

# 衝動買いに関するマーケティングデータ

## 第2弾 衝動買いをすることが多い店

朝日大学マーケティング研究所

# 調査概要

調査方法 WEB アンケート

調査期間 2003年8月26日（火）～2003年8月29日（金）

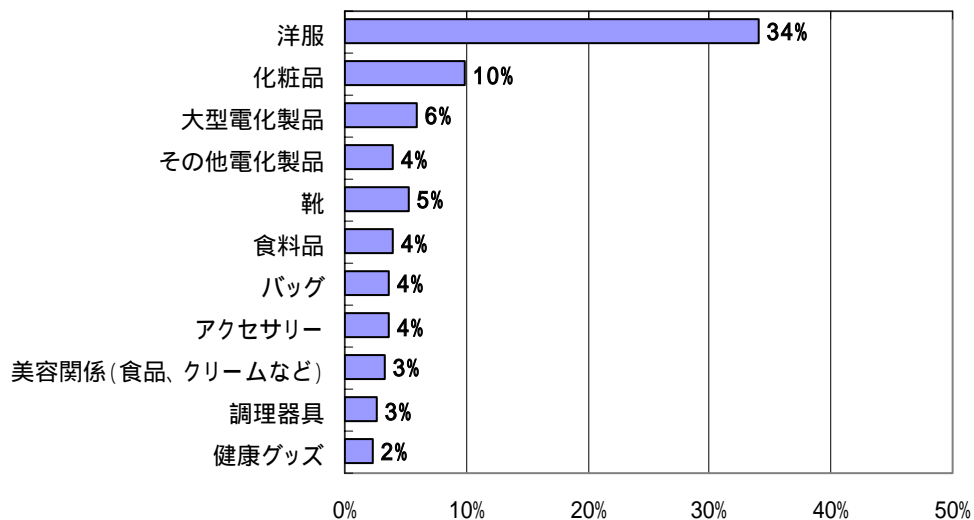
調査対象 首都圏在住者  
10代～60代の女性

有効回答 302名

	人数
10代	36名
20代	65名
30代	54名
40代	55名
50代	57名
60代	35名

備考 最近、予定外に買ってしまい、後悔した商品について挙げてもらい、商品を購入した時の意識と行動について調査した。  
商品は以下の通り挙げられた。

最近衝動買いした商品



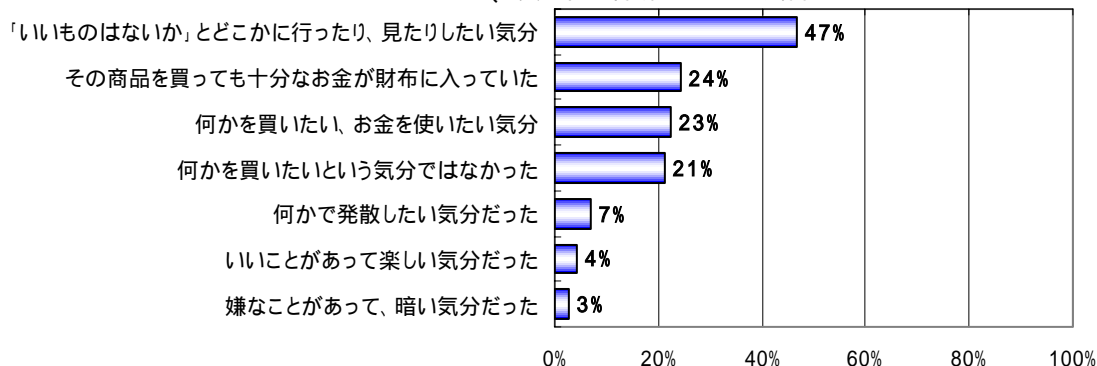
# 1. 衝動買いをするプロセス

「いいものはないか」「何か買いたい、お金を使いたい」といった気分の時に衝動買いをする。

- ・特に買いたいと思っていなくても、店に行ってから、衝動買いをしてしまう人もいる。初めて見る商品でも、「安売りしている」「目新しい」と、興味を持ち、足をとめる。「試しに使ってみたい」「今買わないとなくなってしまう」という気持ちから購入に至る。購入後使うか、自分に必要かを考えている人はほとんどいない。

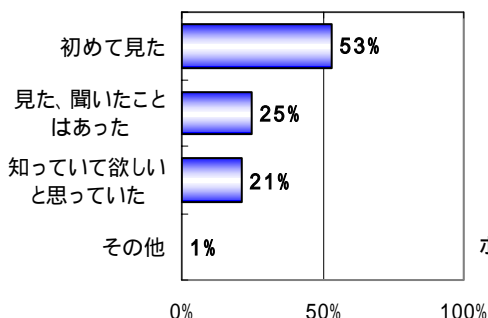
## 買いに行く前の気持ち

Q 買い物に行く前はどんな気持ちでしたか？

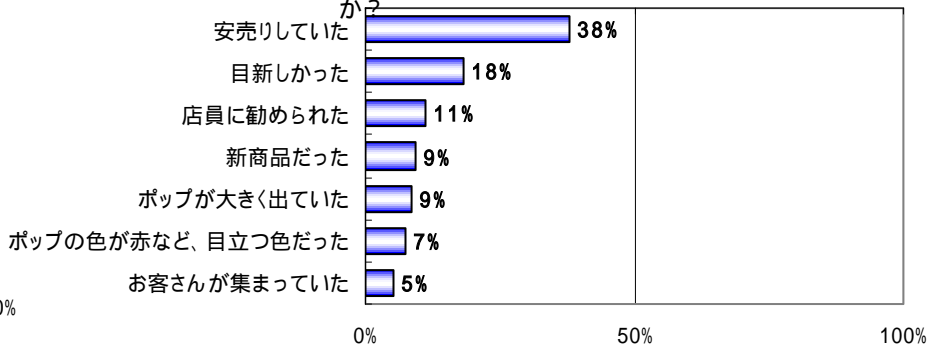


## 目がいき、足をとめる

Q 衝動買いをした商品は初めて見ましたか？

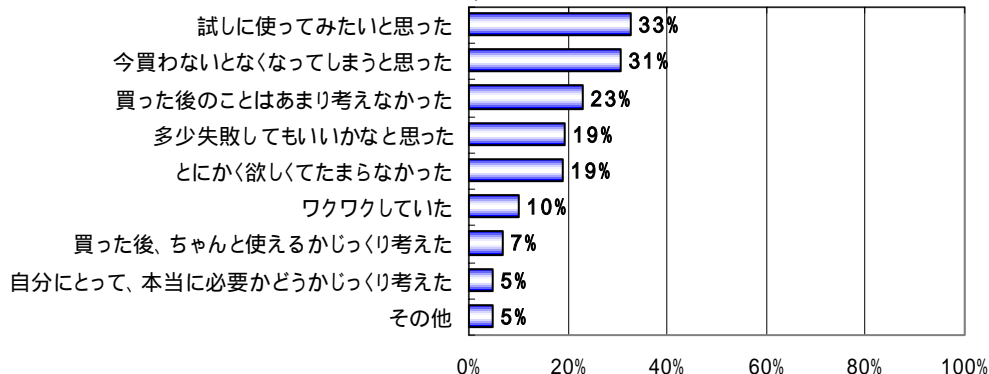


Q その商品に目がいき、足をとめたのはどうですか？



## 買いたいと思う時

Q 欲しいと思った時はどんな気持ちでしたか？



全て、最近衝動買いをした商品(調査概要ご参考)について、解答している

(母数は302名)

## 2. 衝動買いをすることが多い店

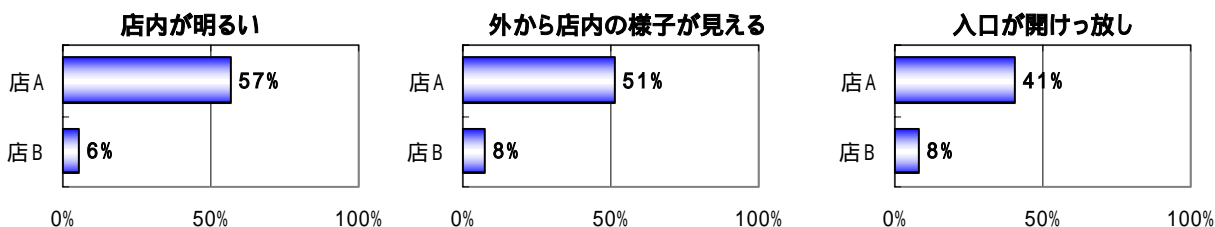
衝動買いをすることが多い店は、明るく開放感があり、音、ポップ、レイアウトで変化をつけ、顧客に刺激を与える工夫をしている。具体的には以下の通り。

- ・開放感：「外から中の様子が見える」「入口が開けっ放し」
- ・店内放送：「音楽がかかっている」「店員の声が流れている」
- ・レイアウト：「よく変わる」
- ・ポップ：「手書き」「値段が大きい」（同じ色では作られていない）
- ・商品：「おまけつき」「ワゴン」などの商品が多い。「商品の入れ替えが早い」

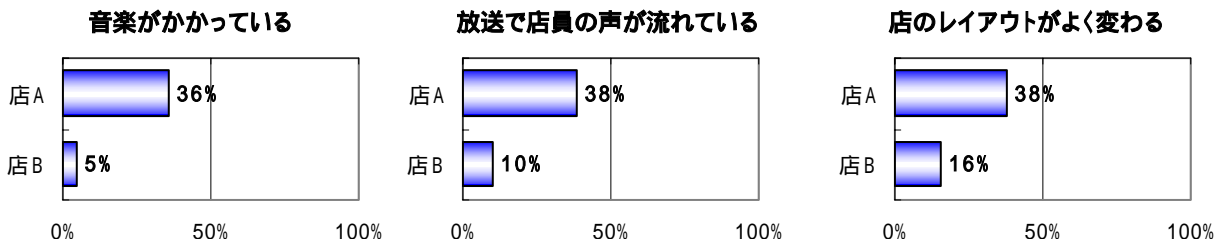
店A：衝動買いをしてしまうお店

店B：衝動買いをほとんどしないお店

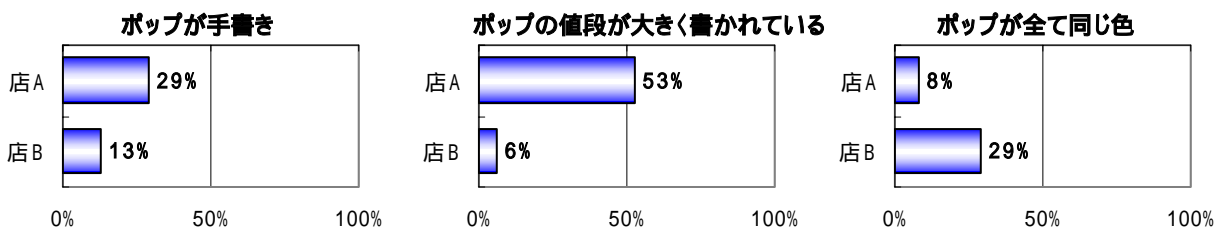
### 明るさ・開放感



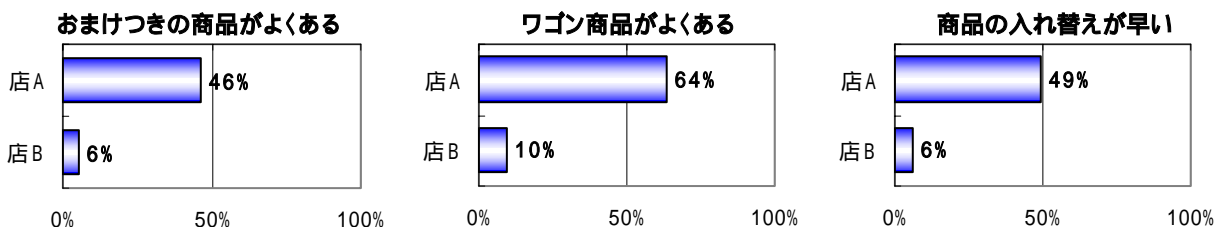
### 店内放送・レイアウト



### ポップ



### 商品

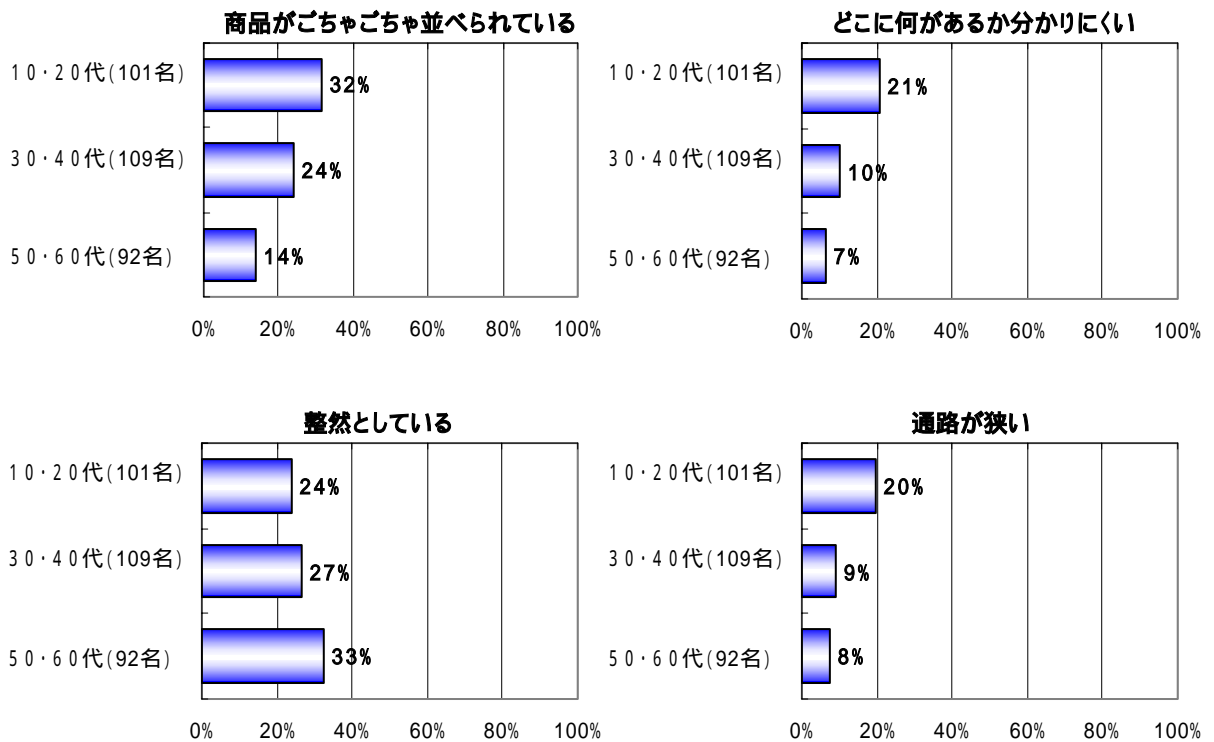


### 3. 衝動買いをする店について年代による差が出た項目

10代、20代は、「商品がごちゃごちゃ並べられている」「どこに何があるか分かりにくい」店の方が、比較的衝動買いをすることが多い。

整然とした店で衝動買いをすることが多いのは、50代、60代の年齢が高い層である。

#### 衝動買いをする店について年代による差が出た項目



顧客が衝動買いをするのは、「いいものはないか」「何か買いたい、お金を使いたい」という気分で店に入った場合が多いが、特別何かを買いたいと思っていなくても、店内を見ているうちに、つい何かを買ってしまうという人も少なくない。事実、目的以外のもので欲しいと思うものを見つけた時にも、実際に使うか、自分に必要かを考えることはあまりなく、「試しに使ってみたい」「今買わないとなくなってしまう」という思いから、購入を決めている。

一方、店には衝動買いを呼ぶ店と、衝動買いを呼ばない店がある。衝動買いを呼ぶ店は、明るく開放感がある。さらに、店内放送で音楽や店員の声の流したり、ポップ、レイアウトを常に変化させることによって、顧客の聴覚や視覚に刺激を与える工夫をしている。店側の工夫次第で、「いいものはないかな」と思っている顧客はもちろん、特別何かを買いたいと思っていない顧客にも、衝動買いをさせてしまうことは可能である。

### <具体的な提案>

- ・店内を明るくする
- ・外から中の様子が見えるようにする
- ・入口を開けっ放しにして開放感を出す
- ・音楽や店員の声で、聴覚的に刺激を与える
- ・レイアウトを変えて、常に変化していると顧客に感じさせる
- ・ポップは、商品によって価格表示の色や大きさを変える
- ・おまけつき、ワゴン商品などで、「何かありそう」と思わせる

## マンスリーリサーチ

### 衝動買いに関するマーケティングデータ 第2弾 衝動買いをすることが多い店

---

発行日 2003年8月31日

---

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所  
〒460-0002  
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20  
朝日丸の内ビル2F  
TEL : 052-961-4576

---

お問い合わせ [enquete@titan.ocn.ne.jp](mailto:enquete@titan.ocn.ne.jp)