

報道関係各位

平成25年 10月28日
株式会社 クロス・マーケティング

コンビニ利用者が今後充実を希望しているものは、 飲食物のほか「住民票や印鑑証明等の受け取り」、 「イートインコーナー」などのサービスが上位に

－ CVSの利用実態調査 －

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国(47都道府県)の15~69才の過去半年以内にCVSで買い物をした男女を対象に、「CVSの利用実態調査」を実施しました。

■調査背景・目的

いまや、我々の日々の生活に欠かせない存在になっているCVS(コンビニエンスストア)。

日本フランチャイズチェーン協会調べによると、2013年3月末時点で、同協会加盟チェーンの国内店舗数は、47,510店舗にも及び、従来のCVS市場は飽和との声も聞かれます。

こうした中、CVS各社は、従来のCVSの枠組みを超え、青果販売やカフェ業態の取込み、医薬品販売、宅配などで更なる成長機会を模索しており、業態間の垣根は、従来にも増して低くなっている様子が伺えます。

本調査では、生活者がどのように他業態を使い分けしているかの一端をCVS利用者の視点から明らかにします。

■調査結果

- ✓ 一般医薬品の購入状況を「CVS」「薬局・薬店・ドラッグストア」で比較した。
CVSで「一般医薬品をよく利用する人」では、CVSでの購入頻度が、ドラッグストア等での購入頻度を上回る。〈図1〉
また、「一般医薬品」を購入する理由の上位は、「ドラッグストアなどよりも近くにある」「他の商品と一緒に購入できる」こと。〈図2〉
- ✓ 一杯ごとに淹れるコーヒー・カフェ類の利用状況をCVSとカフェをサービスする他業態と比較した。
CVSで「カフェ」をよく利用する人では最利用CVSでのカフェ利用頻度が、他の業態での利用頻度を上回る。〈図3〉
また、CVSで「カフェ」をよく利用する理由は、「手早く購入できるから」が最も多いが、「おいしいから」といった商品面での評価も高い。〈図4〉
- ✓ CVS全般に充実して欲しい商品・サービスと最利用CVSでよく利用する商品・サービスを対比させた結果、充実希望が多かった上位3は、「弁当・おにぎり・惣菜・調理めん」「スイーツ」「食パン・菓子パン・惣菜パン」。〈図5〉

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<http://www.cross-m.co.jp/report/cv20131028/>

図1 一般医薬品の購入頻度

	※()内数値は平均値算出のウェイト値	月に1回以上	2~3か月に1回位	半年に1回位	年に1回位	それ以下	分からない 決まっていない	利用しない	年平均購入頻度			
		(12.0)	(4.8)	(2.0)	(1.0)	(0.5)	(0.0)	(0.0)	全体	男性	女性	
●凡例												
最もよく利用しているCVS	(n=23)									6.85回	4.58回	8.84回
薬局・薬店・ドラッグストア等のお店	(n=23)									6.36回	5.56回	7.16回

※最利用CVSでの「一般医薬品」非購入者は除外。

図2 一般医薬品のCVSでの購入理由

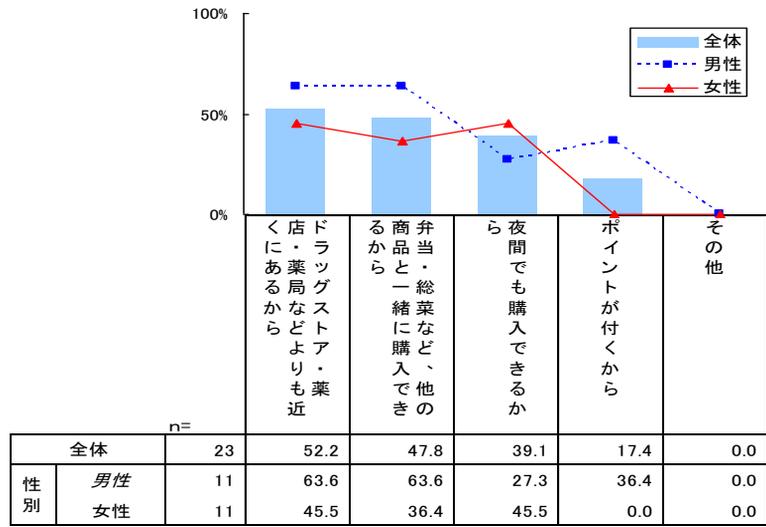


図3 一杯ごとに淹れるコーヒー・カフェラテ類の利用頻度

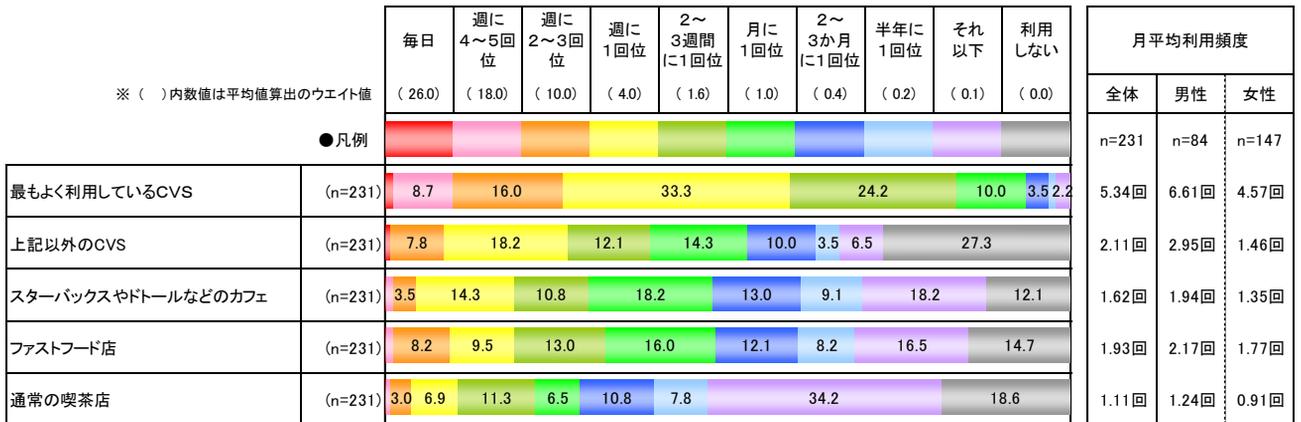


図4 一杯ごとに淹れるコーヒー・カフェラテ類の利用理由

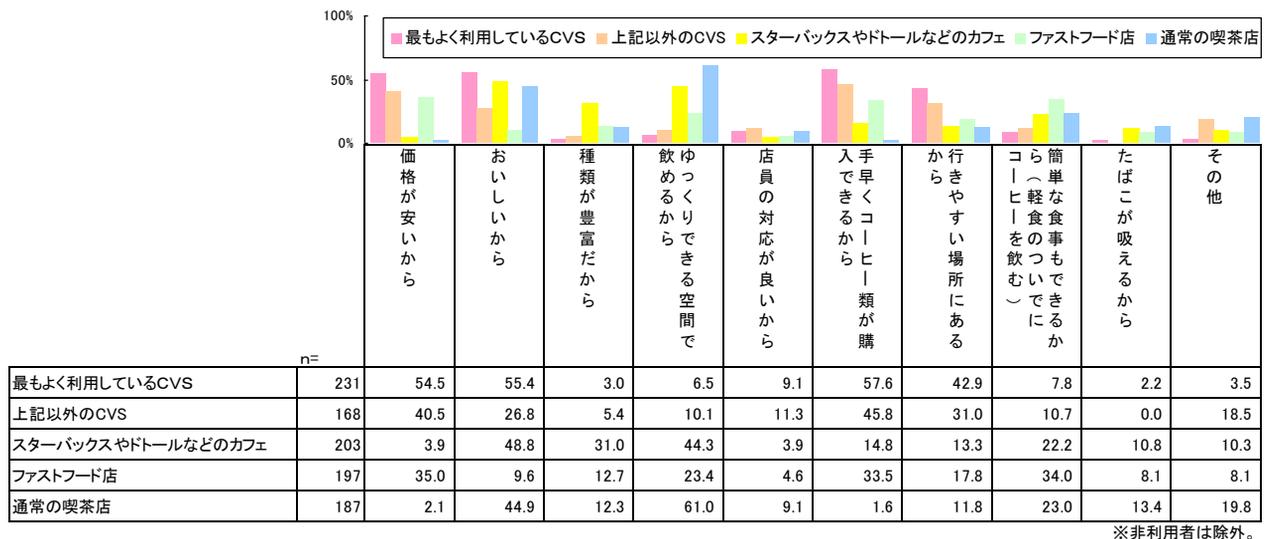


図5 CVSに充実して欲しい商品・サービス

	全体 (n=4,902)	男性 (n=2,450)	女性 (n=2,452)
弁当・おにぎり・総菜・調理めん	26.9% 46.0%	29.3	24.5
スイーツ	21.7% 23.9%	13.8	29.5
食パン・菓子パン・総菜パン	15.6% 31.3%	14.0	17.3
サンドイッチ・ハンバーガー	15.6% 22.4%	16.2	15.0
住民票や印鑑証明などの公的機関の証明書受け取り	0.2% 15.2%	14.2	16.2
アイスクリーム・氷菓	9.9% 17.1%	8.3	11.4
菓子	9.8% 20.0%	7.6	11.9
生活雑貨	2.8% 9.4%	7.3	11.5
イートインコーナー	0.0% 9.4%	7.1	11.7
缶・ペットボトル飲料	8.9% 35.5%	10.2	7.6
ATM	8.3% 14.1%	9.0	7.6
一般医薬品(かぜ薬・胃薬・整腸剤などコンビニで販売できる医薬品)	0.5% 8.2%	7.2	9.3
生鮮食品(肉・野菜・果物など)	2.9% 8.0%	5.8	10.3
カウンターのホットスナック(フランク・コロッケ・アメリカンドックなど)	7.2% 7.5%	5.7	8.7
公共料金や税金などの支払い	6.8% 15.8%	6.2	7.3
酒類	6.5% 8.2%	8.7	4.3
カップ麺	5.7% 5.8%	7.9	3.5
冷凍食品	5.7% 3.1%	5.4	5.9
チケットなどの発券	5.7% 7.3%	4.4	6.9
宅配便	5.6% 5.4%	5.1	6.2
クリーニングの取り次ぎ	0.1% 5.5%	3.9	7.2
バック飲料/カップ飲料	5.0% 12.8%	4.5	5.5
カウンターなどで1杯ごとに淹れるコーヒー・カフェラテ類	5.0% 4.7%	3.0	6.9
中華まん	4.4% 5.8%	3.7	5.1
医薬部外品(滋養強壮剤・滋養強壮ドリンク・健康飲料等)	3.9% 0.7%	4.3	3.4
おでん	3.6% 6.0%	2.8	4.4
コピー・FAX・ネットプリント	2.7% 4.7%	2.5	2.9
タバコ	2.2% 13.1%	3.3	1.2
介護・福祉関連サービス	1.8% 0.0%	1.2	2.3
託児サービス	1.2% 0.0%	0.9	1.5
その他	6.8% 3.6%	7.0	6.5

※項目の並び順は、要望の多い順。

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
調査地域 : 全国(47都道府県)
調査対象 : 15～69才の過去半年以内にCVSで買い物をした男女
調査期間 : 2013年9月27日(金)～2013年9月30日(月)
有効回答数 : 4,902サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : リサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当: 中野・渡部 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」