

早朝、深夜の買い物意識と  
消費行動に関する  
マーケティングデータ  
～顧客ニーズ 編～

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2017年 3月14日 (火) ~ 3月17日 (金)
- 調査対象 : 首都圏在住の20歳~69歳
- 有効回答 : 439名

【内訳】

男性	20代	44名	女性	20代	40名
	30代	44名		30代	45名
	40代	44名		40代	43名
	50代	45名		50代	45名
	60代	44名		60代	45名
<hr/>			<hr/>		
合計		221名			218名

※この調査では、事前に「日常的な買い物やサービス利用」を以下のように定義している。

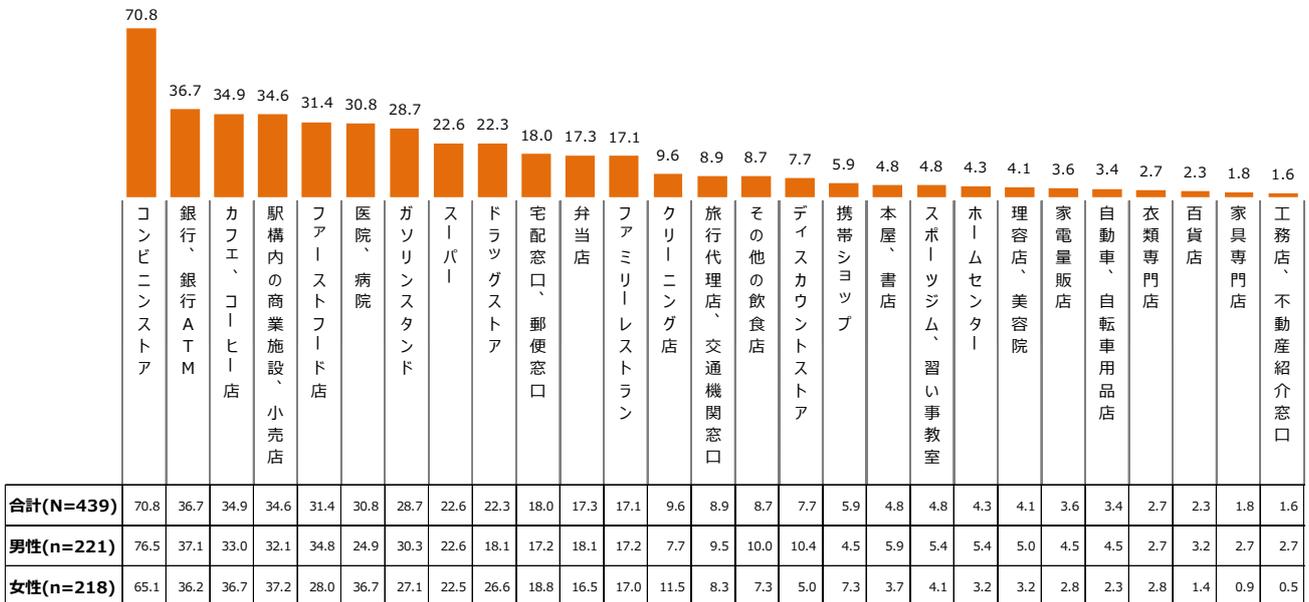
- ・「日常的な買い物やサービス利用」とは、食料、飲料、日用品、生活雑貨、医薬品、衣類下着、書籍、医療、散髪などを実際の店舗や施設で利用することを指す。
- ・ネット通販は含まない。

# 1. 早朝営業（朝5時～8時）に対する顧客ニーズ

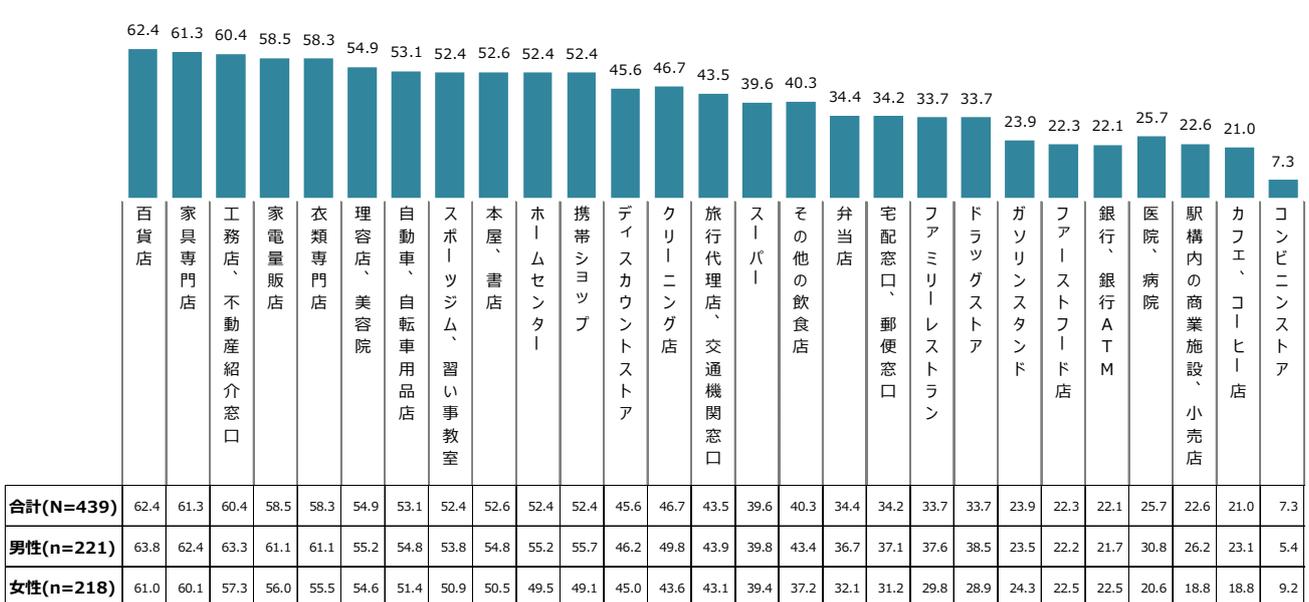
- 早朝営業（朝5時～8時）に対して「とても必要」の割合がもっとも高かったのは「コンビニエンスストア」（70.8%）であり、大差が開いた3割台で「銀行、銀行ATM」「カフェ、コーヒー店」「駅構内の商業施設・小売店」「ファーストフード店」「医院、病院」が上位に並んだ。
- 上位の業態のうち、「コンビニエンスストア」と「ファーストフード店」は男性、「医院、病院」「ドラッグストア」は女性の割合がそれぞれ高かった。
- 一方、「あまり必要でない」の上位には、「百貨店」「家具専門店」「工務店、不動産紹介窓口」「家電量販店」「衣類専門店」が並んだ。このほか多くの業態においても、「あまり必要でない」の割合が「とても必要」の割合を上回った。
- 早朝営業に対する顧客ニーズは一部の店舗や施設に限られており、顧客にとっては必要性の低い店舗や施設が圧倒的に多かった。

## Q.早朝（朝5時～8時）の営業が、とても必要な/あまり必要でない店舗、施設はどこですか。(MA)

■とても必要な店舗・施設（単位：%） ※N=439名



■あまり必要でない店舗・施設（単位：%） ※N=439名

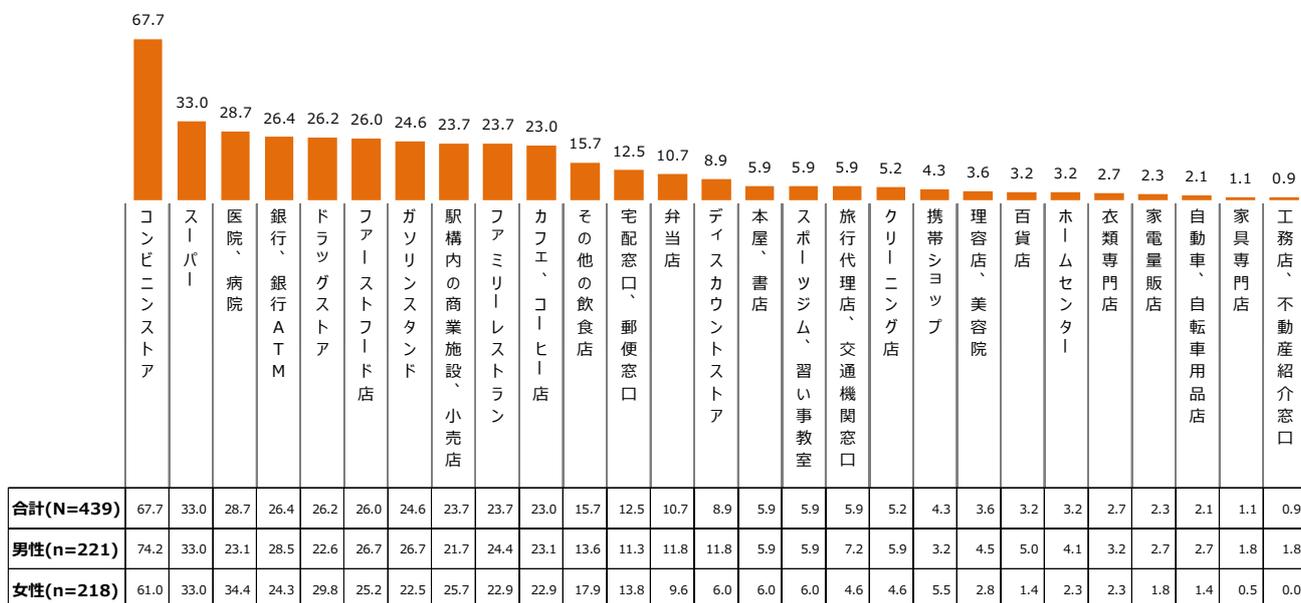


## 2. 夜間営業（夜10時～深夜1時）に対する顧客ニーズ

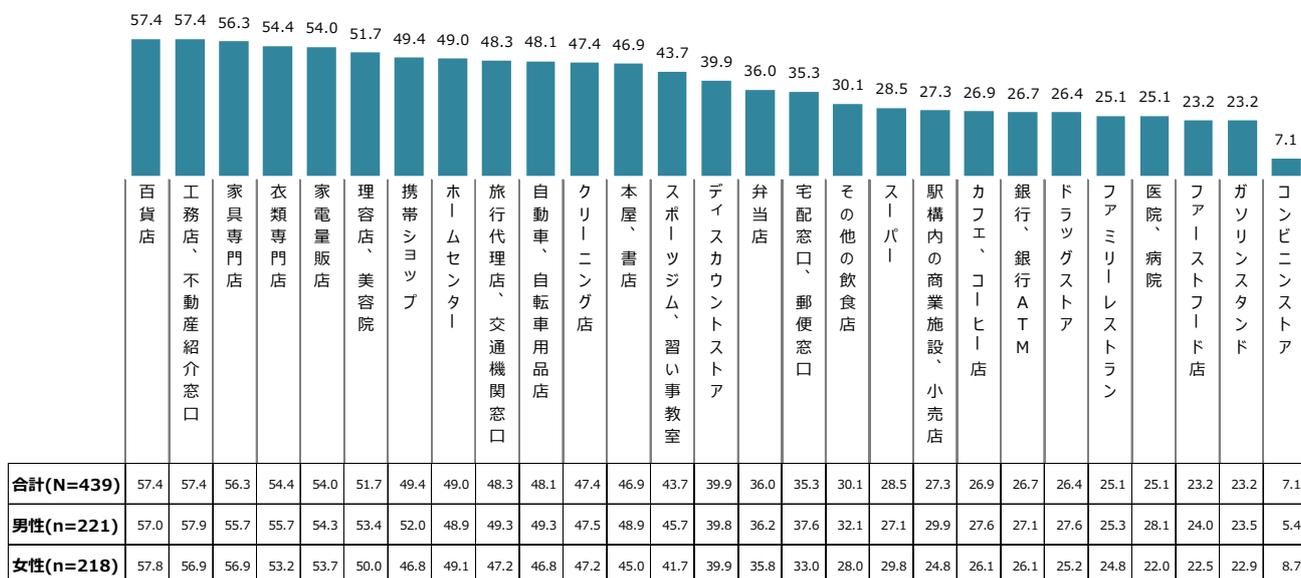
- ・ 夜間営業（夜10時～深夜1時）について「とても必要」の割合が3割を超えたのは、「コンビニエンスストア」（67.7%）と「スーパー」（33.0%）のみであった。早朝に比べて（前頁ご参照）、夜間は店舗や施設に対する顧客ニーズが弱い。
- ・ 「医院、病院」「ドラッグストア」の夜間営業に対するニーズは、早朝と同様に（前頁ご参照）、女性で強かった。
- ・ 一方で、多くの業態について「あまり必要ない」の割合が高かった。  
最近では、大型店舗だけでなく生活に身近な業態（クリーニング店、理容店、美容院、本屋、書店など）にも遅くまで営業する店舗がみられるが、それを必要とする顧客はあまり多くない。

### Q.夜間（夜10時～深夜1時）の営業が、とても必要ない／あまり必要でない店舗、施設はどこですか。(MA)

■とても必要な店舗・施設（単位：％） ※N=439名



■あまり必要でない店舗・施設（単位：％） ※N=439名

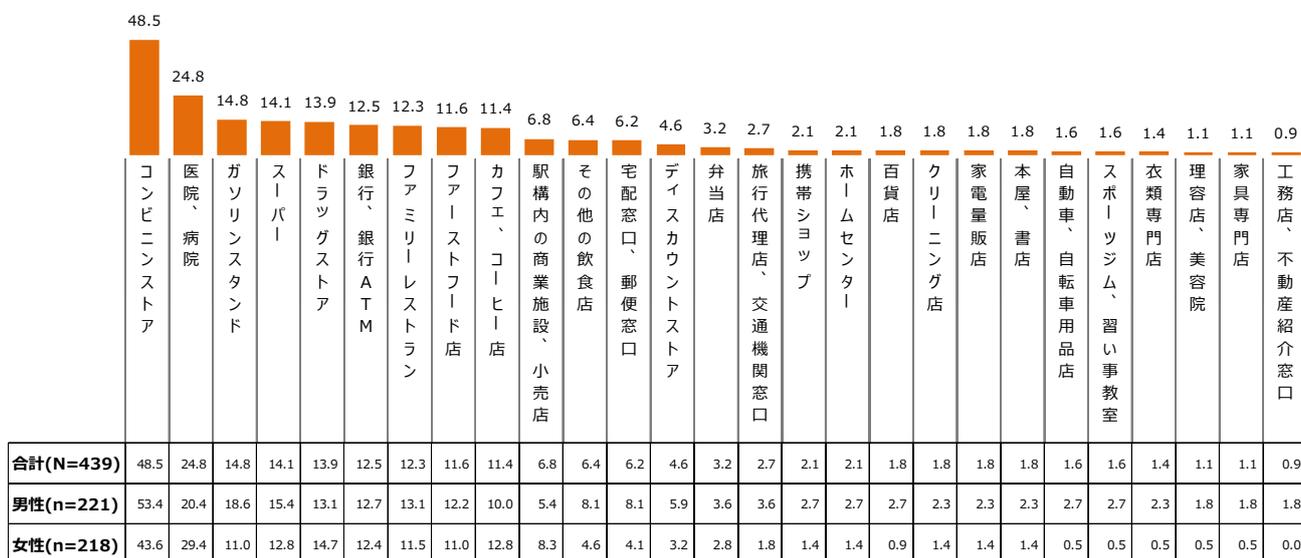


### 3. 深夜営業（深夜1時～翌朝）に対する顧客ニーズ

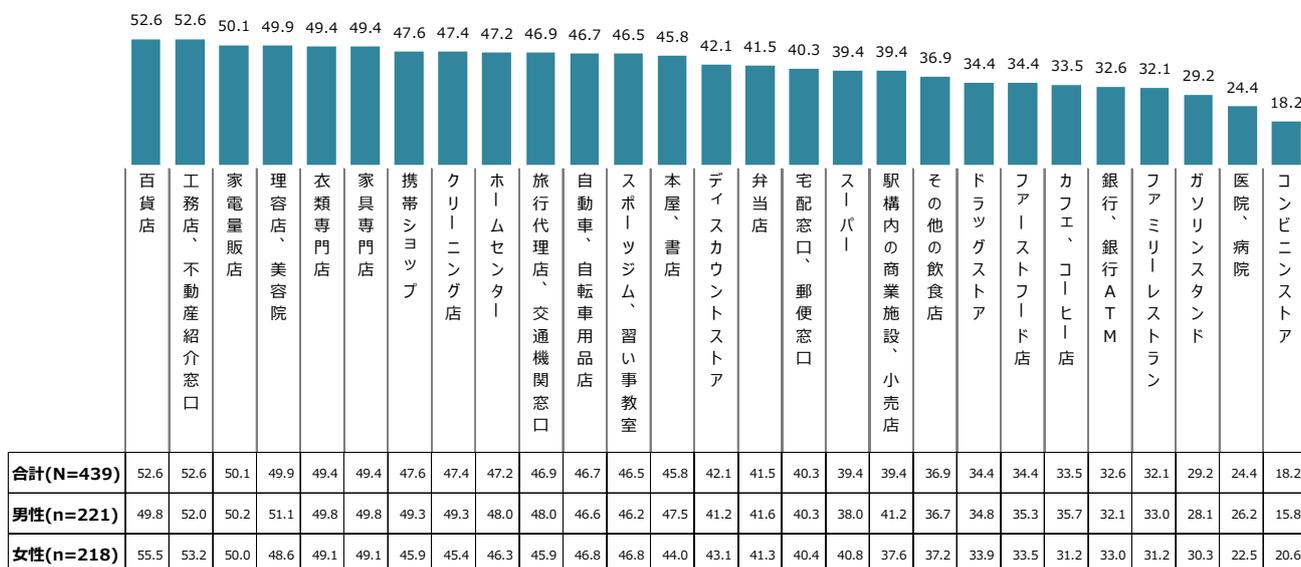
- 深夜営業（深夜1時～翌朝）について「とても必要」とした割合は「コンビニエンスストア」（48.5%）であったが、それでも5割未満であった。これに次いで2番目に高かったのは「医院、病院」（24.8%）であった。
- チェーン系の店舗が多い業態（ファーストフード店、カフェ、コーヒー店、ファミリーレストラン）には深夜営業を行う店が多くみられるが、顧客ニーズはそれほど高いわけではない。
- 「医院、病院」を除けば、深夜における顧客ニーズはコンビニエンスストアで充足されてしまうことも、ほかの業態に対する必要性が高まらない一因と思われる。

#### Q.深夜（深夜1時～翌朝）の営業が、とても必要な／あまり必要でない店舗、施設はどこですか。(MA)

■とても必要な店舗・施設（単位：％） ※N=439名



■あまり必要でない店舗・施設（単位：％） ※N=439名



- 「1日以内が多い」と「どちらかという1日以内が多い」の合計割合は、早朝（90.2%）、深夜（78.1%）、夜間（76.4%）の順で高かった。早朝の買い物は、1日以内にすぐに消費される商品の購入が圧倒的に多い。
- 夜間や深夜は、早朝に比べて「1日より後が多い」と「どちらかという1日より後が多い」の合計割合が高かった。すぐには消費されない商品の購入も多く、この傾向は特に女性で強い。夜間と深夜においては、女性のこのようなニーズに応える姿勢も有効である。

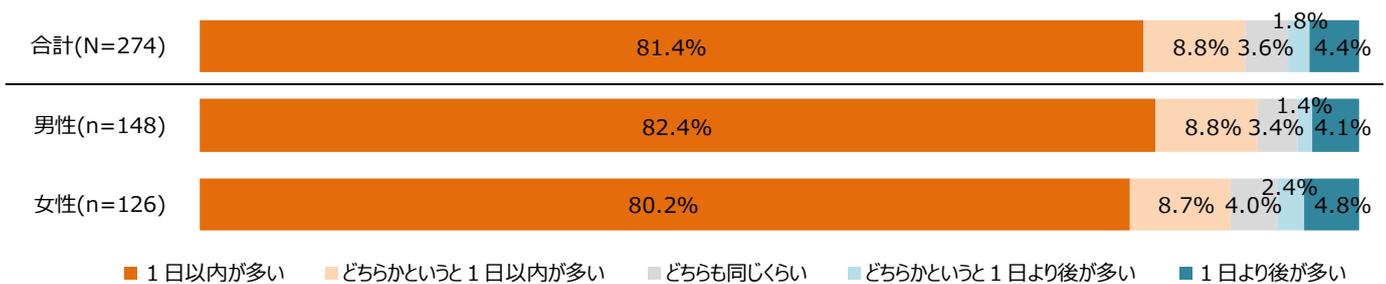
※凡例については、グラフ上部の赤字の部分をご参照のこと

### Q.各時間帯に店舗や施設で購入する際はどのパターンが多いですか。(各SA)

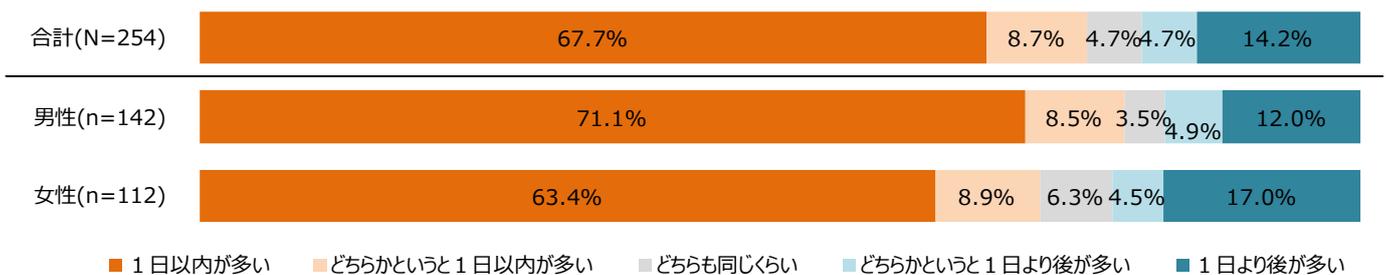
※各時間帯について、「この時間帯は、ほぼ利用しない」を選んだサンプルは集計対象から除外

- ※凡例について
- 1日以内が多い：購入から1日以内に食べ始めたり、使い始めたりするものを買うことが多い
  - 1日より後が多い：購入から1日より後に食べ始めたり、使い始めたりするものを買うことが多い

#### ■早朝（朝5時～8時）



#### ■夜間（夜10時～深夜1時）



#### ■深夜（深夜1時～翌朝）



## ● 早朝の顧客ニーズはコンビニでほぼ充足される

コンビニエンスストア（以下コンビニとする）は、どの時間帯においても営業が「とても必要」とされた割合が、ほかの業態に飛び抜けて高かった。具体的には、早朝（朝5時～8時）が70.8%、夜間（夜10時～深夜1時）が67.7%、深夜（深夜1時～翌朝）が48.5%であった。早朝がもっとも高かった。

早朝は、「銀行、銀行ATM」「カフェ、コーヒー店」「駅構内の商業施設、小売店」「ファーストフード店」「医院、病院」の割合も3割を超えて高かった。早朝は、コンビニ以外の店舗や施設がもっとも利用されやすい時間帯である。

ただし、「医院、病院」を除けば、いずれもコンビニで代替できる商品やサービスであり、コンビニに立ち寄れば、ほとんどのニーズは充足できる。さらに、持ち帰りコーヒーやイトインを始めたことで、コンビニはほかの業態に向いていた早朝の顧客ニーズの取り込みを強化している。場所的な利点がある「駅構内の商業施設、小売店」はともかく、「カフェ、コーヒー店」や「ファーストフード店」の早朝における特性はコンビニによって薄められている。

「カフェ、コーヒー店」や「ファーストフード店」の早朝営業が、今後どのように「コンビニエンスストア」との差別化を図っていくかが注目される。

## ● コンビニとともに、医院、病院に対する顧客ニーズが高い

早朝、夜間、深夜のいずれの時間帯においても、「医院、病院」の営業が「とても必要」とされた割合は、コンビニとともに上位に挙げられた。特に深夜においては、コンビニに次ぐ2番目に挙げられており、顧客からの要望が強い業態である。性別で見ると「医院、病院」に対する顧客ニーズは、男性より女性で強かった。

時間に制約されない営業が望まれる業態として、医療サービスは有力である。一部のドラッグストアでは夜間の薬剤師による営業が試されている。直接的な医療行為は難しくても、工夫によって代替的なサービスを提供できる可能性はある。

早朝や夜間、深夜における医療サービスの提供は、新ジャンルの分野として有力な課題である。

## ● 早朝、深夜には、1日以内に消費される商品が買われる

店舗や施設で購入する商品について、「1日以内が多い（※1）」「どちらかというち1日以内が多い」とした顧客の割合は、早朝が90.2%、夜間が76.5%、深夜が78.1%であった。1日以内にすぐに必要とされるものの購入が大半を占めた。特に早朝は、その日のうちにすぐに消費する商品を購入するために店舗に立ち寄る顧客が多い。

対して、夜間と深夜は「1日より後が多い（※2）」「どちらかというち1日より後が多い」の割合が高めであった。この傾向は特に女性で強くみられた。

早朝や夜間、深夜は、1日以内にすぐに消費される商品のラインナップが中心となるが、夜間と深夜は、主に女性顧客のニーズに応えるために、長めに利用する商品を揃えることも有効なマーケティング戦略である。

（※1）1日以内が多い：購入から1日以内に食べ始めたり、使い始めたりするものを買うことが多い

（※2）1日より後が多い：購入から1日より後に食べ始めたり、使い始めたりするものを買うことが多い

## トピックスリサーチ

早朝、深夜の買い物意識と消費行動に関するマーケティングデータ

～顧客ニーズ 編～

---

発行日                    2017年 4月 30日

---

発行・調査分析   朝日大学   マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

---

お問い合わせ        [marketing@alice.asahi-u.ac.jp](mailto:marketing@alice.asahi-u.ac.jp)