

20代～40代のコンビニユーザー600人に聞く、プレミアム商品の消費とその重視点

3人に2人がコンビニのプレミアム商品消費層！

高価格でも購入したい別格な商品は

『デザート・スイーツ』や『飲料』で

重視するのは「品質の良さ」「素材へのこだわり」「限定品」

リーマンショック以降、景気の抜本的な回復を実感する機会が決して多くはない中で、生活者は自身のライフスタイルに合わせて、上手にメリハリをつけながら購買・消費をする傾向が続いています。そんな中、既に定着した感のあるコンビニエンスストアのプライベートブランドのプレミアムスイーツジャンルや、キリンビバレッジの「別格」シリーズと呼ばれる素材や製法にこだわった高価格商品が登場するなど話題の多い飲料ジャンルなど、拡大の一途をたどるコンビニプレミアム市場。

フリーマガジン「R25」を発行する株式会社Media ShakersのM1・F1総研[®]では、昨今その充実ぶりが加速するコンビニエンスストアで購入できるプレミアム商品市場に注目し、コンビニユーザーのプレミアム商品消費に関する意識と実態について調査しました。

1 コンビニでのプレミアム商品購入状況

コンビニユーザーの3人に2人(67.0%)がコンビニのプレミアム商品消費層。女性が多い(72.3%)が、特に男性20代が相対的に高い傾向(73.0%)。

2 コンビニでのプレミアム商品購入時のモチベーション

「美味しいものが食べたい」(73.2%)がモチベーション。コンビニで購入できるプレミアム商品消費層は「カラダにいい物を取りたい」(31.3%)が特徴的な動機に。

3 コンビニで“別格だ！”と思える商品ジャンル

“別格だ”と思える商品は「デザート・スイーツ(73.2%)」に次ぎ、「飲料」(39.3%)。女性は「デザート・スイーツ」、男性は「アルコール飲料」を特に支持する傾向。

4 コンビニにあるプレミアム商品に求める重視内容

「飲料」「弁当」「デザート」「お菓子」など各ジャンルに求める重視内容は、いずれも「品質の良さ」、「素材へのこだわり」、「限定品」が上位。飲料は「機能性」も重視。

5 コンビニにあるプレミアムな『飲料』に求める重視内容

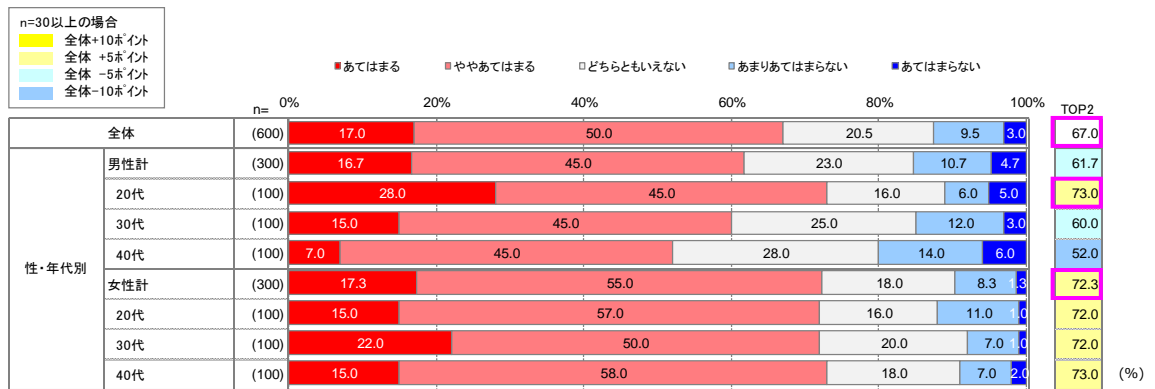
「飲料」に求める重視内容は1位「品質の良さ」(56.8%)。次いで、「素材へのこだわり」(35.6%)。男性20代で「機能性」(37.2%)が高い傾向。

1 コンビニユーザーの3人に2人(67.0%)がプレミアム商品消費層。女性が多い(72.3%)が、特に男性20代が相対的に高い傾向(73.0%)。

コンビニエンスストアを1週間に2~3回以上利用している20代~40代の男女に対して、「コンビニエンスストアで商品を購入する際、自分のこだわりがあるものなら価格が多少高くても購入しますか。」と尋ねたところ、多少高くても買うという人(「あてはまる」と「ややあてはまる」のTOP2値)が3人中2人にあたる67.0%となった。彼らを『コンビニプレミアム商品消費層』と定義し、反対に「あてはまらない」と「あまりあてはまらない」のBOTTOM2合計値12.5%の人々を『コンビニ非プレミアム商品』と定義しました。

性・年代別で見ると、女性のコンビニプレミアム商品消費層は7割超と男性を上回っている一方で、男性20代ではプレミアム商品消費層が73.0%と相対的に高いスコアとなった。

【コンビニでのプレミアム商品購入状況】



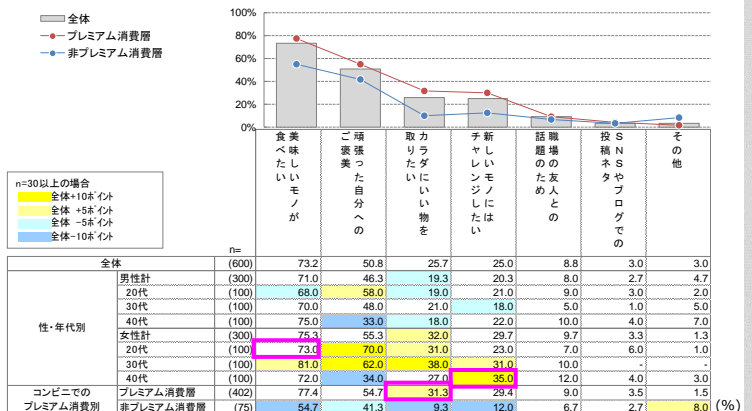
2 「美味しいものが食べたい」(73.2%)がモチベーション。プレミアム商品消費層は「カラダにいい物を」(31.3%)が動機に。

コンビニでプレミアム商品を購入する時のモチベーションは、「美味しいモノが食べたい」が73.2%で最多。次いで「頑張った自分へのご褒美」(50.8%)が続く。

性・年代別では、女性30代で全体的に高く、特に女性20代で「自分へのご褒美」、女性40代で「新しいモノにはチャレンジしたい」が目立つ。

コンビニプレミアム商品消費層は、「カラダにいいものを取りたい」に特徴的にフォーカスしていることがわかる結果となった。

【コンビニでプレミアム商品購入時のモチベーション】



3

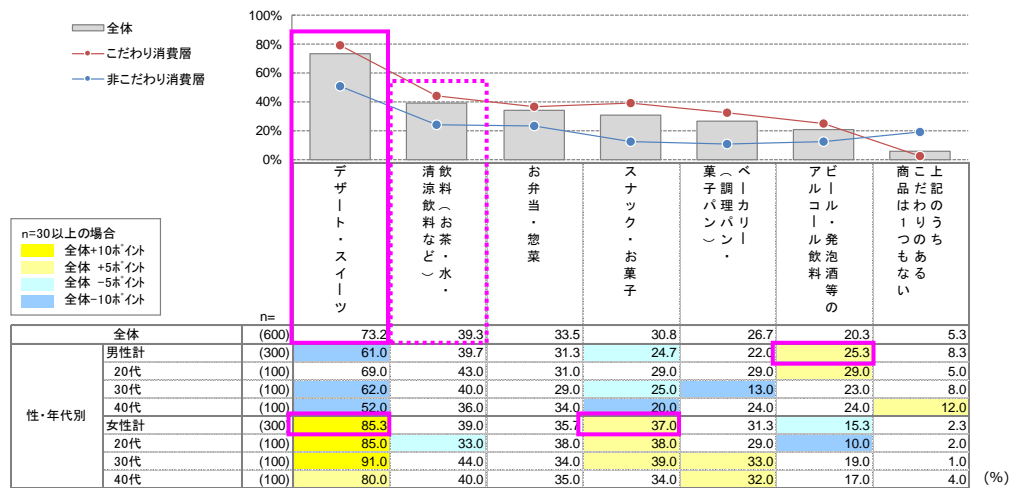
こだわりがある別格な商品は1位「デザート・スイーツ」(73.2%)。次いで、「飲料」(39.3%)。

女性は「デザート・スイーツ」、男性は「アルコール飲料」を特に支持する傾向。

コンビニでこだわりがある別格な商品をジャンルで見ると、「デザート・スイーツ」が73.2%と際立って高く、「飲料」(39.3%)が2番目。次いで「お弁当・惣菜」(33.5%)、「スナック・お菓子」(31%)が続く。

男女別で見ると、女性で「デザート・スイーツ」「スナック・お菓子」、男性では「アルコール飲料」が特徴的に高くなっており、それぞれのジャンルの全体スコアを押し上げていることわかる。

【コンビニでこだわりがある別格商品ジャンル】



4

各ジャンルに求める重視内容は、いずれも「品質の良さ」、「素材へのこだわり」、「限定品」が上位。飲料は「機能性」も重視。

コンビニのこだわりがある別格な商品ジャンルに求める重視内容をみると、いずれも「品質の良さ」、「素材へのこだわり」、「限定品」、「季節感があること」が上位となった。

ただし、【飲料】においては「機能性」も比較的重視されている傾向があることがわかった。

【コンビニのこだわり商品各ジャンルに求める重視内容】

ジャンル	品質の良さ	素材にこだわりがある	限定品	機能性に優れている(カロリーオフ/ゼロ、特保商品など)	季節感があること	新品である	パッケージデザインの良さ	商品のブランド力	容分かりやすいメッセージ性	希少性が高い	オプショント(オマケや)	作っている企業が有名	商品が流行っている	"Oシリーズ"という安心感	その他
飲料(お茶・水・清涼飲料など)	56.8	35.6	33.1	27.5	24.2	22.0	16.1	14.0	13.6	12.3	9.7	8.5	6.4	4.2	0.8
ビール・発泡酒等のアルコール飲料	47.5	32.0	41.8	18.0	35.2	17.2	13.1	15.6	7.4	14.8	1.6	9.0	3.3	4.1	-
お弁当・惣菜	55.7	55.7	23.9	16.9	29.4	18.9	8.0	7.5	15.4	8.0	2.5	3.0	3.5	6.0	0.5
デザート・スイーツ	57.6	46.0	45.1	11.4	44.0	23.2	13.0	10.7	13.4	11.8	3.6	2.7	10.3	6.6	2.1
スナック・お菓子	37.2	32.4	37.8	10.8	29.2	28.6	16.8	17.3	15.1	14.1	3.8	6.5	13.0	5.9	1.1
ベーカリー(調理パン・菓子パン)	57.5	58.1	23.1	15.6	23.8	22.5	11.3	11.3	15.0	10.6	2.5	2.5	8.8	9.4	2.5

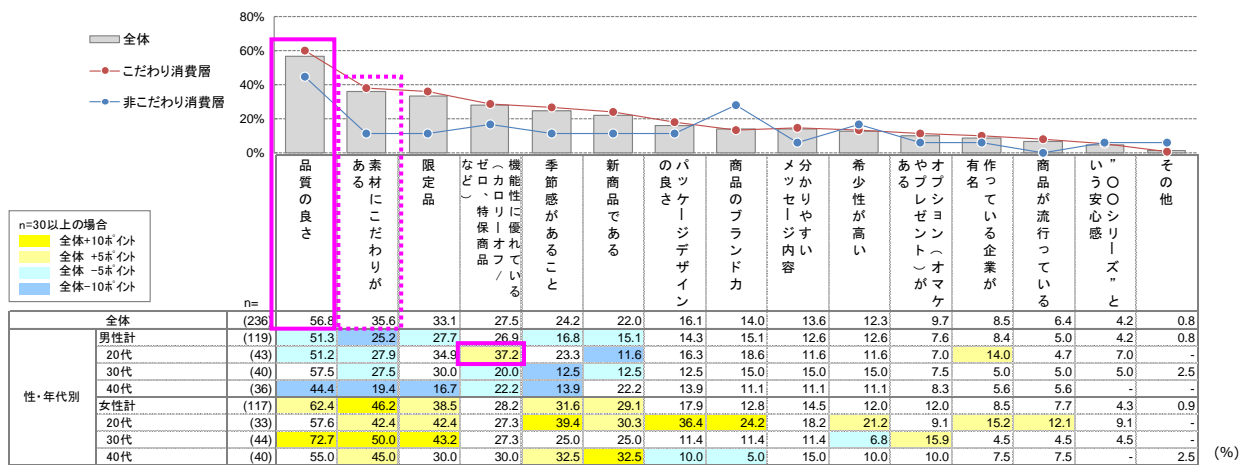
※飲料(お茶・水・清涼飲料など)のスコアで降順ソート

5 「飲料」に求める重視内容は1位「品質の良さ」 (56.8%)。次いで、「素材へのこだわり」(35.6%)。 男性20代で「機能性」(37.2%)が高い傾向。

コンビニでこだわりがある別格な商品の中でも特に『飲料』についてみてみると、求める重視内容について、「品質の良さ」が56.8%と最多。次いで「素材にこだわりがある」(35.6%)、「限定品」(33.1%)、「機能性」(27.5%)と続いた。

男女別で見ると、女性が多くの内容で男性を上回ることがわかる。しかし、性・年代別で見ると、男性20代で「機能性」(37.2%)がやや高い。

【別格なこだわり商品ジャンル『飲料』に求める重視内容】



調査実施概要

- 調査手法: インターネット調査
- 調査機関: (株)電通マクロミルインサイト
- 調査地域: 関東1都3県(東京/神奈川/千葉/埼玉)
- 実施日時: 【事前調査】2014年11月20日(木)~11月21日(金)
【本調査】2014年11月21日(金)~2014年11月22日(土)
- 調査対象: 20~49歳の男女・有職者・600サンプル
コンビニエンスストアを1週間に2-3回以上利用している人
性・年代で各セル50サンプルずつ割付