

# 仕事帰りのコンビニエンスストア利用 に関するマーケティングデータ

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

事前調査期間 2007年7月26日(木)～7月27日(金)

事前調査対象 首都圏在住の有職の20歳～59歳男女

有効回答 3204名

本調査期間 2007年7月27日(金)～7月30日(月)

本調査対象

- ・首都圏在住の有職の20歳～59歳男女
- ・通勤していること
- ・最近1ヶ月の間に仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄ったことのある人

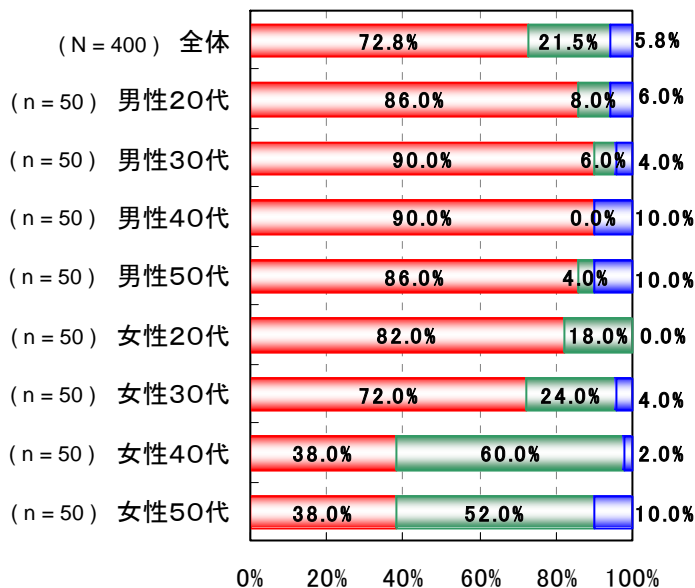
有効回答 400名

属性	男性	女性
20代	50名	50名
30代	50名	50名
40代	50名	50名
50代	50名	50名
計	200名	200名

## 【参考】本調査回答者プロフィール

### 性年代別職業

■ 給与取得者 ■ パート・アルバイト ■ 自営業・自営業

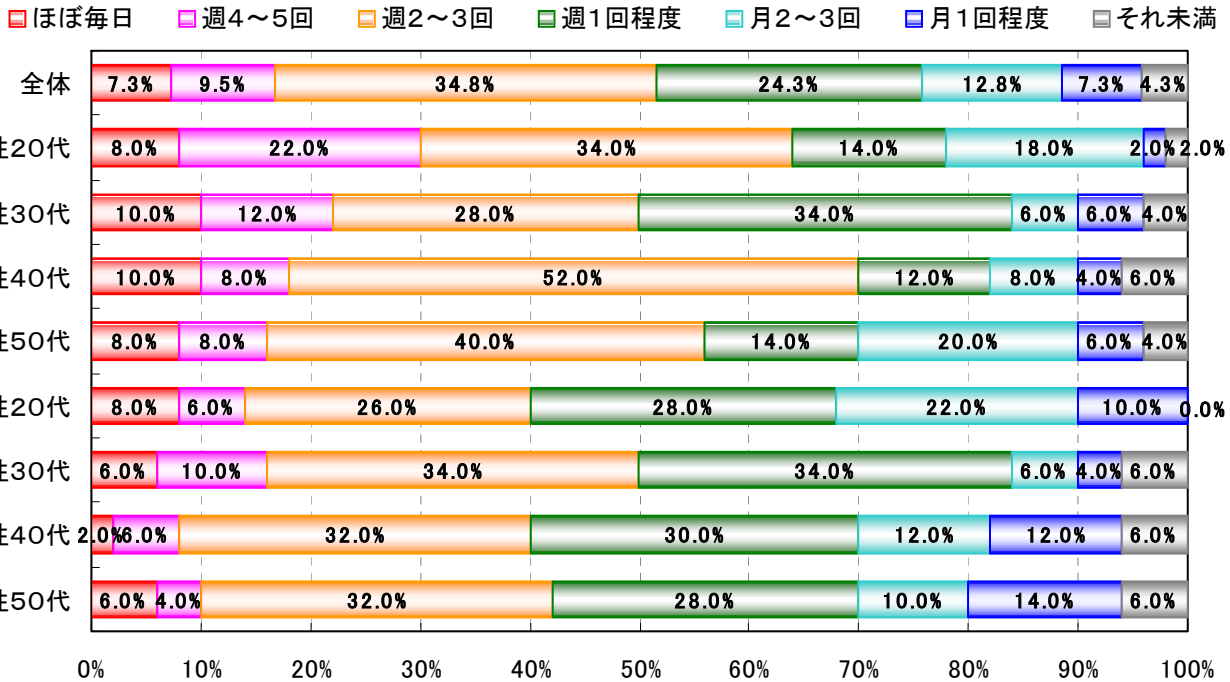


# 1. 仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄る頻度・時間帯

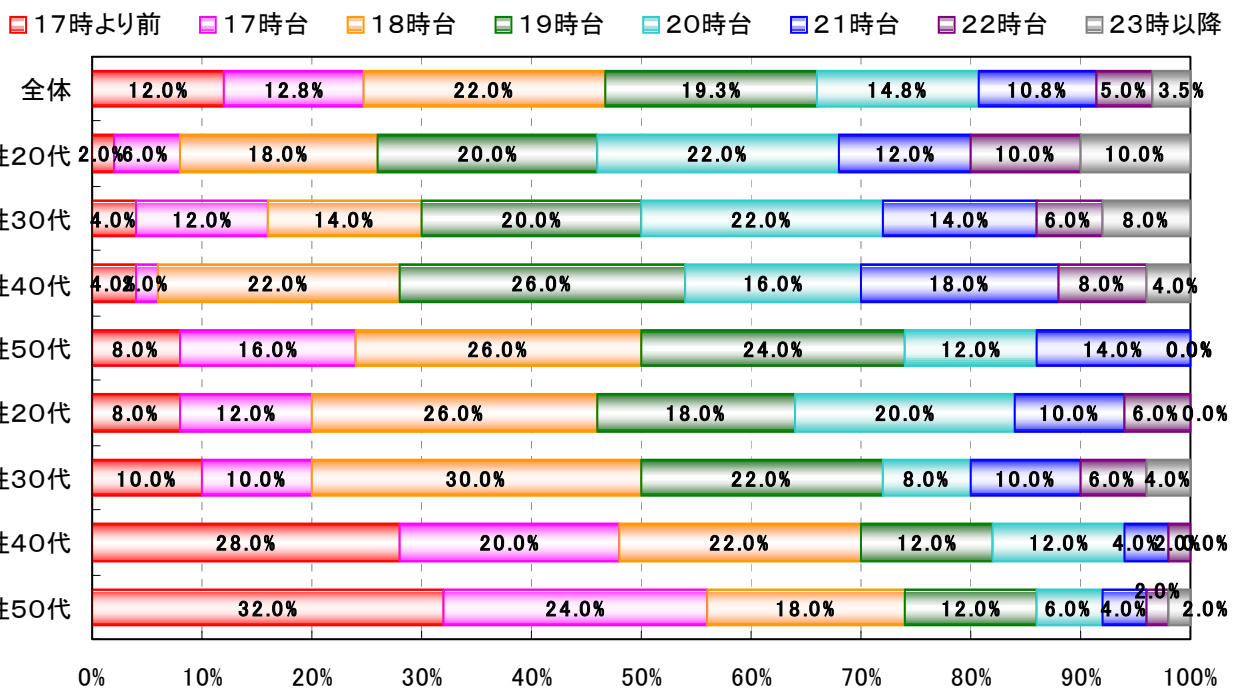
## 男性の若年層ほど立ち寄る頻度が高く、立ち寄る時間帯も遅い

■ 仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄る頻度は全体的に見て「週2~3回」、「週1回」という回答が多数を占めているが、「ほぼ毎日」「週4~5日」に注目すると男性20代は3割が週4~5日以上、仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄っていることがわかる。  
 ■ 仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄る時間帯では、女性の40代・50代の夕方利用が目立つ。これはパート・アルバイトの仕事についている人が多いためと考えられる。  
 ■ 男性の若年層ほど立ち寄る頻度が高く、立ち寄る時間帯も遅い傾向がある。また、女性30代は、立ち寄る頻度が比較的高く、時間帯も遅い傾向があり、他の年代の女性と比べ男性的といえる。

### 性年代別・仕事帰りにコンビニに立ち寄る頻度



### 性年代別・仕事帰りにコンビニに立ち寄る時間

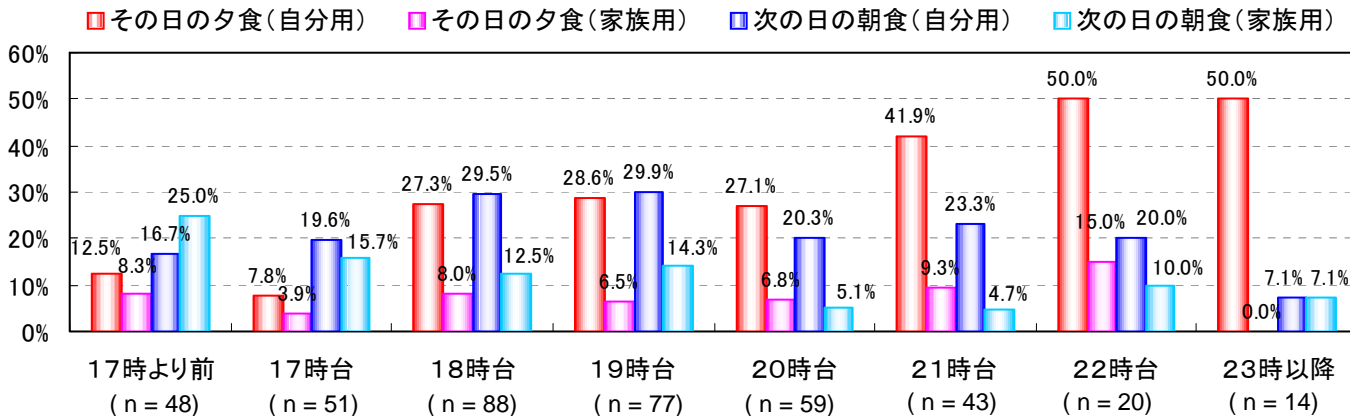


## 2. 仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄って買っているもの

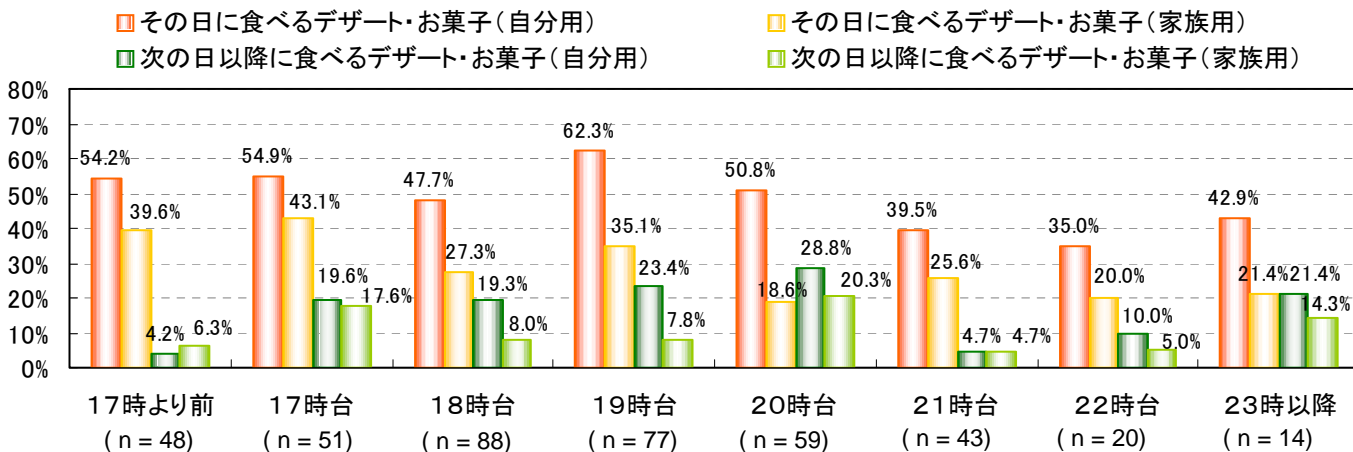
遅い時間帯の利用者は「その日の夕食」を買う「次の日の朝食」は早い時間帯に買われている

- 仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄る時間帯別に「夕食・朝食」「デザート」に絞って、主に買っているものをグラフにすると、遅い時間帯の利用者ほど「その日の夕食(自分用)」を買っており、「次の日の朝食(自分用)」は「19時台」に購入のピークがあった。
- 「18時台」、「19時台」の利用者の3割近くが「次の日の朝食(自分用)」を主に買うものに挙げている。
- 一方、デザート・お菓子里に目を向けると、「19時台」に「その日に食べるデザート・お菓子(自分用)」のピークがあり、「17時より前」、「17時台」といった早い時間帯では「その日に食べるデザート・お菓子(家族用)」の購入も目立つ。

時間帯別・仕事帰りのコンビニで主に買っているもの(夕食・朝食)



時間帯別・仕事帰りのコンビニで主に買っているもの(デザート)



### 3. 仕事帰りに立ち寄るコンビニエンスストアで買う夕食

男性の夕食購入頻度が高い 女性では30代が目立つ

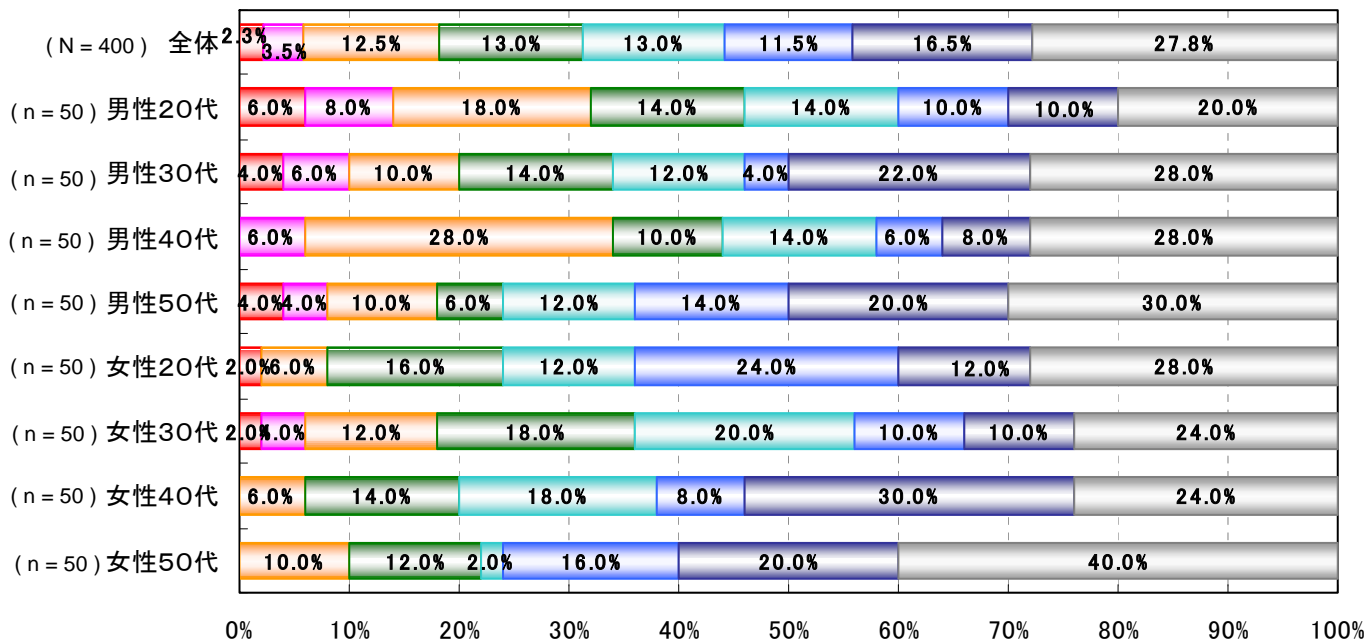
■仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄って買う夕食についてみると、「ほぼ毎日」「週4～5回」といったヘビーユーザーは男性に多い。男性20代、男性30代、男性40代では、週一回以上仕事帰りにコンビニエンスストアで夕食を買う人はそれぞれ、46%、34%、44%である。

■一方でまた女性の30代も36%が週一回以上仕事帰りにコンビニエンスストアで夕食を買う。

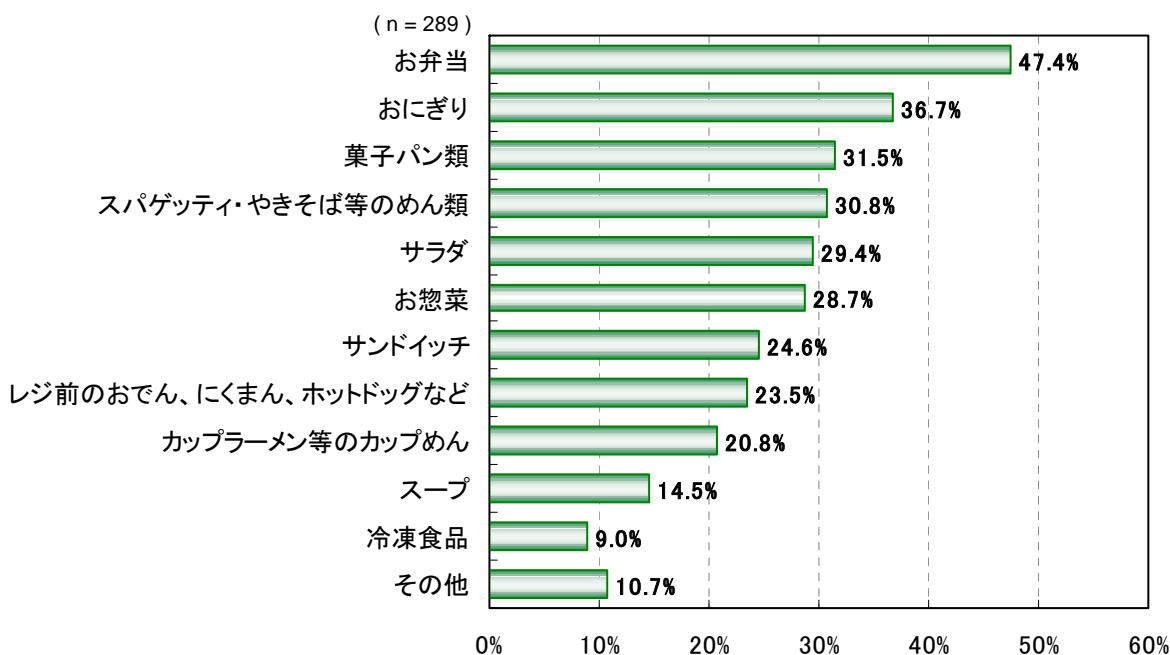
■夕食を買っている人について、夕食として買っているものを見ると「お弁当」が断トツで、以下、「おにぎり」、「菓子パン類」と続く。夕食を買う人の約3割が「サラダ」「お惣菜」といった主食以外のものを購入している。

性年代別・夕食を買う頻度

■ ほぼ毎日 
 ■ 週4～5回 
 ■ 週2～3回 
 ■ 週1回程度 
 ■ 月2～3回 
 ■ 月1回程度 
 ■ それ未満 
 ■ 買うことはない



夕食として買っているもの



## 4. 仕事帰りに立ち寄るコンビニエンスストアで買うデザート・お菓子

### 目立つ男性20代と女性30代の購入頻度

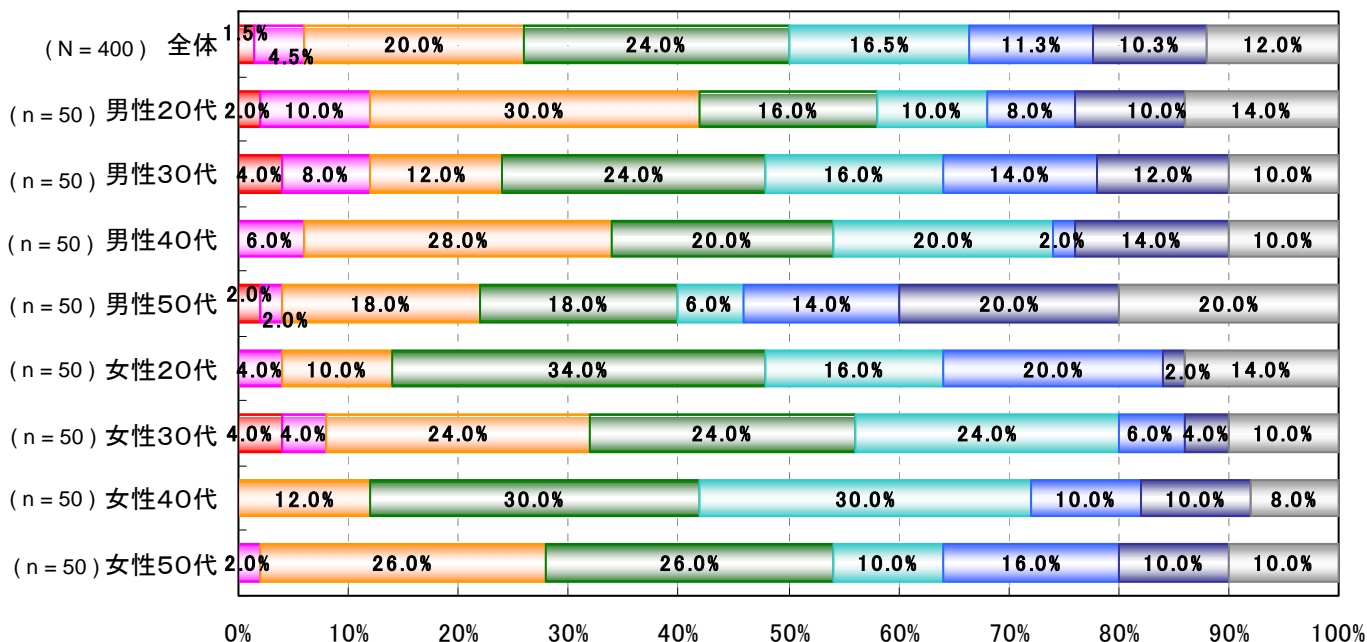
■仕事帰りにコンビニエンスストアに立ち寄って買うデザート・お菓子についてみると、男性20代と女性30代の購入頻度が高く、週一回以上デザート・お菓子を買う人は、男性20代で58%、女性30代で56%である。

■デザート・お菓子を買っている人について、デザート・お菓子として買っているものを「夕食と一緒に買う場合」と「デザート・お菓子単独で買う場合」とに分けると、「デザート・お菓子単独で買う場合」において全体的な購入率が上昇する。

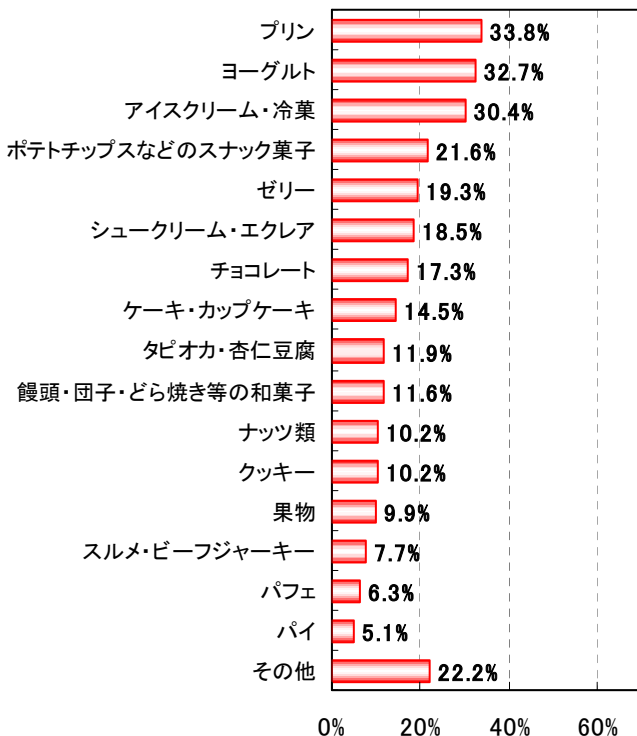
■特に上昇の大きいものは「アイスクリーム・冷菓」「チョコレート」「シュークリーム・エクレア」であり、こうした甘いものは「デザート・お菓子単独で買う場合」に好まれることがわかる。

### 性年代別・デザートを買う頻度

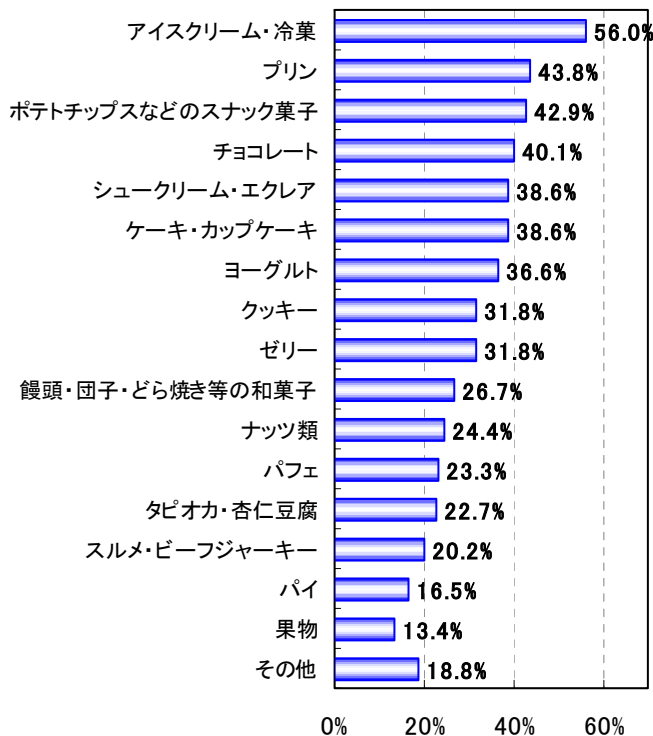
■ ほぼ毎日 ■ 週4～5回 ■ 週2～3回 ■ 週1回程度 ■ 月2～3回 ■ 月1回程度 ■ それ未満 ■ 買うことはない



### (n=352) 夕食と一緒に買う場合



### (n=352) デザート・お菓子単独で買う場合



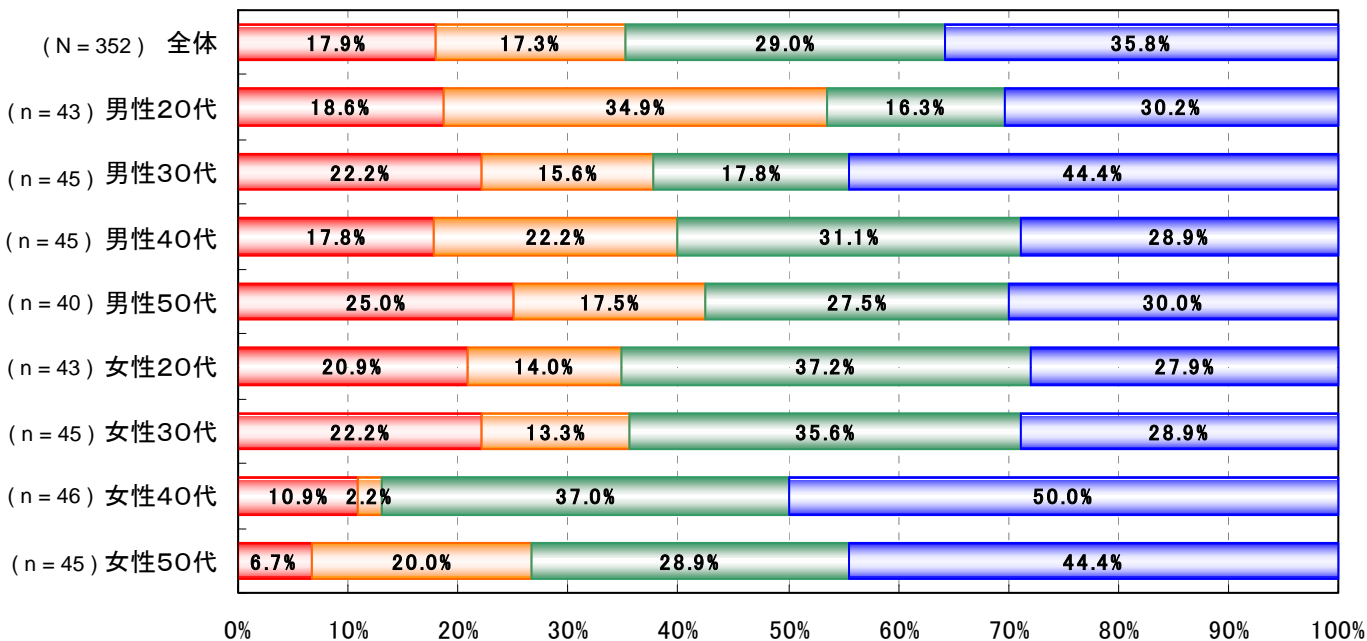
## 5. 仕事帰りに立ち寄るコンビニエンスストアでのデザート・お菓子の買い方と購入金額

デザート・お菓子の平均購入金額は300円中盤、上限金額は600円弱 夕食と同時購入するかどうかに関係なく予算は一定

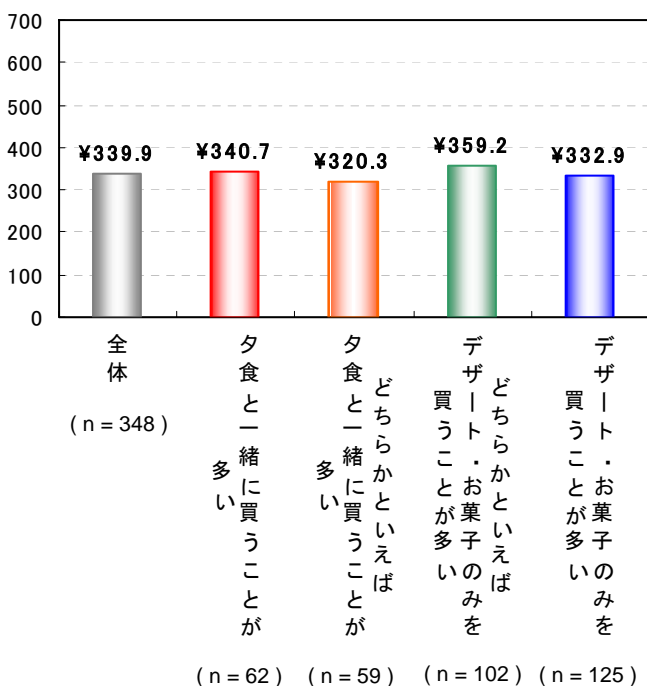
- 仕事帰りにコンビニエンスストアで買うデザート・お菓子について、夕食と一緒に買うかどうかでみると、男性若年層ほど、夕食とデザート・お菓子と一緒に買う傾向がある、
- 上記のデザート・お菓子の買い方の4パターン別に、デザート・お菓子の平均購入金額、購入上限金額をクロスさせてみたが、買い方によって大きな差は見られなかった。デザート・お菓子購入の予算は、夕食と一緒に買うかどうかに関わらず一定であるといえる。
- デザート・お菓子の購入上限金額は、平均購入金額の約1.7倍である。

性年代別・夕食とデザート・お菓子の買い方

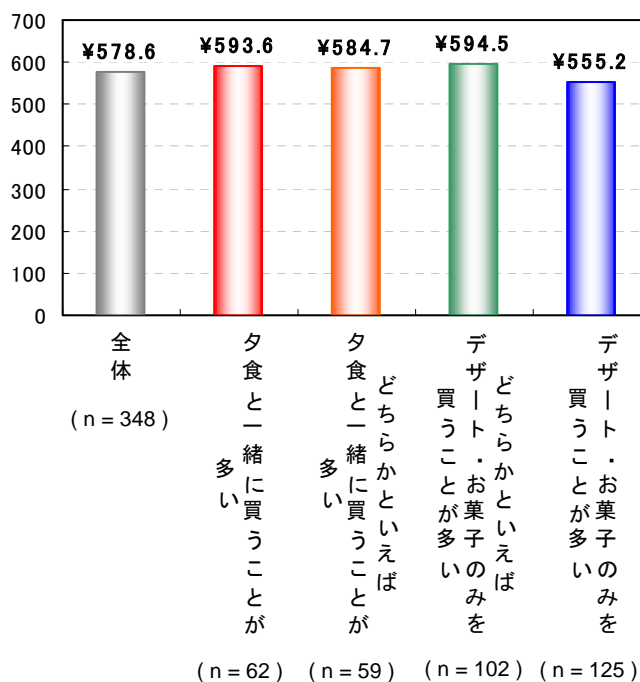
- 夕食と一緒に買うことが多い
- どちらかといえば夕食と一緒に買うことが多い
- どちらかといえばデザート・お菓子のみを買うことが多い
- デザート・お菓子のみを買うことが多い



デザート・お菓子の平均購入金額(一人分)

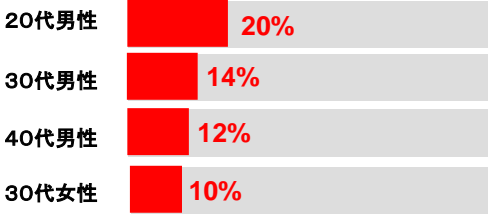


デザートのお菓子の購入上限金額(一人分)



## 結果① 立ち寄る時間が遅い客は、「その日の夕食(自分用)」を求めている

夜22時以降にコンビニに立ち寄る人の割合

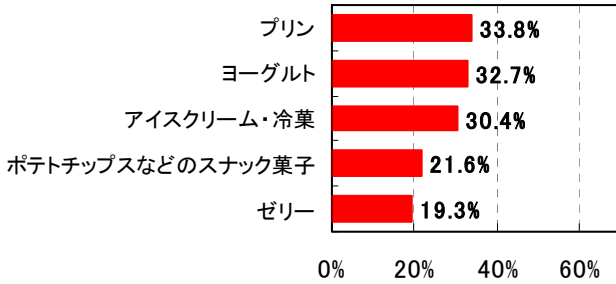


夜22時以降に来る客は20~40代の男性と30代の女性が中心。彼らはその日の夕食を買いに来る。翌日の朝食を買いするのは22時以前に来店する人である。

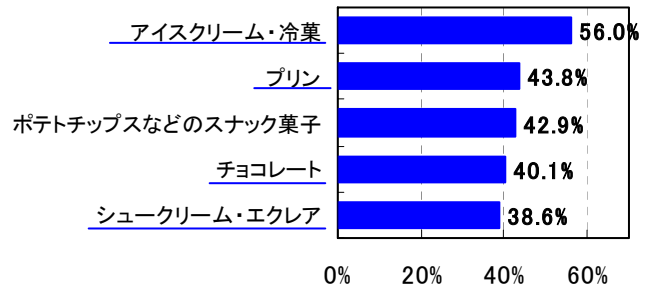
## 結果② 甘い物は、夕食と一緒にではなく、デザート・お菓子単独で買われる

※仕事帰りのコンビニでデザートを買う人

夕食と一緒に買うデザート・お菓子



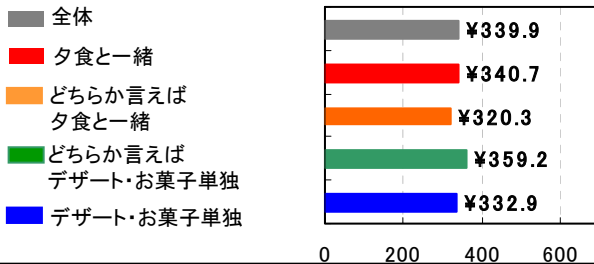
単独で買うデザート・お菓子



## 結果③ デザート・お菓子の予算は夕食と一緒に買うかどうかに関わらず一定

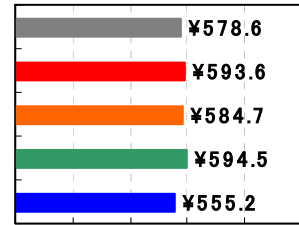
※仕事帰りのコンビニでデザートを買う人

デザート・お菓子の平均購入金額



デザート・お菓子の購入金額上限

×1.7倍



夕食と一緒に買う買わないに関わらず、デザート・お菓子の予算は変わらない

## 結果から推測される仮説

■働き方のスタイルが変わり、帰宅時間がまちまちになっている。家族の中でも生活時間帯がずれることが多くなっている。そうした状況の中で、24時間開店しているコンビニエンスストアは若い世代を中心に生活に密着してきたと言える。今回の調査では、その日の夕食に食べるものを買う時間帯と次の日の朝食を買う時間帯のピークがずれていることがわかった。また、本来男性客の多いコンビニエンスストアを30代女性が利用している実態も見えた。今後も晩婚化や雇用の自由化が進むことが予想されるため、仕事帰りの遅い時間帯にコンビニエンスストアに立ち寄るキャリアウーマンが増えると想定される。そうした女性をターゲットにした商品開発やニーズ開拓などが求められる一方、時間帯別の詳細なマーケティングが必要となろう。

■さらに、今回、仕事帰りのコンビニエンスストア利用において、デザート・お菓子の購入金額は、夕食と一緒に買うかどうかに関わらず一定であることがわかった。消費者が許容する金額内で、消費者の満足度を最大にすることが求められている。また、デザート・お菓子を夕食と一緒に買う場合と、デザート・お菓子のみを買う場合とで、求められるフレーバーが変わるため、デザート・お菓子の商品開発の際には、夕食と一緒に食べるのか、単独で食べるのかのコンセプトを明確にすることが肝要である。



## トピックスリサーチ

仕事帰りのコンビニエンスストア利用  
に関するマーケティングデータ

---

発行日 2007年8月17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 [apost@dance.ocn.ne.jp](mailto:apost@dance.ocn.ne.jp)