

# 結果報告 2月Web教えてモニター「女性用衣類(ショーツ)」

## 【テーマ・商品】

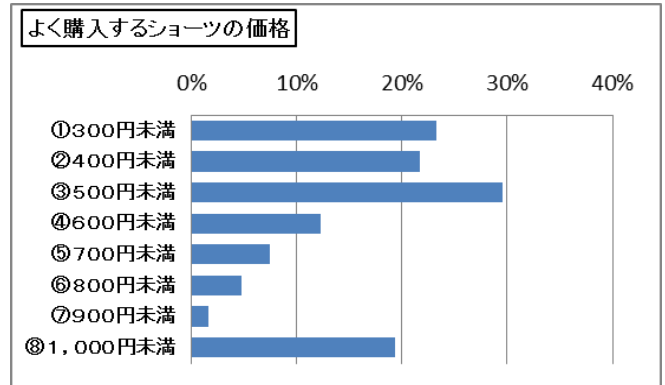
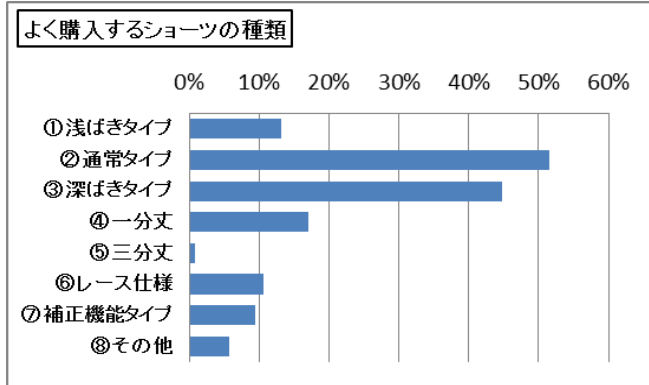
女性用衣類(ショーツ)

## 【モニター目的】

組合員の実態を調査し、今後の品揃えに活かします。

【回答期間】 2/17～2/22

【回答者数】 268名



■概要 (子育て:40歳未満 ファミリー:40歳以上55歳未満 シニア:55歳以上65歳未満)

■よく購入するショーツの種類は(複数回答可):**①通常タイプ 51.5%** ②深ばきタイプ 44.7% ③一分丈 17% ④浅ばきタイプ 13.3% ⑤レース仕様 10.6%…通常タイプは年代が若いほど割合が高く、深ばきタイプは年代が上がる程割合が高くなっています。

■よく購入するショーツの1枚当たりの価格は(複数回答可):**①500円未満 29.5%** ②300円未満 23.2% ③400円未満 21.7% ④1,000円未満 19.3%…子育ては他年代に比べて「1,000円未満」という方の割合が高くなっています。年代が上がるにつれて割合が下がっている事もあり、妊娠中用、産後用などの通常下着よりやや高めの下着を購入されている方がいらっしゃるのかもしれませんが。

■普段のショーツの購入先は(上位2つまで選択):**①イオン・イトーヨーカドー・ライフ 38%** ②生協宅配カタログ 26.7% ③その他 25.2% ④ユニクロ 20.7% ⑤ネット通販 18.4%…子育ては他年代と比べて生協の宅配の割合が低く、ユニクロの割合が高めです。シニアとシルバーは生協の宅配の割合が高めとなっています。

■年間のショーツの購入枚数は(本人・子供・親・孫):**4～6枚位が本人、子ども、孫でトップ**となっています。

■「くらしのパートナー」でのショーツの購入は:**①(殆ど)購入した事がない 59%** ②今も購入している 22.9% ③以前は購入していた 18%…子育ては8割以上が、ファミリーは7割近くが「(殆ど)購入した事がない」をお選びです。「購入している」はシニアとシルバーの多くなっています。

■「くらしのパートナー」で購入している方、購入の頻度は:**①年1～2回 95.3%** ②年3～5回 4.7%…年代差はほぼなく、年1～2回の購入の方がほとんどとなっています。

■「くらしのパートナー」で購入したのは誰用ですか:**①本人 92.6%** ②子供 13.8%

■「くらしのパートナー」で購入されていない方、その理由は(複数回答可):**①商品を目で見たい 42.1%** ②デザインが気に入らない 24.6% ③他で購入したい商品がある 21.5% ④そもそも「くらしのパートナー」を(殆ど)見ていない 13.3%…「目で見たい」はシニアとシルバーの割合が高く、子育ては「デザインが気に入らない」「そもそも『くらしのパートナー』を見ていない」が多くなっています。

■ショーツを購入時重視する点(上位5つまで選択):**①素材(綿など) 76.9%** ②柄・デザイン 49.3% ③価格が安い(1枚当たり) 48.9% ④色 45.5% ⑤丈の長さ(深ばき) 40.7%…子育ては「柄・デザイン」がトップ、それ以外の年代は「素材」がトップです。シニアとシルバーは「丈の長さ(深ばき)」を重視する割合が他年代より高めです。

■重視する点で「色」を選んだ方、好みの色は(複数回答可):**①モカ 44.8%** ②ピンク 44.2% ③その他 38.7%

■お気に入りのショーツの購入先は:**①その他 32.3%** ②イオン・イトーヨーカドー・ライフ 30.6% ③ネット通販 22.6% ④生協宅配 16.1%