



マーケティング・データのご紹介

読売is女性向けマーケティング・コミュニケーションモデル“WisE”から

第6回商品企画別調査 - 家具・インテリア用品編 -

2009年10月30日

株式会社 読売インフォメーションサービス

主な調査項目

意識ライフスタイル

1. 家具・インテリア用品を選ぶ際の考え方
2. 過去1年間に行なった模様替えの内容
3. 家具・インテリア用品に対する悩み・不満
4. ほしい家具・インテリア用品を買わなかった理由
5. 家具・インテリア用品の好きな雰囲気・テイスト
6. お気に入りの家具・インテリア用品と理由
7. 家具・インテリア用品のこだわりポイント
8. 家具・インテリア用品を選ぶ際に重視する条件(7商品群別)
9. 各店舗に対する認知・購入経験
10. 各店舗に対する雰囲気・イメージ
11. 購入店舗を選ぶ際に重視する条件
12. 家具・インテリア用品店に充実してほしい商品・サービス

商品

13. 30品目別の所有状況・買い換え・新規購入意向
14. ダイニングセット・ソファ・ベッドの購入想定価格帯
15. 購入・贈答のタイミング(7商品群別)
16. 家具・インテリア用品を普段購入する店舗(7商品群別)
17. 店舗までの交通手段と所要時間(業態別)
18. 通信販売を利用した家具・インテリア用品の購入経験

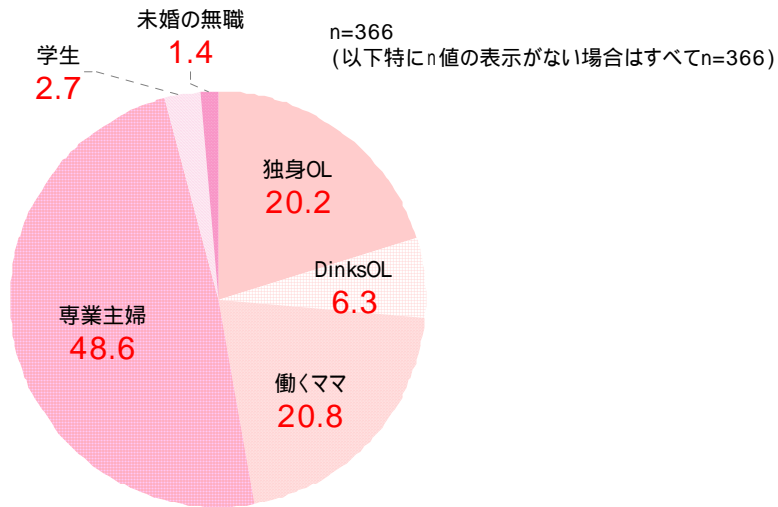
メディア・広告

19. 家具・インテリア用品を購入するまでに参考にする情報源
20. 家具・インテリア用品の新聞折込広告の閲覧頻度・保存期間・注目内容

調査概要と回答者プロフィール

調査期間 : 2009年8月7日～8月12日
調査対象地区 : 旧東京都庁を中心とする半径40km圏
調査対象者 : 調査対象地区に居住し、
 自身で日常の買物を行う20～69歳の女性
サンプル数 : 有効回収 366s
調査方法 : インターネット調査
実査 : 株式会社インテージ

ライフコース別の内訳



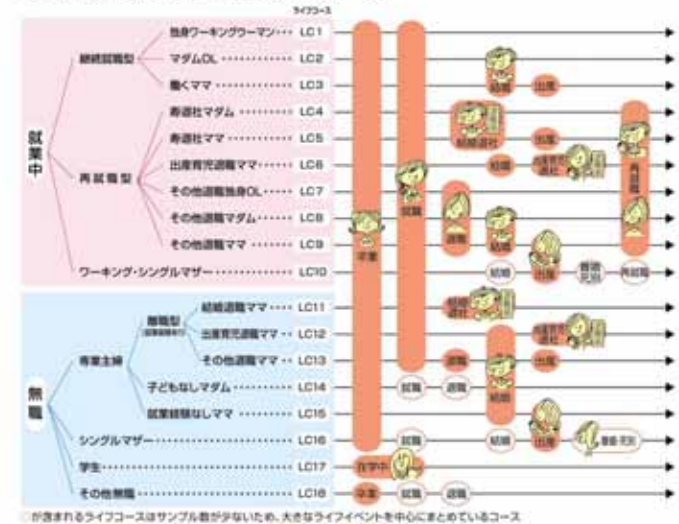
平均 世帯年収

224.3万円

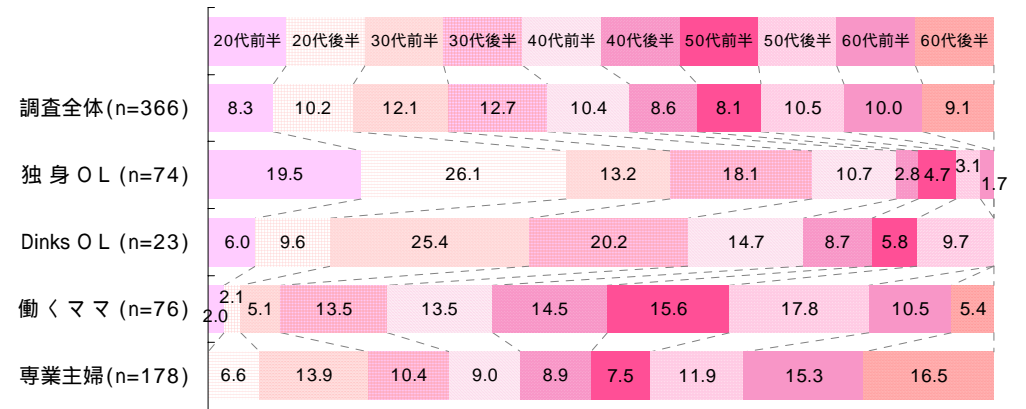
平均 個人年収

708.2万円

調査結果から分類した18の基本ライフコース



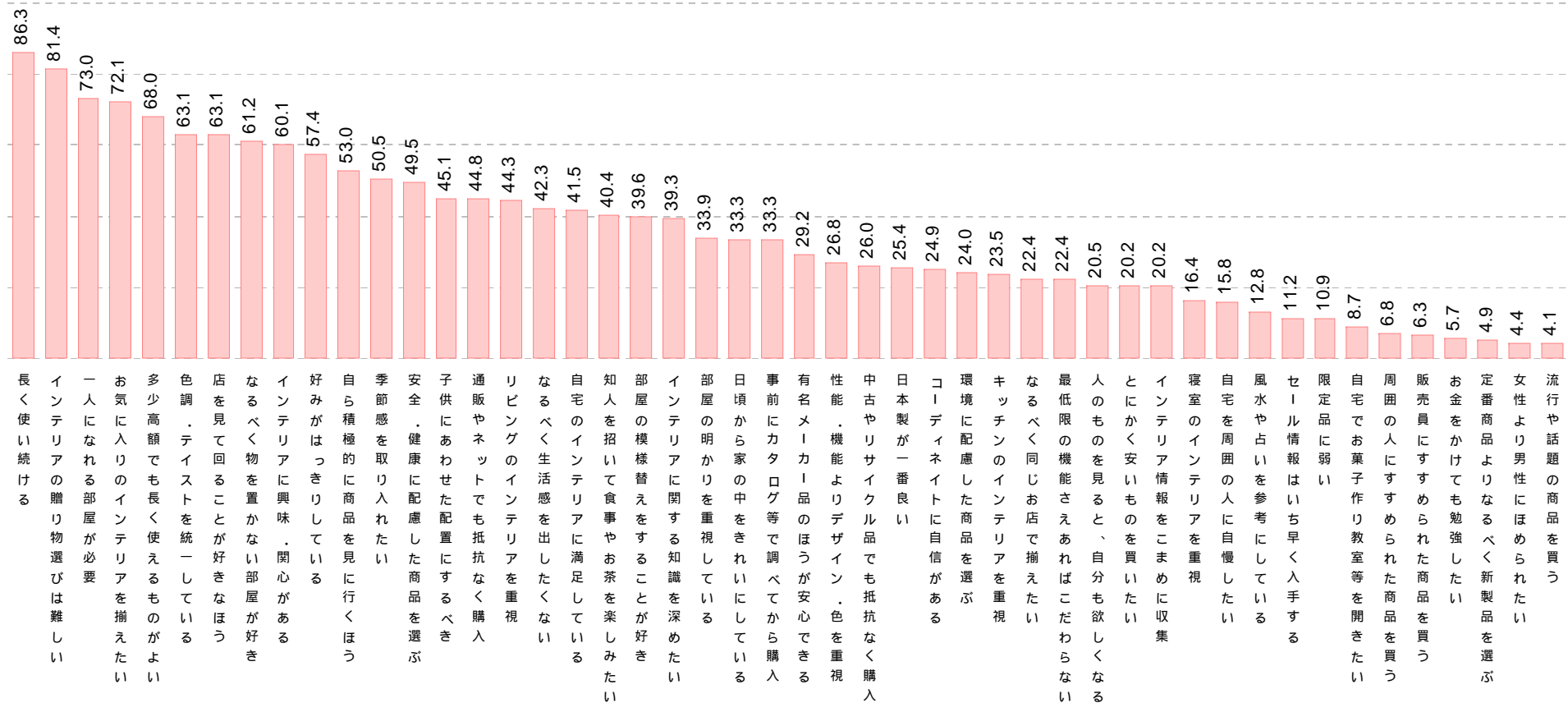
主なライフコースの年代構成比(ウェイトバック後)



家具・インテリア用品について：家具・インテリアに関する普段の考え方や行動

あなたの家具・インテリア用品に対する普段の考え方や行動についてどの程度あてはまりますか。(あてはまる + ややあてはまるの合計)

単位：%



20代 独身OL (n=35)

一人になれる部屋が必要 74.3

色調・テイストを統一している 65.7

長く使い続ける 65.7

店を見て回ることが好きなほう 65.7

お気に入りのインテリアを揃えたい 71.4

LC AGE

50代 専業主婦 (n=37)

インテリアの贈り物選びは難しい 86.5

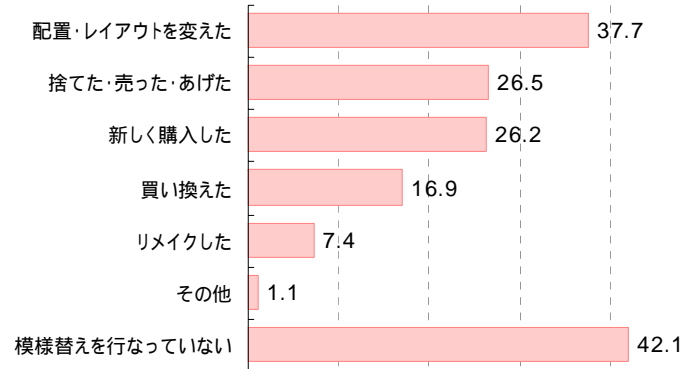
多少高額でも長く使えるものがよい 70.3

長く使い続ける 86.5

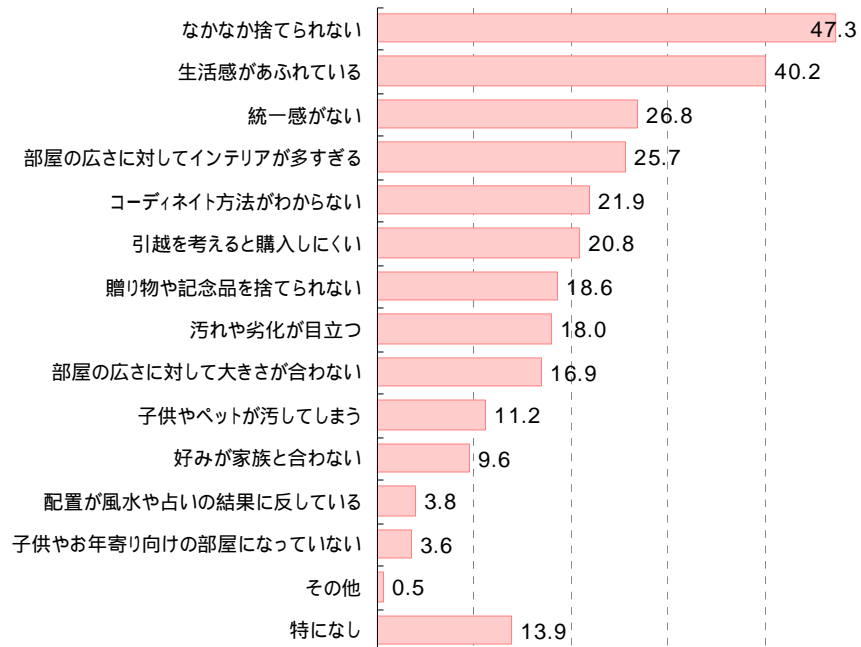
一人になれる部屋が必要 70.3

家具・インテリア用品について：模様替え内容、悩みや不安、購入障壁

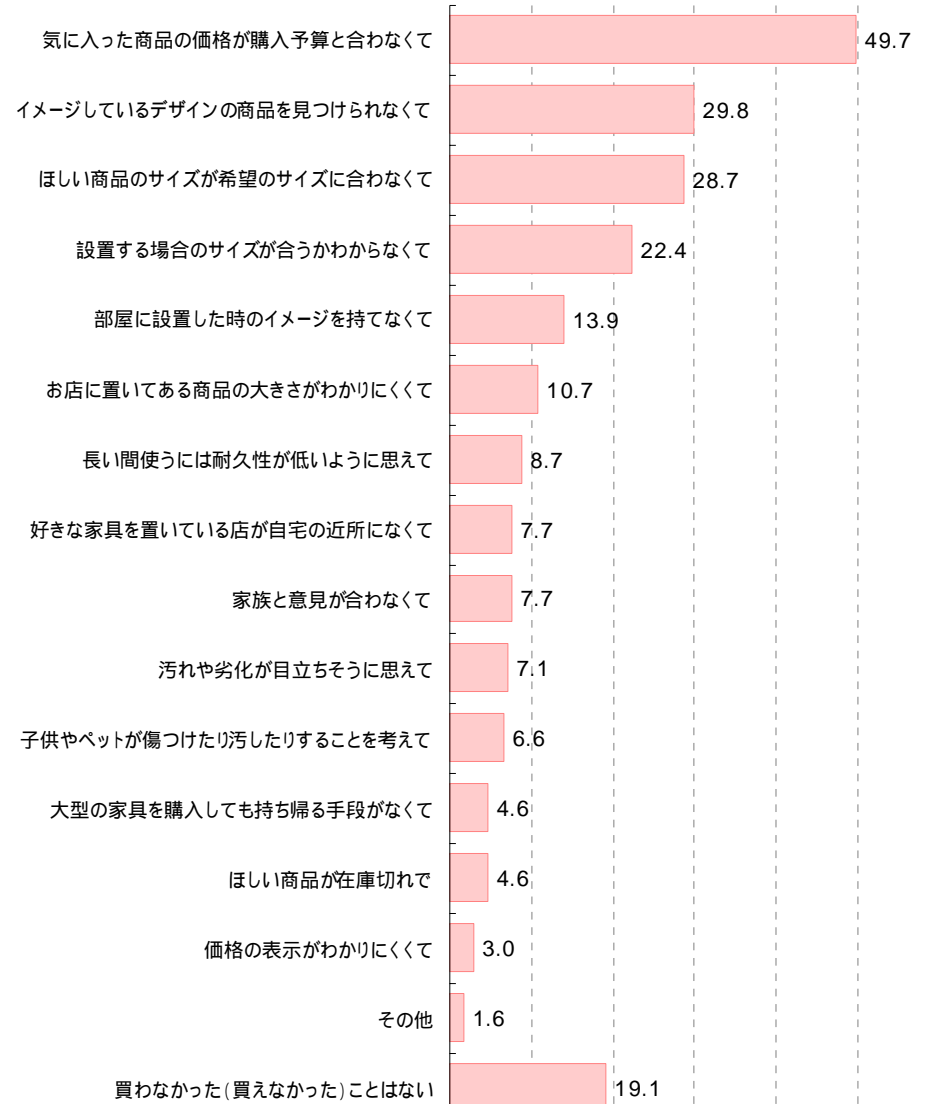
過去1年間の間に、自宅・自室の模様替えとして行なったものをすべて教えてください。



自宅・自室にある家具・インテリア用品や部屋の雰囲気についての悩みや不満をすべて教えてください。



ほしい家具・インテリア用品があっても買わなかった(買えなかった)理由について教えてください。 単位: %



家具・インテリア用品について:お気に入りの家具・インテリア用品とその理由

あなたの自宅・自室にあるお気に入りの家具・インテリア用品と、その理由について教えてください。

20代・学生・ゴミ箱
部屋を訪れた友人に「かわいい」と言われる。

30代・DinksOL・サイドボード
変わったデザインで皆と違うから。

50代・DinksOL・家庭用プラネタリウム
寝苦しい時に使うと気持ちが和む。

30代・働くママ・東急ハンズのソファ
足を伸ばせるし、真ん中の背もたれを倒すとテーブルにもなるし、
起こせば家族3人並んでテレビを見られるので気に入っています。
その割に価格はリーズナブルだったので即決しました。

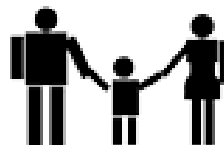
50代・専業主婦・ドレッサー
結婚する前に生まれた初めて自分自身で購入を決意したもの。
当時、見分不相応に高価なものを買ってしまったと
周囲からもものすごく怒られたが、現在も飽きることなく
使用している。ドレッサーの前に座ると、とても心が落ち着く。

20代・専業主婦・椅子(三脚・高さが変えられる)
私がほしかった理想通りのものを
彼がリサイクル店から探して買ってきてくれたから。

40代・独身OL・ダイニングセット
イタリア製で大きさと高さが変えられる。
普段は1人~2人暮らしだが、
よく大勢呼んでパーティをするので
とても便利。…というか、
このライフスタイルに
合わせて探しまくって買いました。

60代・専業主婦・タンス
結婚する時、
亡くなった母と一緒に
選んだもので
気に入っていて、
大事にしている。

30代・独身OL・コーヒーテーブル
最近インターネットで購入したが、
色目等かなり希望通り。
デザインがとても気に入っている。



家具・インテリア用品について：家具の種類別「取得きっかけ、重視点、利用店舗業態」

購入した、または人からもらった(プレゼントされた・譲ってもらったなど)きっかけ・タイミングについて教えてください。

赤字は特徴的な項目

選ぶときに、重視していることについて、あてはまるものすべて教えてください。

普段購入するお店としてあてはまるものすべて教えてください。

	取得・購入のきっかけ	選ぶときの重視ポイント	普段利用する店舗業態
大型家具 TOP5	1:結婚 41.5% 2:引越 32.2% 3:自宅の新築 26.5% 4:壊れた・古くなった 14.8% 5:ひとり暮らしをはじめた 11.5%	1:サイズ・大きさ 77.6% 2:デザイン・形状 65.3% 3:耐久性 63.7% 4:品質 63.1% 5:色 61.7%	1:家具専門店 74.0% 2:ホームセンター・ディスカウントストア 21.9% 3:デパート・百貨店・SC 17.2% 4:通信販売(インターネット) 14.5% 5:生活雑貨店・インテリアショップ 12.6%
キッチン家具 TOP5	1:結婚 40.2% 2:引越 29.2% 3:自宅の新築 23.8% 4:ひとり暮らしをはじめた 18.3% 5:壊れた・古くなった 12.6%	1:使いやすさ 70.2% 2:サイズ・大きさ 67.5% 3:機能 52.7% 4:デザイン・形状 50.8% 5:色 50.5%	1:家具専門店 52.5% 2:ホームセンター・ディスカウントストア 33.9% 3:通信販売(インターネット) 19.7% 4:生活雑貨店・インテリアショップ 18.3% 5:デパート・百貨店・SC 18.0%
子供用の家具 TOP5	1:妊娠・出産 30.9% 2:子供の入学・進学・卒業 28.1% 3:入学・進学・卒業 18.0% 4:自宅の新築 8.7% 5:子供の妊娠・出産 6.6%	1:安全性 51.6% 2:サイズ・大きさ 46.7% 3:使いやすさ 39.3% 4:デザイン・形状 34.7% 5:色 34.4%	1:家具専門店 43.4% 2:ホームセンター・ディスカウントストア 19.7% 3:デパート・百貨店・SC 13.7% 4:通信販売(インターネット) 10.9% 5:生活雑貨店・インテリアショップ 8.7%
寝具 TOP5	1:結婚 44.5% 2:壊れた・古くなった 22.4% 3:ひとり暮らしを始めた 21.3% 4:引越 19.4% 5:自宅の新築 16.4%	1:肌触り・素材 58.2% 2:サイズ・大きさ 57.1% 3:品質 56.0% 4:色 48.9% 5:デザイン・形状 42.3%	1:デパート・百貨店・SC 30.6% 2:家具専門店 29.0% 3:通信販売(インターネット) 27.9% 4:ホームセンター・ディスカウントストア 26.8% 5:生活雑貨店・インテリアショップ 20.5%
収納用品 TOP5	1:結婚 35.8% 2:引越 35.5% 3:自宅の新築 25.7% 4:ひとり暮らしをはじめた 24.3% 5:壊れた・古くなった 15.8%	1:サイズ・大きさ 64.5% 2:使いやすさ 55.5% 3:デザイン・形状 46.2% 4:機能 42.6% 5:色 39.9%	1:ホームセンター・ディスカウントストア 54.1% 2:家具専門店 33.1% 3:通信販売(インターネット) 30.9% 4:生活雑貨店・インテリアショップ 29.8% 5:100円ショップ 22.7%
インテリア布類 TOP5	1:結婚 32.0% 2:引越 32.0% 3:自宅の新築 23.5% 4:ひとり暮らしをはじめた 19.7% 5:季節にあわせて 16.9%	1:色 61.2% 2:デザイン・形状 60.7% 3:サイズ・大きさ 45.9% 4:テイスト・好み 44.3% 5:肌触り・素材 43.2%	1:生活雑貨店・インテリアショップ 50.0% 2:デパート・百貨店・SC 35.0% 3:ホームセンター・ディスカウントストア 34.4% 4:通信販売(インターネット) 26.2% 5:家具専門店 18.6%
室内装飾品 TOP5	1:結婚 34.4% 2:引越 29.2% 3:自宅の新築 23.0% 4:ひとり暮らしをはじめた 16.1% 5:衝動買い 15.6%	1:デザイン・形状 61.5% 2:色 55.2% 3:テイスト・好み 47.8% 4:サイズ・大きさ 39.6% 5:品質 33.9%	1:生活雑貨店・インテリアショップ 47.8% 2:デパート・百貨店・SC 34.2% 3:ホームセンター・ディスカウントストア 32.8% 4:通信販売(インターネット) 24.6% 5:家具専門店 17.8%

家具・インテリア用品について：利用店舗別「所要時間、交通手段」

ご自宅からの所要時間について教えてください。

ご自宅から行くときに、利用している主な交通手段について教えてください。



家具・インテリア用品店について：お店を選ぶ時の重視点

あなたの家具・インテリア用品を購入するお店を選ぶときに、どのようなことを重視していますか。

単位：%

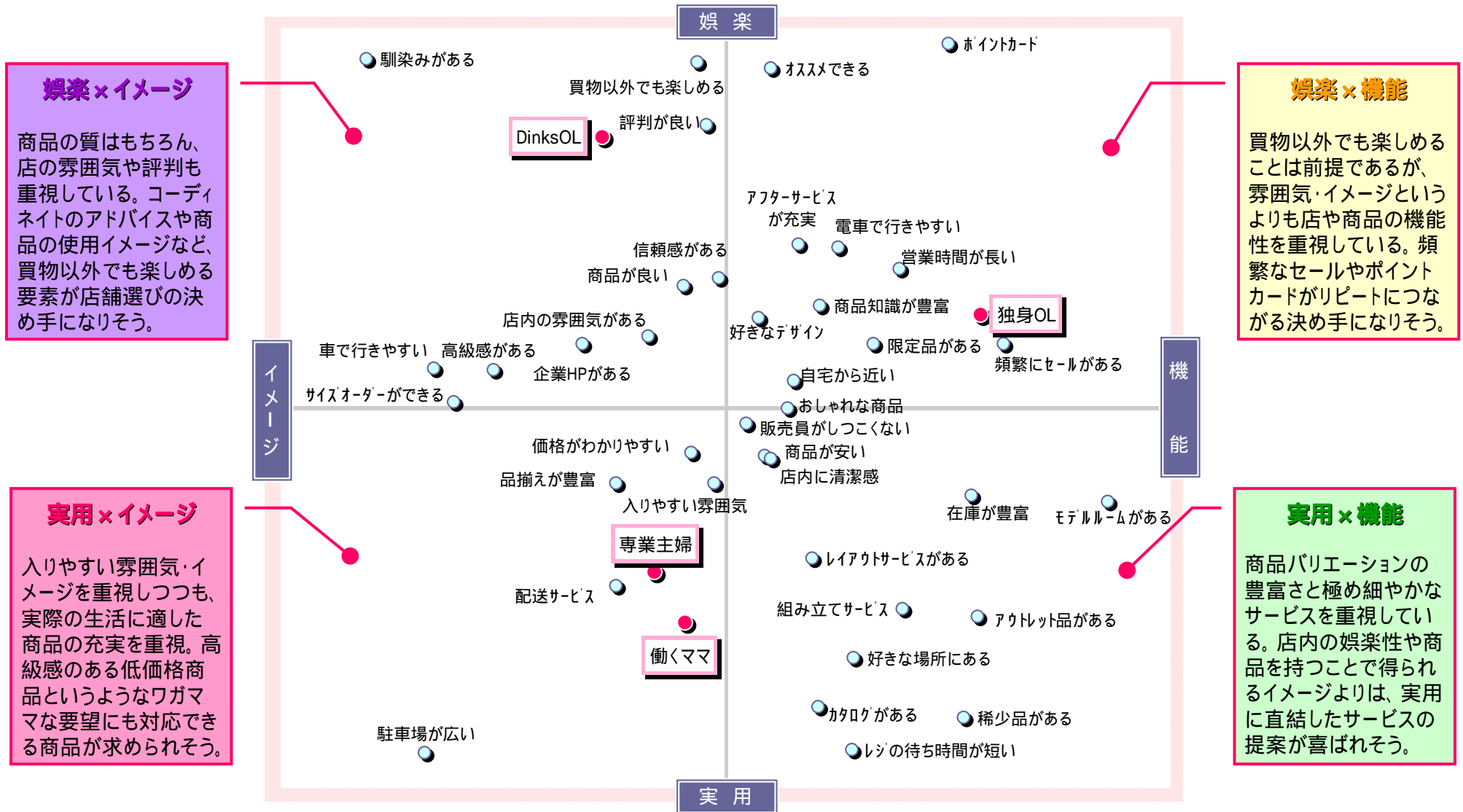
1	品揃えが良い	68.9
2	好きなデザインの商品がある	58.2
3	置いてある商品の品質が良い	48.6
4	車で行きやすい	45.6
5	店内の雰囲気が良い	44.5
6	販売員がしつこくない	42.3
7	おしゃれな商品が多い	38.0
7	置いてある商品の価格が安い	38.0
9	配送のサービスがある	37.7
10	自宅から近い場所にある	35.8
11	価格の表示がわかりやすい	35.5
12	店内に清潔感がある	34.2
13	店内に入りやすい雰囲気である	33.9
14	お店や商品に信頼感がある	28.4
15	駐車場が広い	24.0
15	販売員の商品知識が豊富	24.0
17	電車で行きやすい	23.8
18	買物以外でも楽しめる	21.0
19	そこでしか買えないものがある	19.9
20	他店では手に入りにくい商品がある	17.5
21	アウトレット商品を置いている	16.7
22	アフターサービスが充実している	16.4
23	ポイントカードがある	15.3

24	営業時間が長い	14.5
25	好きな場所や街にある	13.9
25	お店や商品に高級感がある	13.9
27	組み立てサービスがある	12.8
28	取り扱い商品のカタログがある	12.3
29	頻繁にセールを行っている	10.4
30	周囲の人の評判が良い	10.1
31	レジでの待ち時間が短い	9.6
32	有名である	8.7
33	部屋のモデルルームがある	8.5
34	購入した商品を駐車場まで運んでくれる	7.9
35	インテリアコーディネートのアドバイスをしてくれる	7.4
35	お店や商品に馴染みがある	7.4
37	部屋の間取りにあわせて家具の配置を再現してくれるサービスがある	6.8
38	在庫を切らすことはない	6.3
38	サイズオーダーができる	6.3
40	職場や学校から近い場所にある	5.7
40	企業ホームページがある	5.7
42	購入した商品を持ち帰るために、車のレンタルサービスがある	3.8
43	周囲の人に自信をもってすすめられる	3.6
44	子供の遊び場所がある	3.3
45	店内でイベントやセミナーを実施している	1.1
	特になし	5.2



家具・インテリア用品店について：ライフコース別お店選びのポイントポジショニングマップ

家具・インテリア用品店を選ぶ時のポイントとライフコースの関係性を調べるためコレスポネンダ分析を行い、以下の散布図に表した。



コレスポネンダ分析(対応分析)はクロス集計表の表側、表頭のカテゴリーを同じ空間にマッピングする手法。ライフコースとお店を選ぶ基準の相関を位置と距離の相対関係で示している。

家具・インテリア用品の情報収集について：メディア利用状況

家具・インテリア用品の購入するまでの4段階で、どのような情報源を参考にしていますか。

商品を知る TOP 5

1	テレビ番組	53.6%
2	テレビCM	49.7%
3	インターネット(商品名検索)	45.6%
4	新聞折込広告	39.9%
5	店頭に掲示されている情報	37.4%

商品と比較する TOP 5

1	インターネット(商品名検索)	50.5%
2	メーカーやお店のHP	35.2%
2	店内で見せてもらう情報	35.2%
4	インターネット(店舗名検索)	33.6%
5	家具・インテリア専門雑誌	31.4%

お店を選ぶ TOP 5

1	インターネット(商品名検索)	34.7%
2	インターネット(店舗名検索)	28.7%
3	メーカーやお店のHP	23.0%
4	店内で見せてもらう情報	19.4%
5	新聞折込広告	17.5%

購入を決める TOP 5

1	店内で見せてもらう情報	29.5%
2	インターネット(商品名検索)	28.4%
3	販売員からの情報	26.8%
4	インターネット(店舗名検索)	18.6%
5	店頭に掲示されている情報	18.3%

家具・インテリアに関連する雑誌の中で、参考にするものをすべて教えてください。

雑誌 TOP10

1	オレンジページ	10.9%
2	クロワッサン	10.7%
3	家庭画報	8.2%
3	レタスクラブ	8.2%
5	ESSE	7.4%
6	雑貨カタログ	7.1%
7	モダンリビング	6.8%
7	北欧スタイル	6.8%
7	an・an	6.8%
10	素敵なカントリー	6.0%

