～月1回以上利用しているのは既婚女性の76.7%。 生鮮食品の購入意向は2割にとどまる。～

2005年7月22日

株式会社インテージ

ヤフー株式会社

100円均一ショップでの買い物に関するアンケートを実施

～月1回以上利用しているのは既婚女性の76.7%。

生鮮食品の購入意向は2割にとどまる。～

「Yahoo!リサーチ」のアドレス：<http://research.yahoo.co.jp/>

株式会社インテージとYahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社は共同で、「Yahoo!リサーチ・モニター」のうち、東京都近郊に住む20代から50代までの既婚女性403人を対象に、7月5日（火）から7月8日（金）にかけて、100円均一ショップでの買い物に関するアンケートを実施しました。

<調査の概要>

調査期間： 2005年7月5日（火）～7月8日（金）

調査対象： Yahoo!リサーチ・モニター
（東京・神奈川・千葉・埼玉に住む既婚女性）

調査方法： ウェブ上でのアンケート調査

回答者数： 403名

世代別構成比：20代－25.1%、30代－22.1%、40代－29.0%、50代－23.8%

<集計結果>

- ◆ 回答者のうち、76.7%の人が「100円均一ショップを月1回以上利用している」と回答しました。
- ◆ 100円均一ショップで買ったことのあるものとしては、キッチン雑貨（89.8%）、文具（88.5%）が多くあがり、食器（65.1%）と菓子・スナック類（63.3%）がそれに続きま

した。

- ◆ 100円均一ショップで生鮮食品が売られていることは、76.7%の人が知っていましたが、購入経験のある人は25.8%、購入意向のある人は20.4%にとどまりました。
- ◆ 100円均一ショップで生鮮食品の購入経験があって今後も購入意向のある人は38.4%だったのに対して、購入経験のない人の購入意向は14.0%となりました。
- ◆ 購入意向のない人は、その理由として「鮮度や品質が不安」、「近所がない」、「なじみがない」などをあげました。

アンケート結果の詳細は下記のとおりです。

質問1：どの程度の頻度で「100円均一ショップ」を利用していますか。

週に1回以上（21.1%）
月に1回から3回程度（55.6%）
月に1回未満（22.8%）
利用しない（0.5%）

質問2：（100円均一ショップを利用したことのある人に質問）100円均一ショップでお買いになったことがあるものをすべてお答えください（複数回答）。

1位 キッチン雑貨（89.8%）
2位 文具（88.5%）
3位 食器（65.1%）
4位 菓子・スナック類（63.3%）
5位 バス・トイレタリー雑貨（62.6%）

質問3：最近、生鮮食品を販売している100円均一ショップがあることを知っていましたか。

知っていて購入したことがある（25.8%）
知っているが購入したことがない（50.9%）
知らなかった（23.3%）

質問4：今後、100円均一ショップで生鮮食品をどの程度お買いになりたいですか。

買いたい、まあ買いたい（20.4%）
どちらともいえない（38.2%）
買いたくない、あまり買いたくない（41.4%）

質問5-1：100円均一ショップでの生鮮食品の購入経験（質問3）と、今後の購入意向（質問4）との関係

	買いたい、 まあ買いたい	どちらともいえない	買いたくない、 あまり買いたくない
購入経験あり	38.4%	30.8%	30.8%
購入経験なし	14.0%	40.8%	45.2%

質問5-2：100円均一ショップで生鮮食品を買いたい、あるいは買いたくない理由（自由記述回答から抽出）

購入経験があって、今後も買いたい理由：新鮮で安いから。量も調節して買えるから。二人暮らしなので、量がちょうど良い。

購入経験があって、今後は買いたくない理由：鮮度や品質に不安がある。
輸入品が多いようで、添加物が心配だから。

購入経験がなくて、今後は買いたい理由：安ければ試してみたい。
買いたいけれど、近所がない。

購入経験がなくて、今後は買いたくない理由：鮮度や、安全性が少し不安。
近くに新鮮でしかも安いスーパーがあるから。
なじみがない。

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ（市場名：JASDAQ、銘柄コード：4326、本社：東京都西東京市、設立年月日：1960年3月2日、代表取締役社長：田下憲雄）は、時代に先駆けてマーケティングの重要性を認識し、1960年に設立された日本のリサーチ会社のパイオニアです。以来40年以上にわたり、各種情報収集網の拡充、データ処理体制の確立、独自の分析ツールの開発など、「リサーチ」と「システム」の二つの領域で高度な技術とノウハウをもって、顧客の経営の意思決定に関わる「価値ある情報＝インテリジェンス」を提供しています。

【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4022万人のユニークカスタマー数※と、1日10億3000万ページビューのアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイルなど多くのサービスを提供しています。Yahoo!のグローバルウェブネットワークは、アメリカ合衆国、ラテンアメリカ、カナダ、ヨーロッパ、アジアなど世界25の国と地域で展開しています。

※2005年6月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率84.7%、職場からの視聴率86.1%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約4745万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。

【Yahoo! リサーチ】 <http://research.yahoo.co.jp/>

「Yahoo!リサーチ」は、約40万人のモニター会員を持つ、さまざまな市場調査を実施する法人向けインターネット調査サービスで、インテージとYahoo! JAPANが共同で設立した株式会社インテージ・インタラクティブ（本社：東京都東久留米市、代表者：長崎貴裕）が運営しています。モニター会員はインターネットユーザーの約8割がアクセスするYahoo! JAPANから集められているので、母集団の代表性に優れています。また、年齢、性別、職業、業種、年収、家族構成など50項目にのぼる属性データを持っており、目的に応じた属性でのインターネット調査がスピーディーに実施できる仕組みとなっています。