

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告

100 円ショップの夢と現実

2006年2月

情報学部 広報学科 3年

岩倉希実子

100円ショップの夢と現実

岩倉 希実子

目次

1 章	研究の概要	-----3
1 . 1	研究の背景と目的	-----3
1 . 2	研究の方法	-----3
(1)	進捗経緯	-----3
(2)	調査の概要	-----3
(a)	調査の意図	-----3
(b)	主な調査項目	-----3
(c)	調査対象者と調査方法	-----4
1 . 3	成果の概要	-----4
2 章	研究の成果	-----5
2 . 1	回答者の概要	-----5
2 . 2	消費者の 100 円ショップの利用状況	-----6
2 . 3	100 円ショップに 1 人で行く場合と複数で行く場合	--10
(1)	1 人で行く場合	-----10
(2)	複数で行く場合	-----11
2 . 4	100 円ショップに望むこと	-----12
2 . 5	100 円ショップとスーパーの比較	-----13
2 . 6	100 円ショップの夢と現実	-----15
3 章	まとめと今後の課題	-----17
	参考文献	-----17

単純集計結果

第 1 章 研究の概要

1.1 研究の背景と目的

今日私達の生活の中で 100 円ショップという言葉は非常に馴染みのあるものとなってきた。100 円ショップの店内は平日でも休日でも常に大勢の客が入っていて、とても多くの 100 円商品を取り扱っている。また、徐々に店舗数も増え続けている。

そこで、消費者達の 100 円ショップの利用の仕方とスーパーの利用状況との差、また 100 円ショップの得意領域と限界とは何かについて調べていきたい。

1.2 研究の方法

(1) 進捗経緯

- ・ 6 月：文献による情報収集
- ・ 7 月：調査テーマ案についての討論
- ・ 8 月：調査テーマ案についての討論、調査テーマ案決定
- ・ 9 月：ゼミ合宿にて最終テーマ案、調査票の検討
- ・ 10 月：調査実施
- ・ 11 月：集計、分析
- ・ 12 月：分析、研究報告提出

(2) 調査の概要

(a) 調査の意図

このアンケート結果で調査したいことは、現在の 100 円ショップの消費者による利用状況の把握と利用意識であり、それを元に今後の 100 円ショップの課題とすることを見つけていくことである。その課題を見つけた上で、品揃え豊富で安値商品も取り揃えるスーパーの利用状況、利用意識と比較し、100 円ショップにとってスーパーが脅威となり立場を追いやられるのではないかという仮説を検討していく。

(b) 主な調査項目

- ・ 利用頻度
- ・ 消費金額
- ・ 所要時間

- ・購入品目
- ・100 円ショップを利用する理由
- ・一番多く利用する 100 円ショップ
- ・100 円ショップの印象→100 円ショップの夢
- ・目的以外の物の購入状況と購入理由
- ・買った後の後悔の有無とその内容→100 円ショップの現実
- ・お店への要望
- ・スーパーの利用状況
- ・スーパーのタイムサービスの利用の有無
- ・100 円ショップとスーパーの利用頻度の違いと理由
- ・「ストア-100」の存在と魅力

(c) 調査対象者と調査方法

- ・調査時期：2005 年 10 月、11 月
- ・調査対象者：文教大学湘南校舎の生徒
- ・調査方法：紙面によるアンケート調査
- ・配布数：119 票
- ・回収数：117 票
- ・有効回収数：114 票

1.3 成果の概要

100 円ショップの最大の魅力といえば「安さ」である。そして安い商品を多数取り扱っている点もまた魅力である。利用者は他店では高値で売っている商品を安く 100 円ショップで手に入れようとするために利用する。

しかし、その安さの反面、品質の悪さなどの問題もある。100 円ショップで購入したものに後悔をしたことがある人が多いようである。

100 円ショップはスーパーと併せて利用する人がほとんどである。100 円ショップでは取り扱っていない生鮮食品を手に入れるためである。

今の段階では 100 円ショップは「安い店」というイメージが最も強いのである。

第2章 研究の成果

2.1 回答者の概要

アンケートの回答者の概要を次の図に示す。回答者はすべて文教大学湘南キャンパスの学生であり、2クラスの受講者と2つのクラブで調査を実施した。

回答標本は無作為抽出で作成してはいけないために、母集団から見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年生が一番多い回答者となった。また表2-1-2の性別の分布では、男子の回答者が多くなっている。これらの偏りは、回答者全体の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、影響は限定され则认为る。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	27.2 (31)	15.8 (18)	47.4 (54)	9.6 (11)	100.0 (114)
湘南キャンパス 4大生	24.4 (747)	26.1 (799)	23.7 (727)	25.8 (790)	100.0 (3063)

(注)母集団は湘南キャンパス4大学生(2005.10末時点)である。

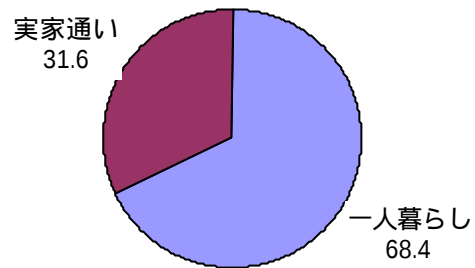
表2-1-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	計
回答者	60.5 (69)	39.5 (45)	100.0 (114)
湘南キャンパス 4大生	56.5 (1730)	43.5 (1333)	100.0 (3063)

(注)母集団は情報学部(2005.10末時点)である。

なお、図 2 - 1 - 1 は、「一人暮らしをしているか」という問の結果を示す。一人暮らしをしている人が 68.4%、実家通いの人が 31.6%である。

図 2 - 1 - 1 居住形態 n = 114



2 . 2 消費者の 100 円ショップの利用状況

図 2 - 2 - 1 は、100 円ショップをどのくらい利用するかを聞いた集計結果を示す。

一番多いのが「月に 1 回」、その次に多いのが「ほとんど行かない」である。中には毎日や 2 , 3 日に 1 回行く人も少数ながらいることがわかる。

図 2 - 2 - 1 100円ショップの利用頻度 n = 114

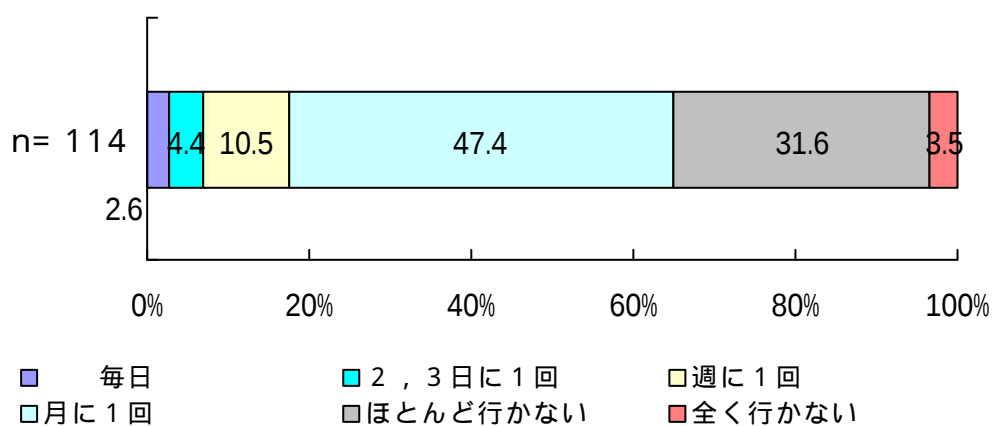


図2 - 2 - 2、100 円ショップの一回の買い物にどのくらいの金額を使うのかを聞いた集計結果を示す。

100 円ショップでの購買金額が 100 円以上 500 円未満の人がもっとも多く、次いで 500 円以上 1000 円未満の人が多かった。ほとんどの人が 100 円以上 1000 円未満で買い物を済ませている。それ以上それ以下という人はいなくはないが非常に少数である。

図2 - 2 - 2 100円ショップの購買金額 n = 110

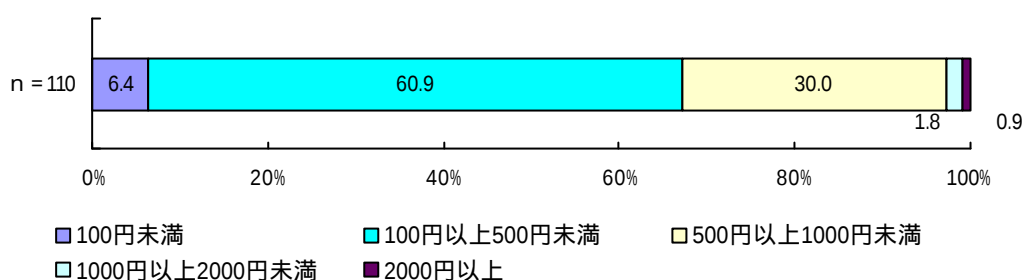


図2 - 2 - 3 は、図2 - 2 - 2を購買金額が「500 円未満の人」と購買金額が「500 円以上の人」の2つのグループに分け、100 円ショップの滞在時間の違いを示す。

このグラフを見ると、購買金額が 500 円未満の人でも 500 円以上の人でも、滞在時間は 10 分～30 分未満という答えが最も多いことがわかる。

滞在時間が 30 分以上かかる人は 500 円以上購入する場合が多い。滞在時間が長い人の方が短い人よりも消費金額が大きいことがわかる。しかし、購買金額 500 円未満でも 500 円以上でも滞在時間が 1 時間以上の人の数はあまりかわらない。

滞在時間が長い人の方が短い人よりも消費金額は大きい、滞在時間が長ければ長いほど消費金額も大きくなるというわけではなさそうである。

図2 - 2 - 3 100円ショップの滞在時間と購買金額の関係 n = 110

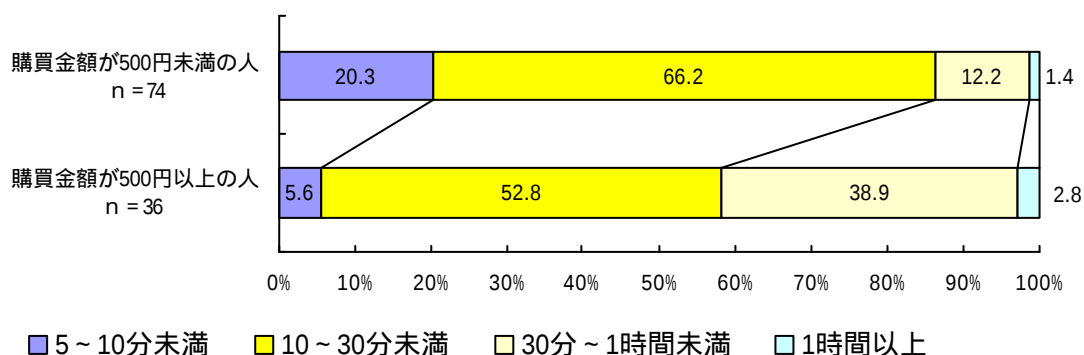


図 2 - 2 - 4 は、100 円ショップで何を一番買うのか上位 3 つ以内で答えてもらった結果を示す。

グラフを見ると「雑貨」と「生活用品」が共に 6 割ほどと多い数値を得ており、次いで「食品」と「文房具」が共に 3 割弱の回答を得ている。そのほかの商品は全て 1 割以下である。

図 2 - 2 - 4 100円ショップで最も購入されている商品 n = 109

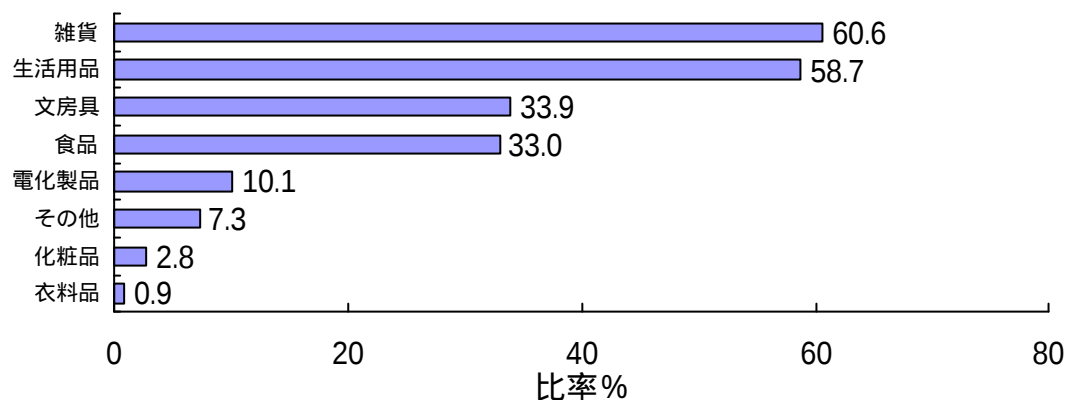


図 2 - 2 - 5 は、図 2 - 2 - 1 の利用頻度を「週に 1 回以上行く人」と「月に 1 回行く人」と「ほとんど行かない人」との 3 つのグループに分け、購買理由の違いを示す。

100 円ショップでの購買理由は利用頻度に関わらずほとんどの人が「安いから」を挙げている。利用する人は誰も 100 円ショップを安いと評価しているようだ。

しかし、「家から近いから」という点では、週に 1 回以上利用する人と「月に 1 回」もしくは「ほとんど行かない」人には大きな差が見られる。

図 2 - 2 - 5 100円ショップの利用頻度と購買理由の関係 n = 110

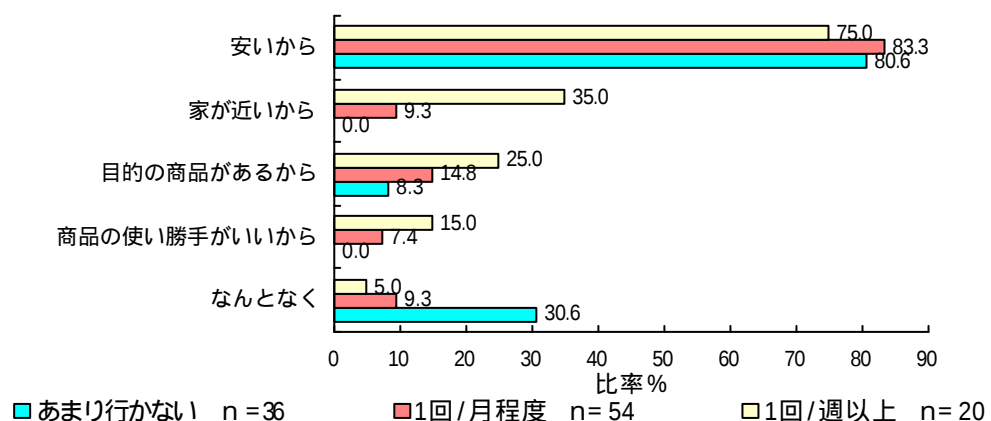


図 2 - 2 - 6 は、どの 100 円ショップを一番利用するかという問の集計結果を示す。

この質問に対しては、全国に対する店舗数が多いことから「ダイソー」を利用する人が 5 割強と多かった。やはりダイソーは 100 円ショップの中でも大手なのである。

次に「SHOP99」もダイソーには届かないがこの中で比べると、2 割となかなか多く利用されている。

図 2 - 2 - 6 最も多く利用されている100円ショップ
n = 110

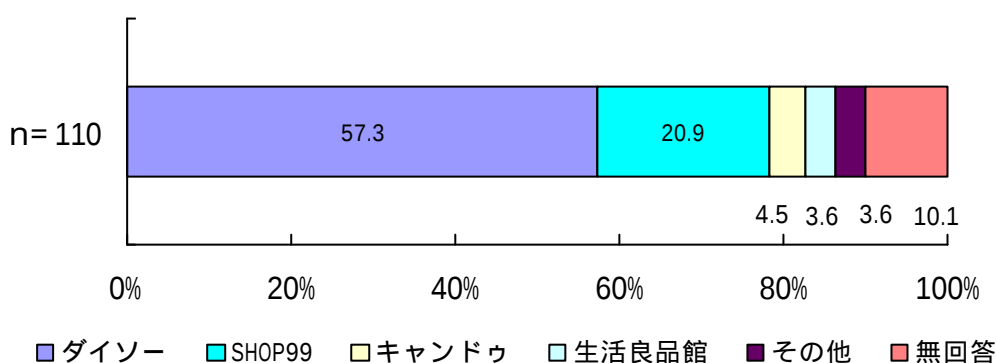
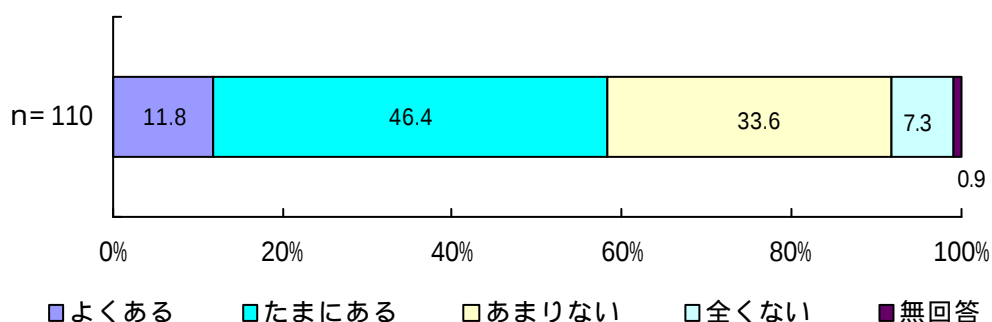


図 2 - 2 - 7 は、100 円ショップで購入して後悔したことはどれくらいありますかという問の集計結果を示す。

この図で後悔をしたことがあるのかないのかだけで見たときに「後悔したことがある」と答えた人が 58.2%、「後悔したことはない」と答えた人が 40.9%と「後悔したことがある」という利用者が多い。後悔が全くない人よりも後悔をよくする人の方が多い。

図 2 - 2 - 7 100円ショップでも後悔の有無 n = 110



2.3 100円ショップに1人で行く場合と複数で行く場合の違い

(1) 1人で行く場合

図2-3-1は、1人で100円ショップに行った場合に目的を決めてから買い物に行きますかという問の集計結果を示す。

購入目的を明確に持っている人が76.4%とほとんどの人が目的を持ってから100円ショップに行くことがわかる。

図2-3-1 100円ショップに1人で行く場合の目的の有無
n=110

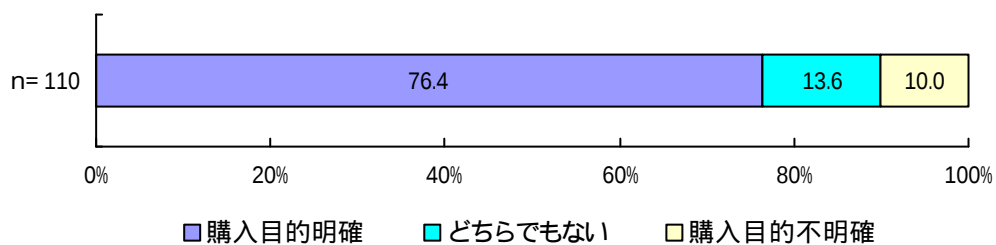
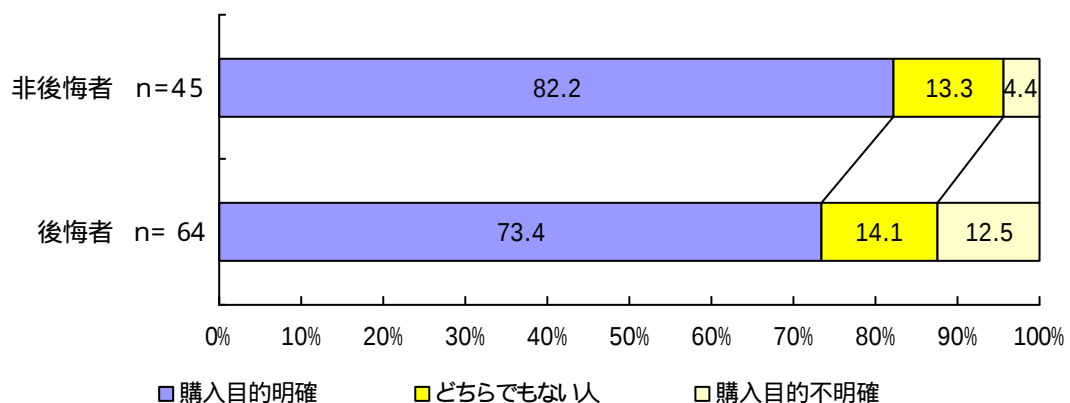


図2-3-2は、図2-2-7の100円ショップの後悔の有無を「後悔者」と「非後悔者」の2つのグループに分け、1人で100円ショップに行く場合の目的の有無の違いを示す。100円ショップに目的を持って利用しに行く人は後悔したことがない人が若干ながら多いようだ。

図2-3-2 1人で100円ショップに行く場合の目的と購入後の後悔の有無
n=109



(2) 複数で行く場合

図 2 - 3 - 3 は、複数で 100 円ショップに行った場合に目的を決めてから買い物にいきますかという問の集計結果を示す。

複数で行く場合になると購入目的が明確な人と不明確な人の数値が 37.3% と同じ数値を示した。

図 2 - 3 - 1 の一人で行く場合の目的の有無と比較すると、目的を明確に持っている人の数値が半分以下になった。一方、目的が不明確な人の数値は 3 倍以上に増えている。

図 2 - 3 - 3 100円ショップに複数で行く場合の目的の有無
n = 110

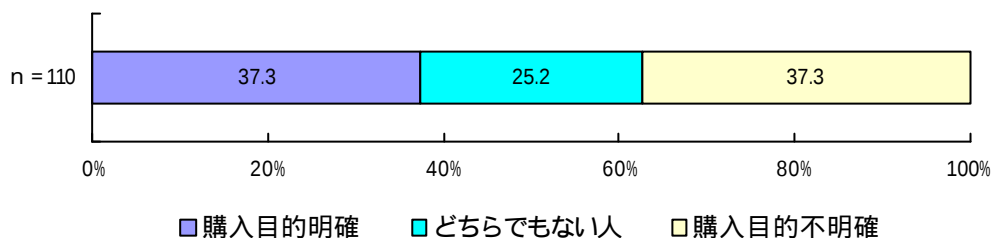
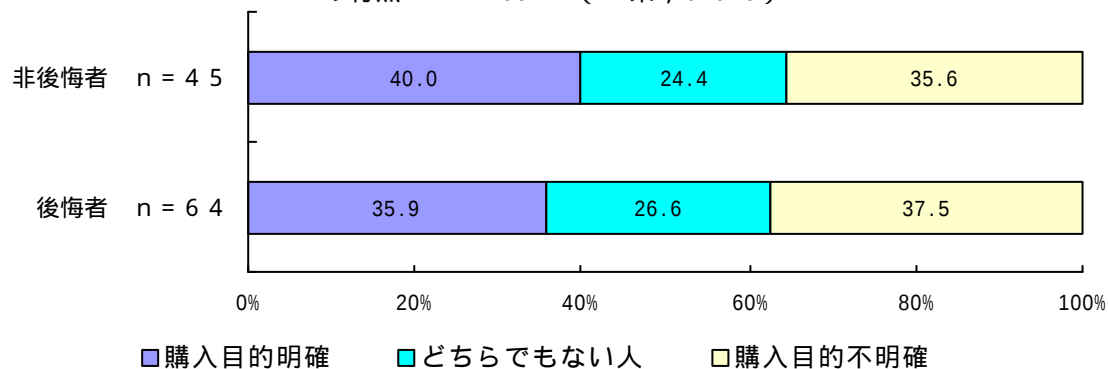


図 2 - 3 - 4 は、図 2 - 3 - 2 と同様で「後悔者」と「非後悔者」の 2 つのグループに分け、2 人以上で 100 円ショップに行く場合の目的の有無の違いを示す。

このグラフも図 2 - 3 - 2 の「1 人で 100 円ショップに行く場合の目的と購入後の後悔の有無」の図とほぼ同じ内容のことが言える。やはり 2 人以上で 100 円ショップに行った場合も目的を持って行った方が後悔することが少なく、目的を持たずにいった方は後悔をすることが多いということがわかる。

図 2 - 3 - 4 複数で100円ショップに行く場合の目的と購入後の後悔の有無
n = 109 (X2乗; 0.910)

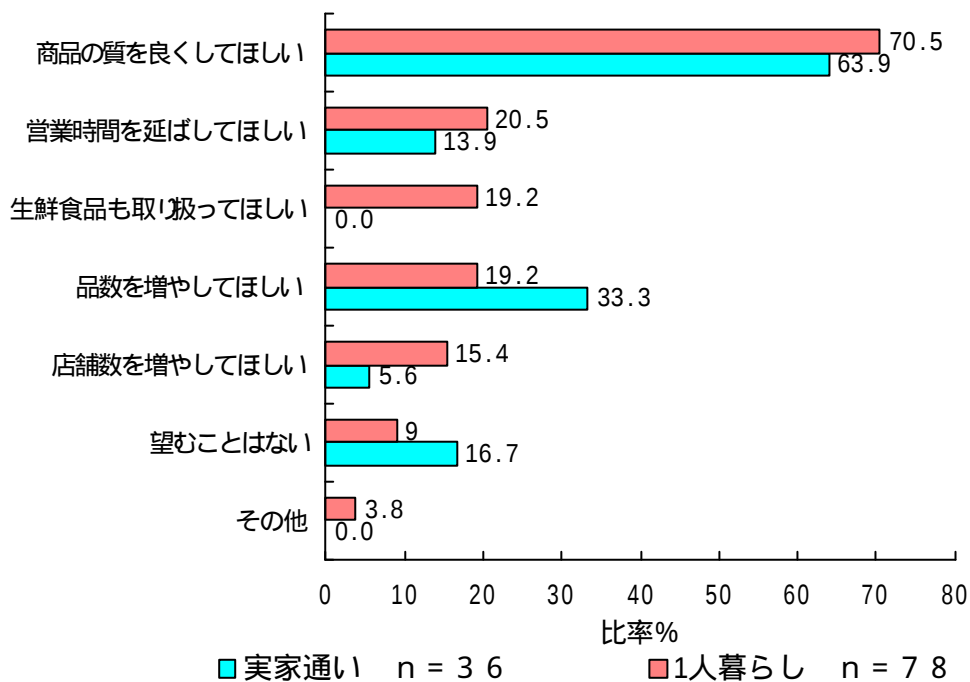


2.4 100円ショップに望むこと

図2-4-1は、一人暮らしの人と実家通いの人の100円ショップに望んでいることの違いを示す。

一人暮らしをしていない人もしている人も共に一番多い回答を集めたのは「商品の質を良くして欲しい」であった。一人暮らしとそうでない人の違いが大きく表れたのが「生鮮食品も取り扱ってほしい」である。調査対象者に一人暮らしが多いことも関わってくると思うが、100円ショップに望むことは一人暮らしの人の方が多く持っていることがわかる。

図2-4-1 一人暮らしと実家通いの要望差 n = 114



2.5 100円ショップとスーパーの比較

図2-5-1は、100円ショップとスーパーの両方を利用しますかという問の集計結果を示す。

ほとんどの人が100円ショップとスーパーの両方を利用することがわかった。どちらか一方だけ利用するという場合は100円ショップよりもスーパーのほうが若干多い。

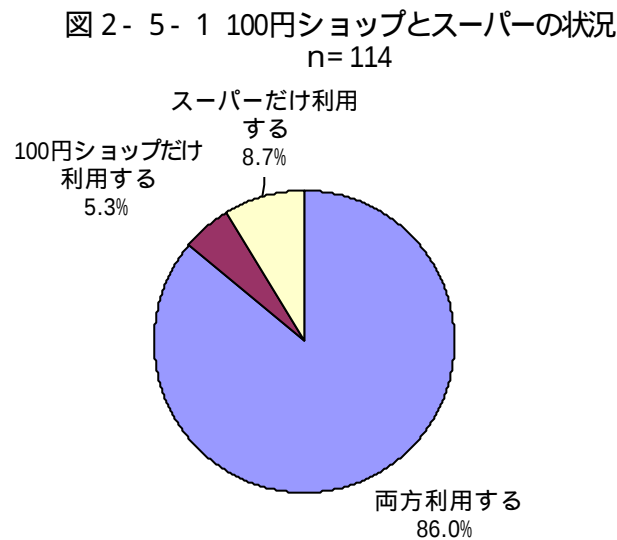


図2-5-2は、100円ショップとスーパーのどちらを多く利用しますかという問の集計結果を示す。

スーパーを頻繁に利用するという人が8割弱という結果から、100円ショップはまだまだ馴染みが薄いことがわかる。

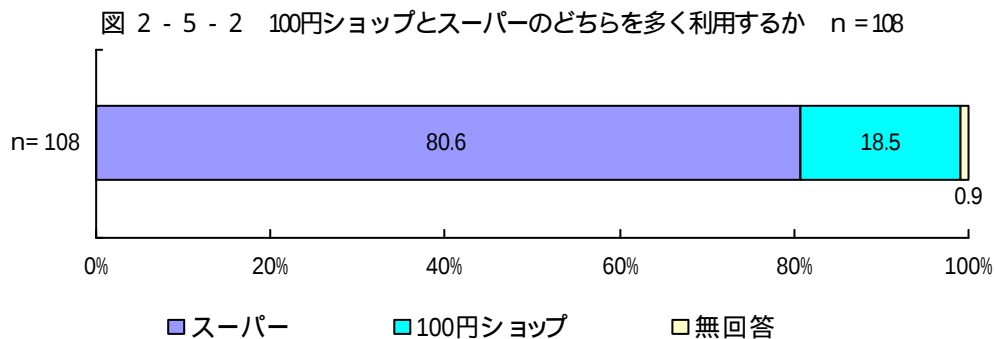
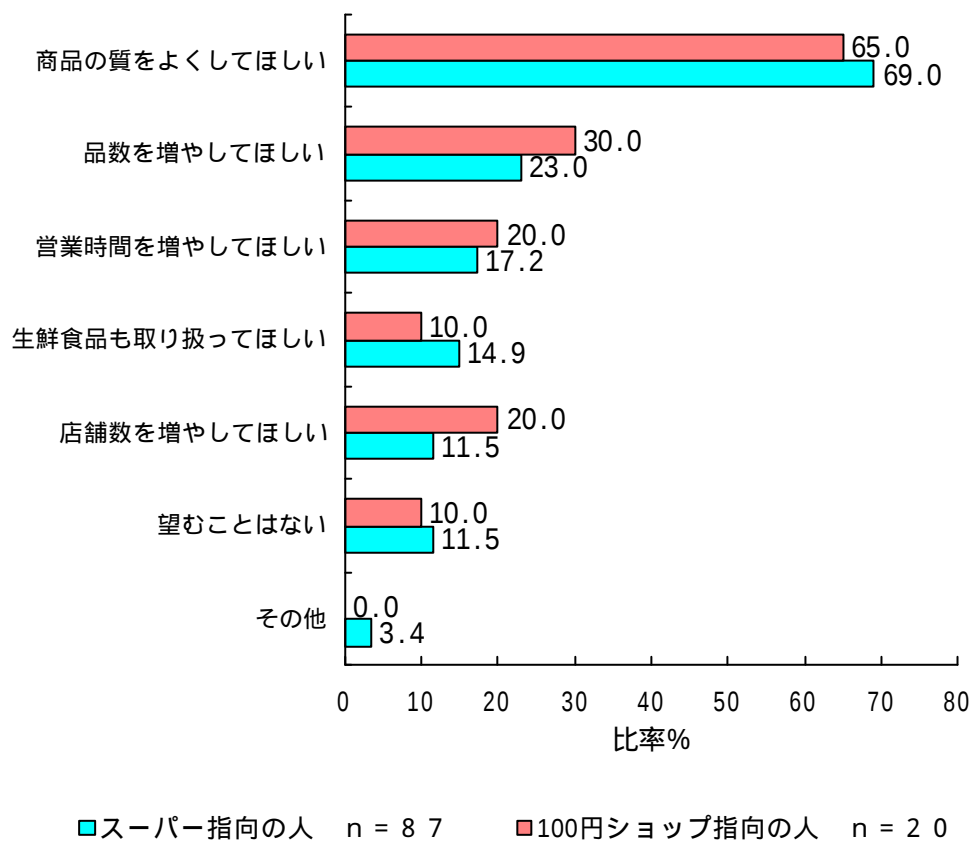


図2 - 5 - 3 は、100 円ショップを多く利用する人とスーパーを多く利用する人との 100 円ショップに望んでいることの違いを示す。

グラフを見るとすべての項目において 100 円ショップを多く利用するほうもスーパーを多く利用する方も大きな差は見られない。これは、どちらを多く利用するかどうかに関わらず持っている意見は同じであるということが出来る。どちらも最も多いのは、やはり「商品の質をよくしてほしい」である。

生鮮食品に関してはスーパーを多く利用している人の比率の方が大きい。いつもスーパーを利用している側にとって生鮮食品は希望したいことなのであろう。

図2 - 5 - 3 100円ショップ指向とスーパー指向の改善要望
n = 107



2.6 100円ショップの夢と現実

図2-6-1は、100円ショップにいてどんなことを感じますかという問の集計結果を示す。

この質問は複数回答なので数値にばらつきが見られるが、回答数が多い項目は、「安いから買いやすい」「買い上げ金額が計算しやすい」「安さに驚く」と、安さと金額に関する項目に回答が多く集まっている。やはり100円ショップといえば「安さ」である。そのイメージを利用者にしっかり与えることができているので100円ショップは利用者のニーズに金額面では答えられていると言える。というよりか、そもそも100円ショップなのだから金額でニーズに答えられなかったら意味がないのである。

なかには「品数が多くて選びやすい」「見ていて楽しい」などにも回答が集まっているので品数の多さなどでは良いイメージも持たれているようである。このような良いイメージが「100円ショップの夢」であるといえるだろう。

逆に回答数が少ない項目を見ていくと、「陳列が見やすい」「商品のデザインが良い」「見たことのない商品がある」「生鮮食品が安い」などが挙げられる。

全体的にみて、利用者は100円ショップで金額のこと以外の関心というのは低い。これは100円ショップに値段以外はあまり関心が持てないということにつながってしまうのではないか。

図2-6-1 100円ショップの印象 n = 110

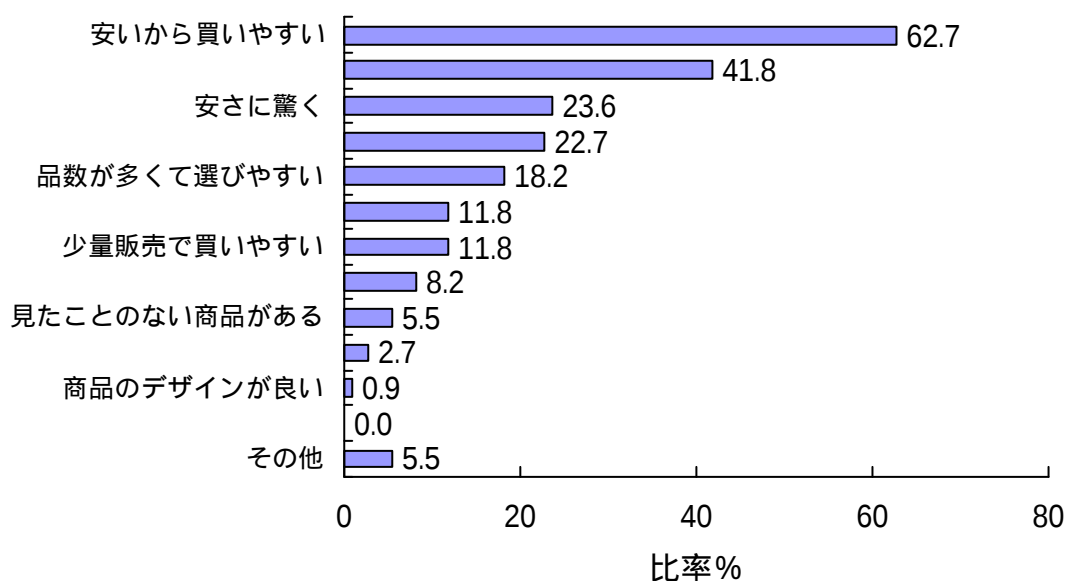
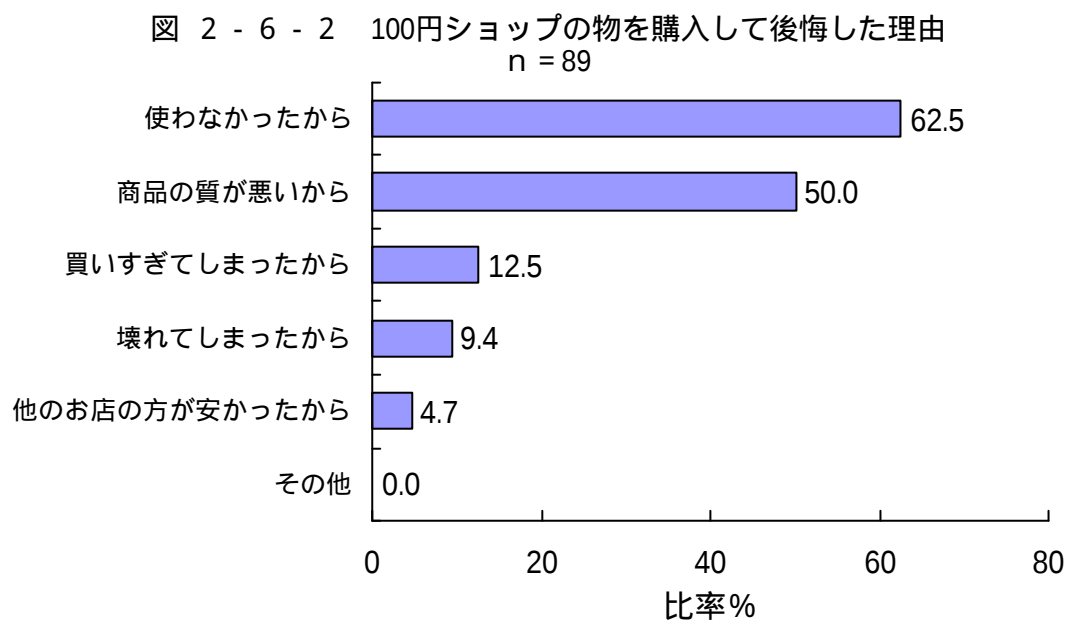


図 2 - 6 - 2 は、図 2 - 2 - 7 の 100 円ショップの後悔の有無で後悔したことがある人の理由を示す。

このグラフでは群を抜いて比率の多い項目 2 つがある。1 つ目は「使わなかったから」である。これは、安さにつられて買って見たが結局使わなかった、という意味である。多くの人が 100 円という安さの魅力にはまっているということがいえる。

2 つ目は「商品の質が悪いから」である。100 円という安さに魅力はあるものの、その安さならではの質の悪さに後悔する人が多いようである。これは「100 円ショップの夢」とは逆に「100 円ショップの現実」といえるだろう。100 円ショップにおける「安さ」という良い面と「質の悪さ」という悪い面の両方が表れたグラフである。



第3章 まとめと今後の課題

100 円ショップにはやはり商品の安さを求めて利用する人がほとんどである。100 円ショップ側としてはほぼ思惑通りの結果といえるだろう。多くの人とその安さを認めているといえる。100 円ショップ以外の店では高値である、大量に購入しなければ安さが得られない。そのような商品を 100 円で、しかも少量で購入することができるというところが、100 円ショップの魅力なのであろう。

しかし、その安さに釣られて必要以上に商品を購入してしまうこともあるようだ。思いのほかトータル金額が高くなってしまった、購入したものの使わなかった、などの理由で後悔する人も多かった。

安さというメリットの反面品質の悪さというデメリットも存在する。利用者の多くが商品の質を良くして欲しいと思っているようだ。100 円だから質が悪いのは仕方がない、と諦めてしまっている人も少なくはないだろう。品質を良くするためには製造コストがかかってしまう。この問題は、今後の 100 円ショップにとっても大きな課題なのではないか。

ほかにも利用者が望むこと、即ち 100 円ショップにとっての課題は挙げられている。品揃え、営業時間、店舗数などの問題である。しかし、これらを改善することができれば 100 円ショップは大きく前進できるであろう。まさに利用者の希望を満たした店となることができよう。

全体を通して 100 円ショップはスーパーと併用して利用する人が多いということがわかった。普段の生活では近所にあり生鮮食品、生活用品などの品揃えが良いスーパーを利用し、スーパーで買い求められなかったもの、または値段が高いものを 100 円ショップで補うという形をとる人がほとんどなのではないだろうか。

最後に『ストアー100』についてである。本当に今後店舗が増え、誰もが利用しやすい場所に店が建つようになったら大きな売り上げを上げることができるだろう。近所に店があれば利用するという人も多かった。ただ店舗サイズが小さいので品揃えという面で問題もややあるように思える。今後の展開に期待したい。

参考文献

- ◇ 「大創産業ホームページ」 <http://www.daiso-sangyo.co.jp/>
- ◇ 「キャンドゥーホームページ」 <http://www.cando-web.co.jp/>
- ◇ 「SHOP99 ホームページ」 <http://www.shop99.co.jp/>

- ☆ 「STORE100 ホームページ」 http://www.lawson.co.jp/lawson_plus/store100/
- ☆ アジア太平洋資料センター「徹底解剖 100 円ショップ 日常化するグローバリゼーション」 コモンズ社
- ☆ 「ニューライフ出版」 http://www.newlife.co.jp/c_business.html

単純集計結果

100 円ショップの利用調査

情報学部広報学科 ハツ橋ゼミ 岩倉 希実子

配布数：119票 回収数：117 無効票：3票 有効数：114票

問1．あなたは100円ショップをどのくらい利用しますか？（○は1つだけ） n=114

- | | | |
|-------------|-----------------|-------------------|
| 1．毎日 2.6 | 2．2、3日に1回 4.4 | 3．週に1回 10.5 |
| 4．月に1回 47.4 | 5．ほとんど行かない 31.6 | 6．全く行かない 問12へ 3.5 |

問2．あなたは100円ショップでの一回の買い物でどのくらいの金額を使いますか？
（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|------------------|------------------|-------------------|
| 1．100円 6.4 | 2．200円～500円 60.9 | 3．500円～1000円 30.0 |
| 4．1000～2000円 1.8 | 5．2000円以上 0.9 | |

問3．あなたが100円ショップにいる時間はどのくらいですか？（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|----------------|-----------------|------------------|
| 1．5～10分未満 15.5 | 2．10～30分未満 61.8 | 3．30分～1時間未満 20.9 |
| 4．1時間以上 1.8 | | |

問4．あなたは100円ショップで何を買うことが一番多いですか？（上位3つ以内で○をつけて下さい。） n=110

- | | | |
|------------|-------------|-------------|
| 1．食品 33.0 | 2．雑貨 60.6 | 3．生活用品 58.7 |
| 4．文房具 33.9 | 5．電化製品 10.1 | 6．化粧品 2.8 |
| 7．衣料品 0.9 | 8．その他 7.3 | |

問5．あなたはなぜ100円ショップを利用しますか？（○はいくつでも） n=110

- | | | |
|--------------------|---------------|-------------------|
| 1．安いから 80.9 | 2．家が近いから 10.9 | 3．目的の商品があるから 14.5 |
| 4．商品の使い勝手がいいから 6.5 | 5．なんとなく 15.5 | 6．その他 0 |

問6．あなたはどの100円ショップを一番多く利用しますか？（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|-------------|---------------|-------------|
| 1．ダイソー 57.3 | 2．SHOP99 20.9 | 3．キャンドゥ 4.5 |
| 4．生活良品館 3.6 | 5．その他 3.6 | 無回答 10.0 |

問7．あなたは100円ショップにいてどんなことを感じますか？（○はいくつでも） n=110

- | | | |
|----------------------|--------------------|------------------|
| 1．安さに驚く 23.6 | 2．安いから買いやすい 62.7 | 3．見ていて楽しい 22.7 |
| 4．見たことのない商品がある 5.5 | 5．生鮮食品が安い 2.7 | 6．商品のデザインが良い 0.9 |
| 7．品数が多くて選びやすい 18.2 | 8．陳列が見やすい 0 | 9．営業時間が長い 8.2 |
| 10．買い上げ額が計算しやすい 41.8 | 11．少量販売で買いやすい 11.8 | |
| 12．家から近くて便利である 11.8 | 13．その他 5.5 | |

問8．あなたは1人で100円ショップに行った場合、目的を決めてから買い物に行きますか？
（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|-----------|------------|----------------|
| 1．はい 76.4 | 2．いいえ 10.0 | 3．どちらでもない 13.6 |
|-----------|------------|----------------|

問9．あなたは2人以上で100円ショップに行った場合、目的を決めてから買い物に行きますか？（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|-----------|------------|----------------|
| 1．はい 37.3 | 2．いいえ 37.3 | 3．どちらでもない 25.5 |
|-----------|------------|----------------|

問10．あなたは100円ショップで目的以外の物も購入してしまいますか？（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|-----------|-----------------|--------------------|
| 1．はい 71.8 | 2．いいえ 問11へ 20.9 | 3．どちらでもない 問11へ 7.3 |
|-----------|-----------------|--------------------|

付問1．それはなぜですか？（○は1つだけ） n=78

- | | | |
|-----------------------|-----------------|---------|
| 1．安さにつられて 44.9 | 2．めったに来ないから 2.6 | |
| 3．欲しいものが急に見つかるから 42.3 | 4．その他 7.7 | 無回答 2.6 |

問11．買って後悔したことはどれくらいありますか？（○は1つだけ） n=110

- | | | |
|-----------------|--------------|-------------------|
| 1．よくある 11.8 | 2．たまにある 46.4 | 3．あまりない 問12へ 33.6 |
| 4．全くない 問12へ 7.3 | 無回答 0.9 | |

付問 1 . それはなぜですか？ (○はいくつでも) n=89

- 1 . 商品の質が悪いから 50.0 2 . 買いすぎてしまったから 12.5 3 . 使わなかったから 62.5
4 . 壊れてしまったから 9.4 5 . 他のお店の方が安かったから 4.7 6 . その他 0

問 1 2 . 今後 100 円ショップに望むことはなんですか？ (○はいくつでも) n=114

- 1 . 商品の質を良くしてほしい 68.4 2 . 生鮮食品も取り扱ってほしい 13.2
3 . 品数を増やしてほしい 23.7 4 . 営業時間を延ばしてほしい 18.4
5 . 店舗数を増やしてほしい 12.3 6 . その他 2.6
7 . 望むことはない 11.4

問 1 3 . あなたは 100 円ショップとスーパーの両方を利用しますか？ (○は 1 つだけ) n=114

- 1 . はい 86.0 2 . 100 円ショップだけ利用する 問 1 4 へ 5.3 3 . スーパーだけ利用する 8.8

付問 1 . あなたはスーパーに買い物に行くとき目的を決めてから行きますか？ (○は 1 つだけ)
n=108

- 1 . はい 90.7 2 . いいえ 9.3

付問 2 . スーパーの 88 円均一や 99 円均一などのタイムサービスで商品を購入したことはありますか？ (○は 1 つだけ) n=108

- 1 . はい 72.2 2 . いいえ 27.8

付問 3 . スーパーで 88 円均一や 99 円均一などのタイムサービスで同じ商品を取り扱っていても 100 円ショップを利用しますか？ (○は 1 つだけ) n=108

- 1 . はい 30.6 2 . いいえ 69.4

付問 4 . あなたは 100 円ショップとスーパーのどちらを頻繁に利用しますか？ (○は 1 つだけ)
n=108

- 1 . スーパー 80.6 2 . 100 円ショップ 問 1 4 へ 18.5 無回答 0.9

付問5．それはなぜですか？（○はいくつでも） n=91

- | | | |
|------------------|------------------------------|----------------|
| 1．品数が豊富だから 42.9 | 2．意外と値段が安いから 29.7 | 3．近所にあるから 59.3 |
| 4．生鮮食品があるから 44.0 | 5．100円ショップには食品が少ないから 12.1 | |
| 6．商品の質がよいから 41.8 | 7．100円ショップより安い品がけっこうあるから 9.9 | |
| 8．その他 1.1 | 無回答 1.1 | |

問14．最近100円ショップのコンビニ版ともいえる、『ストア-100』というお店がローソン系列から出店されました。ストア-100では100円商品はもちろん、お弁当や生鮮食品なども安値で販売していて、深夜0時まで営業しています。まだ店舗数は少ないですが今後店舗も増え、あなたの近所に出来たとしたらあなたは利用すると思いますか？（○は1つだけ） n=114

- | | | |
|-----------|---------------|------------------|
| 1．はい 66.7 | 2．いいえ F1へ 5.3 | 3．わからない F1へ 25.4 |
| | | 無回答 2.6 |

付問1．ストア-100の魅力はどこですか？（○はいくつでも） n=81

- | | | |
|-----------------------|----------------------|---------|
| 1．お弁当が安く売っているところ 43.2 | 2．生鮮食品を売っているところ 22.2 | |
| 3．遅くまでやっているところ 25.9 | 4．近所にあるところ 13.6 | |
| 5．興味があるところ 27.2 | 6．その他 7.4 | 無回答 9.9 |

最後にあなた自身についてお聞きします。

F1．あなたの性別は？ n=114

- | | |
|-----------|-----------|
| 1．男性 60.5 | 2．女性 39.5 |
|-----------|-----------|

F2．あなたの学年は？ n=114

- | | | | |
|-----------|-----------|-----------|----------|
| 1．1年 27.2 | 2．2年 15.8 | 3．3年 47.4 | 4．4年 9.6 |
|-----------|-----------|-----------|----------|

F3．あなたは一人暮らしですか？ n=114

- | | |
|-----------|------------|
| 1．はい 68.4 | 2．いいえ 31.6 |
|-----------|------------|

調査は以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。