



報道関係者 各位

2012年07月26日

～マルハニチロホールディングス、「コンビニエンスストア利用実態調査」～

20代男性では半数近くが、最初に「本/雑誌コーナー」
コンビニでの1回あたりの平均購入額 755円、50代女性は943円
**入店のきっかけとなる商品「コーヒー」男性4割
「スイーツ/デザート」を衝動買い 女性では5割強
注力してほしいPB商品「お弁当/お寿司」4割**
最頻利用のコンビニの利用理由「ポイントカード」が4人に1人
**コンビニの利用頻度 昨年と比べて『増えた』4割、『減った』1割弱
女性の利用頻度アップに「少量・食べきりサイズ」が貢献**
**コンビニが電気自動車の電気スタンドの役割も担う 7割
コンビニを計画停電の対象から外して欲しい 6割弱**
**位置ゲーと連動したキャンペーンを体験したい 20代・30代では2割
AR技術で商品情報を見たい 40代では3割**

株式会社マルハニチロホールディングス (<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>) (所在地：東京都江東区豊洲3-2-20 代表取締役社長 久代 敏男) は、2012年7月5日～7月9日の5日間で、週に1日以上コンビニエンスストアを利用する20～59歳の男女に対し、「コンビニエンスストア利用実態調査」をインターネットリサーチ（モバイルリサーチ）で実施し、1,000名の有効回答を集計しました。（調査協力会社：ネットエイジア株式会社）

コンビニエンスストアを「週に1日以上」利用する割合
◆コンビニエンスストアを『週に1日以上』利用 66.0%

コンビニエンスストア（以下、コンビニ）を利用する頻度を事前調査で確認したところ、全体（事前調査回答者 2,374名）では、66.0%という結果となりました。

男女別では、男性 77.4%、女性 56.0%、年代別では、20代 70.1%、30代 65.7%、40代 66.1%、50代 63.3%となりました。

「コンビニエンスストア利用実態調査」 調査結果
◆コンビニ利用シーンは、「通勤・通学の途中」が最多
◆20代男性では半数近くが、最初に「本/雑誌コーナー」
◆コンビニでの1回あたりの平均購入額 755円、50代女性は943円

全回答者（1,000名）にどのようなシーンでコンビニを利用しているか聞いたところ、通勤・通学の途中やお出かけの際に利用しているという回答が多く、「通勤・通学の途中(帰り)」55.1%が最多で、「通勤・通学の途中(行き)」49.8%、「ドライブの途中」43.2%、「お出かけ前(行く途中)」42.7%、「お出かけの帰り」37.5%が続きました。

次に、コンビニに入店した際に、通り過ぎる場合は除いて“最初に行くことの多いコーナー”を聞いたところ、最多は「ドリンクコーナー（缶やペットボトル）」25.8%となり、ほぼ同率で「本/雑誌コーナー」25.1%が続き、「おにぎり/お弁当コーナー」16.3%、「パンコーナー」6.3%、「ドリンクコーナー（パックやチルドカップ）」5.8%、「レジ（タバコの購入や公共料金の支払など）」

5.7%がさらに続きました。

「本/雑誌コーナー」に最初に行くことが多いのは女性（16.6%）よりも男性（33.6%）の方が高く、男性ではトップとなり、特に男性20代では半数近く（47.2%）が最初に行くことが多いコーナーとして挙げました。

そして、コンビニのお買い物では、1回あたりいくら位使うことが多いか聞いたところ、「500円～599円」との回答が最も多く30.9%、「1000円～1499円」24.8%がそれに続き、平均金額は755円となりました。平均金額をみていくと、男性（695円）よりも女性（815円）の方が高くなっており、最も平均金額が高かったのは女性50代で943円となりました。

◆入店のきっかけとなる商品 「コーヒー」男性4割、「スイーツ/デザート」女性5割

◆「スイーツ/デザート」を衝動買い 女性では5割強

◆衝動買いするスイーツ/デザート 「和風スイーツ/デザート」が4割強

◆注力してほしいPB商品 「お弁当/お寿司」4割

全回答者（1,000名）に、商品やサービスについて聞いたところ、“コンビニに入店するきっかけとなるもの”は、「パン/サンドイッチ」51.4%が最多で、「おにぎり/手巻き寿司」48.7%、「ジュース/炭酸飲料」45.8%、「お茶」40.0%、「お弁当/お寿司」37.4%、「スイーツ/デザート」34.9%、「コーヒー」33.5%が続いており、食事や飲料、スイーツ/デザートがきっかけとなっている様子が窺えます。

男女間では特徴がみられ、男性では「コーヒー」40.2%や「タバコ」29.8%といった嗜好品が女性より10ポイント以上高くなり、女性では「パン/サンドイッチ」59.4%、「スイーツ/デザート」49.6%、「お菓子」38.2%、「麺類/パスタ」27.4%、「サラダ」21.8%といった食事や甘いもので男性より10ポイント以上高くなりました。

次に、“つい衝動的に買ったり、利用したりすることが多いもの”をみると、「スイーツ/デザート」41.2%がトップとなり、「お菓子」36.8%、「ホットスナック」30.7%が続きました。甘いものを衝動買いする女性は、「スイーツ/デザート」で51.0%と5割強に達しました。パンやおにぎり、お弁当などの食事の買い物の際に、甘いものについて手が伸びてしまったり、レジで目についたりして、衝動買いしている様子が窺えました。

衝動的にスイーツ/デザートを買うことが多い412名に、衝動的に買うスイーツ/デザートについて詳しく聞いたところ、「シュークリーム」53.4%や「プリン」46.6%、「ロールケーキ」40.8%が上位となりました。また、今年の夏はこれまでよりも和風スイーツをコンビニでよく見かけますが、大福やわらびもちなど『和風スイーツ/デザート』を衝動買いするとの割合は43.9%となり、40代、50代で多いようで40代（52.1%）、50代（51.4%）では半数以上となりました。

最近では、コンビニでもPB商品（自主企画商品）が充実してきています。そこで、全回答者（1,000名）に、コンビニに新商品開発や商品力向上に注力して欲しいPB商品を聞いたところ、「お弁当/お寿司」40.4%が最多で、「パン/サンドイッチ」39.9%、「スイーツ/デザート」36.4%、「おにぎり/手巻き寿司」34.4%、「麺類/パスタ」26.0%が続きました。

◆最も頻繁に利用しているコンビニの利用理由 “ポイントカード”が4人に1人

ここまで、利用シーンや購入商品についてみてきましたが、どのようなコンビニが利用されているのでしょうか。

全回答者（1,000名）に最も頻繁に利用しているコンビニの利用理由を聞いたところ、「家の近くにある」60.3%が最多で、次いで「通勤や通学の途中にある」45.1%、「会社や学校の近くにある」26.6%と立地が上位となりました。日常生活の導線上にあるコンビニがよく利用されているようです。そして、それらに続いたのは「そのお店で使えるポイントカードを持っている」24.3%で4人に1人の割合となりました。カード会員限定の値引きがあったり、コンビニ以外のお店で貯めたポイントが使えたりとお得にお買い物ができることも理由となっているようです。

◆コンビニの利用頻度 昨年と比べて『増えた』4割、『減った』1割弱

◆頻度が増えた理由 1位「品揃えがよくなっている」

女性の利用頻度アップに「少量・食べきりサイズ」が貢献

全回答者（1,000名）にコンビニを利用する機会が増えているかどうか聞きました。

まず、コンビニを利用する頻度について、昨年と比べた変化を聞いたところ、『増えた』40.2%、「どちらともいえない」51.4%、『減った』8.4%となりました。

男女別にみると、男性では『増えた』のは37.0%、女性では43.4%となっており、利用頻度が増えた人の割合は女性の方が高くなりました。

次に、コンビニで買う頻度や利用する頻度が増えたものを聞いたところ、「パン/サンドイッチ」23.7%が最多で、「おにぎり/手巻き寿司」22.2%、「スイーツ/デザート」18.4%が続きました。

そして、コンビニを利用する頻度が増えた、または購入・利用頻度が増えた商品がある745名に、その理由を聞いたところ、「コンビニの商品・サービスの品揃えがよくなっている」26.8%が最多で、次いで「少量・食べきりサイズの商品があるから」23.2%、「コンビニの商品・サービスの質がよくなっている」21.1%、「欲しい商品がコンビニで売っていることに（改めて）気づいた」20.7%、「近くで買物をしたと思うようになった」20.5%が続きました。商品数だけではなく、商品の量・サイズまで含めた品揃えの充実が利用頻度の増加につながっているようです。

コンビニでは、お惣菜以外にスイーツ/デザートにも少量の食べきりサイズが充実してきましたが、「少量・食べきりサイズの商品があるから」との理由は、男性（17.2%）よりも女性（28.6%）が高く、女性30代（30.4%）、女性40代（36.5%）では理由のトップとなりました。

◆コンビニが電気自動車の電気スタンドの役割も担う 7割

◆コンビニを計画停電の対象から外して欲しい 6割弱

◆位置ゲーと連動したキャンペーンを体験したい 20代・30代では2割

◆AR技術で商品情報を見たい 40代では3割

◆コンビニの宅配サービスを利用したい 50代では3割強

全回答者（1,000名）に、コンビニに関する意識について、あてはまるかどうか聞いたところ、『あてはまる』割合は、“将来、コンビニは電気自動車の電気スタンドの役割も担うと思う”で70.8%と他の項目に比べ際立って高くなり、“将来、コンビニはカーシェアリングの車両待機場所にもなると思う”で46.8%と『あてはまる』が『あてはまらない』を上回りました。

また、今夏も計画停電の心配がありますが、“街の防災や防犯のため、計画停電の対象からコンビニは除外してほしい”では『あてはまる』58.1%となり、6割弱がコンビニを計画停電の対象から外すことを望んでいる結果となりました。

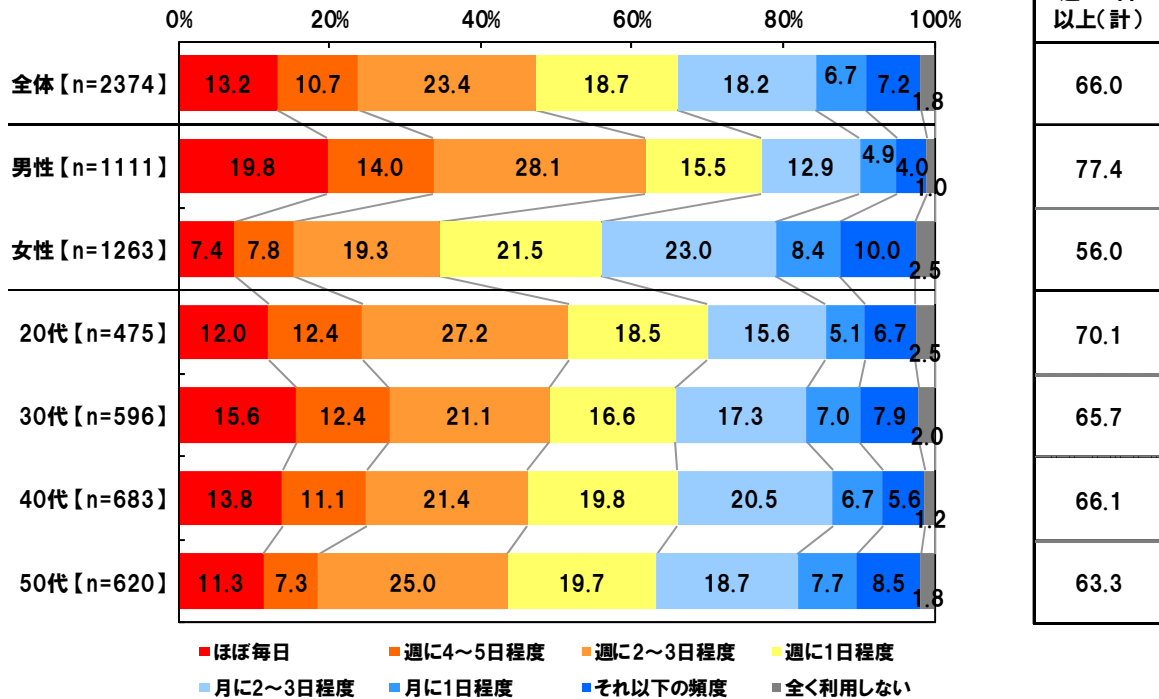
コンビニでは色々なキャンペーンが実施されています。そこで、キャンペーンについて聞いたところ、『あてはまる』割合は、“好きなアイドル・タレントとコラボしたコンビニのキャンペーンを実施して欲しい”では28.7%、“位置情報ゲームと連動したコンビニのキャンペーンを体験したい”では16.4%となりました。これらのキャンペーンを希望する割合は20代、30代が40代、50代に比べて高く、アイドル・タレントとのコラボキャンペーンは、20代で35.6%となり、位置情報ゲームと連動したキャンペーンは20代で21.2%、30代で20.0%となりました。

40代や50代の割合が20代、30代よりも高くなった項目もありました。スマートフォンやケータイのAR（拡張現実）技術を利用した“店内の商品にスマートフォンやケータイのカメラを向けて、特別な商品情報を見てみたい”（全体26.3%）は、40代では29.6%、50代では27.6%となり、“コンビニの宅配サービス（食事の宅配も含む）を利用したいと思う”（全体26.4%）は、50代で32.0%となりました。

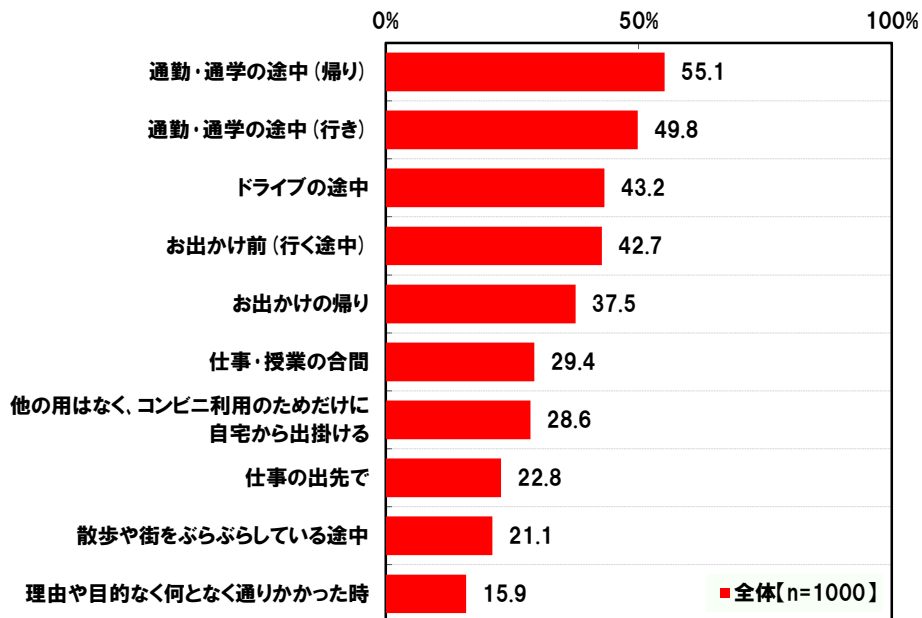
◆コンビニと併設して欲しいお店は「ドラッグストア/薬局」「本屋」

全回答者（1,000名）に、コンビニと併設して欲しいお店を聞いたところ、「ドラッグストア/薬局」10.9%が最も高く、ほぼ同率で「本屋」10.3%が続き、「ガソリンスタンド」9.3%、「カフェ/喫茶店」7.6%、「CD/DVD レンタルショップ」6.9%がさらに続きました。コンビニでも一部の薬や本、雑誌は置かれていますが、さらに充実して欲しいとの思いが窺える結果となりました。

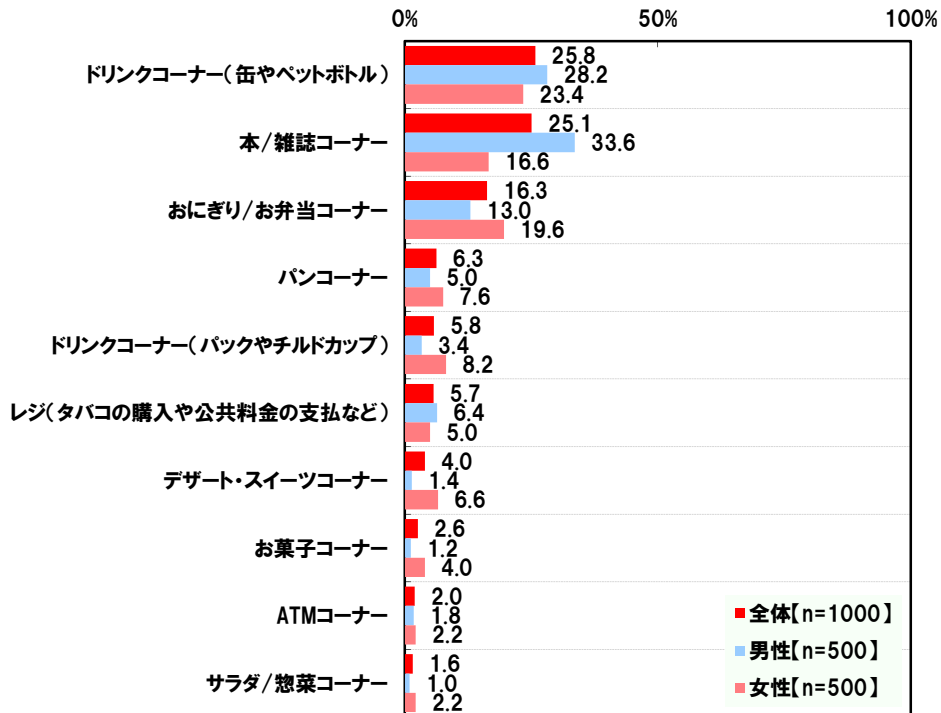
【事前調査結果】
コンビニエンスストアをどれくらいの頻度で利用しているか
(単一回答形式)



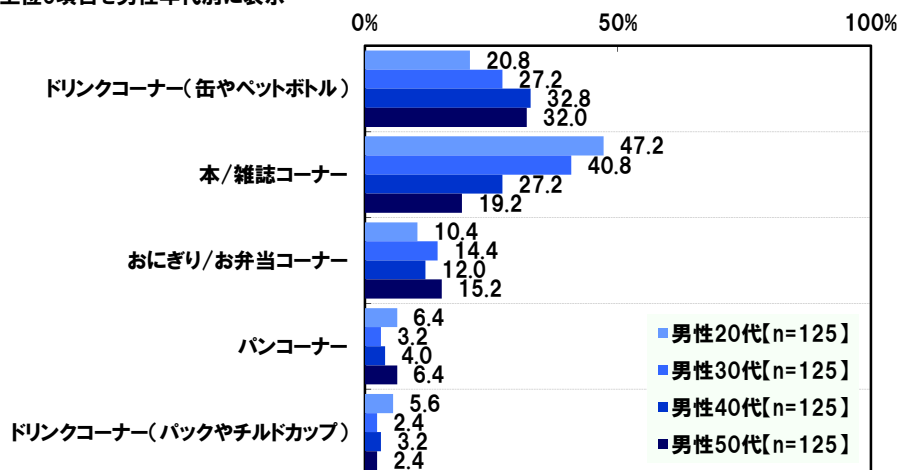
◆コンビニ利用シーン
(複数回答形式)
※上位10項目を表示



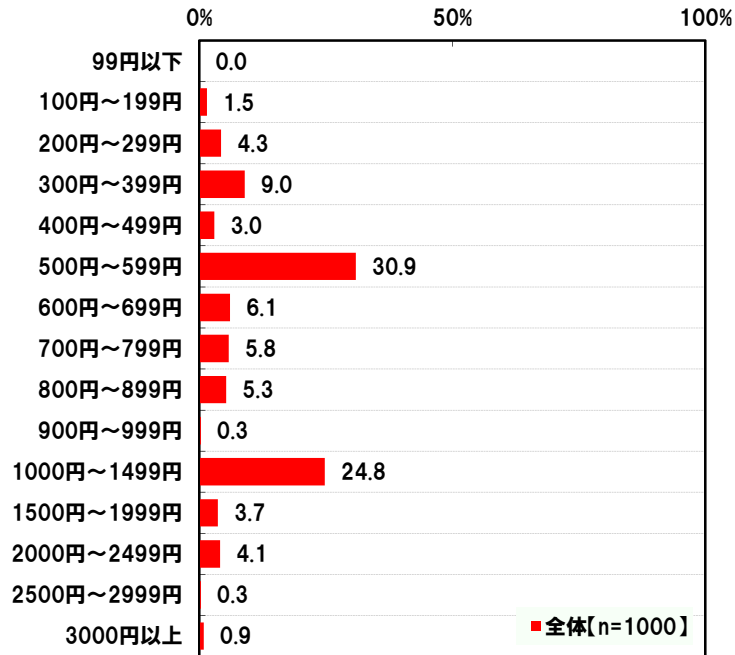
◆コンビニに入店した際に、最初に行くことのできるコーナー
(単一回答形式)
※上位10項目を表示



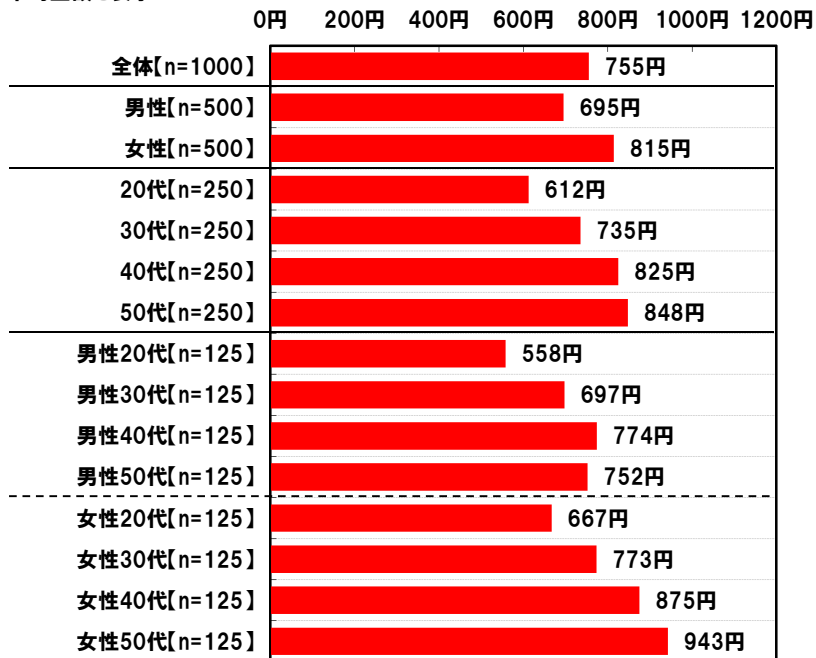
◆コンビニに入店した際に、最初に行くことのできるコーナー
(単一回答形式)
※上位5項目を男性年代別に表示



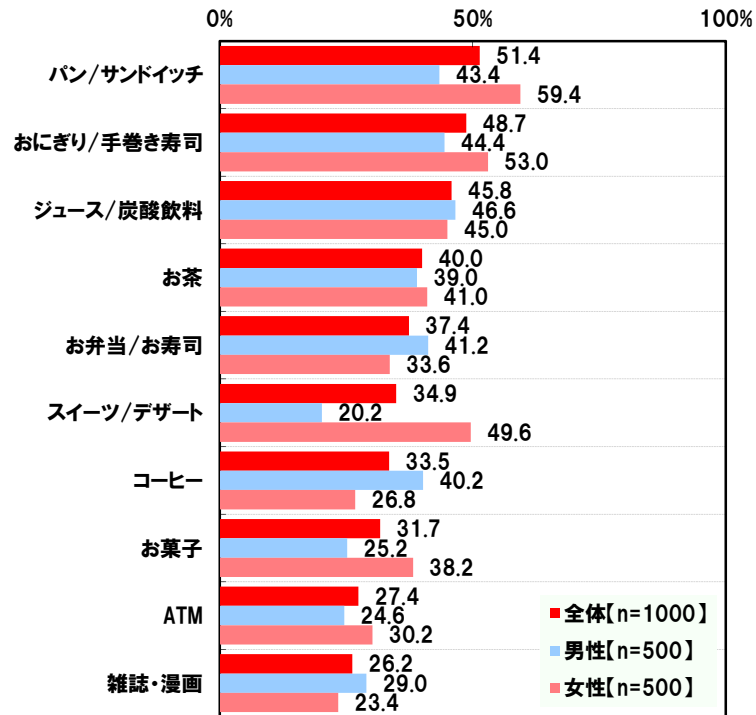
◆コンビニでのお買い物では、1回あたりいくら位使うことが多いか
(自由回答形式_数値)



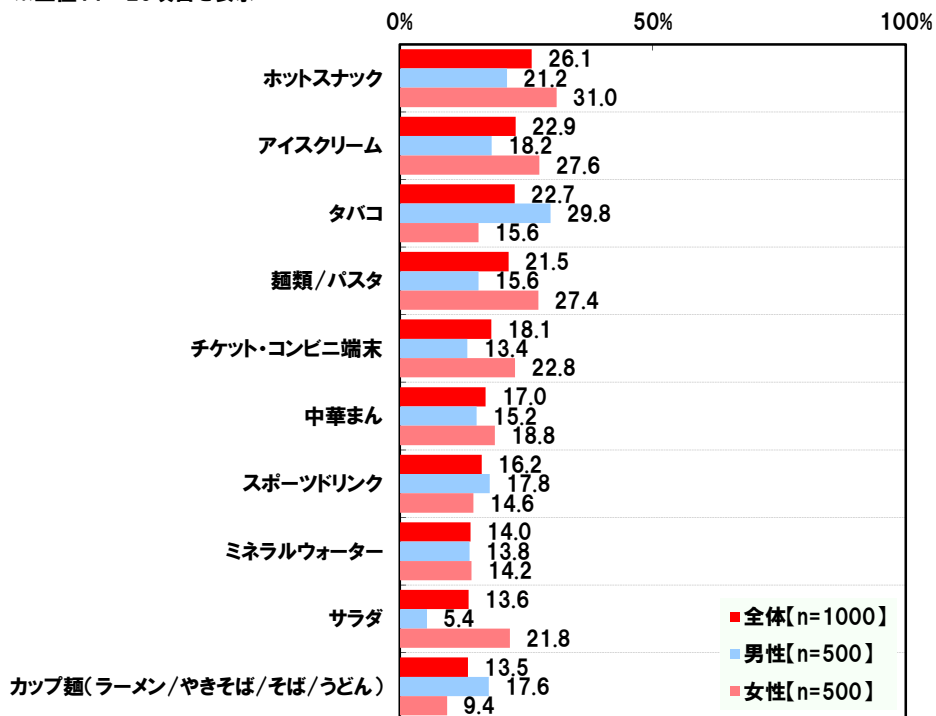
◆コンビニでのお買い物では、1回あたりいくら位使うことが多いか
※平均金額を表示



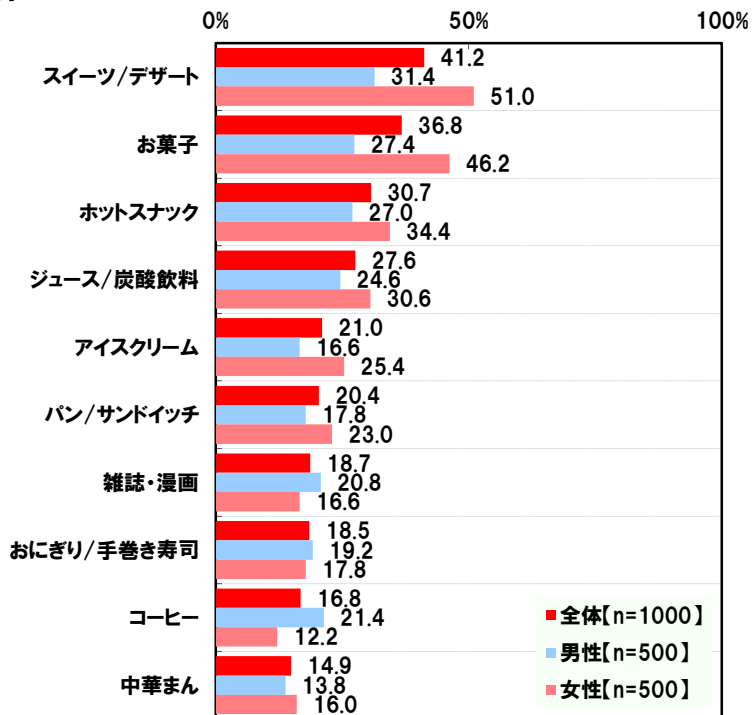
◆コンビニに入店するきっかけになる商品・サービス
(複数回答形式)
※上位10項目を表示



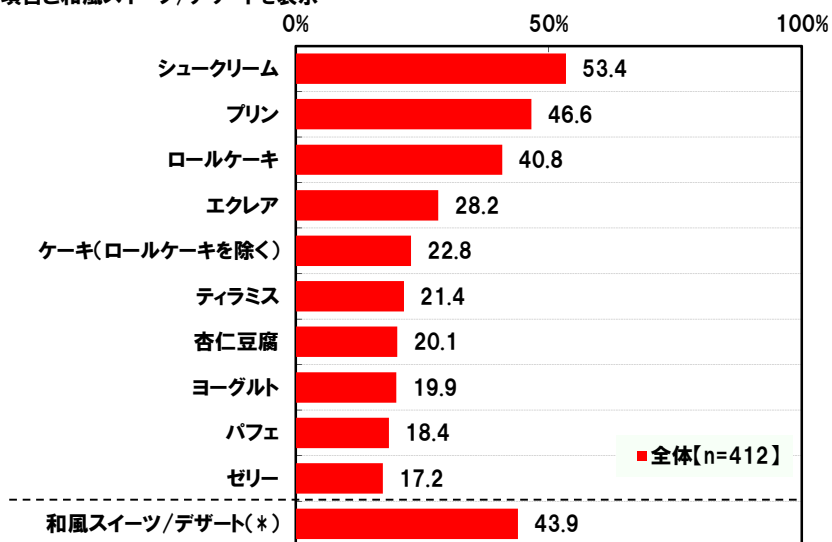
◆コンビニに入店するきっかけになる商品・サービス
(複数回答形式)
※上位11～20項目を表示



◆コンビニでつい衝動的に買ったり、利用したりすることが多い商品・サービス
(複数回答形式)
※上位10項目を表示

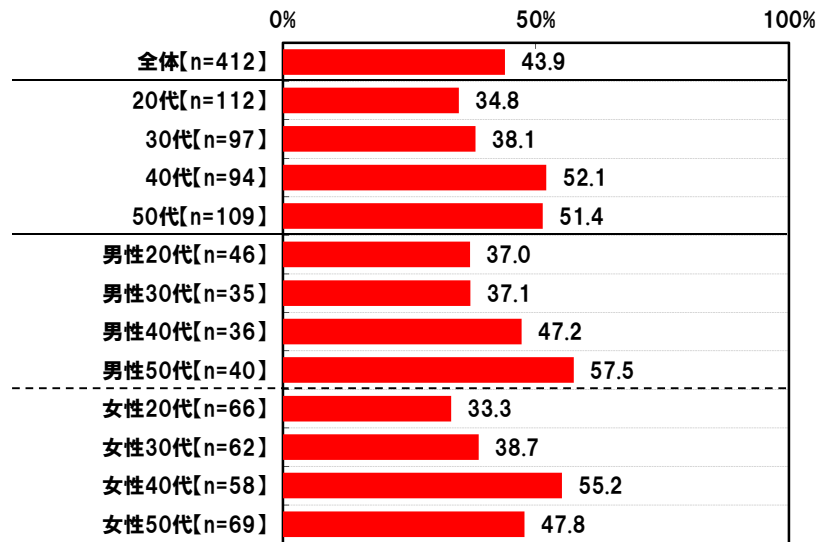


◆コンビニでつい衝動的に買ったり、利用したりすることが多いスイーツ/デザート
(複数回答形式)
対象:コンビニで衝動的に「スイーツ/デザート」を買うことが多い人
※上位10項目と和風スイーツ/デザートを表示



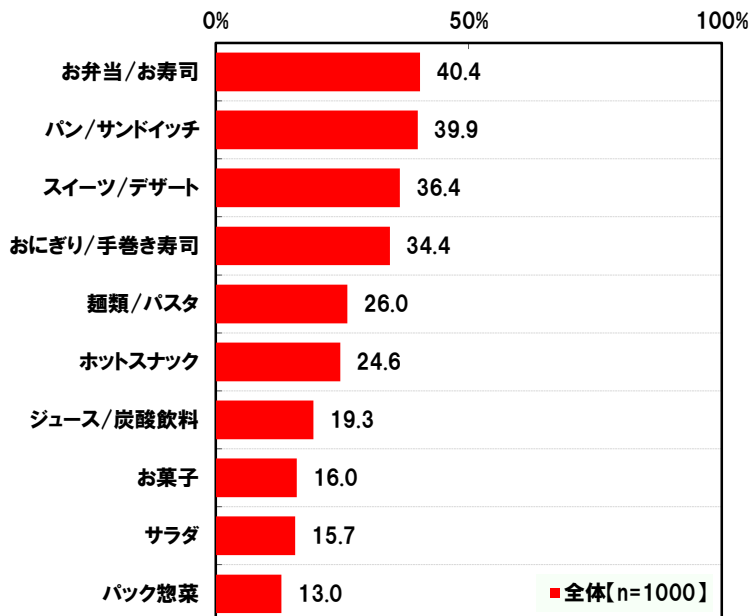
*和風スイーツ/デザート:大福やわらびもちなどの和風スイーツ/デザートのいずれかを選択した人の割合

◆コンビニでつい衝動的に買ったり、利用したりすることが多いスイーツ/デザート
※和風スイーツ/デザート(*)を属性別に表示

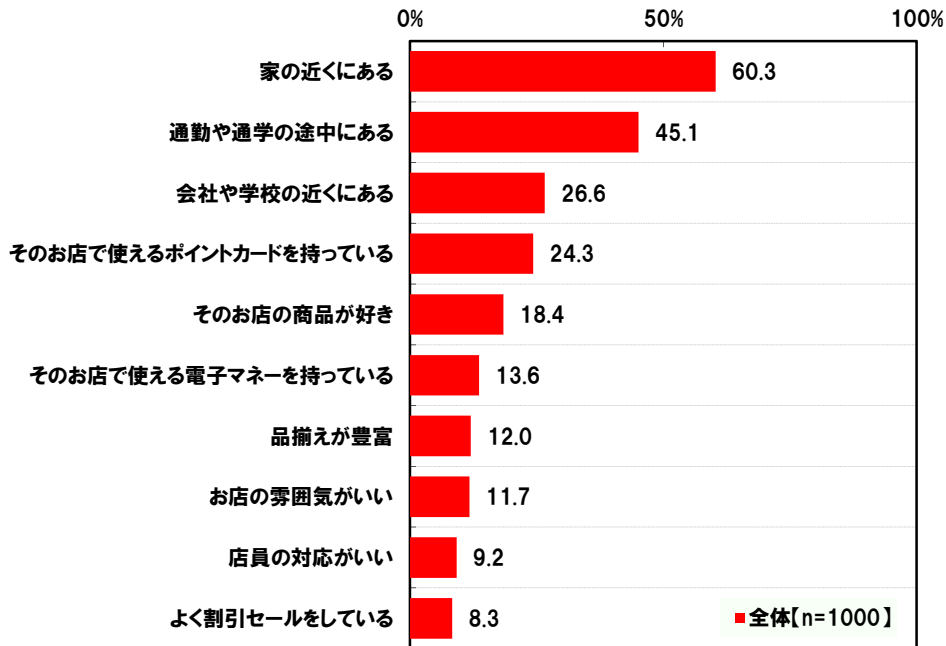


*和風スイーツ/デザート:大福やわらびもちなどの和風スイーツ/デザートのいずれかを選択した人の割合

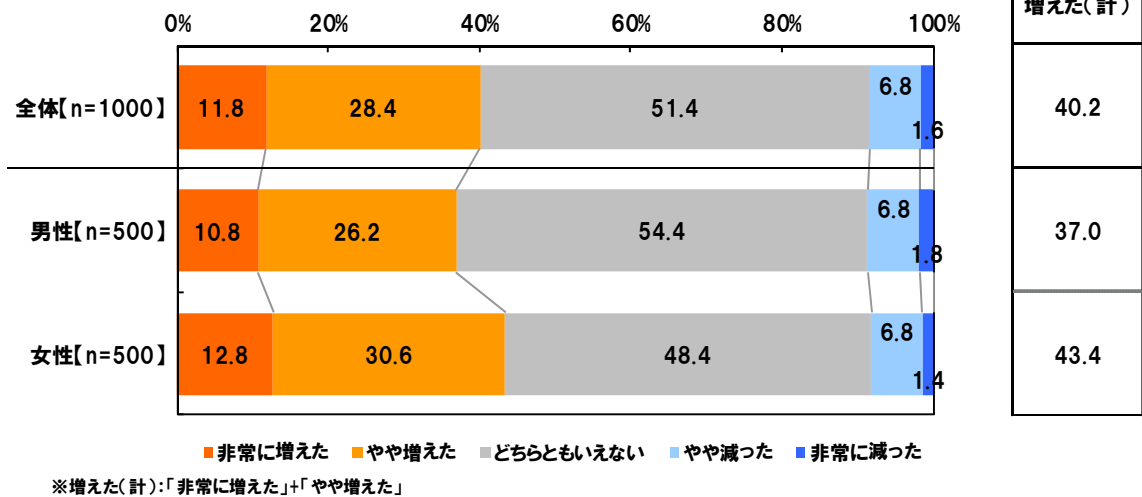
◆コンビニに新商品開発や商品力向上に注力してほしいPB商品(自主企画商品)
(複数回答形式)
※上位10項目を表示



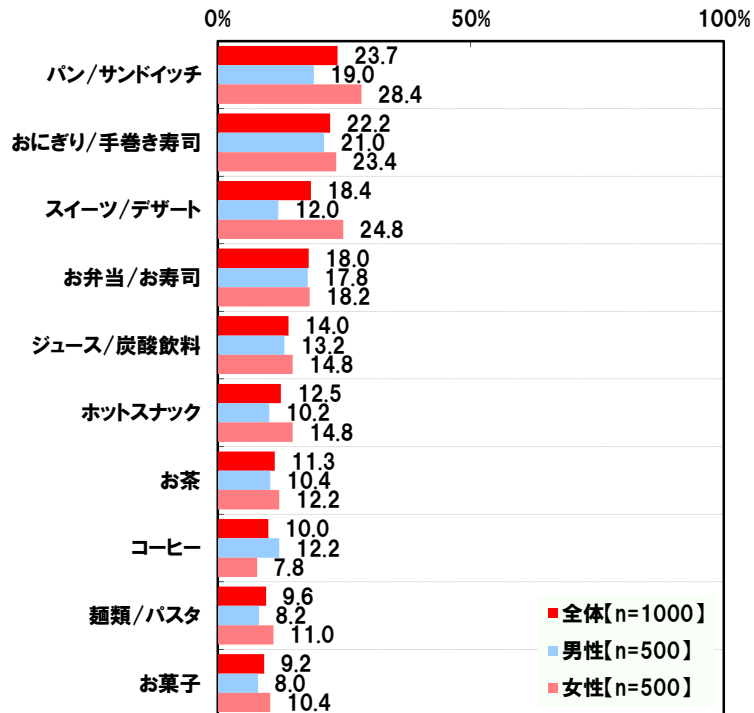
◆最も頻繁に利用しているコンビニの利用理由
(複数回答形式)
※上位10項目を表示



◆コンビニを利用する頻度は、昨年と比べて増えたか、減ったか
(単一回答形式)

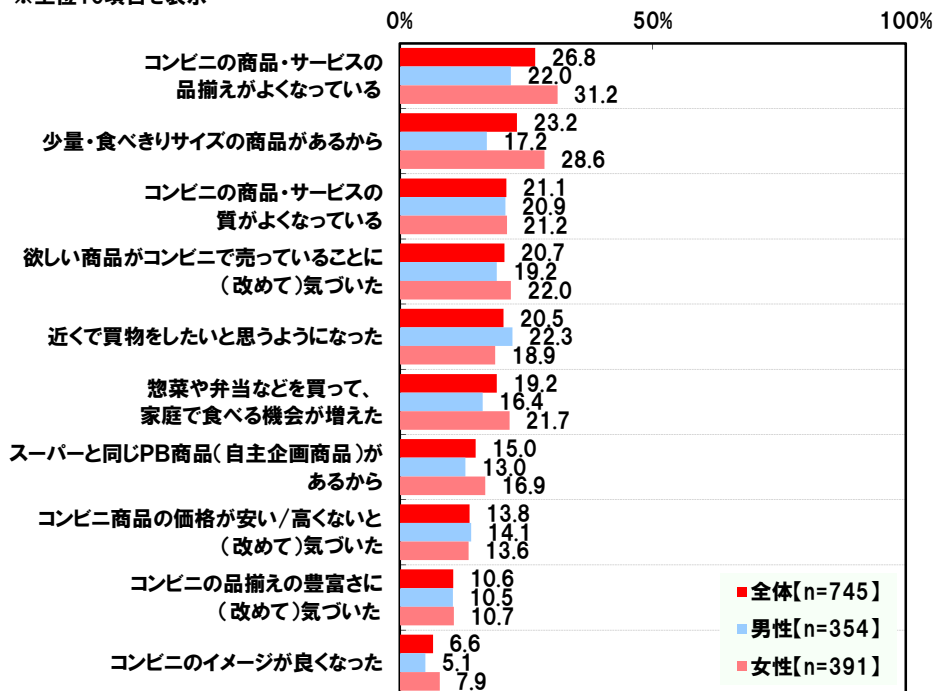


◆買う頻度や利用頻度が昨年と比べて増えたもの
(複数回答形式)
※上位10項目を表示



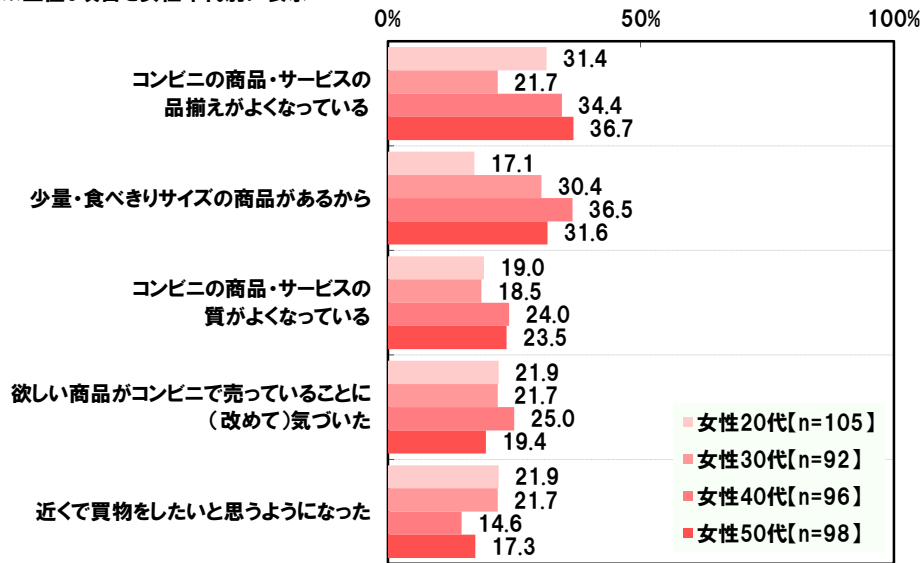
◆コンビニを利用する頻度や商品を購入する頻度が昨年と比べて増えた理由
(複数回答形式)

対象:コンビニを利用する頻度が増えた人、または、購入する頻度が増えた商品がある人
※上位10項目を表示



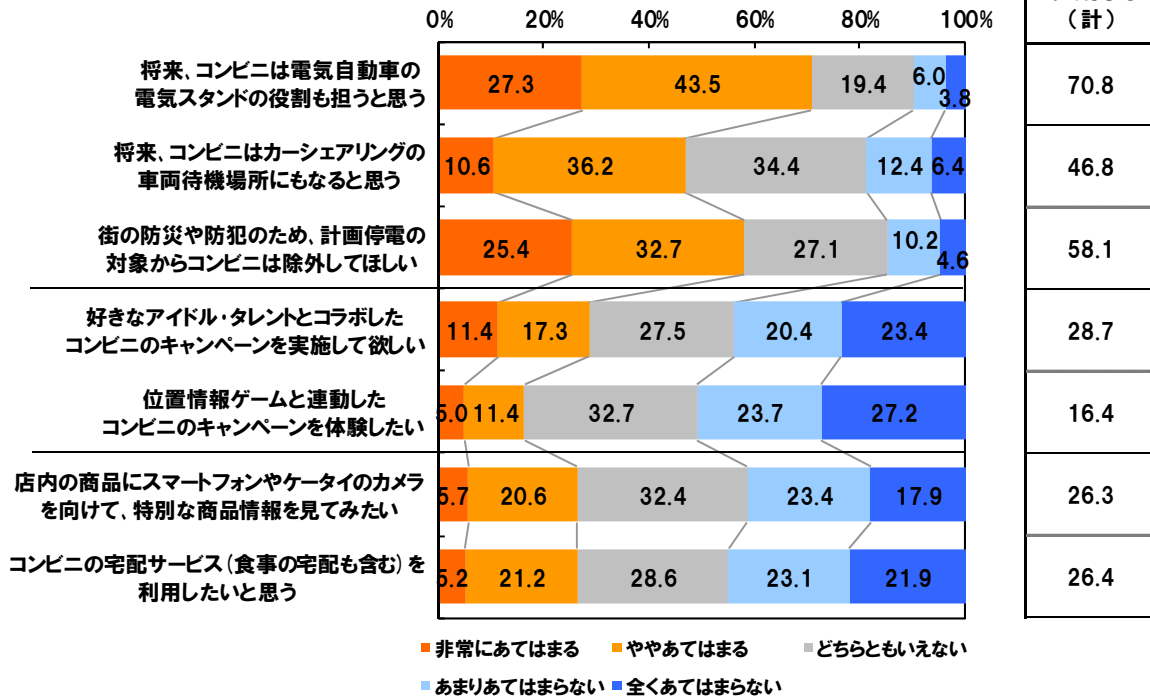
◆コンビニを利用する頻度や商品を購入する頻度が昨年と比べて増えた理由
(複数回答形式)

対象:コンビニを利用する頻度が増えた人、または、購入する頻度が増えた商品がある人
※上位5項目を女性年代別に表示



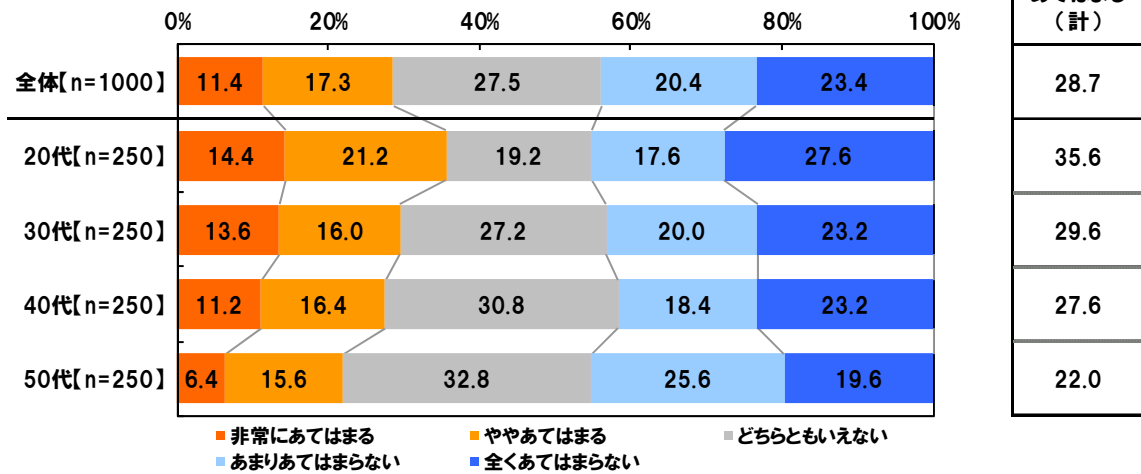
◆コンビニに関する項目について、あてはまるかどうか
(単一回答形式)

全体[n=1000]



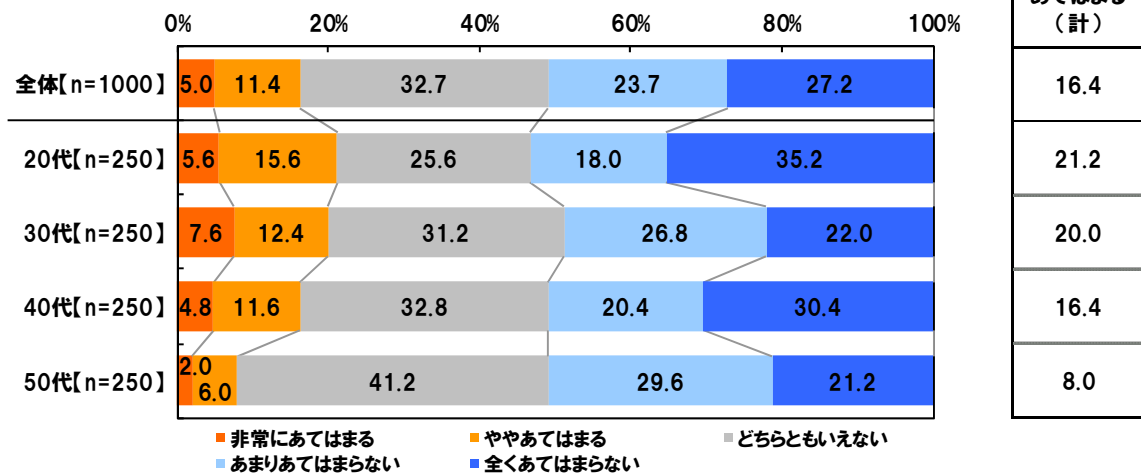
※あてはまる(計):「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」

◆コンビニに関する項目について、あてはまるかどうか
【好きなアイドル・タレントとコラボしたコンビニのキャンペーンを実施して欲しい】
(単一回答形式)



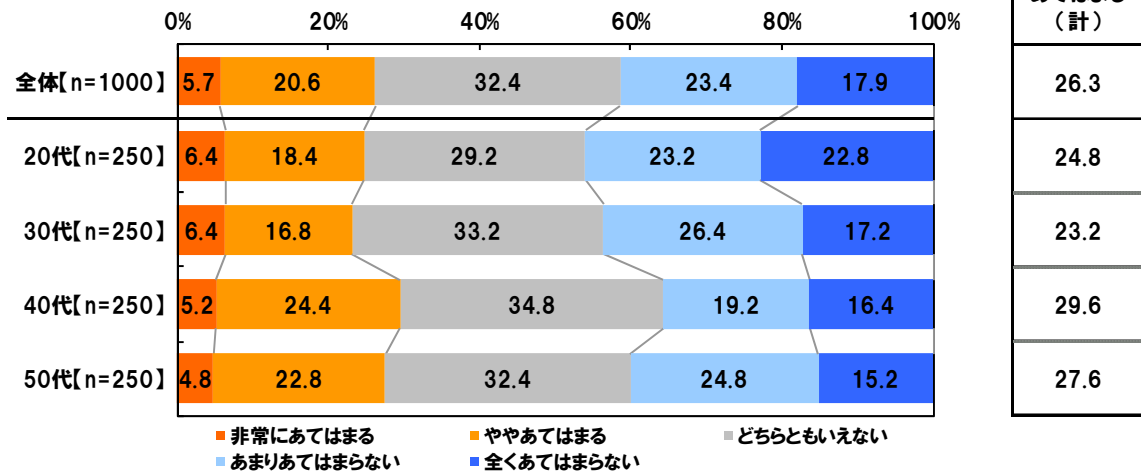
※あてはまる(計):「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」

◆コンビニに関する項目について、あてはまるかどうか
【位置情報ゲームと連動したコンビニのキャンペーンを体験したい】
(単一回答形式)



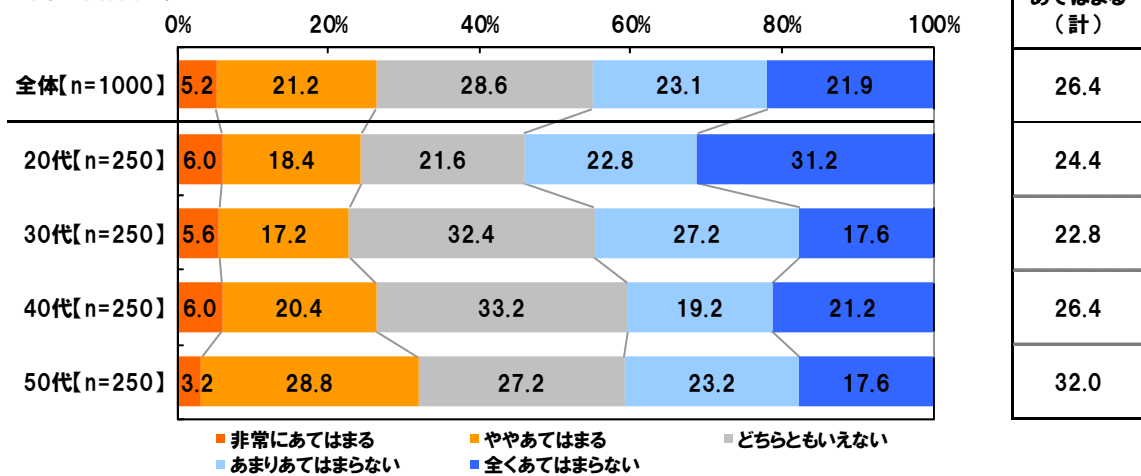
※あてはまる(計):「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」

◆コンビニに関する項目について、あてはまるかどうか
 【店内の商品にスマートフォンやケータイのカメラを向けて、特別な商品情報を見たい】
 (単一回答形式)



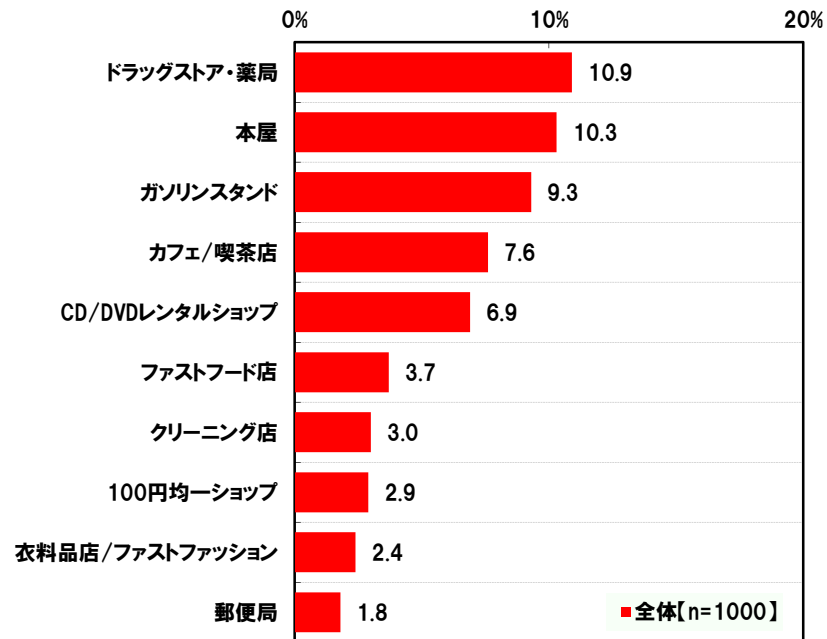
※あてはまる(計):「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」

◆コンビニに関する項目について、あてはまるかどうか
 【コンビニの宅配サービス(食事の宅配も含む)を利用したいと思う】
 (単一回答形式)



※あてはまる(計):「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」

◆コンビニと併設してほしいお店の種類
(自由回答形式)
※上位10項目を表示



(調査概要)

- ◆調査タイトル：コンビニエンスストア利用実態調査
- ◆調査対象：ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
週に1日以上コンビニエンスストアを利用する20歳～59歳の男女
- ◆調査対象者の内訳：男性 20代（125名）30代（125名）40代（125名）50代（125名）
女性 20代（125名）30代（125名）40代（125名）50代（125名）
- ◆調査期間：2012年7月5日～7月9日
- ◆調査方法：インターネット調査（モバイルリサーチ）
- ◆調査地域：全国
- ◆有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）
- ◆実施機関：ネットエイジア株式会社
（調査協力会社：ネットエイジア株式会社 担当：吉田）

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「マルハニチロホールディングス調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社マルハニチロホールディングス
TEL : 03-6833-0826
Eメール : koho@maruha-nichiro.co.jp
受付時間 : 9時00分～18時00分（月～金）

■■会社概要■■

代表者名 : 代表取締役社長 久代 敏男
設立 : 2004年4月
(2007年10月に、株式会社マルハグループ本社から
株式会社マルハニチロホールディングスに社名変更)
所在地 : 東京都江東区豊洲3-2-20 豊洲フロントビル
業務内容 : 水産事業、食品事業、畜産事業、保管・物流事業

会社および商品の詳細は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/> をご覧ください。