

2016年6月10日

調査レポート

実践女子大学 人間社会学部  
実践「ペルソナ」研究会

実践「ペルソナ」通信 (No.25)  
「女子大生の買い物時におけるクーポン利用の実態」に関する調査結果  
～女子大生の9割はとにかく安く買い物をしたい!～

実践女子大学人間社会学部・実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に「クーポン利用の実態」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は36サンプルでした。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斎藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、自分たちの消費活動、ライフスタイルをはじめ「実践女子大生が自分たち自身」を科学する研究会です。

総括

今回の調査を通して、9割以上の女子大生が買い物時にクーポンを利用した経験があることが分かった。クーポンを利用するお店や商品に、美容室、洋服、コスメなどのファッション関連や、食べ物に関連する回答が多くあげられたことから、女子大生はオシャレをすることや食べ物に対して、最もクーポンを使用しているようである。

クーポンに望むサービスとしては9割強の人が「割引」と回答した。高額な商品を購入するにあたりクーポンを使って安く買い物をしようとしているわけではなく、1,000～5,000円未満の比較的手の届きやすい価格の商品に対してクーポンを利用していることが分かり、日々のちょっとした買い物時にクーポンは利用されているようである。プチプライス、いわゆる「プチプラ」という言葉があるように、女子大生はできるだけお得にオシャレを楽しみ、美味しいものが食べたいという思いを持っていることが推測でき、クーポンを利用することは、よりお得に買い物をするための1つの手段であることが考えられる。

また、利用するクーポンの種類として、8割の女子大生が携帯電話やスマートフォンの画面を見せる「電子タイプのクーポン」を利用していた。これに対して、印刷された「紙のクーポン」の利用はわずか1割であり、近年、スマートフォンの所持率が高くなってきていることから、紙媒体のクーポンよりも電子媒体のクーポンの利用者が多くなってきているのではないかと考えられる。

SNS 利用時間と利用するクーポンの種類を比較したところ、関係性はみられなかった。しかし、近年、スマートフォンの所持率が高くなってきていることから考えるとスマートフォン利用時間を尋ねたほうが1番利用されている「電子タイプのクーポン」との関係性がみられたのではないかと考えた。

#### (1) 9割以上の女子大生がクーポン利用経験あり

買い物時にクーポンを使ったことがあるかを尋ねたところ、94%の人が「はい」と回答した。「いいえ」と回答した人はわずか6%であり、ほとんどの人がクーポンの利用経験があった。利用したことのあるお店では、「美容室」での利用が26人と最も多く、次いでファストフード店などの飲食店が続いた。

#### (2) 食べ物、ヘアカットにクーポンを利用する人が多数

品物別でクーポンの利用状況を見ると、31人もの人が食べ物を購入する際にクーポンを利用していた。利用したことのあるお店と関連して見てみると、食べ物のクーポンは主にファストフード店やファミリーレストランで利用されていると考えられる。

#### (3) ネットからのクーポン入手が多い傾向

クーポンの入手場所としては、クーポンサイトと回答した人が14人で最も多く、次に商品購入時にもらうが13人、LINEが10人と続いた。

#### (4) 電子タイプのクーポン利用が8割

85%の人が、最もよく利用するクーポンの種類として「電子タイプのクーポン」と回答をした。スマートフォンの普及に伴い、クーポンサイトやLINEで入手することができる電子タイプのクーポンが身近なクーポンになっていることが考えられる。

#### (5) クーポンを利用する際の金額は1,000～5,000円未満が5割

52%の人が1,000円～5,000円未満の商品を購入するときにクーポンを利用しようと思っていることが分かった。高額の商品を購入するときにクーポンを使うよりも、普段のちょっとした買い物からクーポンを利用しているのではないかと考えられる。

#### (6) クーポン利用の気持ちは安く商品を購入できるが7割

クーポンを利用するときに一番近い気持ちを尋ねたところ、「安く商品を購入できる(73%)」と回答した人が一番多く、「節約したい(18%)」、「お財布に入っていた(9%)」という結果になった。「安く商品を購入できる」と「節約したい」の回答を合わせると、およそ90%の人が価格面での効果を期待しクーポンを利用していることが伺える。

#### (7) クーポンに望むサービスは割引が大多数

今後、クーポンに望むサービスとして9割以上の人が「割引」と回答した。ポイントが付与されたり、何かプラスの特典が付いたりするといったことよりも、「割引」としてお得に商品を購入したい気持ちが強いようである。

#### (8) クーポンを利用しないのは面倒くさい、恥ずかしさの声

クーポンを利用したことが無い人の理由として、「わざわざ利用することが面倒くさい」、

「利用することが恥ずかしい」との回答があった。クーポンを利用したことはないが、今後利用することがあった場合に、「割引」や「ポイント付与」をクーポンのサービスとして望んでいた。

#### (9) 収入とクーポンの利用は関係がない

月々自由に使えるお金とクーポンの利用経験と比較した。高い収入の人でもクーポンを利用して安く商品を購入したいという傾向が強いようだ。

#### (10) SNS 利用時間と電子クーポンの利用とは関係がない

平日、休日ともに SNS 利用時間に関係なく電子クーポンを利用している人が多数いる。また、今回は SNS 利用時間を尋ねたが、スマートフォン利用時間を尋ねたほうが電子クーポン利用との関係性を表すことができたのではないかと考える。

### 調査結果について

#### <調査概要>

調査対象	実践女子大学渋谷キャンパス在学学生
調査方法	調査票調査
調査期間	2016年5月6日～5月13日
有効回答者数	36人
回答者の属性	【学年】2年生：0% 3年生：100%

#### <本調査担当チーム>

実践「ペルソナ」研究会

3年 岩元沙起

3年 海老島優花

3年 種倉みのり

3年 土田理奈

3年 松並優依

### 調査結果データ

#### (1) 9割以上の女子大生がクーポン利用経験あり

クーポンの利用経験を尋ねたところ、94%の人がクーポンを利用した経験があると回答した(図1)。また、クーポンを使ったことがある人にどのようなお店で使ったことがあるのか尋ねたところ、美容室とファストフード店という回答が多くあった。美容室と回答した人は26人、ファストフード店は25人、ファミリーレストランは17人、ドラックストアは15人、居酒屋は14人だった。その他の回答でカラオケという回答があった。買い物だけでなくサービスの利用にもクーポンを利用しているようである(図2)。

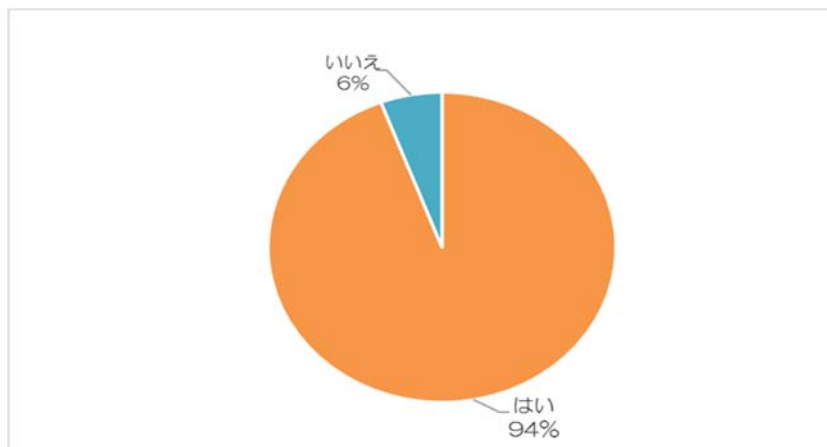


図1. 買い物時クーポン利用経験の割合 (N=35)

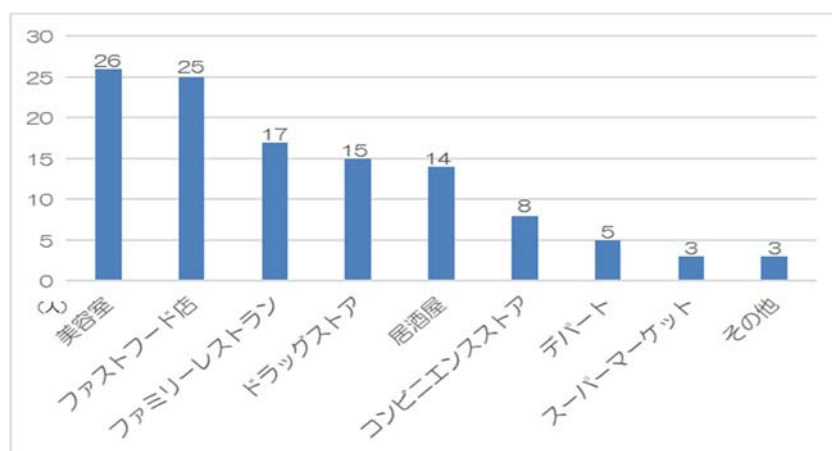


図2. クーポンを利用するお店 (N=34) (複数回答)

## (2) 食べ物、ヘアカットにクーポンを利用する人が多数

クーポンをどのようなものを購入するときに利用するか尋ねたところ、食べ物や洋服の購入、ヘアカットに利用する人が多くいた。食べ物は31人、洋服は23人、ヘアカットは22人、コスメは10人、飲み物は9人だった。食べ物とヘアカット、コスメ、飲み物に関してはクーポンを利用する場所とも関連がある回答が見られた(図3)。

また、利用頻度の高いものを1~3位まで順位付けをしてもらったところ、1位は同率で食べ物とヘアカット、2位は洋服、3位はコスメという結果になった。食べ物やヘアカットに関するクーポンは、電子媒体や紙媒体でも多くの種類があるため利用頻度も高くなるという結果になった。

### (3) ネットからのクーポン入手が多い傾向

クーポンの入手場所を尋ねたところ、クーポンサイトと回答した人が14人で最も多く、次に商品購入時にもらったものが13人、そしてLINEが10人と続いた。クーポンサイトやLINEは携帯電話を利用して簡単に入手できるクーポンも多くある。商品購入時にクーポンを渡すことによりリピーターが増え、お店へ足を運びやすくしていることが考えられる。

また、その他の回答でアプリと答えた人が多くいた。選択肢に含まれていなかったため順位には載っていないがLINEやクーポンサイトだけでなく、お店が個々で出しているアプリを利用する人も多くいた。

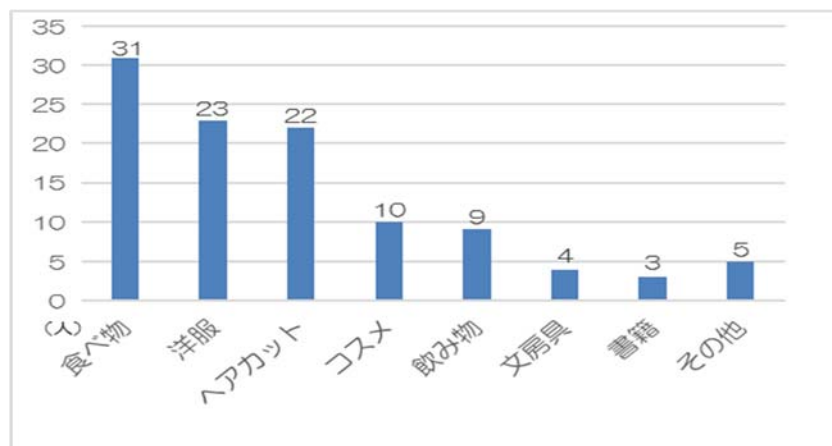


図3. クーポンを利用して購入する商品 (N=34) (複数回答)

※その他はピザ、カラオケ(2)、コンタクトレンズ、CD・DVD

### (4) 電子タイプのクーポン利用が8割

よく利用するクーポンの種類を尋ねたところ、電子タイプが一番多かった。クーポンの入手場所と関連して電子タイプのクーポン利用が85%、印刷タイプが4%だった。電子タイプのクーポンはアプリを含め身近なクーポンになっている。昔は紙でクーポンを出していたところも、今ではアプリのクーポンが主流になっているお店もあることが考えられる(図4)。

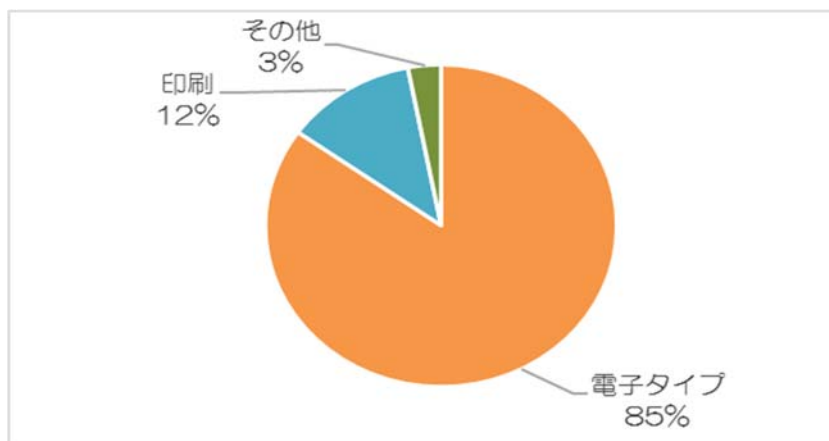


図4. クーポンの種類 (N=33)

**(5) クーポンを利用する際の金額は 1,000～5,000 円未満が 5 割**

どのくらいの金額の商品を買うときにクーポンを利用するかを尋ねたところ 1,000 円～5,000 円未満と答えた人が 52%で一番多かった。5,000 円～1 万円未満が 24%、1,000 円未満が 18%、1 万円以上が 6%だった。クーポンの利用頻度が高いものやクーポンを利用する場所を見ても、あまり高価な買い物をするときに使うのではなく普段の買い物でクーポンを利用する人が多いようだ（図 5）。

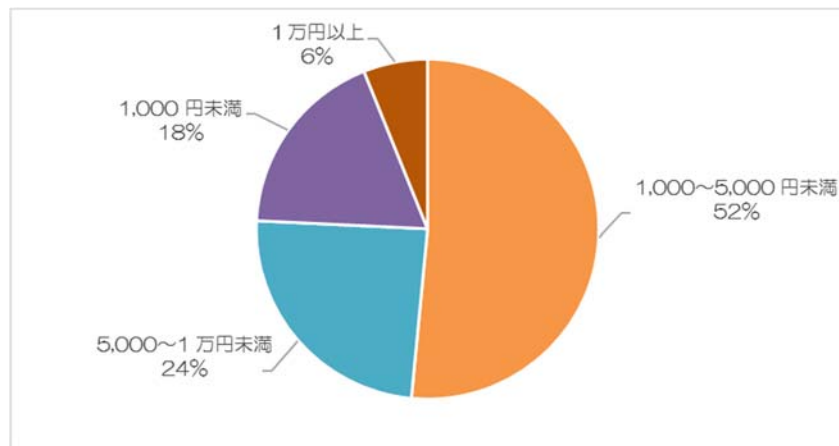


図 5. クーポンを利用時の購入金額 (N=33)

**(6) クーポン利用の気持ちは安く商品を購入できるが 7 割**

クーポンを利用するときの気持ちを尋ねたところ、安く商品を購入出来ると答えた人が一番多く 73%だった。節約したいと答えた人は 18%、財布に入っていたと答えた人は 9% だった（図 6）。

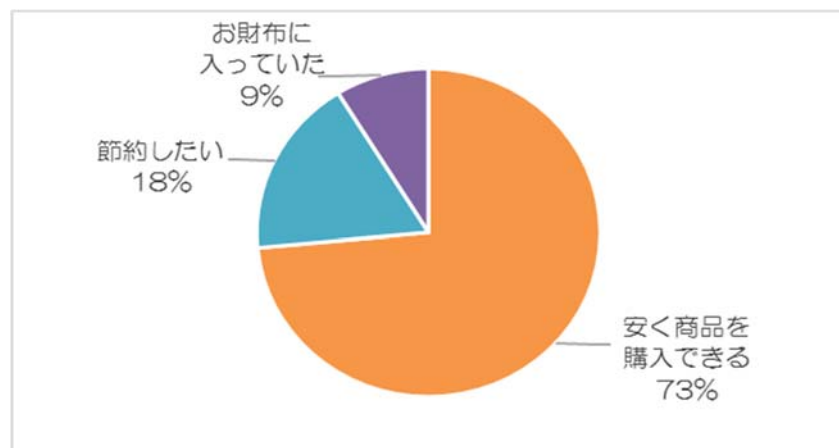


図 6. クーポン利用時の気持ち (N=34)

### (7) クーポンに望むサービスは割引が大多数

クーポンを利用したことがある人にどのようなサービスを望むか尋ねたところ、割引と答えた人が97%、ポイント付与と答えた人が3%だった。サービスなどの付加価値より金額の割引を重視する人が多く、(6)での回答でも多くあったように、金額の割引に利用できるクーポンの利用が求められている(図7)。

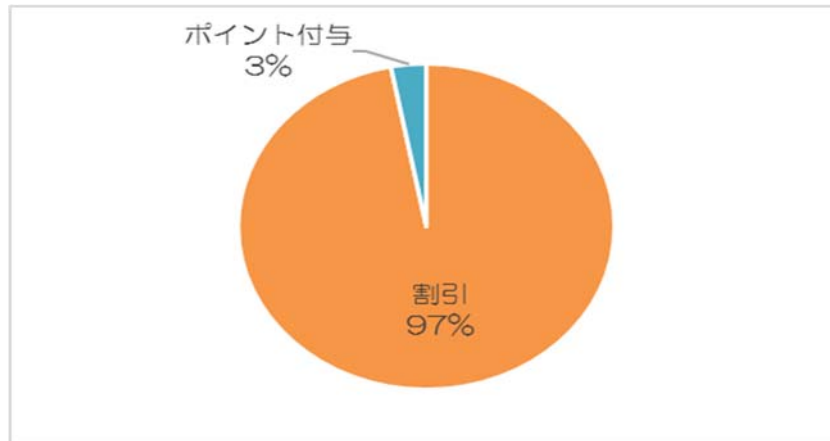


図7. クーポンに望むサービス (N=33)

### (8) クーポンを利用しないのは面倒くさい、恥ずかしさの声

クーポンを利用したことがない人にその理由を尋ねたところ、「わざわざ利用することが面倒くさい」、「利用することが恥ずかしい」との回答が得られた。これらの感情をもたらす原因として、クーポンを得るためにアプリを登録しなければならない煩わしさや、利用するときに周りの目が気になってしまうなどが考えられる。

また、今後クーポンを利用することがあった場合にクーポンに望むサービスとして「割引」、「ポイント付与」の2つの回答があった。

### (9) 収入とクーポンの利用は関係がない

月々自由に使えるお金を調査したところ、5万円未満が14人、5万円以上10万円未満が20人、10万円以上が1人であった(表1)。この結果をクーポンの利用経験と比較した。この結果から、高い収入の人でもクーポンを利用して安く商品を購入したいという傾向がみられた。

表1. クーポンの利用経験と月々に使えるお金

月々に使えるお金	クーポンを利用経験	
	ある	ない
5万円未満	14人	0人
5万円以上10万円未満	18人	2人
10万円以上	1人	0人

### (10) SNS 利用時間と電子クーポンの利用とは関係がない

SNS 利用時間は平日平均 141 分、休日平均 165 分だった（外れ値を除く）。平日と休日の利用時間ではあまり差がなかった（図 8）。この結果をよく利用するクーポンの種類で 1 番回答が多かった電子クーポンと比較した。この結果から平日、休日ともに SNS 利用時間に関係なく電子クーポンを利用している人が多数いることがわかった。これはクーポンの入手場所のアンケートでも「SNS からの入手した」と回答が少なかったことからいえる。また、今回は SNS 利用時間を尋ねたが、スマートフォン利用時間を尋ねたほうが電子クーポン利用との関係性を表すことができたのではないかと考察した。

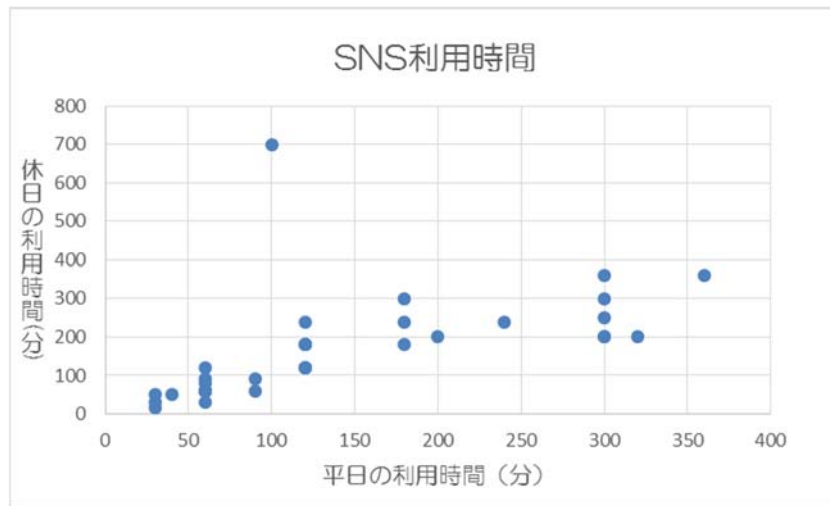


図 8. SNS の平日と休日の利用時間