

F1層のリアルをミューゼマーケティングが調査！
MUSEE MARKETING News Letter
～コンビニ消費事情編～

エコ施策、8割が賛成 F1層1,625名にコンビニ消費事情をリサーチ

世代性別問わず広く親しまれ、現代人の生活に欠かすことのできないコンビニエンスストア。20代～30代女性ほどのように利用しているのか、利用の頻度や入店の目的、買い物の傾向をはじめ、最近話題のエコ施策の導入や24時間営業の是非についてなど、全国の女性1,625人にリサーチしました。

<トピックス>

～コンビニ消費事情編～

- コンビニのエコ施策は推進する意見が8割。「もっと積極的に行ってほしい」
- 食品ロス対策には9割が賛成。24時間営業は意見が割れる結果に
- 1日の買い物平均額は500円～800円が約4割。支払いは「現金」が根強い人気

【調査概要：コンビニ消費事情編】

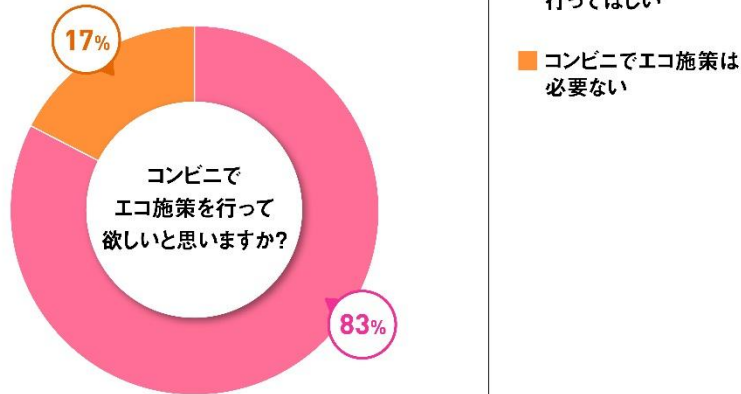
- 調査日 : 2019年6月19日～2019年6月25日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査人数 : 1,625名
- 調査対象 : 全国の20～30代女性

※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【ミューゼマーケティング調べ】とご明記ください。

■ コンビニのエコ施策は推進する意見が8割。「もっと積極的に行ってほしい」

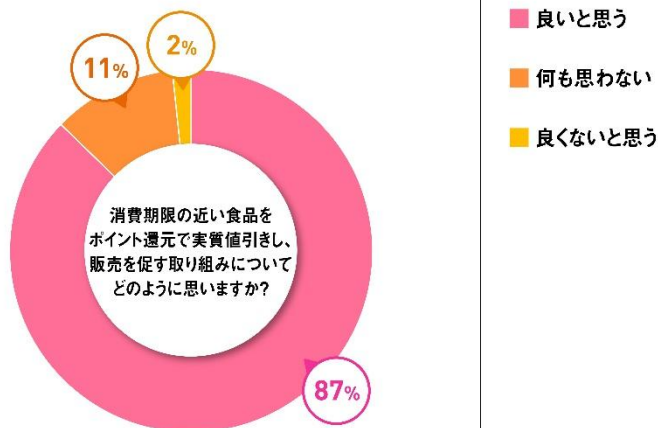
近年、声高に叫ばれる環境問題。コンビニでもエコ施策を行ってほしいと思うか聞いてみました。すると、「もっと積極的に行ってほしい」という意見が83%にのびました。

コンビニのレジ袋有料化については、「環境問題の対策になる（31%）」が1位でしたが、「レジ袋にお金を払いたくない（29%）」「気軽に買い物しづらくなる（24%）」といったネガティブな意見も多く見られます。コンビニでの紙ストロー導入については、「賛成」が78%でした。



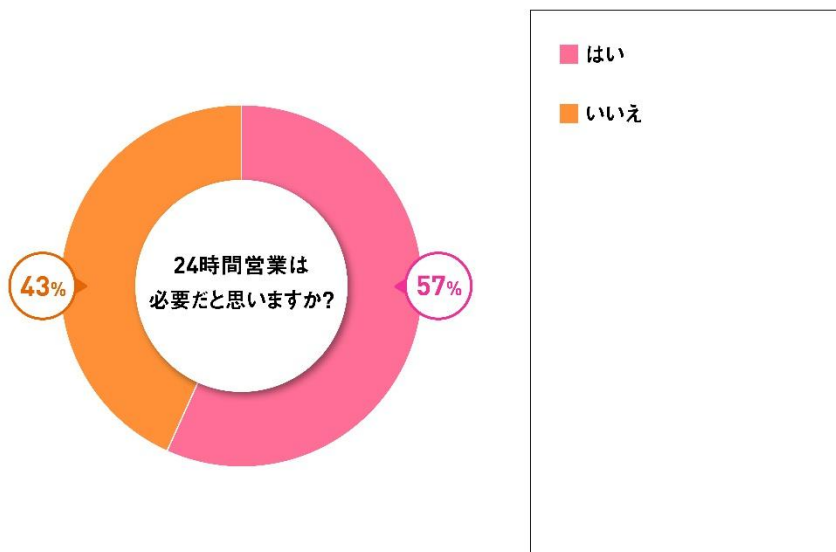
■ 食品ロス対策には9割が賛成。24時間営業は意見が割れる結果に

消費期限の近い食品をポイント還元で実質値引きし、販売を促す取り組み。こちらについては、「良いと思う」が87%。理由としては「食品ロスの削減になる（52%）」が1位で、「お得感がある（47%）」が2位でした。反対に「良くないと思う」と答えた理由は、「新鮮なものだけを置いてほしい（30%）」「衛生面・安全面が心配（30%）」という声が多く、食の安全への懸念が垣間見えました。



最後に、24時間営業は必要だと思うか質問したところ、「はい」が57%、「いいえ」が43%。「はい」が半数をわずかに上回るものの、拮抗する結果に。

「はい」の理由は「便利（65%）」が1位で、「防犯になる（25%）」が2位に入りました。コンビニの光は夜道を歩く女性たちに安心感を与えているようです。「いいえ」の理由は、「人出不足による過重労働が心配」が1位で43%。8%ながら「環境問題につながる」という回答もあり、ここでも環境への問題意識が見られました。

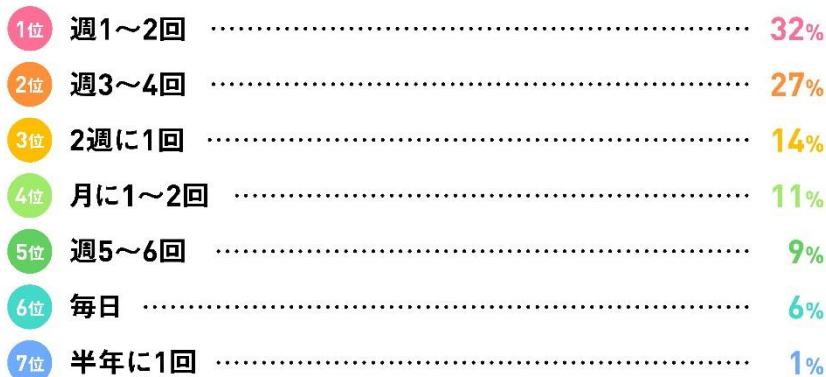


■ 1日の買い物平均額は500円～800円が約4割。支払いは「現金」が根強い人気

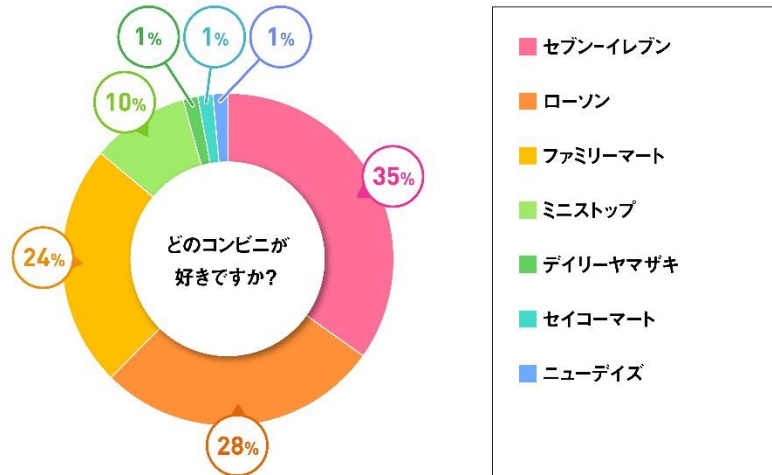
コンビニを利用する頻度についても聞きました。「週と、毎週利用していることがわかります。利用する時間帯は、「昼」が30%、「夕方」が27%、「朝」「夜」が21%と時間帯での偏りはない結果になりました。

1日の買い物平均額は、「500～800円（42%）」が1位、「500円以下（38%）」が2位で、800円以内の買い物が8割を占めました。支払い方法は、「現金（56%）」が1位で半数以上を占め、2位がSuicaやEdyなどの「電子マネー（26%）」、3位が「クレジットカード（12%）」、4位がPayPayやLINE Payなどの「スマホ決済アプリ（7%）」。次々新たなサービスが登場し、激戦状態のスマホ決済サービスですが、F1層の利用は少数でした。

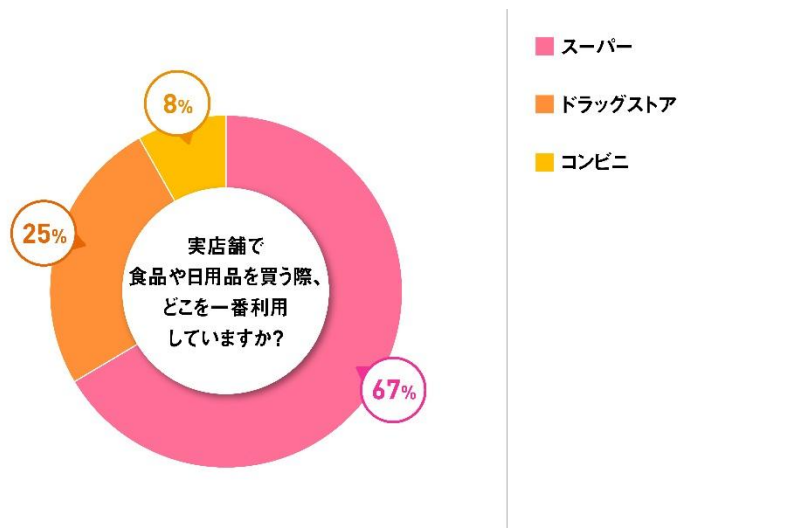
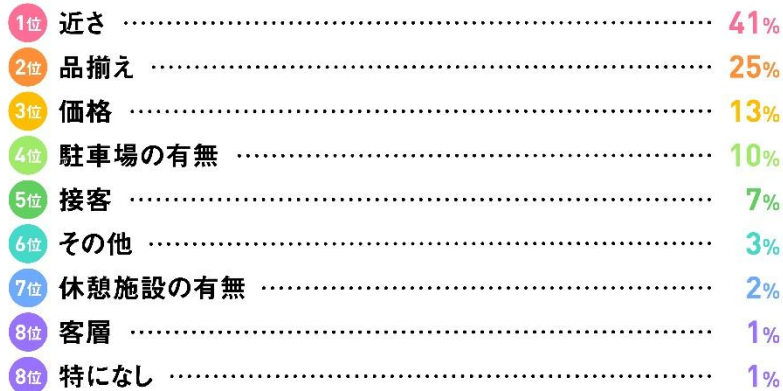
Q コンビニをどれくらいの頻度で利用しますか？



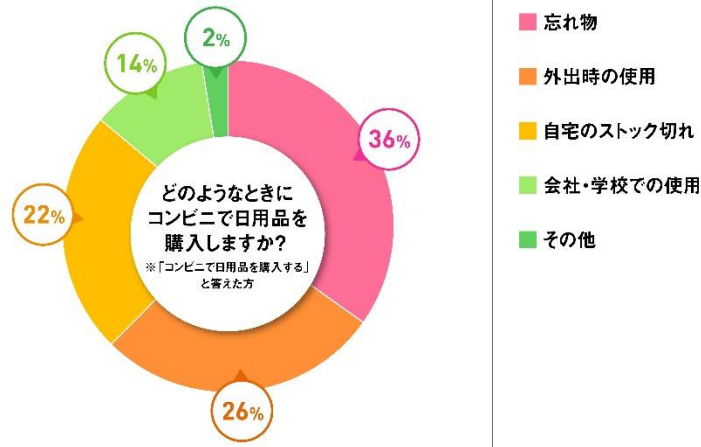
データ一覧 ～コンビニ消費事情編～



Q コンビニの店舗を選ぶ基準は何ですか？



データ一覧 ～コンビニ消費事情編～



Q コンビニに入店する目的は何ですか？

1位	買い物	53%
2位	トイレ利用	20%
3位	各種サービス	18%
4位	休憩場所として利用する	4%
5位	なんとなく	3%
6位	雑誌の立ち読み	2%

Q コンビニの食品にどのようなイメージをお持ちですか？

1位	おいしい	30%
2位	高価	23%
3位	高カロリー	20%
4位	不健康	19%
5位	安価	4%
6位	まずい	2%
6位	健康的	2%
8位	低カロリー	1%

『ミュゼマーケティング』について

美容意識の高い女性を中心とした会員層を有し、自社デジタルメディアと全国192(※)店舗のサロンによるクロスメディアアプローチが特徴のメディアサービスです。店頭サンプリング、商品モニター、リサーチ、デジタル広告やメールマガジンによるサービス告知などを提供しています。

F1層をコアとした全国366万人以上(※)の会員さまへ向け、自社サービスの認知拡大、継続的な収益モデルを検討したい企業様は、ミュゼマーケティングへお問い合わせください。

▶サービスの詳細・資料ダウンロードはこちら：<https://musee-marketing.com/>



MUSEE
MARKETING

美容脱毛サロン『ミュゼプラチナム』について

“全ての女性のキレイをお手伝いしたい”との想いを込め、2003年に誕生した、高品質の美容脱毛サロン。多くの女性の支持を受け、現在では全国に192(※)店舗を展開中。

▶ミュゼプラチナム ホームページ：<https://musee-pla.com/>



MUSEE
PLATINUM
ミュゼプラチナム

(※) 2019年7月末日時点