

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告

文教大学生のポイントカード事情

2007 年 2 月

情報学部 広報学科 3 年

雨宮 直矢

文教大学生のポイントカード事情
雨宮 直矢

目次

第1章 研究の概要	・・・ 1
1.1 研究の背景と目的	
1.1 研究の方法	
(1) 進捗経緯	
(2) 調査の概要	・・・ 2
1.3 成果の概要	・・・ 3
第2章 研究の成果	・・・ 4
2.1 回答者の概要	・・・ 4
2.2 ポイントカードに関する利用意識	・・・ 5
(1) ポイントカードの所有の有無と利用頻度	
(2) ポイントカードの有無による店選択経験	
(3) 初回ポイントカード作成の有無	
(4) ポイントの誘引度合の有無	
第3章 まとめと今後の課題	・・・ 16
今後の課題	
参考文献	
単純集計結果	・・・ 18

第1章 研究の概要

1.1 研究の背景と目的

私たちが買い物をするときに何を基準にして選んでいるのだろうかと考えたとき、ひとつの要因としてポイントカードをあげることが出来る。ポイントカードは私自身よく利用するもので枚数も数多く持っている。また、ポイントを貯めることを楽しみと感じている。

ところで、世の中には、多くのポイントカードが存在する。早くからカードを採用してきた百貨店、専門店、ガソリンスタンドといった業者に加え、飲食店・ファーストフード業界での導入も増加している。このような状況下で私たちはポイントカードをどのように利用しているのだろうか。その辺を調査し、メリットとデメリットを見極めることによって改善できる点がないかを考える。

そもそも、ポイントカードの基本的な考え方は『顧客の利用状況に応じてポイントを発行し、それを蓄積していくシステム』である。このシステムは店側がよい客を識別できる唯一のシステムであり、結果として優良客を育成できる。これをロイヤルティマーケティングと呼ぶ。つまり、ポイントカードを利用することで消費者が店を選ぶだけでなく、店が消費者を選ぶことが出来る。

ポイントカードの発行の目的は「顧客固定化・優良客育成」「利用率あるいは再来店率向上」「顧客満足の向上」にある。実際の調査で発行目的が達成されているかも同時に調査する。

1.2 研究の方法

(1) 経緯

～6月：調査テーマの模索、決定。

7月：調査票の作成。

9月：最終討論。

11月：調査票最終案完成。学内にて、調査実施。

調査票の集計。単純集計結果報告

12月：調査結果提出。

(2) 調査の概要

○調査の意図

・人々はポイントカードに対して、どのような関心を持っているのか。また、普段の生活の中でどのように利用しているのかを調査する。予想ではある程度はポイントに対して関心は持っていると思うが、有効に活用されてはいないと思う。期限切れやカードの紛失によってポイントを無くすことや交換の手段を知らないことなどがありえる。ポイン

トカードの欠点を見つけ、新しい一面が発見できるのではないだろうか

○調査対象者 文教大学 1～4 年にそれぞれ授業後、アンケートを実施した。

○調査方法 授業前、授業後にアンケート配付

アンケートを実施した授業

火曜 4 限 地域のメディア (約 90 枚)

木曜 2 限 調査集計法 (約 20 枚)

○主な質問項目 ・ポイントカード所有の有無 ・ポイントカード利用頻度・

・ポイントカードの不便な点・改善点

・ポイントカードを利用する店 など

○発送数 回収数 107 有効回答数 107

1.3 成果の概要

調査の主な結果を以下に記す。

・ポイントカードを所有している人は約 97%でほとんどの人がポイントカードを持っていることがわかった。では、ポイントカードによって店を選択した経験はどうだろうか。結果は経験ありが約 43%、経験なし約 57%であった。ここから、ポイントカードが店を選ぶひとつの基準であることが分かる。また、経験ありグループと経験なしグループにはポイント利用傾向に違いが見られ、経験ありグループは経験なしグループに比べるとすぐにポイントを利用する傾向があった。

・初回ポイントカード作成の有無では作成するグループが約 53%と半数を超えたが、店員に勧められても断る人が多数いることも分かった。また、作成グループと非作成グループからは、いくつかの違いが見て取れた。一つは、利用頻度で作成グループのほうが利用頻度は高いという結果が出た。次に、ポイントの貯蓄傾向からは作成グループのほうがポイントを貯めてから使う傾向があることが分かった。

初回ポイント作成の有無の意外な点として、非作成の最も大きな原因の一つとして考えていた個人情報に対する不安があまり見られず、非作成の要因で個人情報関係は少ないことが見て取れた。

・ポイントカードの誘引度合(つられやすさ)について半数の人がポイントに釣られて買い物をした経験があると答えた。誘引グループでは初回ポイントカード作成が約 67%と高いのに対し、非誘引グループでは約 62%と逆の傾向が見られた。

[謝辞]

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力者に対しては心からお礼を申し上げる次第である。調査表を作成するまでの過程では、ゼミのメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般にたいしては、指導教授のハッ橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの皆さんに対して、改めて謝意を表します。

第2章 研究の成果

2.1 調査回答者の概要

回答標本は無作為抽出ではないために、母集団からみて標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。

表2-1-1の学年別の分布では、3年次85.0%、4年次15.0%、計107人となっており、3年が多く、1,2年がない。

また、表2-1-2の性別の分布では、男子70.1%、女子29.9%と男子の割合が多くなっている。これらの偏りは、回答者全体分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかし、クロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されと考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較：学年別分布

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	0.0 (0)	0.0 (0)	85.0 (91)	15.0 (16)	100.0 (107)
湘南キャンパス 学生	27.7 (942)	26.4 (899)	23.0 (784)	22.9 (780)	100.0 (3405)

(注) 母集団は情報学部 2006.10 末時点である。

表2-1-2 回答者と母集団の比較：性別分布

	男子	女子	計
回答者	70.1 (75)	29.9 (32)	100.0 (107)
湘南キャンパス 学生	52.0 (1770)	48.0 (1635)	100.0 (3405)

(注) 母集団は情報学部 2006.10 末時点である。

2.2 ポイントカードに対する利用意識

(1) ポイントカードの所有の有無と利用頻度

ポイントカードを所有していますか、という設問において、はい、と答えた人は約97%でほとんどの人がポイントカードを所有していることがわかった。

ポイントカードの利用頻度(図 2-2-2)は1週間に1回程度という回答が25%で一番多いが、次に2週間に1回程度と1ヶ月に1回程度の利用が約21%とばらつきが見られた。また、ほぼ毎日の利用は約3%という結果になった。つまり、日常生活の買い物(消耗品など)ではそれほど利用頻度は高くない。

図2-2-1 ポイントカードの所有の有無

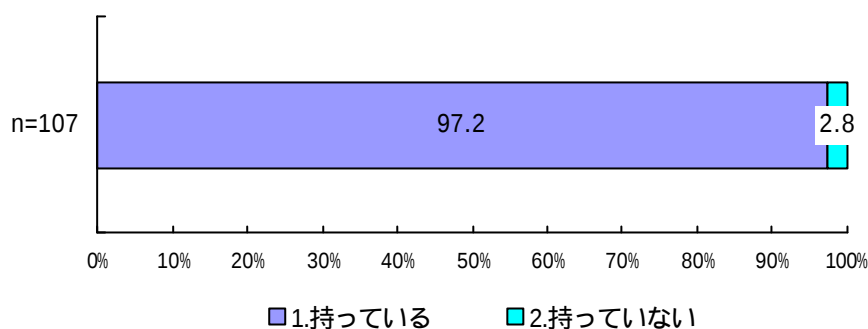
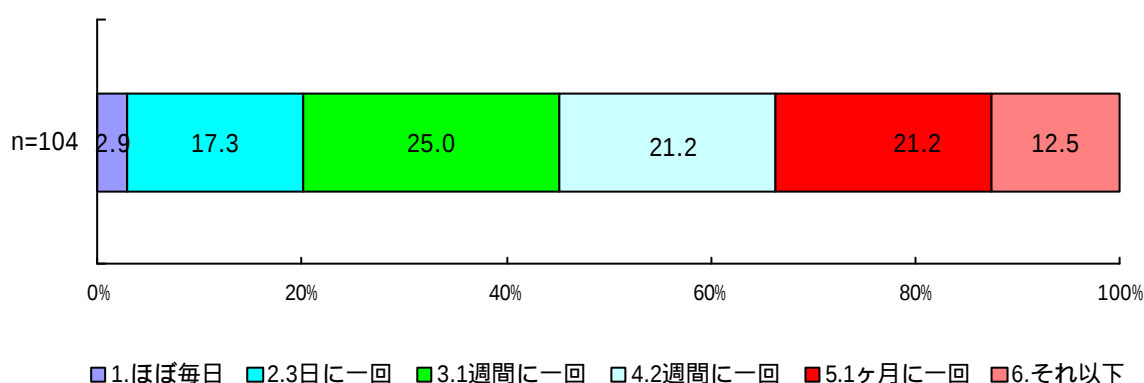


図2-2-2 ポイントカードの利用頻度



ポイントカードの所有枚数について最も多かったのは3～4枚で約31%であった。続いて、5～6枚が約22%、7～8枚13%となり、3～8枚の間で60%以上を占めていた。

また、13枚以上所有していると答えた人も約12%おり、一定の枚数（約10枚）を超えると大幅に増加する傾向が見られた。

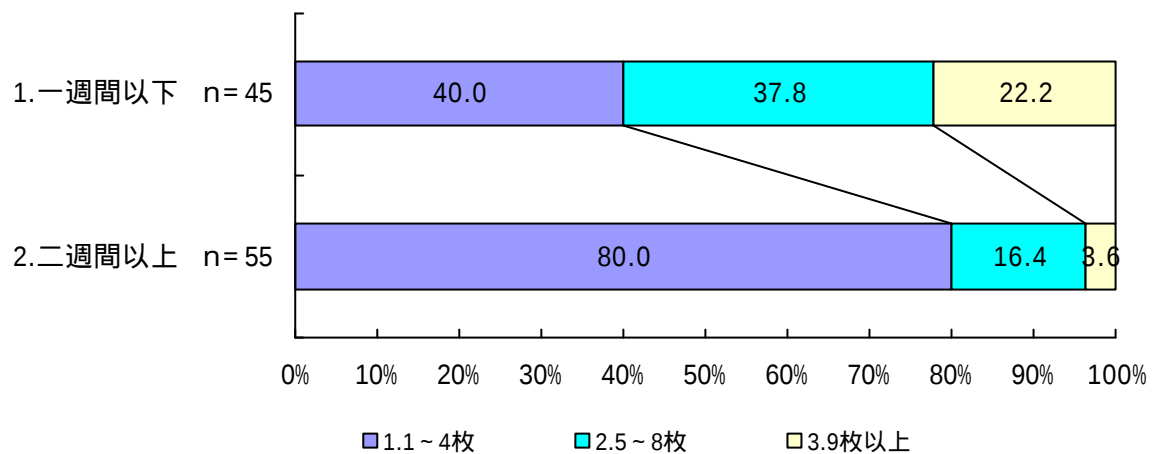
持ち歩いているカード枚数でも3～4枚が一番多く、約40%を占めた。次に5～6枚約28%、1～2枚約13%となる。この結果から普段持ち歩いているカードは1～6枚の間で約80%占められていることがわかった。

良く使うカード枚数に関しては、1～2枚が約54%と半分以上を占めた。次に3～4枚の約35%に続き、この二つで90%近くを占め、ほとんどの回答者が1～4枚の間に含まれた。

ポイントカードの所有数別に利用頻度で集計してみた。結果が図の2-2-3である。また、集計する際に、利用頻度は一週間以内に利用するグループと二週間以上間を空けて使うグループに分けて考え、ポイントカード所有枚数（図2-2-2）は1～4枚、5～8枚、9枚以上の3グループに分けて集計した。図2-2-3の結果から、所有枚数が少ないほど利用頻度は低くなり、所有枚数が多くなるほど利用頻度も上がることが分かる。二週間以上

あけて利用する人の約 80% が所有枚数 1 ～ 4 枚のグループに含まれる。逆に、一週間以内に利用する人の約 60% は 5 枚以上のポイントカードを所有しているという結果が出た。以上のことからわかるようにこの二つの設問からは有意な差が見られた。

図 2-2-3 利用頻度別のポイントカード所有枚数
(χ^2 乗 $p = 0.000$)



(2) ポイントカードによる店選択経験

ポイントカードがあるからという理由で店を選んだことがありますかという問に対して 4 割以上の人があると答えた。これは、ポイントカードの導入目的である。顧客固定化や再来店率向上という効果がでている証である。

また、利用者にとってもポイントカードが店を選ぶ基準のひとつとなっていることがわかる。選んだ理由は、(図 2-2-4) ポイント割引のお得さやポイントを貯めることが好きだからなどポイントカードの本質的な魅力部分から店が選ばれている。つまり、ポイントカードはセールや広告など同様の販売、集客機能を持っていると言える。

図2-2-4 ポイントカードによって店を選んだ理由

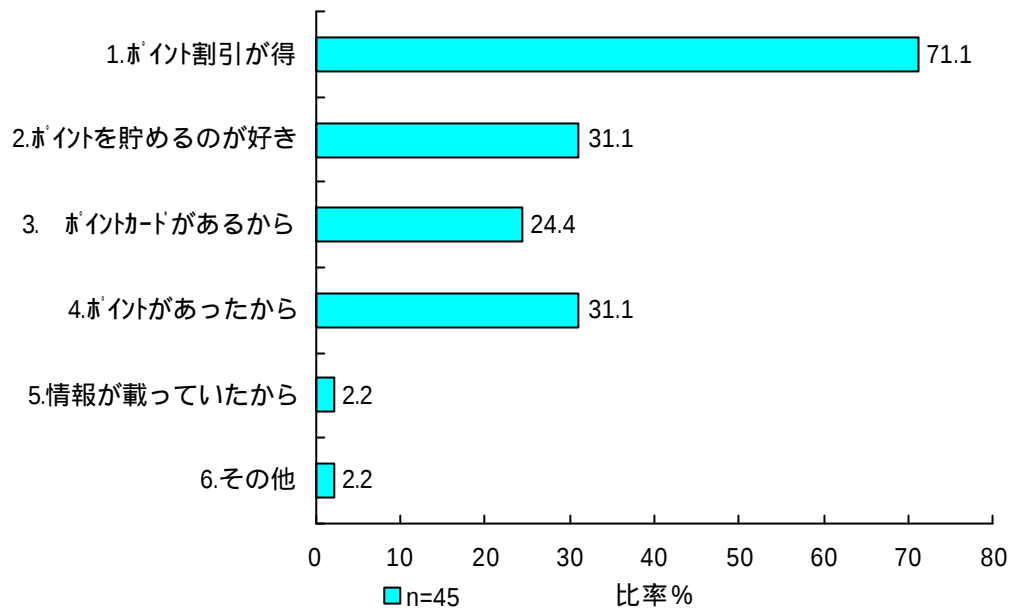
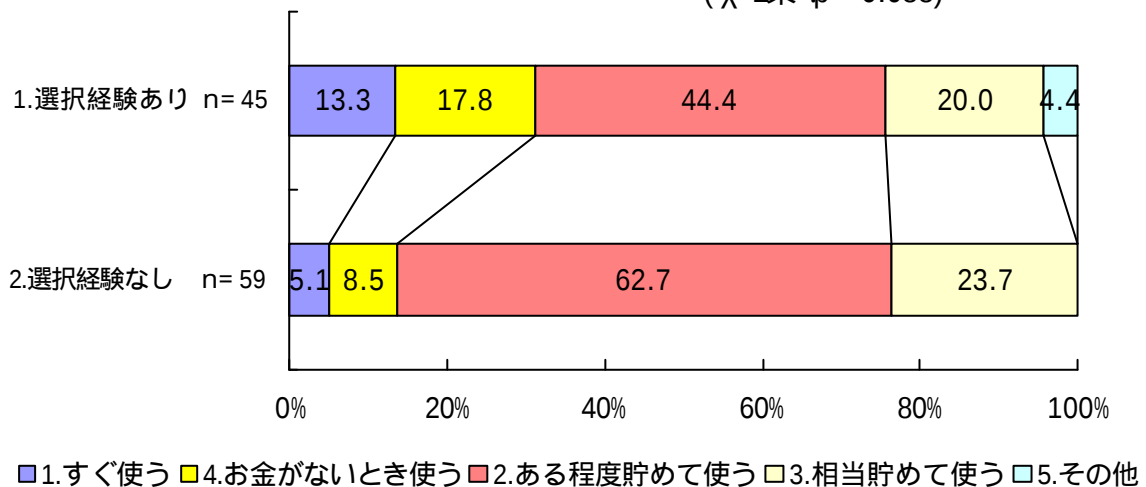


図 2-2-5 ポイントカードによる店選択経験とポイント利用傾向
(χ^2 検定 $p = 0.088$)

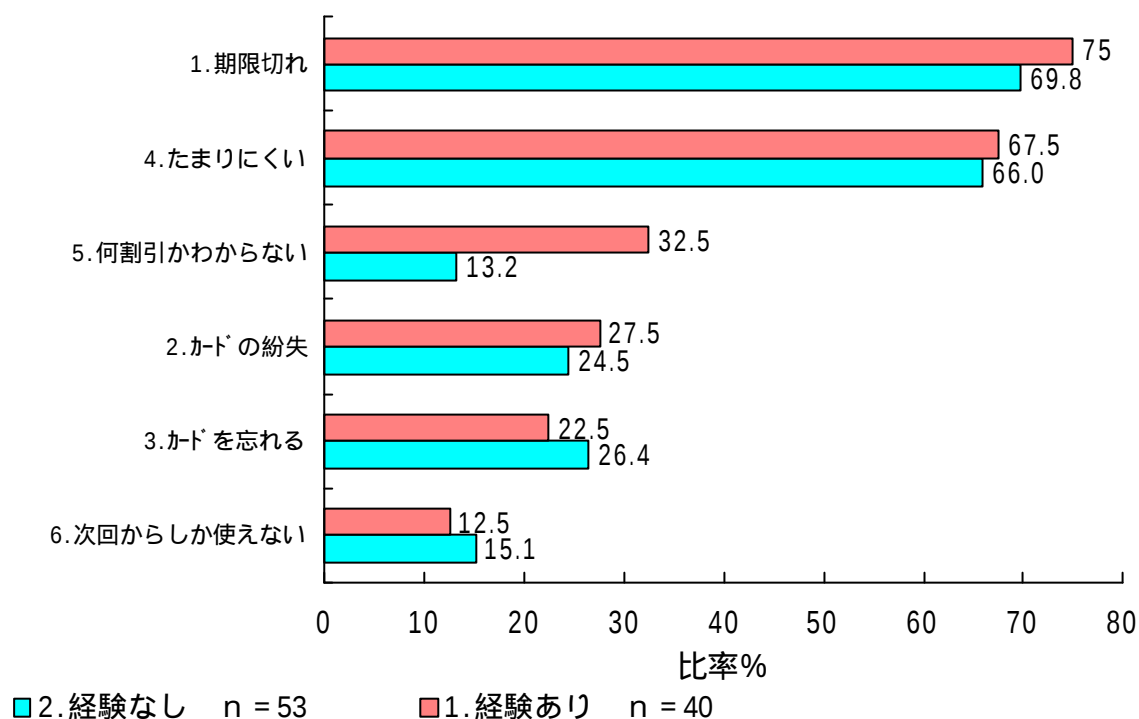


ポイントカードの有無で店選択経験がある人はない人に比べてすぐにポイントを使う傾向にある（図 2-2-5）。また、お金がないときに利用する割合も約 18%でない人に比べ約 2 倍程度の値があった。これは、ポイントカードに対する興味や関心の違いから来していると考えられる。興味や関心が薄い人はお金がないとき（困っているとき）にポイントカードに頼ることは少ないと思われる。

ポイントカードの有無で店を選んだことがない人はある程度貯めて使うが 63%と大半を占めている。次に、相当貯めて使うが約 24%と続いた。

両者ともすぐ使うやお金がないときに使うが予想より少なく、ある程度、あるいは相当ポイントを貯めてから使う傾向にある。

図2-2-6 ポイントカードによる店選択経験とポイントの不便点



ポイントカードの有無での店選択経験別に、不便な点を集計した。結果が図 2-2-6 である。不便に感じる点で最も多いのは「経験あり、なし」とともに期限切れによるポイントの無効であった。次に、ポイントが貯まりにくいが続くが、これも両者ともおなじだった。ただ、対象の数が「経験あり」のほうが少ないにもかかわらず、値は大きかった。このことから、「経験あり」を選択したほうがポイントカードに対する意識が高いと言える。

ポイントのため方の傾向（図 2-2-5）から考えると期限切れのポイント無効は貯め過ぎてしまうことから起こっているように思える。

つまり、ポイントカードの有無で店を選んだ経験がない人はポイントが貯まったとしても効果的に利用できていないために損をしている可能性が高い。この問題を解決し、ポイントカードをうまく活用できるようになればポイントカードによって店を選ぶ人の増加がみこめる。ポイントの貯まりにくさもポイントカードの利用価値が上がることによって改善できる。簡単な対策としては、買い物時に残り期限について知らせることやメールで知らせることなどが考えられる。

(3) 初回ポイントカード作成の有無

この問に対し、作ることが多いと答えた人(作成グループ)は約53%だった(図2-2-7)。半数の人は初めて行った店の場合、ポイントカードを作ってもらおうと答えた。つまり、少なからずポイントカードに対して興味や関心を抱いているといえる。

作成グループと非作成グループ、この二つのグループにはどのような違いが見られるのだろうか。

また、作成グループは予想していたよりも少なかった。ポイントカードがある店で買い物をすると大抵、店の人に勧められると思う。現に、ポイントカード作成理由の2番目に店の人に勧められてというものがある。作らないことが多いと答えた人はこれを断っているのだろうか。

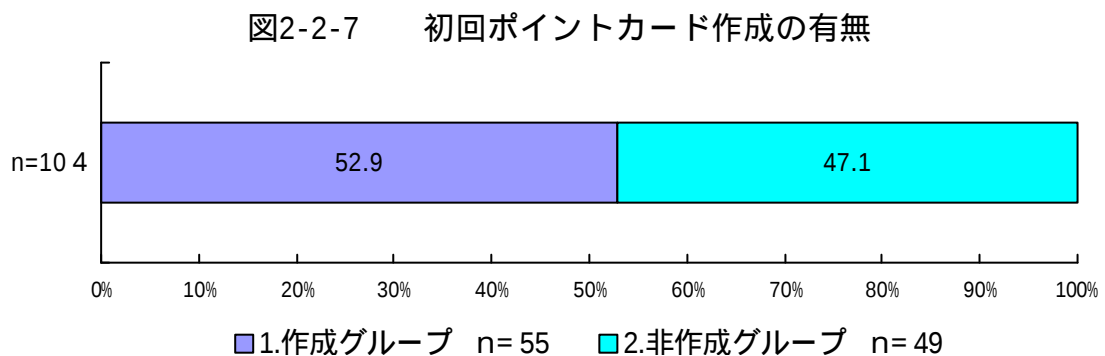
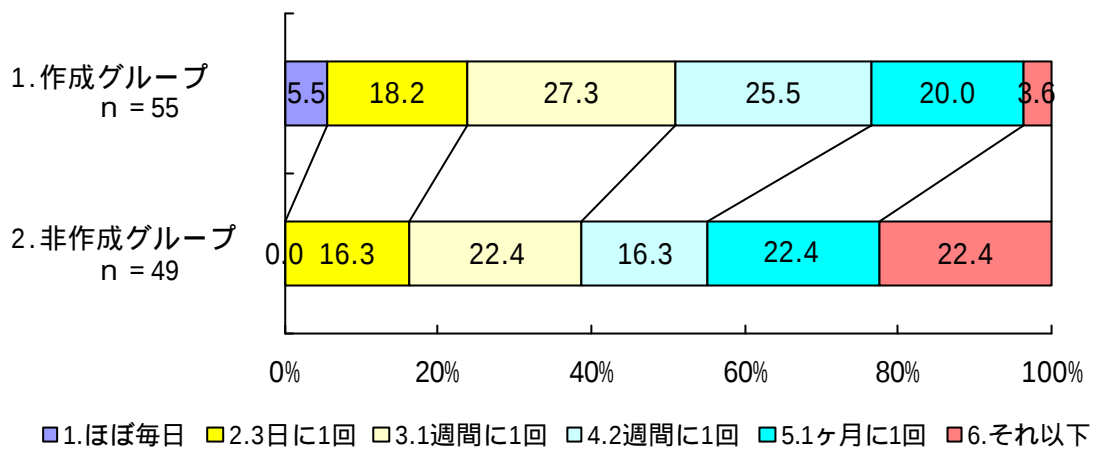


図2-2-8 初回カード作成の有無と利用頻度
(χ^2 乗: $p=0.044$)



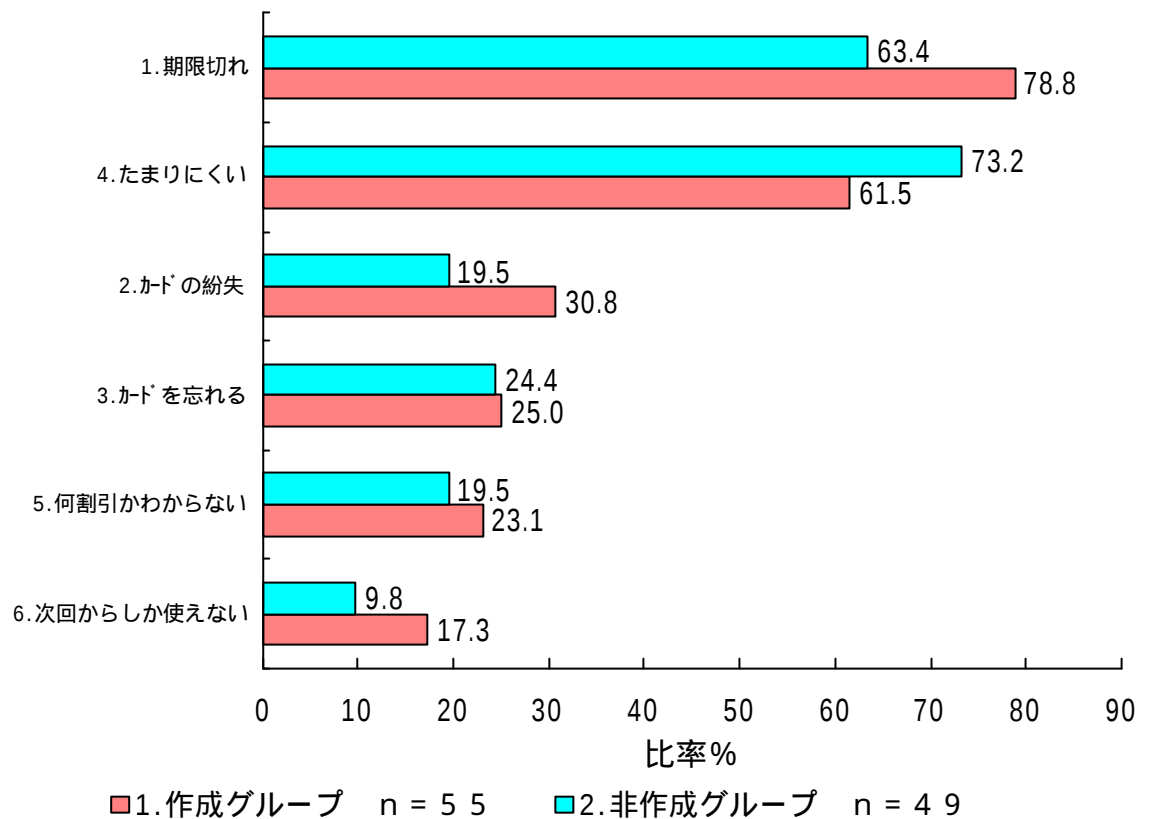
ポイントカード作成グループの利用頻度は1週間に1回が一番高く、約27%、2週間に1回が約26%であり、利用頻度はある程度バラける結果となった(図2-2-8)。

次に、ポイントカード非作成グループの利用頻度は1週間に1回、約22%、1ヶ月に1回約22%、それ以下(1ヶ月以下)約22%と並ぶ結果が出た。

また、作成グループで約6%いた、ほぼ毎日が非作成グループでは0%だった。それ以下(1ヶ月以下)でも作ることが多いに比べ、7倍も作らないことが多いほうが高くなった。つまり、ポイントカード作成グループは利用頻度も高い傾向が見られる。

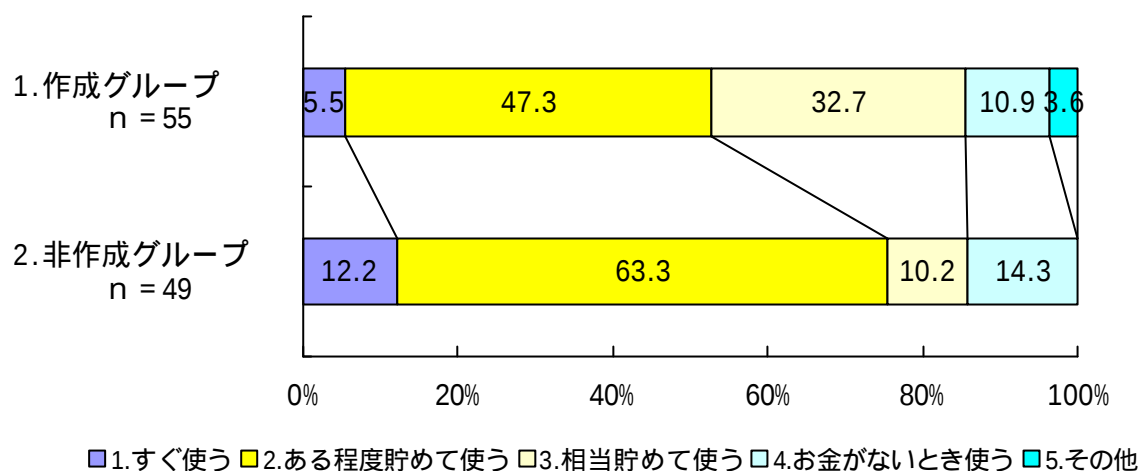
ゆえに、初回ポイントカード作成の有無と利用頻度には有意な差がみられた。

図2-2-9 初回カード作成の有無とポイントの不便点



初回カードの作成の有無別に、ポイントの不便点を集計した。結果が図 2-2-9 である。作成グループでは期限切れが一番多かった。次にポイントが貯まりにくいが続いた。非作成グループではポイントの貯まりにくさが一番多く、それに期限切れが続いた。つまり、作らないことが多い理由のひとつとして貯まりにくさがある。これは、ポイントの割引にあまり魅力を感じていないといえる。ポイントサービスをお得であると感じさせることが出来ればポイントカードを作る人は増える。

図2-2-10 初回カード作成の有無とポイント貯蓄傾向
(χ^2 乗: $p = 0.032$)

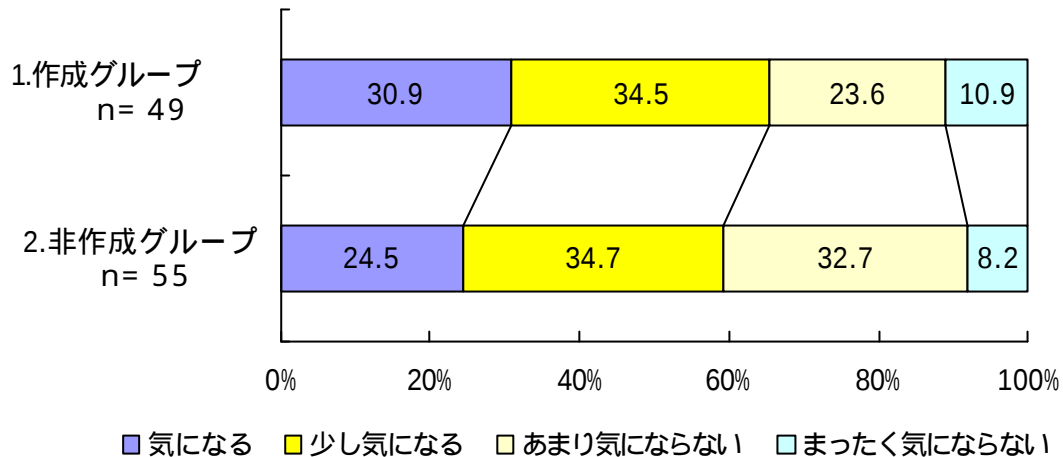


作成グループでは「ある程度貯めて使う」が約 47%、「相当貯めて使う」が約 33%となった。次に、非作成グループでは「ある程度貯めて使う」が約 63%と半分以上をある程度貯めて使うが占めた。

すぐ使うと答えた人は作成グループが約 6%なのに対して、非作成グループは約 12%と 2 倍も多かった。また、「相当貯めて使う」では、作成グループが約 33%、非作成グループ、約 10%と逆に 3 倍もの差が開いた。これは、作成グループほどポイントをためてから使う傾向があるといえる。

初回カード作成の有無とポイント貯蓄傾向には有意な差が見られた。作成グループほど、ポイントカードに対して魅力を感じているのではないか。お得だと感じているからこそ、ポイントを貯めるのである。

図2-2-11 初回カード作成の有無と個人情報の保護
(χ^2 検定 $p = 0.719$)



初回カード作成の有無別に個人情報の保護を集計した。結果が図 2-2-11 である。作成グループでは、「少し気になる」約 35%、「気になる」約 31%、「あまり気にならない」約 24%であった。

非作成グループは「少し気になる」約 35%、「あまり気にならない」約 33%、「気になる」約 25%という結果が出た。非作成グループはもっと個人情報に対して不安の意識があると思われたが、両者に有意な差は見られなかった。つまり、ポイントカードを作らない理由が個人情報に対する不安や心配からである可能性に少ないといえる。

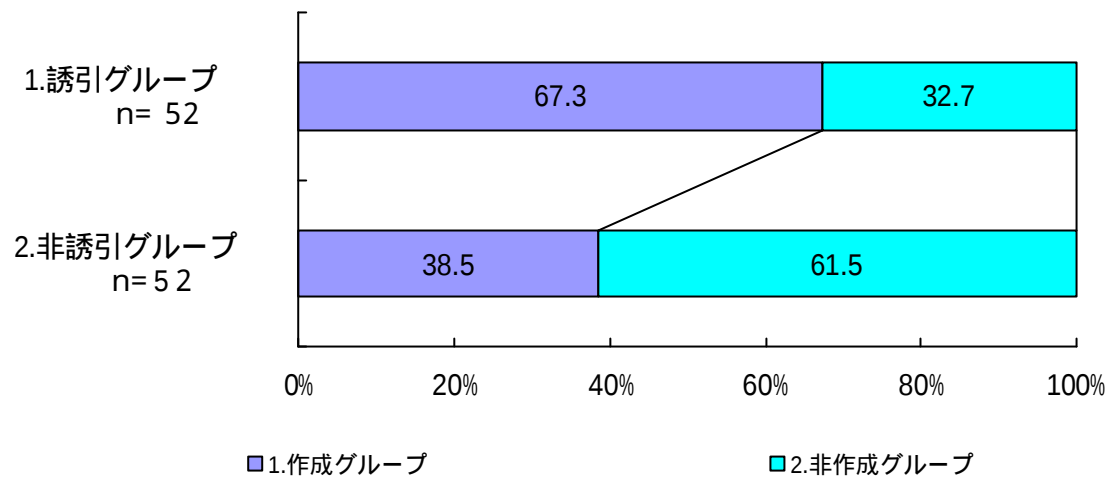
(4) ポイントによる誘引度合の有無

ポイントカードの誘引度合とは、ここではポイントカードにつられやすいかどうかという意味で使っている。つられやすいグループを誘引グループ、つられにくいグループを非誘引グループとして考え、ポイントカードの誘引度合と初回カード作成の有無で集計してみた。結果が図の 2-2-12 である。

ポイント誘引グループでは約 67%が作成すると答えた。逆に、ポイント非誘引グループでは、約 62%が作らないと答えた。

やはり、ポイントにつられやすい人は、ポイントカードを作ろうとする傾向が見られる。これは、たまたま、ある店のポイントカードがあったから利用しているのではなく、計画的にポイントカード増やしていると考えられる。つまり、ポイントにつられやすい人は、ポイントカードを増やす傾向にある。

図 2-2-12 ポイントのつられやすさと初回カード作成の有無
(χ^2 乗: $p=0.003$)



第3章 まとめと今後の課題

3.1 研究のまとめ

はじめに、ポイントカードを所有している人は約97%でほとんどの人がポイントカードを持ち、生活に根付いていることが分かった。

では、ポイントカードによって店を選択した経験はどうだろうか。結果は経験ありが約43%、経験なし約57%であった。ここから、ポイントカードが店を選ぶひとつの基準であることが分かる。また、経験ありグループと経験なしグループにはポイント利用傾向に違いが見られ、経験ありグループは経験なしグループに比べるとすぐにポイントを利用する傾向があった。

次に、初回ポイントカード作成の有無では作成するグループが約53%と半数を超えたが、店員に勧められても断る人が多数いることも分かった。また、作成グループと非作成グループからは、いくつかの違いが見て取れた。一つは、利用頻度で作成グループのほうが利用頻度は高いという結果が出た。次に、ポイントの貯蓄傾向からは作成グループのほうがポイントを貯めてから使う傾向があることが分かった。

初回ポイント作成の有無の意外な点として、非作成の最も大きな原因の一つとして考えていた個人情報に対する不安があまり見られず、非作成の要因で個人情報関係は少ないことが見て取れた。ポイントカードの誘引度合（つられやすさ）について半数の人がポイントに釣られて買い物をした経験があると答えた。誘引グループでは初回ポイントカード作成が約67%と高いのに対し、非誘引グループでは約62%と逆の傾向が見られた。

大きく分けるとこの三つのことが調査の中から読み取ることが出来た。そして、ポイントカードは顧客固定化・再来店率向上などに役立ち、お店の販売促進にも効果があると言ったもともと期待されていたものも確認することが出来た。また、ポイントカードに対する興味や関心も読み取ることが出来たが、興味や関心を持っている人とそうでない人との間に大きな差を感じる。

不便に思う点はほとんどの人がカードの期限切れとポイントの貯まりにくさを選んでいった。ここを改善させることが出来ればポイントカードはさらに多くの人たちに受け入れられるだろう。

3.2 今後の課題

- ・ 今回の調査では、設問数が少なく、同じ種類の質問が多く出てきてしまい思うように集計結果を報告書に反映することが出来なかった。また、予想していた成果を得ることが出来なかったのは残念に思えた。
- ・ 設問の一つ一つをもっと慎重に考えるべきであった。いろいろと種類の違う設問を加えると新しい発見があると思えた。

- ・ 単一回答の問題が少なかったために、クロス集計の時に有意差のあるものを見つけることが難しかった。
- ・ ある程度結果が読めてしまった部分があった。
- ・ アンケートの総数も少なくなっていってしまい、データの信憑性があいまいだった。
- ・ 知識不足な点や調査不足が出てきてしまった。参考文献での研究をもっと行い、意味のある設問を作れたらよかった。
- ・ 作業が後手に回ってしまい、報告書の作成が思うように進まなかった。
- ・ グラフが一定のものになってしまい、同じようなものになってしまった。

参考文献

WE B

フリー百科事典「ウィキペディア」

T カード、ロイヤルティーマーケティング

ポイントカード戦略 日経レストラン：98.6

http://www.m-m.co.jp/report/report_D104.html

ポイントカードに関する調査

文教大学情報学部広報学科 ハツ橋ゼミ 雨宮直矢

卒業論文のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

ここでのポイントカードとは、買い物をするとポイントをカードにためておき、次回以降に値引きするなどのサービスのことです。

問 1 . あなたはポイントカードを持っていますか。

1 . はい	2 . いいえ	4 P の F1 へ
--------	---------	------------

問 2 . あなたは現在何枚のポイントカードを所有していますか。(1 つに ○)

1 . 1 ~ 2 枚	2 . 3 ~ 4 枚	3 . 5 ~ 6 枚	4 . 7 ~ 8 枚
5 . 9 ~ 10 枚	6 . 11 ~ 12 枚	7 . 13 枚以上	

問 3 . あなたが所有しているポイントカードの中で持ち歩いているものは何枚ありますか。

(1 つに ○)

1 . 1 ~ 2 枚	2 . 3 ~ 4 枚	3 . 5 ~ 6 枚	4 . 7 ~ 8 枚
5 . 9 ~ 10 枚	6 . 11 ~ 12 枚	7 . 13 枚以上	8 . 0 枚

問 4 . あなたが所有しているポイントカードの中でよく使うものは何枚ありますか。

(1 つに ○)

1 . 1 ~ 2 枚	2 . 3 ~ 4 枚	3 . 5 ~ 6 枚	4 . 7 ~ 8 枚
5 . 9 ~ 10 枚	6 . 11 ~ 12 枚	7 . 13 枚以上	8 . 0 枚

問 5 . ポイントカードを利用する頻度はどのくらいですか。(1 つに ○)

1 . ほぼ毎日	2 . 3 日に 1 回程度	3 . 1 週間に 1 回程度
4 . 2 週間に 1 回程度	5 . 1 ヶ月に 1 回程度	6 . それ以下

問 6 . ポイントカードがあるからという理由で店を選んだことがありますか。

1 . ある	2 . ない	問 7 へ
--------	--------	-------

付問 1 . それはこういった理由からですか。(当てはまるものすべてに ○)

1 . ポイント割引がお得だから	2 . ポイントを貯めることが好きだから
3 . ポイントカードがあるからなんとなく	4 . カードにポイントが貯まっていたから
5 . カードにお店の情報が載っていたから	6 . その他

問 7 . あなたが初めて行った店で買い物をするとき店でポイントカードを勧められたとしたら作ってもらいますか。

- | | | |
|-------------|---------------|-------|
| 1 . 作ることが多い | 2 . 作らないことが多い | 問 8 へ |
|-------------|---------------|-------|

付問 1 . それはこういった理由からですか。(当てはまるものすべてに。)

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1 . ポイント割引がお得だから | 2 . ポイントを貯めることが好きだから |
| 3 . カードにお店の情報が載っていたから | 4 . 店の人に勧められたから |
| 5 . 高い買い物をしたから | 6 . その他 |

問 8 . ポイントカードを使う上で不便に思うことは何ですか。(当てはまるものすべてに。)

- | | |
|---------------------------|------------------|
| 1 . 期限切れによるポイントの無効 | 2 . 紛失によるポイントの無効 |
| 3 . カードを忘れるとポイントがつかない | 4 . ポイントのたまりが遅い |
| 5 . 何%割引になるか分かりづらい | 6 . 次回からしか使えない |
| 7 . デパート内でも店ごとにポイントカードが違う | 8 . その他 |
| 9 . 特になし | |

問 9 . どのように変わればさらにポイントカードを利用しやすくなるか。(1 つに。)

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1 . カードに有効期限がない | 2 . 紛失しても同じポイントのまま再発行される |
| 3 . 決済機能がついている | 4 . 頻繁にポイントが二倍などのサービス |
| 5 . いくら割引されるのかが明確 | 6 . いろいろな店で同じポイントカードが使える |
| 7 . その他 | |

問 10 . あなたがポイントカードのポイントを使うとき、どの程度ポイントを貯めてから使いますか。(1 つに。)

- | | | |
|---------------|---------------|-------------|
| 1 . すぐに使う | 2 . ある程度貯めて使う | 3 . 相当貯めて使う |
| 4 . お金がないとき使う | 5 . その他 | |

問 11 . あなたはポイントカードをどのように利用しますか。(1 つに。)

- | | |
|-----------------------------|---------|
| 1 . ポイントを利用してある程度高価なものを購入する | |
| 2 . ポイントの範囲で納まる買い物をする | |
| 3 . ポイントはおまけ程度であまり計算に入れない | |
| 4 . ポイントは使うよりも貯めることで楽しむ | 5 . その他 |

問 12 . あなたが持っているポイントカードのお店はどのようなものがありますか。
(当てはまるものすべてに。)

- | | | |
|----------------|--------------|------------------|
| 1 . 家電ショップ | 2 . ガソリンスタンド | 3 . 携帯ショップ |
| 4 . デパート | 5 . スーパー | 6 . カネ・コンタクトショップ |
| 7 . スポーツ用品店 | 8 . 服屋 | 9 . 靴屋 |
| 10 . 本・CD ショップ | 11 . その他 | |

問 13 . ポイントカードによって沢山買い物をしたお客が買い物をしないお客よりも多くの割引を受けたり、優遇されることをどう思いますか。(1つに。)

- | |
|-------------------------------|
| 1 . 買い物を沢山しているのだから多くの割引は当然である |
| 2 . ある程度の優遇はしょうがない |
| 3 . お客はみな平等にするべきである |
| 4 . その他 |

問 14 . あなたは自分がポイントカードを持っている店がポイント倍増キャンペーンなどのサービスをしていたときに、ついつい買い物をしてしまったことがありますか。
(1つに。)

- | | | |
|---------------|------------|------------|
| 1 . よくある | 2 . ときどきある | |
| 3 . どちらともいえない | 4 . あまりない | 5 . まったくない |
- 問 15 へ

付問 1 . それはなぜですか。(1つに。)

- | |
|----------------------------------|
| 1 . 普段のセールと同じ気持ちで買ってしまった |
| 2 . 普段の割引セールよりもポイント倍増のほうが魅力的に感じた |
| 3 . 割引セールのほうが望ましいが何もないよりましなので買った |
| 4 . ただ欲しい物があったから買った |
| 5 . その他 |

問 15 . あなたが買い物をする際に、お店を選ぶ基準は何ですか。
(当てはまるもの3つ以内に。)

- | | | |
|------------------|-------------|--------------|
| 1 . 家から距離が近い | 2 . 商品が豊富 | 3 . 商品の価格が安い |
| 4 . ポイントカードがあるから | 5 . 商品の質が良い | 6 . 広告を見て |
| 7 . 接客態度 | 8 . 店がきれい | 9 . その他 |

問 16 . ポイントカードを作る際、住所、電話番号などの個人情報を書くことをどう思いますか。(1つに○)

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1 . 情報がどのように使われているか気になる | 2 . 少し気になる |
| 3 . あまり気にならない | 4 . まったく気にならない |
| 5 . その他 | |

最後にあなた自身についてお聞きします。

F1 性別

- | | |
|-------|-------|
| 1 . 男 | 2 . 女 |
|-------|-------|

F2 学年

- | | | | |
|----------|----------|----------|----------|
| 1 . 1 年次 | 2 . 2 年次 | 3 . 3 年次 | 4 . 4 年次 |
|----------|----------|----------|----------|

F3 学科

- | | | |
|----------|-----------|----------|
| 1 . 広報 | 2 . 経営 | 3 . システム |
| 4 . 国際関係 | 5 . 国際コミュ | 6 . 健康栄養 |

F4 あなたの現在の住まいはどのようなものか

- | | | | |
|-----------|-----------|-------|---------|
| 1 . 一人暮らし | 2 . 家族と同居 | 3 . 寮 | 4 . その他 |
|-----------|-----------|-------|---------|

調査は以上です。ありがとうございます