



消費者情報

特集：百円ショップ利用実態

平成17年6月28日発行 (第9号) 隔月刊

発行者 坂上真介 編集長 泓武志

所在 渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビル

株式会社市場開発研究所

連絡先 :Tel 03-3498-1561

Fax 03-3498-7342

調査の背景と目的

大手コンビニエンスチェーン店が、百円ショップに進出するニュースを目にするようになりました。新業態に進出するのは、競合との出店競争による成長の鈍化とコンビニでは獲得しきれない顧客層を取り込むことが背景にあります。

対する百円ショップは、既存店の売上は伸びており、出店も積極的で右肩上がりの成長がつづいています。一方で、百円ショップも飽和状態になり、明暗が分かれる企業や路線変更に活路をみいだす企業が出始めていると聞きます。

今回の特集は、そのような消費者にとっては身近になりつつある百円ショップに焦点をあて、利用状況を把握するとともに、「つい買すぎてしまう」「いらぬものまで買ってしまう」といった購入実態についても聞いてみました。

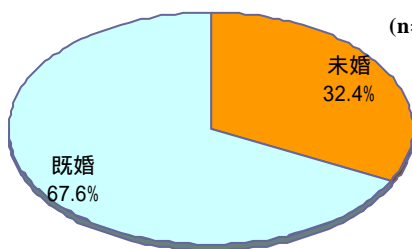
調査の概要

- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2005年6月23日～6月24日
- 調査対象：MDRインターネット調査モニター
—都三県在住の20～49才 女性
- 対象条件：百円ショップ利用者経験者
- 調査数：105サンプル

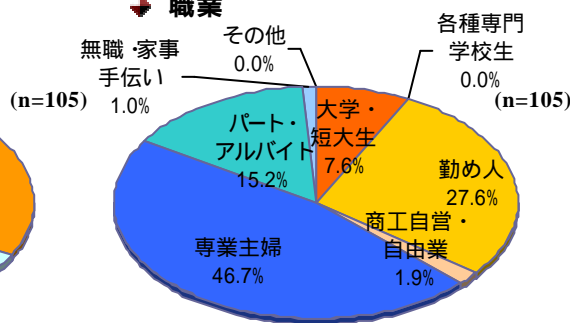
性別	計	20～29才	30～39才	40～49才	平均
女性	105	33	36	36	(人) 34.81才

対象者プロフィール

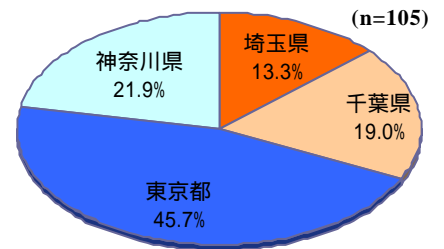
未既婚



職業



居住地

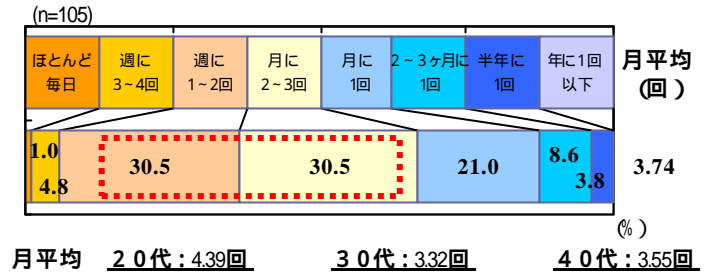


百円ショップ利用実態

利用頻度 Q.あなたは、百円ショップをどの程度利用しますか。

月平均3.74回の利用、20代の利用頻度が高い!

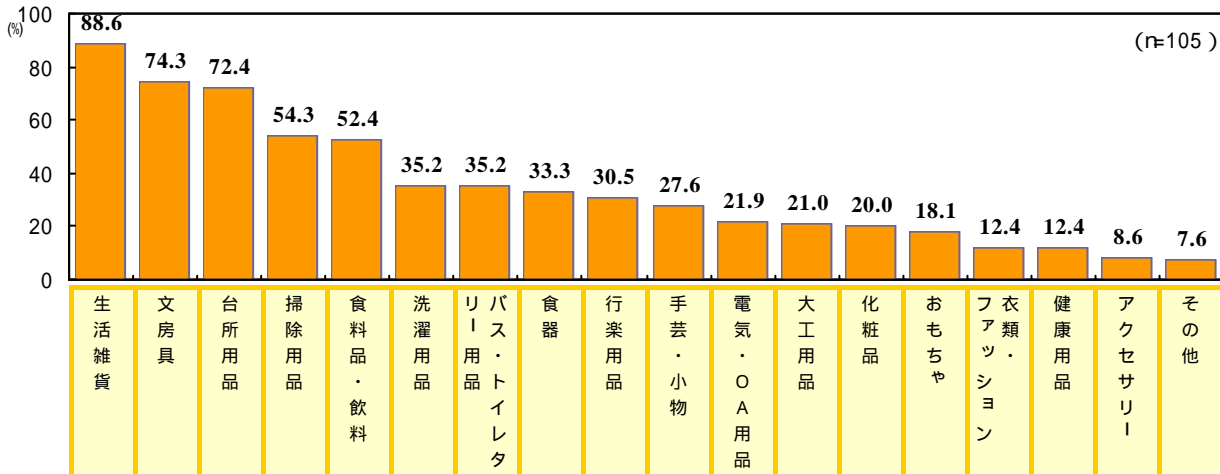
- 百円ショップの利用頻度では、「週に1~2回」「月に2~3回」が共に30.5%と6割を占めています。月平均でみると3.74回の利用になります。
- 年代別で見ると、20代では月平均4.39回と30・40代より1回ほど利用が多いです。



購入商品 Q.あなたは、百円ショップで主にどのような商品を購入しますか。あてはまるものをいくつでもお答えください。

生活雑貨を9割近くが購入

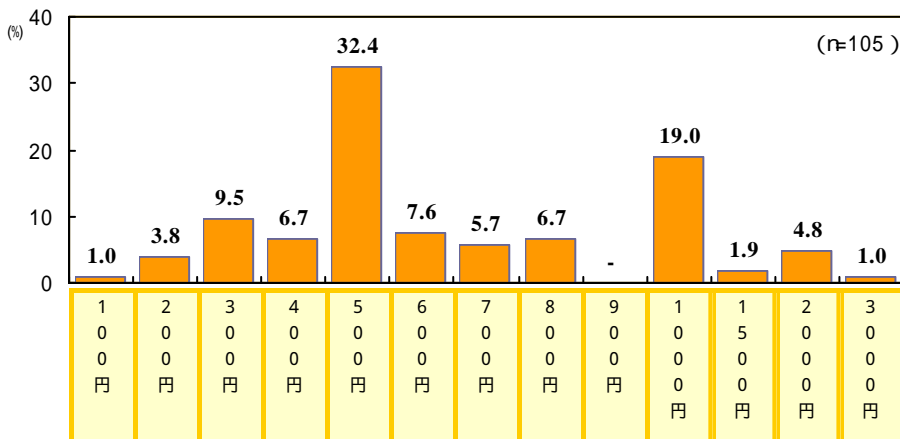
- 購入商品は、「生活雑貨」が88.6%と最も多く、次いで、「文房具」「台所用品」が7割、「掃除用品」「食料品・飲料」が5割みられます。
- 年代別では、「生活雑貨」につき、20代では「食料品・飲料」、30・40代では「台所用品」の購入が高くなっています。



購入金額 Q.あなたは、百円ショップを利用する際、1回あたりいくらぐらい購入しますか。

1回あたり平均707.62円購入

- 購入金額をきいたところ、「500円」が最も多く32.4%、次いで「1000円」が19.0%となっています。
- 平均で見ると、全体では707.62円、百円均一なので7アイテム前後の購入がみられます。



平均購入金額		n	円/回
全体		105	707.62
年代	20代	33	742.42
	30代	36	619.44
	40代	36	763.89
利用頻度	週に1回以上	38	710.53
	月に2~3回	32	653.13
	月に1回	22	727.27
	月に1回未満	13	800.00

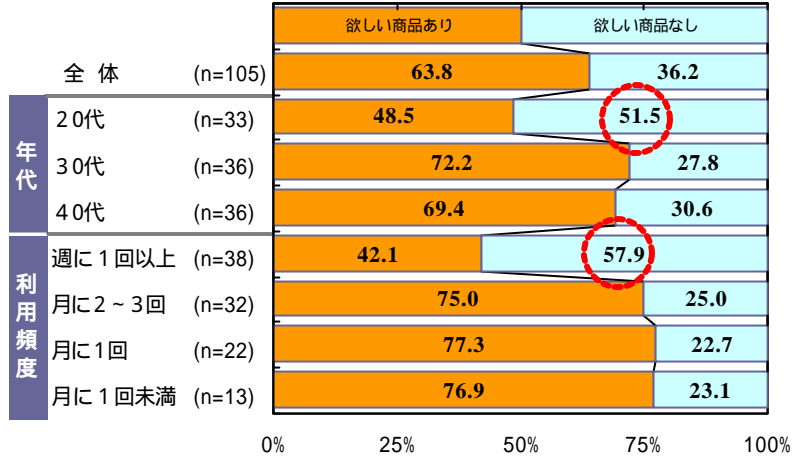
百円ショップ購入実態

利用時の意識 Q. あなたは、百円ショップを利用する際、どちらの場合が多いですか。

欲しい商品があるので利用」が6割、ただし「欲しい商品がなくても利用」の方が頻度・金額が高い!

- 百円ショップを利用する際の意識では、「欲しい商品があるので利用する」が63.8%、「特に欲しい商品がなくても利用する」が36.2%となっています。
- 特に欲しい商品がなくても利用する人は、月平均5.00回利用・平均823.68円購入しており、「欲しい商品があるので利用する」人を上回っています。
- 年代では20代、利用頻度では週1回以上で、「欲しい商品がなくても利用する」人が過半数を超え、意識の違いが顕著にみられます。

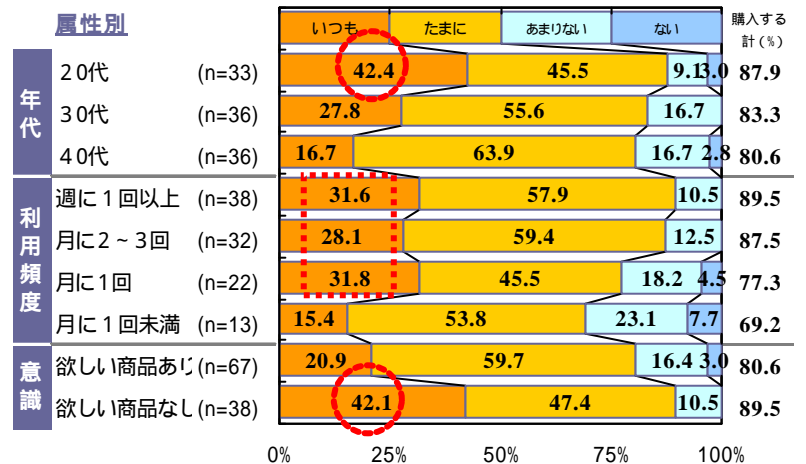
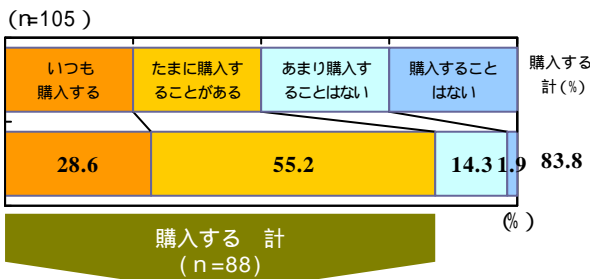
	%	月平均	平均金額
欲しい商品があるので利用する	63.8	3.02回	641.79円
特に欲しい商品がなくても利用する	36.2	5.00回	823.68円



必要以上の購入 Q. あなたは、百円ショップで必要以上に商品を購入することがありますか。

8割が必要以上に購入することがあり、特に20代と欲しい商品がない利用で「いつも購入」が多くみられる

- 必要以上の購入状況では、「たまに購入することがある」が55.2%と最も多く、「いつも購入する」と合わせた「購入する」が83.8%を占めています。
- 「いつも購入する」では、年代では20代、利用意識では欲しい商品なしでのスコアが4割と高いが、月1回以上の利用頻度では3割と頻度による差がみられない。

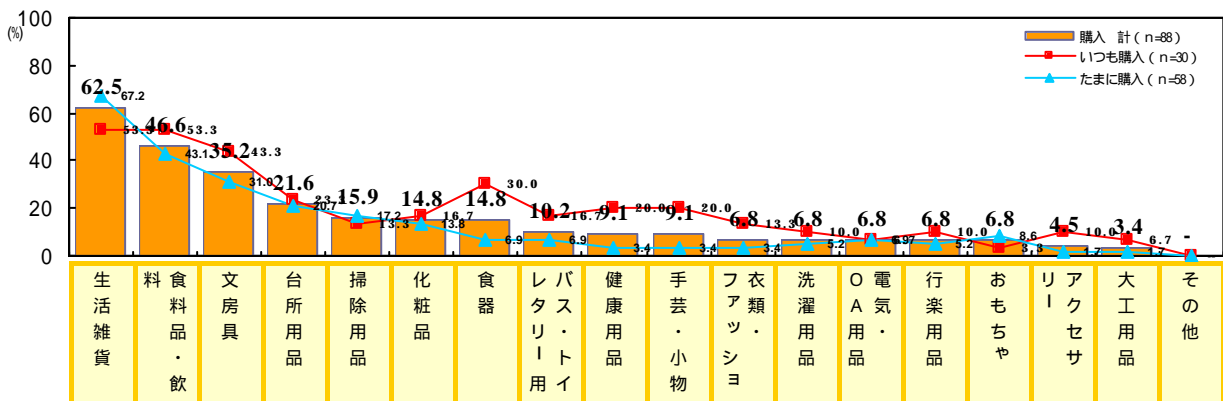


必要以上の購入する商品 Q. 【必要以上購入する人対象】

必要以上に購入する商品はどのようなものですか。あてはまるものをいくつかもお答えください。

生活雑貨、食料品・飲料、文房具、が必要以上に購入する商品

- 必要以上に購入する商品は「生活雑貨」「食料品・飲料」「文房具」が上位を占めています。

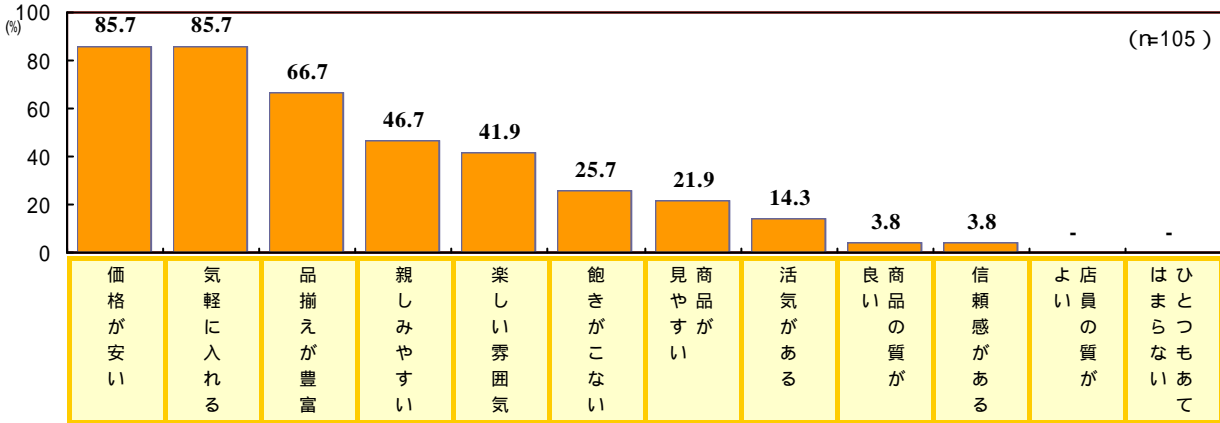


百円ショップ評価・利用意向

イメージ評価 Q. あなたが百円ショップにあてはまると思われる項目をいくつでもお答えください。

「価格が安い」「気軽に入れる」がトップ評価

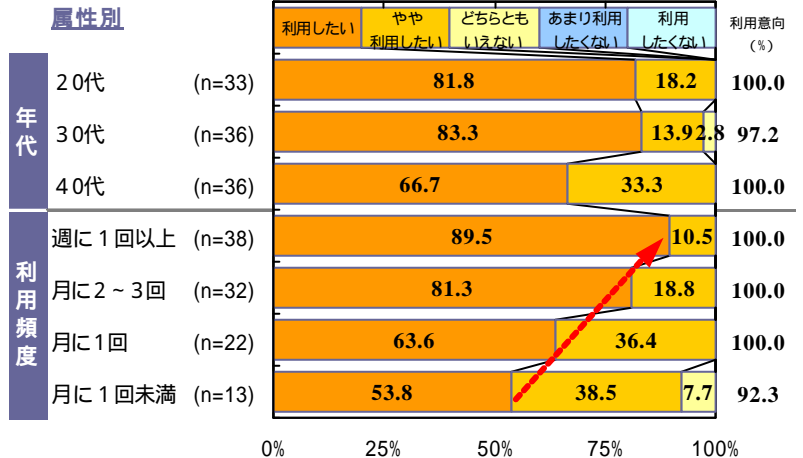
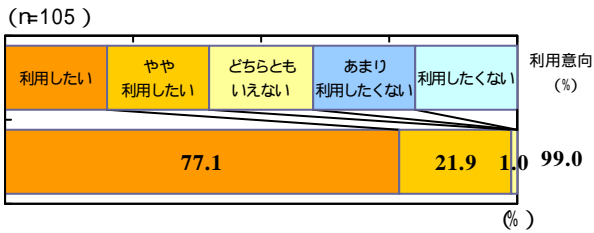
- 百円ショップのイメージ評価では、「価格が安い」「気軽に入れる」が85.7%となり、お手軽感を持たれているようです。一方、品質や信頼感の項目は1割を下回り、「質」をトレードオフしてしまう「安さ」が魅力といえます。



利用意向 Q. あなたは今後、百円ショップを利用したいと思いますか。

利用意向はほぼ全員持っており、積極的意向は8割近い!

- 百円ショップの利用意向は、99.0%みられ、トップボックス「利用したい」は8割近くを占めています。
- 利用頻度でも利用頻度が高い層ほど、トップボックスが高い傾向がみられ、リピート利用に支持されていることが見受けられます。



まとめ

今回の調査を通じて、百円ショップは価格の安さと気軽な入りやすさで世代を問わず支持されていることがわかりました。特に20代では欲しい商品がなくても利用する人が多くみられました。必要以上に購入してしまう人も8割みられ、消費者の財布のひもはゆるくなってしまうようです。ただし、商品の品質、信頼感、店員の質といったクオリティについての評価は低くなりました。現時点では消費者は価格の安さで割り切っていると思われます。

しかし、今後、出店競争や新規参入による競合過多が激化した場合、価格だけではなく品揃えはもちろん「品質」による差別化を図るようになるのではないかと思います。その場合、現在の価格を維持したまま品質を高める方針をとれる企業と、均一価格を引き上げて路線変更をせざるを得ない企業が明確になっていくでしょう。景気低迷によるデフレ傾向の追い風を受け成長を続ける百円ショップ、均一価格のショップの動向は、今後目が離せなくなるかもしれません。(営業企画部 / 泓武志 fuchi@mdr-j.co.jp)