

福岡県居住者の「コンビニの利用」に関する調査 【結果報告書】

2014年3月
株式会社ジーコム 生活行動研究所

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成25年11月20日(水)～11月25日(月)

4. 調査規模

500サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	250	50.0
女性	250	50.0
全体	500	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	100	20.0
30代	100	20.0
40代	100	20.0
50代	100	20.0
60代以上	100	20.0
全体	500	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	272	54.4
福岡市以外の都市圏	98	19.6
その他の福岡県内	130	26.0
全体	500	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	157	31.4
公務員	15	3.0
団体職員	6	1.2
会社役員	6	1.2
派遣社員・契約社員	20	4.0
商工自営	17	3.4
農林漁業	1	0.2
自営手伝い	5	1.0
自由業(医師・弁護士・税理士等)	13	2.6
学生	20	4.0
パート・アルバイト	74	14.8
主婦(主夫)専業	114	22.8
無職	47	9.4
その他	5	1.0
全体	500	100.0

■未婚・子ども有無	件数	構成比(%)
未婚で一人暮らし	94	18.8
未婚で家族と同居	46	9.2
既婚で子どもなし	60	12.0
既婚・扶養する子ども有	193	38.6
既婚・子育て終了	107	21.4
全体	500	100.0

■世帯年収	件数	構成比(%)
200万円未満	55	11.5
200～300万円未満	63	13.1
300～400万円未満	82	17.1
400～500万円未満	73	15.2
500～600万円未満	57	11.9
600～700万円未満	43	9.0
700～800万円未満	34	7.1
800～900万円未満	21	4.4
900～1000万円未満	23	4.8
1000～1500万円未満	24	5.0
1500万円以上	5	1.0
全体	480	100.0

* 学生を除く

【報告書の見方】

- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. コンビニの利用頻度

コンビニの利用回数は月間平均7.5回。男性や年代の低い層で利用が多い。

コンビニエンスストアの利用頻度は、「週1回程度」の割合が24.6%で最も高く、次いで「週2～3回」20.2%、「月2～3回」14.2%の順で、加重平均による月間平均利用回数は7.5回である。

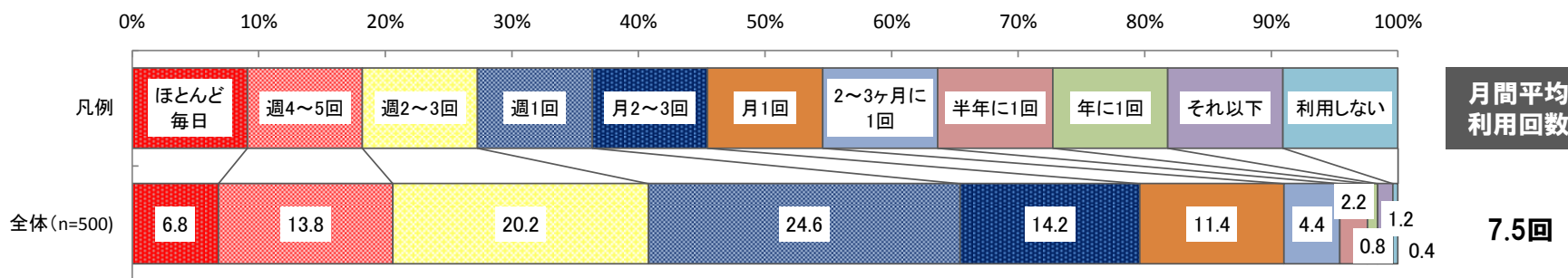
<性別>

・男性は女性に比べて月間平均利用回数が多い。

<年代別>

・年代が下がるにつれて月間平均利用回数が多くなっており、20代は60代以上の約2倍にのぼる。

◆コンビニエンスストアの利用頻度【単一回答】



		調査数	【%】											【回】
			ほとんど毎日	週4～5回	週2～3回	週1回	月2～3回	月1回	1～3ヶ月に1回	半年に1回	年に1回	それ以下	利用しない	回数 月間 平均 利用
全体		500	6.8	13.8	20.2	24.6	14.2	11.4	4.4	2.2	0.8	1.2	0.4	7.5
性別	男性	250	12.0	19.2	21.2	22.8	10.8	7.2	3.2	1.2	0.4	1.2	0.8	9.5
	女性	250	1.6	8.4	19.2	26.4	17.6	15.6	5.6	3.2	1.2	1.2	-	5.5
年代別	20代	100	13.0	20.0	21.0	21.0	8.0	9.0	3.0	1.0	1.0	2.0	1.0	9.7
	30代	100	8.0	17.0	21.0	32.0	8.0	10.0	3.0	-	-	-	1.0	8.5
	40代	100	2.0	18.0	23.0	25.0	16.0	11.0	3.0	1.0	-	1.0	-	7.5
	50代	100	8.0	9.0	17.0	24.0	18.0	14.0	7.0	2.0	-	1.0	-	6.7
	60代以上	100	3.0	5.0	19.0	21.0	21.0	13.0	6.0	7.0	3.0	2.0	-	5.0

* 月間平均利用回数は、「ほとんど毎日」=22、「週4～5回」=18、「週2～3回」=10、「週1回」=4、「月2～3回」=2.5、「月1回」=1、「2～3ヶ月に1回」=0.4、「半年に1回」=0.17、「年に1回」=0.08、「それ以下」=0、「利用しない」=0として加重平均にて算出

コンビニを最もよく利用する時間帯は11:00～14:00。女性や高齢層は14:00～17:00の割合が高い。

コンビニを最もよく利用する時間帯は、「11:00～14:00」の割合が26.2%で最も高く、次いで「14:00～17:00」22.6%である。

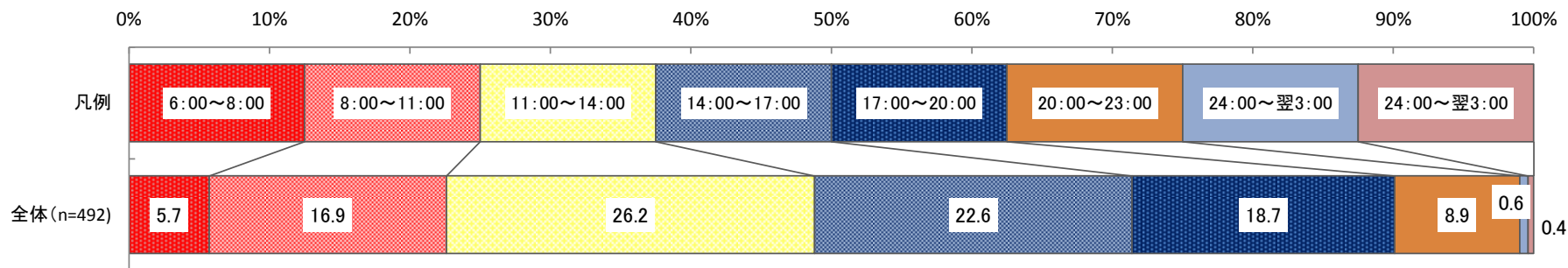
<性別>

・女性は男性に比べて「14:00～17:00」の割合が高い。

<年代別>

・20代は他の年代に比べて「20:00～23:00」の割合がやや高い。また、年代が上がるにつれて「14:00～17:00」の割合が高くなっており、60代以上はこの時間帯の利用率が最も高くなっている。

◆コンビニを最もよく利用する時間帯【単一回答】



		調査数	8 6	1 8	1 1	1 1	2 1	2 2	翌 2	6 3	【%】
			: :	1 :	4 1	7 4	0 7	3 0	3 4	: :	
			0 0	: 0	: :	: :	: :	: :	: :	0 0	
			0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	
			5	0 5	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	5	
全体		492	5.7	16.9	26.2	22.6	18.7	8.9	0.6	0.4	
性別	男性	245	7.8	17.6	24.9	17.6	20.4	10.6	0.8	0.4	
	女性	247	3.6	16.2	27.5	27.5	17.0	7.3	0.4	0.4	
年代別	20代	97	7.2	15.5	23.7	14.4	22.7	16.5	-	-	
	30代	99	4.0	21.2	30.3	17.2	15.2	9.1	2.0	1.0	
	40代	99	9.1	16.2	25.3	21.2	19.2	9.1	-	-	
	50代	99	5.1	16.2	26.3	24.2	20.2	6.1	1.0	1.0	
	60代以上	98	3.1	15.3	25.5	35.7	16.3	4.1	-	-	

1年前と比較したコンビニの利用増減率は+17.5ポイント。女性は男性に比べて増加の幅が大きい。

1年前と比較したコンビニの利用増減は、「変わらない」の割合が57.7%で最も高いが、次いで「どちらかといえば増えた」の割合が29.9%と高く、「どちらかといえば増えた」から「どちらかといえば減った」を差し引いた利用増減率は+17.5ポイントである。

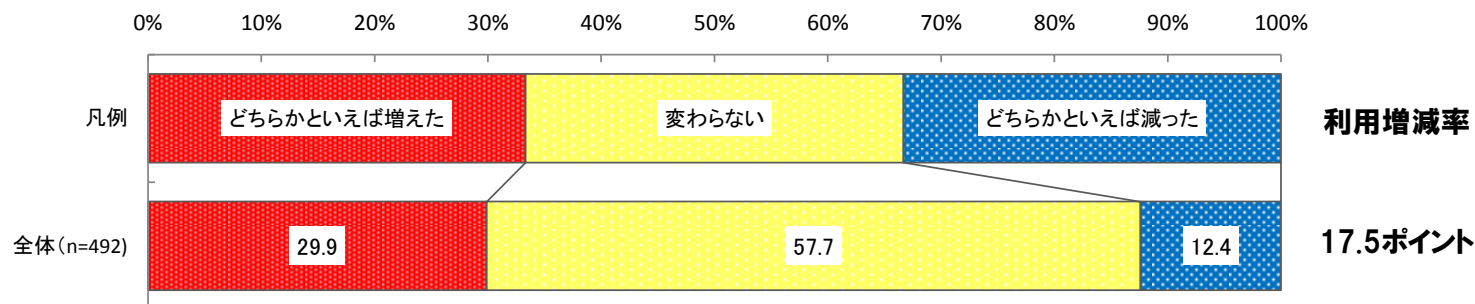
<性別>

・女性は男性に比べて利用増減率の増加幅が大きい。

<年代別>

・30代以上は20代に比べて利用増減率のプラス幅がやや大きくなっている。

◆1年前と比較したコンビニの利用増減【単一回答】



			【%】			【ポイント】
		調査数	増え どちらか といえ ば	変 わ ら な い	減 つ ち ら か と い え ば	利 用 増 減 率
全体		492	29.9	57.7	12.4	17.5
性別	男性	245	25.3	60.8	13.9	11.4
	女性	247	34.4	54.7	10.9	23.5
年代別	20代	97	32.0	47.4	20.6	11.4
	30代	99	32.3	53.5	14.1	18.2
	40代	99	32.3	58.6	9.1	23.2
	50代	99	26.3	64.6	9.1	17.2
	60代以上	98	26.5	64.3	9.2	17.3

*利用増減率は、「どちらかといえば増えた」の割合から「どちらかといえば減った」の割合を差し引いた値

コンビニ利用増加の理由は、女性で「挽きたてコーヒー」「手ごろな価格の商品の充実」「スイーツの充実」の割合が高い。

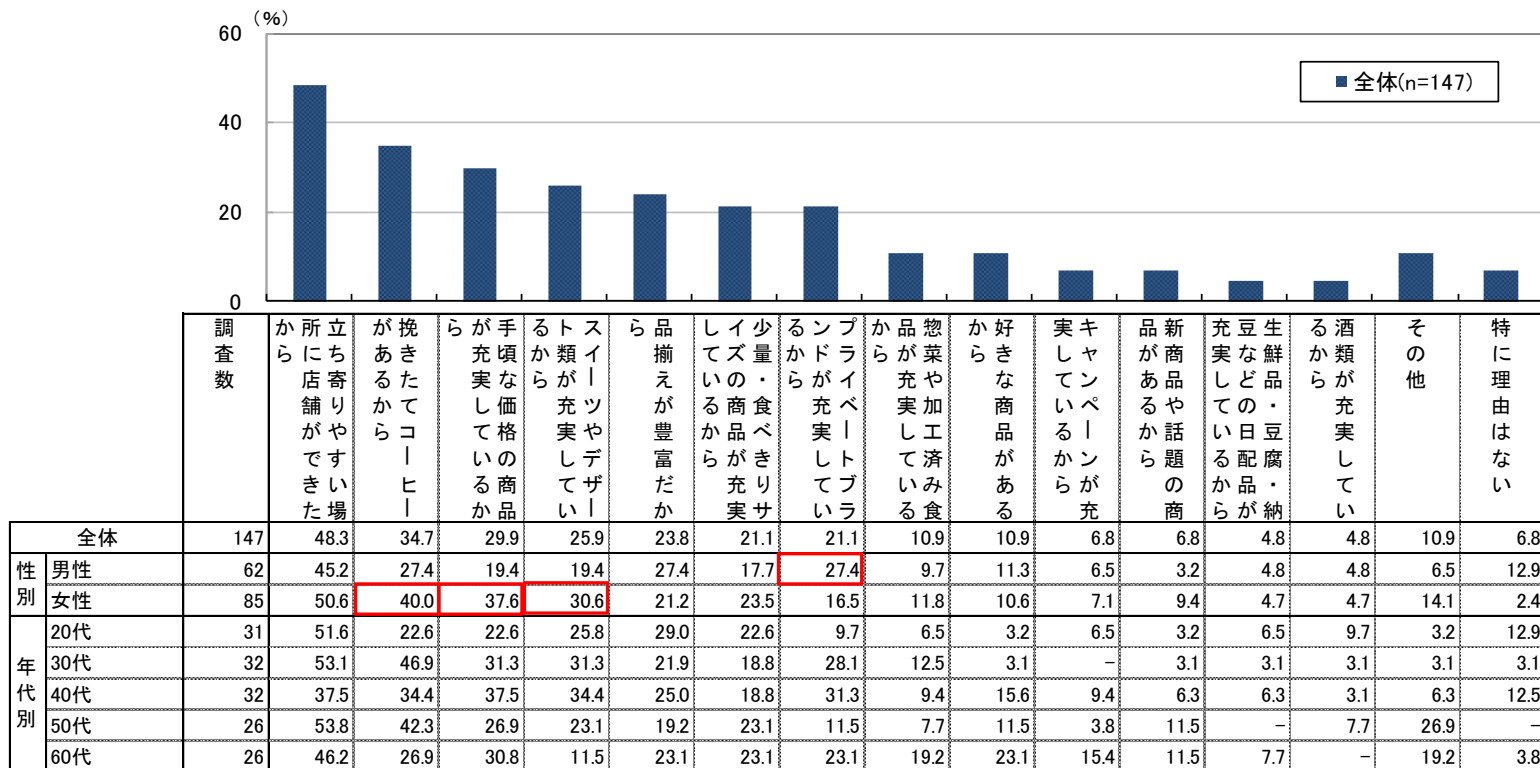
コンビニの利用が増加した層における利用増加の理由は、「立ち寄りやすい場所に店舗ができたから」の割合が48.3%で最も高く、次いで「挽きたてコーヒーがあるから」34.7%、「手ごろな価格の商品が充実しているから」29.9%、「スイーツやデザート類が充実しているから」25.9%、「品揃えが豊富だから」23.8%の順である。

<性別>

・男性は女性に比べて「プライベートブランド商品が充実しているから」、女性は男性に比べて「挽きたてコーヒーがあるから」「手ごろな価格の商品が充実しているから」「スイーツやデザート類が充実しているから」の割合が高い。

※サンプル数が少ないため年代別の分析は省略した。

◆コンビニの利用が増えた理由【複数回答】



購入商品の上位は、「飲料」「パン・サンドイッチ」「おにぎり」に「菓子」「スイーツ」が続いており、女性は「菓子」「スイーツ」の割合が高い。

コンビニでよく購入する商品や利用するサービスは、「飲料(ノンアルコール)」の割合が52.0%で最も高く、次いで「パン・サンドイッチ」49.4%、「おにぎり・手巻き寿司」43.3%、「お菓子」37.8%、「スイーツ・デザート」37.2%の順である。利用増加の理由の上位に挙げられた「挽き立てコーヒー」は17.3%であった。

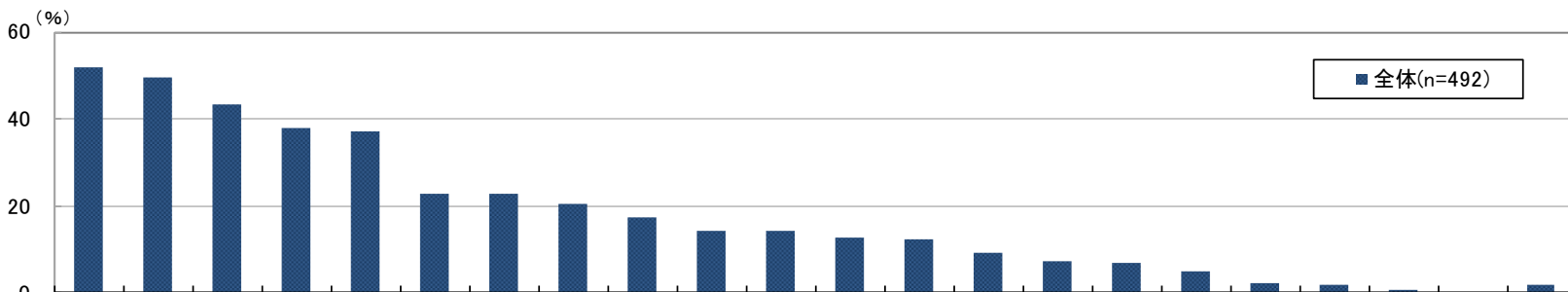
<性別>

・男性は女性に比べて「飲料(ノンアルコール)」「パン・サンドイッチ」「弁当」「タバコ」、女性は男性に比べて「お菓子」「スイーツ・デザート」「公共料金・通信販売の支払い」の割合が高い。

<年代別>

・40代以下は「お菓子」「スイーツ・デザート」、50代以上は「公共料金・通信販売の支払い」の割合が高い。また、30代は他の年代に比べて「飲料(ノンアルコール)」の割合が高くなっている。

◆コンビニでよく購入する商品・利用するサービス【複数回答】



調査数	飲料(ノンアルコール)	パン・サンドイッチ	おにぎり・手巻き寿司	お菓子	スイーツ・デザート	公共料金・通信販売の支払い	弁当	ATM	挽きたてコーヒー	おでん	タバコ	新聞・雑誌・漫画	アルコール飲料	惣菜・サラダ	宅配・郵便サービス	コンビニ端末	食品	冷凍食品・インスタント・レトルト	日用品・生活雑貨	豆などの日配品	生鮮品・豆腐・納豆	医薬品	衣料品	その他	
全体	492	52.0	49.4	43.3	37.8	37.2	23.0	22.8	20.3	17.3	14.2	14.2	12.6	12.2	9.3	7.5	7.1	4.9	2.2	1.8	0.6	0.2	2.0		
性別																									
男性	245	57.1	54.3	45.7	32.2	24.9	15.1	28.6	22.0	17.6	13.9	19.6	14.7	14.3	9.0	2.9	5.7	4.1	2.9	1.6	0.8	-	-	2.0	
女性	247	47.0	44.5	40.9	43.3	49.4	30.8	17.0	18.6	17.0	14.6	8.9	10.5	10.1	9.7	12.1	8.5	5.7	1.6	2.0	0.4	0.4	2.0		
年代別																									
20代	97	55.7	47.4	43.3	45.4	43.3	14.4	27.8	20.6	12.4	7.2	8.2	10.3	13.4	12.4	1.0	9.3	6.2	5.2	1.0	1.0	-	-	-	
30代	99	64.6	50.5	40.4	46.5	47.5	11.1	17.2	22.2	21.2	15.2	12.1	16.2	10.1	12.1	10.1	9.1	3.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	
40代	99	53.5	51.5	44.4	45.5	43.4	21.2	23.2	20.2	19.2	14.1	22.2	8.1	15.2	10.1	7.1	5.1	7.1	1.0	4.0	-	-	-	2.0	
50代	99	54.5	46.5	43.4	24.2	30.3	34.3	23.2	19.2	14.1	16.2	13.1	14.1	12.1	5.1	6.1	3.0	3.0	1.0	1.0	-	-	-	2.0	
60代	98	31.6	51.0	44.9	27.6	21.4	33.7	22.4	19.4	19.4	18.4	15.3	14.3	10.2	7.1	13.3	9.2	5.1	3.1	2.0	-	-	-	4.1	

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL092-283-2085

FAX092-262-6110

URL：<http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：info@gcom-net.co.jp