

## ■調査項目

Q1. 性別・年代

Q2. 未既婚／同居家族

Q3. 職業

Q4. 日常生活の中の頻度（週5回～ほとんどない）

- |                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. 夕食の外食                 | 6. 30分以上の運動やスポーツをすること |
| 2. お酒を飲むこと               | 7. 映画館で映画見ること         |
| 3. タバコを吸うこと              | 8. インターネットショッピングをすること |
| 4. エナジードリンク／健康ドリンクを飲むこと  | 9. SNSで自分から情報を発信すること  |
| 5. 健康・美容のためサプリメントを利用すること |                       |

～製品カテゴリー別の聴取項目(Q5-Q10)～

※各質問、製品別にそれぞれ回答

1. お菓子類（チョコレート、チューインガム、スナック類など）
2. 加工食品（レトルト食品やインスタントラーメンなど）や調味料など
3. エナジードリンクや健康ドリンクなど
4. アルコール類（ビール、ウイスキーなど）
5. 健康・美容のためのサプリメント類
6. 家庭用の日用品類（シャンプー、ボディソープ、食器洗剤など）
7. 文房具類（ノート、手帳、ペン、ペンケースなど）
8. 医薬品類（風邪薬、胃薬など）
9. \*スキンケア化粧品（化粧水や乳液など）
10. \*メイクアップ化粧品（口紅やファンデーションなど）

\*女性のみ聴取

Q5. 興味・関心度（4段階）

Q6. 購入頻度（4段階）

Q7. 購入場所（MA）

- |   |                       |
|---|-----------------------|
| 1. スーパーマーケット                            | 7. 市場                 |
| 2. ハイパーマーケット                            | 8. ホームセンター            |
| 3. デパート・ショッピングセンター                      | 9. 通信販売（インターネット通販）    |
| 4. ドラッグストア                              | 10. 通信販売（インターネット通販以外） |
| 5. コンビニエンスストア                           | 11. 訪問販売              |
| 6. 食料品、生活用品、医薬品、化粧品などを<br>専門的に扱う小規模な小売店 | 12. その他               |
|   | 13. 特に決まっていない／わからない   |

Q8. 購入時の重視点（3MA）／Q9. 購入時に気になること（3MA）

1. 高級感があること
2. 一流のメーカー／ブランドであること
3. 昔からある／なじみがあるメーカー／ブランドであること
4. 信頼できるメーカー／ブランドであること
5. 品質がよいこと
6. 国産メーカー／ブランドであること
7. アメリカやヨーロッパなどの欧米のメーカー／ブランドであること
8. 日本のメーカー／ブランドであること
9. 中国、韓国など日本以外のアジアの国のメーカー／ブランドであること
10. いつも何か新しい製品を発売するメーカー／ブランドであること
11. よい原料や材料を使用していること
12. 広く人気があるメーカー／ブランドであること
13. 価格が安いこと
14. 価格に見合った価値があること
15. よく売場で見かけること
16. 広告をよく見ること
17. 家族や友人の評判がよいこと
18. ネットのクチコミサイトやSNSの書き込みなどで評判がよいこと
19. SNSなどの書き込みで評判がよいこと
20. あてはまるものはない

Q10. 新製品が発売された場合に購入に影響を与えるもの (MA)

1. テレビCM
2. テレビの情報番組や通販番組
3. 新聞の記事や広告
4. 雑誌の記事や広告
5. ラジオ広告
6. 電車やバスの広告や街中のポスター広告
7. インターネット/スマートフォンのバナーなどの広告やメーカーのサイト
8. インターネット/スマートフォンのブログ、クチコミや掲示板の評判
9. SNSの書き込みの評判
10. 売場での試供品の配布、試食、ポスター広告やPOP
11. 家族、友人などからの直接の評判
12. その他
13. 特に新製品の購入に影響を与えるものはない

Q11. 生産国別の食品・飲料、日用品全体の製品イメージ (6ヶ国)

生産国 (Made in ○○)

- |                           |        |
|---------------------------|--------|
| 1. 自国 (インドネシア、フィリピン、ベトナム) | 4. 日本  |
| 2. アメリカ                   | 5. 韓国  |
| 3. 中国                     | 6. インド |
- 
- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1. 高級感があること                          | 9. 価格が安いこと                             |
| 2. 一流のメーカー/ブランドであること                 | 10. 価格に見合った価値があること                     |
| 3. 昔からある/なじみがある<br>メーカー/ブランドであること    | 11. よく売場で見かけること                        |
| 4. 信頼できるメーカー/ブランドであること               | 12. 広告をよく見ること                          |
| 5. 品質がよいこと                           | 13. 家族や友人の評判がよいこと                      |
| 6. いつも何か新しい製品を発売する<br>メーカー/ブランドであること | 14. ネットのクチコミサイトや<br>SNSの書き込みなどで評判がよいこと |
| 7. よい原料や材料を使用していること                  | 15. SNSなどの書き込みで評判がよいこと                 |
| 8. 広く人気があるメーカー/ブランドであること             | 16. よくわからない                            |

Q12. 自身の考えや行動 (MA)

1. 多少値段が高くても品質のよい製品を買いたい
2. 自分が気に入ったものは値段が高くても買いたい
3. 人とは違ったものを買いたい/持ちたい
4. 同じような製品であれば値段の安いものを選ぶことが多い
5. 製品を選ぶときには他の人の評価や評判は気にしない
6. 製品を選ぶときには他の人の評価や評判、クチコミなどの影響で決めることがある
7. お店に行ってからいろいろと見て回って買う製品を選ぶことが多い
8. 買う製品はお店に行く前に決めていることが多い
9. 新しい製品やお店など流行っているものにとっても興味がある
10. 以前からある製品や自分が使い慣れたもの、食べなれたものが好きだ
11. 品質よりも国内で生産された製品を買いたい
12. 国内製品、海外製品よりも品質のよい製品を買いたい
13. 興味があることやわからないことは自分から積極的に情報を探す
14. 普段から新聞や雑誌、インターネットなどでニュースや出来事をチェックしている
15. FacebookやTwitterなどで情報を発信することが好きである