

ハー・ショッピングマインド；いまだきの主婦の買物調査報告書

2006年12月8日

いまどきの主婦の買物心は、シタタカショッピングにあり

いまどきの主婦は何を買いたいと思っているのでしょうか？

欲しいモノ、サービスが満ち溢れている現代、買いたい「モノ」の前に、彼女たちが買物で満たしたい気持ちに気付くことが大切だと、私たちは考えます。

彼女たちが欲しているショッピングマインドは6つ

「 트렌디な私でいたい」そんな気持ちももちろんありますが、彼女達のショッピングの基本は「周りの人と一緒でありたい」気持ちです。

ショッピングはあくまでもワタシ軸が中心。「ショッピングで、ワタシをスッキリ解放したい。」便利な買物だけでは満足しない、コンビニ&エンジョイな「コンジョイ」ショッピングに惹かれる。ショッピングを満喫するために「コストカットできる予算は思いっきりカットして、ワタシのためのお買物にペースト」して、自分なりの「ポリシーを貫く」そんな、シタタカな主婦のお買物が見えてきました。

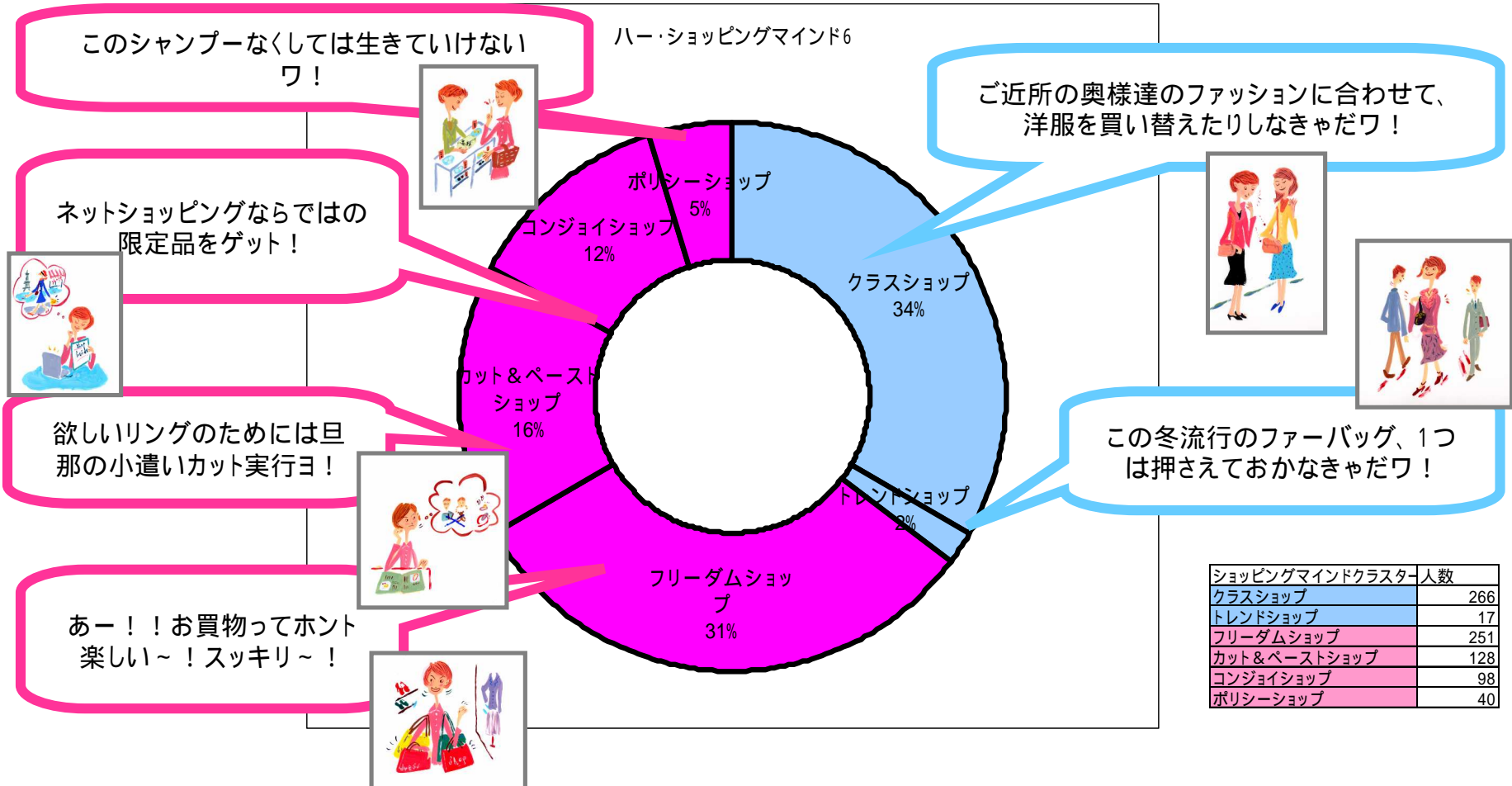
彼女達のシタタカなお買物心を満足させることができるモノ、サービスが選ばれるのです。



イマドキの主婦のお買物は、シタタカショッピング

今回の調査では、主婦の買物行動心理を6つのクラスターに分類し、女性の買物心の構成要素としてとらえてみました。

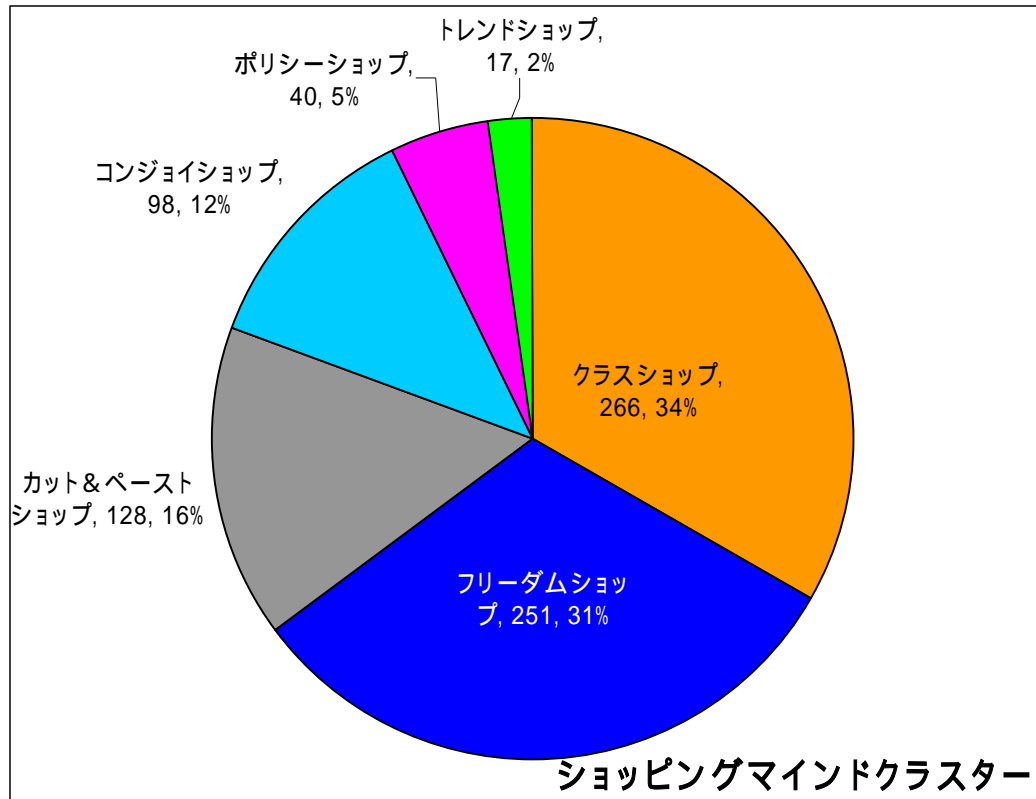
周りと自分を合わせようとする「クラスショップマインド」や最新トレンドを常にキャッチしていきたい「トレンドショッピングマインド」を外部要因、それ以外の、買物でストレス発散や、気分転換をしたい「フリーダムショップマインド」、自分の買物欲求を達成するためにさまざまなコストカットを図る「カット&ペーストマインド」16%、便利かつ楽しい買物を望む「コンジョイショッピングマインド」、自分のこだわりやポリシーを持って買物をしたい「ポリシーショッピングマインド」をショッピングの内部要因と分けると、彼女達の「自分中心のショッピングマインド」が64%を占めていることがわかります。



ショッピングマインドクラスターに見る主婦の買物傾向

今回の調査では、主婦の買物行動心理を6つのクラスターに分類した。

一番多かったクラスターは、周りと自分を合わせようとする「クラスショップ」マインドで34% (266人)。次に買物でストレス発散や、気分転換をしたい「フリーダムショップ」マインド31% (251人)、自分の買物欲求を達成するためにさまざまなコストカットを図る「カット&ペーストショップ」マインド16% (128人)、便利かつ楽しい買物を望む「コンジョイショッピング」マインド層12% (98人)、自分のこだわりやポリシーを持って買物をしたい「ポリシーショップ」マインド層5% (40人)、最新トレンドを常にキャッチしていきたい「トレンドショップ」マインド層2% (17人)であった。



ショッピングマインドクラスター	人数
クラスショップマインド	266
フリーダムショップマインド	251
コストカットマインド	128
コンジョイショップマインド	98
ポリシーショップマインド	40
トレンドショップマインド	17
	800

ショッピングマインドクラスターに見る主婦の買物傾向

私たちは、今回抽出した6つの買物心理を、女性が買物によって達成したい6つの欲求としてとらえなおすことで、女性たちが「動く」ショッピングを提供することができると思います。

前頁の円グラフを、典型的な女性の買物欲求のパターンであると考え、「レベル合わせ欲求」と「身も心も発散させたい」という2つの欲求で半分以上が満たされることになる。つまりこだわりでモノ選びをする、会社を選ぶといった消費傾向が見られるとはいえ、女性の場合、ある特定の集団の一員としての安定を図りたいという意識や、買物によってストレスを発散させたいといった気持ちが満たされることが、買物の役割であることがわかります。

次に続くカット&ペースト欲求は、安く押さえられる部分は徹底的に押さえることが目的ではなく、その分を「自分の欲しいもの」にまわそうと言う意識である点がポイントです。女性は、欲しいものがあれば、夫のもの、子供のものを切り詰めてでも買うことができる。「この商品は価格が高いから売れない」は売れない言い訳にならないということです。

「コンジョイ」ショッピングが示唆する点は、時間短縮のみがネットショッピングに求められているわけではなく、便利でかつネットならではの楽しさを兼ね備えることが重要だという点です。

買物によって自分のポリシーを貫きたい気持ちは、トレンドを追い続けたい気持ち同様あまり高くない。つまり、「こだわりの」などと謳う商品やサービスのみでは受け入れられる可能性は低く、「みんなといっしょだったら買う」が一番の買う理由になる傾向は相変わらずで、「仲間たち」が指示する「こだわり」である必要があることがわかります。

現代の女性が買物に求める6つの欲求は、1つの要素だけを満足させれば良いというものではなく、全ての女性の中に6つの欲求があり、どの欲求が一番大きいかで6つのタイプに分かれるのではないかと考えています。

楽しくなければショッピングではない

アンケートで寄せられたショッピングへの思い。女性にとってショッピングとは、「ストレス発散」であり、「エンターテイメント」であり、時には「いきがい」であったりもする。たとえ買わなくてもショッピングタイムそのものは楽しくなくてはならないものなのだ。

私にとってショッピングは楽しみ、レジャー、ストレス発散！気に入ったものは探しても見つからないときは全然見つからない。物との出会いだとも思っています。一期一会じゃないけど、ショッピングにもそれってあると思います。30代主婦T

ショッピングとは、楽しいひと時を過ごさせてくれる時間です。ショッピングをしている時間は、いやなこと、など考えたくないことを忘れさせてくれます、とても楽しい気分になります。たとえ、何も買わなくても、その時間は楽しいです。30代主婦Y

ストレス発散ですかね、「出会い」なんていうとカッコイイですが、やはり自分の好きなものを買って、おいしい、素敵、ハッピー、の為にショッピングします。そしてショッピングはたとえ6歳の娘であっても同性と一緒にのほうが断然楽しいです！！！！30代主婦H

ショッピング大好きです！ストレス解消、気分転換、自分へのご褒美。理由は何でも良いのですが、買い物してる時がとっても幸せです。40代主婦Y

わたしにとってショッピングとは`生きがい`です。見栄をはったりきれいになりたかったりするにはやっぱり買い物が必須!!!人とのコミュニケーションだって幅広くとることができると思うんです。買い物はすごく楽しいしどれを買おうか迷ってる時だって買った袋をもって歩いている時だってすごく幸せな気分これからショッピングを楽しんでいきたいと思います。30代主婦A

ショッピングは楽しいので見るだけとっていて買ってしまふものです。だから、なるべく外出しないようにしたいものです。30代主婦K

ひとりの楽しみと、幸福感 40代S

ストレス解消といつまでも若くいるための秘訣です 20代主婦M

