



～バンダイこどもアンケートレポート Vol.36

「1週間にコンビニエンスストアに行く回数と目的は？」

90%の家庭が週に1回は利用 魅力はおやつ類の品揃え

この調査は雑誌誌上で当社が行っている、アンケート付きプレゼント企画への回答をまとめたものです。保護者を対象としたこどもに関する設問で、月1回の調査を行っています。質問内容は玩具に限定することなく、広い視野からこどもたちの生活に密着した生の声をまとめ、現代のこどもたちの実態をバンダイ流に解きあかしていこうと考えています。

【調査概要】

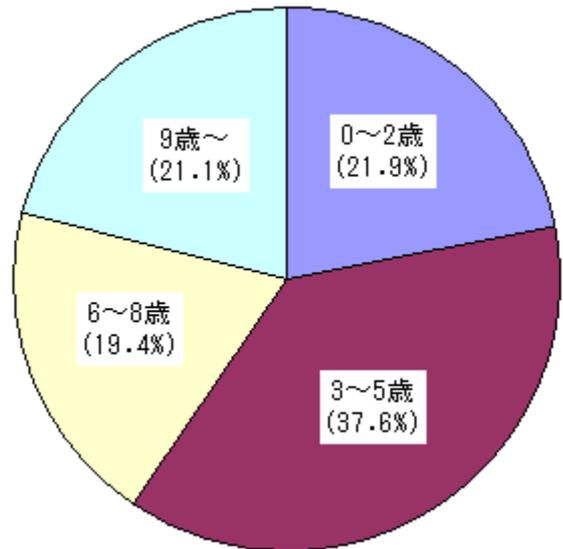
調査方法：雑誌広告でのアンケート付プレゼント企画によりハガキで募集

実施時期：1998年3月

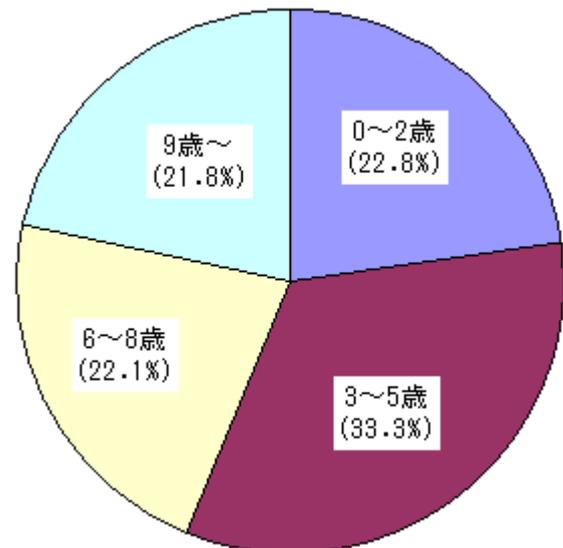
質問内容：1週間にコンビニエンスストアに行く回数と目的は？

有効回答数：636人

★男		児★
年齢内訳	0～2歳	77人
	3～5歳	132人
	6～8歳	68人
	9歳～	74人
	計	351人



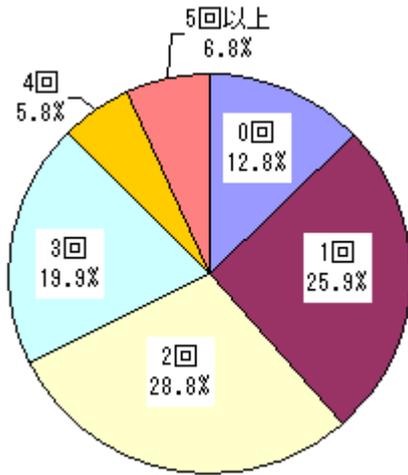
★女		児★
年齢内訳	0～2歳	65人
	3～5歳	95人
	6～8歳	63人
	9歳～	62人
	計	285人



アンケート総合結果

★男児（351人中）

一週間にコンビニエンスストアに行く回数

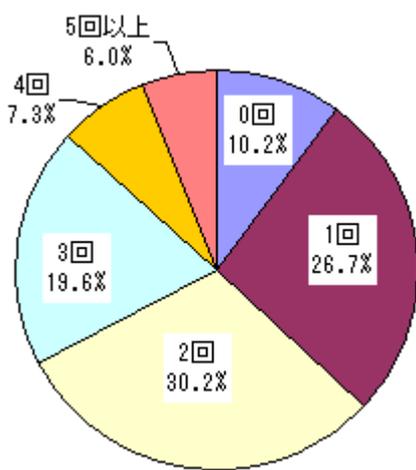


コンビニエンスストアに行く目的（複数回答含む）

- | | |
|------------------------------|-------|
| 1. おやつを買う
（お菓子・パン・ジュースなど） | 69.5% |
| 2. おもちゃを買う | 10.3% |
| 本、雑誌を買う | 10.3% |
| 4. カードを買う | 2.7% |
| 5. 新製品をチェックする | 2.4% |
| 6. ゲーム情報を見に行く | 1.4% |
| 7. 昼ご飯を買いに行く | 1.0% |
| 8. シールを買う | 0.7% |
| お弁当を買う | 0.7% |
| ゲームソフトを買う | 0.7% |

☆女児（285人中）

一週間にコンビニエンスストアに行く回数



コンビニエンスストアに行く目的（複数回答含む）

- | | |
|------------------------------|-------|
| 1. おやつを買う
（お菓子・パン・ジュースなど） | 76.0% |
| 2. 本、雑誌を買う | 10.3% |
| おもちゃを買う | 4.1% |
| 4. お使いに行く | 4.1% |
| 5. 新製品をチェックする | 1.8% |
| 6. カードを買う | 1.5% |
| 7. おにぎりを買う | 1.1% |
| 8. 折り紙を買う | 0.4% |
| チケットを予約する | 0.4% |
| コピーをとる | 0.4% |

アンケート調査結果より

90%の家庭が1週間に1回はコンビニエンスストアを利用

男女とも約90%が1週間に1回、平均すると1週間に2~3回はコンビニエンスストアに行っている。こどもにとってあるいは家庭にとってもコンビニは生活に欠かせない存在になっているようだ。特に小さなこどもを連れていく場合はひとめで店内が見渡せる広さが安心できるという回答もあった。

コンビニエンスストアの魅力はおやつ類の品揃え

コンビニエンスストアに行く目的のほとんどがおやつを買うため。スーパーよりもコンビニのほうが菓子類の新製品数が多いためのようだ。このことは「新商品をチェックする」が行く目的の5位以内に入っていることからもうかがえる。中でもアイスクリームは品数が充実しているのでコンビニを利用するという回答が多く見られた。

年齢があがると、部活や塾の帰りにコンビニで買い食いをするという回答も多い。こどもたちの買い食いの舞台は、駄菓子屋さんからコンビニに変わったといえそうだ。

コンビニに行く目的として「おつかいに行く」という回答があったのは女兒だけだった。おつかいの役目は男児より女兒なのだろうか。

女兒より男児がおもちゃを買う

コンビニに行く目的として、男女とも「本、雑誌を買う」が上位にあがった。特に雑誌は、本屋よりコンビニで買う習慣が根づいてきているようだ。

一方「おもちゃを買う」という回答は、女兒では男児の半分程度。ここで回答されているおもちゃは「ガシャポン」(自販機専用カプセル)、玩具菓子(キャンディトイ)、低価格のおもちゃなどをさすが、なぜこのような差が出てきているのだろうか？

男児年齢別アンケート結果

	1週間に行く回数	行く目的（複数回答含む）														
0～2歳 (77人中)	<table border="1"> <caption>0～2歳 1週間に行く回数</caption> <tr><th>回数</th><th>割合</th></tr> <tr><td>0回</td><td>18.2%</td></tr> <tr><td>1回</td><td>26.0%</td></tr> <tr><td>2回</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>3回</td><td>16.8%</td></tr> <tr><td>4回</td><td>3.9%</td></tr> <tr><td>5回以上</td><td>7.8%</td></tr> </table>	回数	割合	0回	18.2%	1回	26.0%	2回	27.3%	3回	16.8%	4回	3.9%	5回以上	7.8%	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 74.1% 2. おもちゃを買う 18.5% 3. 本、雑誌を買う 7.4%
回数	割合															
0回	18.2%															
1回	26.0%															
2回	27.3%															
3回	16.8%															
4回	3.9%															
5回以上	7.8%															
3～5歳 (132人中)	<table border="1"> <caption>3～5歳 1週間に行く回数</caption> <tr><th>回数</th><th>割合</th></tr> <tr><td>0回</td><td>14.4%</td></tr> <tr><td>1回</td><td>27.3%</td></tr> <tr><td>2回</td><td>25.7%</td></tr> <tr><td>3回</td><td>20.4%</td></tr> <tr><td>4回</td><td>6.1%</td></tr> <tr><td>5回以上</td><td>6.1%</td></tr> </table>	回数	割合	0回	14.4%	1回	27.3%	2回	25.7%	3回	20.4%	4回	6.1%	5回以上	6.1%	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 74.8% 2. おもちゃを買う 14.9% 3. 新商品をチェックする 3.7% 4. 本、雑誌を買う 1.9% 5. 昼ご飯を買う 1.9%
回数	割合															
0回	14.4%															
1回	27.3%															
2回	25.7%															
3回	20.4%															
4回	6.1%															
5回以上	6.1%															
6～8歳 (68人中)	<table border="1"> <caption>6～8歳 1週間に行く回数</caption> <tr><th>回数</th><th>割合</th></tr> <tr><td>0回</td><td>11.8%</td></tr> <tr><td>1回</td><td>30.9%</td></tr> <tr><td>2回</td><td>26.5%</td></tr> <tr><td>3回</td><td>13.2%</td></tr> <tr><td>4回</td><td>8.8%</td></tr> <tr><td>5回以上</td><td>8.8%</td></tr> </table>	回数	割合	0回	11.8%	1回	30.9%	2回	26.5%	3回	13.2%	4回	8.8%	5回以上	8.8%	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 66.1% 2. カードを買う 8.9% 3. 本、雑誌を買う 8.9% 4. おもちゃを買う 5.4% 5. 新商品をチェックする 3.6% 6. ゲーム情報を見に行く 3.6%
回数	割合															
0回	11.8%															
1回	30.9%															
2回	26.5%															
3回	13.2%															
4回	8.8%															
5回以上	8.8%															
9歳～ (74人中)	<table border="1"> <caption>9歳～ 1週間に行く回数</caption> <tr><th>回数</th><th>割合</th></tr> <tr><td>0回</td><td>5.1%</td></tr> <tr><td>1回</td><td>16.5%</td></tr> <tr><td>2回</td><td>39.7%</td></tr> <tr><td>3回</td><td>28.0%</td></tr> <tr><td>4回</td><td>4.8%</td></tr> <tr><td>5回以上</td><td>5.9%</td></tr> </table>	回数	割合	0回	5.1%	1回	16.5%	2回	39.7%	3回	28.0%	4回	4.8%	5回以上	5.9%	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 61.3% 2. 本、雑誌を買う 25.3% 3. カードを買う 2.7% 4. お弁当を買う 2.7%
回数	割合															
0回	5.1%															
1回	16.5%															
2回	39.7%															
3回	28.0%															
4回	4.8%															
5回以上	5.9%															

女兒年齢別アンケート結果

	1週間に行く回数	行く目的（複数回答含む）
0～2歳 (65人中)	<p>5回以上 1.5% 4回 9.2% 3回 13.8% 2回 29.3% 1回 30.8% 0回 15.4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 89.6% 2. 本、雑誌を買う 8.3% 3. おにぎりを買う 2.1%
3～5歳 (95人中)	<p>5回以上 6.3% 4回 4.2% 3回 21.1% 2回 27.4% 1回 29.4% 0回 11.6%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 84.9% 2. おもちゃを買う 10.5% 3. 本、雑誌を買う 2.3% 4. カードを買う 1.2% 折り紙を買う 1.2%
6～8歳 (63人中)	<p>5回以上 1.6% 4回 6.3% 3回 23.8% 2回 38.1% 1回 25.4% 0回 4.8%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 72.1% 2. 本、雑誌を買う 8.2% 3. おつかいに行く 9.8% 4. カードを買う 3.2% おにぎりを買う 3.2%
9歳～ (62人中)	<p>5回以上 15.4% 4回 13.8% 3回 19.1% 2回 29.4% 1回 16.0% 0回 6.3%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. おやつを買う 60.5% 2. 本、雑誌を買う 22.3% 3. おつかいに行く 6.6% 4. 新商品をチェックする 5.3%

※ このアンケートレポートに関して「子ども調査研究所」の渡部尚美さんから、以下のコメントをいただいております。

■コンビニエンスストアへ行く回数と目的

最近のコンビニエンスストアは、単に商品を買うというだけでなく、いろいろな機能を持っています。昔の駄菓子屋さんのように安くて楽しいお菓子が揃っていたり、パーラーのようにソフトクリームが食べられたり、ゲームソフトを予約したり書き換えたり、大人にとってはパソコン端末でチケットを予約したり、公共料金を支払える銀行の役目も果たしています。いわばいろいろなサービス事業の出張所になりつつあります。

そういった意味で、子どもにとっては「あそこに行けば誰か友だちがいるかもしれない」という広場としての役割も持っているようです。また、子どもにはマンガや雑誌の立ち読みができる無料情報ステーションとしての意味が大きいでしょう。本屋さんがマンガをビニール袋で包んで立ち読みしにくくなったことも影響しているようです。

子どもたちはマンガを読んでいるうちに、おやつや飲みものが欲しくなって結局買うわけですから、マンガの立ち読みができることは、子どもにとってもお店にとってもいいことなのかもしれません。

男の子にとっては低単価のおもちゃ（カード、ガシャポン、キャンディトイ）などを、かつての駄菓子屋さんの＜くじびき＞感覚で楽しむ場でもあるようですが、女の子は、ファンシー雑貨、文具などの生活をかわいらしく彩る商品が好みなため、そうした余裕型商品はコンビニの限られた陳列棚にはあまり並んでいないのかもしれません。