

ディスカウントストアの 利用拡大と低価格ニーズ

福岡県居住者の「食料品・日用品の買い物業態」
に関する調査

2025年10月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

1. 調査方法

当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～79歳の男女

3. 調査時期

2025年9月26日（金）～10月3日（金）

4. 調査規模

425サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	148	34.8
女性	277	65.2
全体	425	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	5	1.2
30代	51	12.0
40代	92	21.6
50代	103	24.2
60代	106	24.9
70代	68	16.0
全体	425	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	232	54.6
福岡市以外都市圏	88	20.7
その他福岡県	105	24.7
全体	425	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	107	25.2
公務員	12	2.8
団体職員・病院勤務	12	2.8
経営者・会社役員	8	1.9
派遣社員・契約社員	32	7.5
商工自営	16	3.8
農林漁業	0	0.0
自由業	5	1.2
学生	1	0.2
パート・アルバイト	79	18.6
専業主婦(主夫)	94	22.1
無職	59	13.9
全体	425	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	110	25.9
既婚で末子に小学生以下の子ども	67	15.8
既婚で末子に中学生以上の子ども	49	11.5
既婚(子育て終了)	154	36.2
既婚で子どもなし	45	10.6
全体	425	100.0

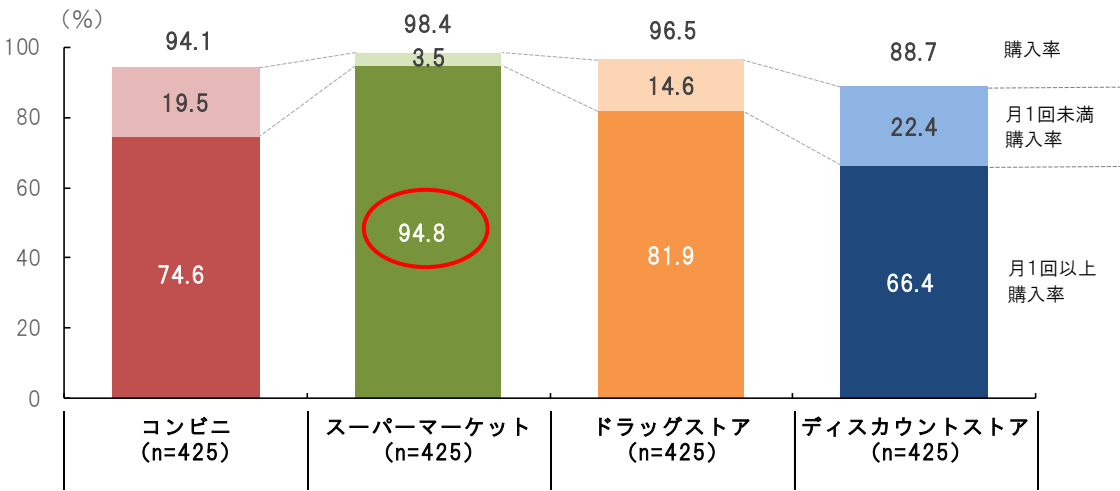
■世帯年収(*学生除く)	件数	構成比(%)
200万円未満	41	9.7
200～300万円未満	54	12.7
300～400万円未満	38	9.0
400～500万円未満	41	9.7
500～600万円未満	42	9.9
600～700万円未満	32	7.5
700～800万円未満	28	6.6
800～900万円未満	23	5.4
900～1000万円未満	16	3.8
1000～1500万円未満	21	5.0
1500万円以上	2	0.5
わからない	86	20.3
全体	424	100.0

【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。

- 食料品や日用品の購入に限定した時の業態別月 1 回以上購入率は、「スーパーマーケット」が 9 割半ばでトップ。次いで「ドラッグストア」である。「ディスカウントストア」は他に比べて店舗数が少ないことから、購入率が低くなっていると思われる。
- 「スーパーマーケット」は属性にかかわらず月 1 回以上購入率が 9 割以上で、広く利用されている。また、「コンビニ」は 20・30代で 8 割以上である。

◆食料品や日用品の業態別購入率



* 食料品・日用品以外の購入・利用は除く

◆性別・年代別の月 1 回以上購入率

		【%】				
		調査数	コンビニ	スーパーマーケット	ドラッグストア	ディスカウントストア
性別	全体	425	74.6	94.8	81.9	66.4
	男性	148	79.1	91.2	75.7	68.2
	女性	277	72.2	96.8	85.2	65.3
年代別	20・30代	56	83.9	94.6	89.3	71.4
	40・50代	195	76.9	96.9	84.6	68.7
	60・70代	174	69.0	92.5	76.4	62.1

* 80%以上のセルにピンクの網掛け

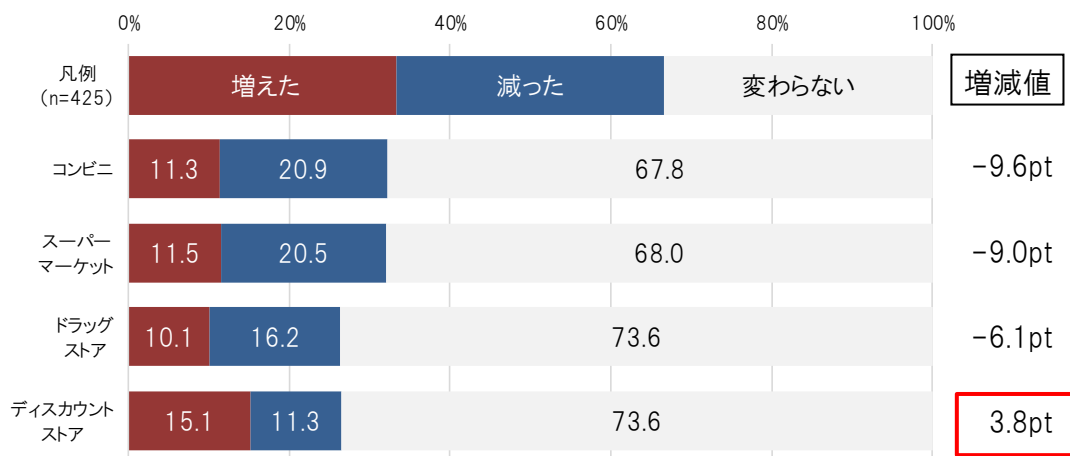
2. 直近1年間の購入頻度増減

Q：あなたは、1年前と比べて、次の店舗で食料品や日用品の買い物を
する頻度は増えましたか、減りましたか。（単一回答）

3

- 1年前と比べた買い物頻度の増減値（買い物頻度が「増えた」－「減った」の値）を見ると、「ディスカウントストア」のみがプラスで、頻度増が顕著である。
- 「ディスカウントストア」の増減値は全属性でプラス、特に20・30代で高い。

◆直近1年間の業態別購入頻度増減



* 食料品・日用品以外の購入・利用は除く
* 増減値：「増えた」－「減った」

◆性別・年代別の増減値

		【pt】				
		調査数	コンビニ	スーパーマーケット	ドラッグストア	ディスカウントストア
全体		425	-9.6	-9.0	-6.1	3.8
性別	男性	148	-10.1	-8.1	-8.7	0.6
	女性	277	-9.4	-9.3	-4.7	5.4
年代別	20・30代	56	-3.6	9.0	-7.1	14.2
	40・50代	195	-12.3	-12.3	-5.1	2.6
	60・70代	174	-8.6	-10.9	-6.9	1.7

* 増減値がプラスのセルにピンクの網掛け

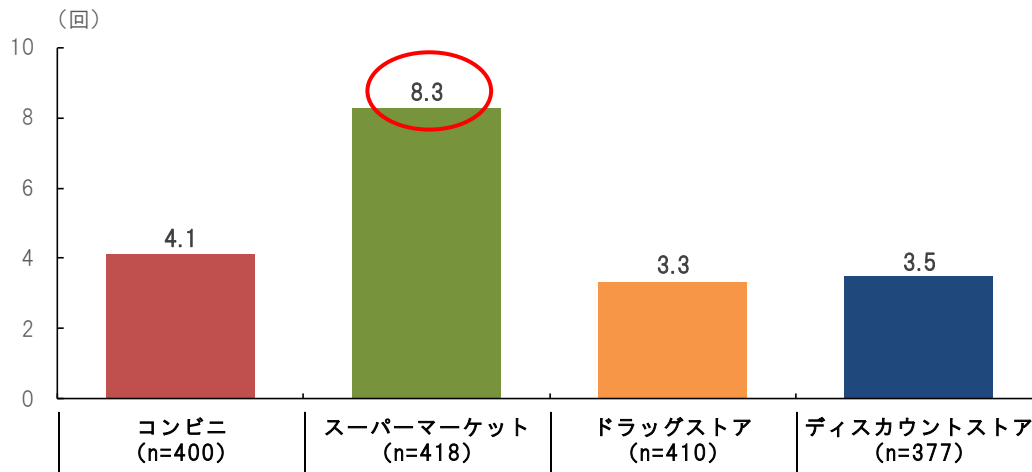
3. 食料品や日用品の購入頻度

Q：あなたは、次の店舗で、それぞれどれぐらいの頻度で食料品や日用品の買い物をしますか。（単一回答）

4

- 年1回以上購入層の月間平均購入回数については、「スーパーマーケット」が月8回で突出している。
- 「コンビニ」の回数は男性が女性を上回った。また、年代別に比較すると、「コンビニ」「ドラッグストア」は40・50代、「スーパーマーケット」「ディスカウントストア」は60・70代で回数が多い。

◆食料品や日用品の業態別月間平均購入回数（加重平均）
※年1回以上購入層限定



◆性別・年代別月間平均購入回数

		【回】			
		コンビニ	スーパーマーケット	ドラッグストア	ディスカウントストア
調査数		400	418	410	377
全体		4.1	8.3	3.3	3.5
性別	男性	5.0	6.4	2.8	3.2
	女性	3.6	9.3	3.6	3.6
年代別	20・30代	4.0	6.8	3.6	3.1
	40・50代	4.7	8.1	3.8	3.4
	60・70代	3.4	9.0	2.7	3.7

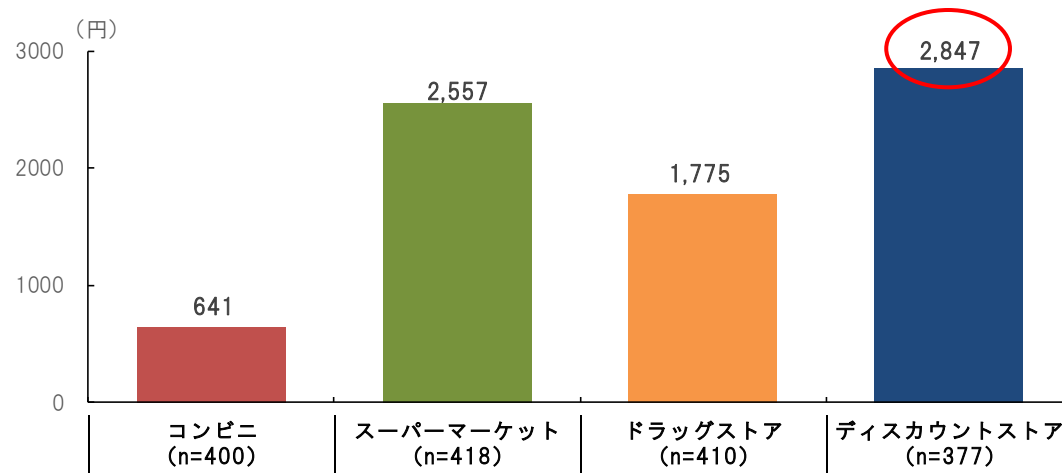
* 食料品・日用品以外の購入・利用は除く

* 月間平均購入回数：「週5回以上」=22、「週3～4回」=14、「週1～2回」=6、「月2～3回」=2.5、「月1回程度」=1、「2～3ヶ月に1回」=0.4、「半年に1回程度」=0.16、「年に1回程度」=0.08として加重平均値を算出。

* 5回以上のセルにピンクの網掛け

- 1回あたりの食料品・日用品の平均購入金額は、「ディスカウントストア」が3千円弱で最も高く、「スーパーマーケット」を上回った。
- いずれの層においても「ディスカウントストア」の金額が最も高い。20・30代の「ディスカウントストア」での購入回数は他に比べると少なかったが、購入金額は3千円以上と他の層に比べて特に高くなっている。

◆ 1回あたりの業態別平均購入金額（加重平均）
※年1回以上購入層限定



◆ 性別・年代別平均購入金額

		【円】			
		コンビニ	スーパー マーケット	ドラッグ ストア	ディス カウント ストア
調査数		400	418	410	377
全体		641	2,557	1,775	2,847
性別	男性	660	2,286	1,482	2,536
	女性	631	2,703	1,928	3,015
年代別	20・30代	708	2,769	2,134	3,073
	40・50代	547	2,557	1,720	2,837
	60・70代	730	2,491	1,721	2,788

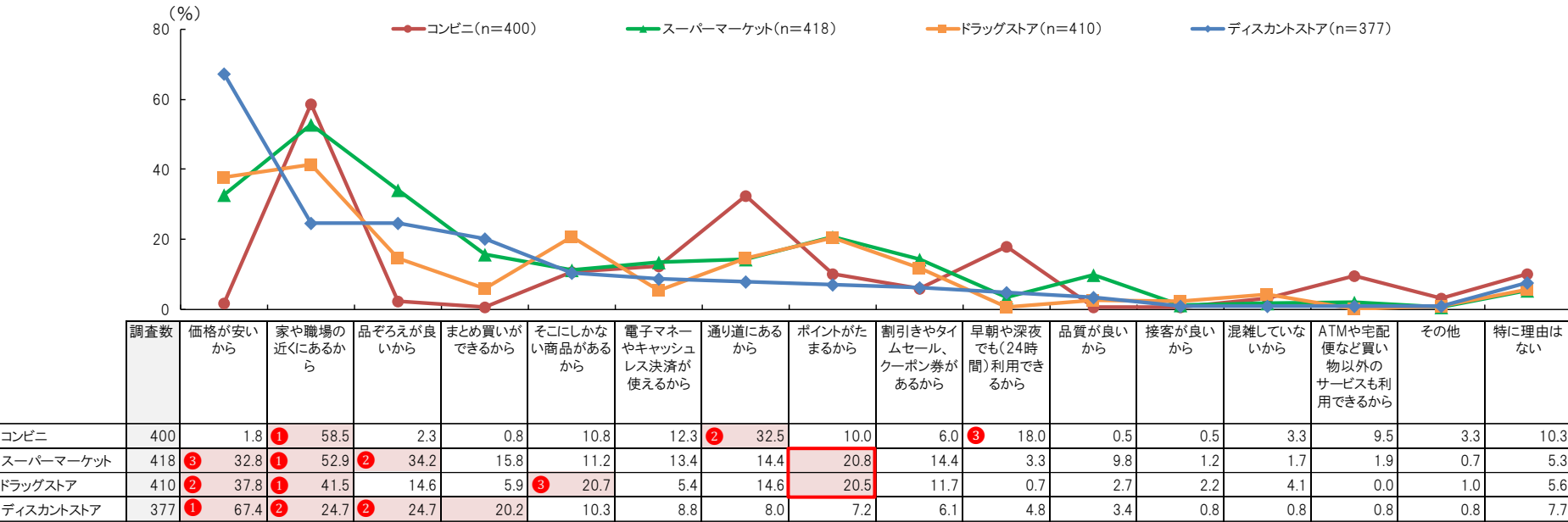
* 食料品・日用品以外の購入・利用は除く

* 1回あたりの平均購入金額：「500円未満」= 250、「500円～1000円未満」= 750、「1000円～2000円未満」= 1500、「2000円～3000円未満」= 2500、「3000円～4000円未満」= 3500、「4000円～5000円未満」= 4500、「5000円以上」= 5500として加重平均値を算出。

* 3000円以上のセルにピンクの網掛け

- 「ディスカウントストア」は「価格が安いから」が7割弱と突出し、他の業態を大きく上回った。低価格訴求に対する生活者の強い期待がうかがえる。
- 「コンビニ」「スーパーマーケット」「ドラッグストア」は「家や職場の近くにあるから」がトップと、利便性の高さで利用されている。
- 「スーパーマーケット」と「ドラッグストア」は利便性や低価格に加えて、「ポイントがたまるから」が共通して高い。「ディスカウントストア」との差別化ポイントの1つといえる。

◆業態別の利用理由
※年1回以上購入層限定



* 数表内の数字は業態ごとの上位3項目
* 20%以上のセルにピンクの網掛け

**マーケティングリサーチからコンサルティングまで
福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム**

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F
TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228
<https://www.gcom-net.co.jp/>
inq@gcom-net.co.jp