

# コンビニの利用に関する調査 結果報告書

2009年4月  
株式会社ジーコム生活行動研究所

Marketing & Development  
**G:COM**

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

## 3. 調査時期

平成21年2月10日(火)～17日(火)

## 4. 調査規模

391サンプル

### 【標本構成】

性	件数(人)	構成比(%)
男性	185	47.3
女性	206	52.7
全体	391	100.0

居住地	件数(人)	構成比(%)
福岡都市圏	308	78.8
その他福岡県内	83	21.2
全体	391	100.0

職業	件数(人)	構成比(%)
会社員	151	38.6
公務員・団体職員	21	5.4
会社役員	5	1.3
商工自営業	18	4.6
農林漁業自営	1	0.3
自営手伝い	2	0.5
主婦専業	90	23.0
パート・アルバイト	57	14.6
学生	13	3.3
無職	27	6.9
その他	6	1.5
全体	391	100.0

年代	件数(人)	構成比(%)
20代	74	18.9
30代	84	21.5
40代	84	21.5
50代	83	21.2
60代以上	66	16.9
全体	391	100.0

未婚既婚	件数(人)	構成比(%)
未婚	110	28.0
既婚	281	72.0
全体	391	100.0

### 【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

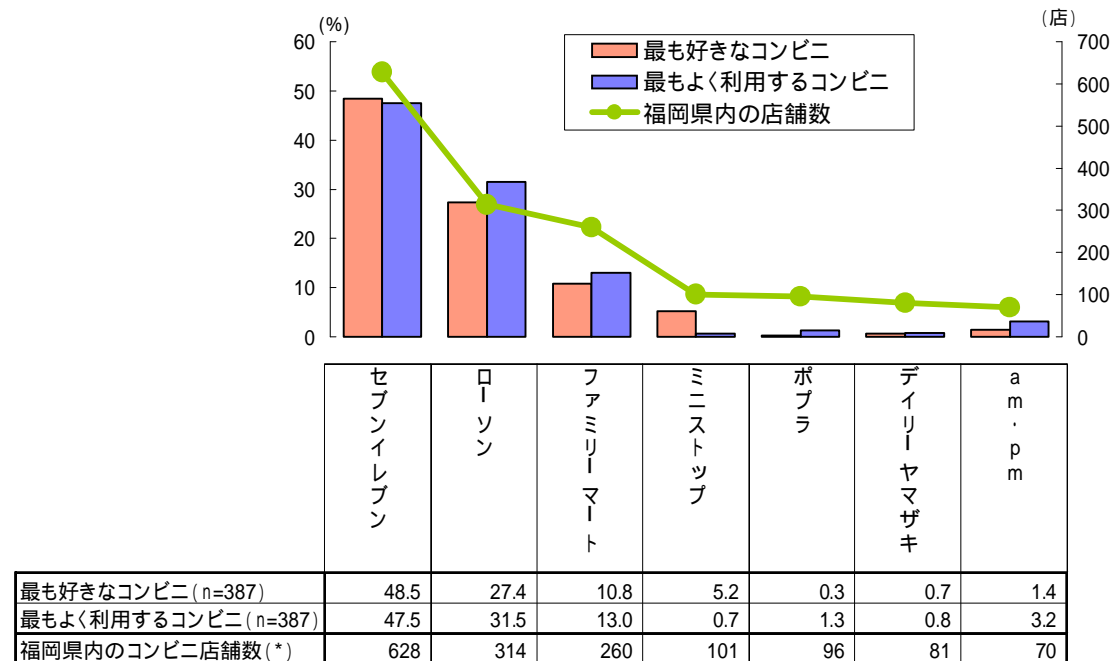
百貨店の利用が大きく減少する中で、コンビニは利用増加層の割合が高い。

コンビニの月間平均利用回数は6～7回。男性や30代、未婚層での利用頻度が高い。

利用の内訳は「弁当・惣菜類」と「菓子・デザート類」「飲料（アルコールを除く）」の割合が大きいが、自宅近くのコンビニでは、「飲料（アルコールを除く）」を「公共料金等の支払い」「銀行ATMの利用」が上回る。また、職場や学校等の近くのコンビニでは「弁当・惣菜類」の利用が際立っている。

最も好きなコンビニ、最もよく利用するコンビニともに「セブンイレブン」「ローソン」「ファミリーマート」の順である。好きな理由ではセブンイレブンファン層は「弁当・惣菜類の充実」、ローソンファン層は「気軽に入りやすい」の割合が高い。

最もよく利用する理由では「自宅や職場に近い、または近くを通る機会が多いから」の割合が極端に高い。福岡県内の各コンビニ店舗数と最もよく利用するコンビニとは相関がみられ、店舗数の多さが“近さ”につながっていることがうかがえる。



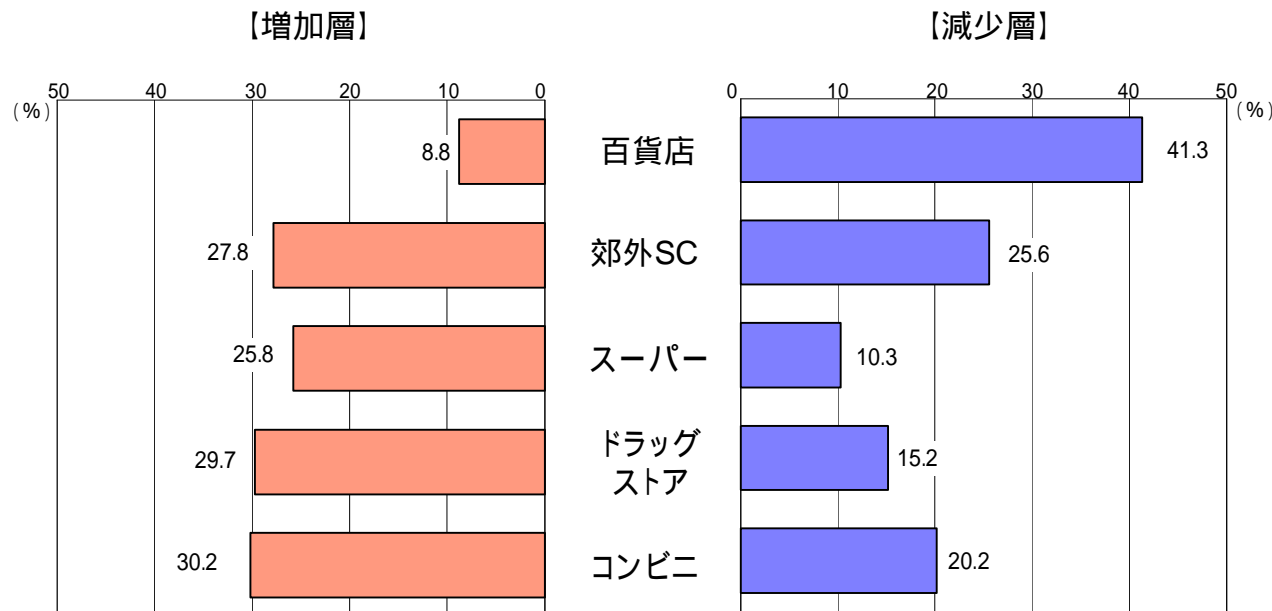
\* NTT「タウンページ」より抽出 2009年2月現在

利用機会の増加層が最も多いのは「コンビニ」、最も少ないのは「百貨店」

商業施設の利用機会について、増加層の割合が高いのは「コンビニ」30.2%、「ドラッグストア」29.7%、「郊外SC」27.8%の順である。ただし、郊外SCについては減少層の割合も高く、増加層と減少層の割合が拮抗している。また、スーパーは、減少層に比べて増加層の割合が大きい。なお、百貨店は唯一、増加層よりも減少層の割合のほうが高く、41.3%に達している。

- ・年代別で見ると、20代は他の年代に比べて「百貨店」と「スーパー」の増加層の割合が高い。また、年代が下がるにつれて「ドラッグストア」の増加層の割合が高くなっている。なお、60代以上は「郊外SC」「コンビニ」ともに増加層より減少層の割合のほうが高い。
- ・未既婚別では、未婚者は既婚者に比べて「スーパー」の増加層の割合が高い。また、既婚者は未婚者に比べて「百貨店」の減少層、「郊外SC」の増加層の割合が高くなっている。

商業施設の利用増減【それぞれ単一回答】



\* 増加層：「増えた」「やや増えた」の合計 / 減少層：「減った」「やや減った」の合計

# 1. 商業施設の利用機会の変化

商業施設の利用増減【それぞれ単一回答】

		調査数	百貨店 [%]		郊外SC [%]		スーパー [%]		ドラッグストア [%]		コンビニ [%]	
			増加層	減少層	増加層	減少層	増加層	減少層	増加層	減少層	増加層	減少層
全体		391	8.8	41.3	27.8	25.6	25.8	10.3	29.7	15.2	30.2	20.2
性別	男性	185	6.7	42.3	29.7	27.6	28.0	9.1	27.6	13.9	30.8	17.2
	女性	206	10.7	40.5	26.1	23.8	23.8	11.4	31.6	16.5	29.7	23.0
年代別	20代	74	20.0	23.1	29.8	23.9	39.0	6.2	40.7	12.5	37.5	19.6
	30代	84	6.4	42.6	33.0	23.7	24.8	8.5	30.9	18.3	30.9	19.9
	40代	84	7.0	44.9	34.8	27.0	23.2	14.3	26.6	17.5	28.4	20.1
	50代	83	7.7	46.8	23.7	26.3	26.2	10.4	26.2	14.8	34.3	18.2
	60代以上	66	3.0	48.5	15.2	27.3	15.2	12.1	24.2	12.1	18.2	24.3
婚未別	未婚	110	12.8	27.6	19.0	27.0	32.9	9.7	32.0	17.4	32.8	19.1
	既婚	281	7.3	46.7	31.2	25.1	23.1	10.6	28.8	14.5	29.2	20.7

\* 増加層: 「増えた」「やや増えた」の合計 / 減少層: 「減った」「やや減った」の合計

## 2. コンビニの利用頻度

コンビニの月間平均利用回数は約6～7回。男性、30代、未婚層での利用頻度が高い

加重平均によるコンビニの月間平均利用回数は自宅近くのコンビニが6.2回、職場や学校の近くのコンビニが7.4回、通勤・通学途中のコンビニが6.2回である。

- ・性別で見ると、どのコンビニにおいても、男性は女性に比べて平均利用回数が多い。
- ・年代別では、20代は自宅近くのコンビニ、30代はどのコンビニにおいても他の年代に比べて平均利用回数が多くなっている。
- ・未既婚別では、未婚者は既婚者に比べてどのコンビニの利用回数も多くなっている。

コンビニの利用頻度【それぞれ単一回答】

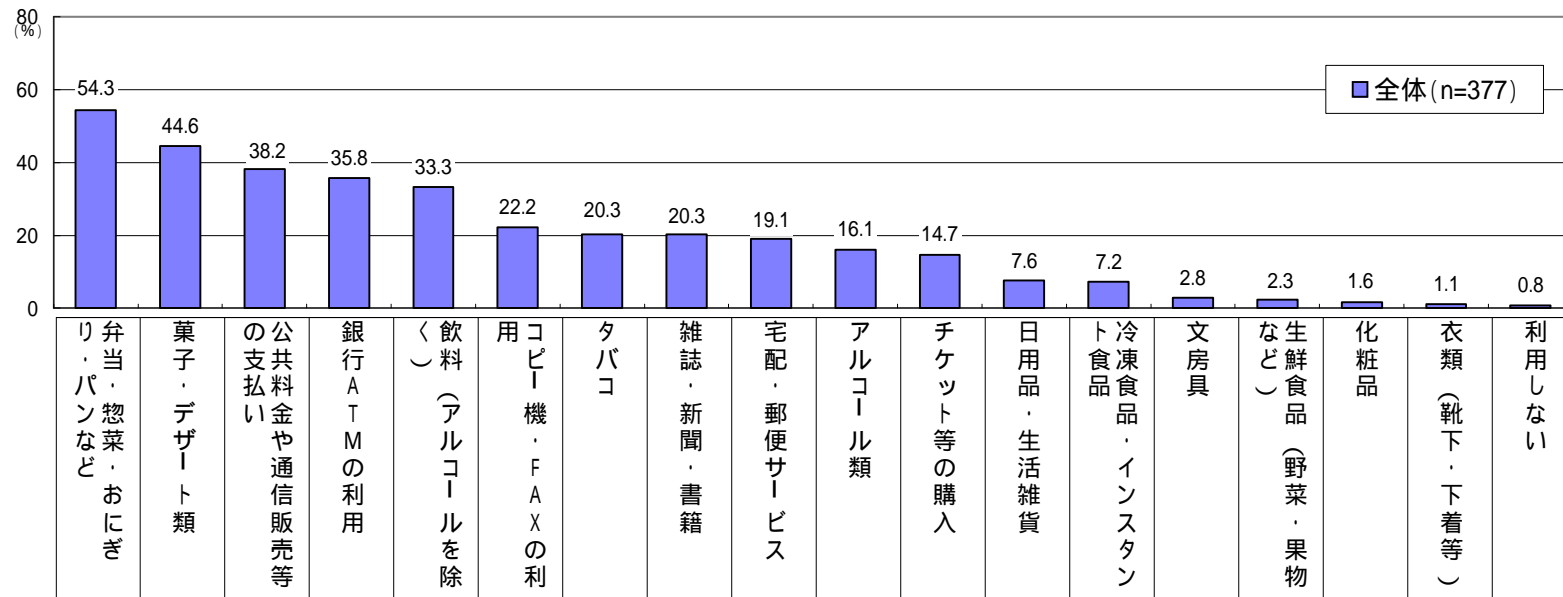
		自宅近くの コンビニ		職場や学校の 近くのコンビニ		通勤・通学途中 のコンビニ	
		調査 数	利月 用間 回平 数均	調査 数	利月 用間 回平 数均	調査 数	利月 用間 回平 数均
全体		387	6.2	270	7.4	270	6.2
性別	男性	184	7.3	166	8.0	166	7.1
	女性	203	5.2	104	6.5	104	4.8
年代別	20代	73	7.9	57	7.1	57	6.8
	30代	84	7.1	65	10.7	65	8.3
	40代	84	5.3	70	7.1	70	4.9
	50代	82	5.5	56	5.7	56	5.6
	60代以上	64	5.3	22	4.3	22	4.2
婚未 別既	未婚	109	8.5	97	8.2	97	6.9
	既婚	278	5.3	173	7.0	173	5.9

自宅近くのコンビニでは、「弁当・惣菜」や「菓子・デザート類」の購入に次いで、「公共料金等の支払い」の割合も高い

自宅近くのコンビニでよく利用するのは、「弁当・惣菜・おにぎり・パン」の割合が54.3%で最も高く、次いで「菓子・デザート類」44.6%、「公共料金等の支払い」38.2%、「銀行ATMの利用」35.8%、「飲料(アルコールを除く)」33.3%の順である。

- ・性別で見ると、男性は女性に比べて「タバコ」、女性は男性に比べて「菓子・デザート類」「公共料金等の支払い」「コピー機・FAXの利用」「宅配・郵便サービス」「チケット等の購入」の割合が高くなっている。
- ・年代別では、20代は「銀行ATMの利用」、30代は「弁当・惣菜・おにぎり・パン」「宅配・郵便サービス」、60代以上は「コピー機・FAXの利用」の割合がそれぞれ他の年代に比べて高い。また、年代が下がるにつれて「菓子・デザート類」「飲料(アルコールを除く)」「雑誌・新聞・書籍」「アルコール類」の割合が高くなっている。

コンビニの利用状況(自宅近くのコンビニ)【複数回答】



### 3. コンビニの利用状況 自宅近くのコンビニ

コンビニの利用状況(自宅近くのコンビニ)【複数回答】

		調査数	弁当・惣菜・おにぎり・パンなど	菓子・デザート類	公共料金や通信販売等の支払い	銀行ATMの利用	飲料(アルコールを除く)	コピー機・FAXの利用	タバコ	雑誌・新聞・書籍	宅配・郵便サービス	アルコール類	チケット等の購入	日用品・生活雑貨	冷凍食品・インスタント食品	文房具	生鮮食品(野菜・果物など)	化粧品	衣類(靴下・下着等)	利用しない
全体		377	54.3	44.6	38.2	35.8	33.3	22.2	20.3	20.3	19.1	16.1	14.7	7.6	7.2	2.8	2.3	1.6	1.1	0.8
性別	男性	179	50.8	35.1	27.8	35.5	35.0	15.0	28.4	17.0	12.7	17.6	6.2	5.7	8.8	1.5	3.6	-	-	1.6
	女性	198	57.4	53.2	47.6	36.1	31.7	28.7	12.9	23.2	24.8	14.8	22.3	9.2	5.8	3.9	1.2	3.0	2.1	-
年代別	20代	70	53.2	57.3	45.7	48.9	55.2	19.4	17.3	32.2	18.1	24.2	20.3	2.5	11.9	1.2	4.1	1.2	-	2.8
	30代	84	62.5	51.7	35.4	33.0	30.4	17.3	23.8	21.5	27.0	21.8	15.1	6.3	9.3	4.0	3.1	2.2	1.5	1.0
	40代	82	58.1	45.0	37.4	32.4	32.8	19.4	17.0	21.3	15.4	14.8	11.9	6.5	2.9	4.0	2.9	-	-	-
	50代	79	47.1	37.4	40.1	28.5	28.4	22.3	23.2	15.6	17.5	9.5	16.0	12.8	5.9	1.3	1.1	1.1	1.1	-
	60代以上	62	48.4	29.0	32.3	38.7	19.4	35.5	19.4	9.7	16.1	9.7	9.7	9.7	6.5	3.2	-	-	3.2	-
婚別	未婚	105	52.8	51.1	42.0	46.6	47.8	16.5	19.1	23.8	23.0	22.9	21.4	7.8	13.2	3.4	2.5	0.6	2.0	1.9
	既婚	272	54.9	42.0	36.7	31.6	27.7	24.4	20.7	18.9	17.6	13.5	12.0	7.5	4.9	2.5	2.2	2.0	0.7	0.3

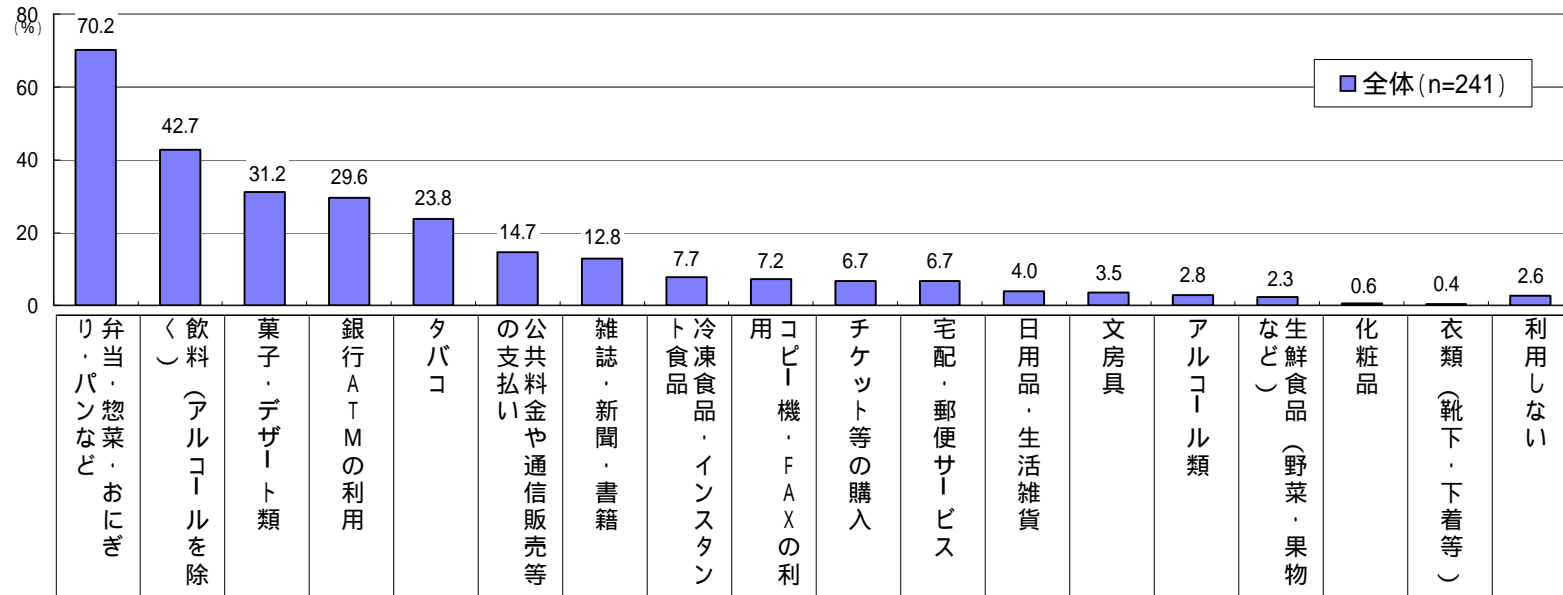


職場や学校の近くのコンビニでは、「弁当・惣菜」購入の割合が特に高い。

職場や学校等の近くにあるコンビニでよく利用するのは、「弁当・惣菜・おにぎり・パン」の割合が70.2%で最も高く、次いで「飲料(アルコールを除く)」42.7%、「菓子・デザート類」31.2%、「銀行ATMの利用」29.6%、「タバコ」23.8%の順である。

- ・性別でみると、男性は「タバコ」、女性は「菓子・デザート類」「公共料金等の支払い」の割合がそれぞれ他に比べて高くなっている。
- ・サンプル数が少ないため参考程度ではあるが、年代別では、年代が下がるにつれて「弁当・惣菜・おにぎり・パン」「飲料(アルコールを除く)」「菓子・デザート」の割合が高くなっている。
- ・未既婚別では、未婚者は既婚者に比べて「飲料(アルコールを除く)」「菓子・デザート」「銀行ATMの利用」「公共料金等の支払い」の割合が高くなっている。

コンビニの利用状況(職場や学校近くのコンビニ)【複数回答】



コンビニの利用状況(職場や学校近くのコンビニ)【複数回答】

[%]

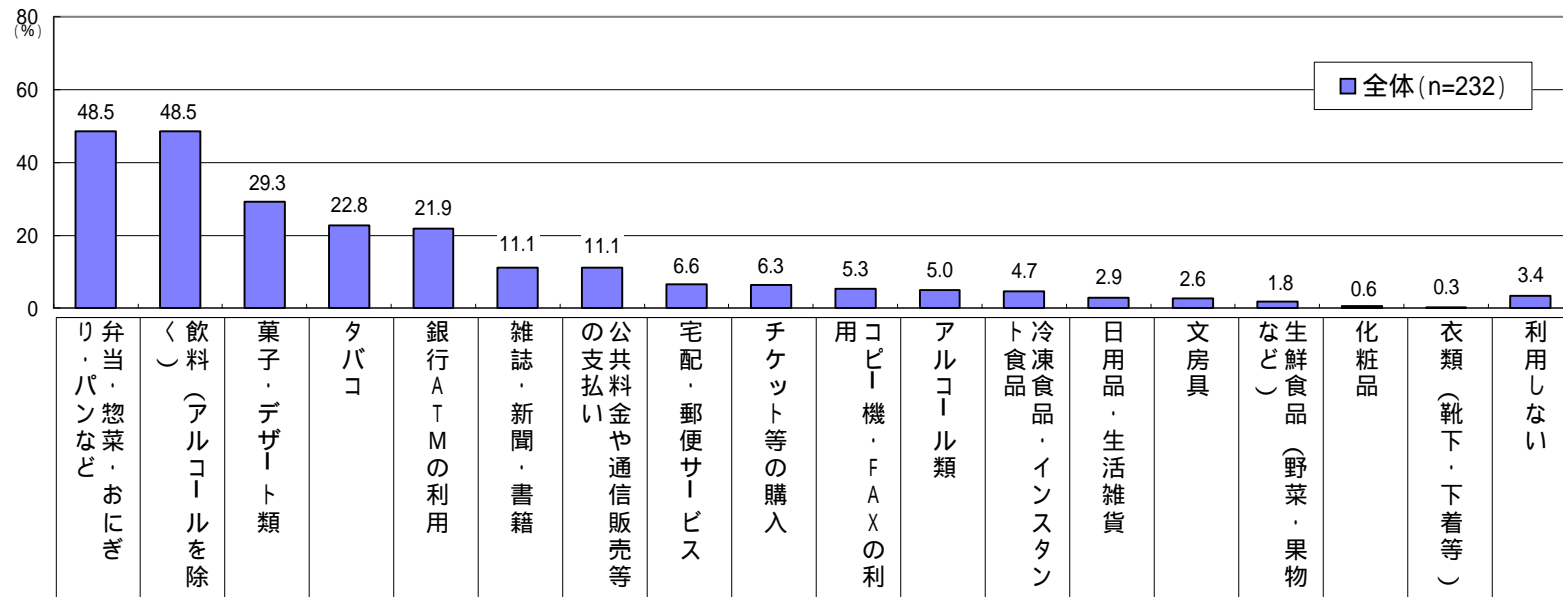
		調査数	弁当・惣菜・おにぎり・パンなど	飲料(アルコールを除く)	菓子・デザート類	銀行ATMの利用	タバコ	公共料金や通信販売等の支払い	雑誌・新聞・書籍	冷凍食品・インスタント食品	コピー機・FAXの利用	チケット等の購入	宅配・郵便サービス	日用品・生活雑貨	文房具	アルコール類	生鮮食品(野菜・果物など)	化粧品	衣類(靴下・下着等)	利用しない
全体		241	70.2	42.7	31.2	29.6	23.8	14.7	12.8	7.7	7.2	6.7	6.7	4.0	3.5	2.8	2.3	0.6	0.4	2.6
性別	男性	151	67.0	42.7	24.9	28.6	29.7	9.3	13.3	6.8	6.3	7.2	6.2	3.1	1.9	3.0	1.3	-	0.6	1.9
	女性	90	75.5	42.9	41.8	31.3	13.9	23.6	12.0	9.2	8.9	5.9	7.6	5.7	6.3	2.6	4.0	1.6	-	3.6
年代別	20代	54	↑77.2	↑51.6	↑40.1	36.6	19.1	13.8	8.5	20.7	8.5	8.5	8.5	-	6.9	-	6.9	-	-	-
	30代	59	72.7	41.2	37.3	27.9	24.1	19.8	21.9	10.0	4.6	6.5	7.1	3.5	3.5	4.4	2.1	-	1.5	1.0
	40代	64	72.0	39.5	27.9	30.2	20.3	11.8	11.5	2.3	8.3	10.6	8.3	4.6	-	5.0	0.9	0.9	-	4.1
	50代	49	60.8	39.0	23.4	27.7	23.8	17.3	7.9	-	5.7	1.8	4.1	9.5	5.5	2.0	-	1.8	-	1.8
	60代以上	14	57.1	42.9	14.3	14.3	57.1	-	14.3	-	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
婚別	未婚	89	74.4	53.6	40.9	38.8	18.3	22.0	9.9	13.2	9.3	7.9	7.6	4.2	6.9	-	1.0	1.0	-	0.7
	既婚	152	67.7	36.4	25.6	24.3	27.0	10.4	14.5	4.5	6.1	6.0	6.2	4.0	1.6	4.5	3.1	0.4	0.6	3.6

通勤・通学途中のコンビニでは、「弁当・惣菜」と「飲料(アルコールを除く)」購入の割合が拮抗

通勤・通学途中にあるコンビニでよく利用するのは「弁当・惣菜・おにぎり・パン」と「飲料(アルコールを除く)」の割合がともに48.5%で最も高く、次いで「菓子・デザート類」29.3%、「タバコ」22.8%、「銀行ATMの利用」21.9%の順である。

- ・性別でみると、男性は「タバコ」、女性は「弁当・惣菜・おにぎり・パン」「菓子・デザート類」の割合がそれぞれ他に比べて高い。
- ・サンプル数が少ないため参考程度であるが、年代別では、年代が下がるにつれて「弁当・惣菜・おにぎり・パン」の割合が高くなっている。
- ・未既婚別では、未婚者は「飲料(アルコールを除く)」「菓子・デザート類」「銀行ATMの利用」「公共料金等の支払い」、既婚者は「タバコ」の割合がそれぞれ他に比べて高くなっている。

コンビニの利用状況(通勤・通学途中のコンビニ)【複数回答】



### 3. コンビニの利用状況

#### 通勤・通学途中のコンビニ

コンビニの利用状況(通勤・通学途中のコンビニ)【複数回答】

		調査数	弁当・惣菜・おにぎり・パンなど	飲料(アルコールを除く)	菓子・デザート類	タバコ	銀行ATMの利用	雑誌・新聞・書籍	公共料金や通信販売の支払い	宅配・郵便サービス	チケット等の購入	コピー機・FAXの利用	アルコール類	冷凍食品・インスタント食品	日用品・生活雑貨	文房具	生鮮食品(野菜・果物など)	化粧品	衣類(靴下・下着等)	利用しない
全体		232	48.5	48.5	29.3	22.8	21.9	11.1	11.1	6.6	6.3	5.3	5.0	4.7	2.9	2.6	1.8	0.6	0.3	3.4
性別	男性	146	43.6	50.3	25.7	28.8	21.8	10.3	7.7	5.0	5.0	2.1	5.1	4.6	1.3	0.7	1.4	-	-	3.0
	女性	86	56.8	45.5	35.5	12.5	22.0	12.4	17.0	9.4	8.6	10.7	4.7	4.8	5.6	5.9	2.4	1.7	0.7	4.1
年代別	20代	54	59.2	64.3	34.1	17.5	26.0	6.5	10.6	5.3	8.5	5.3	3.2	13.8	-	3.2	5.3	1.6	-	-
	30代	60	55.7	41.9	37.9	26.4	20.2	21.0	14.0	10.5	5.4	3.1	4.3	3.9	4.5	2.1	1.0	1.0	1.0	1.4
	40代	58	44.4	34.4	26.7	15.2	22.2	10.1	12.0	10.6	8.6	5.0	5.5	-	2.0	2.0	1.0	-	-	9.1
	50代	48	36.1	51.6	23.8	22.4	24.3	7.9	9.7	-	3.7	9.5	4.2	2.1	5.8	3.9	-	-	-	3.7
	60代以上	12	33.3	66.7	-	66.7	-	-	-	-	-	-	-	16.7	-	-	-	-	-	-
婚別	未婚	91	52.9	59.7	37.2	15.1	34.4	8.8	17.9	6.8	8.4	7.8	3.0	6.2	2.3	3.6	-	1.6	-	1.6
	既婚	142	45.6	41.4	24.3	27.6	13.8	12.5	6.8	6.5	5.0	3.6	6.2	3.7	3.2	2.0	2.9	-	0.4	4.6

## 4. 最も好きなコンビニ 店舗別ランキング

最も好きなコンビニは「セブンイレブン」がトップ。

最も好きなコンビニは、「セブンイレブン」の割合が48.5%で最も高く、次いで「ローソン」27.4%、「ファミリーマート」10.8%の順である。

・年代別では、20代と50代は他の年代に比べて「セブンイレブン」の割合が高い。

最も好きなコンビニ【単一回答】

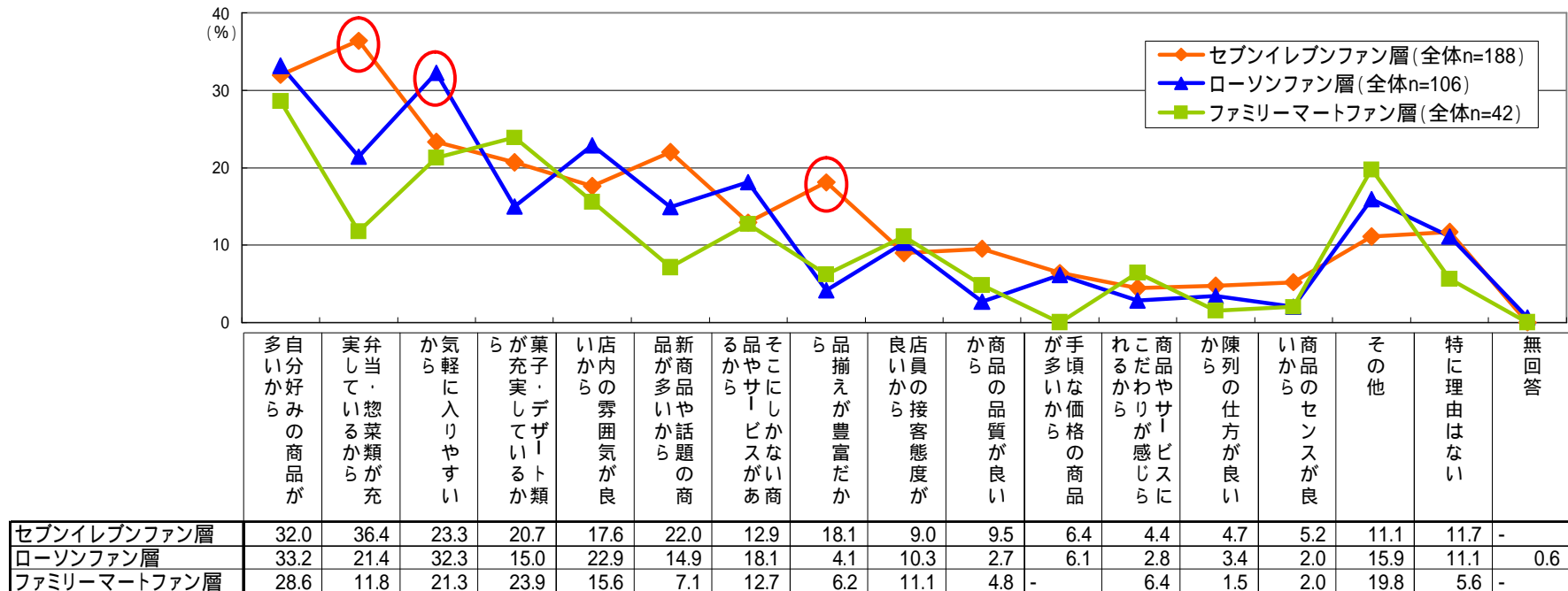


## 4. 最も好きなコンビニ ファン層別の好きな理由

セブンイレブンファン層は「弁当・惣菜の充実」、ローソンファン層は「気軽に入りやすい」ことの評価が高い

最も好きなコンビニの上位3店舗のファン層別に好きな理由を見てみると、セブンイレブンファン層は「弁当・惣菜類が充実しているから」「品揃えが豊富だから」、ローソンファン層は「気軽に入りやすいから」の割合が他に比べて高くなっている。

最も好きなコンビニの好きな理由(ファン層別)【複数回答】



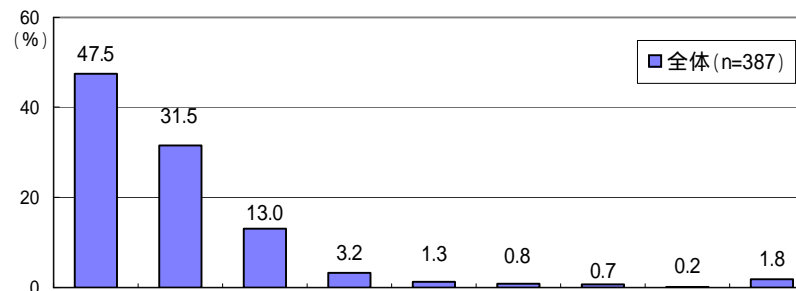
## 5. 最もよく利用するコンビニ 店舗別ランキング

最もよく利用するコンビニは「セブンイレブン」がトップ。

好きかどうかにかかわらず、最もよく利用するコンビニは「セブンイレブン」の割合が47.5%で最も高く、次いで「ローソン」31.5%、「ファミリーマート」13.0%の順である。

・属性別で大きな違いはみられない。

最もよく利用するコンビニ【単一回答】



		調査数	セブンイレブン	ローソン	ファミリーマート	a.m.p.m	ポプラ	デイリーヤマザキ	ミニストップ	その他	無回答
全体		387	47.5	31.5	13.0	3.2	1.3	0.8	0.7	0.2	1.8
性別	男性	184	44.5	32.2	14.3	4.5	2.1	-	1.0	-	1.5
	女性	203	50.1	30.9	11.8	2.0	0.6	1.6	0.4	0.4	2.1
年代別	20代	73	52.1	30.4	7.5	6.3	-	-	1.2	1.2	1.2
	30代	84	51.4	31.0	13.8	2.0	0.7	-	1.0	-	-
	40代	84	46.6	26.0	14.4	4.9	1.8	1.4	1.1	-	3.9
	50代	82	40.6	38.7	13.6	2.3	3.7	-	-	-	1.1
	60代以上	64	46.9	31.3	15.6	-	-	3.1	-	-	3.1
婚未別	未婚	109	47.9	33.5	9.6	5.6	0.9	-	0.8	0.8	0.8
	既婚	278	47.3	30.7	14.3	2.3	1.5	1.1	0.6	-	2.2

最も好きなコンビニを、実際に最もよく利用している人の割合は6～7割程度

最もよく利用するコンビニをファン層別に見てみると、セブンイレブンファン層のうち「セブンイレブン」最頻利用者は73.1%、ローソンファン層のうち「ローソン」最頻利用者は73.9%、ファミリーマートファン層のうち「ファミリーマート」最頻利用者は62.5%である。なお、ファミリーマートファン層では、「セブンイレブン」最頻利用者の割合が比較的高くなっている。

最もよく利用するコンビニ(ファン層別)【単一回答】

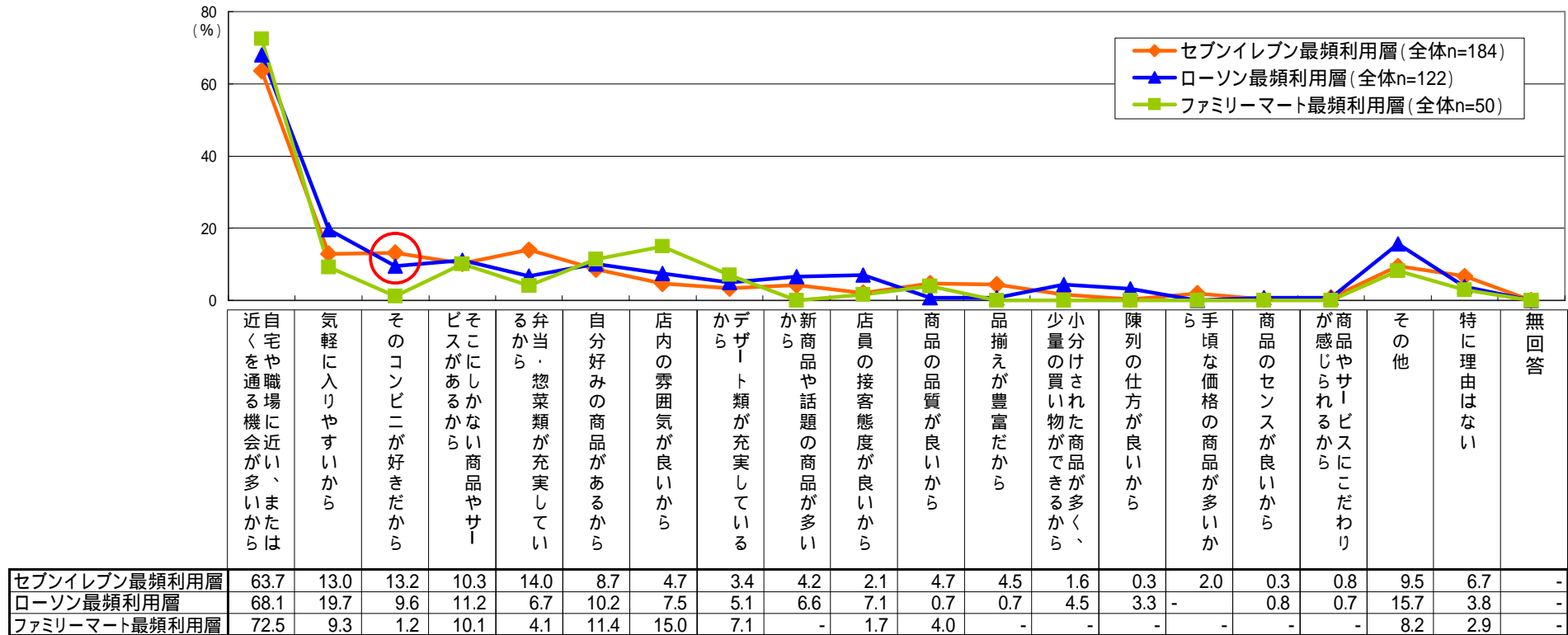
	調査数	セブンイレブン	ローソン	ファミリーマート	a m・p m	ミニストップ	デイリーヤマザキ	ポプラ	その他	無回答
全体	387	47.5	31.5	13.0	3.2	0.7	0.8	1.3	0.2	1.8
セブンイレブンファン層	188	73.1	14.0	7.2	3.9	0.5	-	0.6	-	0.8
ローソンファン層	106	14.0	73.9	5.7	2.5	-	0.6	0.9	0.8	1.7
ファミリーマートファン層	42	23.1	12.3	62.5	-	-	-	-	-	2.1



最もよく利用するコンビニの利用理由で、「そのコンビニが好きだから」はセブンイレブンファン層でも1割程度

最もよく利用するコンビニの上位3店舗の最頻利用層別に利用理由を見てみると、セブンイレブン最頻利用層とローソン最頻利用層は、ファミリーマート最頻利用層に比べて「そのコンビニが好きだから」の割合が高いが、それでも1割程度にすぎない。

最もよく利用するコンビニの利用理由(最頻利用層別)【複数回答】



福岡県内の主要なコンビニ店舗数

	セブンイレブン	ローソン	ファミリーマート	am・pm	ミニストップ	デイリーヤマザキ	ポプラ
福岡市	172	139	110	47	25	25	30
筑紫野市	9	3	6	2	3	-	1
春日市	10	4	2	-	3	-	2
大野城市	10	1	9	1	3	1	-
太宰府市	9	4	3	1	1	-	1
那珂川町	4	5	2	-	-	-	1
古賀市	8	3	2	1	-	3	-
糟屋郡	25	4	13	-	8	7	4
宗像市	6	5	2	2	1	3	4
福津市	6	3	-	1	2	1	-
前原市	7	2	3	1	-	-	3
糸島郡	2	1	2	-	-	-	-
福岡都市圏全体	268	174	154	56	46	40	46
その他福岡県内	360	140	106	14	55	41	50
福岡県全体	628	314	260	70	101	81	96

\* NTT「iタウンページ」より 2009年2月現在

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町 2 番 4 号 K S コモンドビル 4 F

T E L 0 9 2 - 2 8 3 - 2 0 8 5

F A X 0 9 2 - 2 6 2 - 6 1 1 0

U R L : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - m a i l : [info@gcom-net.co.jp](mailto:info@gcom-net.co.jp)