

## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

1. 日用品の購入・利用状況、購入場所
2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点
3. お金のかけ方「こだわり度」

### 【調査概要】

- ◇調査方法 インターネットによるアンケート調査
- ◇調査期間 2026年7月31日～8月4日
- ◇調査対象 日本国内在住の18歳以上の男女
- ◇回答者数 3,000名（内訳：各年代区分、男女250名ずつ）  
\*年代区分 (18～29歳、30代、40代、50代、60代、70代以上の6区分)

## 日用品の購入・利用状況

Q.次にあげる商品を、あなたは普段、ご自分で使っていますか？

### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

Q9. 次にあげる商品を、あなたは普段、ご自分で使っていますか？ 自分以外の家族や、ペットのために使うことも含めてお考え下さい。(SA)

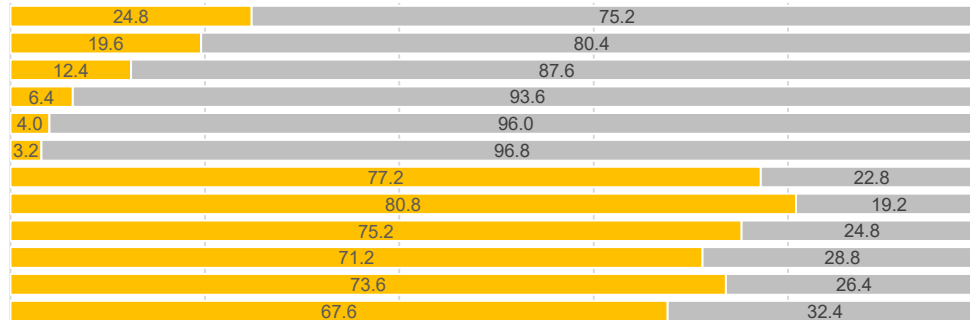
#### (1) ベースメイク化粧品（化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど）

|           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----------|------|-------|--------|
| 全体        | 3000 | 43.0  | 57.0   |
| 性別        |      |       |        |
| 男性        | 1500 | 11.7  | 88.3   |
| 女性        | 1500 | 74.3  | 25.7   |
| 年齢        |      |       |        |
| 18～29歳    | 500  | 51.0  | 49.0   |
| 30代       | 500  | 50.2  | 49.8   |
| 40代       | 500  | 43.8  | 56.2   |
| 50代       | 500  | 38.8  | 61.2   |
| 60代       | 500  | 38.8  | 61.2   |
| 70代以上     | 500  | 35.4  | 64.6   |
| 性年代       |      |       |        |
| 男性-18～29歳 | 250  | 24.8  | 75.2   |
| 男性-30代    | 250  | 19.6  | 80.4   |
| 男性-40代    | 250  | 12.4  | 87.6   |
| 男性-50代    | 250  | 6.4   | 93.6   |
| 男性-60代    | 250  | 4.0   | 96.0   |
| 男性-70代以上  | 250  | 3.2   | 96.8   |
| 女性-18～29歳 | 250  | 77.2  | 22.8   |
| 女性-30代    | 250  | 80.8  | 19.2   |
| 女性-40代    | 250  | 75.2  | 24.8   |
| 女性-50代    | 250  | 71.2  | 28.8   |
| 女性-60代    | 250  | 73.6  | 26.4   |
| 女性-70代以上  | 250  | 67.6  | 32.4   |

(%)

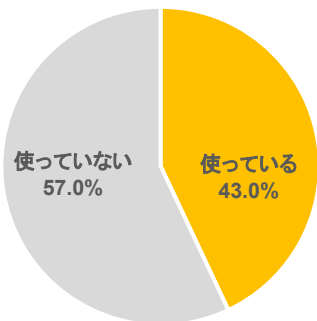
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

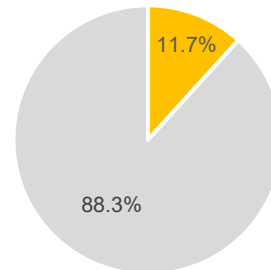


【全体】

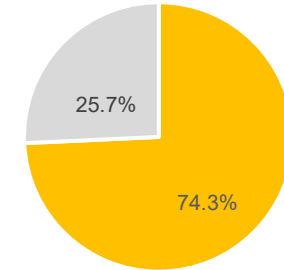
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

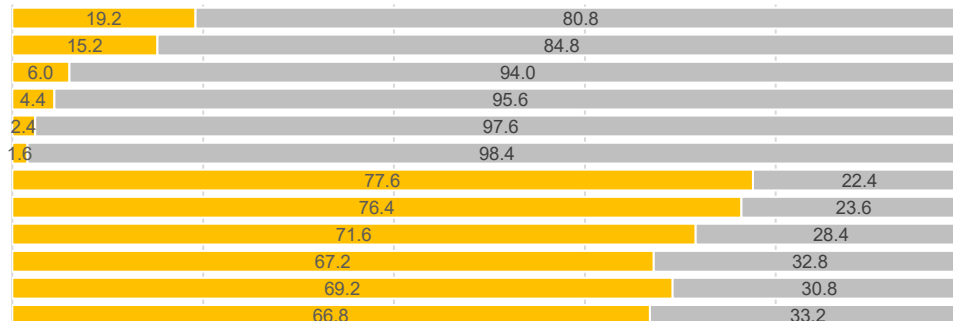
### (2) ポイントメイク化粧品（口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 39.8  | 60.2   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 8.1   | 91.9   |
|     | 女性        | 1500 | 71.5  | 28.5   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 48.4  | 51.6   |
|     | 30代       | 500  | 45.8  | 54.2   |
|     | 40代       | 500  | 38.8  | 61.2   |
|     | 50代       | 500  | 35.8  | 64.2   |
|     | 60代       | 500  | 35.8  | 64.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 34.2  | 65.8   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 19.2  | 80.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 15.2  | 84.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 6.0   | 94.0   |
|     | 男性-50代    | 250  | 4.4   | 95.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 2.4   | 97.6   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 1.6   | 98.4   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 77.6  | 22.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 76.4  | 23.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 71.6  | 28.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 67.2  | 32.8   |
|     | 女性-60代    | 250  | 69.2  | 30.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 66.8  | 33.2   |

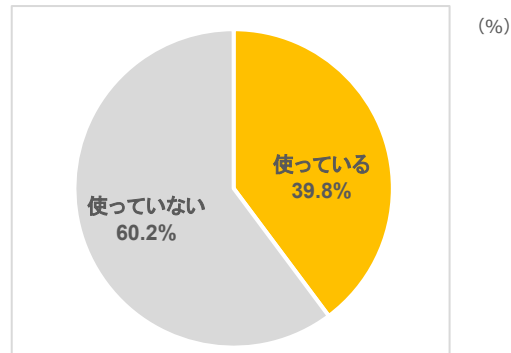
(%)

【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

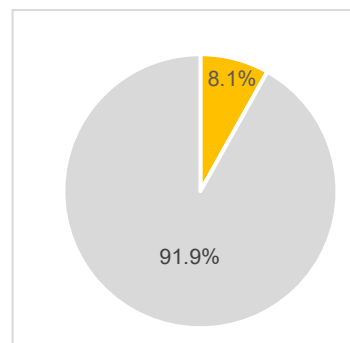


【全体】

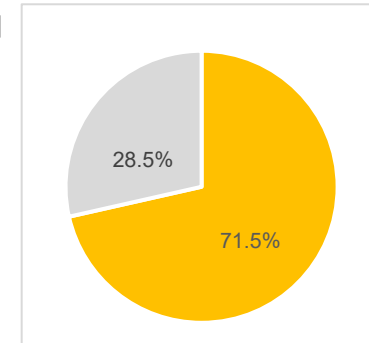


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

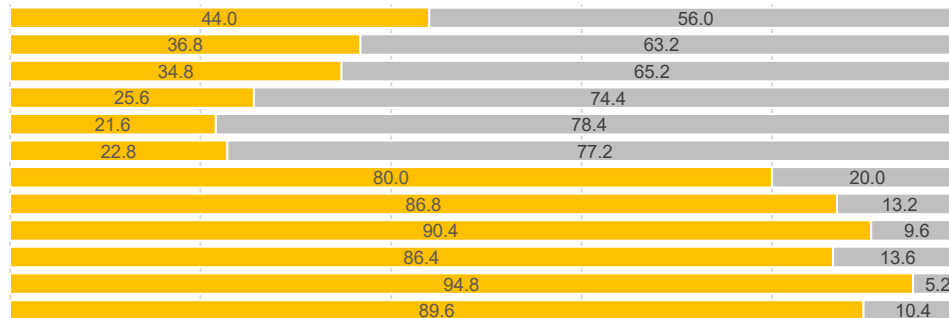
#### (3) スキンケア化粧品（洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 59.5  | 40.5   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 30.9  | 69.1   |
|     | 女性        | 1500 | 88.0  | 12.0   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 62.0  | 38.0   |
|     | 30代       | 500  | 61.8  | 38.2   |
|     | 40代       | 500  | 62.6  | 37.4   |
|     | 50代       | 500  | 56.0  | 44.0   |
|     | 60代       | 500  | 58.2  | 41.8   |
|     | 70代以上     | 500  | 56.2  | 43.8   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 44.0  | 56.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 36.8  | 63.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 34.8  | 65.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 25.6  | 74.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 21.6  | 78.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 22.8  | 77.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 80.0  | 20.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 86.8  | 13.2   |
|     | 女性-40代    | 250  | 90.4  | 9.6    |
|     | 女性-50代    | 250  | 86.4  | 13.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 94.8  | 5.2    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 89.6  | 10.4   |

(%)

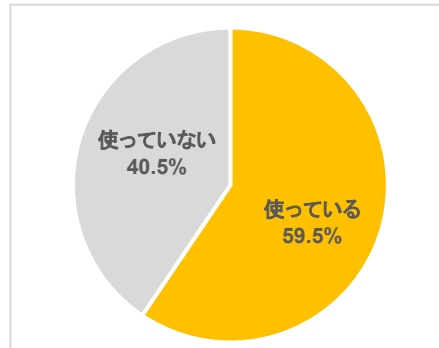
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

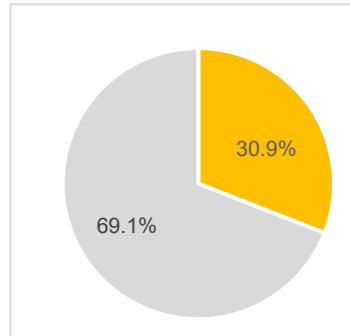


【全体】

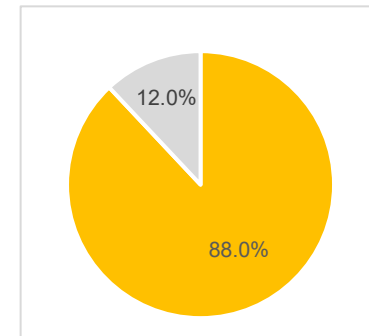
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

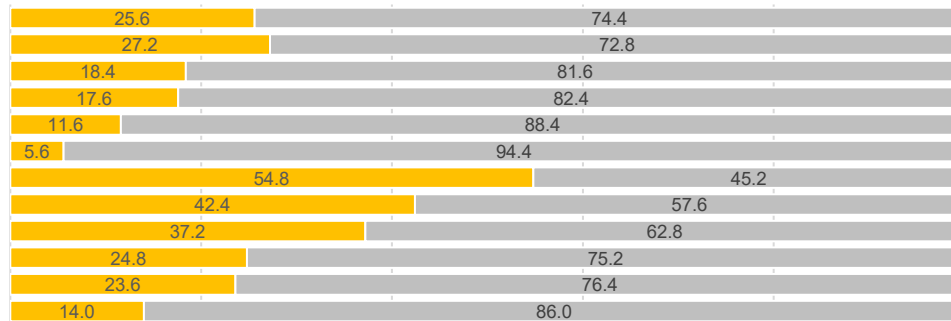
#### (4) フレグランス、香水

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 25.2  | 74.8   |
|     | 男性        | 1500 | 17.7  | 82.3   |
|     | 女性        | 1500 | 32.8  | 67.2   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 40.2  | 59.8   |
|     | 30代       | 500  | 34.8  | 65.2   |
|     | 40代       | 500  | 27.8  | 72.2   |
|     | 50代       | 500  | 21.2  | 78.8   |
|     | 60代       | 500  | 17.6  | 82.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 9.8   | 90.2   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 25.6  | 74.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 27.2  | 72.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 18.4  | 81.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 17.6  | 82.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 11.6  | 88.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 5.6   | 94.4   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 54.8  | 45.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 42.4  | 57.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 37.2  | 62.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 24.8  | 75.2   |
|     | 女性-60代    | 250  | 23.6  | 76.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 14.0  | 86.0   |

(%)

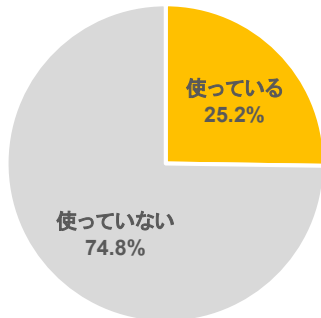
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

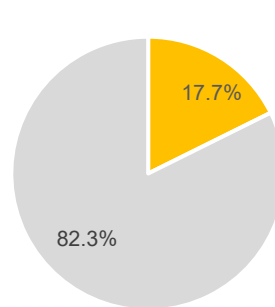


【全体】

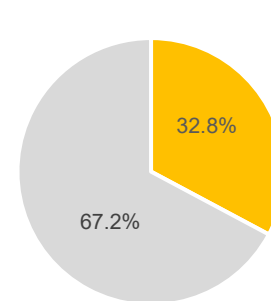
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

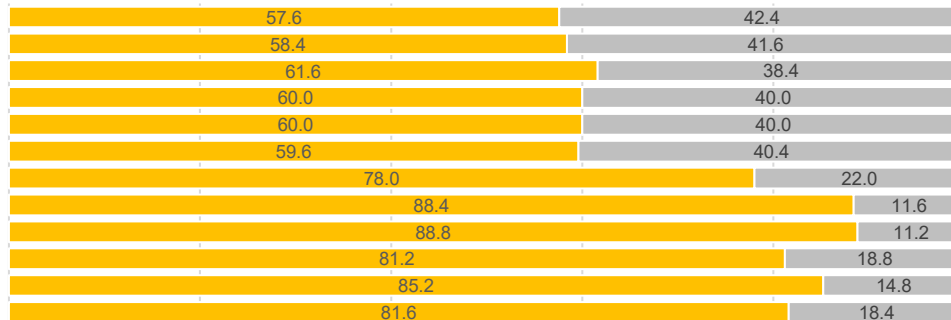
#### (5) ボディケア（ボディソープ、ハンドソープなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 71.7  | 28.3   |
|     | 男性        | 1500 | 59.5  | 40.5   |
|     | 女性        | 1500 | 83.9  | 16.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 67.8  | 32.2   |
|     | 30代       | 500  | 73.4  | 26.6   |
|     | 40代       | 500  | 75.2  | 24.8   |
|     | 50代       | 500  | 70.6  | 29.4   |
|     | 60代       | 500  | 72.6  | 27.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 70.6  | 29.4   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 57.6  | 42.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 58.4  | 41.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 61.6  | 38.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 60.0  | 40.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 60.0  | 40.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 59.6  | 40.4   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 78.0  | 22.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 88.4  | 11.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 88.8  | 11.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 81.2  | 18.8   |
|     | 女性-60代    | 250  | 85.2  | 14.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 81.6  | 18.4   |

(%)

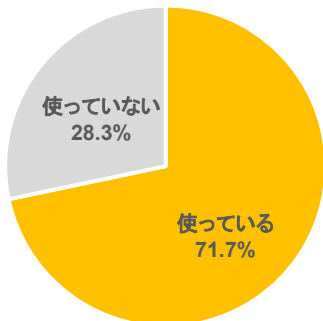
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

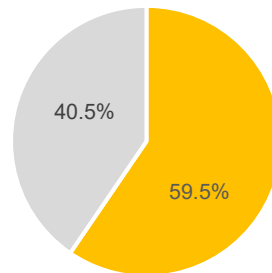


【全体】

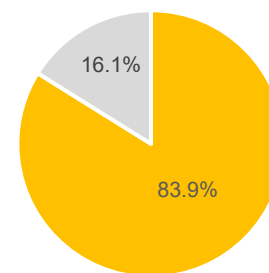
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

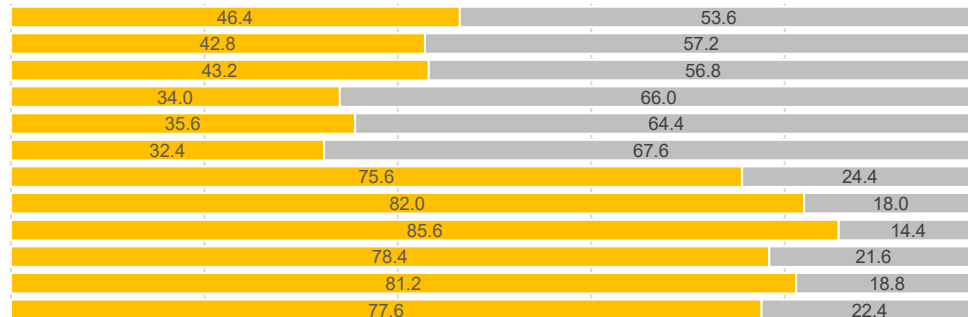
#### (6) ボディケア（ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 59.6  | 40.4   |
|     | 男性        | 1500 | 39.1  | 60.9   |
|     | 女性        | 1500 | 80.1  | 19.9   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 61.0  | 39.0   |
|     | 30代       | 500  | 62.4  | 37.6   |
|     | 40代       | 500  | 64.4  | 35.6   |
|     | 50代       | 500  | 56.2  | 43.8   |
|     | 60代       | 500  | 58.4  | 41.6   |
|     | 70代以上     | 500  | 55.0  | 45.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 46.4  | 53.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 42.8  | 57.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 43.2  | 56.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 34.0  | 66.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 35.6  | 64.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 32.4  | 67.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 75.6  | 24.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 82.0  | 18.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 85.6  | 14.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 78.4  | 21.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 81.2  | 18.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 77.6  | 22.4   |

(%)

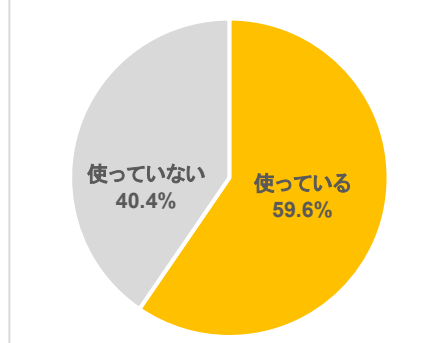
【性年代】

■ 使っている ■ 使っていない (%)

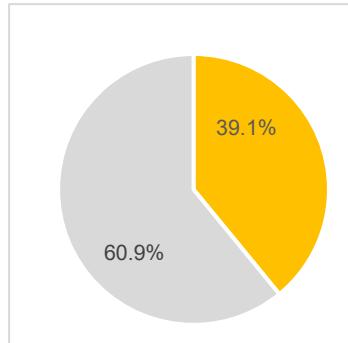


【全体】

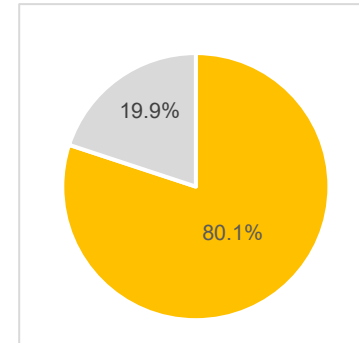
(%)



【男性】



【女性】

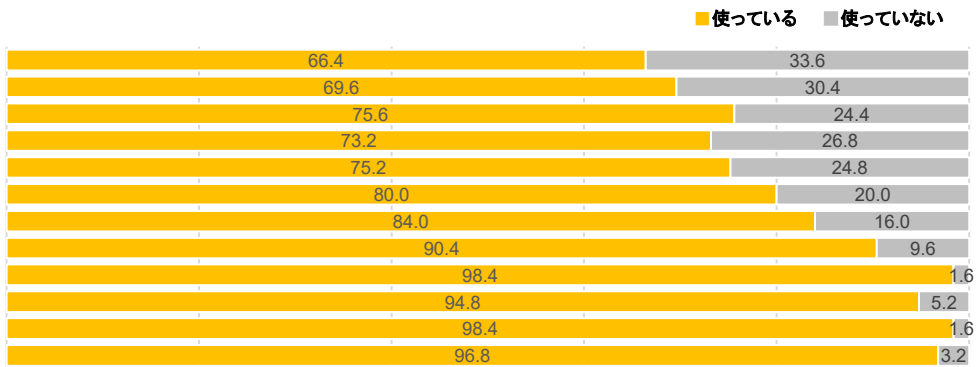


### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

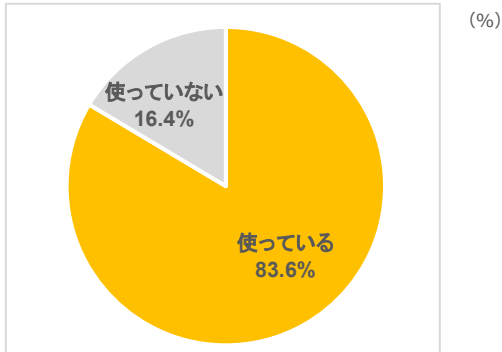
## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (7) ヘアケア（シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど）

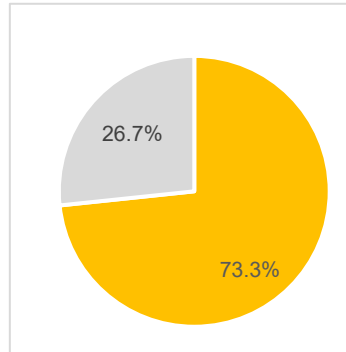
|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない | (%) |
|-----|-----------|------|-------|--------|-----|
| 性別  | 全体        | 3000 | 83.6  | 16.4   |     |
|     | 男性        | 1500 | 73.3  | 26.7   |     |
|     | 女性        | 1500 | 93.8  | 6.2    |     |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 75.2  | 24.8   |     |
|     | 30代       | 500  | 80.0  | 20.0   |     |
|     | 40代       | 500  | 87.0  | 13.0   |     |
|     | 50代       | 500  | 84.0  | 16.0   |     |
|     | 60代       | 500  | 86.8  | 13.2   |     |
|     | 70代以上     | 500  | 88.4  | 11.6   |     |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 66.4  | 33.6   |     |
|     | 男性-30代    | 250  | 69.6  | 30.4   |     |
|     | 男性-40代    | 250  | 75.6  | 24.4   |     |
|     | 男性-50代    | 250  | 73.2  | 26.8   |     |
|     | 男性-60代    | 250  | 75.2  | 24.8   |     |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 80.0  | 20.0   |     |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 84.0  | 16.0   |     |
|     | 女性-30代    | 250  | 90.4  | 9.6    |     |
|     | 女性-40代    | 250  | 98.4  | 1.6    |     |
|     | 女性-50代    | 250  | 94.8  | 5.2    |     |
|     | 女性-60代    | 250  | 98.4  | 1.6    |     |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 96.8  | 3.2    |     |



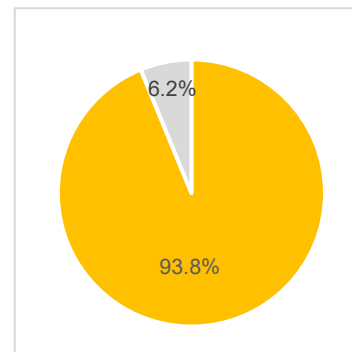
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

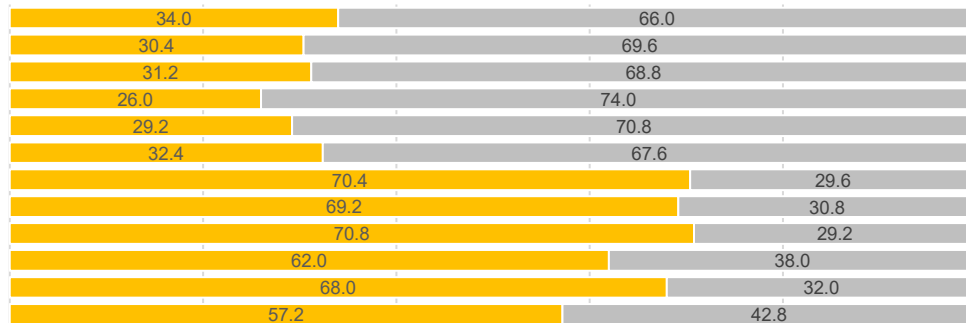
#### (8) ヘアケア（整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 48.4  | 51.6   |
|     | 男性        | 1500 | 30.5  | 69.5   |
|     | 女性        | 1500 | 66.3  | 33.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 52.2  | 47.8   |
|     | 30代       | 500  | 49.8  | 50.2   |
|     | 40代       | 500  | 51.0  | 49.0   |
|     | 50代       | 500  | 44.0  | 56.0   |
|     | 60代       | 500  | 48.6  | 51.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 44.8  | 55.2   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 34.0  | 66.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 30.4  | 69.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 31.2  | 68.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 26.0  | 74.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 29.2  | 70.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 32.4  | 67.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 70.4  | 29.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 69.2  | 30.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 70.8  | 29.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 62.0  | 38.0   |
|     | 女性-60代    | 250  | 68.0  | 32.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 57.2  | 42.8   |

(%)

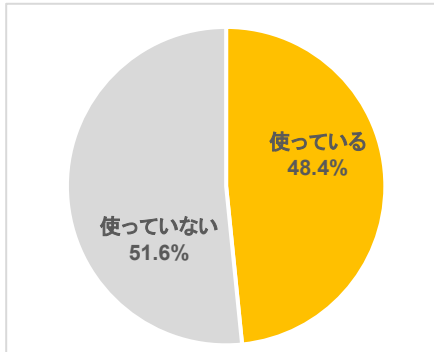
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

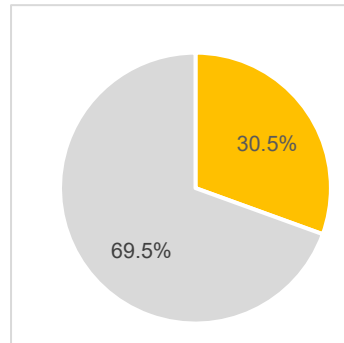


【全体】

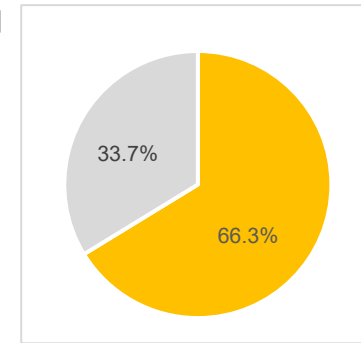
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

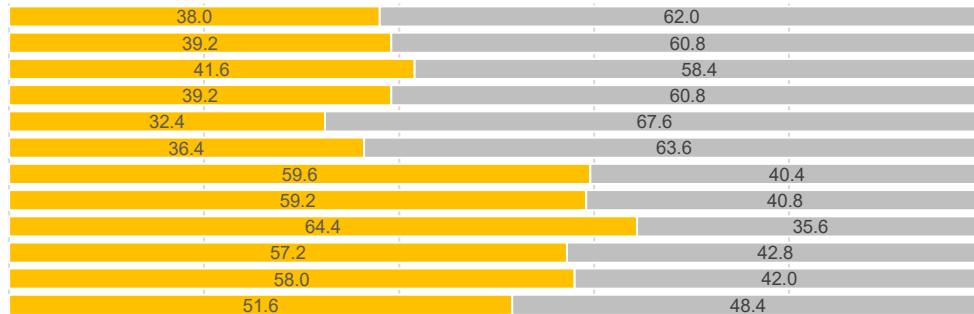
#### (9) 芳香・消臭剤（消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 48.1  | 51.9   |
|     | 男性        | 1500 | 37.8  | 62.2   |
|     | 女性        | 1500 | 58.3  | 41.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 48.8  | 51.2   |
|     | 30代       | 500  | 49.2  | 50.8   |
|     | 40代       | 500  | 53.0  | 47.0   |
|     | 50代       | 500  | 48.2  | 51.8   |
|     | 60代       | 500  | 45.2  | 54.8   |
|     | 70代以上     | 500  | 44.0  | 56.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 38.0  | 62.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 39.2  | 60.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 41.6  | 58.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 39.2  | 60.8   |
|     | 男性-60代    | 250  | 32.4  | 67.6   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 36.4  | 63.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 59.6  | 40.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 59.2  | 40.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 64.4  | 35.6   |
|     | 女性-50代    | 250  | 57.2  | 42.8   |
|     | 女性-60代    | 250  | 58.0  | 42.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 51.6  | 48.4   |

(%)

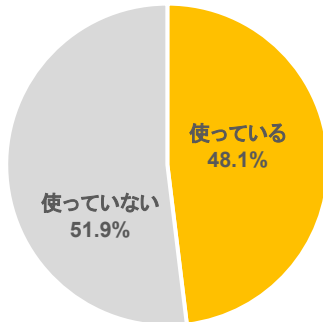
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

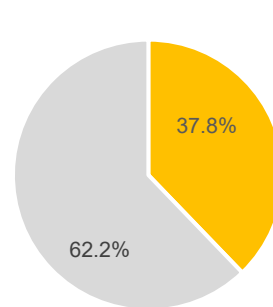


【全体】

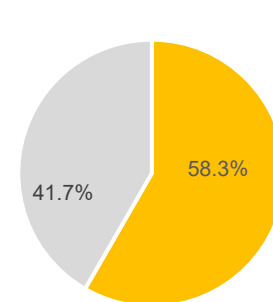
(%)



【男性】



【女性】



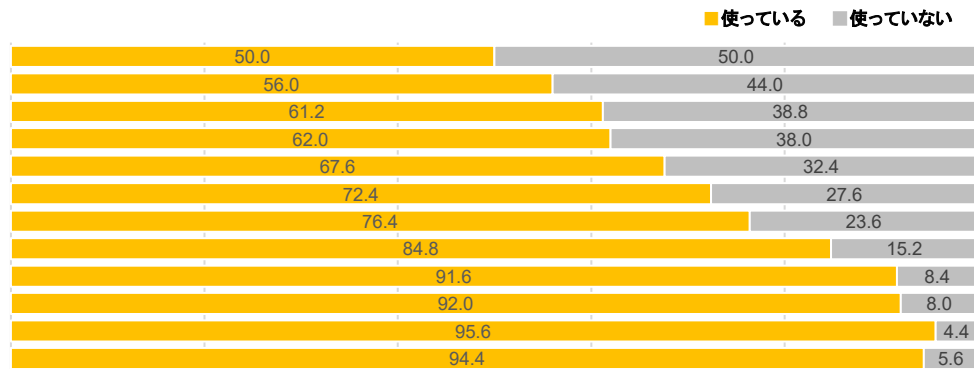
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (10) 衣料洗濯用品（洗濯洗剤、柔軟剤など）

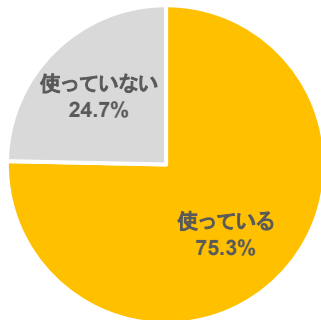
|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 75.3  | 24.7   |
|     | 男性        | 1500 | 61.5  | 38.5   |
|     | 女性        | 1500 | 89.1  | 10.9   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 63.2  | 36.8   |
|     | 30代       | 500  | 70.4  | 29.6   |
|     | 40代       | 500  | 76.4  | 23.6   |
|     | 50代       | 500  | 77.0  | 23.0   |
|     | 60代       | 500  | 81.6  | 18.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 83.4  | 16.6   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 50.0  | 50.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 56.0  | 44.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 61.2  | 38.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 62.0  | 38.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 67.6  | 32.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 72.4  | 27.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 76.4  | 23.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 84.8  | 15.2   |
|     | 女性-40代    | 250  | 91.6  | 8.4    |
|     | 女性-50代    | 250  | 92.0  | 8.0    |
|     | 女性-60代    | 250  | 95.6  | 4.4    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 94.4  | 5.6    |

(%)

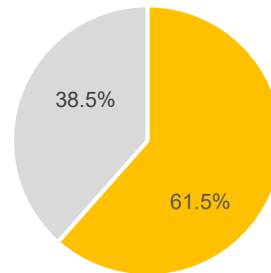


【性年代】

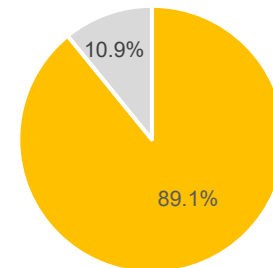
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

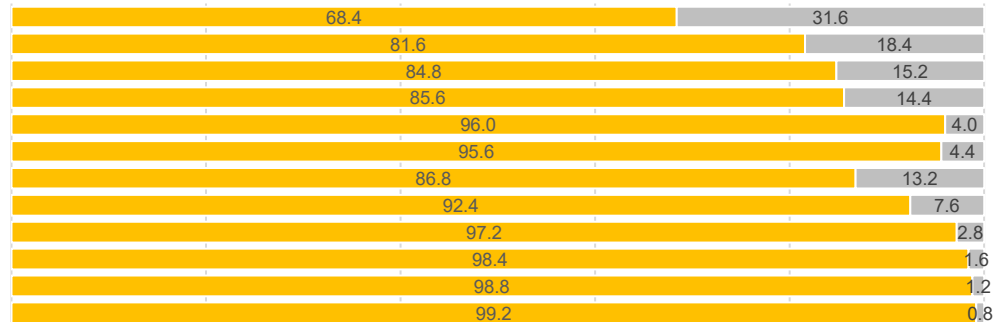
#### (11) オーラルケア（歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 90.4  | 9.6    |
|     | 男性        | 1500 | 85.3  | 14.7   |
|     | 女性        | 1500 | 95.5  | 4.5    |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 77.6  | 22.4   |
|     | 30代       | 500  | 87.0  | 13.0   |
|     | 40代       | 500  | 91.0  | 9.0    |
|     | 50代       | 500  | 92.0  | 8.0    |
|     | 60代       | 500  | 97.4  | 2.6    |
|     | 70代以上     | 500  | 97.4  | 2.6    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 68.4  | 31.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 81.6  | 18.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 84.8  | 15.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 85.6  | 14.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 96.0  | 4.0    |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 95.6  | 4.4    |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 86.8  | 13.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 92.4  | 7.6    |
|     | 女性-40代    | 250  | 97.2  | 2.8    |
|     | 女性-50代    | 250  | 98.4  | 1.6    |
|     | 女性-60代    | 250  | 98.8  | 1.2    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 99.2  | 0.8    |

(%)

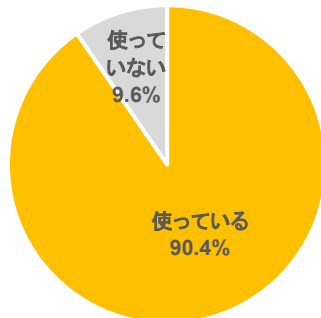
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

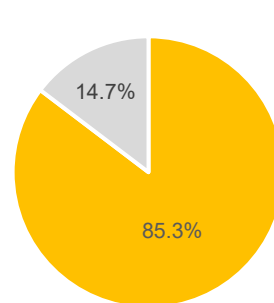


【全体】

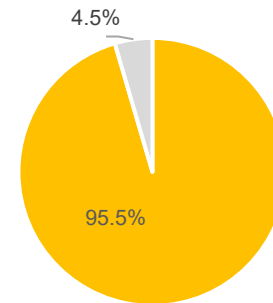
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

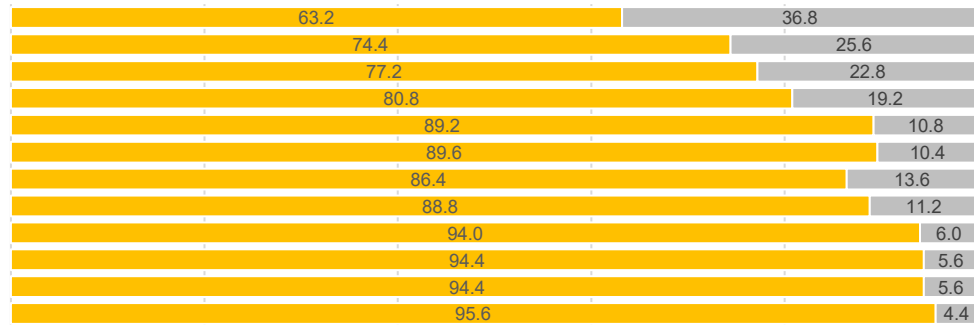
#### (12) オーラルケア（歯磨き粉、マウスウォッシュなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 85.7  | 14.3   |
|     | 男性        | 1500 | 79.1  | 20.9   |
|     | 女性        | 1500 | 92.3  | 7.7    |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 74.8  | 25.2   |
|     | 30代       | 500  | 81.6  | 18.4   |
|     | 40代       | 500  | 85.6  | 14.4   |
|     | 50代       | 500  | 87.6  | 12.4   |
|     | 60代       | 500  | 91.8  | 8.2    |
|     | 70代以上     | 500  | 92.6  | 7.4    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 63.2  | 36.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 74.4  | 25.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 77.2  | 22.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 80.8  | 19.2   |
|     | 男性-60代    | 250  | 89.2  | 10.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 89.6  | 10.4   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 86.4  | 13.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 88.8  | 11.2   |
|     | 女性-40代    | 250  | 94.0  | 6.0    |
|     | 女性-50代    | 250  | 94.4  | 5.6    |
|     | 女性-60代    | 250  | 94.4  | 5.6    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 95.6  | 4.4    |

(%)

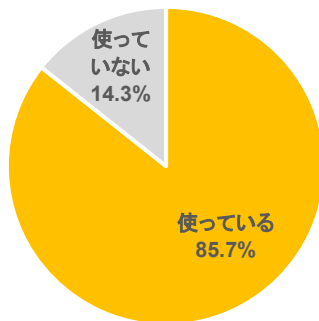
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

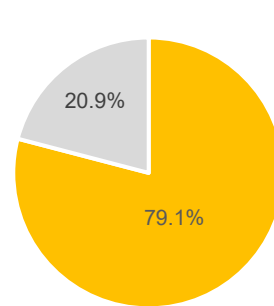


【全体】

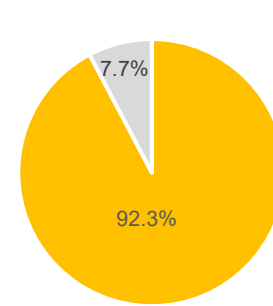
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

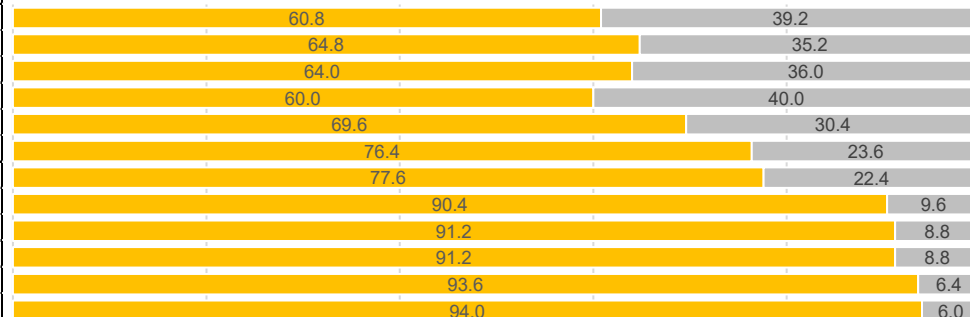
#### (13) 化粧小物（爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 77.8  | 22.2   |
|     | 男性        | 1500 | 65.9  | 34.1   |
|     | 女性        | 1500 | 89.7  | 10.3   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 69.2  | 30.8   |
|     | 30代       | 500  | 77.6  | 22.4   |
|     | 40代       | 500  | 77.6  | 22.4   |
|     | 50代       | 500  | 75.6  | 24.4   |
|     | 60代       | 500  | 81.6  | 18.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 85.2  | 14.8   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 60.8  | 39.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 64.8  | 35.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 64.0  | 36.0   |
|     | 男性-50代    | 250  | 60.0  | 40.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 69.6  | 30.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 76.4  | 23.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 77.6  | 22.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 90.4  | 9.6    |
|     | 女性-40代    | 250  | 91.2  | 8.8    |
|     | 女性-50代    | 250  | 91.2  | 8.8    |
|     | 女性-60代    | 250  | 93.6  | 6.4    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 94.0  | 6.0    |

(%)

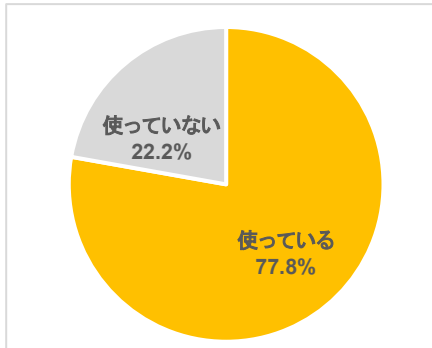
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

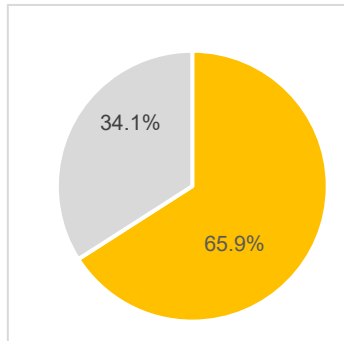


【全体】

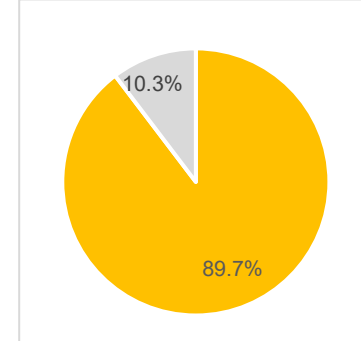
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

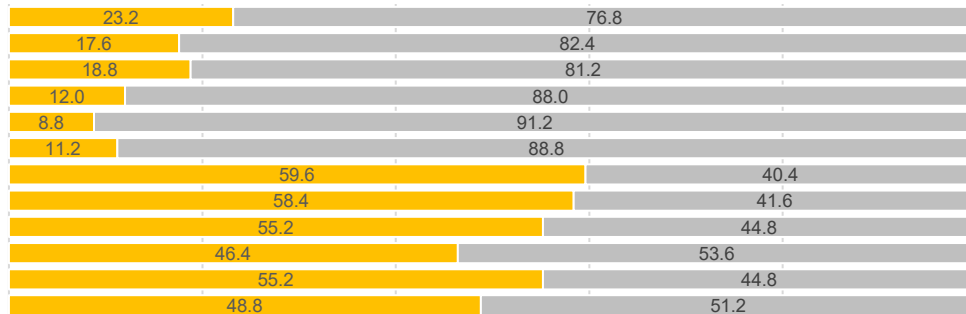
#### (14) その他の日用品（ストッキング、加圧ソックスなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 34.6  | 65.4   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 15.3  | 84.7   |
|     | 女性        | 1500 | 53.9  | 46.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 41.4  | 58.6   |
|     | 30代       | 500  | 38.0  | 62.0   |
|     | 40代       | 500  | 37.0  | 63.0   |
|     | 50代       | 500  | 29.2  | 70.8   |
|     | 60代       | 500  | 32.0  | 68.0   |
|     | 70代以上     | 500  | 30.0  | 70.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 23.2  | 76.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 17.6  | 82.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 18.8  | 81.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 12.0  | 88.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 8.8   | 91.2   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 11.2  | 88.8   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 59.6  | 40.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 58.4  | 41.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 55.2  | 44.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 46.4  | 53.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 55.2  | 44.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 48.8  | 51.2   |

(%)

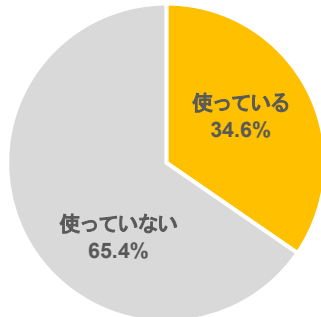
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

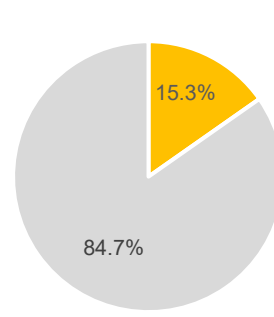


【全体】

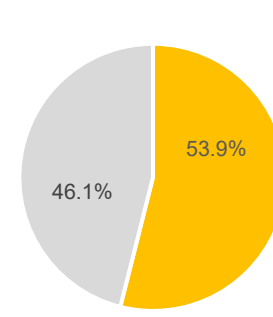
(%)



【男性】



【女性】



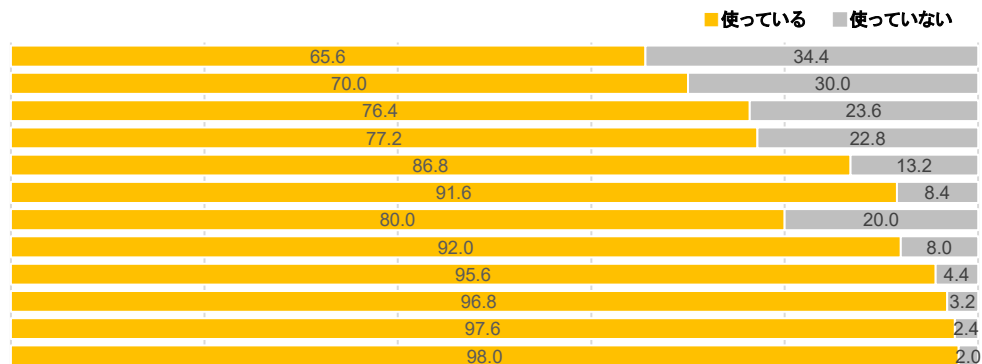
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

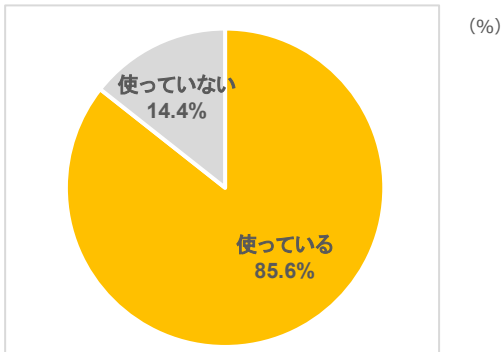
#### (15) 紙製品（ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど）

|     | 合計        | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|-------|--------|
| 全体  | 3000      | 85.6  | 14.4   |
| 性別  | 男性        | 77.9  | 22.1   |
|     | 女性        | 93.3  | 6.7    |
| 年齢  | 18～29歳    | 72.8  | 27.2   |
|     | 30代       | 81.0  | 19.0   |
|     | 40代       | 86.0  | 14.0   |
|     | 50代       | 87.0  | 13.0   |
|     | 60代       | 92.2  | 7.8    |
|     | 70代以上     | 94.8  | 5.2    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 65.6  | 34.4   |
|     | 男性-30代    | 70.0  | 30.0   |
|     | 男性-40代    | 76.4  | 23.6   |
|     | 男性-50代    | 77.2  | 22.8   |
|     | 男性-60代    | 86.8  | 13.2   |
|     | 男性-70代以上  | 91.6  | 8.4    |
|     | 女性-18～29歳 | 80.0  | 20.0   |
|     | 女性-30代    | 92.0  | 8.0    |
|     | 女性-40代    | 95.6  | 4.4    |
|     | 女性-50代    | 96.8  | 3.2    |
|     | 女性-60代    | 97.6  | 2.4    |
|     | 女性-70代以上  | 98.0  | 2.0    |

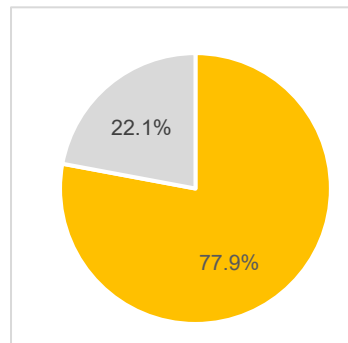
(%)



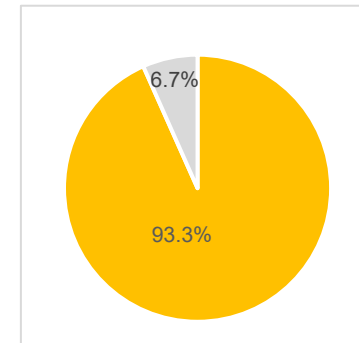
【全体】



【男性】



【女性】



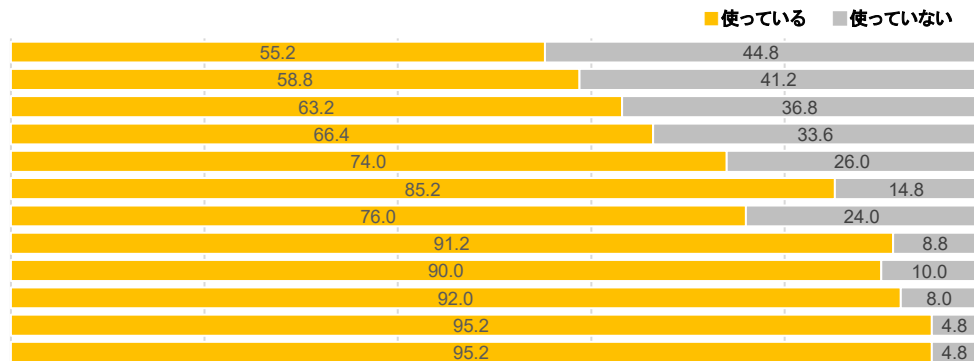
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

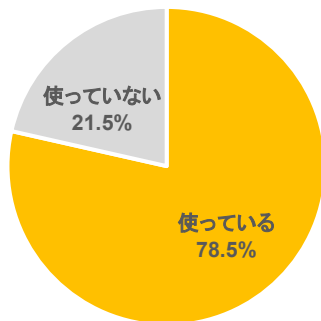
#### (16) 衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 78.5  | 21.5   |
|     | 男性        | 1500 | 67.1  | 32.9   |
|     | 女性        | 1500 | 89.9  | 10.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 65.6  | 34.4   |
|     | 30代       | 500  | 75.0  | 25.0   |
|     | 40代       | 500  | 76.6  | 23.4   |
|     | 50代       | 500  | 79.2  | 20.8   |
|     | 60代       | 500  | 84.6  | 15.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 90.2  | 9.8    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 55.2  | 44.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 58.8  | 41.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 63.2  | 36.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 66.4  | 33.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 74.0  | 26.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 85.2  | 14.8   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 76.0  | 24.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 91.2  | 8.8    |
|     | 女性-40代    | 250  | 90.0  | 10.0   |
|     | 女性-50代    | 250  | 92.0  | 8.0    |
|     | 女性-60代    | 250  | 95.2  | 4.8    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 95.2  | 4.8    |

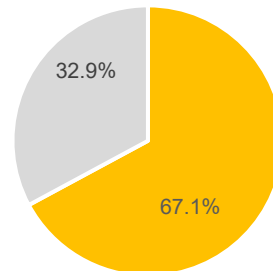
(%)



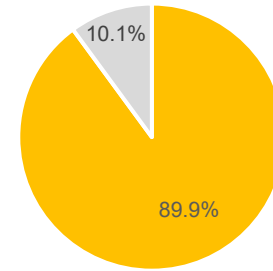
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

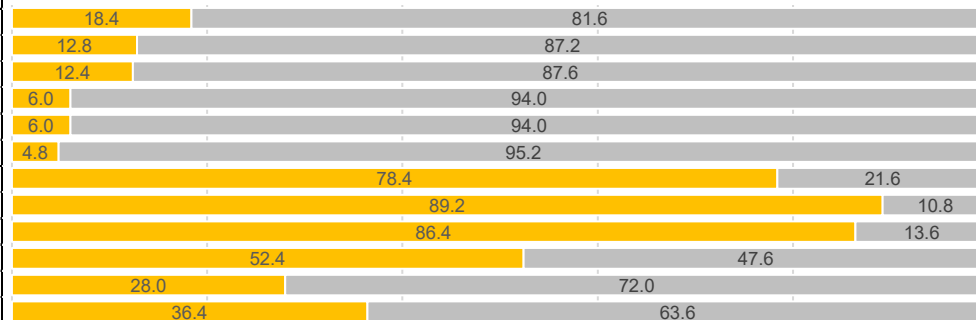
#### (17) 生理用品（ナプキン、尿とりパットなど）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 35.9  | 64.1   |
|     | 男性        | 1500 | 10.1  | 89.9   |
|     | 女性        | 1500 | 61.8  | 38.2   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 48.4  | 51.6   |
|     | 30代       | 500  | 51.0  | 49.0   |
|     | 40代       | 500  | 49.4  | 50.6   |
|     | 50代       | 500  | 29.2  | 70.8   |
|     | 60代       | 500  | 17.0  | 83.0   |
|     | 70代以上     | 500  | 20.6  | 79.4   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 18.4  | 81.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 12.8  | 87.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 12.4  | 87.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 6.0   | 94.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 6.0   | 94.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 4.8   | 95.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 78.4  | 21.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 89.2  | 10.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 86.4  | 13.6   |
|     | 女性-50代    | 250  | 52.4  | 47.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 28.0  | 72.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 36.4  | 63.6   |

(%)

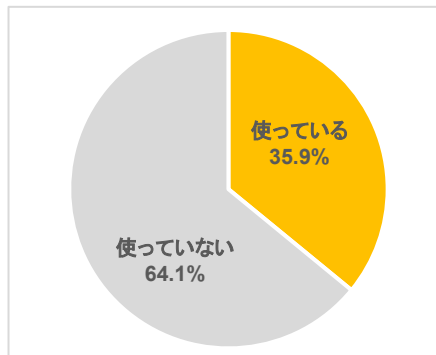
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

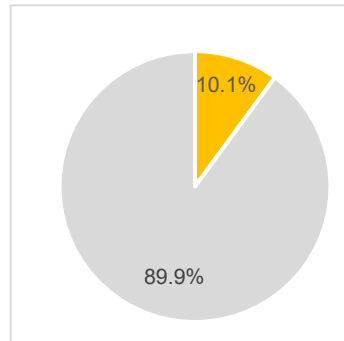


【全体】

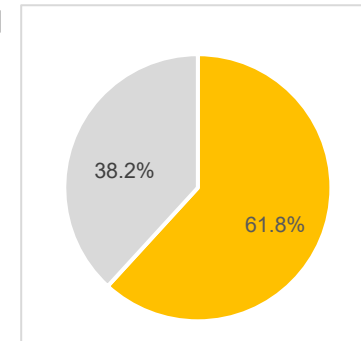
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

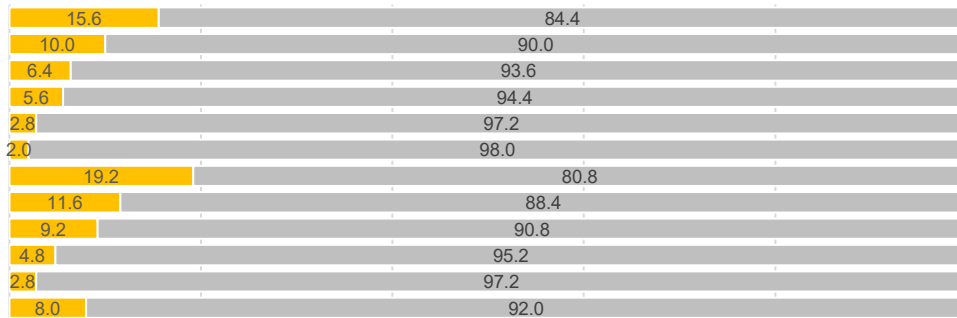
#### (18) 紙おむつ（大人用）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 8.2   | 91.8   |
|     | 男性        | 1500 | 7.1   | 92.9   |
|     | 女性        | 1500 | 9.3   | 90.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 17.4  | 82.6   |
|     | 30代       | 500  | 10.8  | 89.2   |
|     | 40代       | 500  | 7.8   | 92.2   |
|     | 50代       | 500  | 5.2   | 94.8   |
|     | 60代       | 500  | 2.8   | 97.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 5.0   | 95.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 15.6  | 84.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 10.0  | 90.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 6.4   | 93.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 5.6   | 94.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 2.8   | 97.2   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 2.0   | 98.0   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 19.2  | 80.8   |
|     | 女性-30代    | 250  | 11.6  | 88.4   |
|     | 女性-40代    | 250  | 9.2   | 90.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 4.8   | 95.2   |
|     | 女性-60代    | 250  | 2.8   | 97.2   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 8.0   | 92.0   |

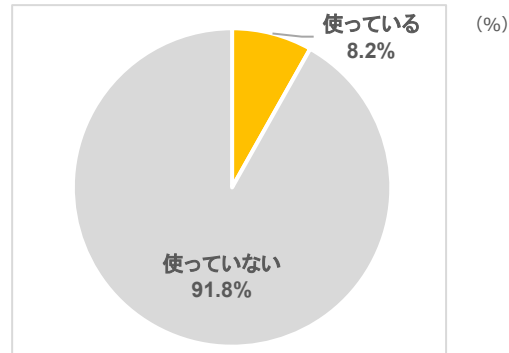
(%)

【性年代】

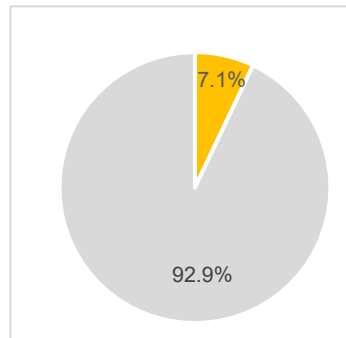
■ 使っている ■ 使っていない (%)



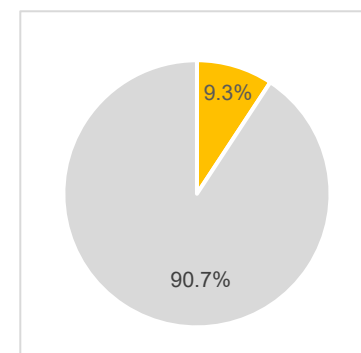
【全体】



【男性】



【女性】



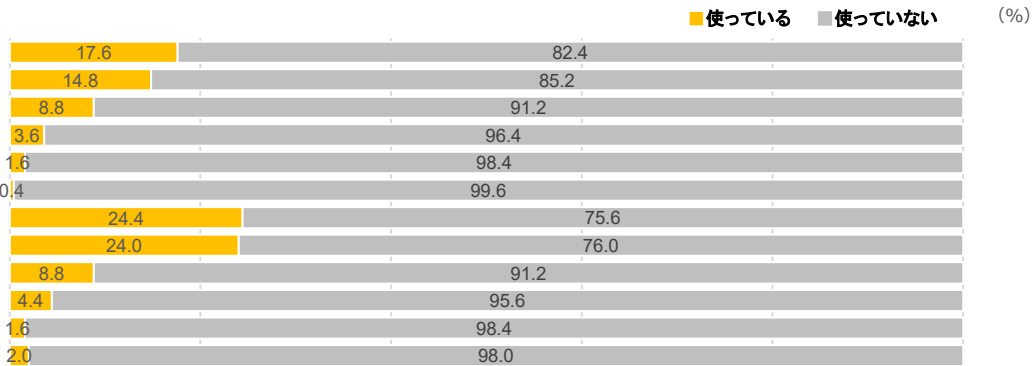
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

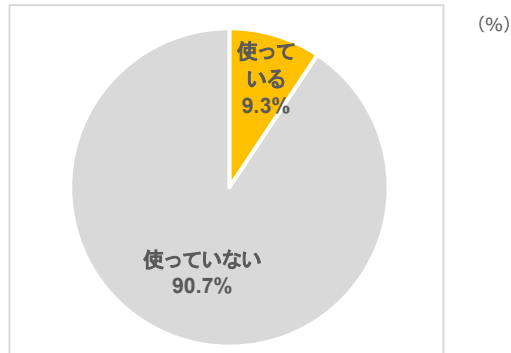
#### (19) 紙おむつ（ベビー用）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 9.3   | 90.7   |
|     | 男性        | 1500 | 7.8   | 92.2   |
|     | 女性        | 1500 | 10.9  | 89.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 21.0  | 79.0   |
|     | 30代       | 500  | 19.4  | 80.6   |
|     | 40代       | 500  | 8.8   | 91.2   |
|     | 50代       | 500  | 4.0   | 96.0   |
|     | 60代       | 500  | 1.6   | 98.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 1.2   | 98.8   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 17.6  | 82.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 14.8  | 85.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 8.8   | 91.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 3.6   | 96.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 1.6   | 98.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 0.4   | 99.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 24.4  | 75.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 24.0  | 76.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 8.8   | 91.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 4.4   | 95.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 1.6   | 98.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 2.0   | 98.0   |

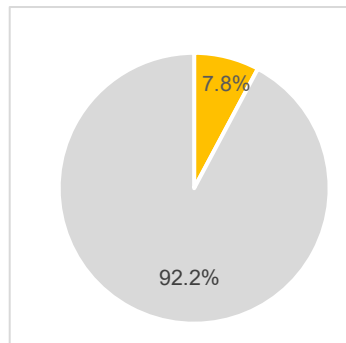
(%)



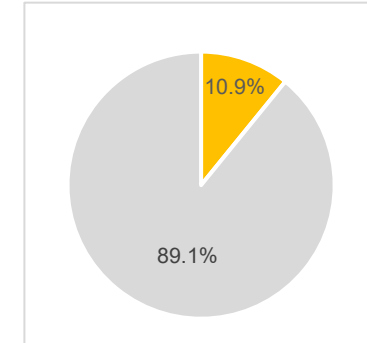
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

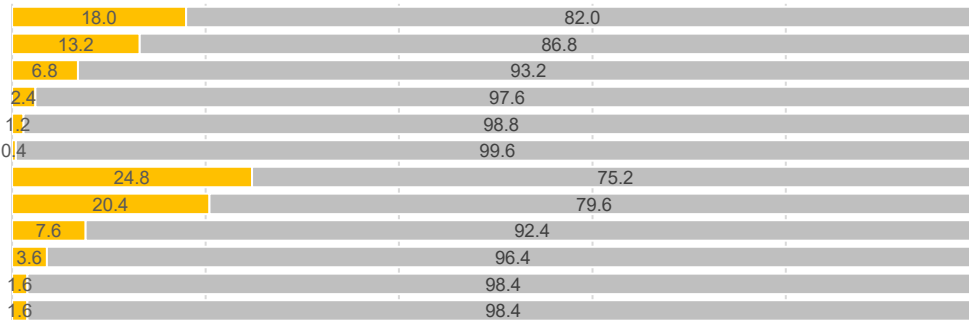
#### (20) ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 8.5   | 91.5   |
|     | 男性        | 1500 | 7.0   | 93.0   |
|     | 女性        | 1500 | 9.9   | 90.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 21.4  | 78.6   |
|     | 30代       | 500  | 16.8  | 83.2   |
|     | 40代       | 500  | 7.2   | 92.8   |
|     | 50代       | 500  | 3.0   | 97.0   |
|     | 60代       | 500  | 1.4   | 98.6   |
|     | 70代以上     | 500  | 1.0   | 99.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 18.0  | 82.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 13.2  | 86.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 6.8   | 93.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 2.4   | 97.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 1.2   | 98.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 0.4   | 99.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 24.8  | 75.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 20.4  | 79.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 7.6   | 92.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 3.6   | 96.4   |
|     | 女性-60代    | 250  | 1.6   | 98.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 1.6   | 98.4   |

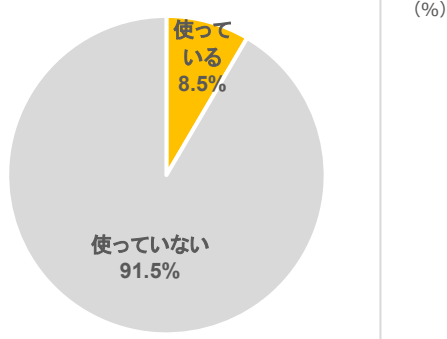
(%)

【性年代】

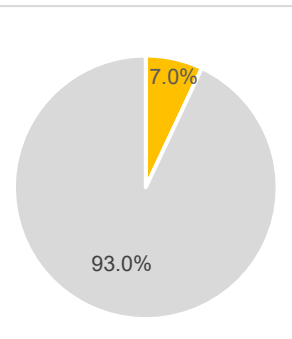
■使っている ■使っていない (%)



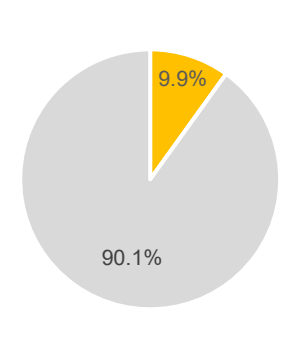
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

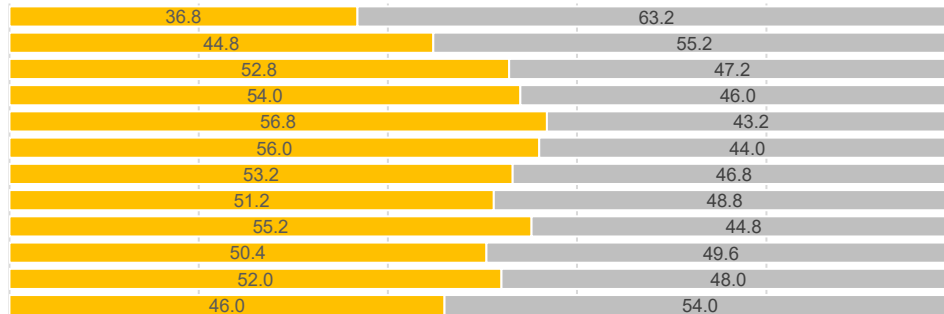
#### (21) 風邪薬

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 50.8  | 49.2   |
|     | 男性        | 1500 | 50.2  | 49.8   |
|     | 女性        | 1500 | 51.3  | 48.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 45.0  | 55.0   |
|     | 30代       | 500  | 48.0  | 52.0   |
|     | 40代       | 500  | 54.0  | 46.0   |
|     | 50代       | 500  | 52.2  | 47.8   |
|     | 60代       | 500  | 54.4  | 45.6   |
|     | 70代以上     | 500  | 51.0  | 49.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 36.8  | 63.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 44.8  | 55.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 52.8  | 47.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 54.0  | 46.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 56.8  | 43.2   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 56.0  | 44.0   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 53.2  | 46.8   |
|     | 女性-30代    | 250  | 51.2  | 48.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 55.2  | 44.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 50.4  | 49.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 52.0  | 48.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 46.0  | 54.0   |

(%)

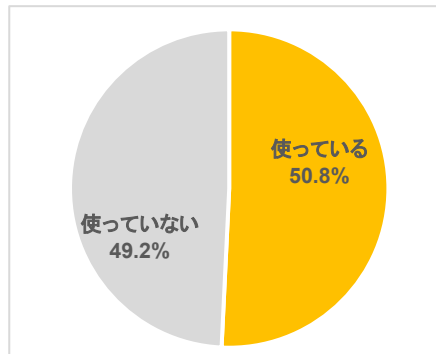
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

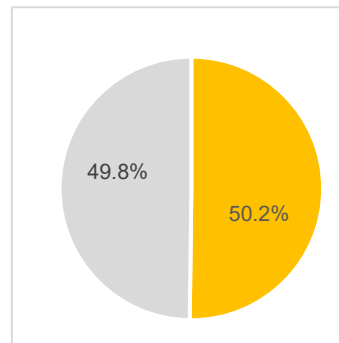


【全体】

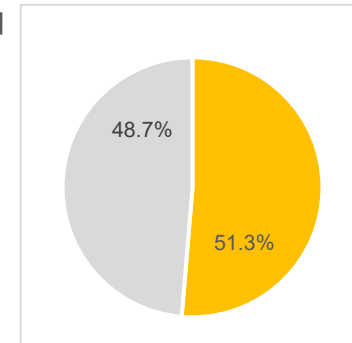
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

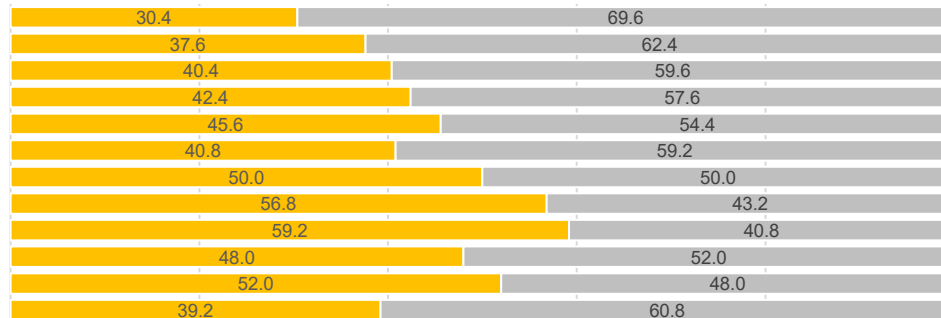
#### (22) 解熱鎮痛剤

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 45.2  | 54.8   |
|     | 男性        | 1500 | 39.5  | 60.5   |
|     | 女性        | 1500 | 50.9  | 49.1   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 40.2  | 59.8   |
|     | 30代       | 500  | 47.2  | 52.8   |
|     | 40代       | 500  | 49.8  | 50.2   |
|     | 50代       | 500  | 45.2  | 54.8   |
|     | 60代       | 500  | 48.8  | 51.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 40.0  | 60.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 30.4  | 69.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 37.6  | 62.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 40.4  | 59.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 42.4  | 57.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 45.6  | 54.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 40.8  | 59.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 50.0  | 50.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 56.8  | 43.2   |
|     | 女性-40代    | 250  | 59.2  | 40.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 48.0  | 52.0   |
|     | 女性-60代    | 250  | 52.0  | 48.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 39.2  | 60.8   |

(%)

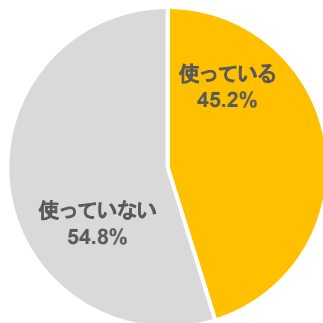
【性年代】

■ 使っている ■ 使っていない (%)

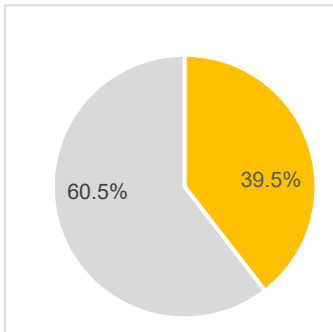


【全体】

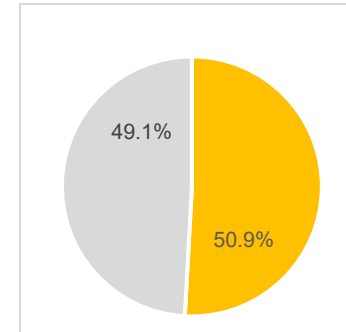
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

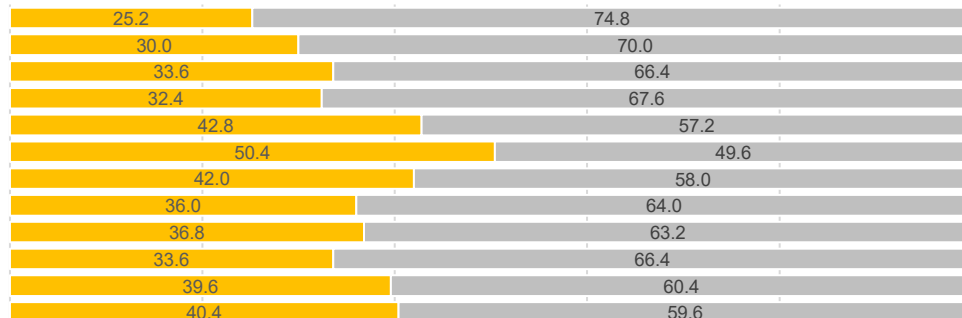
#### (23) 胃腸薬

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 36.9  | 63.1   |
|     | 男性        | 1500 | 35.7  | 64.3   |
|     | 女性        | 1500 | 38.1  | 61.9   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 33.6  | 66.4   |
|     | 30代       | 500  | 33.0  | 67.0   |
|     | 40代       | 500  | 35.2  | 64.8   |
|     | 50代       | 500  | 33.0  | 67.0   |
|     | 60代       | 500  | 41.2  | 58.8   |
|     | 70代以上     | 500  | 45.4  | 54.6   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 25.2  | 74.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 30.0  | 70.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 33.6  | 66.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 32.4  | 67.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 42.8  | 57.2   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 50.4  | 49.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 42.0  | 58.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 36.0  | 64.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 36.8  | 63.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 33.6  | 66.4   |
|     | 女性-60代    | 250  | 39.6  | 60.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 40.4  | 59.6   |

(%)

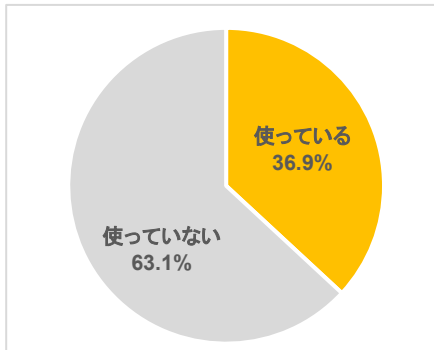
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

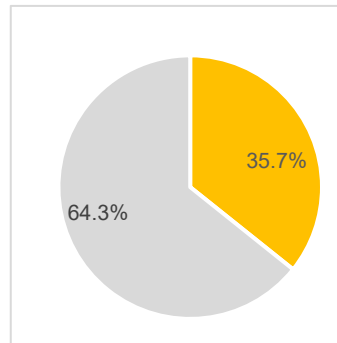


【全体】

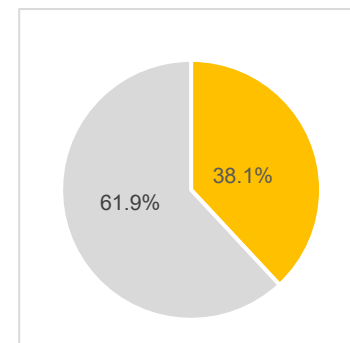
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

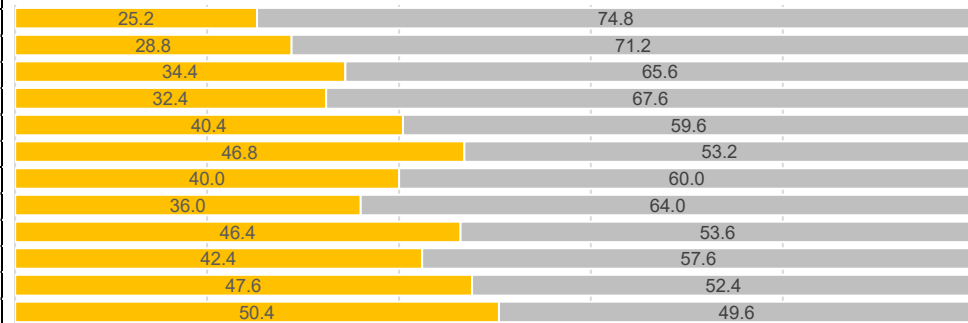
#### (24) 湿布・サポーター（肩こり、腰痛、筋肉痛など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 39.2  | 60.8   |
|     | 男性        | 1500 | 34.7  | 65.3   |
|     | 女性        | 1500 | 43.8  | 56.2   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 32.6  | 67.4   |
|     | 30代       | 500  | 32.4  | 67.6   |
|     | 40代       | 500  | 40.4  | 59.6   |
|     | 50代       | 500  | 37.4  | 62.6   |
|     | 60代       | 500  | 44.0  | 56.0   |
|     | 70代以上     | 500  | 48.6  | 51.4   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 25.2  | 74.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 28.8  | 71.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 34.4  | 65.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 32.4  | 67.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 40.4  | 59.6   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 46.8  | 53.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 40.0  | 60.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 36.0  | 64.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 46.4  | 53.6   |
|     | 女性-50代    | 250  | 42.4  | 57.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 47.6  | 52.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 50.4  | 49.6   |

(%)

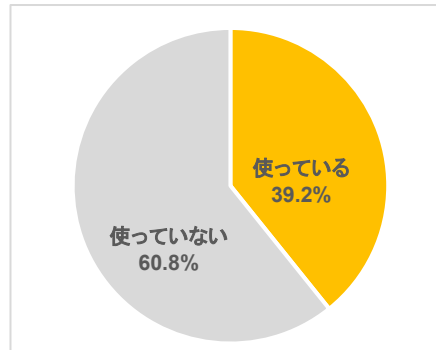
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

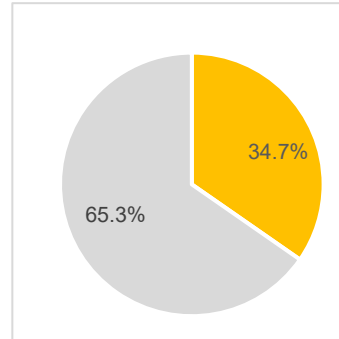


【全体】

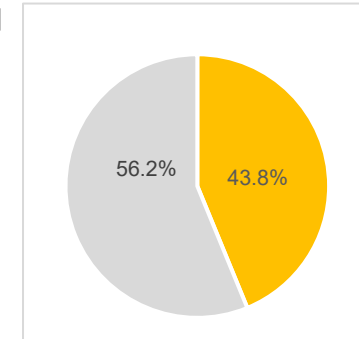
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

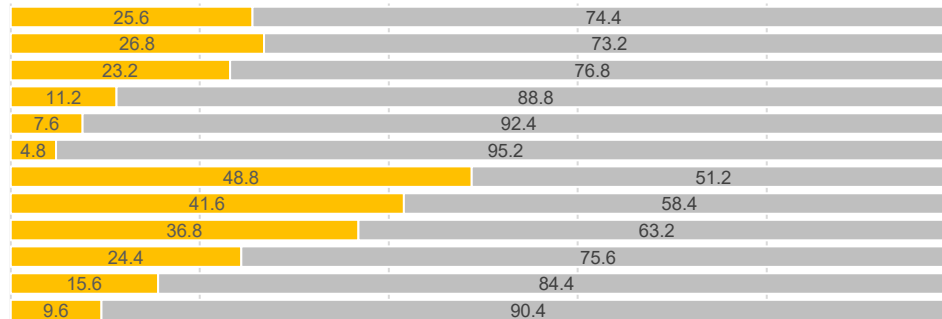
#### (25) コンタクトレンズ用品（洗浄液、目の洗浄液など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 23.0  | 77.0   |
|     | 男性        | 1500 | 16.5  | 83.5   |
|     | 女性        | 1500 | 29.5  | 70.5   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 37.2  | 62.8   |
|     | 30代       | 500  | 34.2  | 65.8   |
|     | 40代       | 500  | 30.0  | 70.0   |
|     | 50代       | 500  | 17.8  | 82.2   |
|     | 60代       | 500  | 11.6  | 88.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 7.2   | 92.8   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 25.6  | 74.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 26.8  | 73.2   |
|     | 男性-40代    | 250  | 23.2  | 76.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 11.2  | 88.8   |
|     | 男性-60代    | 250  | 7.6   | 92.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 4.8   | 95.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 48.8  | 51.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 41.6  | 58.4   |
|     | 女性-40代    | 250  | 36.8  | 63.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 24.4  | 75.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 15.6  | 84.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 9.6   | 90.4   |

(%)

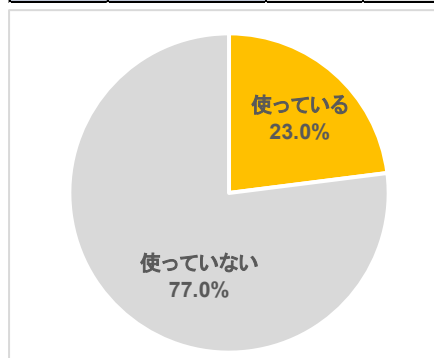
【性年代】

■ 使っている ■ 使っていない (%)

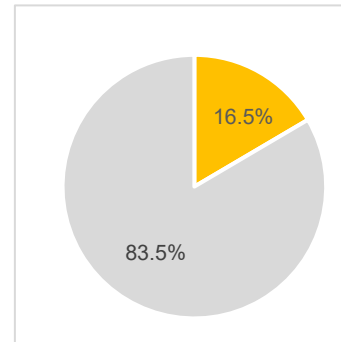


【全体】

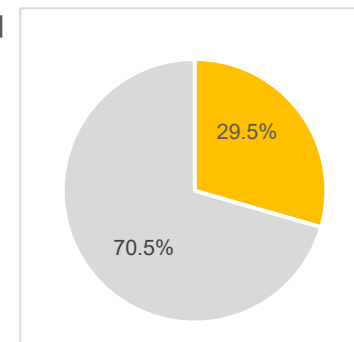
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

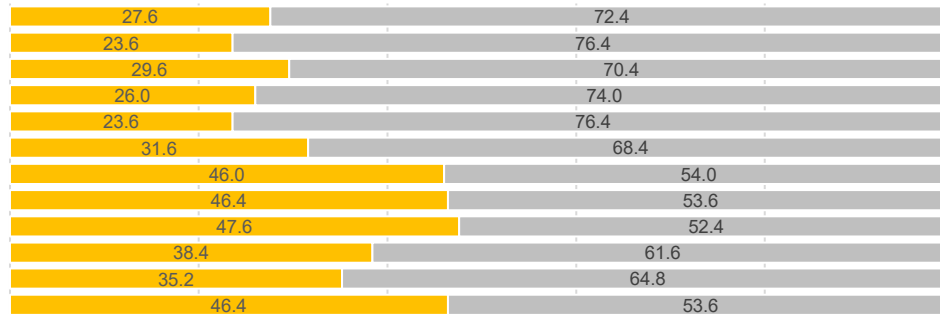
#### (26) アイケア用品（ホットアイマスク、目薬など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 35.2  | 64.8   |
|     | 男性        | 1500 | 27.0  | 73.0   |
|     | 女性        | 1500 | 43.3  | 56.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 36.8  | 63.2   |
|     | 30代       | 500  | 35.0  | 65.0   |
|     | 40代       | 500  | 38.6  | 61.4   |
|     | 50代       | 500  | 32.2  | 67.8   |
|     | 60代       | 500  | 29.4  | 70.6   |
|     | 70代以上     | 500  | 39.0  | 61.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 27.6  | 72.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 23.6  | 76.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 29.6  | 70.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 26.0  | 74.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 23.6  | 76.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 31.6  | 68.4   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 46.0  | 54.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 46.4  | 53.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 47.6  | 52.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 38.4  | 61.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 35.2  | 64.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 46.4  | 53.6   |

(%)

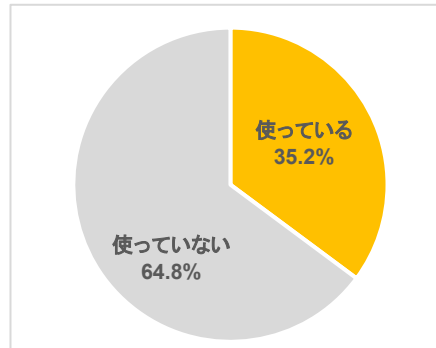
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

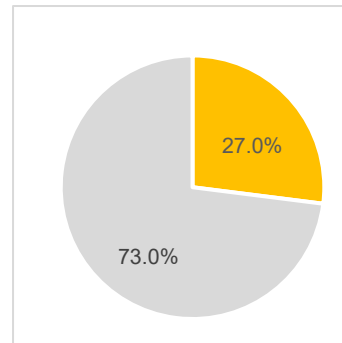


【全体】

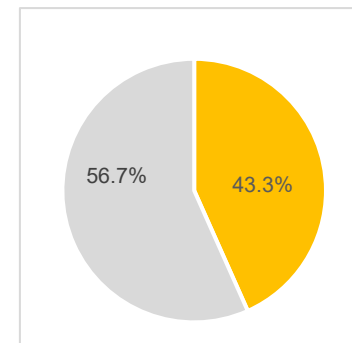
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

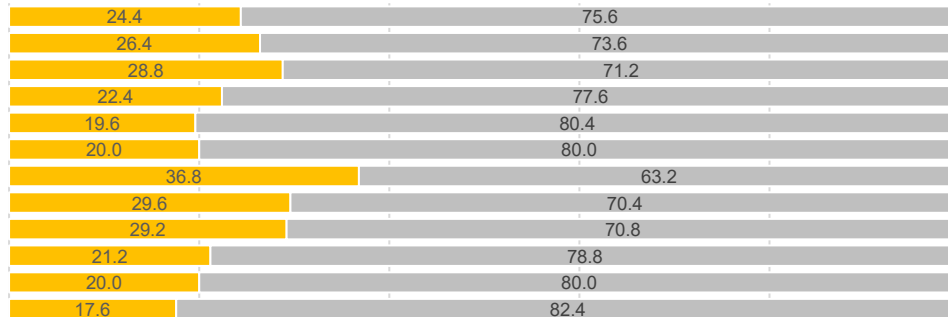
#### (27) 花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 24.7  | 75.3   |
|     | 男性        | 1500 | 23.6  | 76.4   |
|     | 女性        | 1500 | 25.7  | 74.3   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 30.6  | 69.4   |
|     | 30代       | 500  | 28.0  | 72.0   |
|     | 40代       | 500  | 29.0  | 71.0   |
|     | 50代       | 500  | 21.8  | 78.2   |
|     | 60代       | 500  | 19.8  | 80.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 18.8  | 81.2   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 24.4  | 75.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 26.4  | 73.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 28.8  | 71.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 22.4  | 77.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 19.6  | 80.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 20.0  | 80.0   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 36.8  | 63.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 29.6  | 70.4   |
|     | 女性-40代    | 250  | 29.2  | 70.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 21.2  | 78.8   |
|     | 女性-60代    | 250  | 20.0  | 80.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 17.6  | 82.4   |

(%)

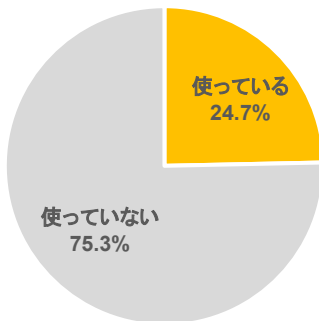
【性年代】

■ 使っている ■ 使っていない (%)

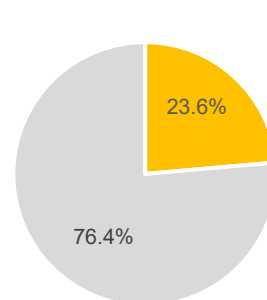


【全体】

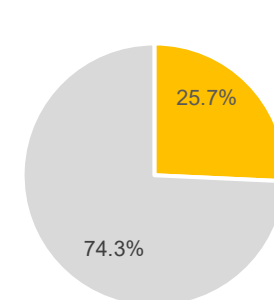
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

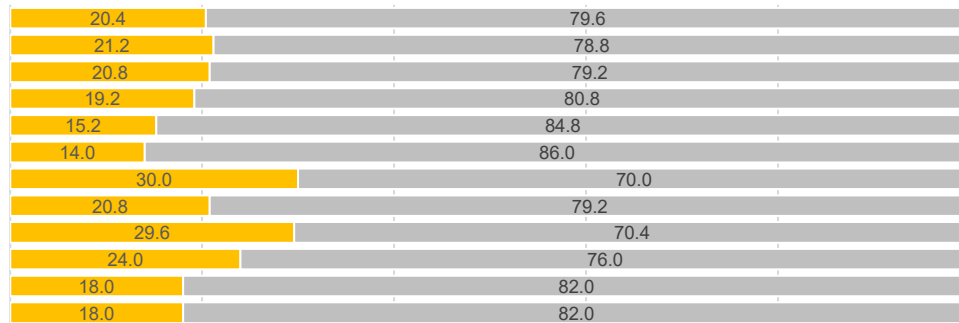
#### (28) ペットフード

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 20.9  | 79.1   |
|     | 男性        | 1500 | 18.5  | 81.5   |
|     | 女性        | 1500 | 23.4  | 76.6   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 25.2  | 74.8   |
|     | 30代       | 500  | 21.0  | 79.0   |
|     | 40代       | 500  | 25.2  | 74.8   |
|     | 50代       | 500  | 21.6  | 78.4   |
|     | 60代       | 500  | 16.6  | 83.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 16.0  | 84.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 20.4  | 79.6   |
|     | 男性-30代    | 250  | 21.2  | 78.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 20.8  | 79.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 19.2  | 80.8   |
|     | 男性-60代    | 250  | 15.2  | 84.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 14.0  | 86.0   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 30.0  | 70.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 20.8  | 79.2   |
|     | 女性-40代    | 250  | 29.6  | 70.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 24.0  | 76.0   |
|     | 女性-60代    | 250  | 18.0  | 82.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 18.0  | 82.0   |

(%)

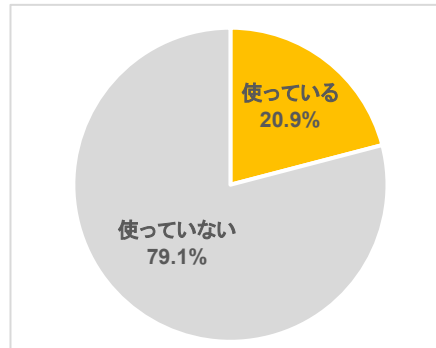
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

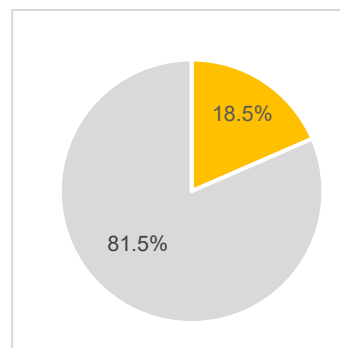


【全体】

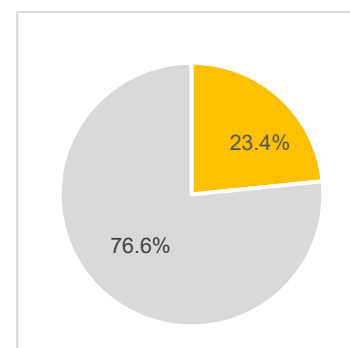
(%)



【男性】



【女性】



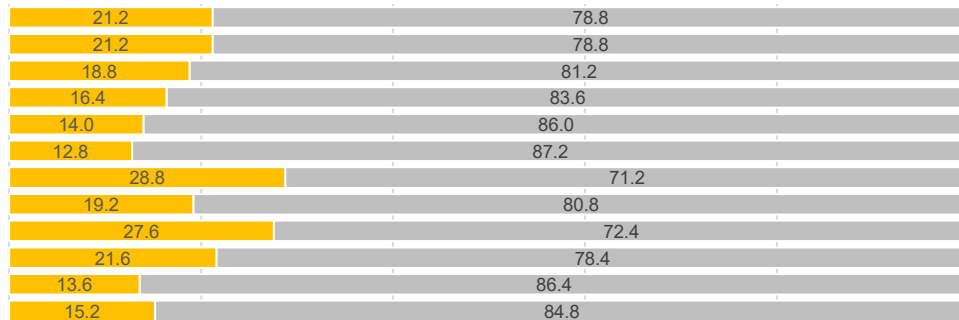
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (29) ペットのおやつ

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 19.2  | 80.8   |
|     | 男性        | 1500 | 17.4  | 82.6   |
|     | 女性        | 1500 | 21.0  | 79.0   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 25.0  | 75.0   |
|     | 30代       | 500  | 20.2  | 79.8   |
|     | 40代       | 500  | 23.2  | 76.8   |
|     | 50代       | 500  | 19.0  | 81.0   |
|     | 60代       | 500  | 13.8  | 86.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 14.0  | 86.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 21.2  | 78.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 21.2  | 78.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 18.8  | 81.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 16.4  | 83.6   |
|     | 男性-60代    | 250  | 14.0  | 86.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 12.8  | 87.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 28.8  | 71.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 19.2  | 80.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 27.6  | 72.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 21.6  | 78.4   |
|     | 女性-60代    | 250  | 13.6  | 86.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 15.2  | 84.8   |

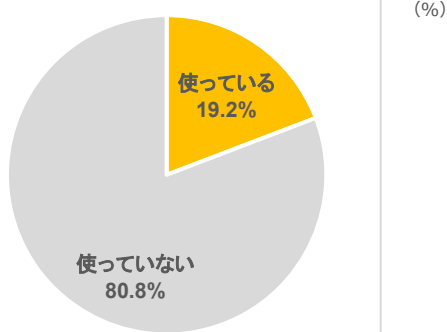
(%)



【性年代】

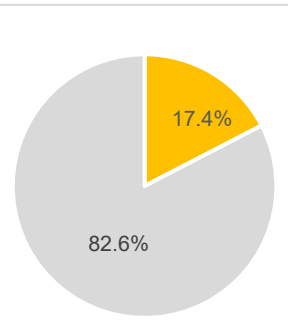
■ 使っている ■ 使っていない (%)

【全体】

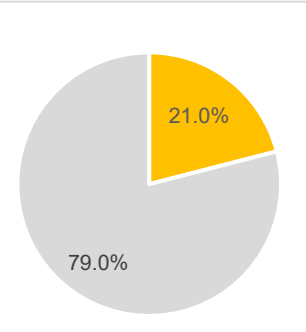


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

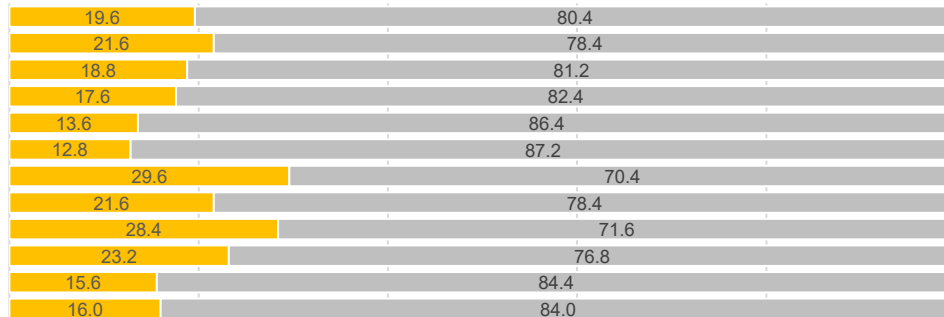
#### (30) ペット用品

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 19.9  | 80.1   |
|     | 男性        | 1500 | 17.3  | 82.7   |
|     | 女性        | 1500 | 22.4  | 77.6   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 24.6  | 75.4   |
|     | 30代       | 500  | 21.6  | 78.4   |
|     | 40代       | 500  | 23.6  | 76.4   |
|     | 50代       | 500  | 20.4  | 79.6   |
|     | 60代       | 500  | 14.6  | 85.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 14.4  | 85.6   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 19.6  | 80.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 21.6  | 78.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 18.8  | 81.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 17.6  | 82.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 13.6  | 86.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 12.8  | 87.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 29.6  | 70.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 21.6  | 78.4   |
|     | 女性-40代    | 250  | 28.4  | 71.6   |
|     | 女性-50代    | 250  | 23.2  | 76.8   |
|     | 女性-60代    | 250  | 15.6  | 84.4   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 16.0  | 84.0   |

(%)

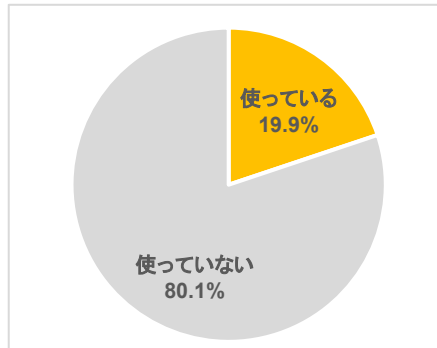
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

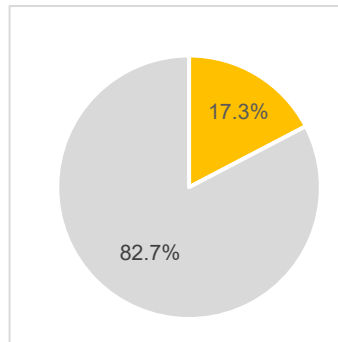


【全体】

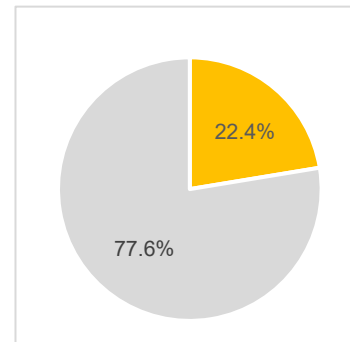
(%)



【男性】



【女性】



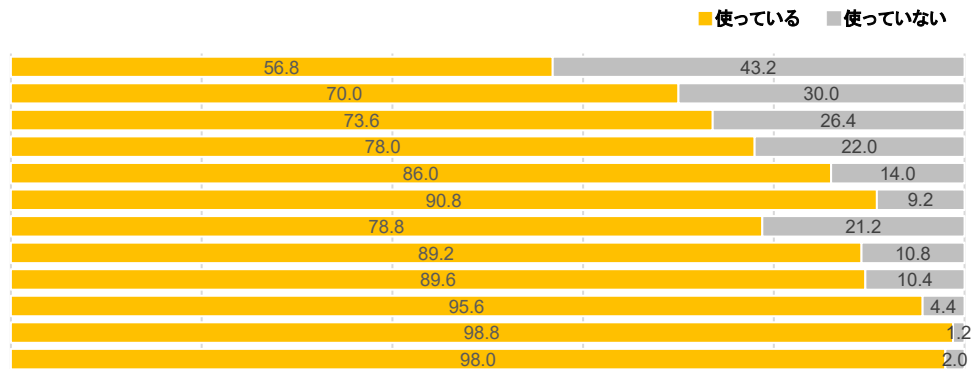
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

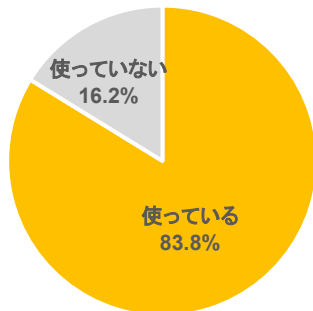
#### (31) ラップ、食品保存用袋など

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 83.8  | 16.2   |
|     | 男性        | 1500 | 75.9  | 24.1   |
|     | 女性        | 1500 | 91.7  | 8.3    |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 67.8  | 32.2   |
|     | 30代       | 500  | 79.6  | 20.4   |
|     | 40代       | 500  | 81.6  | 18.4   |
|     | 50代       | 500  | 86.8  | 13.2   |
|     | 60代       | 500  | 92.4  | 7.6    |
|     | 70代以上     | 500  | 94.4  | 5.6    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 56.8  | 43.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 70.0  | 30.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 73.6  | 26.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 78.0  | 22.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 86.0  | 14.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 90.8  | 9.2    |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 78.8  | 21.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 89.2  | 10.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 89.6  | 10.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 95.6  | 4.4    |
|     | 女性-60代    | 250  | 98.8  | 1.2    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 98.0  | 2.0    |

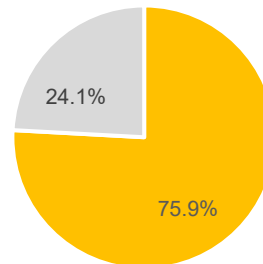
(%)



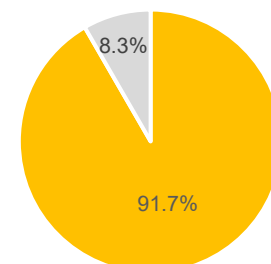
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

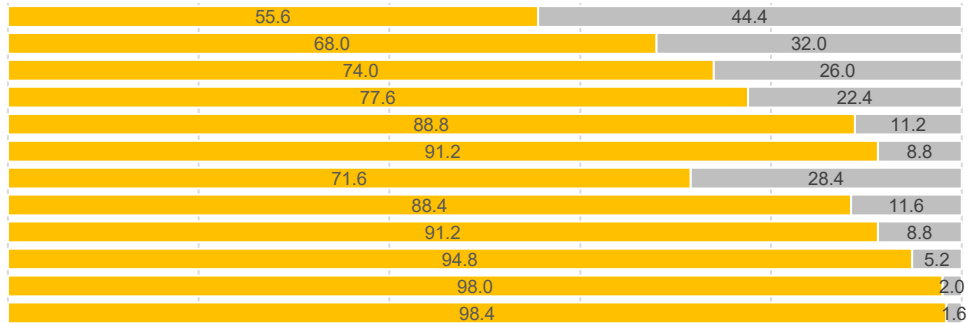
#### (32) キッチンペーパー・タオル、スポンジなど

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 83.1  | 16.9   |
|     | 男性        | 1500 | 75.9  | 24.1   |
|     | 女性        | 1500 | 90.4  | 9.6    |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 63.6  | 36.4   |
|     | 30代       | 500  | 78.2  | 21.8   |
|     | 40代       | 500  | 82.6  | 17.4   |
|     | 50代       | 500  | 86.2  | 13.8   |
|     | 60代       | 500  | 93.4  | 6.6    |
|     | 70代以上     | 500  | 94.8  | 5.2    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 55.6  | 44.4   |
|     | 男性-30代    | 250  | 68.0  | 32.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 74.0  | 26.0   |
|     | 男性-50代    | 250  | 77.6  | 22.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 88.8  | 11.2   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 91.2  | 8.8    |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 71.6  | 28.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 88.4  | 11.6   |
|     | 女性-40代    | 250  | 91.2  | 8.8    |
|     | 女性-50代    | 250  | 94.8  | 5.2    |
|     | 女性-60代    | 250  | 98.0  | 2.0    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 98.4  | 1.6    |

(%)

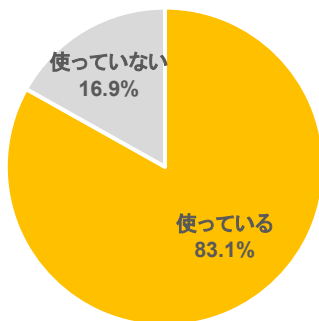
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

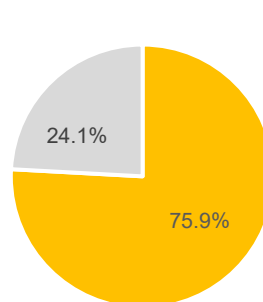


【全体】

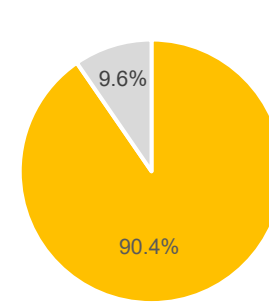
(%)



【男性】



【女性】

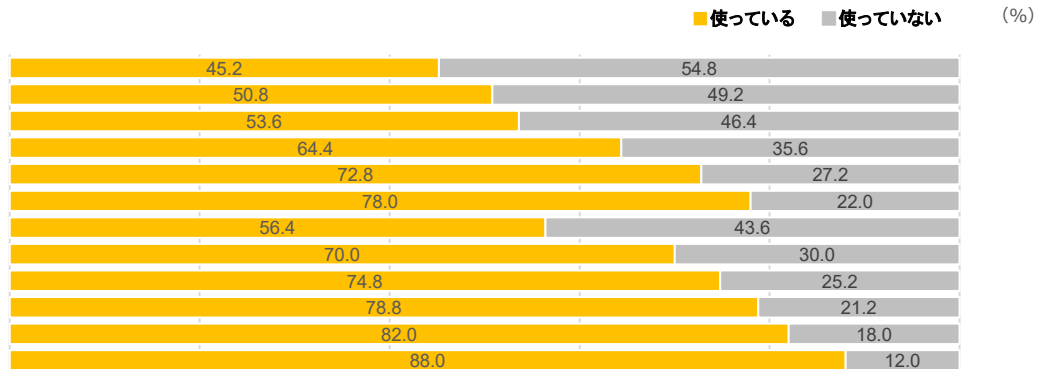


### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

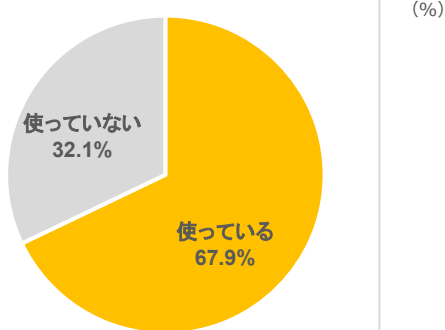
## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (33) 防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど）

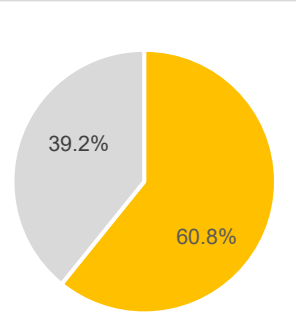
|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない | (%) |
|-----|-----------|------|-------|--------|-----|
| 性別  | 全体        | 3000 | 67.9  | 32.1   |     |
|     | 男性        | 1500 | 60.8  | 39.2   |     |
|     | 女性        | 1500 | 75.0  | 25.0   |     |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 50.8  | 49.2   |     |
|     | 30代       | 500  | 60.4  | 39.6   |     |
|     | 40代       | 500  | 64.2  | 35.8   |     |
|     | 50代       | 500  | 71.6  | 28.4   |     |
|     | 60代       | 500  | 77.4  | 22.6   |     |
|     | 70代以上     | 500  | 83.0  | 17.0   |     |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 45.2  | 54.8   |     |
|     | 男性-30代    | 250  | 50.8  | 49.2   |     |
|     | 男性-40代    | 250  | 53.6  | 46.4   |     |
|     | 男性-50代    | 250  | 64.4  | 35.6   |     |
|     | 男性-60代    | 250  | 72.8  | 27.2   |     |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 78.0  | 22.0   |     |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 56.4  | 43.6   |     |
|     | 女性-30代    | 250  | 70.0  | 30.0   |     |
|     | 女性-40代    | 250  | 74.8  | 25.2   |     |
|     | 女性-50代    | 250  | 78.8  | 21.2   |     |
|     | 女性-60代    | 250  | 82.0  | 18.0   |     |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 88.0  | 12.0   |     |



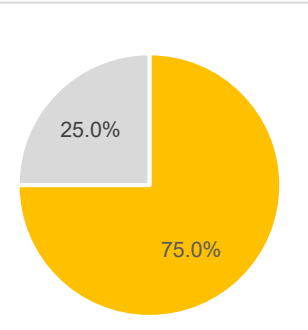
【全体】



【男性】



【女性】



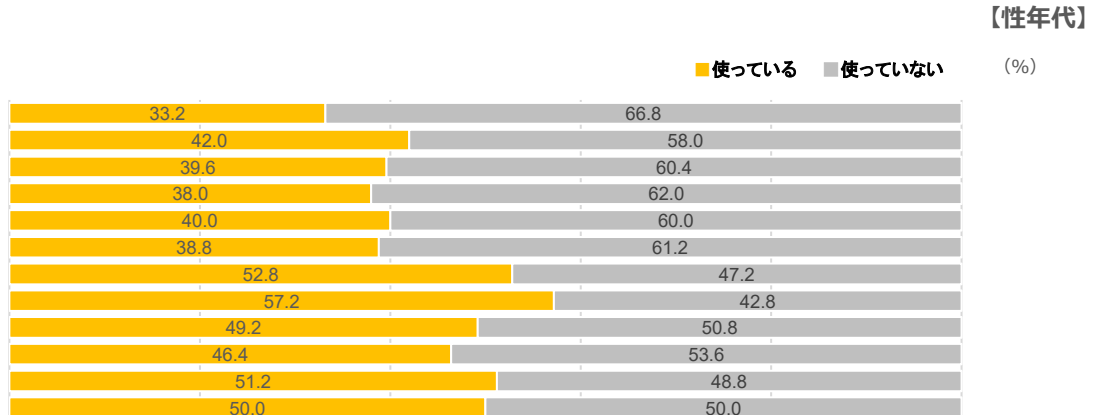
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

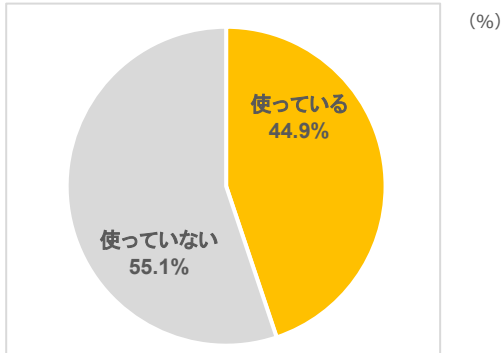
#### (34) 健康食品・サプリメント・栄養剤など

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 44.9  | 55.1   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 38.6  | 61.4   |
|     | 女性        | 1500 | 51.1  | 48.9   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 43.0  | 57.0   |
|     | 30代       | 500  | 49.6  | 50.4   |
|     | 40代       | 500  | 44.4  | 55.6   |
|     | 50代       | 500  | 42.2  | 57.8   |
|     | 60代       | 500  | 45.6  | 54.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 44.4  | 55.6   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 33.2  | 66.8   |
|     | 男性-30代    | 250  | 42.0  | 58.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 39.6  | 60.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 38.0  | 62.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 40.0  | 60.0   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 38.8  | 61.2   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 52.8  | 47.2   |
|     | 女性-30代    | 250  | 57.2  | 42.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 49.2  | 50.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 46.4  | 53.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 51.2  | 48.8   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 50.0  | 50.0   |

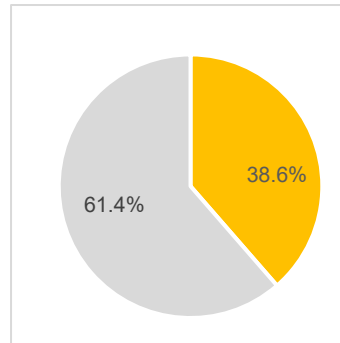
(%)



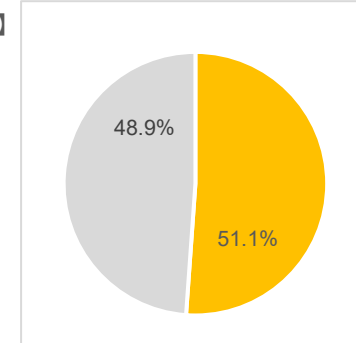
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (35) 健康器具（血圧計、体温計など）

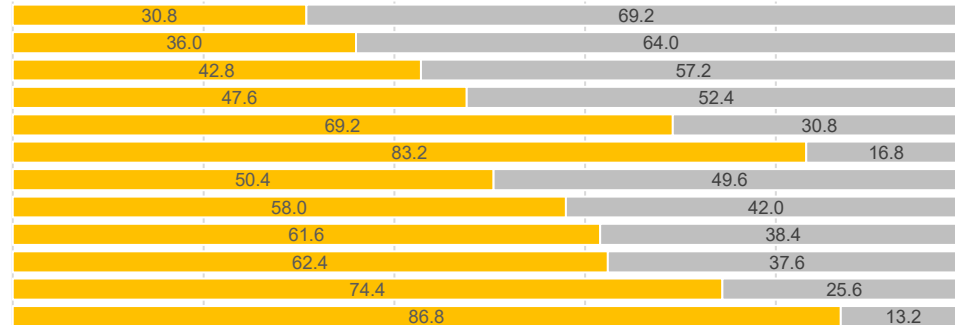
|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 58.6  | 41.4   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 51.6  | 48.4   |
|     | 女性        | 1500 | 65.6  | 34.4   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 40.6  | 59.4   |
|     | 30代       | 500  | 47.0  | 53.0   |
|     | 40代       | 500  | 52.2  | 47.8   |
|     | 50代       | 500  | 55.0  | 45.0   |
|     | 60代       | 500  | 71.8  | 28.2   |
|     | 70代以上     | 500  | 85.0  | 15.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 30.8  | 69.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 36.0  | 64.0   |
|     | 男性-40代    | 250  | 42.8  | 57.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 47.6  | 52.4   |
|     | 男性-60代    | 250  | 69.2  | 30.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 83.2  | 16.8   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 50.4  | 49.6   |
|     | 女性-30代    | 250  | 58.0  | 42.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 61.6  | 38.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 62.4  | 37.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 74.4  | 25.6   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 86.8  | 13.2   |

(%)

【性年代】

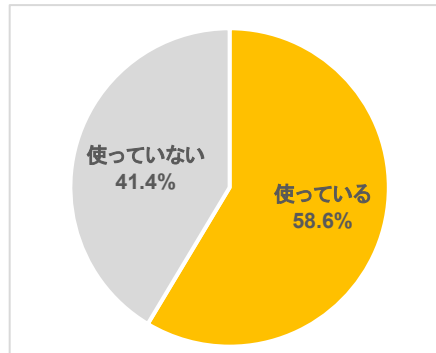
(%)

■使っている ■使っていない

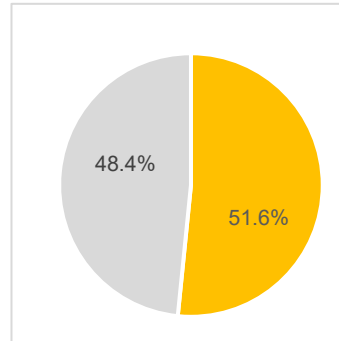


【全体】

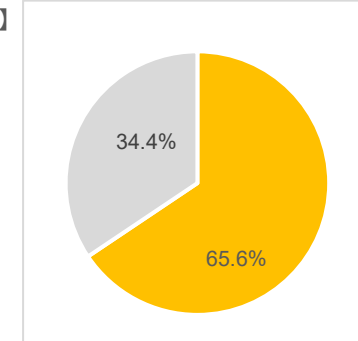
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

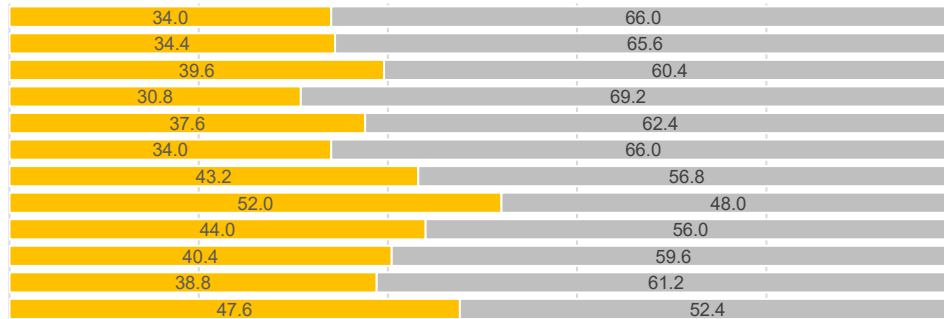
#### (36) 入浴剤

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 39.7  | 60.3   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 35.1  | 64.9   |
|     | 女性        | 1500 | 44.3  | 55.7   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 38.6  | 61.4   |
|     | 30代       | 500  | 43.2  | 56.8   |
|     | 40代       | 500  | 41.8  | 58.2   |
|     | 50代       | 500  | 35.6  | 64.4   |
|     | 60代       | 500  | 38.2  | 61.8   |
|     | 70代以上     | 500  | 40.8  | 59.2   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 34.0  | 66.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 34.4  | 65.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 39.6  | 60.4   |
|     | 男性-50代    | 250  | 30.8  | 69.2   |
|     | 男性-60代    | 250  | 37.6  | 62.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 34.0  | 66.0   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 43.2  | 56.8   |
|     | 女性-30代    | 250  | 52.0  | 48.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 44.0  | 56.0   |
|     | 女性-50代    | 250  | 40.4  | 59.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 38.8  | 61.2   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 47.6  | 52.4   |

(%)

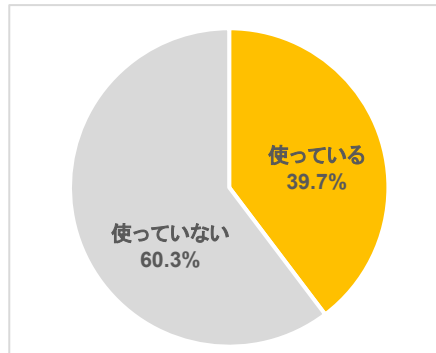
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

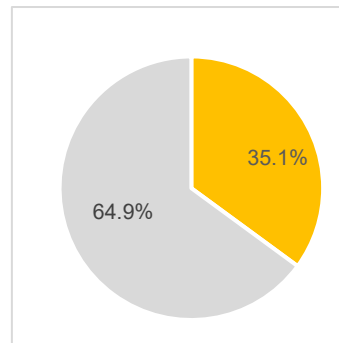


【全体】

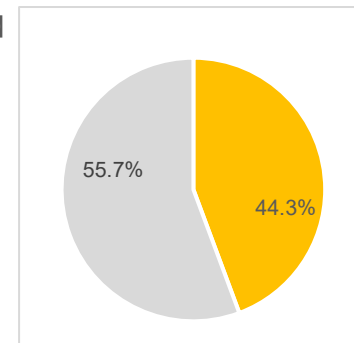
(%)



【男性】



【女性】



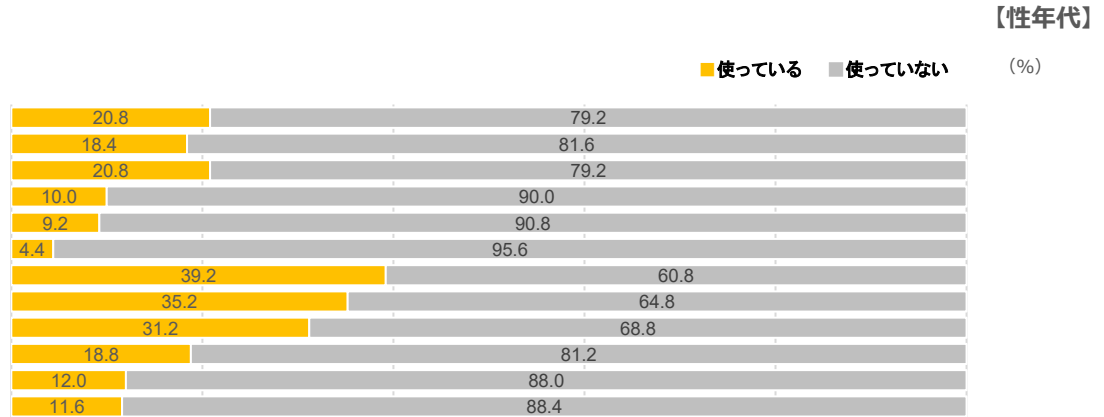
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

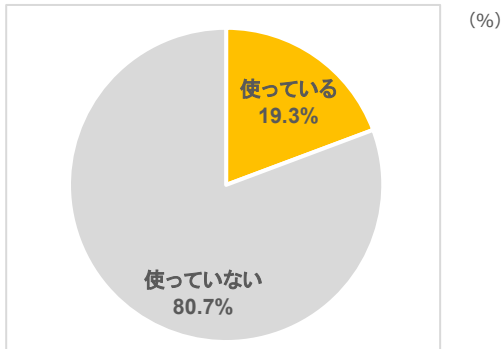
#### (37) レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 19.3  | 80.7   |
|     | 男性        | 1500 | 13.9  | 86.1   |
|     | 女性        | 1500 | 24.7  | 75.3   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 30.0  | 70.0   |
|     | 30代       | 500  | 26.8  | 73.2   |
|     | 40代       | 500  | 26.0  | 74.0   |
|     | 50代       | 500  | 14.4  | 85.6   |
|     | 60代       | 500  | 10.6  | 89.4   |
|     | 70代以上     | 500  | 8.0   | 92.0   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 20.8  | 79.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 18.4  | 81.6   |
|     | 男性-40代    | 250  | 20.8  | 79.2   |
|     | 男性-50代    | 250  | 10.0  | 90.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 9.2   | 90.8   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 4.4   | 95.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 39.2  | 60.8   |
|     | 女性-30代    | 250  | 35.2  | 64.8   |
|     | 女性-40代    | 250  | 31.2  | 68.8   |
|     | 女性-50代    | 250  | 18.8  | 81.2   |
|     | 女性-60代    | 250  | 12.0  | 88.0   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 11.6  | 88.4   |

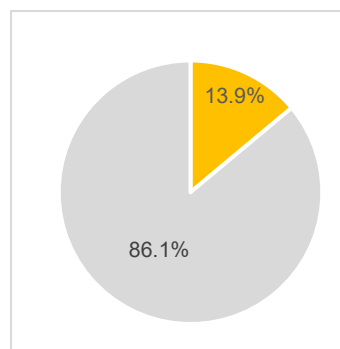
(%)



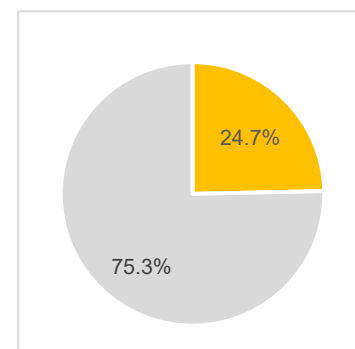
【全体】



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

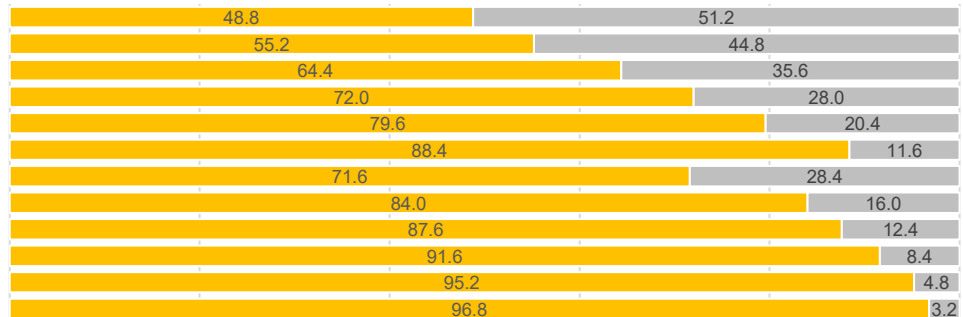
#### (38) 生活雑貨（食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ごみ袋など）

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
|     | 全体        | 3000 | 77.9  | 22.1   |
| 性別  | 男性        | 1500 | 68.1  | 31.9   |
|     | 女性        | 1500 | 87.8  | 12.2   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 60.2  | 39.8   |
|     | 30代       | 500  | 69.6  | 30.4   |
|     | 40代       | 500  | 76.0  | 24.0   |
|     | 50代       | 500  | 81.8  | 18.2   |
|     | 60代       | 500  | 87.4  | 12.6   |
|     | 70代以上     | 500  | 92.6  | 7.4    |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 48.8  | 51.2   |
|     | 男性-30代    | 250  | 55.2  | 44.8   |
|     | 男性-40代    | 250  | 64.4  | 35.6   |
|     | 男性-50代    | 250  | 72.0  | 28.0   |
|     | 男性-60代    | 250  | 79.6  | 20.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 88.4  | 11.6   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 71.6  | 28.4   |
|     | 女性-30代    | 250  | 84.0  | 16.0   |
|     | 女性-40代    | 250  | 87.6  | 12.4   |
|     | 女性-50代    | 250  | 91.6  | 8.4    |
|     | 女性-60代    | 250  | 95.2  | 4.8    |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 96.8  | 3.2    |

(%)

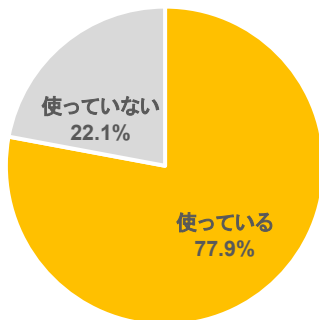
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

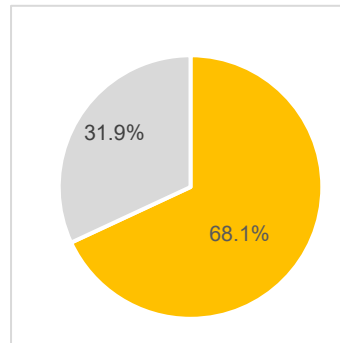


【全体】

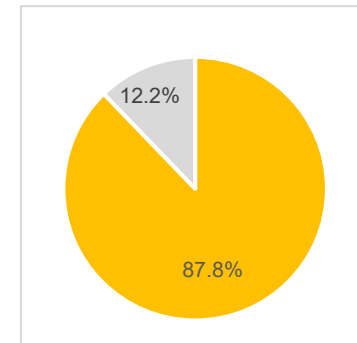
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

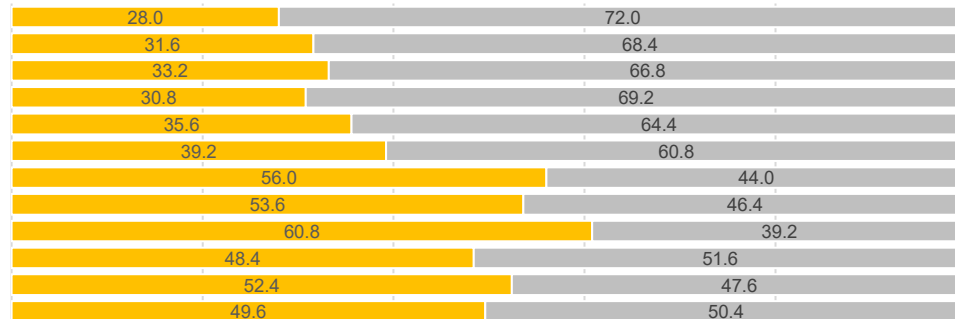
#### (39) 使い捨てカイロ、熱冷却シートなど

|     |           | 合計   | 使っている | 使っていない |
|-----|-----------|------|-------|--------|
| 性別  | 全体        | 3000 | 43.3  | 56.7   |
|     | 男性        | 1500 | 33.1  | 66.9   |
|     | 女性        | 1500 | 53.5  | 46.5   |
| 年齢  | 18～29歳    | 500  | 42.0  | 58.0   |
|     | 30代       | 500  | 42.6  | 57.4   |
|     | 40代       | 500  | 47.0  | 53.0   |
|     | 50代       | 500  | 39.6  | 60.4   |
|     | 60代       | 500  | 44.0  | 56.0   |
|     | 70代以上     | 500  | 44.4  | 55.6   |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 250  | 28.0  | 72.0   |
|     | 男性-30代    | 250  | 31.6  | 68.4   |
|     | 男性-40代    | 250  | 33.2  | 66.8   |
|     | 男性-50代    | 250  | 30.8  | 69.2   |
|     | 男性-60代    | 250  | 35.6  | 64.4   |
|     | 男性-70代以上  | 250  | 39.2  | 60.8   |
|     | 女性-18～29歳 | 250  | 56.0  | 44.0   |
|     | 女性-30代    | 250  | 53.6  | 46.4   |
|     | 女性-40代    | 250  | 60.8  | 39.2   |
|     | 女性-50代    | 250  | 48.4  | 51.6   |
|     | 女性-60代    | 250  | 52.4  | 47.6   |
|     | 女性-70代以上  | 250  | 49.6  | 50.4   |

(%)

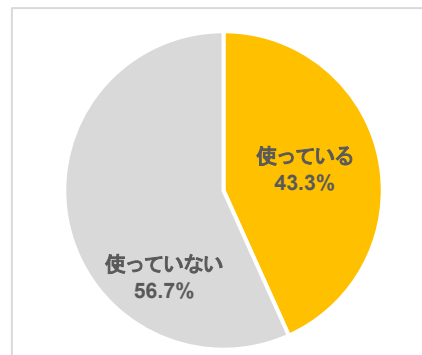
【性年代】

■使っている ■使っていない (%)

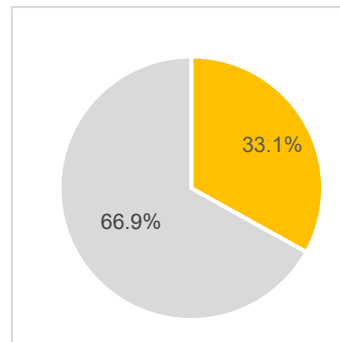


【全体】

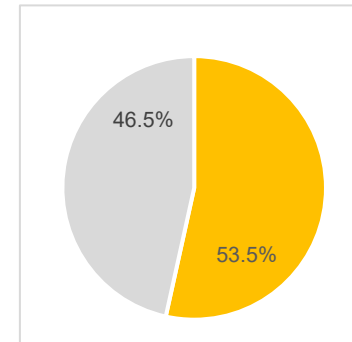
(%)



【男性】



【女性】



### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

(まとめ)

(%)

|                                           | 全体   | 使っている | 使っていない |
|-------------------------------------------|------|-------|--------|
| 1.ベースメイク化粧品(化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど)       | 3000 | 43.0  | 57.0   |
| 2.ポイントメイク化粧品(口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど) | 3000 | 39.8  | 60.2   |
| 3.スキンケア化粧品(洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど)   | 3000 | 59.5  | 40.5   |
| 4.フレグランス、香水                               | 3000 | 25.2  | 74.8   |
| 5.ボディケア(ボディソープ、ハンドソープなど)                  | 3000 | 71.7  | 28.3   |
| 6.ボディケア(ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など)      | 3000 | 59.6  | 40.4   |
| 7.ヘアケア(シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど)          | 3000 | 83.6  | 16.4   |
| 8.ヘアケア(整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど)                 | 3000 | 48.4  | 51.6   |
| 9.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)              | 3000 | 48.1  | 51.9   |
| 10.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)                     | 3000 | 75.3  | 24.7   |
| 11.オーラルケア(歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど)               | 3000 | 90.4  | 9.6    |
| 12.オーラルケア(歯磨き粉、マウスウォッシュなど)                | 3000 | 85.7  | 14.3   |
| 13.化粧小物(爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど)            | 3000 | 77.8  | 22.2   |
| 14.その他の日用品(ストッキング、加圧ソックスなど)               | 3000 | 34.6  | 65.4   |
| 15.紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)             | 3000 | 85.6  | 14.4   |
| 16.衛生用品(マスク、絆創膏、消毒シートなど)                  | 3000 | 78.5  | 21.5   |
| 17.生理用品(ナプキン、尿とりパットなど)                    | 3000 | 35.9  | 64.1   |
| 18.紙おむつ(大人用)                              | 3000 | 8.2   | 91.8   |
| 19.紙おむつ(ベビー用)                             | 3000 | 9.3   | 90.7   |
| 20.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード                      | 3000 | 8.5   | 91.5   |

(%)

|                                 | 全体   | 使っている | 使っていない |
|---------------------------------|------|-------|--------|
| 21.風邪薬                          | 3000 | 50.8  | 49.2   |
| 22.解熱鎮痛剤                        | 3000 | 45.2  | 54.8   |
| 23.胃腸薬                          | 3000 | 36.9  | 63.1   |
| 24.湿布・サポーター(肩こり、腰痛、筋肉痛など)       | 3000 | 39.2  | 60.8   |
| 25.コンタクトレンズ用品(洗浄液、目の洗浄液など)      | 3000 | 23.0  | 77.0   |
| 26.アイケア用品(ホットアイマスク、目薬など)        | 3000 | 35.2  | 64.8   |
| 27.花粉対策(洗眼液、鼻炎薬など)              | 3000 | 24.7  | 75.3   |
| 28.ペットフード                       | 3000 | 20.9  | 79.1   |
| 29.ペットのおやつ                      | 3000 | 19.2  | 80.8   |
| 30.ペット用品                        | 3000 | 19.9  | 80.1   |
| 31.ラップ、食品保存用袋など                 | 3000 | 83.8  | 16.2   |
| 32.キッチンペーパー・タオル、スポンジなど          | 3000 | 83.1  | 16.9   |
| 33.防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど)  | 3000 | 67.9  | 32.1   |
| 34.健康食品・サプリメント・栄養剤など            | 3000 | 44.9  | 55.1   |
| 35.健康器具(血圧計、体温計など)              | 3000 | 58.6  | 41.4   |
| 36.入浴剤                          | 3000 | 39.7  | 60.3   |
| 37.レッグ・フットケア用品(足用冷却シート、脱毛剤など)   | 3000 | 19.3  | 80.7   |
| 38.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ごみ袋など) | 3000 | 77.9  | 22.1   |
| 39.使い捨てカイロ、熱冷却シートなど             | 3000 | 43.3  | 56.7   |

## 日用品の購入場所について

Q.次にあげる商品を、あなたは実際の店舗（実店舗）とインターネット（ネット）のどちらで購入していますか？

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

普段、日用品の購入場所について調査した。

### 化粧品・美容関連は実店舗が主軸

ベースメイク・ポイントメイク・スキンケアにおいては、実店舗派（のみ＋多め）が約7割（70.8%～73.4%）を占め、ECシフトが進みつつも店頭での現物確認や肌調整が重視されているようだ。ただし、ネット派（ネット多め＋ネットのみ）も2割強～3割弱存在し、リピート購入等でのEC利用が見られる。フレグランス・香水においては、実店舗派が63.1%に対し、ネット利用（多め＋のみ）が29.7%と化粧品類の中ではEC比率が高め。お気に入りの香りの指名買いやネット専売品の購入が影響していると考えられる。

### 日用消耗品・トイレタリーは実店舗が圧倒的優勢

ボディケア・ヘアケア・芳香剤・洗剤類においては、実店舗派が8割前後（76.2%～81.9%）にのぼり、ネット利用（のみ）は3%～5%程度にとどまる。紙製品（ティッシュ等）・衛生用品（マスク等）・オーラルケア実においては、店舗派が8割超（83.4%～84.8%）を占め、最寄店舗でのついで買いや即時購入のニーズが定着している。

### ベビー・介護用品はEC利用率が跳ね上がる

紙おむつ（ベビー用） / ベビーフードにおいては、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が28.6%（ベビーおむつ）、30.3%（ベビーフード等）に達し、全品目の中でもトップクラスのEC化率を示している。

紙おむつ（大人用）においては、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が38.4%とさらに高くなり、購入時の持ち運び負担軽減やプライバシー配慮の観点からECチャネルが強く支持されている結果だ。

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

普段、日用品の購入場所について調査した。

### 医薬品・ヘルスケア用品は「実店舗完結」、継続品は「EC併用」

風邪薬・解熱鎮痛剤・胃腸薬・湿布においては、実店舗派が8割超（83.3%～85.7%）と非常に高く、ネット利用は1割前後にすぎない。  
コンタクトレンズ用品においては、実店舗派67.9%に対し、ネット利用が25.8%と高めに出ており、継続的に消費する定期購入品としてのEC親和性が伺える。

### ペット用品はEC利用が定着

ペットフードにおいては、実店舗派が62.9%に対し、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が31.9%と高く、重い袋の持ち運びを避けるための定期購入・まとめ買いEC利用が浸透している。

### キッチン消耗品・住居雑貨は実店舗依存する

ラップ・食品保存用袋においては、実店舗派（のみ＋多め）が86.8%（実店舗のみ 67.2%）。

キッチンペーパー・スポンジなどにおいては、実店舗派が86.7%（実店舗のみ 67.7%）。

防虫・殺虫剤においては、実店舗派が86.1%（実店舗のみ 66.6%）。

生活雑貨（食器用・住居用洗剤、ごみ袋など）：実店舗派が86.9%（実店舗のみ 65.7%）。

使い捨てカイロ・熱冷却シートなど：実店舗派が83.1%（実店舗のみ 60.2%）。

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

---

普段、日用品の購入場所について調査した。

### ヘルスケア・ウェルネス消耗品

---

健康食品・サプリメント・栄養剤などにおいては、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が30.4%（ネットのみ 12.5%）に達し、実店舗派（65.4%）に迫る高いEC利用率を示している。

レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）においては、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が19.9%（ネット多め 15.4%）と、日用雑貨類に比べてネット比率が高くなっている。

健康器具（血圧計、体温計など）においては、ネット利用（ネットの方が多め＋ネットのみで買っている）が17.1%（ネット多め 11.3%）。価格比較や高機能モデルの選定をネット上で行って購入する層が一定数存在する。

入浴剤においては、実店舗派が81.6%（実店舗のみ 57.3%）を占める一方、ネット利用も12.4%存在する。ドラッグストアなどでのついで買いが主流だが、大容量パックやこだわりのギフト用等でECが使われていると伺える。

### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

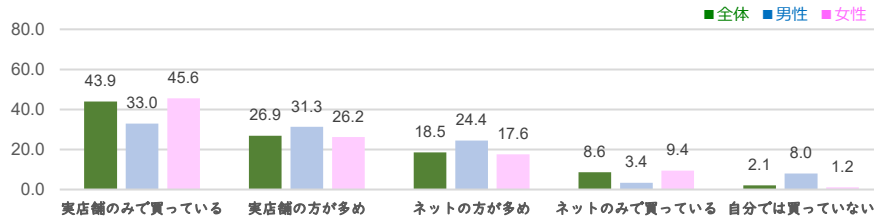
Q10. 次にあげる商品を、あなたは実際の店舗（実店舗）とインターネット（ネット）のどちらで購入していますか。（SA）

#### （１）ベースメイク化粧品

（化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1290人 | 43.9            | 26.9         | 18.5         | 8.6             | 2.1            |
| 男性 | 176人  | 33.0            | 31.3         | 24.4         | 3.4             | 8.0            |
| 女性 | 1114人 | 45.6            | 26.2         | 17.6         | 9.4             | 1.2            |

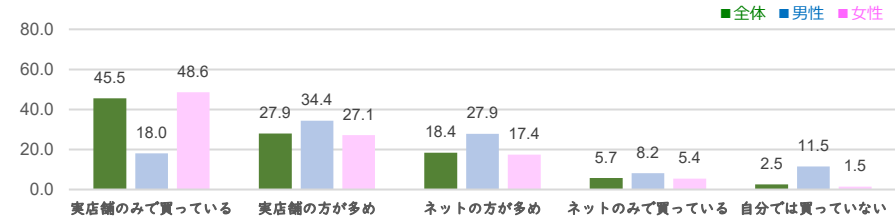


#### （２）ポイントメイク化粧品

（口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1194人 | 45.5            | 27.9         | 18.4         | 5.7             | 2.5            |
| 男性 | 122人  | 18.0            | 34.4         | 27.9         | 8.2             | 11.5           |
| 女性 | 1072人 | 48.6            | 27.1         | 17.4         | 5.4             | 1.5            |

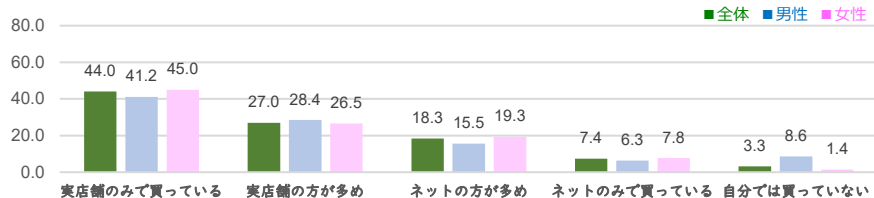


#### （３）スキンケア化粧品

（洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど）

(%)

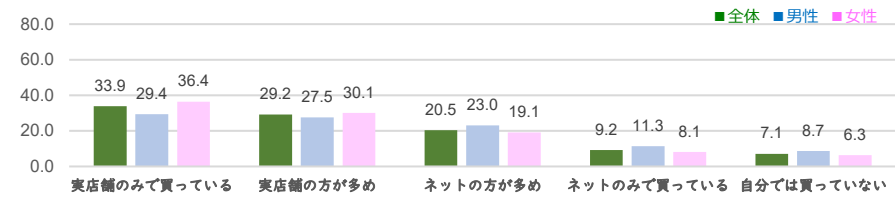
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1784人 | 44.0            | 27.0         | 18.3         | 7.4             | 3.3            |
| 男性 | 464人  | 41.2            | 28.4         | 15.5         | 6.3             | 8.6            |
| 女性 | 1320人 | 45.0            | 26.5         | 19.3         | 7.8             | 1.4            |



#### （４）フレグランス、香水

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 757人 | 33.9            | 29.2         | 20.5         | 9.2             | 7.1            |
| 男性 | 265人 | 29.4            | 27.5         | 23.0         | 11.3            | 8.7            |
| 女性 | 492人 | 36.4            | 30.1         | 19.1         | 8.1             | 6.3            |



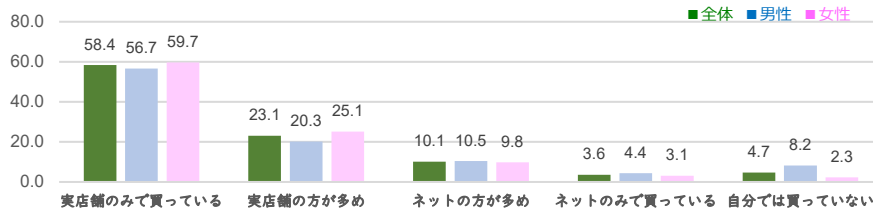
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (5) ボディケア（ボディソープ、ハンドソープなど）

(%)

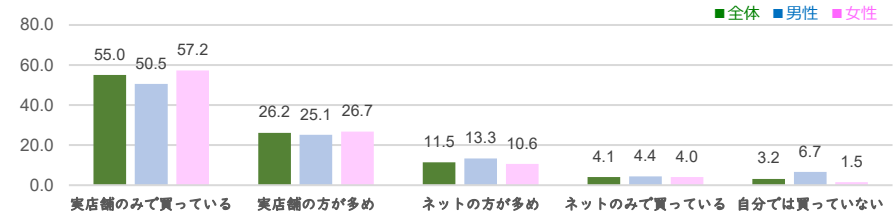
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2151人 | 58.4            | 23.1         | 10.1         | 3.6             | 4.7            |
| 男性 | 893人  | 56.7            | 20.3         | 10.5         | 4.4             | 8.2            |
| 女性 | 1258人 | 59.7            | 25.1         | 9.8          | 3.1             | 2.3            |



#### (6) ボディケア （ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など）

(%)

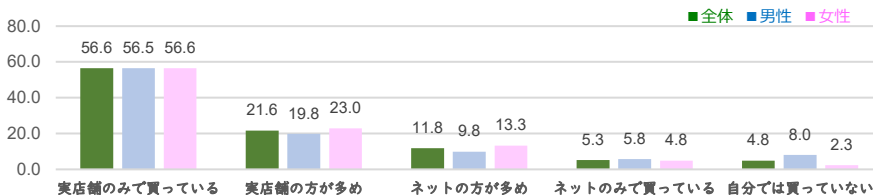
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1787人 | 55.0            | 26.2         | 11.5         | 4.1             | 3.2            |
| 男性 | 586人  | 50.5            | 25.1         | 13.3         | 4.4             | 6.7            |
| 女性 | 1201人 | 57.2            | 26.7         | 10.6         | 4.0             | 1.5            |



#### (7) ヘアケア（シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど）

(%)

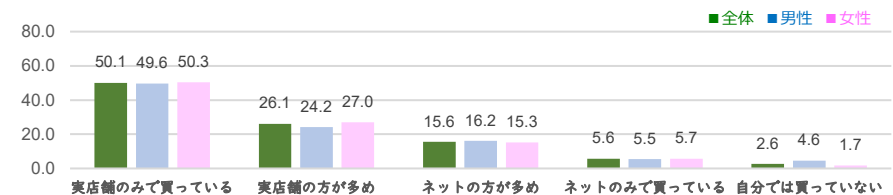
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2507人 | 56.6            | 21.6         | 11.8         | 5.3             | 4.8            |
| 男性 | 1100人 | 56.5            | 19.8         | 9.8          | 5.8             | 8.0            |
| 女性 | 1407人 | 56.6            | 23.0         | 13.3         | 4.8             | 2.3            |



#### (8) ヘアケア（整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1452人 | 50.1            | 26.1         | 15.6         | 5.6             | 2.6            |
| 男性 | 458人  | 49.6            | 24.2         | 16.2         | 5.5             | 4.6            |
| 女性 | 994人  | 50.3            | 27.0         | 15.3         | 5.7             | 1.7            |



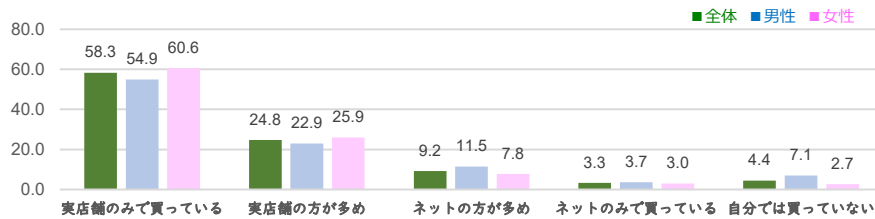
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (9) 芳香・消臭剤（消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど）

(%)

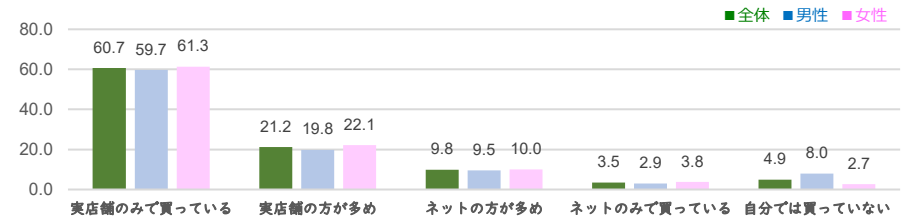
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1442人 | 58.3            | 24.8         | 9.2          | 3.3             | 4.4            |
| 男性 | 567人  | 54.9            | 22.9         | 11.5         | 3.7             | 7.1            |
| 女性 | 875人  | 60.6            | 25.9         | 7.8          | 3.0             | 2.7            |



#### (10) 衣料洗濯用品（洗濯洗剤、柔軟剤など）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2260人 | 60.7            | 21.2         | 9.8          | 3.5             | 4.9            |
| 男性 | 923人  | 59.7            | 19.8         | 9.5          | 2.9             | 8.0            |
| 女性 | 1337人 | 61.3            | 22.1         | 10.0         | 3.8             | 2.7            |



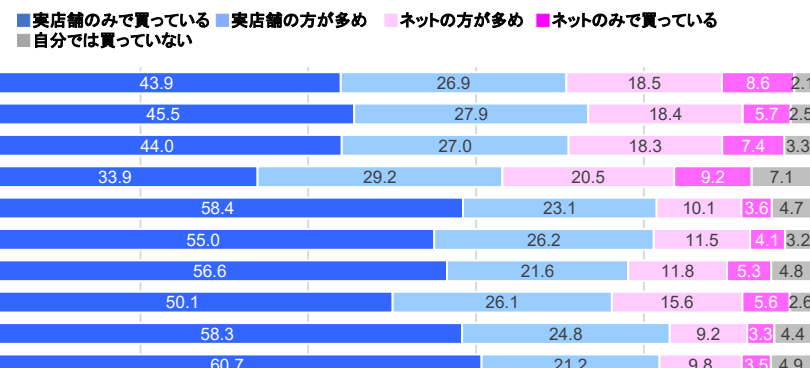
## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

(まとめ)

| (1) 化粧品・日用品について                             | 全体   | 実店舗のみ<br>で買っている | 実店舗の方<br>が多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では<br>買っていない |
|---------------------------------------------|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 1. ベースメイク化粧品 (化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど)       | 1290 | 43.9            | 26.9         | 18.5         | 8.6             | 2.1            |
| 2. ポイントメイク化粧品 (口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど) | 1194 | 45.5            | 27.9         | 18.4         | 5.7             | 2.5            |
| 3. スキンケア化粧品 (洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど)   | 1784 | 44.0            | 27.0         | 18.3         | 7.4             | 3.3            |
| 4. フレグランス、香水                                | 757  | 33.9            | 29.2         | 20.5         | 9.2             | 7.1            |
| 5. ボディケア (ボディソープ、ハンドソープなど)                  | 2151 | 58.4            | 23.1         | 10.1         | 3.6             | 4.7            |
| 6. ボディケア (ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など)      | 1787 | 55.0            | 26.2         | 11.5         | 4.1             | 3.2            |
| 7. ヘアケア (シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど)          | 2507 | 56.6            | 21.6         | 11.8         | 5.3             | 4.8            |
| 8. ヘアケア (整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど)                 | 1452 | 50.1            | 26.1         | 15.6         | 5.6             | 2.6            |
| 9. 芳香・消臭剤 (消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)              | 1442 | 58.3            | 24.8         | 9.2          | 3.3             | 4.4            |
| 10. 衣料洗濯用品 (洗濯洗剤、柔軟剤など)                     | 2260 | 60.7            | 21.2         | 9.8          | 3.5             | 4.9            |

【全体】(%)



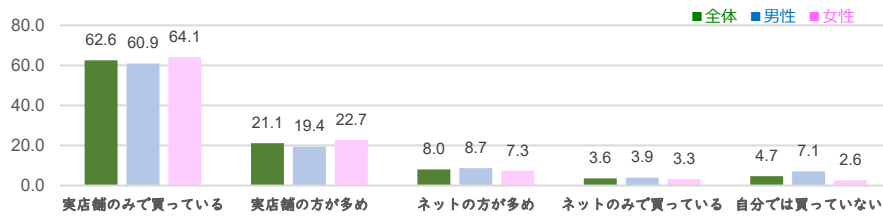
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (11) オーラルケア（歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど）

(%)

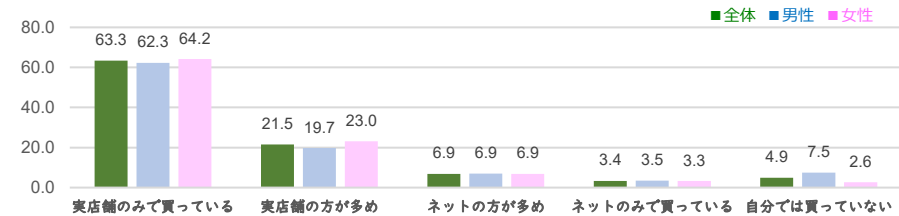
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2712人 | 62.6            | 21.1         | 8.0          | 3.6             | 4.7            |
| 男性 | 1280人 | 60.9            | 19.4         | 8.7          | 3.9             | 7.1            |
| 女性 | 1432人 | 64.1            | 22.7         | 7.3          | 3.3             | 2.6            |



#### (12) オーラルケア（歯磨き粉、マウスウォッシュなど）

(%)

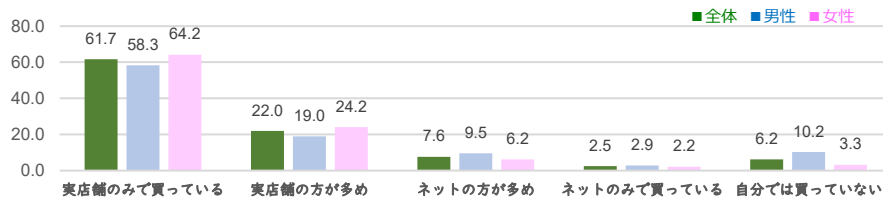
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2570人 | 63.3            | 21.5         | 6.9          | 3.4             | 4.9            |
| 男性 | 1186人 | 62.3            | 19.7         | 6.9          | 3.5             | 7.5            |
| 女性 | 1384人 | 64.2            | 23.0         | 6.9          | 3.3             | 2.6            |



#### (13) 化粧小物（爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど）

(%)

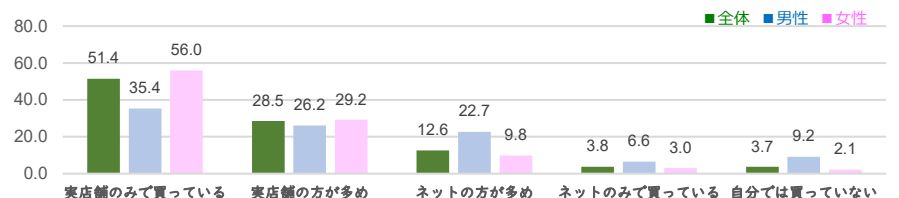
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2334人 | 61.7            | 22.0         | 7.6          | 2.5             | 6.2            |
| 男性 | 989人  | 58.3            | 19.0         | 9.5          | 2.9             | 10.2           |
| 女性 | 1345人 | 64.2            | 24.2         | 6.2          | 2.2             | 3.3            |



#### (14) その他の日用品（ストッキング、加圧ソックスなど）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1038人 | 51.4            | 28.5         | 12.6         | 3.8             | 3.7            |
| 男性 | 229人  | 35.4            | 26.2         | 22.7         | 6.6             | 9.2            |
| 女性 | 809人  | 56.0            | 29.2         | 9.8          | 3.0             | 2.1            |



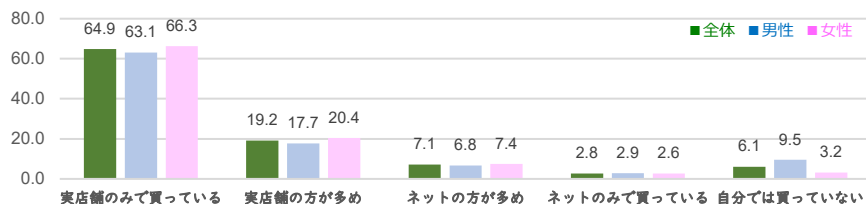
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (15) 紙製品（ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど）

(%)

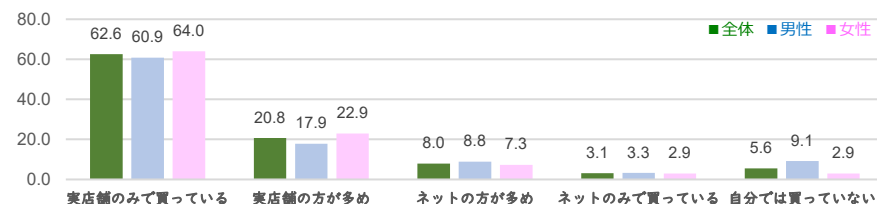
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2569人 | 64.9            | 19.2         | 7.1          | 2.8             | 6.1            |
| 男性 | 1169人 | 63.1            | 17.7         | 6.8          | 2.9             | 9.5            |
| 女性 | 1400人 | 66.3            | 20.4         | 7.4          | 2.6             | 3.2            |



#### (16) 衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）

(%)

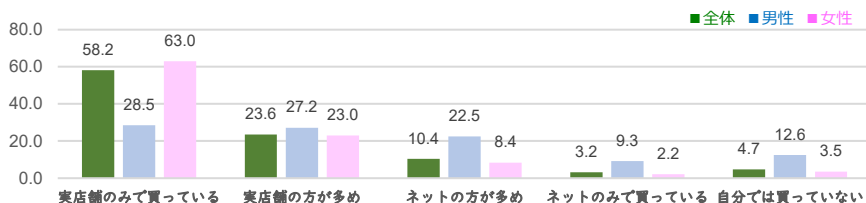
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2356人 | 62.6            | 20.8         | 8.0          | 3.1             | 5.6            |
| 男性 | 1007人 | 60.9            | 17.9         | 8.8          | 3.3             | 9.1            |
| 女性 | 1349人 | 64.0            | 22.9         | 7.3          | 2.9             | 2.9            |



#### (17) 生理用品（ナプキン、尿とりパットなど）

(%)

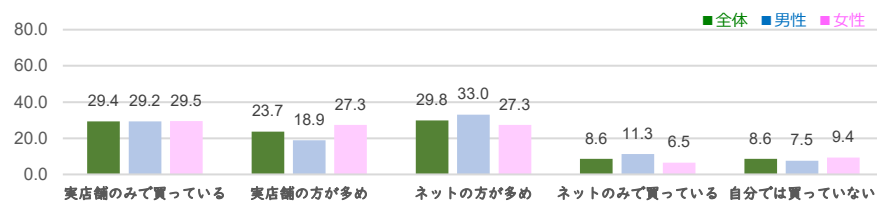
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1078人 | 58.2            | 23.6         | 10.4         | 3.2             | 4.7            |
| 男性 | 151人  | 28.5            | 27.2         | 22.5         | 9.3             | 12.6           |
| 女性 | 927人  | 63.0            | 23.0         | 8.4          | 2.2             | 3.5            |



#### (18) 紙おむつ（大人用）

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 245人 | 29.4            | 23.7         | 29.8         | 8.6             | 8.6            |
| 男性 | 106人 | 29.2            | 18.9         | 33.0         | 11.3            | 7.5            |
| 女性 | 139人 | 29.5            | 27.3         | 27.3         | 6.5             | 9.4            |



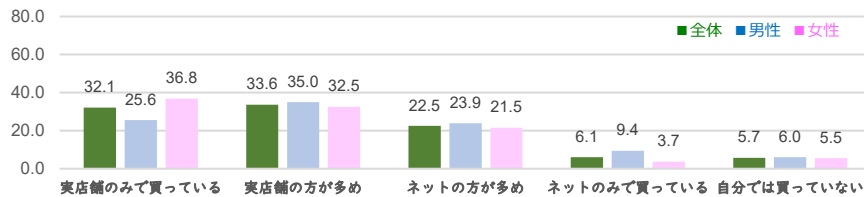
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (19) 紙おむつ（ベビー用）

(%)

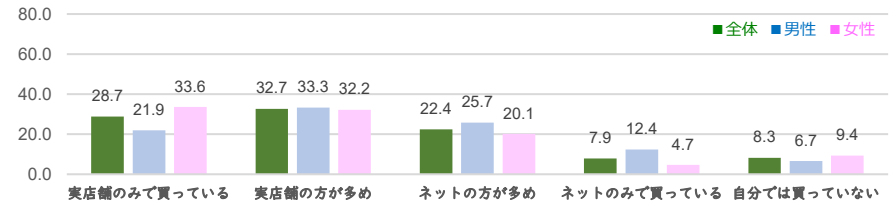
|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 280人 | 32.1            | 33.6         | 22.5         | 6.1             | 5.7            |
| 男性 | 117人 | 25.6            | 35.0         | 23.9         | 9.4             | 6.0            |
| 女性 | 163人 | 36.8            | 32.5         | 21.5         | 3.7             | 5.5            |



#### (20) ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 254人 | 28.7            | 32.7         | 22.4         | 7.9             | 8.3            |
| 男性 | 105人 | 21.9            | 33.3         | 25.7         | 12.4            | 6.7            |
| 女性 | 149人 | 33.6            | 32.2         | 20.1         | 4.7             | 9.4            |



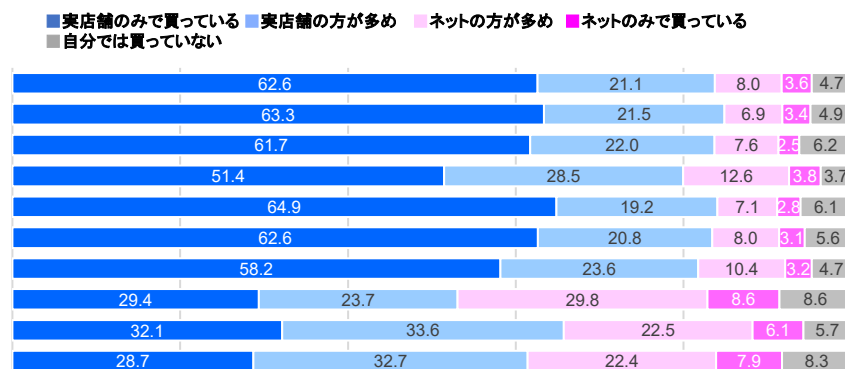
## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

(まとめ)

| (2) 日用品・衛生用品について               | 全体   | 実店舗のみ<br>で買っている | 実店舗の方<br>が多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では<br>買っていない |
|--------------------------------|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 11.オーラルケア（歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど）    | 2712 | 62.6            | 21.1         | 8.0          | 3.6             | 4.7            |
| 12.オーラルケア（歯磨き粉、マウスウォッシュなど）     | 2570 | 63.3            | 21.5         | 6.9          | 3.4             | 4.9            |
| 13.化粧小物（爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど） | 2334 | 61.7            | 22.0         | 7.6          | 2.5             | 6.2            |
| 14.その他の日用品（ストッキング、加圧ソックスなど）    | 1038 | 51.4            | 28.5         | 12.6         | 3.8             | 3.7            |
| 15.紙製品（ティッシュペーパー、トイレトペーパーなど）   | 2569 | 64.9            | 19.2         | 7.1          | 2.8             | 6.1            |
| 16.衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）       | 2356 | 62.6            | 20.8         | 8.0          | 3.1             | 5.6            |
| 17.生理用品（ナプキン、尿とりパットなど）         | 1078 | 58.2            | 23.6         | 10.4         | 3.2             | 4.7            |
| 18.紙おむつ（大人用）                   | 245  | 29.4            | 23.7         | 29.8         | 8.6             | 8.6            |
| 19.紙おむつ（ベビー用）                  | 280  | 32.1            | 33.6         | 22.5         | 6.1             | 5.7            |
| 20.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード           | 254  | 28.7            | 32.7         | 22.4         | 7.9             | 8.3            |

【全体】(%)



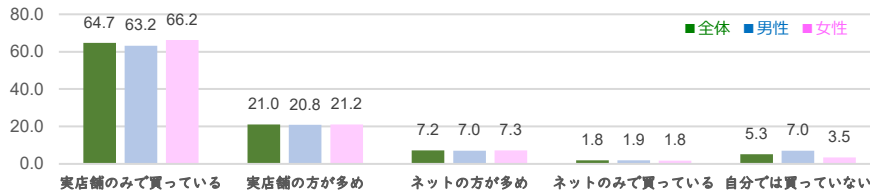
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (21) 風邪薬

(%)

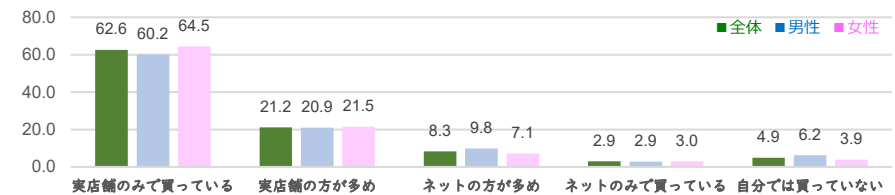
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1523人 | 64.7            | 21.0         | 7.2          | 1.8             | 5.3            |
| 男性 | 753人  | 63.2            | 20.8         | 7.0          | 1.9             | 7.0            |
| 女性 | 770人  | 66.2            | 21.2         | 7.3          | 1.8             | 3.5            |



#### (22) 解熱鎮痛剤

(%)

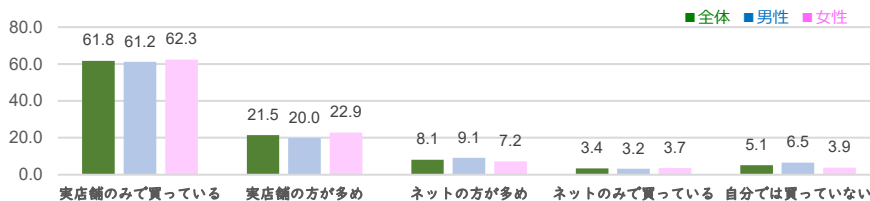
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1356人 | 62.6            | 21.2         | 8.3          | 2.9             | 4.9            |
| 男性 | 593人  | 60.2            | 20.9         | 9.8          | 2.9             | 6.2            |
| 女性 | 763人  | 64.5            | 21.5         | 7.1          | 3.0             | 3.9            |



#### (23) 胃腸薬

(%)

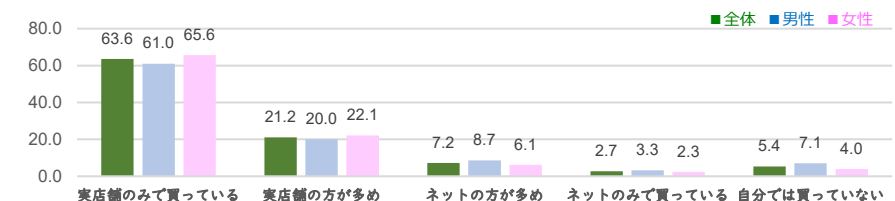
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1107人 | 61.8            | 21.5         | 8.1          | 3.4             | 5.1            |
| 男性 | 536人  | 61.2            | 20.0         | 9.1          | 3.2             | 6.5            |
| 女性 | 571人  | 62.3            | 22.9         | 7.2          | 3.7             | 3.9            |



#### (24) 湿布・サポーター（肩こり、腰痛、筋肉痛など）

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1177人 | 63.6            | 21.2         | 7.2          | 2.7             | 5.4            |
| 男性 | 520人  | 61.0            | 20.0         | 8.7          | 3.3             | 7.1            |
| 女性 | 657人  | 65.6            | 22.1         | 6.1          | 2.3             | 4.0            |



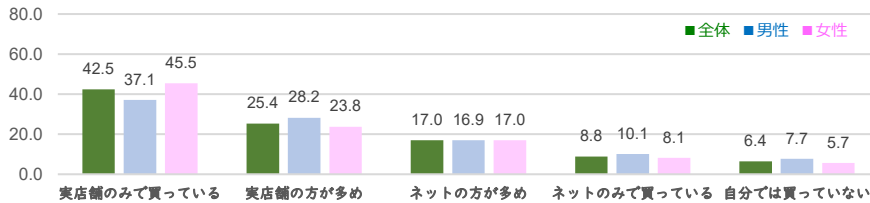
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (25) コンタクトレンズ用品（洗浄液、目の洗浄液など）

(%)

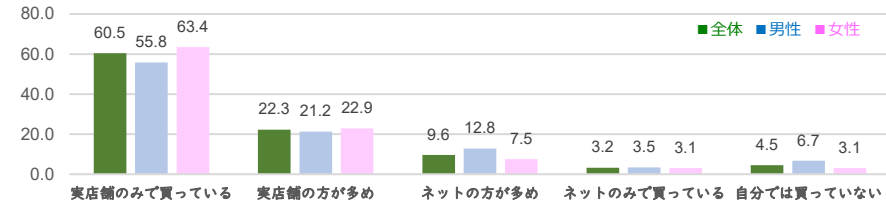
|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 690人 | 42.5            | 25.4         | 17.0         | 8.8             | 6.4            |
| 男性 | 248人 | 37.1            | 28.2         | 16.9         | 10.1            | 7.7            |
| 女性 | 442人 | 45.5            | 23.8         | 17.0         | 8.1             | 5.7            |



#### (26) アイケア用品（ホットアイマスク、目薬など）

(%)

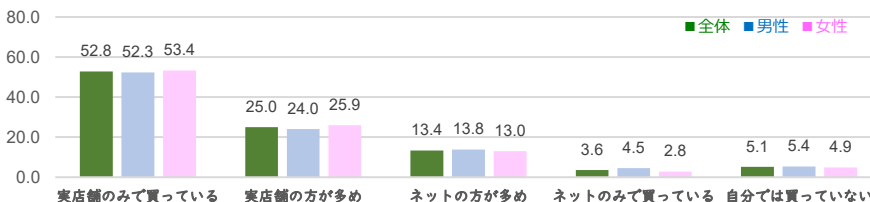
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1055人 | 60.5            | 22.3         | 9.6          | 3.2             | 4.5            |
| 男性 | 405人  | 55.8            | 21.2         | 12.8         | 3.5             | 6.7            |
| 女性 | 650人  | 63.4            | 22.9         | 7.5          | 3.1             | 3.1            |



#### (27) 花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）

(%)

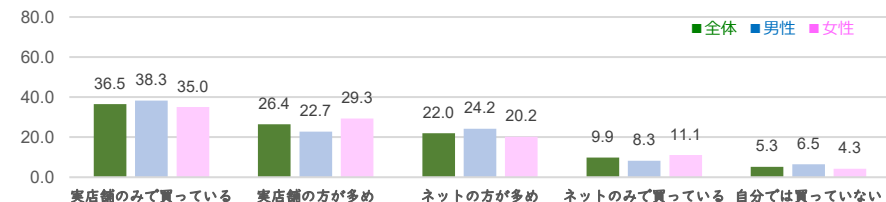
|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 740人 | 52.8            | 25.0         | 13.4         | 3.6             | 5.1            |
| 男性 | 354人 | 52.3            | 24.0         | 13.8         | 4.5             | 5.4            |
| 女性 | 386人 | 53.4            | 25.9         | 13.0         | 2.8             | 4.9            |



#### (28) ペットフード

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 628人 | 36.5            | 26.4         | 22.0         | 9.9             | 5.3            |
| 男性 | 277人 | 38.3            | 22.7         | 24.2         | 8.3             | 6.5            |
| 女性 | 351人 | 35.0            | 29.3         | 20.2         | 11.1            | 4.3            |



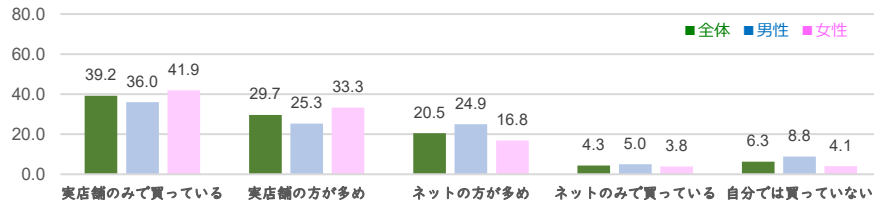
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (29) ペットのおやつ

(%)

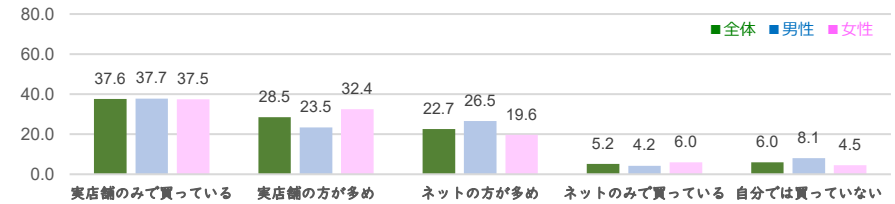
|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 576人 | 39.2            | 29.7         | 20.5         | 4.3             | 6.3            |
| 男性 | 261人 | 36.0            | 25.3         | 24.9         | 5.0             | 8.8            |
| 女性 | 315人 | 41.9            | 33.3         | 16.8         | 3.8             | 4.1            |



#### (30) ペット用品

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 596人 | 37.6            | 28.5         | 22.7         | 5.2             | 6.0            |
| 男性 | 260人 | 37.7            | 23.5         | 26.5         | 4.2             | 8.1            |
| 女性 | 336人 | 37.5            | 32.4         | 19.6         | 6.0             | 4.5            |

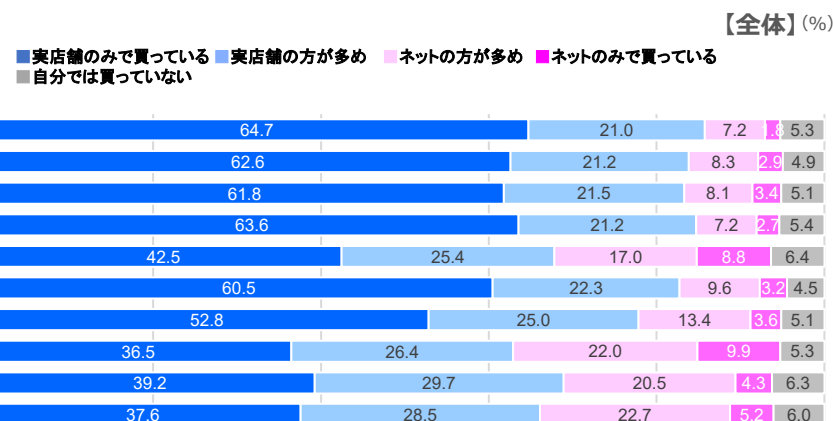


## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

(まとめ)

| (3) 市販の医薬品・ペット用品について       | 全体   | 実店舗のみ<br>で買っている | 実店舗の方<br>が多め | ネットの方<br>が多め | ネットのみ<br>で買っている | 自分では<br>買っていない |
|----------------------------|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 21.風邪薬                     | 1523 | 64.7            | 21.0         | 7.2          | 1.8             | 5.3            |
| 22.解熱鎮痛剤                   | 1356 | 62.6            | 21.2         | 8.3          | 2.9             | 4.9            |
| 23.胃腸薬                     | 1107 | 61.8            | 21.5         | 8.1          | 3.4             | 5.1            |
| 24.湿布・サポーター（肩こり、腰痛、筋肉痛など）  | 1177 | 63.6            | 21.2         | 7.2          | 2.7             | 5.4            |
| 25.コンタクトレンズ用品（洗浄液、目の洗浄液など） | 690  | 42.5            | 25.4         | 17.0         | 8.8             | 6.4            |
| 26.アイケア用品（ホットアイマスク、目薬など）   | 1055 | 60.5            | 22.3         | 9.6          | 3.2             | 4.5            |
| 27.花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）         | 740  | 52.8            | 25.0         | 13.4         | 3.6             | 5.1            |
| 28.ペットフード                  | 628  | 36.5            | 26.4         | 22.0         | 9.9             | 5.3            |
| 29.ペットのおやつ                 | 576  | 39.2            | 29.7         | 20.5         | 4.3             | 6.3            |
| 30.ペット用品                   | 596  | 37.6            | 28.5         | 22.7         | 5.2             | 6.0            |



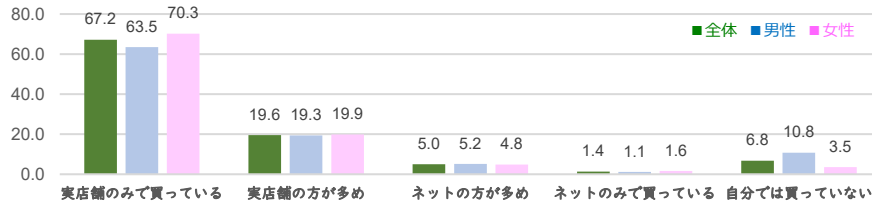
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (31) ラップ、食品保存用袋など

(%)

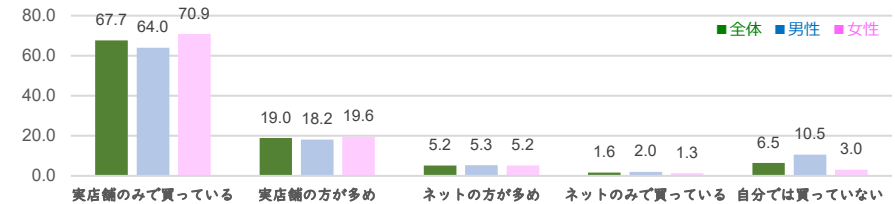
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2513人 | 67.2            | 19.6         | 5.0          | 1.4             | 6.8            |
| 男性 | 1138人 | 63.5            | 19.3         | 5.2          | 1.1             | 10.8           |
| 女性 | 1375人 | 70.3            | 19.9         | 4.8          | 1.6             | 3.5            |



#### (32) キッチンペーパー・タオル、スポンジなど

(%)

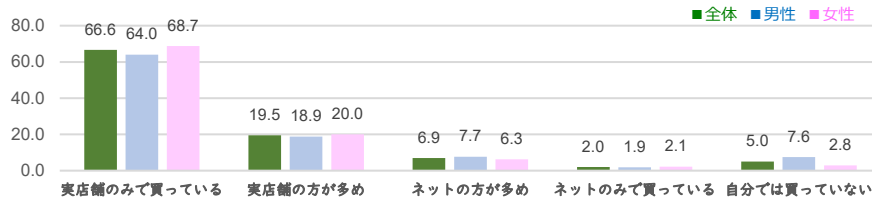
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2494人 | 67.7            | 19.0         | 5.2          | 1.6             | 6.5            |
| 男性 | 1138人 | 64.0            | 18.2         | 5.3          | 2.0             | 10.5           |
| 女性 | 1356人 | 70.9            | 19.6         | 5.2          | 1.3             | 3.0            |



#### (33) 防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど）

(%)

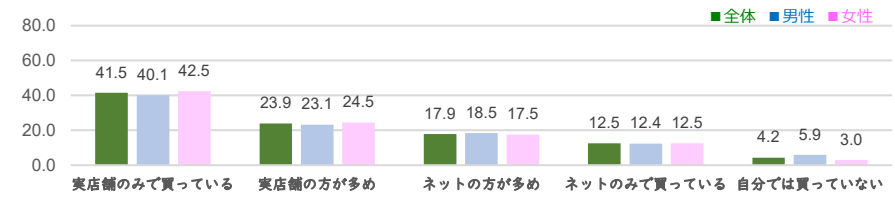
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2037人 | 66.6            | 19.5         | 6.9          | 2.0             | 5.0            |
| 男性 | 912人  | 64.0            | 18.9         | 7.7          | 1.9             | 7.6            |
| 女性 | 1125人 | 68.7            | 20.0         | 6.3          | 2.1             | 2.8            |



#### (34) 健康食品・サプリメント・栄養剤など

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1346人 | 41.5            | 23.9         | 17.9         | 12.5            | 4.2            |
| 男性 | 579人  | 40.1            | 23.1         | 18.5         | 12.4            | 5.9            |
| 女性 | 767人  | 42.5            | 24.5         | 17.5         | 12.5            | 3.0            |



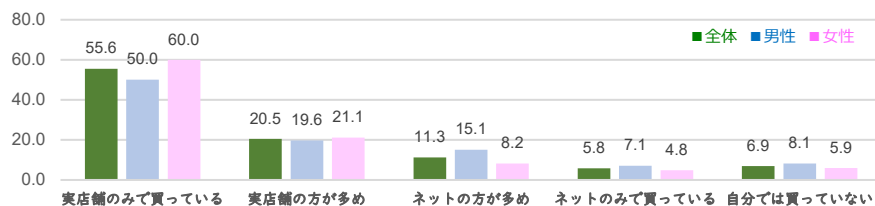
## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (35) 健康器具（血圧計、体温計など）

(%)

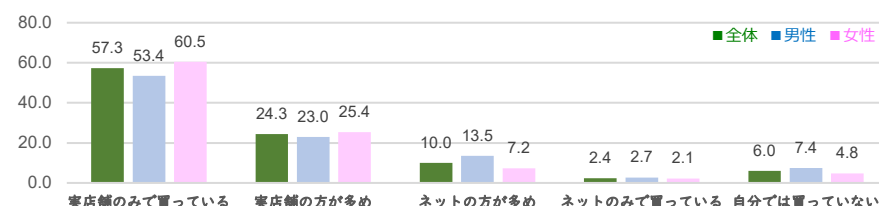
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1758人 | 55.6            | 20.5         | 11.3         | 5.8             | 6.9            |
| 男性 | 774人  | 50.0            | 19.6         | 15.1         | 7.1             | 8.1            |
| 女性 | 984人  | 60.0            | 21.1         | 8.2          | 4.8             | 5.9            |



#### (36) 入浴剤

(%)

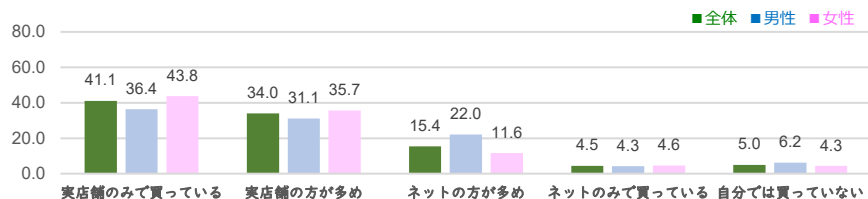
|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1191人 | 57.3            | 24.3         | 10.0         | 2.4             | 6.0            |
| 男性 | 526人  | 53.4            | 23.0         | 13.5         | 2.7             | 7.4            |
| 女性 | 665人  | 60.5            | 25.4         | 7.2          | 2.1             | 4.8            |



#### (37) レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）

(%)

|    |      | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 579人 | 41.1            | 34.0         | 15.4         | 4.5             | 5.0            |
| 男性 | 209人 | 36.4            | 31.1         | 22.0         | 4.3             | 6.2            |
| 女性 | 370人 | 43.8            | 35.7         | 11.6         | 4.6             | 4.3            |

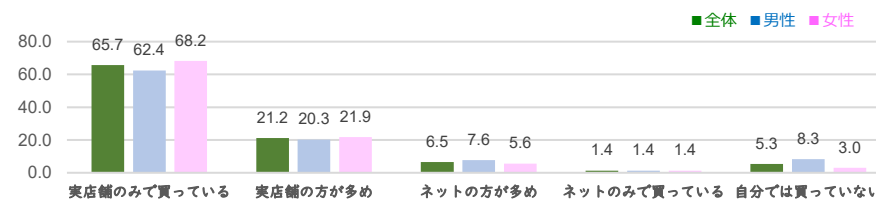


#### (38) 生活雑貨

(%)

（食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ゴミ袋など）

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 2338人 | 65.7            | 21.2         | 6.5          | 1.4             | 5.3            |
| 男性 | 1021人 | 62.4            | 20.3         | 7.6          | 1.4             | 8.3            |
| 女性 | 1317人 | 68.2            | 21.9         | 5.6          | 1.4             | 3.0            |



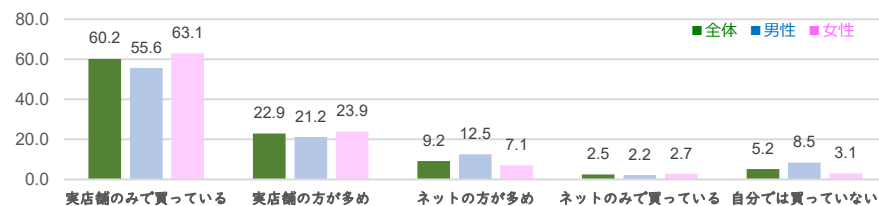
## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

#### (39) 使い捨てカイロ、熱冷却シートなど

(%)

|    |       | 実店舗のみで<br>買っている | 実店舗の方が<br>多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では買っ<br>ていない |
|----|-------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 全体 | 1298人 | 60.2            | 22.9         | 9.2          | 2.5             | 5.2            |
| 男性 | 496人  | 55.6            | 21.2         | 12.5         | 2.2             | 8.5            |
| 女性 | 802人  | 63.1            | 23.9         | 7.1          | 2.7             | 3.1            |



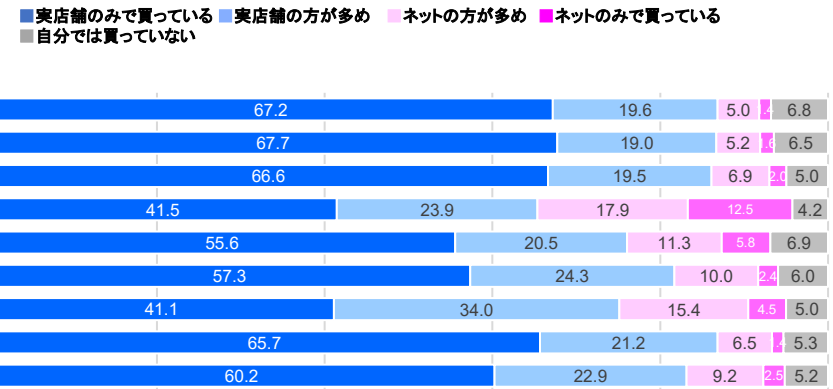
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 1. 日用品の購入・利用状況、購入場所

(まとめ)

| (4) その他の日用品について                 | 全体   | 実店舗のみ<br>で買っている | 実店舗の方<br>が多め | ネットの方が<br>多め | ネットのみで<br>買っている | 自分では<br>買っていない |
|---------------------------------|------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 31.ラップ、食品保存用袋など                 | 2513 | 67.2            | 19.6         | 5.0          | 1.4             | 6.8            |
| 32.キッチンペーパー・タオル、スポンジなど          | 2494 | 67.7            | 19.0         | 5.2          | 1.6             | 6.5            |
| 33.防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど）  | 2037 | 66.6            | 19.5         | 6.9          | 2.0             | 5.0            |
| 34.健康食品・サプリメント・栄養剤など            | 1346 | 41.5            | 23.9         | 17.9         | 12.5            | 4.2            |
| 35.健康器具（血圧計、体温計など）              | 1758 | 55.6            | 20.5         | 11.3         | 5.8             | 6.9            |
| 36.入浴剤                          | 1191 | 57.3            | 24.3         | 10.0         | 2.4             | 6.0            |
| 37.レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）   | 579  | 41.1            | 34.0         | 15.4         | 4.5             | 5.0            |
| 38.生活雑貨（食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ごみ袋など） | 2338 | 65.7            | 21.2         | 6.5          | 1.4             | 5.3            |
| 39.使い捨てカイロ、熱冷却シートなど             | 1298 | 60.2            | 22.9         | 9.2          | 2.5             | 5.2            |

【全体】(%)



## 実店舗、インターネットの利用理由・利点

Q. 普段のお買物のとき、スーパーやドラッグストア・百貨店など、実際の店舗（実店舗）を利用する理由・利点は何ですか。

## 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

普段のお買物のとき、スーパーやドラッグストア・百貨店など、実際の店舗（実店舗）を利用する理由・利点について調査した。

### 「実際の商品を確認できる」「価格が安い」「店が近い」が上位

「実際の商品を確認できる」が47.1%で最も多い。約半数の消費者が、実物を直接「見る・手にとる・状態を確かめる」ことができる安心感を、実店舗の最大の利点として挙げている。年代別でみると、年代の上昇とともに右肩上がりに急増する。18～29歳（21.8%）に対し、60代（64.4%）、70代以上（72.8%）と劇的な差が見られ、特に女性70代以上（77.2%）、女性60代（68.8%）、男性70代以上（68.4%）で突出している。次いで「価格が安い」が43.1%となっており、4割以上が実店舗に対する「価格面の訴求力（特売・送料がかからない等）」を支持しているようだ。3位は、「店が近い」が41.4%となっており、高齢層ほど重視する割合が高まり、70代以上（57.6%）や男性70代以上（60.4%）、女性70代以上（54.8%）で約6割に達している。物理的なアクセス性の良さが、日常的な来店を支える重要要素となっている。

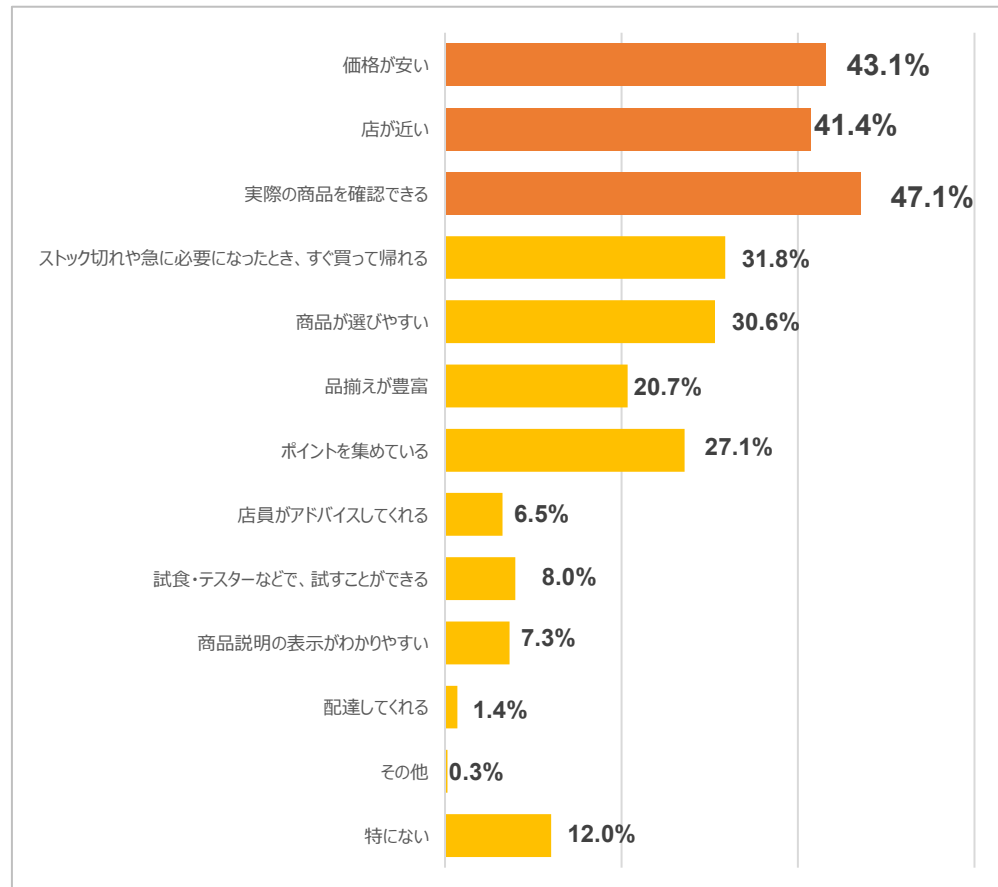
### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

Q11. 普段のお買物のとき、スーパーやドラッグストア・百貨店など、**実際の店舗（実店舗）**を利用する理由・利点は何ですか。(MA)

【全体】

|                            | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|----------------------------|--------------------|------|
| 価格が安い                      | 1294               | 43.1 |
| 店が近い                       | 1242               | 41.4 |
| 実際の商品を確認できる                | 1414               | 47.1 |
| ストック切れや急に必要になったとき、すぐ買って帰れる | 953                | 31.8 |
| 商品が選びやすい                   | 918                | 30.6 |
| 品揃えが豊富                     | 621                | 20.7 |
| ポイントを集めている                 | 814                | 27.1 |
| 店員がアドバイスしてくれる              | 196                | 6.5  |
| 試食・テスターなどで、試すことができる        | 239                | 8.0  |
| 商品説明の表示がわかりやすい             | 219                | 7.3  |
| 配達してくれる                    | 42                 | 1.4  |
| その他                        | 8                  | 0.3  |
| 特にない                       | 361                | 12.0 |



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

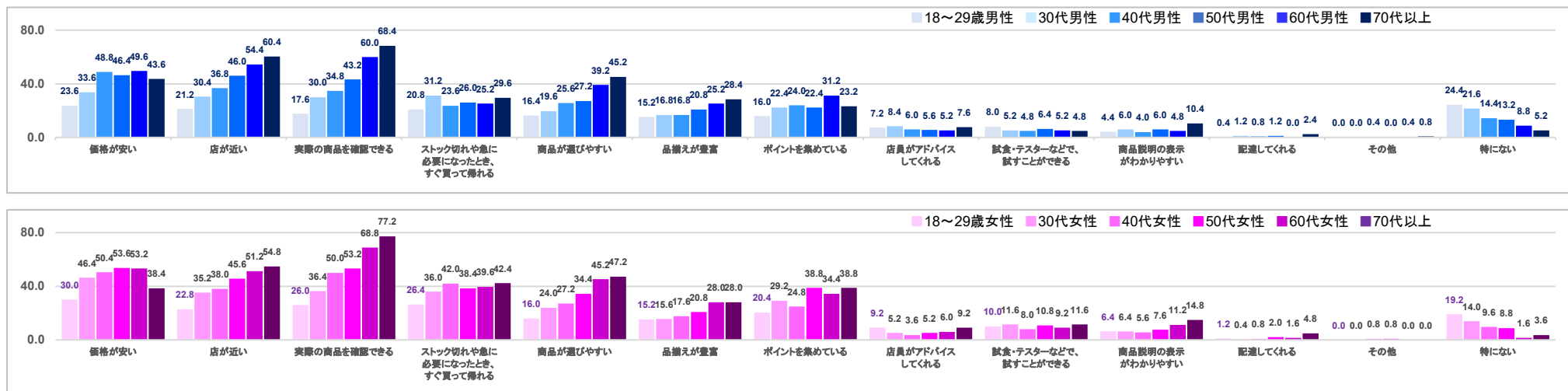
### 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

|           | 合計   | 価格が安い | 店が近い | 実際の商品を確認できる | ストック切れや急に必要になったとき、すぐ買って帰れる | 商品が選びやすい | 品揃えが豊富 | ポイントを集めている | 店員がアドバイスしてくれる | 試食・テスターなどで、試すことができる | 商品説明の表示がわかりやすい | 配達してくれる | その他 | 特にない |
|-----------|------|-------|------|-------------|----------------------------|----------|--------|------------|---------------|---------------------|----------------|---------|-----|------|
| 全体        | 3000 | 43.1  | 41.4 | 47.1        | 31.8                       | 30.6     | 20.7   | 27.1       | 6.5           | 8.0                 | 7.3            | 1.4     | 0.3 | 12.0 |
| 性別        |      |       |      |             |                            |          |        |            |               |                     |                |         |     |      |
| 男性        | 1500 | 40.9  | 41.5 | 42.3        | 26.1                       | 28.9     | 20.5   | 23.2       | 6.7           | 5.7                 | 5.9            | 1.0     | 0.3 | 14.6 |
| 女性        | 1500 | 45.3  | 41.3 | 51.9        | 37.5                       | 32.3     | 20.9   | 31.1       | 6.4           | 10.2                | 8.7            | 1.8     | 0.3 | 9.5  |
| 年齢        |      |       |      |             |                            |          |        |            |               |                     |                |         |     |      |
| 18～29歳    | 500  | 26.8  | 22.0 | 21.8        | 23.6                       | 16.2     | 15.2   | 18.2       | 8.2           | 9.0                 | 5.4            | 0.8     | 0.0 | 21.8 |
| 30代       | 500  | 40.0  | 32.8 | 33.2        | 33.6                       | 21.8     | 16.2   | 25.8       | 6.8           | 8.4                 | 6.2            | 0.8     | 0.0 | 17.8 |
| 40代       | 500  | 49.6  | 37.4 | 42.4        | 32.8                       | 26.4     | 17.2   | 24.4       | 4.8           | 6.4                 | 4.8            | 0.8     | 0.6 | 12.0 |
| 50代       | 500  | 50.0  | 45.8 | 48.2        | 32.2                       | 30.8     | 20.8   | 30.6       | 5.4           | 8.6                 | 6.8            | 1.6     | 0.4 | 11.0 |
| 60代       | 500  | 51.4  | 52.8 | 64.4        | 32.4                       | 42.2     | 26.6   | 32.8       | 5.6           | 7.2                 | 8.0            | 0.8     | 0.2 | 5.2  |
| 70代以上     | 500  | 41.0  | 57.6 | 72.8        | 36.0                       | 46.2     | 28.2   | 31.0       | 8.4           | 8.2                 | 12.6           | 3.6     | 0.4 | 4.4  |
| 性年代       |      |       |      |             |                            |          |        |            |               |                     |                |         |     |      |
| 男性-18～29歳 | 250  | 23.6  | 21.2 | 17.6        | 20.8                       | 16.4     | 15.2   | 16.0       | 7.2           | 8.0                 | 4.4            | 0.4     | 0.0 | 24.4 |
| 男性-30代    | 250  | 33.6  | 30.4 | 30.0        | 31.2                       | 19.6     | 16.8   | 22.4       | 8.4           | 5.2                 | 6.0            | 1.2     | 0.0 | 21.6 |
| 男性-40代    | 250  | 48.8  | 36.8 | 34.8        | 23.6                       | 25.6     | 16.8   | 24.0       | 6.0           | 4.8                 | 4.0            | 0.8     | 0.4 | 14.4 |
| 男性-50代    | 250  | 46.4  | 46.0 | 43.2        | 26.0                       | 27.2     | 20.8   | 22.4       | 5.6           | 6.4                 | 6.0            | 1.2     | 0.0 | 13.2 |
| 男性-60代    | 250  | 49.6  | 54.4 | 60.0        | 25.2                       | 39.2     | 25.2   | 31.2       | 5.2           | 5.2                 | 4.8            | 0.0     | 0.4 | 8.8  |
| 男性-70代以上  | 250  | 43.6  | 60.4 | 68.4        | 29.6                       | 45.2     | 28.4   | 23.2       | 7.6           | 4.8                 | 10.4           | 2.4     | 0.8 | 5.2  |
| 女性-18～29歳 | 250  | 30.0  | 22.8 | 26.0        | 26.4                       | 16.0     | 15.2   | 20.4       | 9.2           | 10.0                | 6.4            | 1.2     | 0.0 | 19.2 |
| 女性-30代    | 250  | 46.4  | 35.2 | 36.4        | 36.0                       | 24.0     | 15.6   | 29.2       | 5.2           | 11.6                | 6.4            | 0.4     | 0.0 | 14.0 |
| 女性-40代    | 250  | 50.4  | 38.0 | 50.0        | 42.0                       | 27.2     | 17.6   | 24.8       | 3.6           | 8.0                 | 5.6            | 0.8     | 0.8 | 9.6  |
| 女性-50代    | 250  | 53.6  | 45.6 | 53.2        | 38.4                       | 34.4     | 20.8   | 38.8       | 5.2           | 10.8                | 7.6            | 2.0     | 0.8 | 8.8  |
| 女性-60代    | 250  | 53.2  | 51.2 | 68.8        | 39.6                       | 45.2     | 28.0   | 34.4       | 6.0           | 9.2                 | 11.2           | 1.6     | 0.0 | 1.6  |
| 女性-70代以上  | 250  | 38.4  | 54.8 | 77.2        | 42.4                       | 47.2     | 28.0   | 38.8       | 9.2           | 11.6                | 14.8           | 4.8     | 0.0 | 3.6  |

(%)

【性年代別】

(%)



## 実店舗、インターネットの利用理由・利点

Q. 普段のお買物のとき、ネットスーパーやECサイトなど、インターネットを利用する理由・利点は何ですか。

## 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

---

普段のお買物のとき、ネットスーパーやECサイトなど、インターネットを利用する理由・利点について調査した。

### 「価格が安い」「配達してくれる」「いつでもどこでも注文できる」が上位

---

「価格が安い」36.0%がトップで、次いで「配達してくれる」が34.4%、「いつでもどこでも注文できる」が32.0%となっている。

2位の「配達してくれる」においては、年齢が高くなるほど高まる傾向が顕著となっている。18～29歳（18.6%）に対し、60代（45.2%）、70代以上（49.6%）と急増し、特に女性70代以上（53.6%）、女性60代（50.0%）、男性70代以上（45.6%）で半数前後にのぼる。

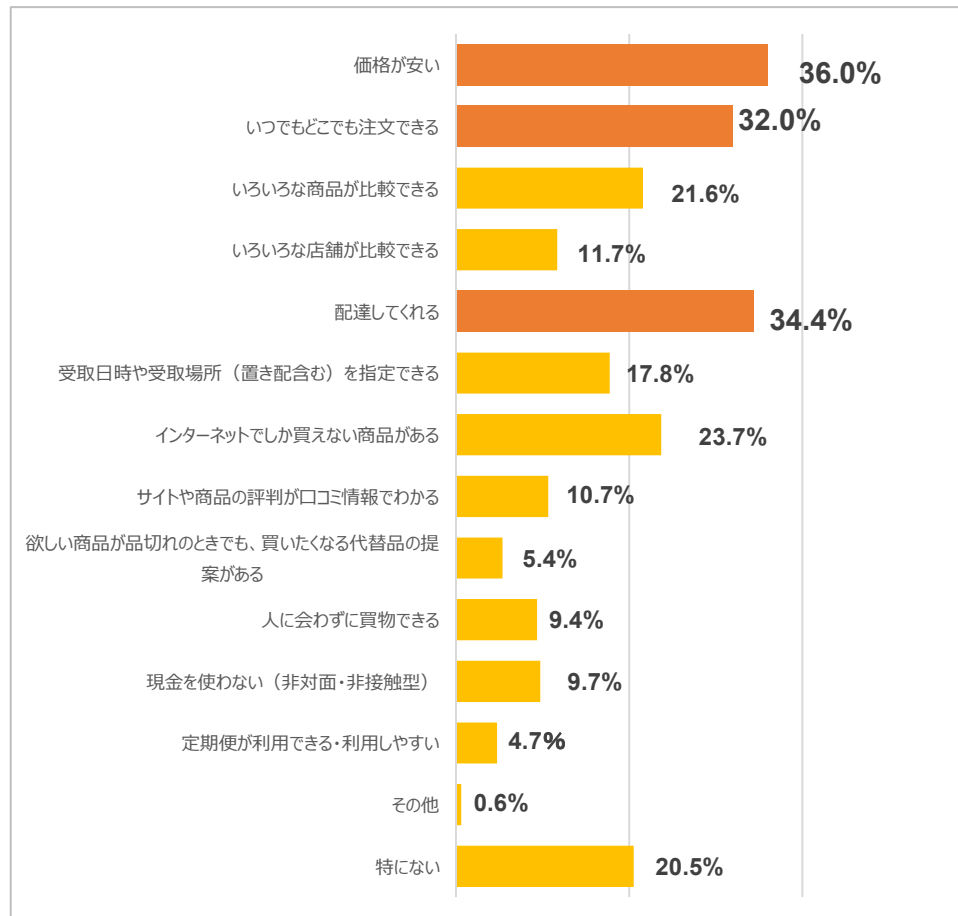
「いつでもどこでも注文できる」においては、30代（31.4%）、40代（33.4%）、50代（33.4%）、60代（35.2%）、70代以上（37.6%）と幅広い世代で高い数値を示している。時間や場所に縛られず24時間いつでも買い物ができるアクセシビリティが、約3割の利用を支えている。

## 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

Q12. では、普段のお買物のとき、インターネット（ネット）を利用する理由・利点は何ですか。（MA）

|                                | 人数（人）<br>n = 3,000 | %    |
|--------------------------------|--------------------|------|
| 価格が安い                          | 1080               | 36.0 |
| いつでもどこでも注文できる                  | 959                | 32.0 |
| いろいろな商品が比較できる                  | 648                | 21.6 |
| いろいろな店舗が比較できる                  | 351                | 11.7 |
| 配達してくれる                        | 1031               | 34.4 |
| 受取日時や受取場所（置き配合む）を指定できる         | 533                | 17.8 |
| インターネットでしか買えない商品がある            | 711                | 23.7 |
| サイトや商品の評判が口コミ情報でわかる            | 320                | 10.7 |
| 欲しい商品が品切れのときでも、買いたくなる代替品の提案がある | 161                | 5.4  |
| 人に会わずに買物できる                    | 281                | 9.4  |
| 現金を使わない（非対面・非接触型）              | 292                | 9.7  |
| 定期便が利用できる・利用しやすい               | 142                | 4.7  |
| その他                            | 18                 | 0.6  |
| 特にない                           | 616                | 20.5 |

【全体】

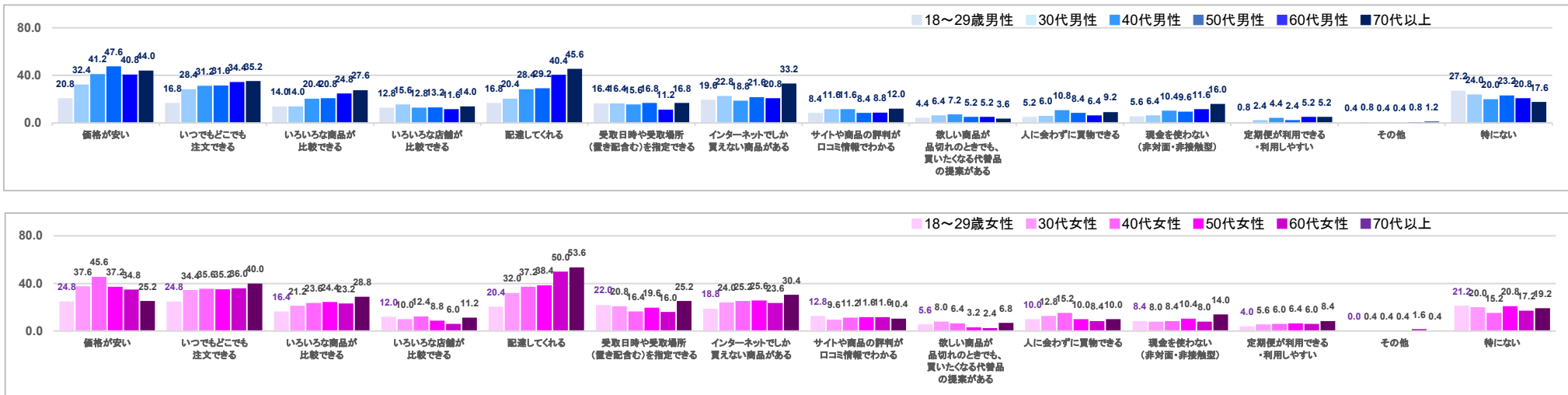


### Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

## 2. 実店舗、インターネットの利用理由・利点

|           | 合計   | 価格が安い | いつでもどこでも注文できる | いろいろな商品が比較できる | いろいろな店舗が比較できる | 配達してくれる | 受取日時や受取場所(置き配含む)を指定できる | インターネットでしか買えない商品がある | サイトや商品の評判が口コミ情報でわかる | 欲しい商品が品切れのときでも、買いたくなる代替品の提案がある | 人に会わずに買物できる | 現金を使わない(非対面・非接触型) | 定期便が利用できる・利用しやすい | その他 | 特にない |
|-----------|------|-------|---------------|---------------|---------------|---------|------------------------|---------------------|---------------------|--------------------------------|-------------|-------------------|------------------|-----|------|
| 全体        | 3000 | 36.0  | 32.0          | 21.6          | 11.7          | 34.4    | 17.8                   | 23.7                | 10.7                | 5.4                            | 9.4         | 9.7               | 4.7              | 0.6 | 20.5 |
| 性別        |      |       |               |               |               |         |                        |                     |                     |                                |             |                   |                  |     |      |
| 男性        | 1500 | 37.8  | 29.6          | 20.3          | 13.3          | 30.1    | 15.5                   | 22.8                | 10.1                | 5.3                            | 7.7         | 9.9               | 3.4              | 0.7 | 22.1 |
| 女性        | 1500 | 34.2  | 34.3          | 22.9          | 10.1          | 38.6    | 20.0                   | 24.6                | 11.2                | 5.4                            | 11.1        | 9.5               | 6.1              | 0.5 | 18.9 |
| 年齢        |      |       |               |               |               |         |                        |                     |                     |                                |             |                   |                  |     |      |
| 18~29歳    | 500  | 22.8  | 20.8          | 15.2          | 12.4          | 18.6    | 19.2                   | 19.2                | 10.6                | 5.0                            | 7.6         | 7.0               | 2.4              | 0.2 | 24.2 |
| 30代       | 500  | 35.0  | 31.4          | 17.6          | 12.8          | 26.2    | 18.6                   | 23.4                | 10.6                | 7.2                            | 9.4         | 7.2               | 4.0              | 0.6 | 22.0 |
| 40代       | 500  | 43.4  | 33.4          | 22.0          | 12.6          | 32.8    | 16.0                   | 22.0                | 11.4                | 6.8                            | 13.0        | 9.4               | 5.2              | 0.4 | 17.6 |
| 50代       | 500  | 42.4  | 33.4          | 22.6          | 11.0          | 33.8    | 18.2                   | 23.6                | 10.0                | 4.2                            | 9.2         | 10.0              | 4.4              | 0.4 | 22.0 |
| 60代       | 500  | 37.8  | 35.2          | 24.0          | 8.8           | 45.2    | 13.6                   | 22.2                | 10.2                | 3.8                            | 7.4         | 9.8               | 5.6              | 1.2 | 19.0 |
| 70代以上     | 500  | 34.6  | 37.6          | 28.2          | 12.6          | 49.6    | 21.0                   | 31.8                | 11.2                | 5.2                            | 9.6         | 15.0              | 6.8              | 0.8 | 18.4 |
| 性年代       |      |       |               |               |               |         |                        |                     |                     |                                |             |                   |                  |     |      |
| 男性-18~29歳 | 250  | 20.8  | 16.8          | 14.0          | 12.8          | 16.8    | 16.4                   | 19.6                | 8.4                 | 4.4                            | 5.2         | 5.6               | 0.8              | 0.4 | 27.2 |
| 男性-30代    | 250  | 32.4  | 28.4          | 14.0          | 15.6          | 20.4    | 16.4                   | 22.8                | 11.6                | 6.4                            | 6.0         | 6.4               | 2.4              | 0.8 | 24.0 |
| 男性-40代    | 250  | 41.2  | 31.2          | 20.4          | 12.8          | 28.4    | 15.6                   | 18.8                | 11.6                | 7.2                            | 10.8        | 10.4              | 4.4              | 0.4 | 20.0 |
| 男性-50代    | 250  | 47.6  | 31.6          | 20.8          | 13.2          | 29.2    | 16.8                   | 21.6                | 8.4                 | 5.2                            | 8.4         | 9.6               | 2.4              | 0.4 | 23.2 |
| 男性-60代    | 250  | 40.8  | 34.4          | 24.8          | 11.6          | 40.4    | 11.2                   | 20.8                | 8.8                 | 5.2                            | 6.4         | 11.6              | 5.2              | 0.8 | 20.8 |
| 男性-70代以上  | 250  | 44.0  | 35.2          | 27.6          | 14.0          | 45.6    | 16.8                   | 33.2                | 12.0                | 3.6                            | 9.2         | 16.0              | 5.2              | 1.2 | 17.6 |
| 女性-18~29歳 | 250  | 24.8  | 24.8          | 16.4          | 12.0          | 20.4    | 22.0                   | 18.8                | 12.8                | 5.6                            | 10.0        | 8.4               | 4.0              | 0.0 | 21.2 |
| 女性-30代    | 250  | 37.6  | 34.4          | 21.2          | 10.0          | 32.0    | 20.8                   | 24.0                | 9.6                 | 8.0                            | 12.8        | 8.0               | 5.6              | 0.4 | 20.0 |
| 女性-40代    | 250  | 45.6  | 35.6          | 23.6          | 12.4          | 37.2    | 16.4                   | 25.2                | 11.2                | 6.4                            | 15.2        | 8.4               | 6.0              | 0.4 | 15.2 |
| 女性-50代    | 250  | 37.2  | 35.2          | 24.4          | 8.8           | 38.4    | 19.6                   | 25.6                | 11.6                | 3.2                            | 10.0        | 10.4              | 6.4              | 0.4 | 20.8 |
| 女性-60代    | 250  | 34.8  | 36.0          | 23.2          | 6.0           | 50.0    | 16.0                   | 23.6                | 11.6                | 2.4                            | 8.4         | 8.0               | 6.0              | 1.6 | 17.2 |
| 女性-70代以上  | 250  | 25.2  | 40.0          | 28.8          | 11.2          | 53.6    | 25.2                   | 30.4                | 10.4                | 6.8                            | 10.0        | 14.0              | 8.4              | 0.4 | 19.2 |

【性年代別】



## 日用品のお金のかけ方「こだわり度」

Q.物価高が続く現在、次の商品を購入する際、あなたのお金のかけ方や「こだわり度」を教えてください。

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

普段、日用品のお金のかけ方や「こだわり度」について調査した。

#### 化粧品・美容関連

- ・「ベースメイク化粧品（化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど）」においては、男性は、「高くてもこだわる」が40.3%にのぼり、女性（18.0%）を大きく上回る。特に、男性18～29歳（46.8%）、男性30代（44.9%）となっており、男性の美意識・自己投資へのこだわりが突出して高くなっている。
- ・「ポイントメイク化粧品（口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど）」においては、全体では「お気に入り継続」が60.2%と最多だが、「PB・割安品（24.3%）」も4人に1人に存在し、プチプラコスメの定着が伺える。
- ・「スキンケア化粧品」においては、「お気に入り継続」が62.7%となっており、6割超のひとはお気に入りの商品を継続して利用するのが主流のようだ。
- ・「ヘアケア（シャンプー・トリートメント・スタイリング剤）」においては、シャンプー類（63.0%）、整髪剤類（65.4%）ともに高いブランドロイヤルティ（お気に入り継続）を示している。ただし、若い年代（18～29歳）では男女ともに「高くてもこだわる（シャンプー17.8%、整髪剤22.2%）」が平均より高く、髪質ケアやスタイリングへの感度が高くなっている。

#### ボディケア・日用品

- ・「ボディケア（ボディソープ・ハンドソープ）」においては、「品質がそこそこなら一番安いものやPB（30.4%）」が他の品目より高く、日用消耗品としての割り切り（安さ追求）が見られる。
- ・「衣料用洗濯用品（洗剤・柔軟剤など）」においては、「お気に入り継続」が64.0%と根強い一方で、「PB・割安品」も27.7%を占めている。特に男性（割安品32.6%）、60代・70代で割安品シフトが見られる一方、女性は、「お気に入り継続（67.4%）」が高く、香りや仕上がりへのこだわりからブランドを使い続ける傾向がある。

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

---

普段、日用品のお金のかけ方や「こだわり度」について調査した。

#### オーラルケア・化粧小物

---

- ・「オーラルケア（ハブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）」においては、「お気に入り継続」が約59%～61%と大半を占め、口腔ケアに対するブランドロイヤルティの高さが示されている。ただし、若い世代（18～29歳男性：17.6%、18～29歳女性：20.7%）では「高くてもこだわる」が平均（8.3%～11.2%）の約2倍にのぼり、予防歯科や美白・ホワイトニング意識の高まりが見られた。
- ・「化粧小物（爪切り・メイクブラシ等） / ストッキング・加圧ソックス」においては、「PB・一番安いもの」を選ぶ割合が化粧小物で38.4%、ストッキング類で32.0%となった。

#### 生理用品・紙おむつ、ベビー用品

---

- ・「生理用品（ナプキン、尿とりパッドなど）」においては、「お気に入り継続」が58.4%（女性全体では59.7%）と高く、肌トラブル回避や装着感の信頼性から特定ブランドが選ばれ続けていると推測できる。
- ・「大人用おむつ」においては、男性で「高くてもこだわる」が34.9%、女性で「お気に入り継続」が54.7%と高く、モレ防止や肌ざわりといった機能的ベネフィットへの納得感が購入を左右すると伺える。
- ・「ベビー用おむつ・ベビーフード」においては、「高くてもこだわる」が28.2%～32.3%となっており、特に男性（父親層）で「高くても高品質なものを買う（ベビーおむつ 32.5%、ベビーフード 33.3%）」という傾向が非常に強く、子供の安全・快適性には支出を惜しまない親心が浮き彫りになっています。

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

普段、日用品のお金のかけ方や「こだわり度」について調査した。

#### 紙製品・衛生用品

- ・「紙製品（ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど）」においては、「品質がそこそこなら一番安いものやPBを買う」が高く、45.5%と半数近くにのぼる。
- ・「衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）」においては、「PB・割安品（42.8%）」と「お気に入り継続（49.2%）」に二極化している。

#### OTC医薬品

- ・「風邪薬 / 解熱鎮痛剤 / 胃腸薬」においては、お気に入り継続」が約60%と圧倒的多数を占めている。一方で、若い世代（18～29歳男性：30.4%、18～29歳女性：27.1%）では「高くても効き目・成分にこだわって買う」が全体平均（17.8%）を大きく上回り、即効性や高機能（風邪の引き始め対応等）を求める傾向が見られる。
- ・「湿布・サポーター（肩こり、腰痛など）」においては、「PB・一番安いもの」を選ぶ割合が29.7%（男性30.4%）にのぼり、OTC内用薬に比べて低価格志向が強め。

#### ケア・対策用品

- ・「コンタクトレンズ用品（洗浄液等） / アイケア用品（ホットアイマスク・目薬）」においては、コンタクト用品は「お気に入り継続」が60.1%と高く、アイケア用品は、「高くてもこだわる」が15.1%存在する一方、「PB・割安品」も26.5%存在し、リフレッシュ目的の高級品と普段使いの安価な目薬等で二極化している。
- ・「花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）」においては、「お気に入り継続」が57.8%となり、特に若年層（18～29歳：28.8%）では、「高くても成分・効果にこだわる」意向が高く、辛い症状を即座に抑える高性能な医薬品・グッズへの支出意欲が伺える。

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

---

普段、日用品のお金のかけ方や「こだわり度」について調査した。

#### ペットフード / ペットのおやつ / ペット用品

---

・「ペットフード / ペットのおやつ / ペット用品」においては、いずれの品目でも「お気に入り継続」が約57%を占めつつ、「高くてもこだわる」が21.1%～24.4%と高い水準を示している。特に若年層（18～29歳・30代）の男性でこだわりが突出しており、ペットフード（18-29歳男性 43.1%）、ペットのおやつ（18-29歳男性 41.5%）、ペット用品（18-29歳男性 30.6%）と、健康維持やプレミアムフードへの投資を惜しまない姿勢が鮮明だ。

#### 日用キッチン・住居消耗品

---

・「ラップ・保存袋 / キッチンペーパー・スポンジ / 生活雑貨（洗剤・ごみ袋等） / カイロ・冷却シート」においては、いずれも「PB・一番安いもの」を選ぶ割合が41%～46%と非常に高く、日用消耗品における節約志向の強さが浮き彫りになっている。

#### ヘルスケア・防虫用品

---

- ・「防虫・殺虫剤」においては、「お気に入り継続」が53.8%と主流。効果への信頼（しっかり効くか）が問われるため、安易なノーブランド品への乗り換えを避ける傾向がある。
- ・「健康食品・サプリメント・栄養剤」においては、「お気に入り継続」が60.6%と高い。体質への適合や継続摂取の効果を重視するため、高いブランドロイヤルティが形成されている。
- ・「健康器具（血圧計・体温計など）」においては、「お気に入り継続（55.6%）」と「割安品・PB（32.0%）」に分かれる。

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

---

普段、日用品のお金のかけ方や「こだわり度」について調査した。

#### ウェルネス・ボディケア用品

---

- ・「入浴剤」においては、「お気に入り継続」が55.5%を占める一方、「割安品（32.2%）」も3割存在する。日常使いには割安品を使いつつ、若い世代（18～29歳男性 27.1%、18～29歳女性 25.0%）では「高くても効果・香りにこだわる」プレミアム需要が存在する結果だった。
- ・「レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）」においては、「高くてもこだわる」が20.6%と、その他の日用品の中で最も高くなっている。特に「男性18～29歳（44.2%）」において、こだわり購買が突出しており、若い男性層における脚の疲労回復や身だしなみ（ムダ毛ケア等）に対する美意識・自己投資が極めて高いことが伺える。

## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

### 3. お金のかけ方「こだわり度」

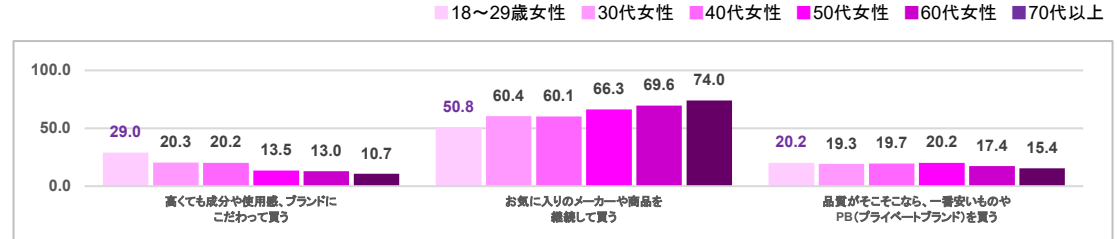
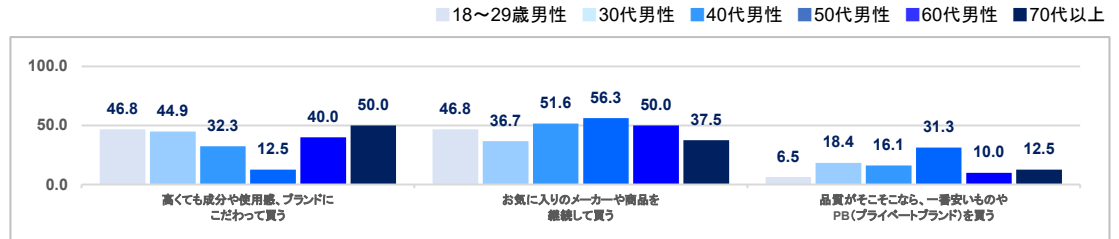
Q13. 物価高が続く現在、次の商品を購入する際、あなたのお金のかけ方や「こだわり度」を教えてください。それぞれ最も近いものを選んでください。(SA)

#### (1) ベースメイク化粧品(化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど)

|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB(プライベートブランド)を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 1290 | 21.1                    | 60.8                 | 18.1                               |
| 性別  | 男性        | 176  | 40.3                    | 45.5                 | 14.2                               |
|     | 女性        | 1114 | 18.0                    | 63.2                 | 18.8                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 255  | 33.3                    | 49.8                 | 16.9                               |
|     | 30代       | 251  | 25.1                    | 55.8                 | 19.1                               |
|     | 40代       | 219  | 21.9                    | 58.9                 | 19.2                               |
|     | 50代       | 194  | 13.4                    | 65.5                 | 21.1                               |
|     | 60代       | 194  | 14.4                    | 68.6                 | 17.0                               |
|     | 70代以上     | 177  | 12.4                    | 72.3                 | 15.3                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 62   | 46.8                    | 46.8                 | 6.5                                |
|     | 男性-30代    | 49   | 44.9                    | 36.7                 | 18.4                               |
|     | 男性-40代    | 31   | 32.3                    | 51.6                 | 16.1                               |
|     | 男性-50代    | 16   | 12.5                    | 56.3                 | 31.3                               |
|     | 男性-60代    | 10   | 40.0                    | 50.0                 | 10.0                               |
|     | 男性-70代以上  | 8    | 50.0                    | 37.5                 | 12.5                               |
|     | 女性-18～29歳 | 193  | 29.0                    | 50.8                 | 20.2                               |
|     | 女性-30代    | 202  | 20.3                    | 60.4                 | 19.3                               |
|     | 女性-40代    | 188  | 20.2                    | 60.1                 | 19.7                               |
|     | 女性-50代    | 178  | 13.5                    | 66.3                 | 20.2                               |
|     | 女性-60代    | 184  | 13.0                    | 69.6                 | 17.4                               |
|     | 女性-70代以上  | 169  | 10.7                    | 74.0                 | 15.4                               |

(%)

【性年代】

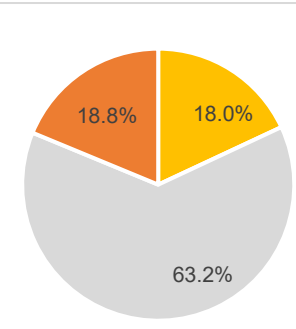
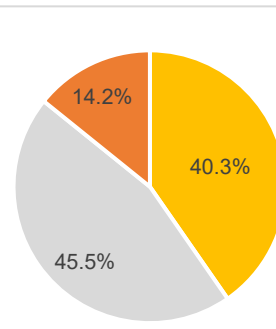
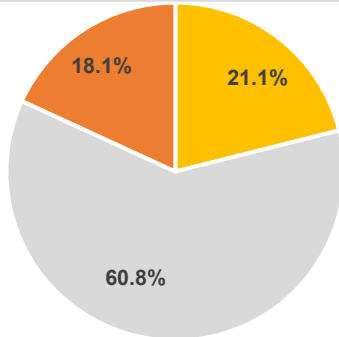


【全体】

(%)

【男性】

【女性】



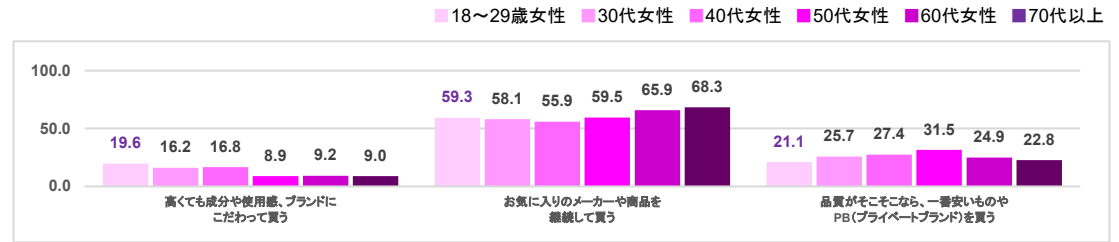
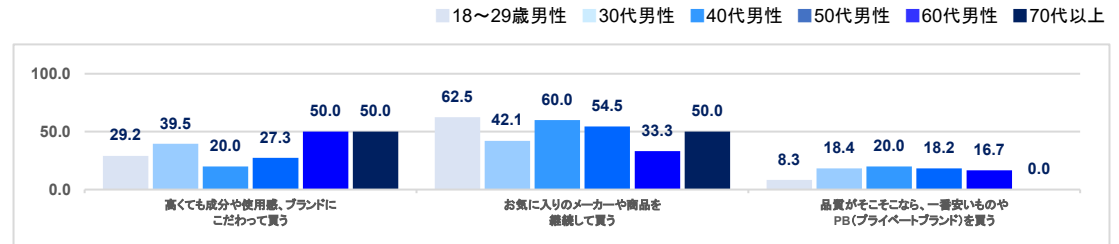
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (2) ポイントメイク化粧品（口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど）

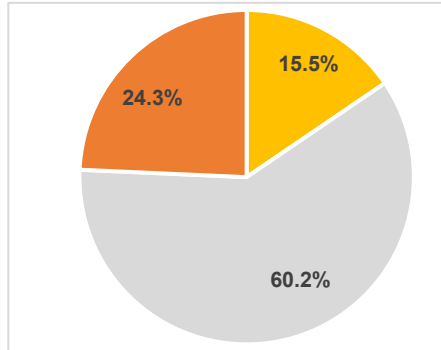
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1194 | 15.5                    | 60.2                 | 24.3                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 122  | 32.8                    | 53.3                 | 13.9                               |
| 女性        | 1072 | 13.5                    | 61.0                 | 25.5                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 242  | 21.5                    | 59.9                 | 18.6                               |
| 30代       | 229  | 20.1                    | 55.5                 | 24.5                               |
| 40代       | 194  | 17.0                    | 56.2                 | 26.8                               |
| 50代       | 179  | 10.1                    | 59.2                 | 30.7                               |
| 60代       | 179  | 10.6                    | 64.8                 | 24.6                               |
| 70代以上     | 171  | 9.9                     | 67.8                 | 22.2                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 48   | 29.2                    | 62.5                 | 8.3                                |
| 男性-30代    | 38   | 39.5                    | 42.1                 | 18.4                               |
| 男性-40代    | 15   | 20.0                    | 60.0                 | 20.0                               |
| 男性-50代    | 11   | 27.3                    | 54.5                 | 18.2                               |
| 男性-60代    | 6    | 50.0                    | 33.3                 | 16.7                               |
| 男性-70代以上  | 4    | 50.0                    | 50.0                 | 0.0                                |
| 女性-18～29歳 | 194  | 19.6                    | 59.3                 | 21.1                               |
| 女性-30代    | 191  | 16.2                    | 58.1                 | 25.7                               |
| 女性-40代    | 179  | 16.8                    | 55.9                 | 27.4                               |
| 女性-50代    | 168  | 8.9                     | 59.5                 | 31.5                               |
| 女性-60代    | 173  | 9.2                     | 65.9                 | 24.9                               |
| 女性-70代以上  | 167  | 9.0                     | 68.3                 | 22.8                               |

(%)

【性年代】

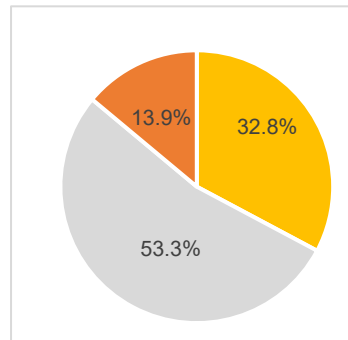


【全体】

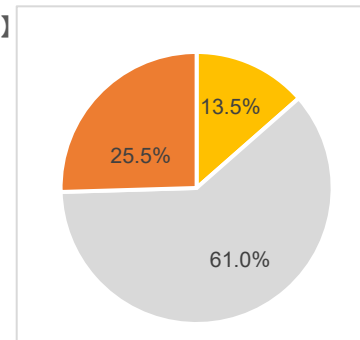


(%)

【男性】



【女性】



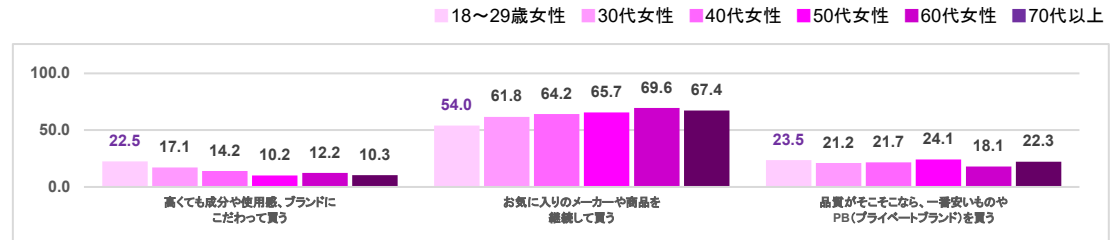
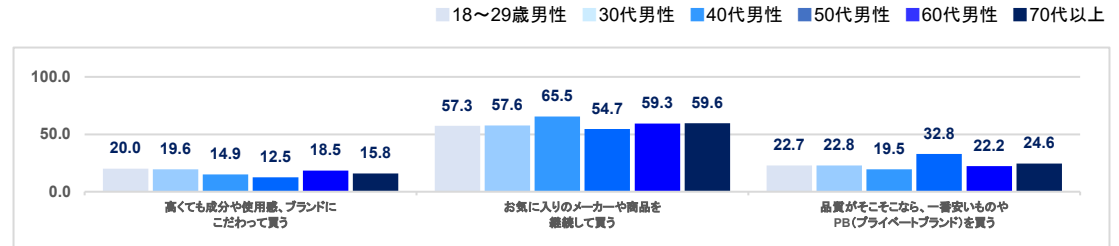
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (3) スキンケア化粧品（洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど）

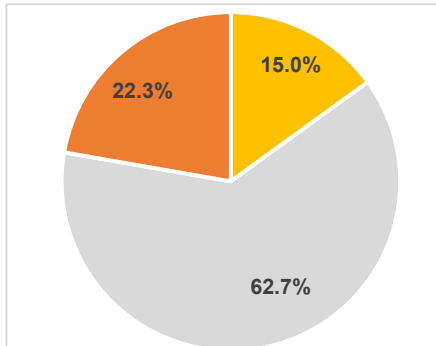
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1784 | 15.0                    | 62.7                 | 22.3                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 464  | 17.2                    | 59.1                 | 23.7                               |
| 女性        | 1320 | 14.2                    | 64.0                 | 21.7                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 310  | 21.6                    | 55.2                 | 23.2                               |
| 30代       | 309  | 17.8                    | 60.5                 | 21.7                               |
| 40代       | 313  | 14.4                    | 64.5                 | 21.1                               |
| 50代       | 280  | 10.7                    | 63.2                 | 26.1                               |
| 60代       | 291  | 13.4                    | 67.7                 | 18.9                               |
| 70代以上     | 281  | 11.4                    | 65.8                 | 22.8                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 110  | 20.0                    | 57.3                 | 22.7                               |
| 男性-30代    | 92   | 19.6                    | 57.6                 | 22.8                               |
| 男性-40代    | 87   | 14.9                    | 65.5                 | 19.5                               |
| 男性-50代    | 64   | 12.5                    | 54.7                 | 32.8                               |
| 男性-60代    | 54   | 18.5                    | 59.3                 | 22.2                               |
| 男性-70代以上  | 57   | 15.8                    | 59.6                 | 24.6                               |
| 女性-18～29歳 | 200  | 22.7                    | 57.3                 | 20.0                               |
| 女性-30代    | 217  | 22.8                    | 57.6                 | 19.6                               |
| 女性-40代    | 226  | 19.5                    | 65.5                 | 14.9                               |
| 女性-50代    | 216  | 32.8                    | 54.7                 | 12.5                               |
| 女性-60代    | 237  | 22.2                    | 59.3                 | 18.5                               |
| 女性-70代以上  | 224  | 24.6                    | 59.6                 | 15.8                               |

(%)

【性年代】

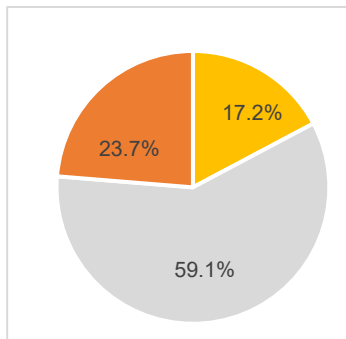


【全体】

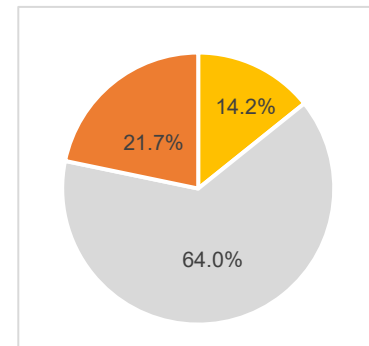


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

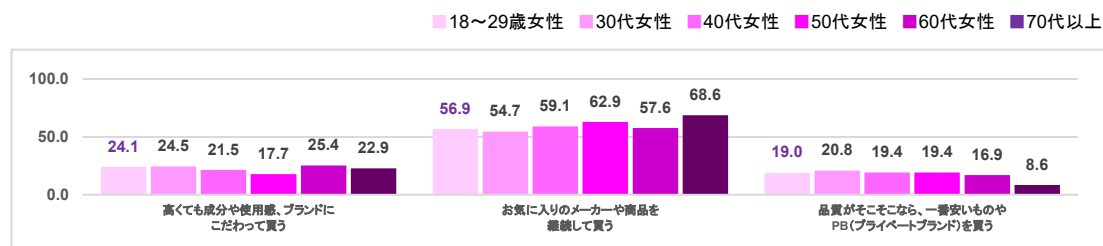
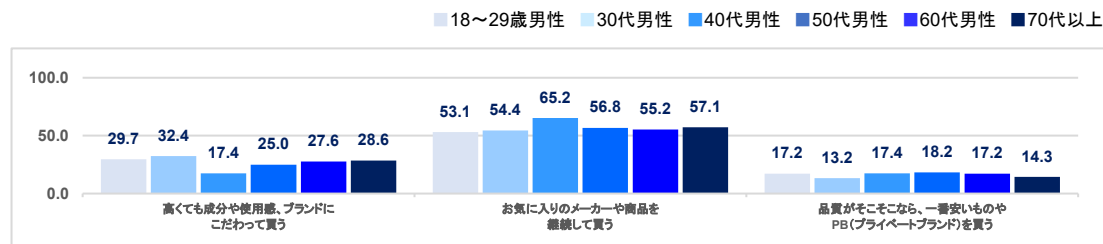
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (4) フレグランス、香水

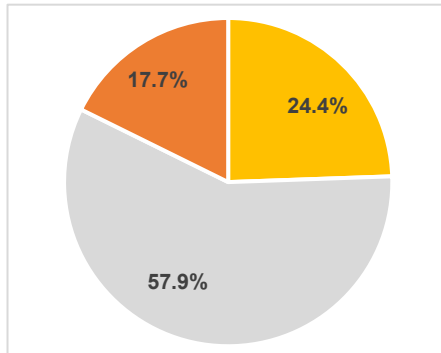
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 757 | 24.4                    | 57.9                 | 17.7                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 265 | 27.2                    | 56.6                 | 16.2                               |
| 女性        | 492 | 23.0                    | 58.5                 | 18.5                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 201 | 25.9                    | 55.7                 | 18.4                               |
| 30代       | 174 | 27.6                    | 54.6                 | 17.8                               |
| 40代       | 139 | 20.1                    | 61.2                 | 18.7                               |
| 50代       | 106 | 20.8                    | 60.4                 | 18.9                               |
| 60代       | 88  | 26.1                    | 56.8                 | 17.0                               |
| 70代以上     | 49  | 24.5                    | 65.3                 | 10.2                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 64  | 29.7                    | 53.1                 | 17.2                               |
| 男性-30代    | 68  | 32.4                    | 54.4                 | 13.2                               |
| 男性-40代    | 46  | 17.4                    | 65.2                 | 17.4                               |
| 男性-50代    | 44  | 25.0                    | 56.8                 | 18.2                               |
| 男性-60代    | 29  | 27.6                    | 55.2                 | 17.2                               |
| 男性-70代以上  | 14  | 28.6                    | 57.1                 | 14.3                               |
| 女性-18～29歳 | 137 | 24.1                    | 56.9                 | 19.0                               |
| 女性-30代    | 106 | 24.5                    | 54.7                 | 20.8                               |
| 女性-40代    | 93  | 21.5                    | 59.1                 | 19.4                               |
| 女性-50代    | 62  | 17.7                    | 62.9                 | 19.4                               |
| 女性-60代    | 59  | 25.4                    | 57.6                 | 16.9                               |
| 女性-70代以上  | 35  | 22.9                    | 68.6                 | 8.6                                |

(%)

【性年代】

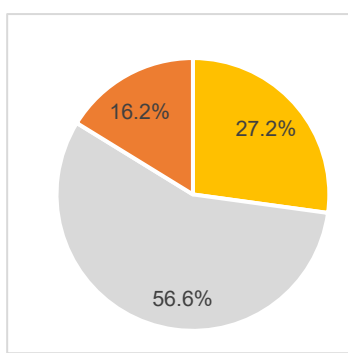


【全体】

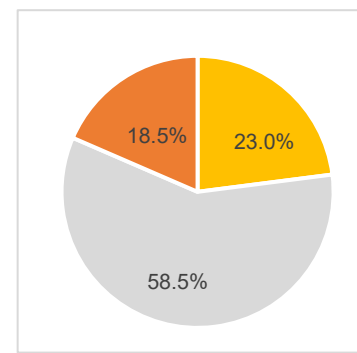


(%)

【男性】



【女性】



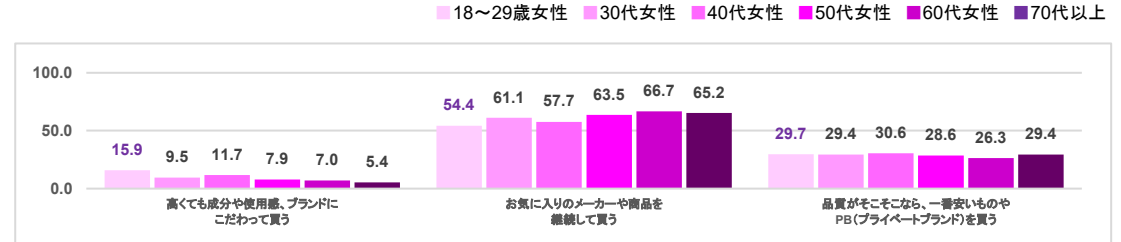
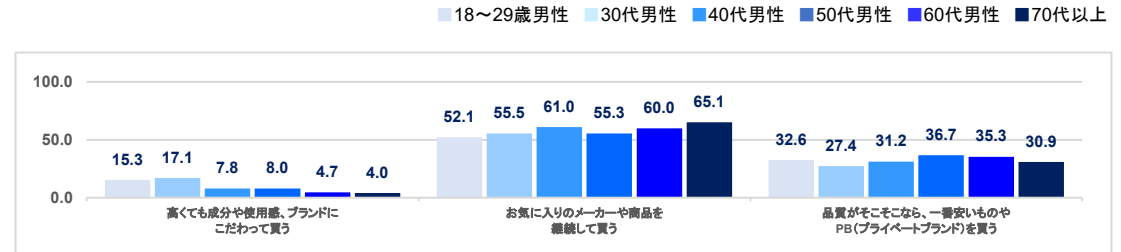
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (5) ボディケア（ボディソープ、ハンドソープなど）

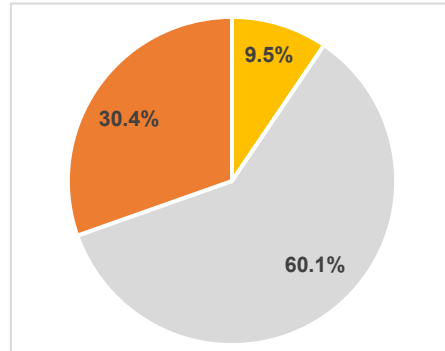
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2151 | 9.5                     | 60.1                | 30.4                               |
| 性別        |      |                         |                     |                                    |
| 男性        | 893  | 9.4                     | 58.2                | 32.4                               |
| 女性        | 1258 | 9.5                     | 61.4                | 29.0                               |
| 年齢        |      |                         |                     |                                    |
| 18～29歳    | 339  | 15.6                    | 53.4                | 31.0                               |
| 30代       | 367  | 12.5                    | 58.9                | 28.6                               |
| 40代       | 376  | 10.1                    | 59.0                | 30.9                               |
| 50代       | 353  | 7.9                     | 60.1                | 32.0                               |
| 60代       | 363  | 6.1                     | 63.9                | 30.0                               |
| 70代以上     | 353  | 4.8                     | 65.2                | 30.0                               |
| 性年代       |      |                         |                     |                                    |
| 男性-18～29歳 | 144  | 15.3                    | 52.1                | 32.6                               |
| 男性-30代    | 146  | 17.1                    | 55.5                | 27.4                               |
| 男性-40代    | 154  | 7.8                     | 61.0                | 31.2                               |
| 男性-50代    | 150  | 8.0                     | 55.3                | 36.7                               |
| 男性-60代    | 150  | 4.7                     | 60.0                | 35.3                               |
| 男性-70代以上  | 149  | 4.0                     | 65.1                | 30.9                               |
| 女性-18～29歳 | 195  | 15.9                    | 54.4                | 29.7                               |
| 女性-30代    | 221  | 9.5                     | 61.1                | 29.4                               |
| 女性-40代    | 222  | 11.7                    | 57.7                | 30.6                               |
| 女性-50代    | 203  | 7.9                     | 63.5                | 28.6                               |
| 女性-60代    | 213  | 7.0                     | 66.7                | 26.3                               |
| 女性-70代以上  | 204  | 5.4                     | 65.2                | 29.4                               |

(%)

【性年代】

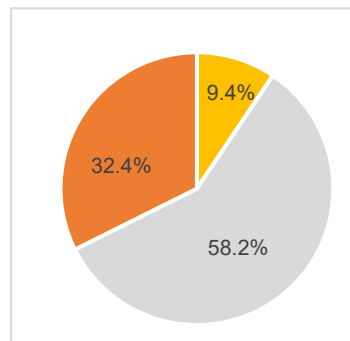


【全体】

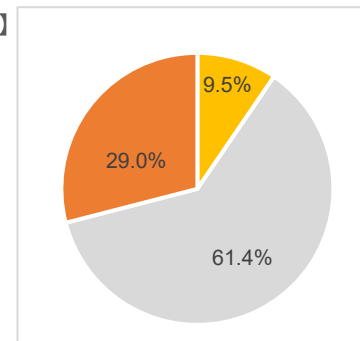


(%)

【男性】



【女性】



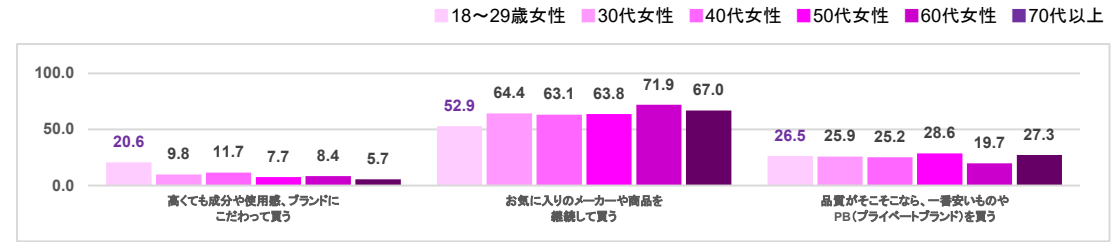
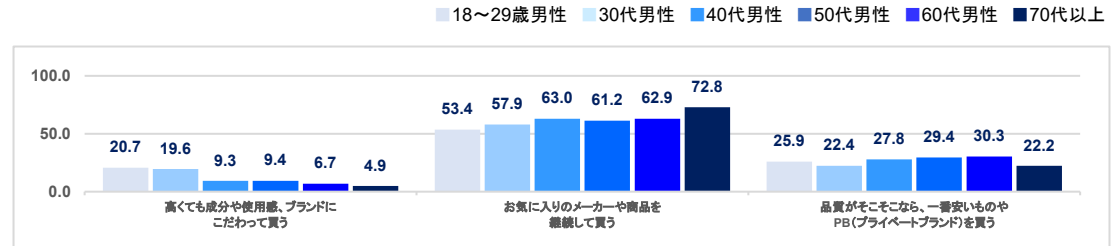
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (6) ボディケア（ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など）

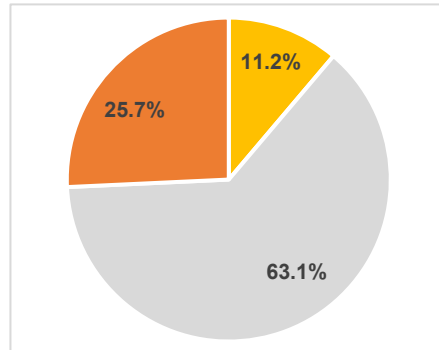
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 性別  | 全体        | 1787 | 11.2                    | 63.1                 | 25.7                               |
|     | 男性        | 586  | 12.5                    | 61.3                 | 26.3                               |
|     | 女性        | 1201 | 10.6                    | 63.9                 | 25.5                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 305  | 20.7                    | 53.1                 | 26.2                               |
|     | 30代       | 312  | 13.1                    | 62.2                 | 24.7                               |
|     | 40代       | 322  | 10.9                    | 63.0                 | 26.1                               |
|     | 50代       | 281  | 8.2                     | 63.0                 | 28.8                               |
|     | 60代       | 292  | 7.9                     | 69.2                 | 22.9                               |
|     | 70代以上     | 275  | 5.5                     | 68.7                 | 25.8                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 116  | 20.7                    | 53.4                 | 25.9                               |
|     | 男性-30代    | 107  | 19.6                    | 57.9                 | 22.4                               |
|     | 男性-40代    | 108  | 9.3                     | 63.0                 | 27.8                               |
|     | 男性-50代    | 85   | 9.4                     | 61.2                 | 29.4                               |
|     | 男性-60代    | 89   | 6.7                     | 62.9                 | 30.3                               |
|     | 男性-70代以上  | 81   | 4.9                     | 72.8                 | 22.2                               |
|     | 女性-18～29歳 | 189  | 20.6                    | 52.9                 | 26.5                               |
|     | 女性-30代    | 205  | 9.8                     | 64.4                 | 25.9                               |
|     | 女性-40代    | 214  | 11.7                    | 63.1                 | 25.2                               |
|     | 女性-50代    | 196  | 7.7                     | 63.8                 | 28.6                               |
|     | 女性-60代    | 203  | 8.4                     | 71.9                 | 19.7                               |
|     | 女性-70代以上  | 194  | 5.7                     | 67.0                 | 27.3                               |

(%)

【性年代】

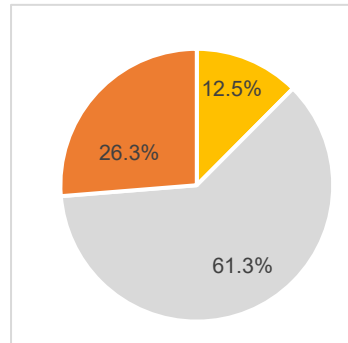


【全体】

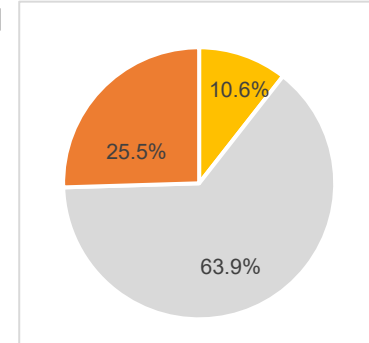


(%)

【男性】



【女性】



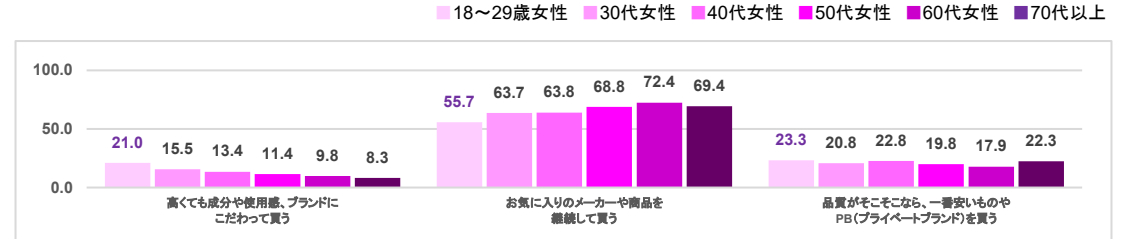
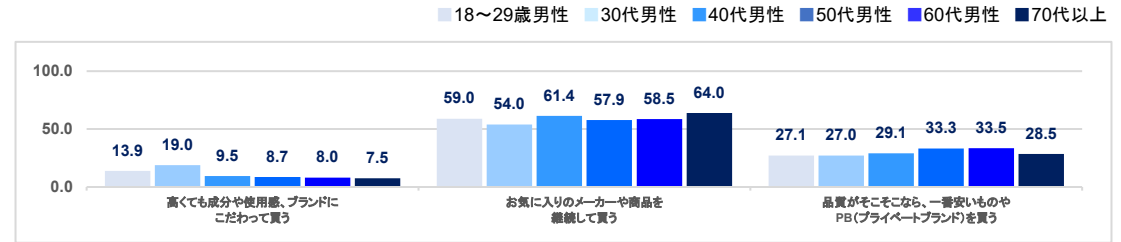
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (7) ヘアケア（シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど）

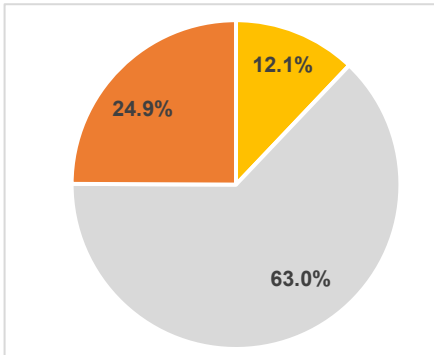
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 性別  | 全体        | 2507 | 12.1                    | 63.0                 | 24.9                               |
|     | 男性        | 1100 | 10.9                    | 59.3                 | 29.8                               |
|     | 女性        | 1407 | 13.0                    | 65.9                 | 21.1                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 376  | 17.8                    | 57.2                 | 25.0                               |
|     | 30代       | 400  | 17.0                    | 59.5                 | 23.5                               |
|     | 40代       | 435  | 11.7                    | 62.8                 | 25.5                               |
|     | 50代       | 420  | 10.2                    | 64.0                 | 25.7                               |
|     | 60代       | 434  | 9.0                     | 66.4                 | 24.7                               |
|     | 70代以上     | 442  | 7.9                     | 67.0                 | 25.1                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 166  | 13.9                    | 59.0                 | 27.1                               |
|     | 男性-30代    | 174  | 19.0                    | 54.0                 | 27.0                               |
|     | 男性-40代    | 189  | 9.5                     | 61.4                 | 29.1                               |
|     | 男性-50代    | 183  | 8.7                     | 57.9                 | 33.3                               |
|     | 男性-60代    | 188  | 8.0                     | 58.5                 | 33.5                               |
|     | 男性-70代以上  | 200  | 7.5                     | 64.0                 | 28.5                               |
|     | 女性-18～29歳 | 210  | 21.0                    | 55.7                 | 23.3                               |
|     | 女性-30代    | 226  | 15.5                    | 63.7                 | 20.8                               |
|     | 女性-40代    | 246  | 13.4                    | 63.8                 | 22.8                               |
|     | 女性-50代    | 237  | 11.4                    | 68.8                 | 19.8                               |
|     | 女性-60代    | 246  | 9.8                     | 72.4                 | 17.9                               |
|     | 女性-70代以上  | 242  | 8.3                     | 69.4                 | 22.3                               |

(%)

【性年代】

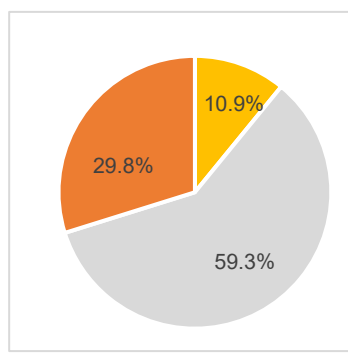


【全体】

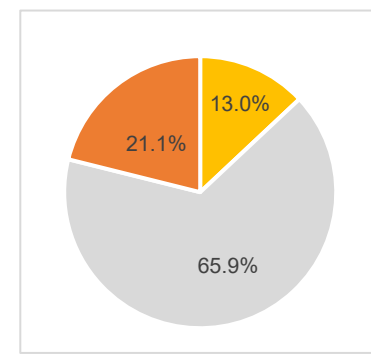


(%)

【男性】



【女性】



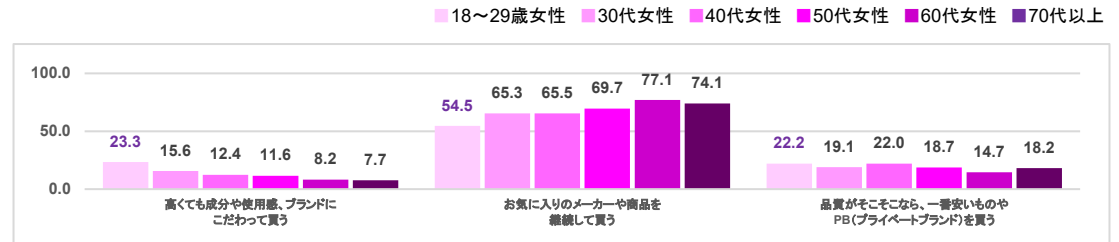
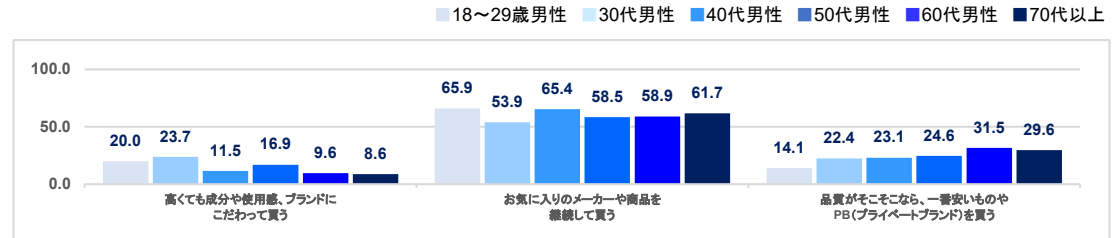
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (8) ヘアケア（整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど）

|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 性別  | 全体        | 1452 | 13.9                    | 65.4                | 20.7                               |
|     | 男性        | 458  | 15.1                    | 60.9                | 24.0                               |
|     | 女性        | 994  | 13.4                    | 67.4                | 19.2                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 261  | 22.2                    | 58.2                | 19.5                               |
|     | 30代       | 249  | 18.1                    | 61.8                | 20.1                               |
|     | 40代       | 255  | 12.2                    | 65.5                | 22.4                               |
|     | 50代       | 220  | 13.2                    | 66.4                | 20.5                               |
|     | 60代       | 243  | 8.6                     | 71.6                | 19.8                               |
|     | 70代以上     | 224  | 8.0                     | 69.6                | 22.3                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 85   | 20.0                    | 65.9                | 14.1                               |
|     | 男性-30代    | 76   | 23.7                    | 53.9                | 22.4                               |
|     | 男性-40代    | 78   | 11.5                    | 65.4                | 23.1                               |
|     | 男性-50代    | 65   | 16.9                    | 58.5                | 24.6                               |
|     | 男性-60代    | 73   | 9.6                     | 58.9                | 31.5                               |
|     | 男性-70代以上  | 81   | 8.6                     | 61.7                | 29.6                               |
|     | 女性-18～29歳 | 176  | 23.3                    | 54.5                | 22.2                               |
|     | 女性-30代    | 173  | 15.6                    | 65.3                | 19.1                               |
|     | 女性-40代    | 177  | 12.4                    | 65.5                | 22.0                               |
|     | 女性-50代    | 155  | 11.6                    | 69.7                | 18.7                               |
|     | 女性-60代    | 170  | 8.2                     | 77.1                | 14.7                               |
|     | 女性-70代以上  | 143  | 7.7                     | 74.1                | 18.2                               |

(%)

【性年代】

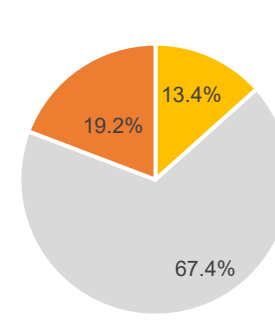
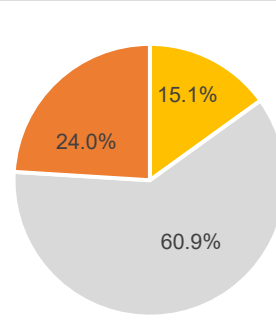
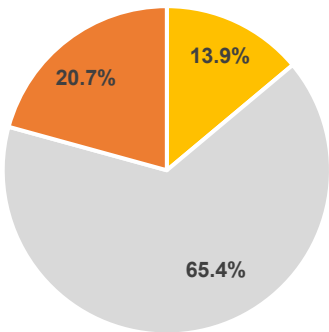


【全体】

(%)

【男性】

【女性】



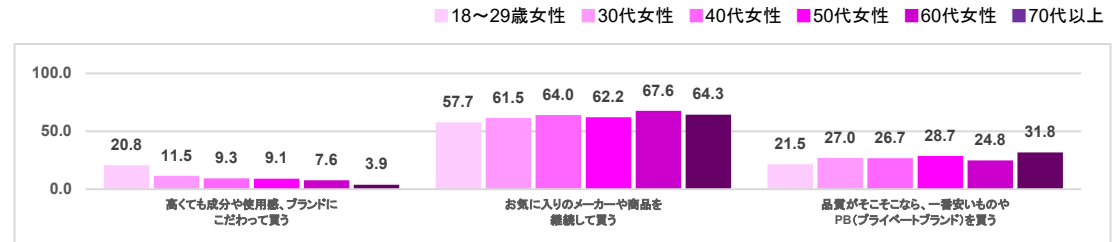
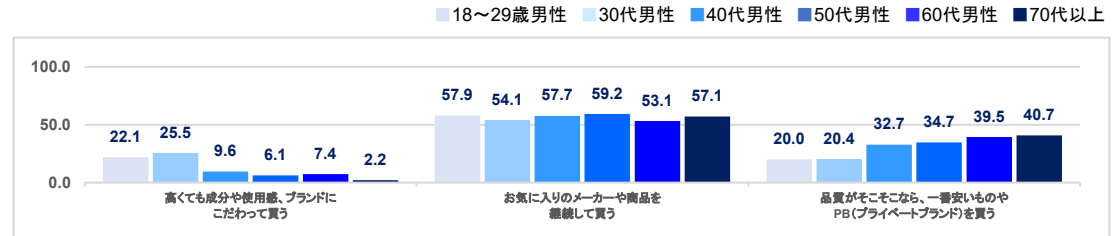
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (9) 芳香・消臭剤（消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど）

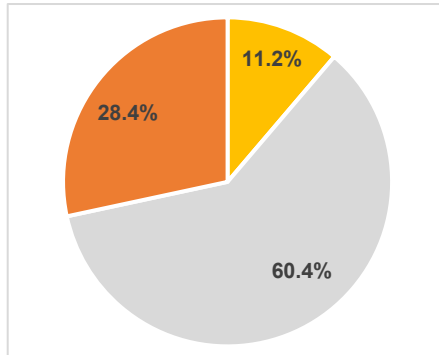
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 1442 | 11.2                    | 60.4                 | 28.4                               |
| 性別  | 男性        | 567  | 12.3                    | 56.6                 | 31.0                               |
|     | 女性        | 875  | 10.5                    | 62.9                 | 26.6                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 244  | 21.3                    | 57.8                 | 20.9                               |
|     | 30代       | 246  | 17.1                    | 58.5                 | 24.4                               |
|     | 40代       | 265  | 9.4                     | 61.5                 | 29.1                               |
|     | 50代       | 241  | 7.9                     | 61.0                 | 31.1                               |
|     | 60代       | 226  | 7.5                     | 62.4                 | 30.1                               |
|     | 70代以上     | 220  | 3.2                     | 61.4                 | 35.5                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 95   | 22.1                    | 57.9                 | 20.0                               |
|     | 男性-30代    | 98   | 25.5                    | 54.1                 | 20.4                               |
|     | 男性-40代    | 104  | 9.6                     | 57.7                 | 32.7                               |
|     | 男性-50代    | 98   | 6.1                     | 59.2                 | 34.7                               |
|     | 男性-60代    | 81   | 7.4                     | 53.1                 | 39.5                               |
|     | 男性-70代以上  | 91   | 2.2                     | 57.1                 | 40.7                               |
|     | 女性-18～29歳 | 149  | 20.8                    | 57.7                 | 21.5                               |
|     | 女性-30代    | 148  | 11.5                    | 61.5                 | 27.0                               |
|     | 女性-40代    | 161  | 9.3                     | 64.0                 | 26.7                               |
|     | 女性-50代    | 143  | 9.1                     | 62.2                 | 28.7                               |
|     | 女性-60代    | 145  | 7.6                     | 67.6                 | 24.8                               |
|     | 女性-70代以上  | 129  | 3.9                     | 64.3                 | 31.8                               |

(%)

【性年代】

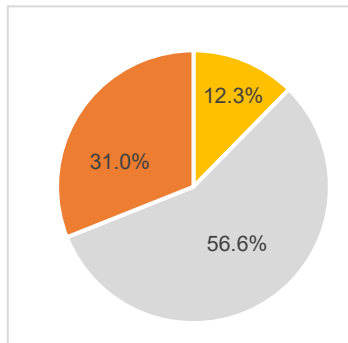


【全体】

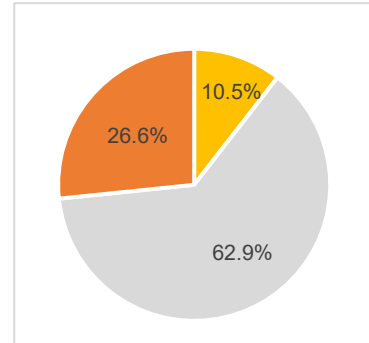


(%)

【男性】



【女性】



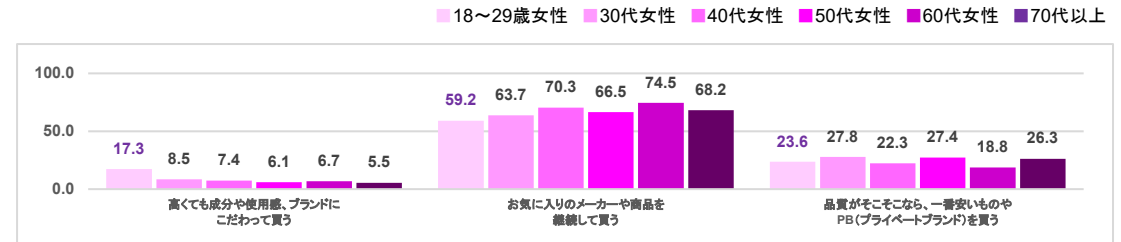
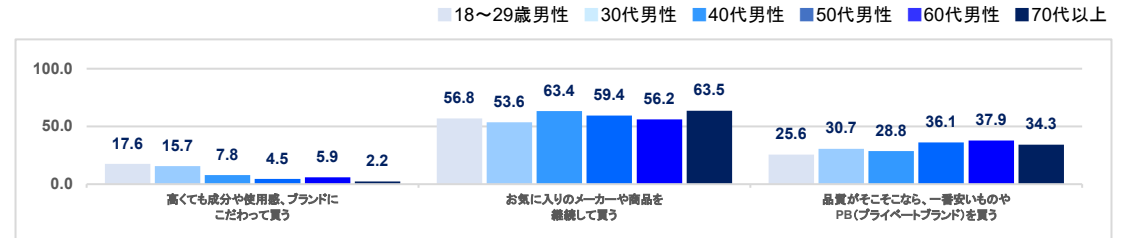
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (10) 衣料洗濯用品（洗濯洗剤、柔軟剤など）

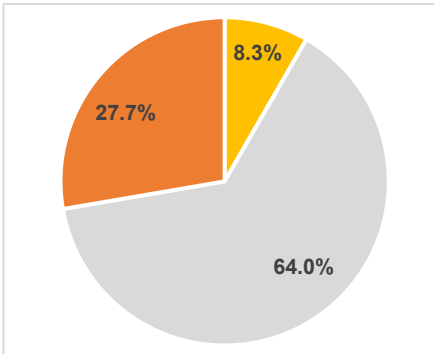
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2260 | 8.3                     | 64.0                 | 27.7                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 923  | 8.3                     | 59.0                 | 32.6                               |
| 女性        | 1337 | 8.3                     | 67.4                 | 24.3                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 316  | 17.4                    | 58.2                 | 24.4                               |
| 30代       | 352  | 11.4                    | 59.7                 | 29.0                               |
| 40代       | 382  | 7.6                     | 67.5                 | 24.9                               |
| 50代       | 385  | 5.5                     | 63.6                 | 30.9                               |
| 60代       | 408  | 6.4                     | 66.9                 | 26.7                               |
| 70代以上     | 417  | 4.1                     | 66.2                 | 29.7                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 125  | 17.6                    | 56.8                 | 25.6                               |
| 男性-30代    | 140  | 15.7                    | 53.6                 | 30.7                               |
| 男性-40代    | 153  | 7.8                     | 63.4                 | 28.8                               |
| 男性-50代    | 155  | 4.5                     | 59.4                 | 36.1                               |
| 男性-60代    | 169  | 5.9                     | 56.2                 | 37.9                               |
| 男性-70代以上  | 181  | 2.2                     | 63.5                 | 34.3                               |
| 女性-18～29歳 | 191  | 17.3                    | 59.2                 | 23.6                               |
| 女性-30代    | 212  | 8.5                     | 63.7                 | 27.8                               |
| 女性-40代    | 229  | 7.4                     | 70.3                 | 22.3                               |
| 女性-50代    | 230  | 6.1                     | 66.5                 | 27.4                               |
| 女性-60代    | 239  | 6.7                     | 74.5                 | 18.8                               |
| 女性-70代以上  | 236  | 5.5                     | 68.2                 | 26.3                               |

(%)

【性年代】

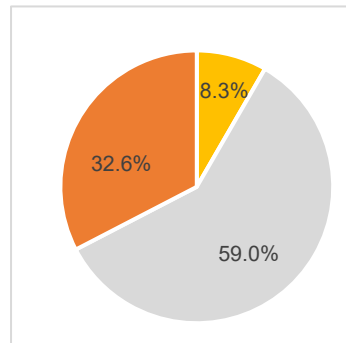


【全体】

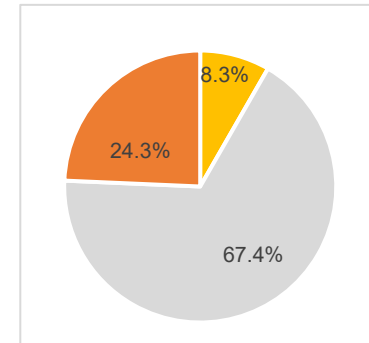


(%)

【男性】



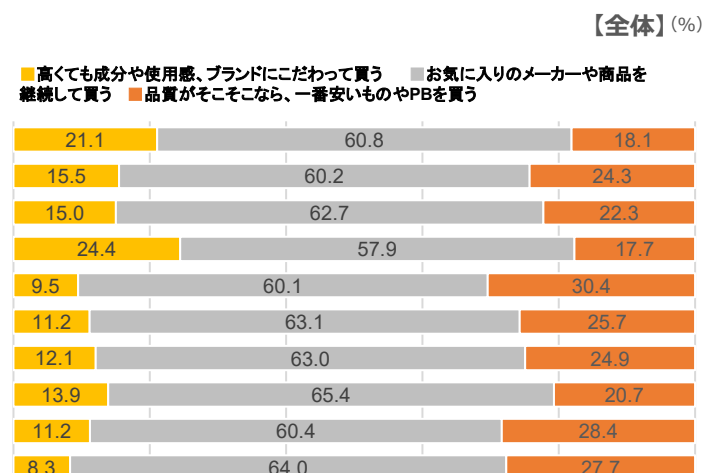
【女性】



## 3. お金のかけ方「こだわり度」

(まとめ)

| (1) 化粧品・日用品について                           | 全体   | 高くても成分や<br>使用感、ブランドに<br>こだわって買う | お気に入りのメー<br>カーや商品を<br>継続して買う | 品質がそこそこな<br>ら、一番安いもの<br>やPB（プライベート<br>ブランド）を買う |
|-------------------------------------------|------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|
| 1.ベースメイク化粧品（化粧下地、ファンデーション、コンシーラーなど）       | 1290 | 21.1                            | 60.8                         | 18.1                                           |
| 2.ポイントメイク化粧品（口紅・アイシャドウ、マスカラ、アイライナー、チークなど） | 1194 | 15.5                            | 60.2                         | 24.3                                           |
| 3.スキンケア化粧品（洗顔料、クレンジング、化粧水、美容液、シートマスクなど）   | 1784 | 15.0                            | 62.7                         | 22.3                                           |
| 4.フレグランス、香水                               | 757  | 24.4                            | 57.9                         | 17.7                                           |
| 5.ボディケア（ボディソープ、ハンドソープなど）                  | 2151 | 9.5                             | 60.1                         | 30.4                                           |
| 6.ボディケア（ボディクリーム、ハンドクリーム、日焼け止め、制汗剤など）      | 1787 | 11.2                            | 63.1                         | 25.7                                           |
| 7.ヘアケア（シャンプー、コンディショナー、トリートメントなど）          | 2507 | 12.1                            | 63.0                         | 24.9                                           |
| 8.ヘアケア（整髪剤、ヘアオイル、ヘアカラーなど）                 | 1452 | 13.9                            | 65.4                         | 20.7                                           |
| 9.芳香・消臭剤（消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど）              | 1442 | 11.2                            | 60.4                         | 28.4                                           |
| 10.衣料洗濯用品（洗濯洗剤、柔軟剤など）                     | 2260 | 8.3                             | 64.0                         | 27.7                                           |



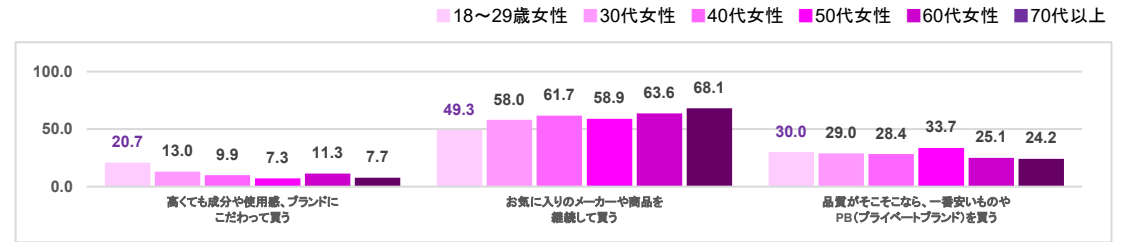
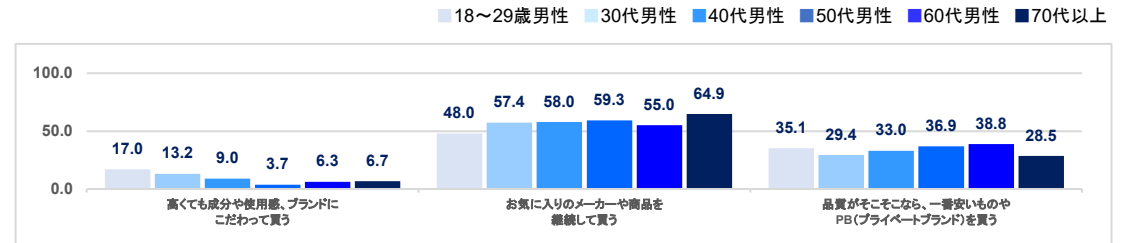
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (11) オーラルケア（歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど）

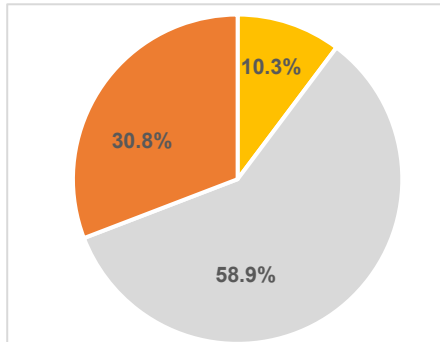
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2260 | 8.3                     | 64.0                | 27.7                               |
| 性別        |      |                         |                     |                                    |
| 男性        | 923  | 8.3                     | 59.0                | 32.6                               |
| 女性        | 1337 | 8.3                     | 67.4                | 24.3                               |
| 年齢        |      |                         |                     |                                    |
| 18～29歳    | 316  | 17.4                    | 58.2                | 24.4                               |
| 30代       | 352  | 11.4                    | 59.7                | 29.0                               |
| 40代       | 382  | 7.6                     | 67.5                | 24.9                               |
| 50代       | 385  | 5.5                     | 63.6                | 30.9                               |
| 60代       | 408  | 6.4                     | 66.9                | 26.7                               |
| 70代以上     | 417  | 4.1                     | 66.2                | 29.7                               |
| 性年代       |      |                         |                     |                                    |
| 男性-18～29歳 | 125  | 17.6                    | 56.8                | 25.6                               |
| 男性-30代    | 140  | 15.7                    | 53.6                | 30.7                               |
| 男性-40代    | 153  | 7.8                     | 63.4                | 28.8                               |
| 男性-50代    | 155  | 4.5                     | 59.4                | 36.1                               |
| 男性-60代    | 169  | 5.9                     | 56.2                | 37.9                               |
| 男性-70代以上  | 181  | 2.2                     | 63.5                | 34.3                               |
| 女性-18～29歳 | 191  | 17.3                    | 59.2                | 23.6                               |
| 女性-30代    | 212  | 8.5                     | 63.7                | 27.8                               |
| 女性-40代    | 229  | 7.4                     | 70.3                | 22.3                               |
| 女性-50代    | 230  | 6.1                     | 66.5                | 27.4                               |
| 女性-60代    | 239  | 6.7                     | 74.5                | 18.8                               |
| 女性-70代以上  | 236  | 5.5                     | 68.2                | 26.3                               |

(%)

【性年代】

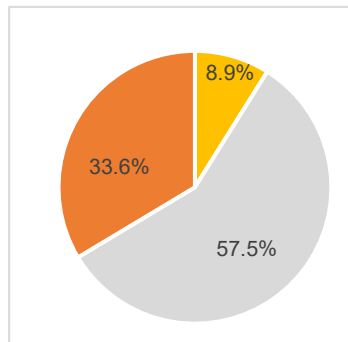


【全体】

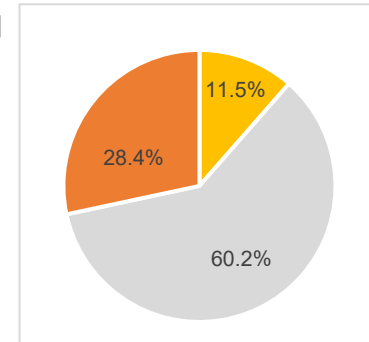


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

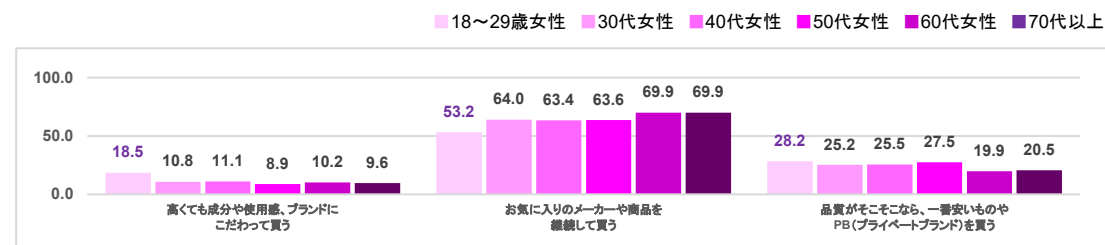
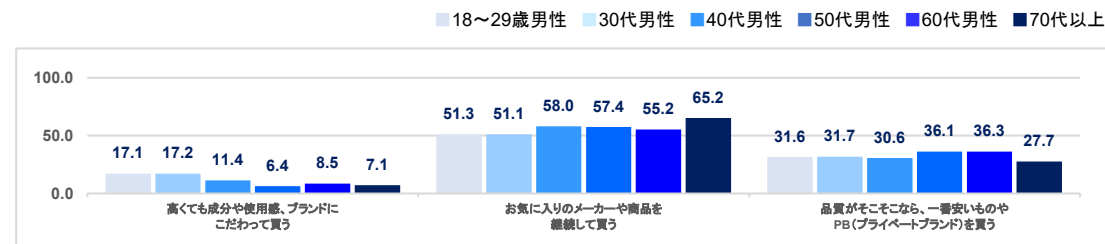
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (12) オーラルケア（歯磨き粉、マウスウォッシュなど）

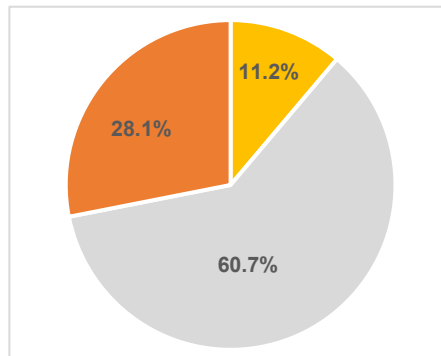
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 2570 | 11.2                    | 60.7                 | 28.1                               |
| 性別  | 男性        | 1186 | 10.9                    | 56.7                 | 32.4                               |
|     | 女性        | 1384 | 11.4                    | 64.2                 | 24.4                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 374  | 17.9                    | 52.4                 | 29.7                               |
|     | 30代       | 408  | 13.7                    | 58.1                 | 28.2                               |
|     | 40代       | 428  | 11.2                    | 61.0                 | 27.8                               |
|     | 50代       | 438  | 7.8                     | 60.7                 | 31.5                               |
|     | 60代       | 459  | 9.4                     | 62.7                 | 27.9                               |
|     | 70代以上     | 463  | 8.4                     | 67.6                 | 24.0                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 158  | 17.1                    | 51.3                 | 31.6                               |
|     | 男性-30代    | 186  | 17.2                    | 51.1                 | 31.7                               |
|     | 男性-40代    | 193  | 11.4                    | 58.0                 | 30.6                               |
|     | 男性-50代    | 202  | 6.4                     | 57.4                 | 36.1                               |
|     | 男性-60代    | 223  | 8.5                     | 55.2                 | 36.3                               |
|     | 男性-70代以上  | 224  | 7.1                     | 65.2                 | 27.7                               |
|     | 女性-18～29歳 | 216  | 18.5                    | 53.2                 | 28.2                               |
|     | 女性-30代    | 222  | 10.8                    | 64.0                 | 25.2                               |
|     | 女性-40代    | 235  | 11.1                    | 63.4                 | 25.5                               |
|     | 女性-50代    | 236  | 8.9                     | 63.6                 | 27.5                               |
|     | 女性-60代    | 236  | 10.2                    | 69.9                 | 19.9                               |
|     | 女性-70代以上  | 239  | 9.6                     | 69.9                 | 20.5                               |

(%)

【性年代】

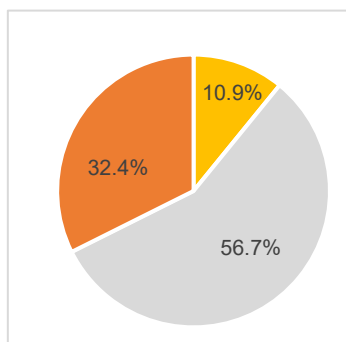


【全体】

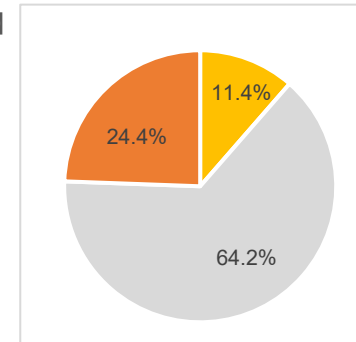


(%)

【男性】



【女性】



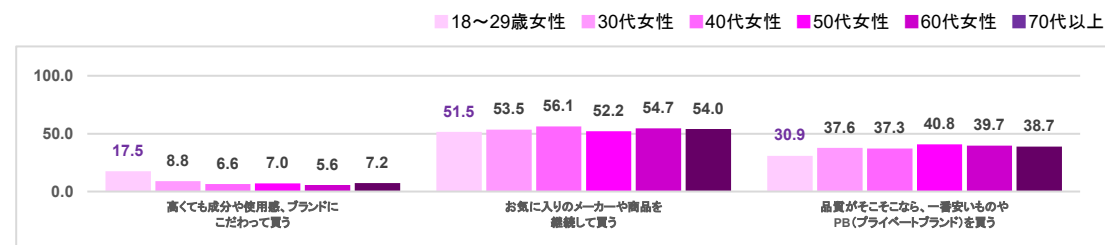
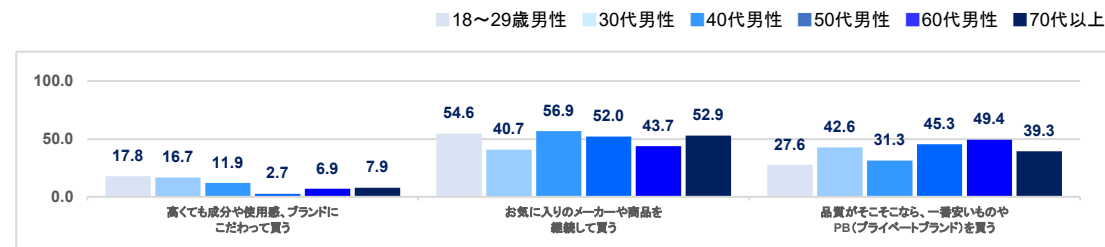
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (13) 化粧小物（爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど）

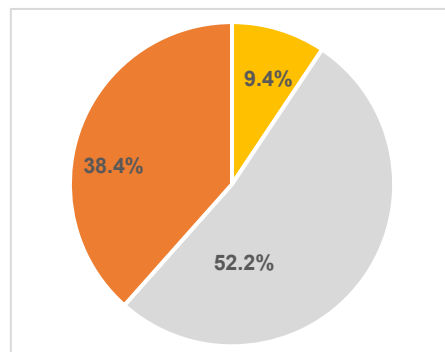
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 2334 | 9.4                     | 52.2                 | 38.4                               |
| 性別  | 男性        | 989  | 10.5                    | 50.1                 | 39.4                               |
|     | 女性        | 1345 | 8.6                     | 53.8                 | 37.7                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 346  | 17.6                    | 52.9                 | 29.5                               |
|     | 30代       | 388  | 12.1                    | 48.2                 | 39.7                               |
|     | 40代       | 388  | 8.8                     | 56.4                 | 34.8                               |
|     | 50代       | 378  | 5.3                     | 52.1                 | 42.6                               |
|     | 60代       | 408  | 6.1                     | 50.0                 | 43.9                               |
|     | 70代以上     | 426  | 7.5                     | 53.5                 | 39.0                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 152  | 17.8                    | 54.6                 | 27.6                               |
|     | 男性-30代    | 162  | 16.7                    | 40.7                 | 42.6                               |
|     | 男性-40代    | 160  | 11.9                    | 56.9                 | 31.3                               |
|     | 男性-50代    | 150  | 2.7                     | 52.0                 | 45.3                               |
|     | 男性-60代    | 174  | 6.9                     | 43.7                 | 49.4                               |
|     | 男性-70代以上  | 191  | 7.9                     | 52.9                 | 39.3                               |
|     | 女性-18～29歳 | 194  | 17.5                    | 51.5                 | 30.9                               |
|     | 女性-30代    | 226  | 8.8                     | 53.5                 | 37.6                               |
|     | 女性-40代    | 228  | 6.6                     | 56.1                 | 37.3                               |
|     | 女性-50代    | 228  | 7.0                     | 52.2                 | 40.8                               |
|     | 女性-60代    | 234  | 5.6                     | 54.7                 | 39.7                               |
|     | 女性-70代以上  | 235  | 7.2                     | 54.0                 | 38.7                               |

(%)

【性年代】

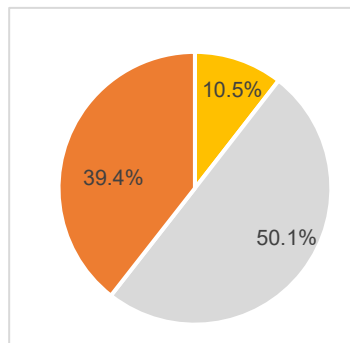


【全体】

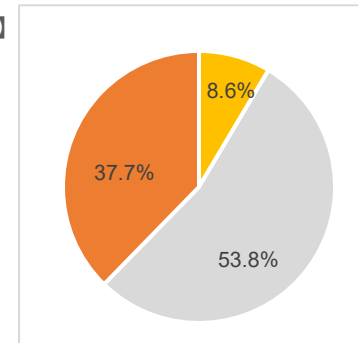


(%)

【男性】



【女性】



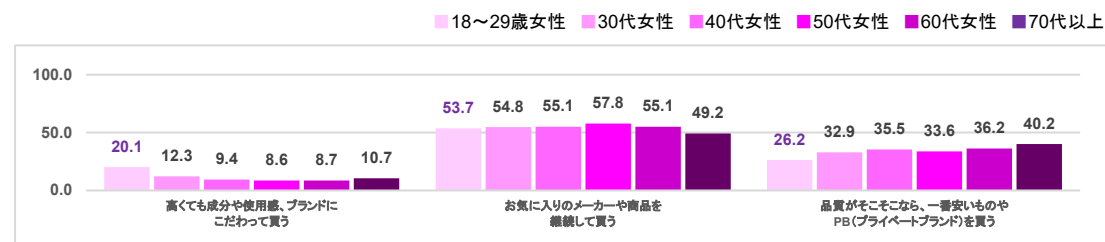
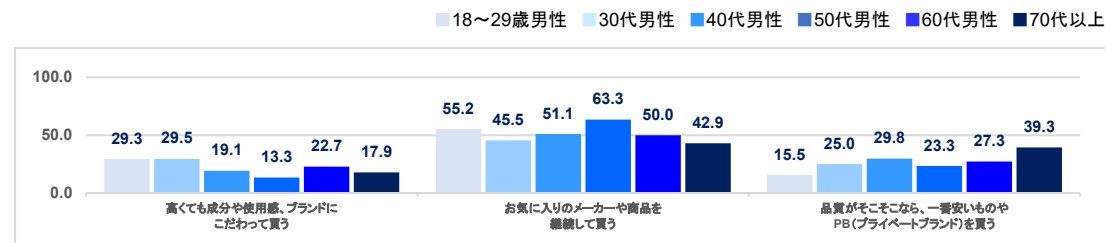
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (14) その他の日用品（ストッキング、加圧ソックスなど）

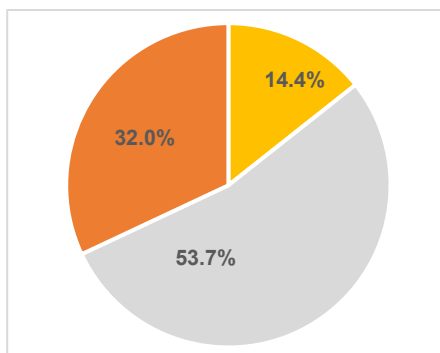
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1038 | 14.4                    | 53.7                 | 32.0                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 229  | 23.1                    | 51.5                 | 25.3                               |
| 女性        | 809  | 11.9                    | 54.3                 | 33.9                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 207  | 22.7                    | 54.1                 | 23.2                               |
| 30代       | 190  | 16.3                    | 52.6                 | 31.1                               |
| 40代       | 185  | 11.9                    | 54.1                 | 34.1                               |
| 50代       | 146  | 9.6                     | 58.9                 | 31.5                               |
| 60代       | 160  | 10.6                    | 54.4                 | 35.0                               |
| 70代以上     | 150  | 12.0                    | 48.0                 | 40.0                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 58   | 29.3                    | 55.2                 | 15.5                               |
| 男性-30代    | 44   | 29.5                    | 45.5                 | 25.0                               |
| 男性-40代    | 47   | 19.1                    | 51.1                 | 29.8                               |
| 男性-50代    | 30   | 13.3                    | 63.3                 | 23.3                               |
| 男性-60代    | 22   | 22.7                    | 50.0                 | 27.3                               |
| 男性-70代以上  | 28   | 17.9                    | 42.9                 | 39.3                               |
| 女性-18～29歳 | 149  | 20.1                    | 53.7                 | 26.2                               |
| 女性-30代    | 146  | 12.3                    | 54.8                 | 32.9                               |
| 女性-40代    | 138  | 9.4                     | 55.1                 | 35.5                               |
| 女性-50代    | 116  | 8.6                     | 57.8                 | 33.6                               |
| 女性-60代    | 138  | 8.7                     | 55.1                 | 36.2                               |
| 女性-70代以上  | 122  | 10.7                    | 49.2                 | 40.2                               |

(%)

【性年代】

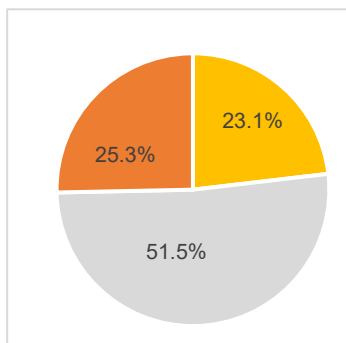


【全体】

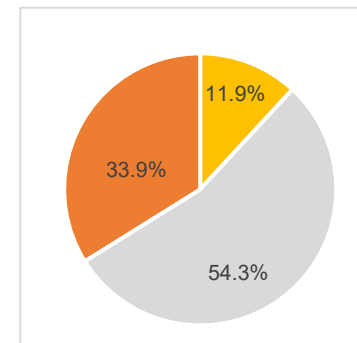


(%)

【男性】



【女性】

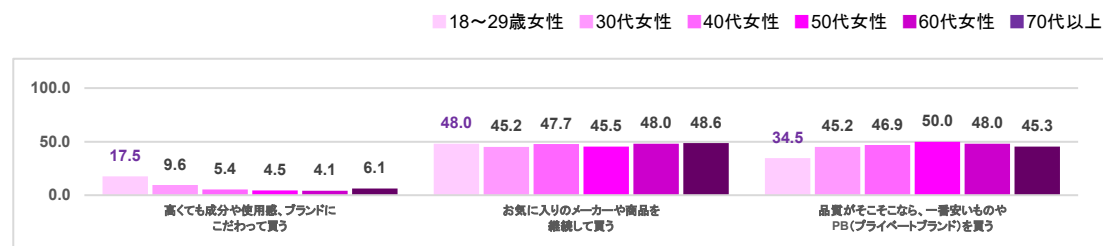
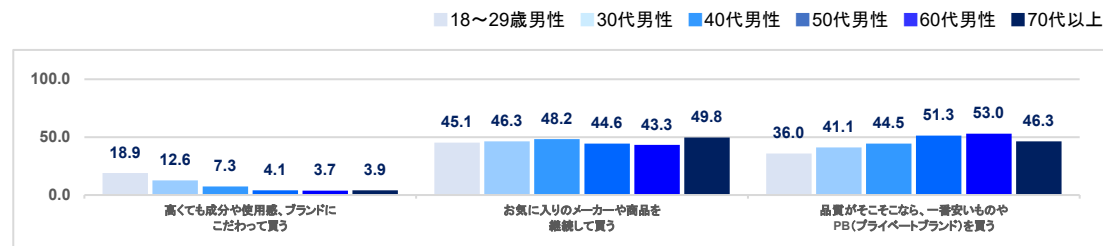


### (15) 紙製品（ティッシュペーパー、トイレトペーパーなど）

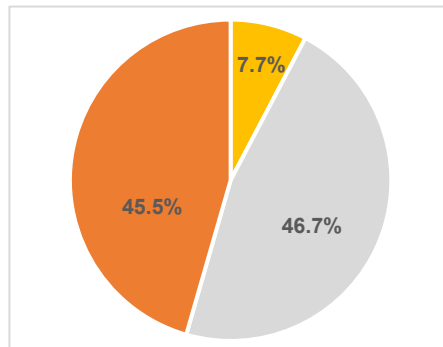
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2569 | 7.7                     | 46.7                 | 45.5                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 1169 | 7.9                     | 46.3                 | 45.9                               |
| 女性        | 1400 | 7.6                     | 47.1                 | 45.3                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 364  | 18.1                    | 46.7                 | 35.2                               |
| 30代       | 405  | 10.9                    | 45.7                 | 43.5                               |
| 40代       | 430  | 6.3                     | 47.9                 | 45.8                               |
| 50代       | 435  | 4.4                     | 45.1                 | 50.6                               |
| 60代       | 461  | 3.9                     | 45.8                 | 50.3                               |
| 70代以上     | 474  | 5.1                     | 49.2                 | 45.8                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 164  | 18.9                    | 45.1                 | 36.0                               |
| 男性-30代    | 175  | 12.6                    | 46.3                 | 41.1                               |
| 男性-40代    | 191  | 7.3                     | 48.2                 | 44.5                               |
| 男性-50代    | 193  | 4.1                     | 44.6                 | 51.3                               |
| 男性-60代    | 217  | 3.7                     | 43.3                 | 53.0                               |
| 男性-70代以上  | 229  | 3.9                     | 49.8                 | 46.3                               |
| 女性-18～29歳 | 200  | 17.5                    | 48.0                 | 34.5                               |
| 女性-30代    | 230  | 9.6                     | 45.2                 | 45.2                               |
| 女性-40代    | 239  | 5.4                     | 47.7                 | 46.9                               |
| 女性-50代    | 242  | 4.5                     | 45.5                 | 50.0                               |
| 女性-60代    | 244  | 4.1                     | 48.0                 | 48.0                               |
| 女性-70代以上  | 245  | 6.1                     | 48.6                 | 45.3                               |

(%)

【性年代】

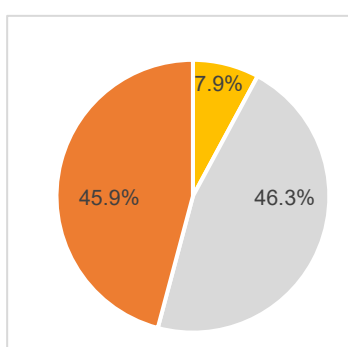


【全体】

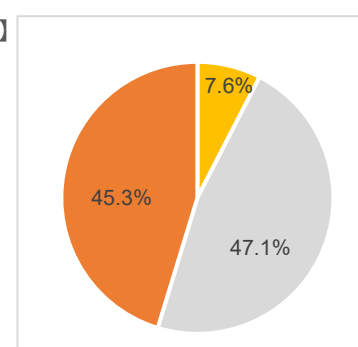


(%)

【男性】



【女性】



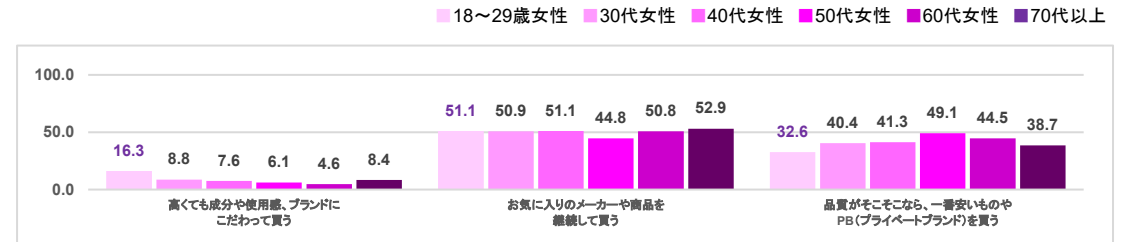
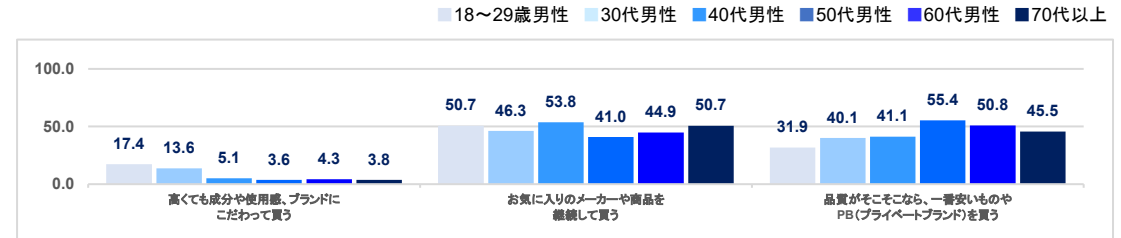
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (16) 衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）

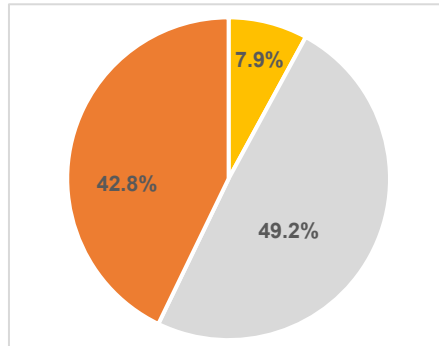
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2356 | 7.9                     | 49.2                | 42.8                               |
| 性別        |      |                         |                     |                                    |
| 男性        | 1007 | 7.3                     | 47.9                | 44.8                               |
| 女性        | 1349 | 8.4                     | 50.3                | 41.4                               |
| 年齢        |      |                         |                     |                                    |
| 18～29歳    | 328  | 16.8                    | 50.9                | 32.3                               |
| 30代       | 375  | 10.7                    | 49.1                | 40.3                               |
| 40代       | 383  | 6.5                     | 52.2                | 41.3                               |
| 50代       | 396  | 5.1                     | 43.2                | 51.8                               |
| 60代       | 423  | 4.5                     | 48.2                | 47.3                               |
| 70代以上     | 451  | 6.2                     | 51.9                | 41.9                               |
| 性年代       |      |                         |                     |                                    |
| 男性-18～29歳 | 138  | 17.4                    | 50.7                | 31.9                               |
| 男性-30代    | 147  | 13.6                    | 46.3                | 40.1                               |
| 男性-40代    | 158  | 5.1                     | 53.8                | 41.1                               |
| 男性-50代    | 166  | 3.6                     | 41.0                | 55.4                               |
| 男性-60代    | 185  | 4.3                     | 44.9                | 50.8                               |
| 男性-70代以上  | 213  | 3.8                     | 50.7                | 45.5                               |
| 女性-18～29歳 | 190  | 16.3                    | 51.1                | 32.6                               |
| 女性-30代    | 228  | 8.8                     | 50.9                | 40.4                               |
| 女性-40代    | 225  | 7.6                     | 51.1                | 41.3                               |
| 女性-50代    | 230  | 6.1                     | 44.8                | 49.1                               |
| 女性-60代    | 238  | 4.6                     | 50.8                | 44.5                               |
| 女性-70代以上  | 238  | 8.4                     | 52.9                | 38.7                               |

(%)

【性年代】

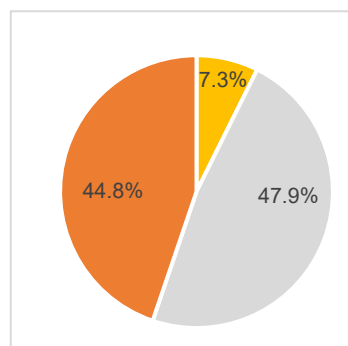


【全体】

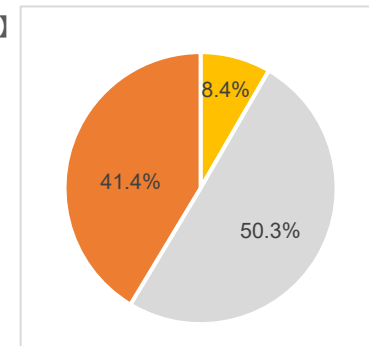


(%)

【男性】



【女性】



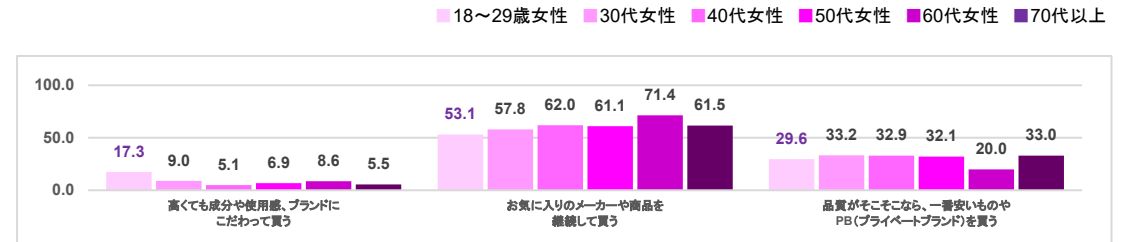
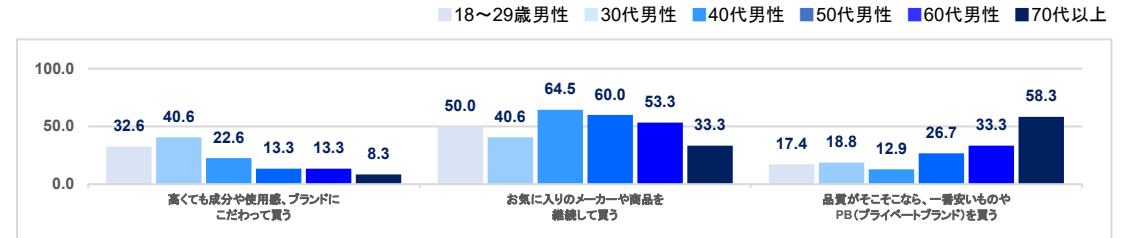
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (17) 生理用品（ナプキン、尿とりパットなど）

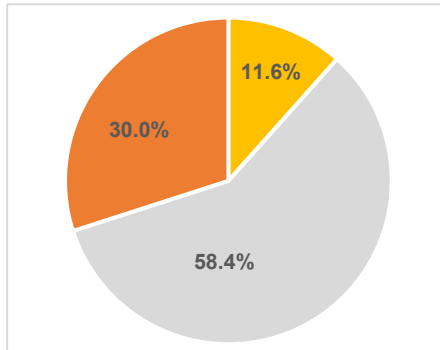
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1078 | 11.6                    | 58.4                 | 30.0                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 151  | 26.5                    | 51.0                 | 22.5                               |
| 女性        | 927  | 9.2                     | 59.7                 | 31.2                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 242  | 20.2                    | 52.5                 | 27.3                               |
| 30代       | 255  | 12.9                    | 55.7                 | 31.4                               |
| 40代       | 247  | 7.3                     | 62.3                 | 30.4                               |
| 50代       | 146  | 7.5                     | 61.0                 | 31.5                               |
| 60代       | 85   | 9.4                     | 68.2                 | 22.4                               |
| 70代以上     | 103  | 5.8                     | 58.3                 | 35.9                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 46   | 32.6                    | 50.0                 | 17.4                               |
| 男性-30代    | 32   | 40.6                    | 40.6                 | 18.8                               |
| 男性-40代    | 31   | 22.6                    | 64.5                 | 12.9                               |
| 男性-50代    | 15   | 13.3                    | 60.0                 | 26.7                               |
| 男性-60代    | 15   | 13.3                    | 53.3                 | 33.3                               |
| 男性-70代以上  | 12   | 8.3                     | 33.3                 | 58.3                               |
| 女性-18～29歳 | 196  | 17.3                    | 53.1                 | 29.6                               |
| 女性-30代    | 223  | 9.0                     | 57.8                 | 33.2                               |
| 女性-40代    | 216  | 5.1                     | 62.0                 | 32.9                               |
| 女性-50代    | 131  | 6.9                     | 61.1                 | 32.1                               |
| 女性-60代    | 70   | 8.6                     | 71.4                 | 20.0                               |
| 女性-70代以上  | 91   | 5.5                     | 61.5                 | 33.0                               |

(%)

【性年代】

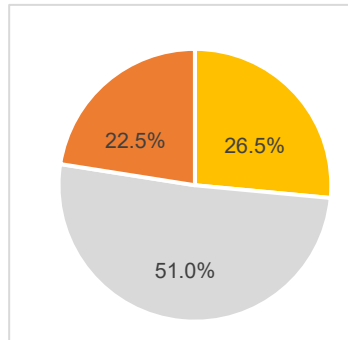


【全体】

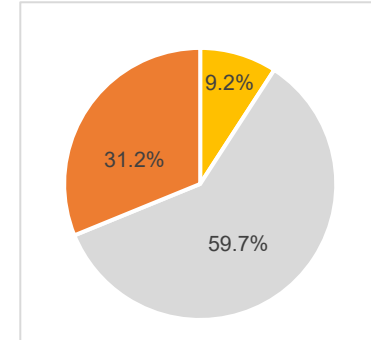


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

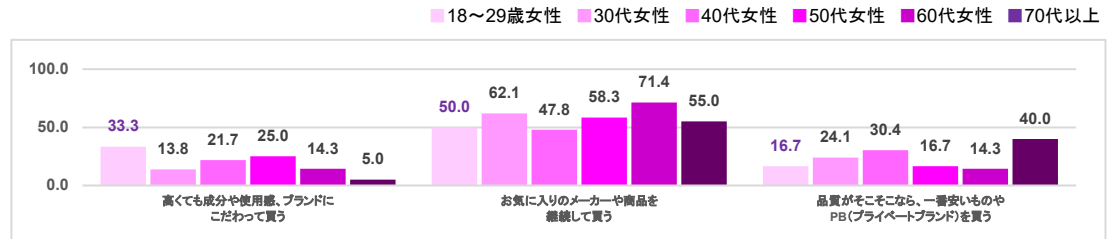
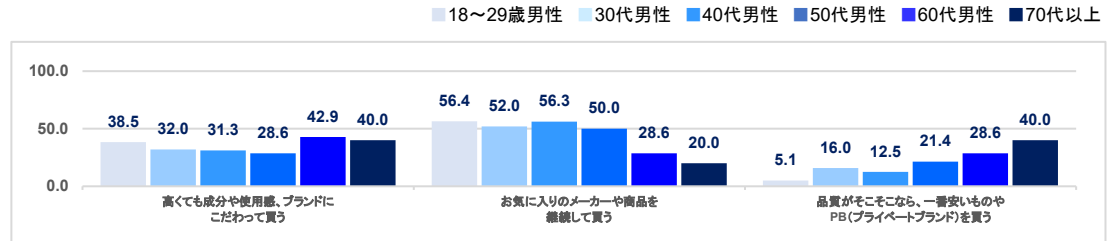
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (18) 紙おむつ（大人用）

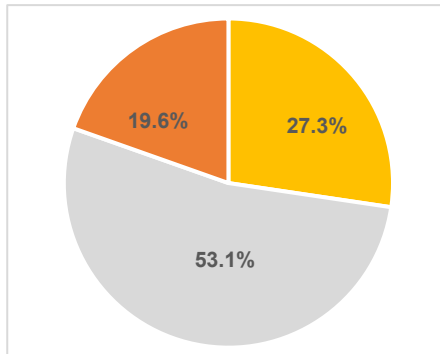
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 245 | 27.3                    | 53.1                 | 19.6                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 106 | 34.9                    | 50.9                 | 14.2                               |
| 女性        | 139 | 21.6                    | 54.7                 | 23.7                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 87  | 35.6                    | 52.9                 | 11.5                               |
| 30代       | 54  | 22.2                    | 57.4                 | 20.4                               |
| 40代       | 39  | 25.6                    | 51.3                 | 23.1                               |
| 50代       | 26  | 26.9                    | 53.8                 | 19.2                               |
| 60代       | 14  | 28.6                    | 50.0                 | 21.4                               |
| 70代以上     | 25  | 12.0                    | 48.0                 | 40.0                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 39  | 38.5                    | 56.4                 | 5.1                                |
| 男性-30代    | 25  | 32.0                    | 52.0                 | 16.0                               |
| 男性-40代    | 16  | 31.3                    | 56.3                 | 12.5                               |
| 男性-50代    | 14  | 28.6                    | 50.0                 | 21.4                               |
| 男性-60代    | 7   | 42.9                    | 28.6                 | 28.6                               |
| 男性-70代以上  | 5   | 40.0                    | 20.0                 | 40.0                               |
| 女性-18～29歳 | 48  | 33.3                    | 50.0                 | 16.7                               |
| 女性-30代    | 29  | 13.8                    | 62.1                 | 24.1                               |
| 女性-40代    | 23  | 21.7                    | 47.8                 | 30.4                               |
| 女性-50代    | 12  | 25.0                    | 58.3                 | 16.7                               |
| 女性-60代    | 7   | 14.3                    | 71.4                 | 14.3                               |
| 女性-70代以上  | 20  | 5.0                     | 55.0                 | 40.0                               |

(%)

【性年代】

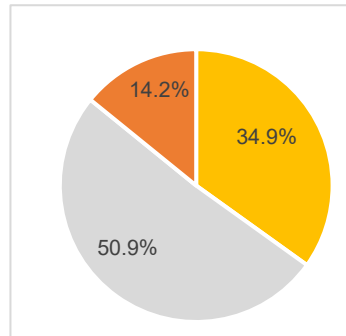


【全体】

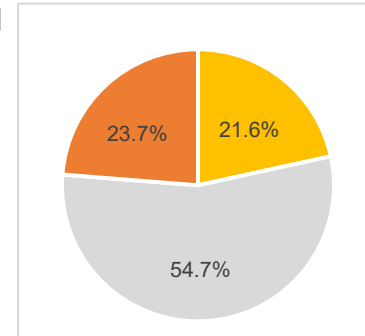


(%)

【男性】



【女性】



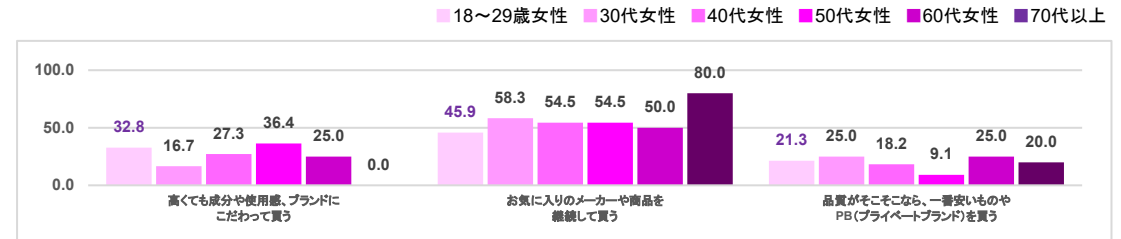
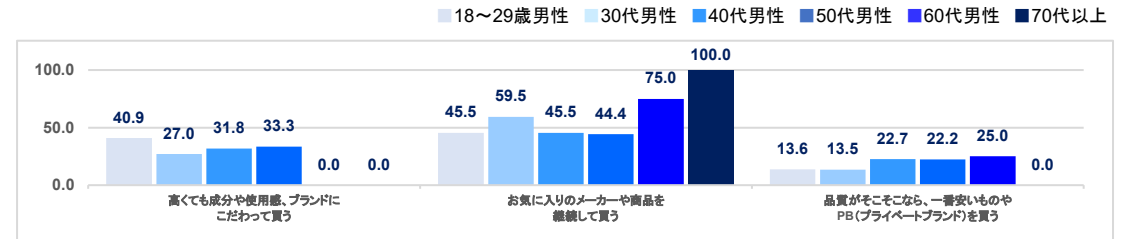
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (19) 紙おむつ（ベビー用）

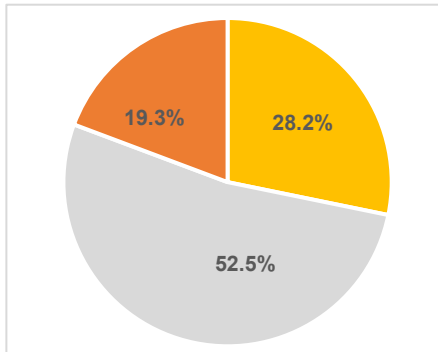
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 280 | 28.2                    | 52.5                 | 19.3                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 117 | 32.5                    | 51.3                 | 16.2                               |
| 女性        | 163 | 25.2                    | 53.4                 | 21.5                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 105 | 36.2                    | 45.7                 | 18.1                               |
| 30代       | 97  | 20.6                    | 58.8                 | 20.6                               |
| 40代       | 44  | 29.5                    | 50.0                 | 20.5                               |
| 50代       | 20  | 35.0                    | 50.0                 | 15.0                               |
| 60代       | 8   | 12.5                    | 62.5                 | 25.0                               |
| 70代以上     | 6   | 0.0                     | 83.3                 | 16.7                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 44  | 40.9                    | 45.5                 | 13.6                               |
| 男性-30代    | 37  | 27.0                    | 59.5                 | 13.5                               |
| 男性-40代    | 22  | 31.8                    | 45.5                 | 22.7                               |
| 男性-50代    | 9   | 33.3                    | 44.4                 | 22.2                               |
| 男性-60代    | 4   | 0.0                     | 75.0                 | 25.0                               |
| 男性-70代以上  | 1   | 0.0                     | 100.0                | 0.0                                |
| 女性-18～29歳 | 61  | 32.8                    | 45.9                 | 21.3                               |
| 女性-30代    | 60  | 16.7                    | 58.3                 | 25.0                               |
| 女性-40代    | 22  | 27.3                    | 54.5                 | 18.2                               |
| 女性-50代    | 11  | 36.4                    | 54.5                 | 9.1                                |
| 女性-60代    | 4   | 25.0                    | 50.0                 | 25.0                               |
| 女性-70代以上  | 5   | 0.0                     | 80.0                 | 20.0                               |

(%)

【性年代】

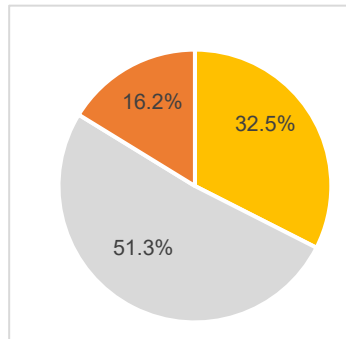


【全体】

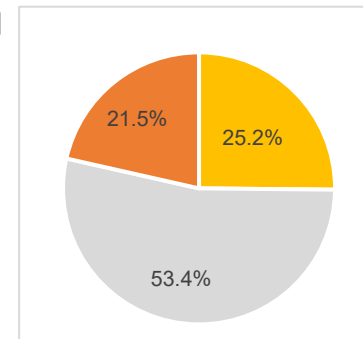


(%)

【男性】



【女性】



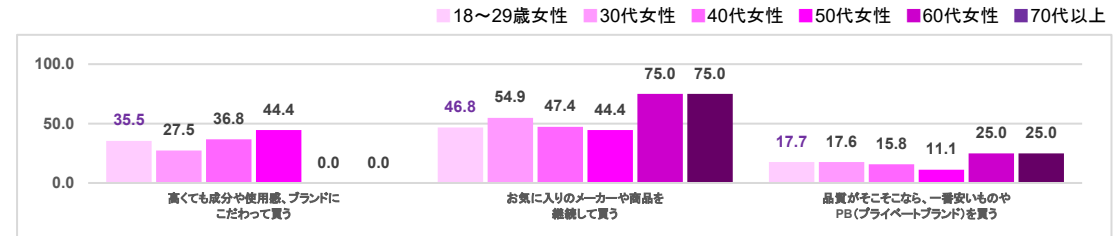
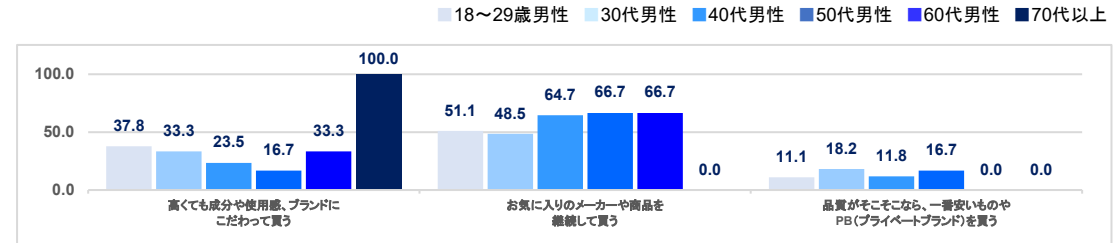
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (20) ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード

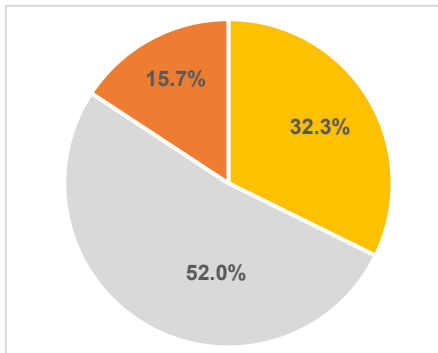
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 254 | 32.3                    | 52.0                 | 15.7                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 105 | 33.3                    | 53.3                 | 13.3                               |
| 女性        | 149 | 31.5                    | 51.0                 | 17.4                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 107 | 36.4                    | 48.6                 | 15.0                               |
| 30代       | 84  | 29.8                    | 52.4                 | 17.9                               |
| 40代       | 36  | 30.6                    | 55.6                 | 13.9                               |
| 50代       | 15  | 33.3                    | 53.3                 | 13.3                               |
| 60代       | 7   | 14.3                    | 71.4                 | 14.3                               |
| 70代以上     | 5   | 20.0                    | 60.0                 | 20.0                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 45  | 37.8                    | 51.1                 | 11.1                               |
| 男性-30代    | 33  | 33.3                    | 48.5                 | 18.2                               |
| 男性-40代    | 17  | 23.5                    | 64.7                 | 11.8                               |
| 男性-50代    | 6   | 16.7                    | 66.7                 | 16.7                               |
| 男性-60代    | 3   | 33.3                    | 66.7                 | 0.0                                |
| 男性-70代以上  | 1   | 100.0                   | 0.0                  | 0.0                                |
| 女性-18～29歳 | 62  | 35.5                    | 46.8                 | 17.7                               |
| 女性-30代    | 51  | 27.5                    | 54.9                 | 17.6                               |
| 女性-40代    | 19  | 36.8                    | 47.4                 | 15.8                               |
| 女性-50代    | 9   | 44.4                    | 44.4                 | 11.1                               |
| 女性-60代    | 4   | 0.0                     | 75.0                 | 25.0                               |
| 女性-70代以上  | 4   | 0.0                     | 75.0                 | 25.0                               |

(%)

【性年代】

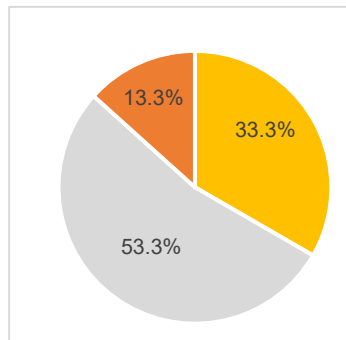


【全体】

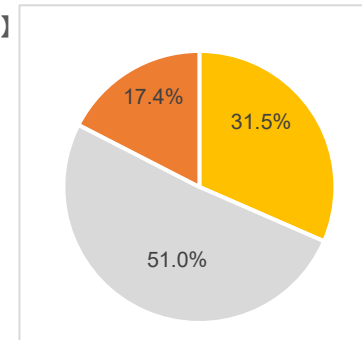


(%)

【男性】



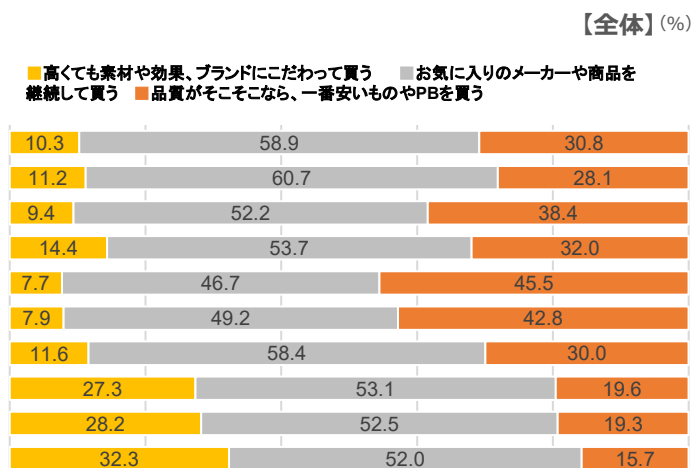
【女性】



## 3. お金のかけ方「こだわり度」

(まとめ)

| (2) 日用品・衛生用品について               | 全体   | 高くても素材や効果、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|--------------------------------|------|------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 11.オーラルケア（歯ブラシ、歯間ブラシ、フロスなど）    | 2712 | 10.3                   | 58.9                 | 30.8                               |
| 12.オーラルケア（歯磨き粉、マウスウォッシュなど）     | 2570 | 11.2                   | 60.7                 | 28.1                               |
| 13.化粧小物（爪切り、メイクブラシ、カミソリ、ネイルなど） | 2334 | 9.4                    | 52.2                 | 38.4                               |
| 14.その他の日用品（ストッキング、加圧ソックスなど）    | 1038 | 14.4                   | 53.7                 | 32.0                               |
| 15.紙製品（ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど）  | 2569 | 7.7                    | 46.7                 | 45.5                               |
| 16.衛生用品（マスク、絆創膏、消毒シートなど）       | 2356 | 7.9                    | 49.2                 | 42.8                               |
| 17.生理用品（ナプキン、尿とりパットなど）         | 1078 | 11.6                   | 58.4                 | 30.0                               |
| 18.紙おむつ（大人用）                   | 245  | 27.3                   | 53.1                 | 19.6                               |
| 19.紙おむつ（ベビー用）                  | 280  | 28.2                   | 52.5                 | 19.3                               |
| 20.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード           | 254  | 32.3                   | 52.0                 | 15.7                               |



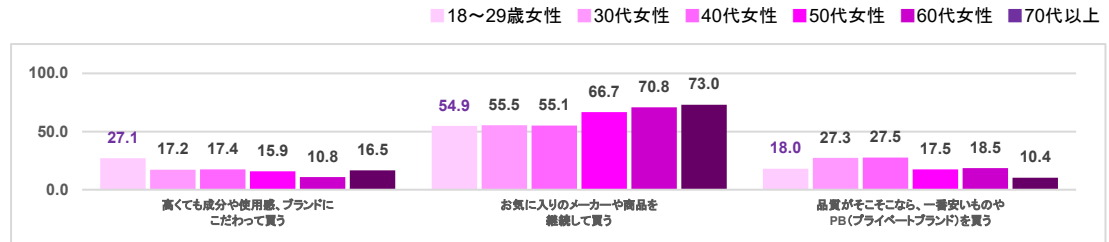
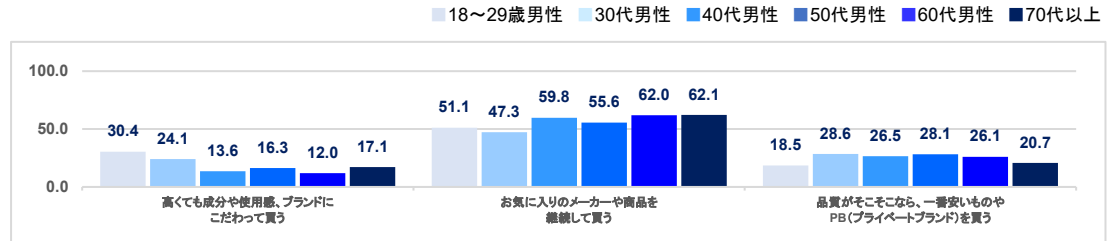
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (21) 風邪薬

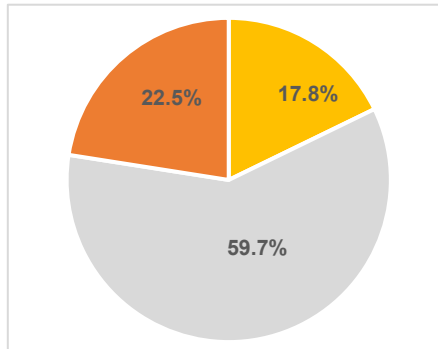
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1523 | 17.8                    | 59.7                 | 22.5                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 753  | 18.1                    | 57.0                 | 25.0                               |
| 女性        | 770  | 17.5                    | 62.3                 | 20.1                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 225  | 28.4                    | 53.3                 | 18.2                               |
| 30代       | 240  | 20.4                    | 51.7                 | 27.9                               |
| 40代       | 270  | 15.6                    | 57.4                 | 27.0                               |
| 50代       | 261  | 16.1                    | 60.9                 | 23.0                               |
| 60代       | 272  | 11.4                    | 66.2                 | 22.4                               |
| 70代以上     | 255  | 16.9                    | 67.1                 | 16.1                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 92   | 30.4                    | 51.1                 | 18.5                               |
| 男性-30代    | 112  | 24.1                    | 47.3                 | 28.6                               |
| 男性-40代    | 132  | 13.6                    | 59.8                 | 26.5                               |
| 男性-50代    | 135  | 16.3                    | 55.6                 | 28.1                               |
| 男性-60代    | 142  | 12.0                    | 62.0                 | 26.1                               |
| 男性-70代以上  | 140  | 17.1                    | 62.1                 | 20.7                               |
| 女性-18～29歳 | 133  | 27.1                    | 54.9                 | 18.0                               |
| 女性-30代    | 128  | 17.2                    | 55.5                 | 27.3                               |
| 女性-40代    | 138  | 17.4                    | 55.1                 | 27.5                               |
| 女性-50代    | 126  | 15.9                    | 66.7                 | 17.5                               |
| 女性-60代    | 130  | 10.8                    | 70.8                 | 18.5                               |
| 女性-70代以上  | 115  | 16.5                    | 73.0                 | 10.4                               |

(%)

【性年代】

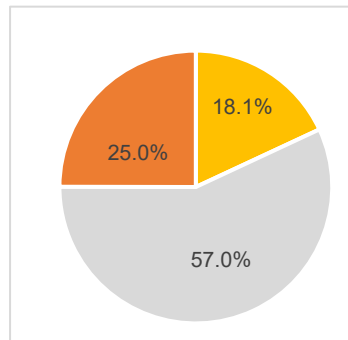


【全体】

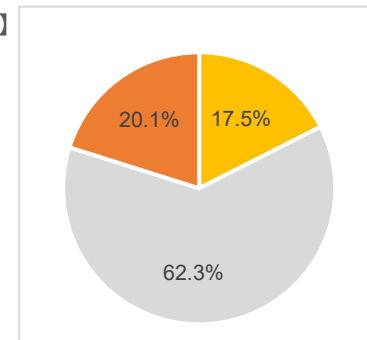


(%)

【男性】



【女性】



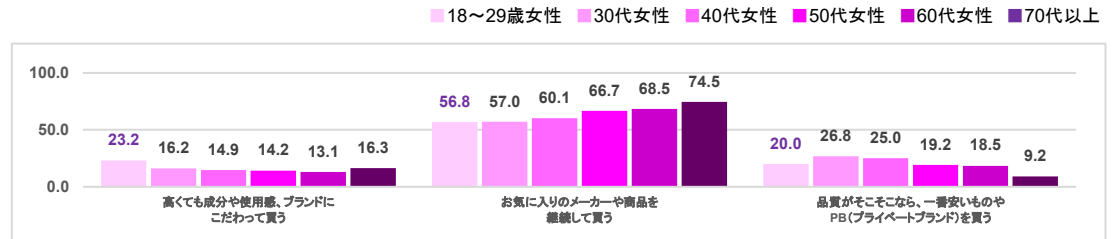
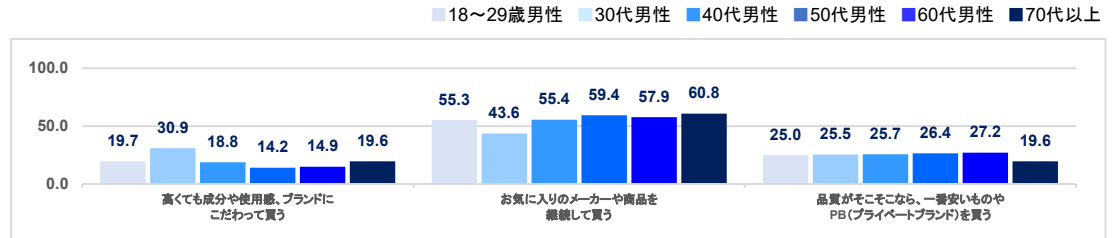
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (22) 解熱鎮痛剤

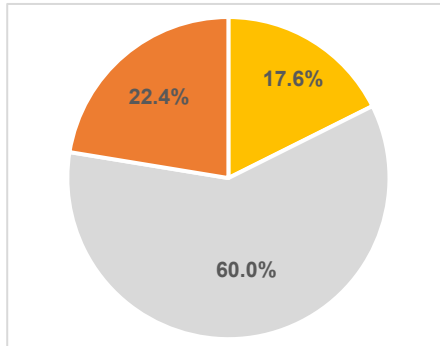
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1356 | 17.6                    | 60.0                 | 22.4                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 593  | 19.4                    | 55.6                 | 25.0                               |
| 女性        | 763  | 16.3                    | 63.3                 | 20.4                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 201  | 21.9                    | 56.2                 | 21.9                               |
| 30代       | 236  | 22.0                    | 51.7                 | 26.3                               |
| 40代       | 249  | 16.5                    | 58.2                 | 25.3                               |
| 50代       | 226  | 14.2                    | 63.3                 | 22.6                               |
| 60代       | 244  | 13.9                    | 63.5                 | 22.5                               |
| 70代以上     | 200  | 18.0                    | 67.5                 | 14.5                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 76   | 19.7                    | 55.3                 | 25.0                               |
| 男性-30代    | 94   | 30.9                    | 43.6                 | 25.5                               |
| 男性-40代    | 101  | 18.8                    | 55.4                 | 25.7                               |
| 男性-50代    | 106  | 14.2                    | 59.4                 | 26.4                               |
| 男性-60代    | 114  | 14.9                    | 57.9                 | 27.2                               |
| 男性-70代以上  | 102  | 19.6                    | 60.8                 | 19.6                               |
| 女性-18～29歳 | 125  | 23.2                    | 56.8                 | 20.0                               |
| 女性-30代    | 142  | 16.2                    | 57.0                 | 26.8                               |
| 女性-40代    | 148  | 14.9                    | 60.1                 | 25.0                               |
| 女性-50代    | 120  | 14.2                    | 66.7                 | 19.2                               |
| 女性-60代    | 130  | 13.1                    | 68.5                 | 18.5                               |
| 女性-70代以上  | 98   | 16.3                    | 74.5                 | 9.2                                |

(%)

【性年代】

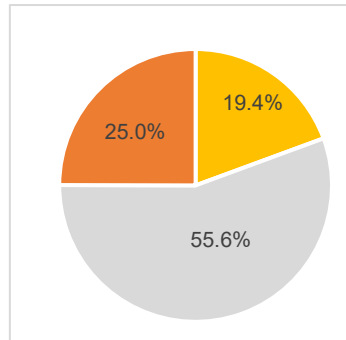


【全体】

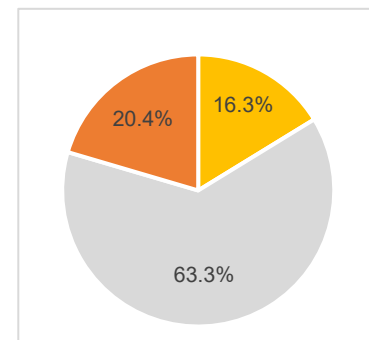


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

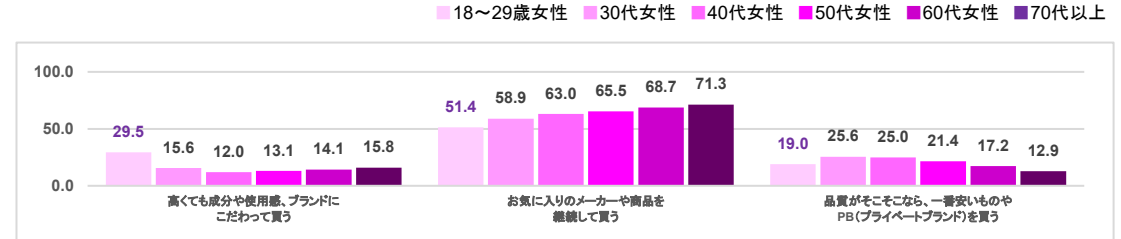
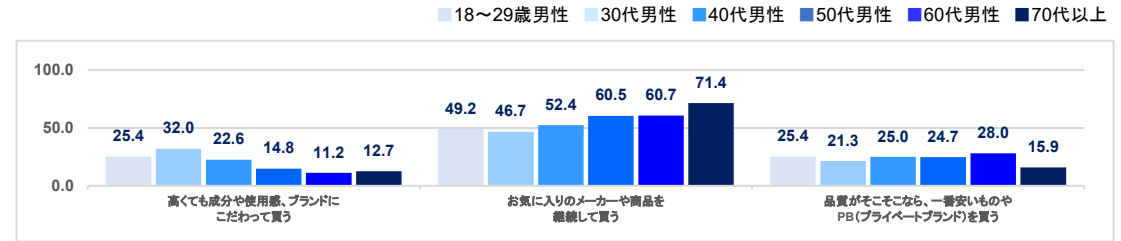
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (23) 胃腸薬

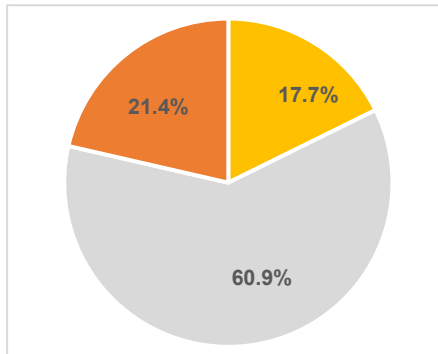
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1107 | 17.7                    | 60.9                | 21.4                               |
| 性別        |      |                         |                     |                                    |
| 男性        | 536  | 18.5                    | 58.6                | 22.9                               |
| 女性        | 571  | 17.0                    | 63.0                | 20.0                               |
| 年齢        |      |                         |                     |                                    |
| 18～29歳    | 168  | 28.0                    | 50.6                | 21.4                               |
| 30代       | 165  | 23.0                    | 53.3                | 23.6                               |
| 40代       | 176  | 17.0                    | 58.0                | 25.0                               |
| 50代       | 165  | 13.9                    | 63.0                | 23.0                               |
| 60代       | 206  | 12.6                    | 64.6                | 22.8                               |
| 70代以上     | 227  | 14.1                    | 71.4                | 14.5                               |
| 性年代       |      |                         |                     |                                    |
| 男性-18～29歳 | 63   | 25.4                    | 49.2                | 25.4                               |
| 男性-30代    | 75   | 32.0                    | 46.7                | 21.3                               |
| 男性-40代    | 84   | 22.6                    | 52.4                | 25.0                               |
| 男性-50代    | 81   | 14.8                    | 60.5                | 24.7                               |
| 男性-60代    | 107  | 11.2                    | 60.7                | 28.0                               |
| 男性-70代以上  | 126  | 12.7                    | 71.4                | 15.9                               |
| 女性-18～29歳 | 105  | 29.5                    | 51.4                | 19.0                               |
| 女性-30代    | 90   | 15.6                    | 58.9                | 25.6                               |
| 女性-40代    | 92   | 12.0                    | 63.0                | 25.0                               |
| 女性-50代    | 84   | 13.1                    | 65.5                | 21.4                               |
| 女性-60代    | 99   | 14.1                    | 68.7                | 17.2                               |
| 女性-70代以上  | 101  | 15.8                    | 71.3                | 12.9                               |

(%)

【性年代】

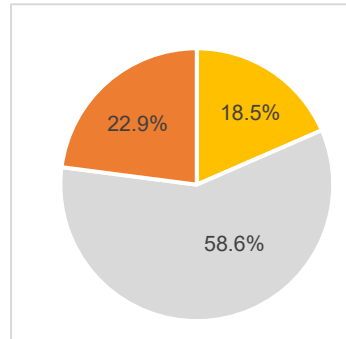


【全体】

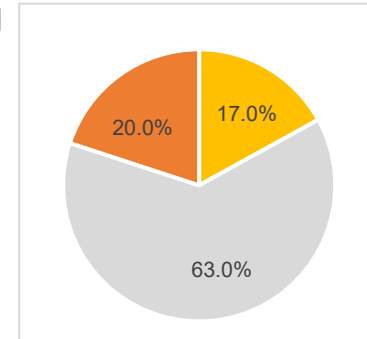


(%)

【男性】



【女性】



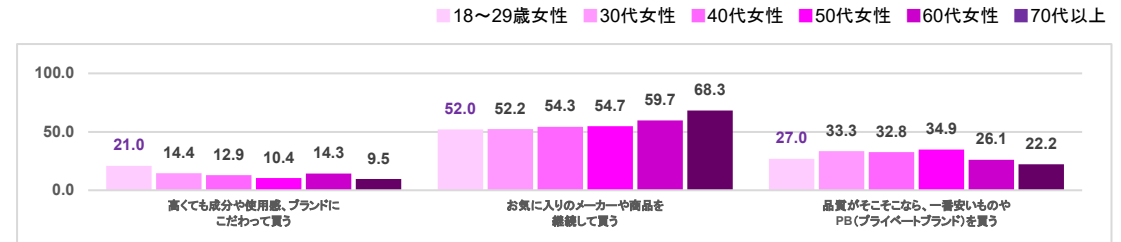
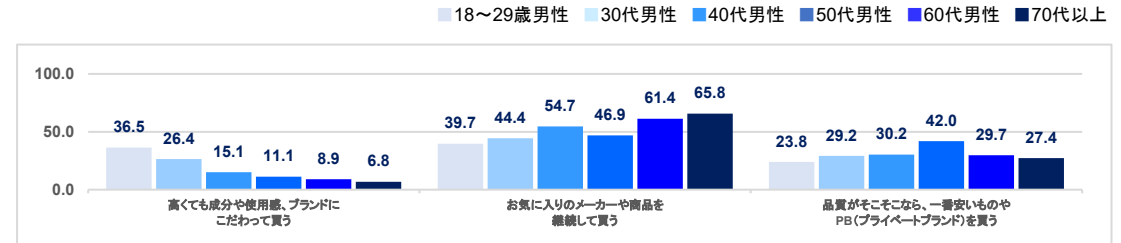
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (24) 湿布・サポーター（肩こり、腰痛、筋肉痛など）

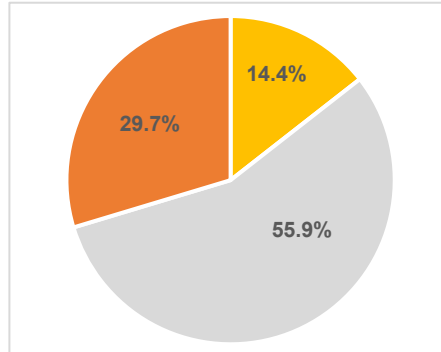
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1177 | 14.4                    | 55.9                 | 29.7                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 520  | 15.6                    | 54.0                 | 30.4                               |
| 女性        | 657  | 13.5                    | 57.4                 | 29.1                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 163  | 27.0                    | 47.2                 | 25.8                               |
| 30代       | 162  | 19.8                    | 48.8                 | 31.5                               |
| 40代       | 202  | 13.9                    | 54.5                 | 31.7                               |
| 50代       | 187  | 10.7                    | 51.3                 | 38.0                               |
| 60代       | 220  | 11.8                    | 60.5                 | 27.7                               |
| 70代以上     | 243  | 8.2                     | 67.1                 | 24.7                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 63   | 36.5                    | 39.7                 | 23.8                               |
| 男性-30代    | 72   | 26.4                    | 44.4                 | 29.2                               |
| 男性-40代    | 86   | 15.1                    | 54.7                 | 30.2                               |
| 男性-50代    | 81   | 11.1                    | 46.9                 | 42.0                               |
| 男性-60代    | 101  | 8.9                     | 61.4                 | 29.7                               |
| 男性-70代以上  | 117  | 6.8                     | 65.8                 | 27.4                               |
| 女性-18～29歳 | 100  | 21.0                    | 52.0                 | 27.0                               |
| 女性-30代    | 90   | 14.4                    | 52.2                 | 33.3                               |
| 女性-40代    | 116  | 12.9                    | 54.3                 | 32.8                               |
| 女性-50代    | 106  | 10.4                    | 54.7                 | 34.9                               |
| 女性-60代    | 119  | 14.3                    | 59.7                 | 26.1                               |
| 女性-70代以上  | 126  | 9.5                     | 68.3                 | 22.2                               |

(%)

【性年代】

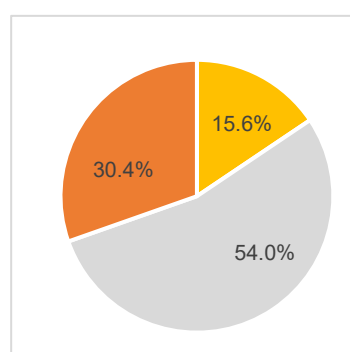


【全体】

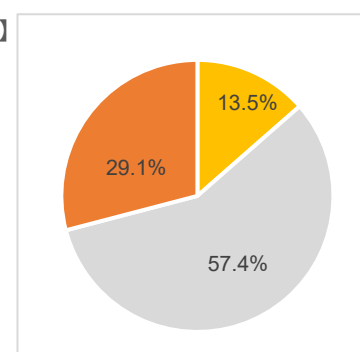


(%)

【男性】



【女性】



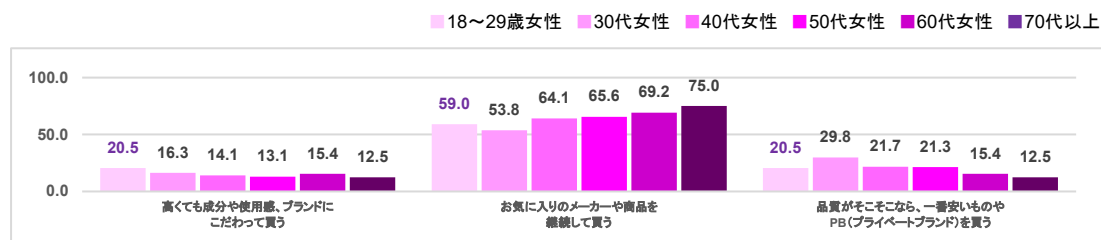
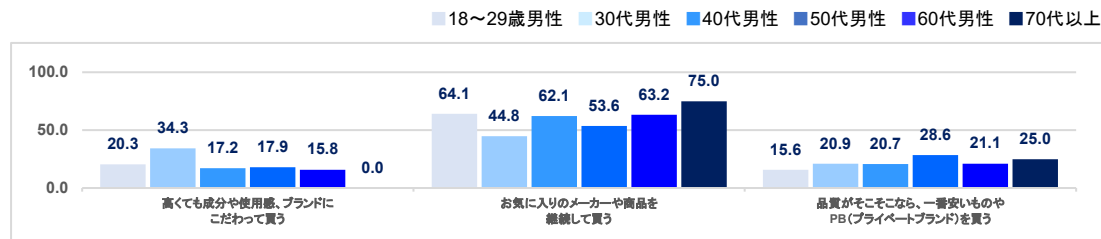
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (25) コンタクトレンズ用品（洗浄液、目の洗浄液など）

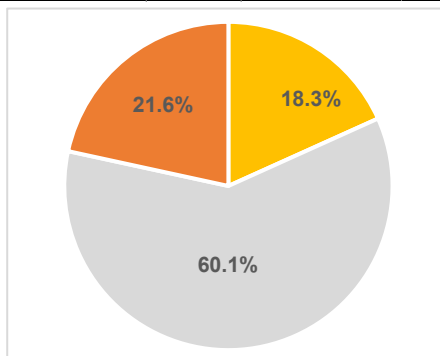
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 690 | 18.3                    | 60.1                 | 21.6                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 248 | 21.8                    | 57.7                 | 20.6                               |
| 女性        | 442 | 16.3                    | 61.5                 | 22.2                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 186 | 20.4                    | 60.8                 | 18.8                               |
| 30代       | 171 | 23.4                    | 50.3                 | 26.3                               |
| 40代       | 150 | 15.3                    | 63.3                 | 21.3                               |
| 50代       | 89  | 14.6                    | 61.8                 | 23.6                               |
| 60代       | 58  | 15.5                    | 67.2                 | 17.2                               |
| 70代以上     | 36  | 8.3                     | 75.0                 | 16.7                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 64  | 20.3                    | 64.1                 | 15.6                               |
| 男性-30代    | 67  | 34.3                    | 44.8                 | 20.9                               |
| 男性-40代    | 58  | 17.2                    | 62.1                 | 20.7                               |
| 男性-50代    | 28  | 17.9                    | 53.6                 | 28.6                               |
| 男性-60代    | 19  | 15.8                    | 63.2                 | 21.1                               |
| 男性-70代以上  | 12  | 0.0                     | 75.0                 | 25.0                               |
| 女性-18～29歳 | 122 | 20.5                    | 59.0                 | 20.5                               |
| 女性-30代    | 104 | 16.3                    | 53.8                 | 29.8                               |
| 女性-40代    | 92  | 14.1                    | 64.1                 | 21.7                               |
| 女性-50代    | 61  | 13.1                    | 65.6                 | 21.3                               |
| 女性-60代    | 39  | 15.4                    | 69.2                 | 15.4                               |
| 女性-70代以上  | 24  | 12.5                    | 75.0                 | 12.5                               |

(%)

【性年代】

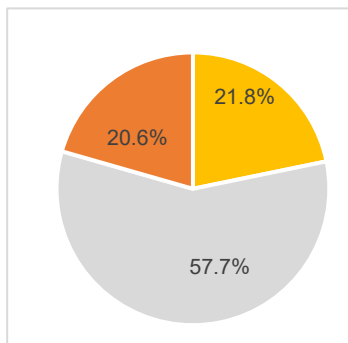


【全体】

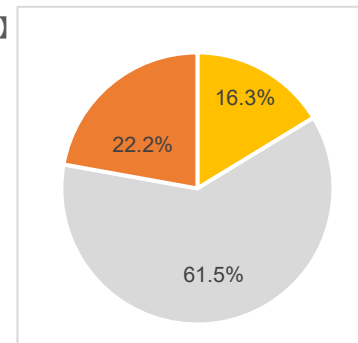


(%)

【男性】



【女性】



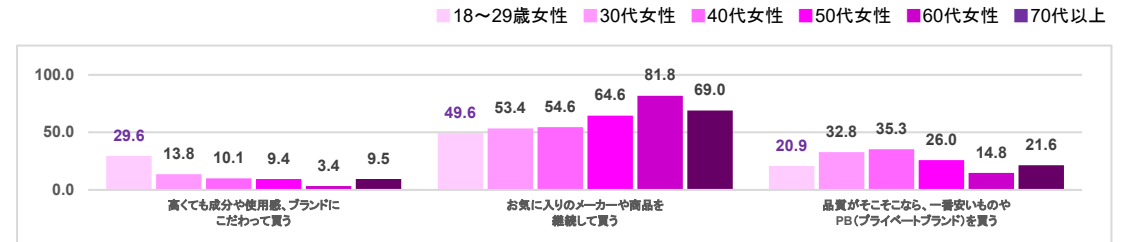
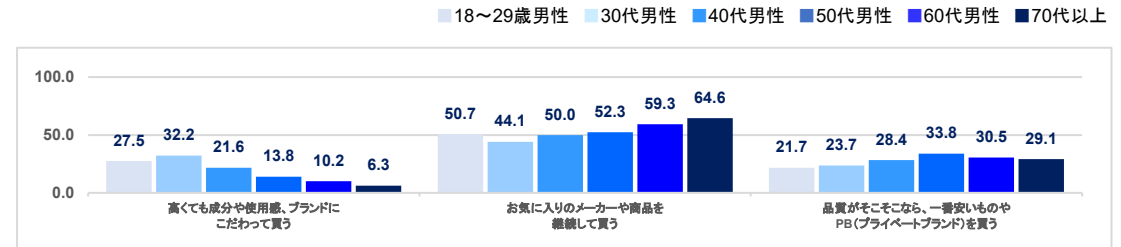
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (26) アイケア用品（ホットアイマスク、目薬など）

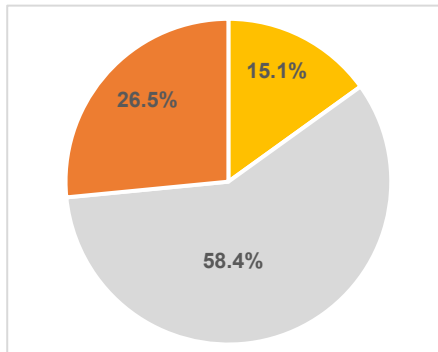
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 性別  | 全体        | 1055 | 15.1                    | 58.4                 | 26.5                               |
|     | 男性        | 405  | 18.3                    | 53.8                 | 27.9                               |
|     | 女性        | 650  | 13.1                    | 61.2                 | 25.7                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 184  | 28.8                    | 50.0                 | 21.2                               |
|     | 30代       | 175  | 20.0                    | 50.3                 | 29.7                               |
|     | 40代       | 193  | 14.5                    | 52.8                 | 32.6                               |
|     | 50代       | 161  | 11.2                    | 59.6                 | 29.2                               |
|     | 60代       | 147  | 6.1                     | 72.8                 | 21.1                               |
|     | 70代以上     | 195  | 8.2                     | 67.2                 | 24.6                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 69   | 27.5                    | 50.7                 | 21.7                               |
|     | 男性-30代    | 59   | 32.2                    | 44.1                 | 23.7                               |
|     | 男性-40代    | 74   | 21.6                    | 50.0                 | 28.4                               |
|     | 男性-50代    | 65   | 13.8                    | 52.3                 | 33.8                               |
|     | 男性-60代    | 59   | 10.2                    | 59.3                 | 30.5                               |
|     | 男性-70代以上  | 79   | 6.3                     | 64.6                 | 29.1                               |
|     | 女性-18～29歳 | 115  | 29.6                    | 49.6                 | 20.9                               |
|     | 女性-30代    | 116  | 13.8                    | 53.4                 | 32.8                               |
|     | 女性-40代    | 119  | 10.1                    | 54.6                 | 35.3                               |
|     | 女性-50代    | 96   | 9.4                     | 64.6                 | 26.0                               |
|     | 女性-60代    | 88   | 3.4                     | 81.8                 | 14.8                               |
|     | 女性-70代以上  | 116  | 9.5                     | 69.0                 | 21.6                               |

(%)

【性年代】

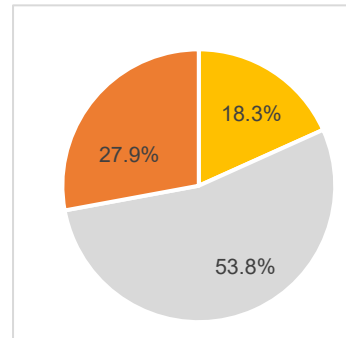


【全体】

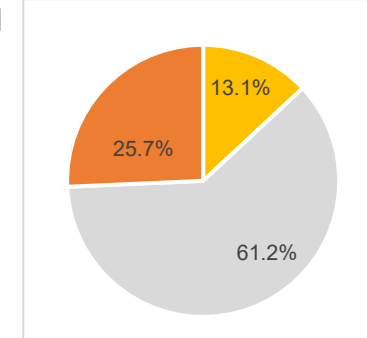


(%)

【男性】



【女性】



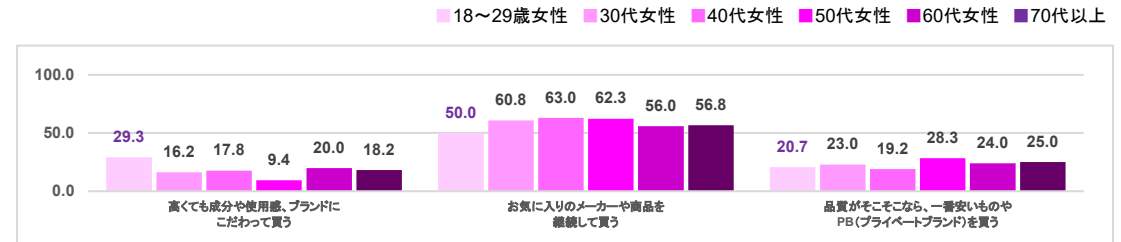
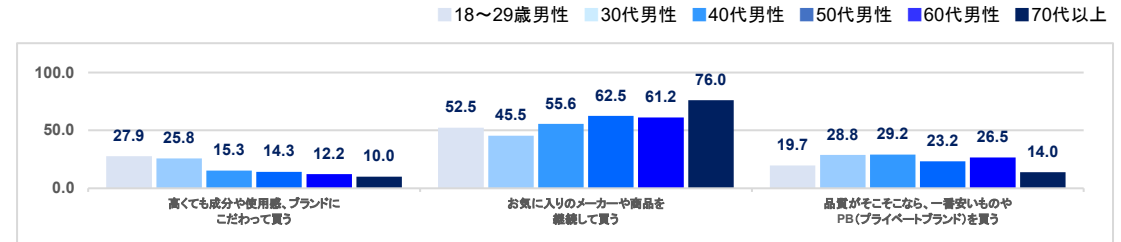
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (27) 花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）

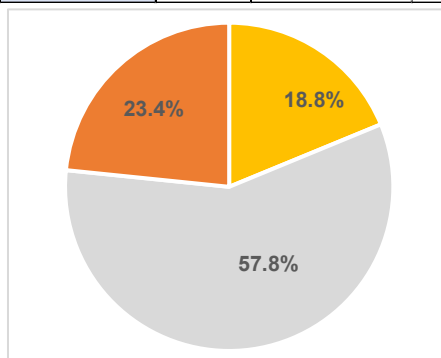
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 740 | 18.8                    | 57.8                 | 23.4                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 354 | 18.1                    | 57.9                 | 24.0                               |
| 女性        | 386 | 19.4                    | 57.8                 | 22.8                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 153 | 28.8                    | 51.0                 | 20.3                               |
| 30代       | 140 | 20.7                    | 53.6                 | 25.7                               |
| 40代       | 145 | 16.6                    | 59.3                 | 24.1                               |
| 50代       | 109 | 11.9                    | 62.4                 | 25.7                               |
| 60代       | 99  | 16.2                    | 58.6                 | 25.3                               |
| 70代以上     | 94  | 13.8                    | 67.0                 | 19.1                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 61  | 27.9                    | 52.5                 | 19.7                               |
| 男性-30代    | 66  | 25.8                    | 45.5                 | 28.8                               |
| 男性-40代    | 72  | 15.3                    | 55.6                 | 29.2                               |
| 男性-50代    | 56  | 14.3                    | 62.5                 | 23.2                               |
| 男性-60代    | 49  | 12.2                    | 61.2                 | 26.5                               |
| 男性-70代以上  | 50  | 10.0                    | 76.0                 | 14.0                               |
| 女性-18～29歳 | 92  | 29.3                    | 50.0                 | 20.7                               |
| 女性-30代    | 74  | 16.2                    | 60.8                 | 23.0                               |
| 女性-40代    | 73  | 17.8                    | 63.0                 | 19.2                               |
| 女性-50代    | 53  | 9.4                     | 62.3                 | 28.3                               |
| 女性-60代    | 50  | 20.0                    | 56.0                 | 24.0                               |
| 女性-70代以上  | 44  | 18.2                    | 56.8                 | 25.0                               |

(%)

【性年代】

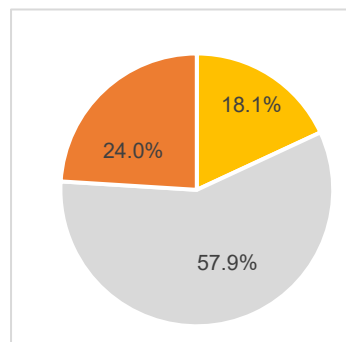


【全体】

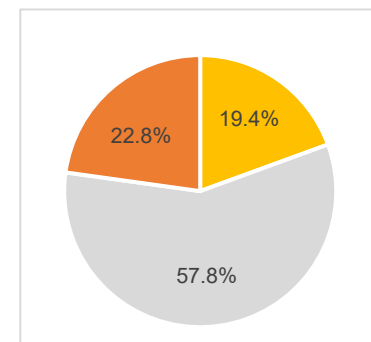


(%)

【男性】



【女性】



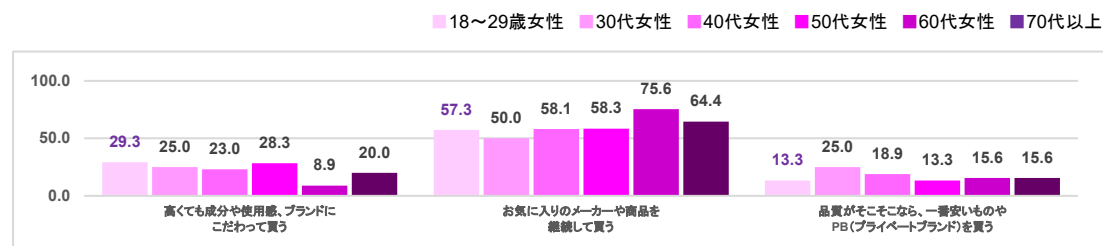
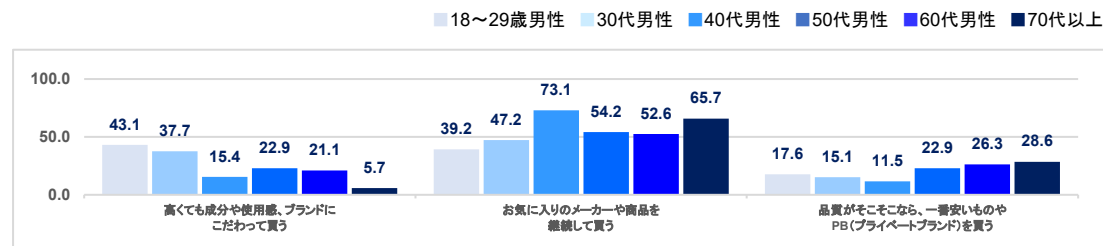
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (28) ペットフード

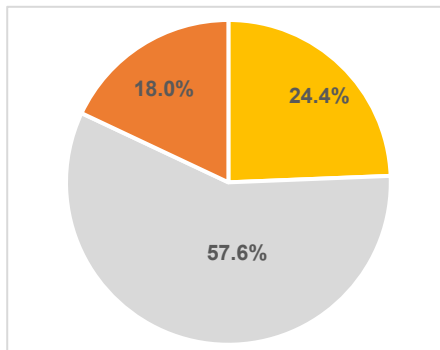
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 628 | 24.4                    | 57.6                 | 18.0                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 277 | 25.6                    | 54.9                 | 19.5                               |
| 女性        | 351 | 23.4                    | 59.8                 | 16.8                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 126 | 34.9                    | 50.0                 | 15.1                               |
| 30代       | 105 | 31.4                    | 48.6                 | 20.0                               |
| 40代       | 126 | 19.8                    | 64.3                 | 15.9                               |
| 50代       | 108 | 25.9                    | 56.5                 | 17.6                               |
| 60代       | 83  | 14.5                    | 65.1                 | 20.5                               |
| 70代以上     | 80  | 13.8                    | 65.0                 | 21.3                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 51  | 43.1                    | 39.2                 | 17.6                               |
| 男性-30代    | 53  | 37.7                    | 47.2                 | 15.1                               |
| 男性-40代    | 52  | 15.4                    | 73.1                 | 11.5                               |
| 男性-50代    | 48  | 22.9                    | 54.2                 | 22.9                               |
| 男性-60代    | 38  | 21.1                    | 52.6                 | 26.3                               |
| 男性-70代以上  | 35  | 5.7                     | 65.7                 | 28.6                               |
| 女性-18～29歳 | 75  | 29.3                    | 57.3                 | 13.3                               |
| 女性-30代    | 52  | 25.0                    | 50.0                 | 25.0                               |
| 女性-40代    | 74  | 23.0                    | 58.1                 | 18.9                               |
| 女性-50代    | 60  | 28.3                    | 58.3                 | 13.3                               |
| 女性-60代    | 45  | 8.9                     | 75.6                 | 15.6                               |
| 女性-70代以上  | 45  | 20.0                    | 64.4                 | 15.6                               |

(%)

【性年代】

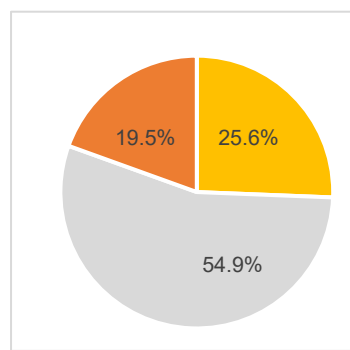


【全体】

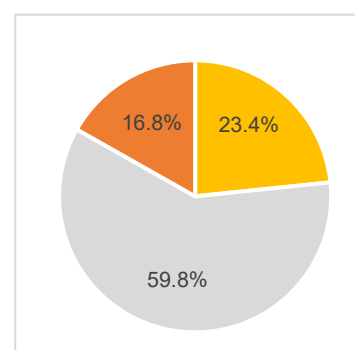


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

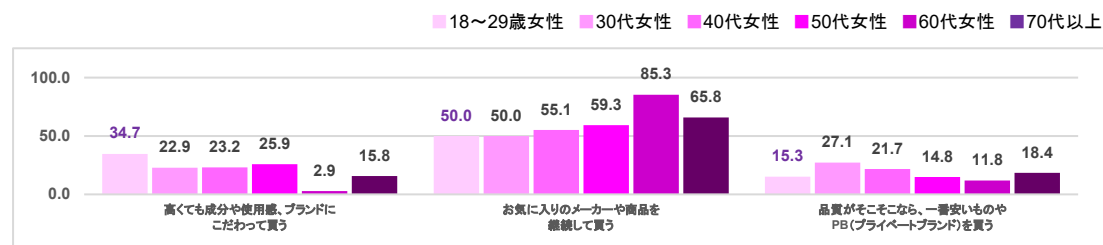
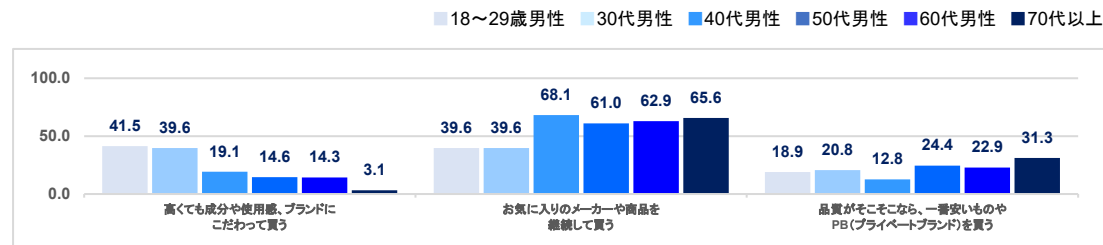
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (29) ペットのおやつ

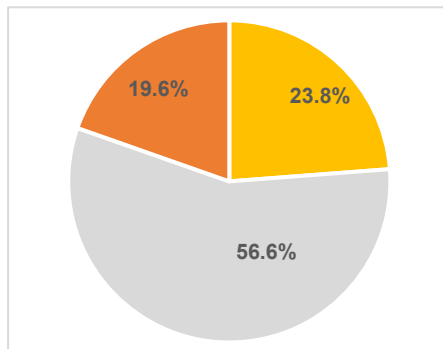
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 576 | 23.8                    | 56.6                 | 19.6                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 261 | 24.5                    | 54.4                 | 21.1                               |
| 女性        | 315 | 23.2                    | 58.4                 | 18.4                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 125 | 37.6                    | 45.6                 | 16.8                               |
| 30代       | 101 | 31.7                    | 44.6                 | 23.8                               |
| 40代       | 116 | 21.6                    | 60.3                 | 18.1                               |
| 50代       | 95  | 21.1                    | 60.0                 | 18.9                               |
| 60代       | 69  | 8.7                     | 73.9                 | 17.4                               |
| 70代以上     | 70  | 10.0                    | 65.7                 | 24.3                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 53  | 41.5                    | 39.6                 | 18.9                               |
| 男性-30代    | 53  | 39.6                    | 39.6                 | 20.8                               |
| 男性-40代    | 47  | 19.1                    | 68.1                 | 12.8                               |
| 男性-50代    | 41  | 14.6                    | 61.0                 | 24.4                               |
| 男性-60代    | 35  | 14.3                    | 62.9                 | 22.9                               |
| 男性-70代以上  | 32  | 3.1                     | 65.6                 | 31.3                               |
| 女性-18～29歳 | 72  | 34.7                    | 50.0                 | 15.3                               |
| 女性-30代    | 48  | 22.9                    | 50.0                 | 27.1                               |
| 女性-40代    | 69  | 23.2                    | 55.1                 | 21.7                               |
| 女性-50代    | 54  | 25.9                    | 59.3                 | 14.8                               |
| 女性-60代    | 34  | 2.9                     | 85.3                 | 11.8                               |
| 女性-70代以上  | 38  | 15.8                    | 65.8                 | 18.4                               |

(%)

【性年代】

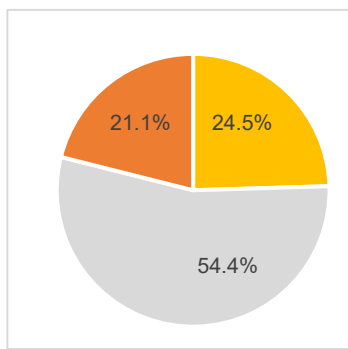


【全体】

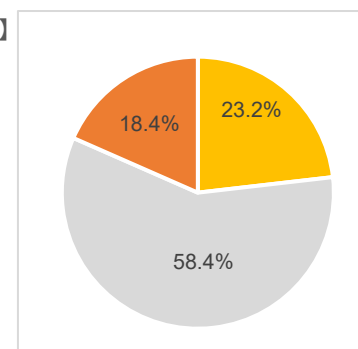


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

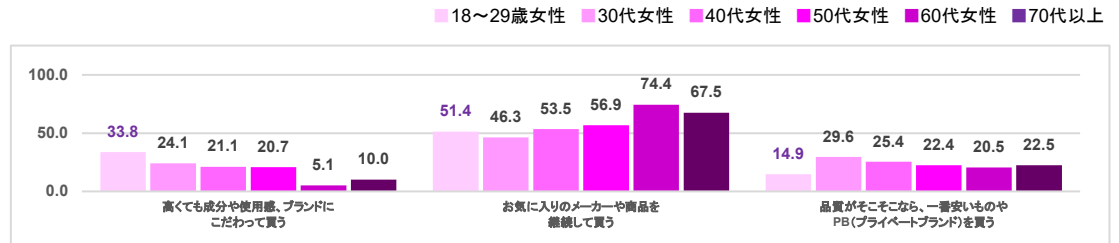
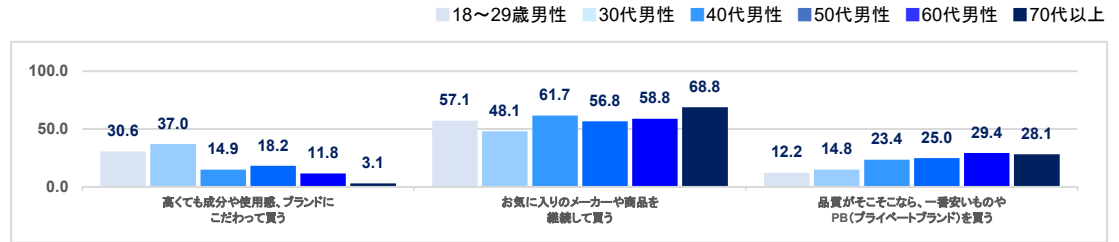
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (30) ペット用品

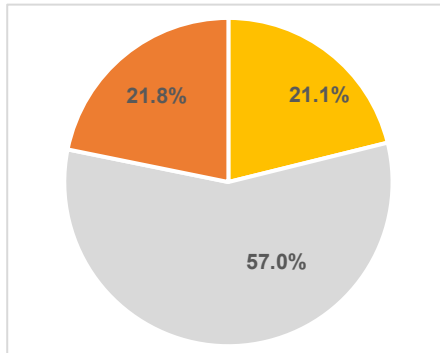
|           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 596 | 21.1                    | 57.0                 | 21.8                               |
| 性別        |     |                         |                      |                                    |
| 男性        | 260 | 21.2                    | 57.7                 | 21.2                               |
| 女性        | 336 | 21.1                    | 56.5                 | 22.3                               |
| 年齢        |     |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 123 | 32.5                    | 53.7                 | 13.8                               |
| 30代       | 108 | 30.6                    | 47.2                 | 22.2                               |
| 40代       | 118 | 18.6                    | 56.8                 | 24.6                               |
| 50代       | 102 | 19.6                    | 56.9                 | 23.5                               |
| 60代       | 73  | 8.2                     | 67.1                 | 24.7                               |
| 70代以上     | 72  | 6.9                     | 68.1                 | 25.0                               |
| 性年代       |     |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 49  | 30.6                    | 57.1                 | 12.2                               |
| 男性-30代    | 54  | 37.0                    | 48.1                 | 14.8                               |
| 男性-40代    | 47  | 14.9                    | 61.7                 | 23.4                               |
| 男性-50代    | 44  | 18.2                    | 56.8                 | 25.0                               |
| 男性-60代    | 34  | 11.8                    | 58.8                 | 29.4                               |
| 男性-70代以上  | 32  | 3.1                     | 68.8                 | 28.1                               |
| 女性-18～29歳 | 74  | 33.8                    | 51.4                 | 14.9                               |
| 女性-30代    | 54  | 24.1                    | 46.3                 | 29.6                               |
| 女性-40代    | 71  | 21.1                    | 53.5                 | 25.4                               |
| 女性-50代    | 58  | 20.7                    | 56.9                 | 22.4                               |
| 女性-60代    | 39  | 5.1                     | 74.4                 | 20.5                               |
| 女性-70代以上  | 40  | 10.0                    | 67.5                 | 22.5                               |

(%)

【性年代】

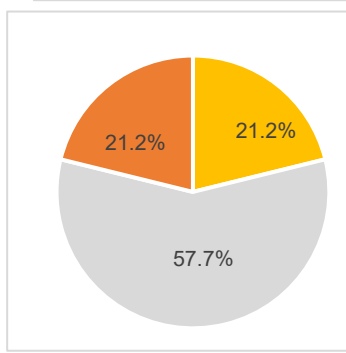


【全体】

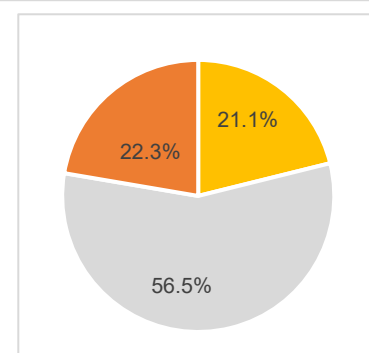


(%)

【男性】



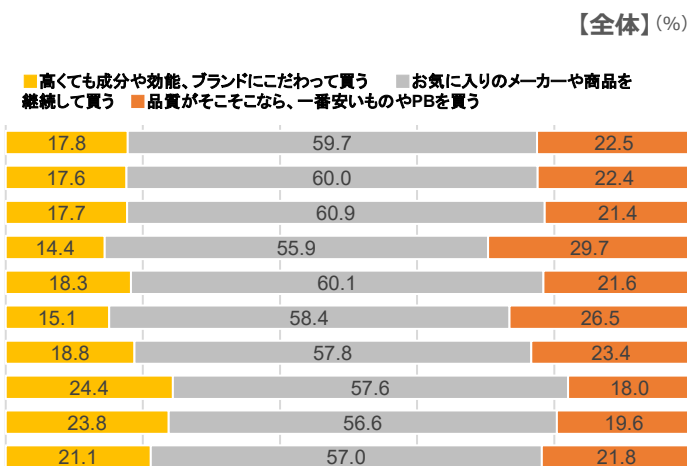
【女性】



## 3. お金のかけ方「こだわり度」

(まとめ)

| (3) 市販の医薬品・ペット用品について       | 全体   | 高くても成分や<br>効能、ブランドに<br>こだわって買う | お気に入りのメー<br>カーや商品を継<br>続して買う | 品質がそこそこな<br>ら、一番安いもの<br>やPB（プライベート<br>ブランド）を買う |
|----------------------------|------|--------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|
| 21.風邪薬                     | 1523 | 17.8                           | 59.7                         | 22.5                                           |
| 22.解熱鎮痛剤                   | 1356 | 17.6                           | 60.0                         | 22.4                                           |
| 23.胃腸薬                     | 1107 | 17.7                           | 60.9                         | 21.4                                           |
| 24.湿布・サポーター（肩こり、腰痛、筋肉痛など）  | 1177 | 14.4                           | 55.9                         | 29.7                                           |
| 25.コンタクトレンズ用品（洗浄液、目の洗浄液など） | 690  | 18.3                           | 60.1                         | 21.6                                           |
| 26.アイケア用品（ホットアイマスク、目薬など）   | 1055 | 15.1                           | 58.4                         | 26.5                                           |
| 27.花粉対策（洗眼液、鼻炎薬など）         | 740  | 18.8                           | 57.8                         | 23.4                                           |
| 28.ペットフード                  | 628  | 24.4                           | 57.6                         | 18.0                                           |
| 29.ペットのおやつ                 | 576  | 23.8                           | 56.6                         | 19.6                                           |
| 30.ペット用品                   | 596  | 21.1                           | 57.0                         | 21.8                                           |



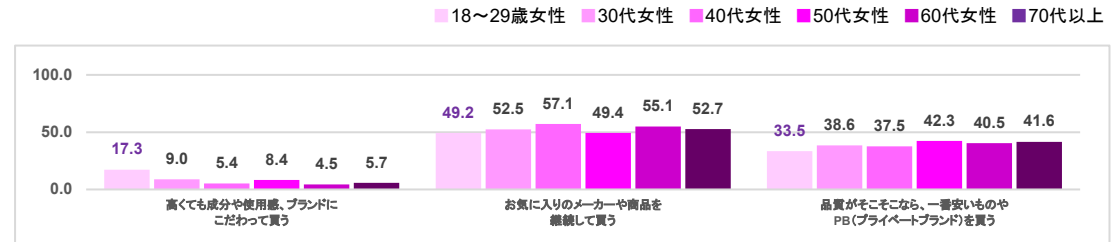
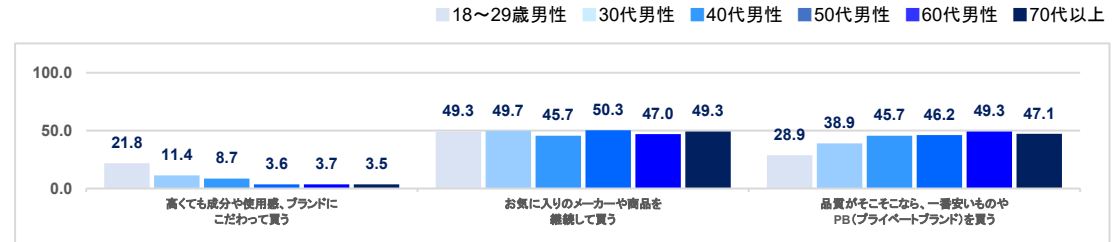
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (31) ラップ、食品保存用袋など

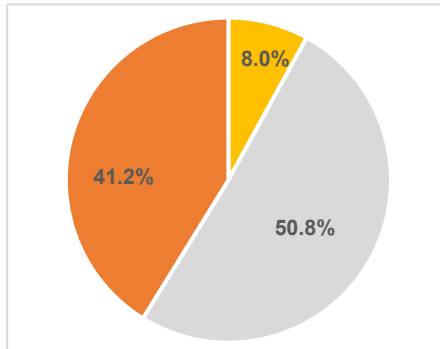
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2513 | 8.0                     | 50.8                 | 41.2                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 1138 | 7.9                     | 48.5                 | 43.6                               |
| 女性        | 1375 | 8.1                     | 52.7                 | 39.2                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 339  | 19.2                    | 49.3                 | 31.6                               |
| 30代       | 398  | 10.1                    | 51.3                 | 38.7                               |
| 40代       | 408  | 6.9                     | 52.0                 | 41.2                               |
| 50代       | 434  | 6.2                     | 49.8                 | 44.0                               |
| 60代       | 462  | 4.1                     | 51.3                 | 44.6                               |
| 70代以上     | 472  | 4.7                     | 51.1                 | 44.3                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 142  | 21.8                    | 49.3                 | 28.9                               |
| 男性-30代    | 175  | 11.4                    | 49.7                 | 38.9                               |
| 男性-40代    | 184  | 8.7                     | 45.7                 | 45.7                               |
| 男性-50代    | 195  | 3.6                     | 50.3                 | 46.2                               |
| 男性-60代    | 215  | 3.7                     | 47.0                 | 49.3                               |
| 男性-70代以上  | 227  | 3.5                     | 49.3                 | 47.1                               |
| 女性-18～29歳 | 197  | 17.3                    | 49.2                 | 33.5                               |
| 女性-30代    | 223  | 9.0                     | 52.5                 | 38.6                               |
| 女性-40代    | 224  | 5.4                     | 57.1                 | 37.5                               |
| 女性-50代    | 239  | 8.4                     | 49.4                 | 42.3                               |
| 女性-60代    | 247  | 4.5                     | 55.1                 | 40.5                               |
| 女性-70代以上  | 245  | 5.7                     | 52.7                 | 41.6                               |

(%)

【性年代】

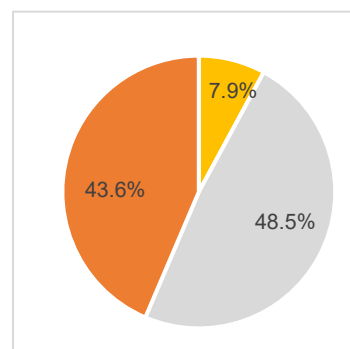


【全体】

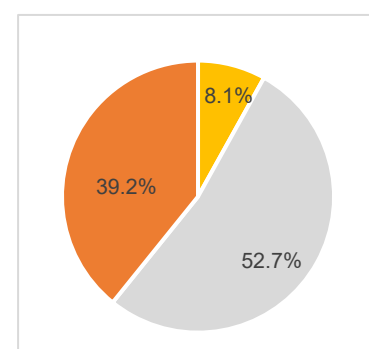


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

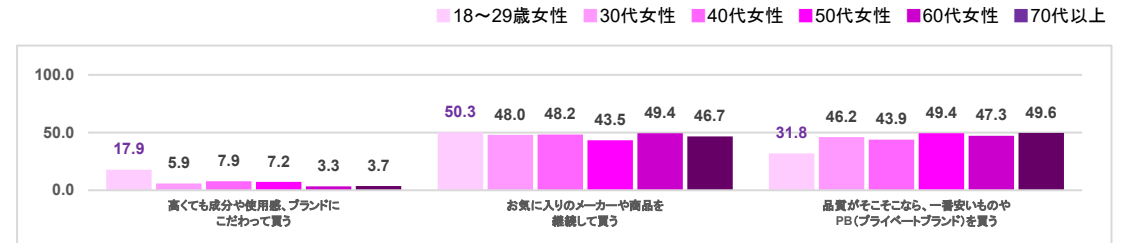
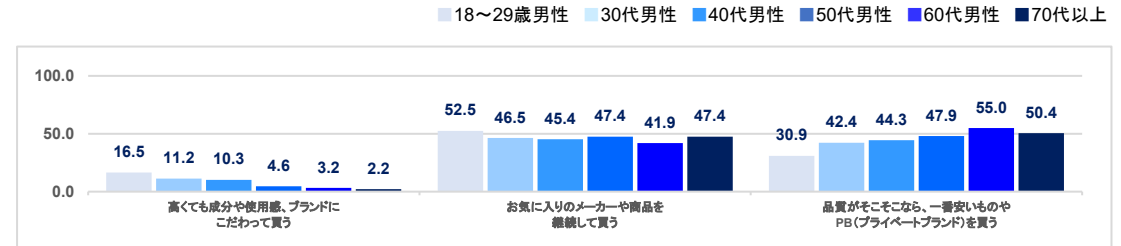
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (32) キッチンペーパー・タオル、スポンジなど

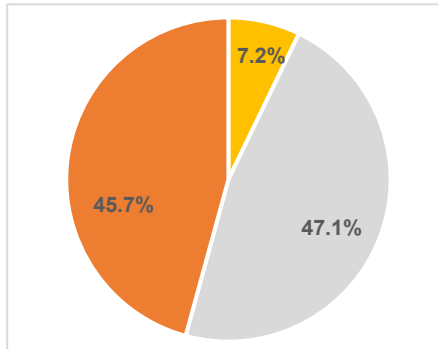
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2494 | 7.2                     | 47.1                 | 45.7                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 1138 | 7.2                     | 46.5                 | 46.3                               |
| 女性        | 1356 | 7.2                     | 47.6                 | 45.3                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 318  | 17.3                    | 51.3                 | 31.4                               |
| 30代       | 391  | 8.2                     | 47.3                 | 44.5                               |
| 40代       | 413  | 9.0                     | 47.0                 | 44.1                               |
| 50代       | 431  | 6.0                     | 45.2                 | 48.7                               |
| 60代       | 467  | 3.2                     | 45.8                 | 51.0                               |
| 70代以上     | 474  | 3.0                     | 47.0                 | 50.0                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 139  | 16.5                    | 52.5                 | 30.9                               |
| 男性-30代    | 170  | 11.2                    | 46.5                 | 42.4                               |
| 男性-40代    | 185  | 10.3                    | 45.4                 | 44.3                               |
| 男性-50代    | 194  | 4.6                     | 47.4                 | 47.9                               |
| 男性-60代    | 222  | 3.2                     | 41.9                 | 55.0                               |
| 男性-70代以上  | 228  | 2.2                     | 47.4                 | 50.4                               |
| 女性-18～29歳 | 179  | 17.9                    | 50.3                 | 31.8                               |
| 女性-30代    | 221  | 5.9                     | 48.0                 | 46.2                               |
| 女性-40代    | 228  | 7.9                     | 48.2                 | 43.9                               |
| 女性-50代    | 237  | 7.2                     | 43.5                 | 49.4                               |
| 女性-60代    | 245  | 3.3                     | 49.4                 | 47.3                               |
| 女性-70代以上  | 246  | 3.7                     | 46.7                 | 49.6                               |

(%)

【性年代】

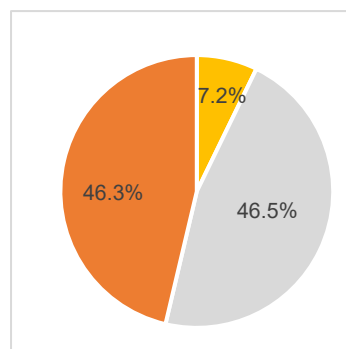


【全体】

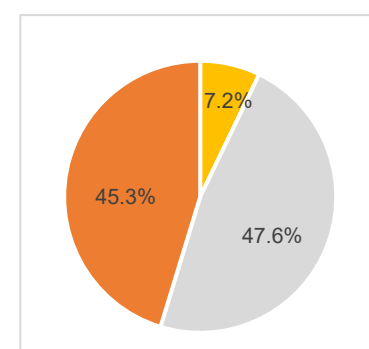


(%)

【男性】



【女性】



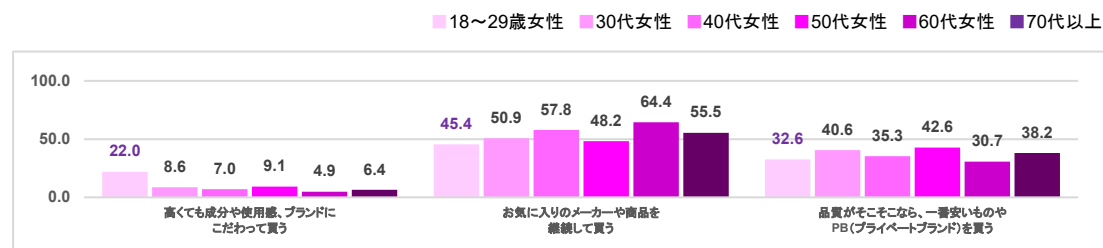
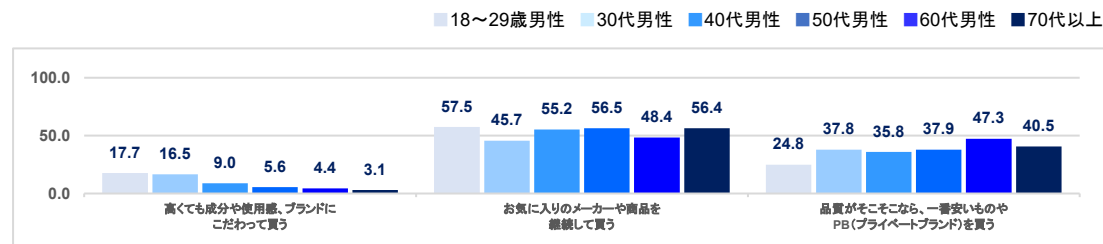
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (33) 防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど）

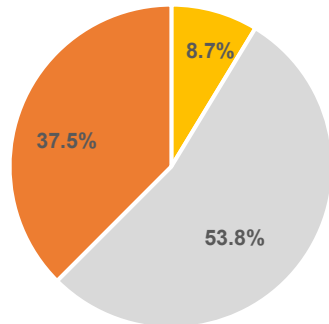
|     |           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 2037 | 8.7                     | 53.8                 | 37.5                               |
| 性別  | 男性        | 912  | 8.3                     | 53.3                 | 38.4                               |
|     | 女性        | 1125 | 9.0                     | 54.2                 | 36.8                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 254  | 20.1                    | 50.8                 | 29.1                               |
|     | 30代       | 302  | 11.9                    | 48.7                 | 39.4                               |
|     | 40代       | 321  | 7.8                     | 56.7                 | 35.5                               |
|     | 50代       | 358  | 7.5                     | 52.0                 | 40.5                               |
|     | 60代       | 387  | 4.7                     | 56.8                 | 38.5                               |
|     | 70代以上     | 415  | 4.8                     | 55.9                 | 39.3                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 113  | 17.7                    | 57.5                 | 24.8                               |
|     | 男性-30代    | 127  | 16.5                    | 45.7                 | 37.8                               |
|     | 男性-40代    | 134  | 9.0                     | 55.2                 | 35.8                               |
|     | 男性-50代    | 161  | 5.6                     | 56.5                 | 37.9                               |
|     | 男性-60代    | 182  | 4.4                     | 48.4                 | 47.3                               |
|     | 男性-70代以上  | 195  | 3.1                     | 56.4                 | 40.5                               |
|     | 女性-18～29歳 | 141  | 22.0                    | 45.4                 | 32.6                               |
|     | 女性-30代    | 175  | 8.6                     | 50.9                 | 40.6                               |
|     | 女性-40代    | 187  | 7.0                     | 57.8                 | 35.3                               |
|     | 女性-50代    | 197  | 9.1                     | 48.2                 | 42.6                               |
|     | 女性-60代    | 205  | 4.9                     | 64.4                 | 30.7                               |
|     | 女性-70代以上  | 220  | 6.4                     | 55.5                 | 38.2                               |

(%)

【性年代】

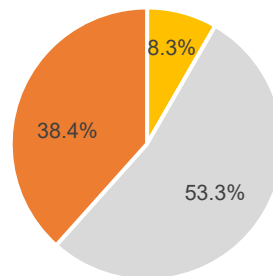


【全体】

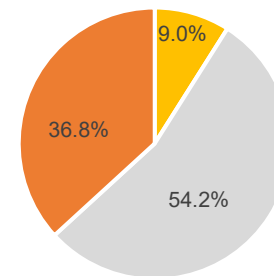


(%)

【男性】



【女性】



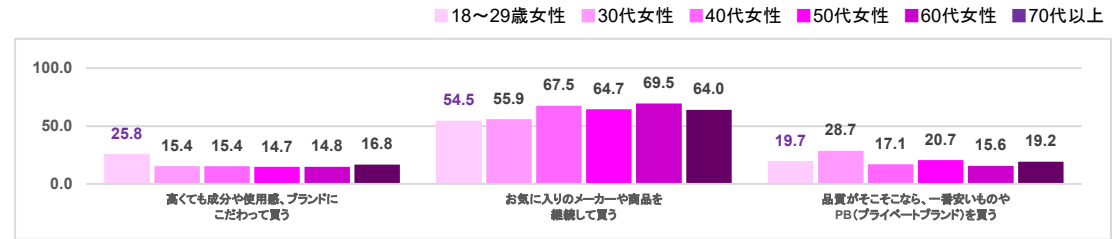
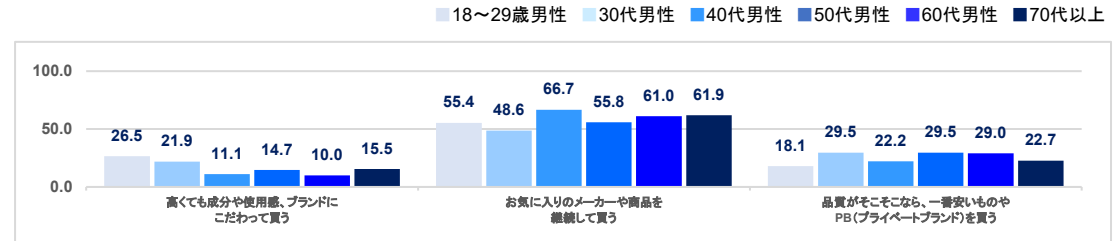
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (34) 健康食品・サプリメント・栄養剤など

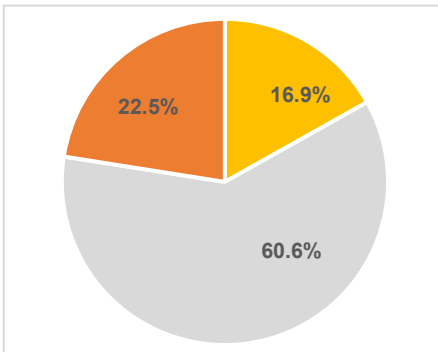
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1346 | 16.9                    | 60.6                 | 22.5                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 579  | 16.4                    | 58.2                 | 25.4                               |
| 女性        | 767  | 17.2                    | 62.5                 | 20.3                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 215  | 26.0                    | 54.9                 | 19.1                               |
| 30代       | 248  | 18.1                    | 52.8                 | 29.0                               |
| 40代       | 222  | 13.5                    | 67.1                 | 19.4                               |
| 50代       | 211  | 14.7                    | 60.7                 | 24.6                               |
| 60代       | 228  | 12.7                    | 65.8                 | 21.5                               |
| 70代以上     | 222  | 16.2                    | 63.1                 | 20.7                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 83   | 26.5                    | 55.4                 | 18.1                               |
| 男性-30代    | 105  | 21.9                    | 48.6                 | 29.5                               |
| 男性-40代    | 99   | 11.1                    | 66.7                 | 22.2                               |
| 男性-50代    | 95   | 14.7                    | 55.8                 | 29.5                               |
| 男性-60代    | 100  | 10.0                    | 61.0                 | 29.0                               |
| 男性-70代以上  | 97   | 15.5                    | 61.9                 | 22.7                               |
| 女性-18～29歳 | 132  | 25.8                    | 54.5                 | 19.7                               |
| 女性-30代    | 143  | 15.4                    | 55.9                 | 28.7                               |
| 女性-40代    | 123  | 15.4                    | 67.5                 | 17.1                               |
| 女性-50代    | 116  | 14.7                    | 64.7                 | 20.7                               |
| 女性-60代    | 128  | 14.8                    | 69.5                 | 15.6                               |
| 女性-70代以上  | 125  | 16.8                    | 64.0                 | 19.2                               |

(%)

【性年代】

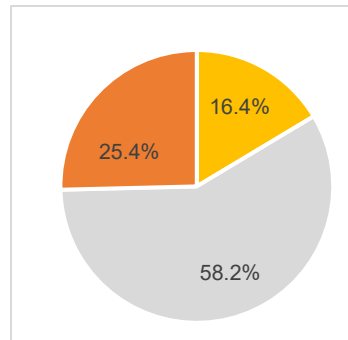


【全体】

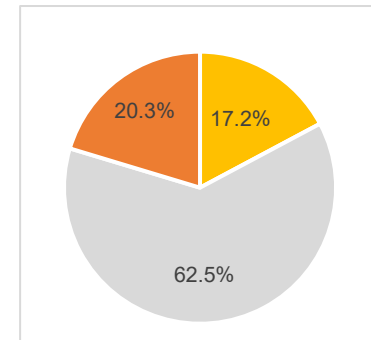


(%)

【男性】



【女性】



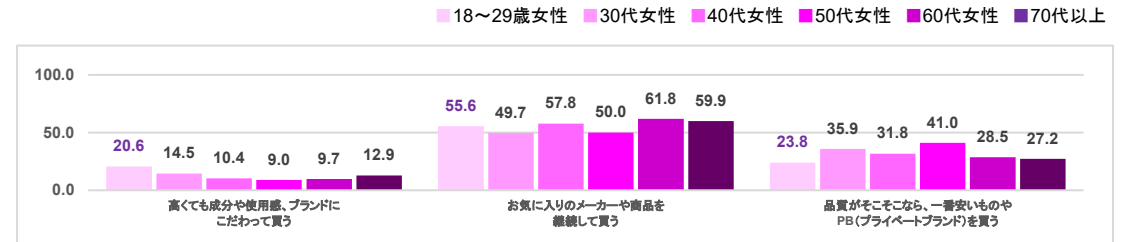
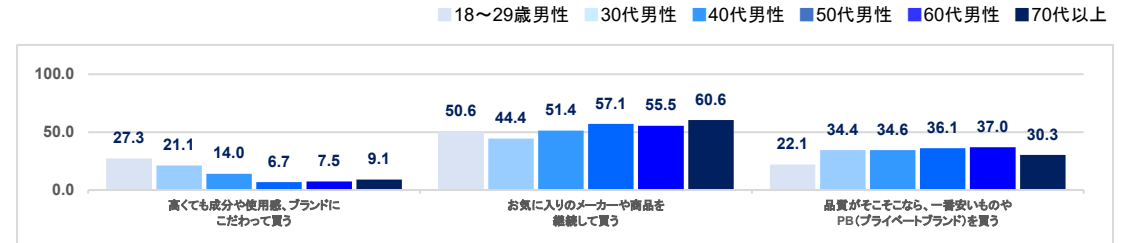
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (35) 健康器具（血压計、体温計など）

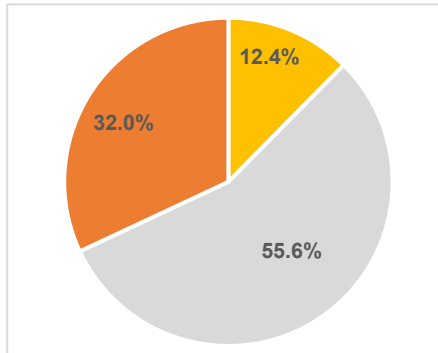
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | 気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|---------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1758 | 12.4                    | 55.6                | 32.0                               |
| 性別        |      |                         |                     |                                    |
| 男性        | 774  | 12.3                    | 54.8                | 32.9                               |
| 女性        | 984  | 12.5                    | 56.3                | 31.2                               |
| 年齢        |      |                         |                     |                                    |
| 18～29歳    | 203  | 23.2                    | 53.7                | 23.2                               |
| 30代       | 235  | 17.0                    | 47.7                | 35.3                               |
| 40代       | 261  | 11.9                    | 55.2                | 33.0                               |
| 50代       | 275  | 8.0                     | 53.1                | 38.9                               |
| 60代       | 359  | 8.6                     | 58.8                | 32.6                               |
| 70代以上     | 425  | 11.1                    | 60.2                | 28.7                               |
| 性年代       |      |                         |                     |                                    |
| 男性-18～29歳 | 77   | 27.3                    | 50.6                | 22.1                               |
| 男性-30代    | 90   | 21.1                    | 44.4                | 34.4                               |
| 男性-40代    | 107  | 14.0                    | 51.4                | 34.6                               |
| 男性-50代    | 119  | 6.7                     | 57.1                | 36.1                               |
| 男性-60代    | 173  | 7.5                     | 55.5                | 37.0                               |
| 男性-70代以上  | 208  | 9.1                     | 60.6                | 30.3                               |
| 女性-18～29歳 | 126  | 20.6                    | 55.6                | 23.8                               |
| 女性-30代    | 145  | 14.5                    | 49.7                | 35.9                               |
| 女性-40代    | 154  | 10.4                    | 57.8                | 31.8                               |
| 女性-50代    | 156  | 9.0                     | 50.0                | 41.0                               |
| 女性-60代    | 186  | 9.7                     | 61.8                | 28.5                               |
| 女性-70代以上  | 217  | 12.9                    | 59.9                | 27.2                               |

(%)

【性年代】

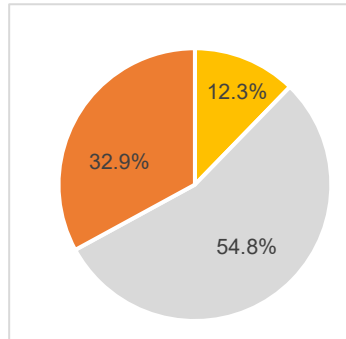


【全体】

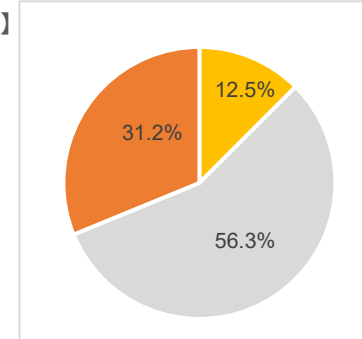


(%)

【男性】



【女性】



## Ⅲ. 一般消費財の購入実態について

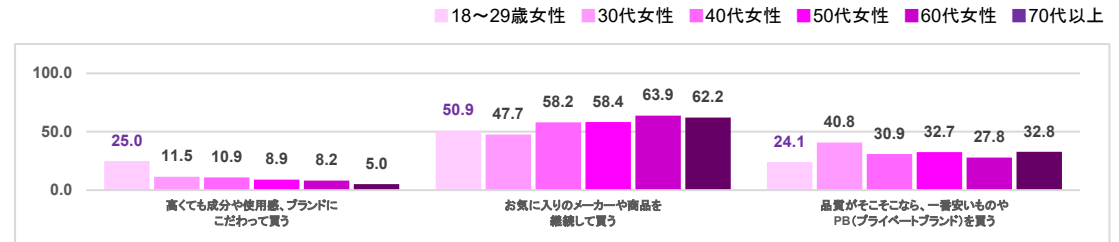
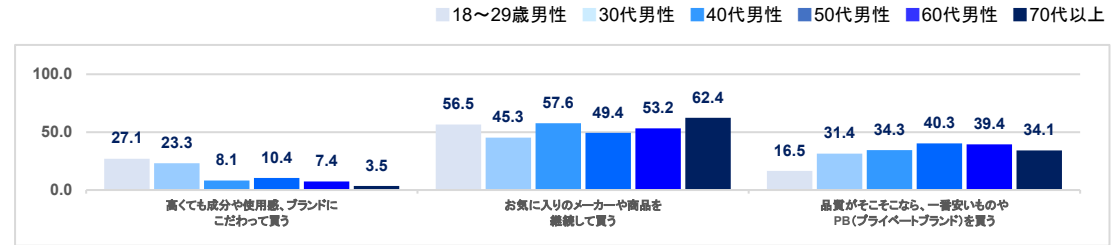
### 3. お金のかけ方「こだわり度」

#### (36) 入浴剤

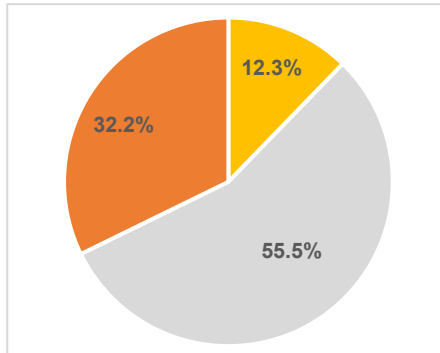
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1191 | 12.3                    | 55.5                 | 32.2                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 526  | 13.1                    | 54.2                 | 32.7                               |
| 女性        | 665  | 11.6                    | 56.5                 | 31.9                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 193  | 25.9                    | 53.4                 | 20.7                               |
| 30代       | 216  | 16.2                    | 46.8                 | 37.0                               |
| 40代       | 209  | 9.6                     | 57.9                 | 32.5                               |
| 50代       | 178  | 9.6                     | 54.5                 | 36.0                               |
| 60代       | 191  | 7.9                     | 58.6                 | 33.5                               |
| 70代以上     | 204  | 4.4                     | 62.3                 | 33.3                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 85   | 27.1                    | 56.5                 | 16.5                               |
| 男性-30代    | 86   | 23.3                    | 45.3                 | 31.4                               |
| 男性-40代    | 99   | 8.1                     | 57.6                 | 34.3                               |
| 男性-50代    | 77   | 10.4                    | 49.4                 | 40.3                               |
| 男性-60代    | 94   | 7.4                     | 53.2                 | 39.4                               |
| 男性-70代以上  | 85   | 3.5                     | 62.4                 | 34.1                               |
| 女性-18～29歳 | 108  | 25.0                    | 50.9                 | 24.1                               |
| 女性-30代    | 130  | 11.5                    | 47.7                 | 40.8                               |
| 女性-40代    | 110  | 10.9                    | 58.2                 | 30.9                               |
| 女性-50代    | 101  | 8.9                     | 58.4                 | 32.7                               |
| 女性-60代    | 97   | 8.2                     | 63.9                 | 27.8                               |
| 女性-70代以上  | 119  | 5.0                     | 62.2                 | 32.8                               |

(%)

【性年代】

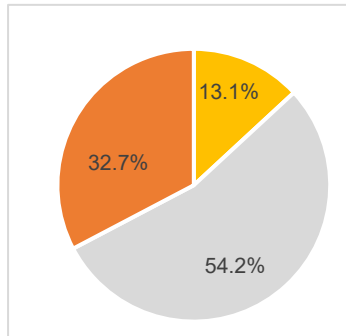


【全体】

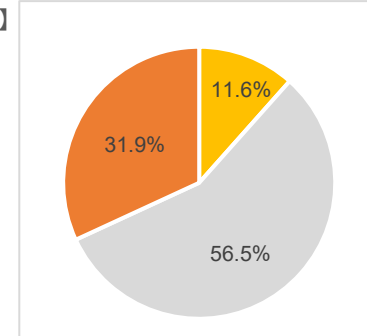


(%)

【男性】



【女性】



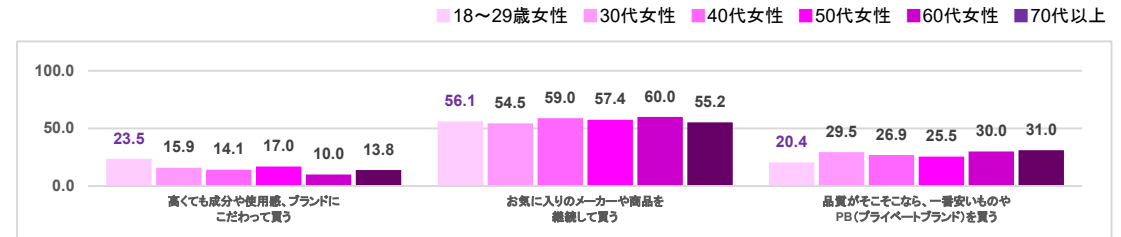
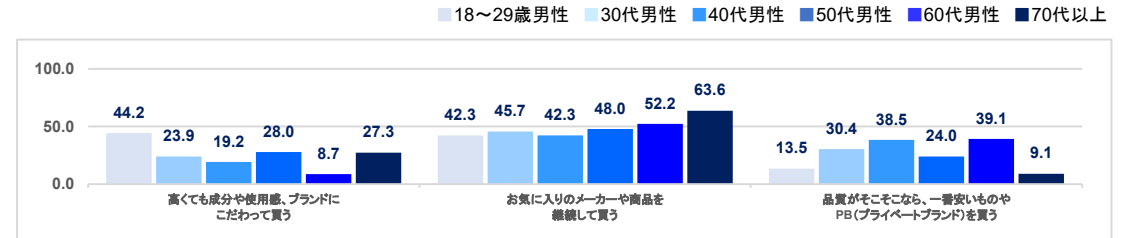
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (37) レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）

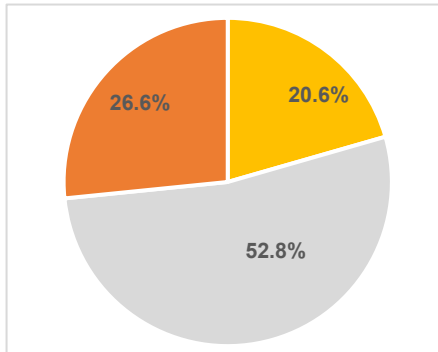
|     |           | 合計  | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----|-----------|-----|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
|     | 全体        | 579 | 20.6                    | 52.8                 | 26.6                               |
| 性別  | 男性        | 209 | 26.8                    | 45.9                 | 27.3                               |
|     | 女性        | 370 | 17.0                    | 56.8                 | 26.2                               |
| 年齢  | 18～29歳    | 150 | 30.7                    | 51.3                 | 18.0                               |
|     | 30代       | 134 | 18.7                    | 51.5                 | 29.9                               |
|     | 40代       | 130 | 16.2                    | 52.3                 | 31.5                               |
|     | 50代       | 72  | 20.8                    | 54.2                 | 25.0                               |
|     | 60代       | 53  | 9.4                     | 56.6                 | 34.0                               |
|     | 70代以上     | 40  | 17.5                    | 57.5                 | 25.0                               |
| 性年代 | 男性-18～29歳 | 52  | 44.2                    | 42.3                 | 13.5                               |
|     | 男性-30代    | 46  | 23.9                    | 45.7                 | 30.4                               |
|     | 男性-40代    | 52  | 19.2                    | 42.3                 | 38.5                               |
|     | 男性-50代    | 25  | 28.0                    | 48.0                 | 24.0                               |
|     | 男性-60代    | 23  | 8.7                     | 52.2                 | 39.1                               |
|     | 男性-70代以上  | 11  | 27.3                    | 63.6                 | 9.1                                |
|     | 女性-18～29歳 | 98  | 23.5                    | 56.1                 | 20.4                               |
|     | 女性-30代    | 88  | 15.9                    | 54.5                 | 29.5                               |
|     | 女性-40代    | 78  | 14.1                    | 59.0                 | 26.9                               |
|     | 女性-50代    | 47  | 17.0                    | 57.4                 | 25.5                               |
|     | 女性-60代    | 30  | 10.0                    | 60.0                 | 30.0                               |
|     | 女性-70代以上  | 29  | 13.8                    | 55.2                 | 31.0                               |

(%)

【性年代】

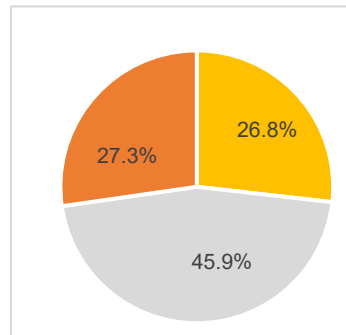


【全体】

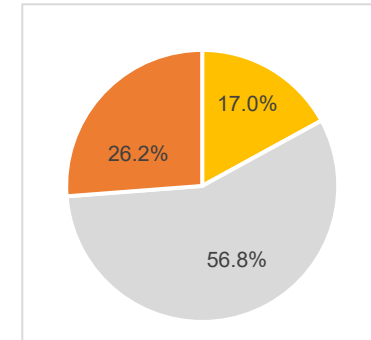


(%)

【男性】



【女性】



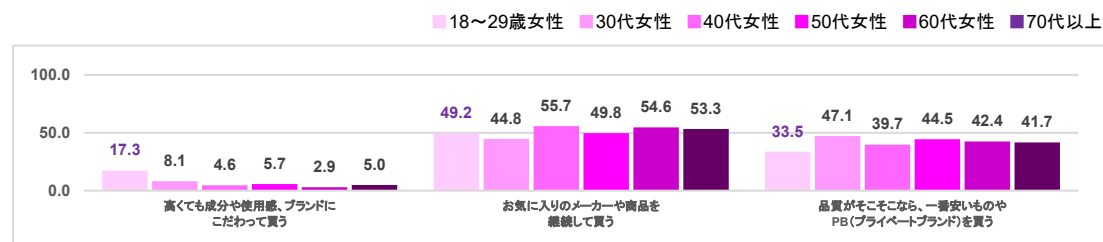
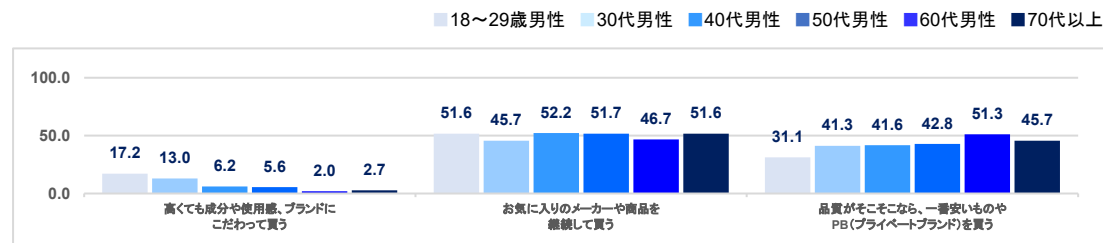
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (38) 生活雑貨（食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ごみ袋など）

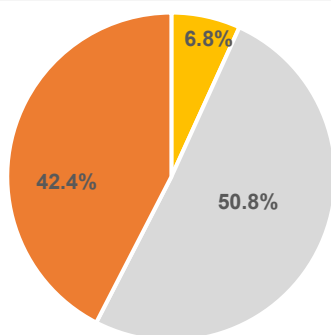
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 2338 | 6.8                     | 50.8                 | 42.4                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 1021 | 6.8                     | 50.0                 | 43.3                               |
| 女性        | 1317 | 6.8                     | 51.4                 | 41.8                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 301  | 17.3                    | 50.2                 | 32.6                               |
| 30代       | 348  | 10.1                    | 45.1                 | 44.8                               |
| 40代       | 380  | 5.3                     | 54.2                 | 40.5                               |
| 50代       | 409  | 5.6                     | 50.6                 | 43.8                               |
| 60代       | 437  | 2.5                     | 51.0                 | 46.5                               |
| 70代以上     | 463  | 3.9                     | 52.5                 | 43.6                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 122  | 17.2                    | 51.6                 | 31.1                               |
| 男性-30代    | 138  | 13.0                    | 45.7                 | 41.3                               |
| 男性-40代    | 161  | 6.2                     | 52.2                 | 41.6                               |
| 男性-50代    | 180  | 5.6                     | 51.7                 | 42.8                               |
| 男性-60代    | 199  | 2.0                     | 46.7                 | 51.3                               |
| 男性-70代以上  | 221  | 2.7                     | 51.6                 | 45.7                               |
| 女性-18～29歳 | 179  | 17.3                    | 49.2                 | 33.5                               |
| 女性-30代    | 210  | 8.1                     | 44.8                 | 47.1                               |
| 女性-40代    | 219  | 4.6                     | 55.7                 | 39.7                               |
| 女性-50代    | 229  | 5.7                     | 49.8                 | 44.5                               |
| 女性-60代    | 238  | 2.9                     | 54.6                 | 42.4                               |
| 女性-70代以上  | 242  | 5.0                     | 53.3                 | 41.7                               |

(%)

【性年代】

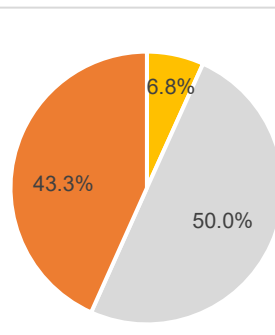


【全体】

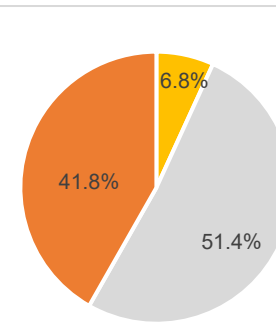


(%)

【男性】



【女性】



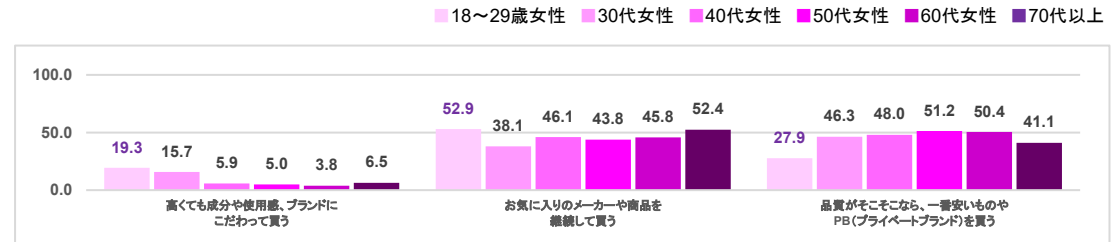
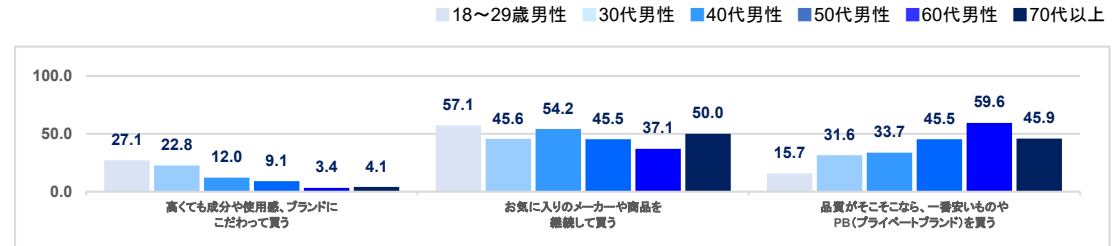
## 3. お金のかけ方「こだわり度」

### (39) 使い捨てカイロ、熱冷却シートなど

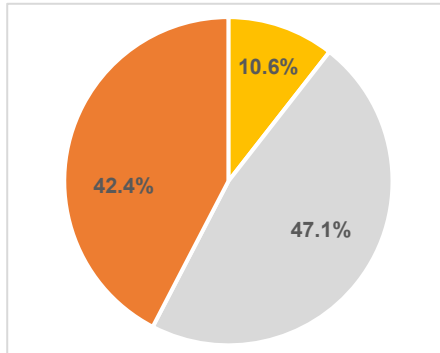
|           | 合計   | 高くても成分や使用感、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|-----------|------|-------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 全体        | 1298 | 10.6                    | 47.1                 | 42.4                               |
| 性別        |      |                         |                      |                                    |
| 男性        | 496  | 12.3                    | 48.0                 | 39.7                               |
| 女性        | 802  | 9.5                     | 46.5                 | 44.0                               |
| 年齢        |      |                         |                      |                                    |
| 18～29歳    | 210  | 21.9                    | 54.3                 | 23.8                               |
| 30代       | 213  | 18.3                    | 40.8                 | 40.8                               |
| 40代       | 235  | 8.1                     | 48.9                 | 43.0                               |
| 50代       | 198  | 6.6                     | 44.4                 | 49.0                               |
| 60代       | 220  | 3.6                     | 42.3                 | 54.1                               |
| 70代以上     | 222  | 5.4                     | 51.4                 | 43.2                               |
| 性年代       |      |                         |                      |                                    |
| 男性-18～29歳 | 70   | 27.1                    | 57.1                 | 15.7                               |
| 男性-30代    | 79   | 22.8                    | 45.6                 | 31.6                               |
| 男性-40代    | 83   | 12.0                    | 54.2                 | 33.7                               |
| 男性-50代    | 77   | 9.1                     | 45.5                 | 45.5                               |
| 男性-60代    | 89   | 3.4                     | 37.1                 | 59.6                               |
| 男性-70代以上  | 98   | 4.1                     | 50.0                 | 45.9                               |
| 女性-18～29歳 | 140  | 19.3                    | 52.9                 | 27.9                               |
| 女性-30代    | 134  | 15.7                    | 38.1                 | 46.3                               |
| 女性-40代    | 152  | 5.9                     | 46.1                 | 48.0                               |
| 女性-50代    | 121  | 5.0                     | 43.8                 | 51.2                               |
| 女性-60代    | 131  | 3.8                     | 45.8                 | 50.4                               |
| 女性-70代以上  | 124  | 6.5                     | 52.4                 | 41.1                               |

(%)

【性年代】

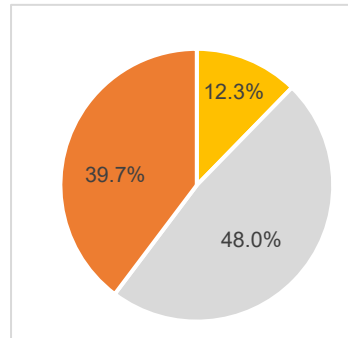


【全体】

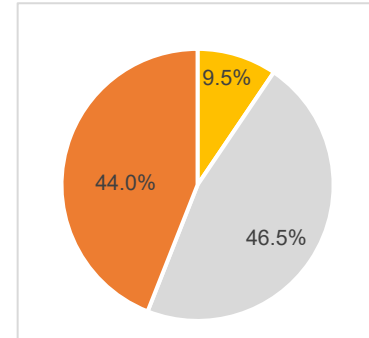


(%)

【男性】



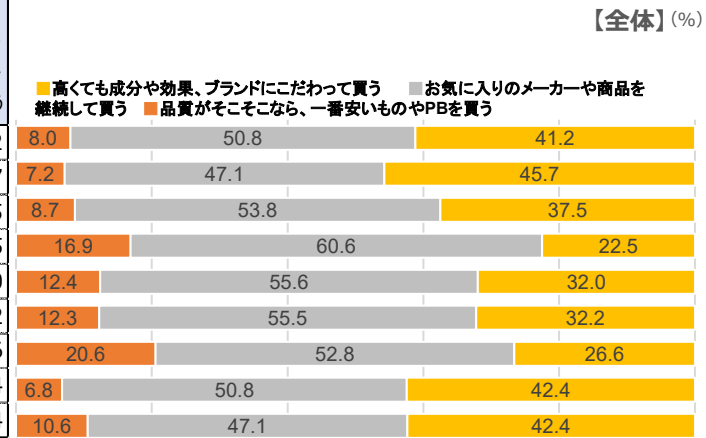
【女性】



## 3. お金のかけ方「こだわり度」

(まとめ)

| (4) その他の日用品について                 | 全体   | 高くても成分や効果、ブランドにこだわって買う | お気に入りのメーカーや商品を継続して買う | 品質がそこそこなら、一番安いものやPB（プライベートブランド）を買う |
|---------------------------------|------|------------------------|----------------------|------------------------------------|
| 31.ラップ、食品保存用袋など                 | 2513 | 8.0                    | 50.8                 | 41.2                               |
| 32.キッチンペーパー・タオル、スポンジなど          | 2494 | 7.2                    | 47.1                 | 45.7                               |
| 33.防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、虫よけスプレーなど）  | 2037 | 8.7                    | 53.8                 | 37.5                               |
| 34.健康食品・サプリメント・栄養剤など            | 1346 | 16.9                   | 60.6                 | 22.5                               |
| 35.健康器具（血圧計、体温計など）              | 1758 | 12.4                   | 55.6                 | 32.0                               |
| 36.入浴剤                          | 1191 | 12.3                   | 55.5                 | 32.2                               |
| 37.レッグ・フットケア用品（足用冷却シート、脱毛剤など）   | 579  | 20.6                   | 52.8                 | 26.6                               |
| 38.生活雑貨（食器用洗剤、住居用洗剤、掃除用品、ごみ袋など） | 2338 | 6.8                    | 50.8                 | 42.4                               |
| 39.使い捨てカイロ、熱冷却シートなど             | 1298 | 10.6                   | 47.1                 | 42.4                               |



## 本レポートのご利用に関して

### (1) 制作目的

本レポートは、日本の消費財流通に携わる方々の事業発展に寄与すべく、生活と買い物・消費への意識と行動の変化について調査し、その結果をまとめたものです。

### (2) 著作権その他の知的財産権

本レポート及び本レポート作成のために当社が利用したデータの著作権その他の知的財産権は、個別に明示がない限り、すべて発行元である、株式会社プラネットに帰属します。

### (3) 引用

- ・ 本レポートの内容を業務資料又は学術論文に引用する場合は、出典を明記の上、著作権法第32条で認められた「引用」の範囲内でご利用ください。

(出典の記載例)

出典：株式会社プラネット『生活と買い物・消費への意識と行動の変化2026』P.〇〇

- ・ 新聞、雑誌、書籍、パンフレットなどの商業出版物、ウェブコンテンツやテレビ番組など、前記業務資料又は学術論文以外の用途での引用を希望される場合は、お問い合わせ先に記載の当社窓口にてメールにて詳細をご連絡ください。

### (4) 禁止事項

本レポートに関し、以下の行為を禁止します。

- ・ 前記引用の範囲を超えた、発行元の著作権および知的財産権を侵害する一切の利用行為
- ・ 公序良俗に反する方法での利用行為
- ・ その他、本レポートの制作目的にそぐわないと発行元が判断した行為

### (5) 免責事項

- ・ 本レポートを作成するにあたり細心の注意を払っておりますが、本レポート記載の内容については真実性・正確性を保証するものではありません。
- ・ 本レポート記載の内容に関して、重要な事項の記載が欠けていないことの保証はいたしません。
- ・ 本レポートの内容は全て作成時点のものであり、その後の環境の変化により、状況が変更している可能性があります。
- ・ 本レポートの内容は状況の変更に応じて、今後予告なく変更されることがあります。
- ・ 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、閲覧者の判断と責任においてご使用ください。
- ・ 本レポートに含まれる情報の使用による行為から生じたいかなる損害に対しても、発行元は責任を負いません。

## お問い合わせ先

本レポートの記載内容に関してご不明な点、業務資料又は学術論文以外の用途での引用ご希望などございましたら、以下の窓口までお問い合わせください。



**株式会社 プラネット** マーケティング&イノベーションユニット

E-mail. [ri@planet-van.co.jp](mailto:ri@planet-van.co.jp)



(発 行)



株式会社プラネット 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階

(調査協力)

一般社団法人流通問題研究協会

(調査委託)

インターワイヤード株式会社