

## 短期大学生におけるコンビニエンスストア利用 Convenience Store Use by College Students

樋 口 康 彦

HIGUCHI Yasuhiko

### 【要約】

コンビニエンスストアは生活に欠かせないものになっている。本研究においては、短大生におけるコンビニ利用の実態およびコンビニ利用と関連する要因が何なのかということについて検討した。

短大生 182 名を被験者とし、質問紙法による調査を行った結果、コンビニの最新作が気になる人は全体の 5 分の 1 程度であることがわかった。またよく行くコンビニはローソンである一方、好きなコンビニとしてはセブンイレブンと、ローソンが人気を二分していた。そしてコンビニで使う平均金額としては 9 割の被験者が 700 円未満と答えており、少額しか使っていないことが明らかになった。

次にコンビニ利用とその他の変数の相関分析の結果、食生活目標の中の快樂目標はコンビニでの食品購入頻度と有意な正の相関があり、また使用可能なお金は食品購入頻度と有意な正の相関を示した。また美容目標、快樂目標、簡便化目標、一ヶ月に使うお金は、「コンビニの新作が気になる程度」と有意な正の相関があった。全体的に見て、相関係数は有意であったものの値自体は低かった。現代社会においてコンビニは誰もが利用するものであり、少なくともここで取り上げた独立変数とはあまり関係なく広く利用されているのではないかということが考察された。

**キーワード** コンビニエンスストア 短期大学生 利用実態 食生活目標

### I.はじめに

現在、コンビニエンスストアは全国に約 5 万 5 千 6 百店舗以上が営業しており、弁当、おにぎりなどの日配商品、お菓子などの加工食品、雑誌、文具などの非食品、コピー、宅配便等のサービスが販売されている。今や、コンビニは日常生活に欠かせないものになっており、外出および交友の機会が多い若者は特に頻繁に利用すると思われる。しかし若者のコンビニ利用の実態について調べた研究はほとんど見当たらない。そこで本研究においては、若者のコンビニ利用に関する実態およびコンビニ利用に対して影響を与える心理的要因は何なのかということについて調査したい。

### II.目的

本研究は短大生のコンビニ利用について以下のことを明らかにするために行う。

1. 利用頻度等、短大生における、コンビニ利用の実態について確認する。
2. 一ヶ月に使うお金の額、アルバイトの収入、小遣いの額、友人の数、心理的変数(食生活目標)がコンビニ利用とどのように関係しているのかについて明らかにする。

### Ⅲ. 方法

- (1) 調査時期 2017 年 11 月。
- (2) 調査協力者 食物栄養学科学生 150 名、福祉学科学生 32 名、合計 182 名(女性：164 名、男性：18 名)。平均年齢は 19.3 歳である。(表 1 参照)

表 1 被験者の詳細

	学年		合計
	1年生	2年生	
男性	15	3	18
女性	98	66	164
合計	113	69	182

- (3) 調査方法 調査対象者に質問紙を配布し、その場で回答を求め回収した。

#### (4) 質問項目の構成

- ① コンビニ利用の実態について知るための項目：以下のように質問した。(表 2 参照)  
 コンビニの新作商品がどの程度気になるか：「あなたに当てはまる数字 1 つに丸をつけてください」という教示の後、「コンビニの新作商品が気になる」という質問をし、「大変よくあてはまる(5 点)」「少し当てはまる(4 点)」「そちらでもない(3 点)」「あまり当てはまらない(2 点)」「全く当てはまらない(1 点)」のいずれかに丸をつけるよう求めた。  
 コンビニ利用の頻度：「平均するとコンビニをどのくらい利用しますか。」という質問の後「A. 週 5～7 日(5 点)」「B. 週 3～4 日(4 点)」「C. 週 1～2 日(3 点)」「D. 月 1～3 日(2 点)」「E. 利用しない(1 点)」のいずれかに丸をつけるよう求めた。  
 よく行くコンビニ店：「どのコンビニに 1 番よく行きますか。」という教示の後「A. ローソン」「B. セブンイレブン」「C. ファミリーマート」「D. サークル K サンクス」「E. ポプラ(短大のコンビニを含む)」「F. デイリーヤマザキ」「G. その他」のいずれかに丸をつけるよう求めた。  
 好きなコンビニ店：「どのコンビニが 1 番好きですか。」という教示の後「A. ローソン」「B. セブンイレブン」「C. ファミリーマート」「D. サークル K サンクス」「E. ポプラ(短大のコンビニを含む)」「F. デイリーヤマザキ」「G. その他」のいずれかに丸をつけるよう求めた。

一回の買い物に使う金額の平均：「あなたはコンビニ 1 回の利用につき、平均いくら使いますか。」という質問の後「A.0～500 円未満(1 点)」「B.500～700 円未満(2 点)」「C.700～1000 円未満(3 点)」「D.1000～1500 円未満(4 点)」「E.1500 円以上(5 点)」のいずれかに丸をつけるよう求めた。

どのような商品をどの程度買うか：「あなたはコンビニで、平均どんなものをどれくらい買いますか。」という教示の後、「A.飲み物」「B.弁当(おにぎり、パン、サラダを含む)」「C.インスタント・レトルト食品」「D.お菓子・スイーツ(アイスを含む)」「E.本・雑誌」「F.日用品」「G.タバコ」「H.お酒」「I.その他(ATM、コンビニ支払い、コピー)」のそれぞれにつき「週 5～7 回(5 点)」「週 3～4 回(4 点)」「週 1～2 回(3 点)」「月 1～3 回(2 点)」「月 0 回(1 点)」のいずれかに丸をつけるよう求めた。

またこれ以外に「コンビニの良い点と改善すべき点についてあなたの考えを教えてください」という記述の後、良い点と改善点ごとに四角の枠を設け自由記述方式で回答を求めた。

なお、コンビニの新作商品がどの程度気になるか、コンビニ利用の頻度、一回の買い物に使う金額の平均、どのような商品をどの程度買うかは、食生活目標などの様々な要因がコンビニ利用にどのような影響を与えているかについて分析する際の従属変数となる。これらの変数はコンビニに対するコミットメント、コンビニ利用を測定するものであり従属変数として適当であると考えた。

②食生活目標についての項目：人はその食行動において目標を持っている。例えば、好きなものを食べたい、体に良いものを食べたい、カロリーの低いものを食べたいなどである。そして人はその目標に沿った食生活を送ろうとする。ここでは吉田ら(2012, 2013)、樋口(2019)を参考にして、以下 5 つのカテゴリーごとに 4 つずつ項目を作成した。

#### 快樂目標 4 項目(A)

「好きなものを好きなだけ食べたい」といった食事から快樂を得ることについて問う項目である。

#### 安全目標 4 項目(B)

「安全なものを食べたい」といった食品の安全面に関する目標について問う項目である。

#### 美容目標 4 項目(C)

「スリムな体型でいたい」といった美容面に関する目標について問う項目である。

#### 簡便化目標 4 項目(D)

「食事の準備に時間をかけたくない」といった食事を手軽に済ませることに関する目標について問う項目である。

#### 食の知識を深める目標 4 項目(E)

「食の知識を深めたい」といった食に関する知識を深めることに関する目標について問う項目である。

「あなたに当てはまる数字 1 つに丸をつけてください」という教示の後、質問ごとに「大変よくあてはまる(5点)」「少し当てはまる(4点)」「そちらでもない(3点)」「あまり当てはまらない(2点)」「全く当てはまらない(1点)」の 5 件法で回答を求めた。なお各項目はカテゴリーごとに偏らないようランダムに配置した。

食生活目標について質問したのは、例えば簡便化目標が高い人は手短かに欲望を満足させられるコンビニをよく利用し、また快樂目標が高い人はおいしいものがたくさん売られているコンビニをよく利用するといったように、食生活目標はコンビニ利用に影響を与えているのではないかと考えたからである。

③フェイスシート：性別、学年、年齢、居住形態、1ヶ月あたりのバイトの収入、1ヶ月あたりに使うお金の額、1ヶ月あたり自由に使える金額、一緒に外食する友だちの人数について質問した。

コンビニは商品を定価で売っているため、経済状態がその利用に影響しているのではないか、つまりお金の余裕がある方が頻繁に利用するのではないかと考えた。そこで一ヶ月に使うお金のトータル、一ヶ月のアルバイトの収入、一カ月当たりの自由に使える金額を独立変数にするため質問した。また一緒に外食に行く友達の数について質問したのは、活発に交友をする人ほど外出する機会が多く、その際必要なちょっとしたものをコンビニで買う機会が多くなるのではないかと考えたので質問項目に加えた。

#### IV. 結果および考察

##### 分析 1 短大生のコンビニ利用の実態についての分析 表 2 参照

表2 コンビニ利用の実態

コンビニの新作商品が気になる。				
大変よく当てはまる(8.2%)	少し当てはまる(12.6%)	どちらでもない(20.3%)	あまり当てはまらない(28.6%)	当てはまらない(28.6%)
平均するとコンビニをどのくらい利用しますか。				
週5~7(13.2%)	週3~4(22.5%)	週1~2(37.9%)	月1~3(24.2%)	利用しない(2.2%)
どのコンビニに1番よく行きますか。				
ローソン(45.1%)	セブンイレブン(22.5%)	ファミリーマート(7.7%)	サークルKサンクス(0.5%)	ポプラ<短大のコンビニを含む>(21.4%)
デイリーヤマザキ(0.5%)	その他(2.2%)			
どのコンビニが1番好きですか。				
ローソン(41.8%)	セブンイレブン(42.3%)	ファミリーマート(12.6%)	サークルKサンクス(0.5%)	ポプラ<短大のコンビニを含む>(0%)
デイリーヤマザキ(0%)	その他(1.6%)			
あなたはコンビニ1回の利用につき、平均いくら使いますか。				
0~500円未満(63.7%)	500~700円未満(25.8%)	700~1000円未満(7.7%)	1000~1500円(2.2%)	1500円以上(0.5%)

コンビニの新作商品が気になる人は全体の約 20%であり、さほど多くないことがわかる。ファッションへの関心の高い人だけが最新モードを意識しているように、コンビニへの関心の高い一部の人だけが最新商品を気にしているのだろう。次に利用頻度を見ると 73.6%の被験者が週に一回以上利用しており、また 97%以上の人が月に一回はコンビニを利用しているという結果が示された。このことから短大生にとってコンビニは日常生活に密着していることがわかる。

どのコンビニに一番よく行きますかという質問に対してはローソンが 45.1%で最も多く、セブンイレブンが 22.5%でそれに続いた。ポプラは 21.4%であった。ちなみに

ポプラは、調査を行った短大の構内にもある。どのコンビニが一番好きですかという質問に対しては、セブンイレブンが 42.3%、ローソンが 41.8%、一方ポプラは 0%であった。このことからポプラは、人気が低いものの通っている短大構内にあるため利用されていると考えられる。コンビニは、洋服店や外食店とは異なり、その時にいる場所から一番近いところに行くというスタンスで消費者から利用されているため、人気の低いブランドでも営業できているのだろう。しかし、人気は少なからず売り上げにも影響を与えるはずである。この程度の人数の被験者から得た結果をどこまで一般化してよいかは不明であるが、今後コンビニ業界はセブンイレブンを中心とするグループとローソンを中心とするグループに統合されていくかもしれない。

コンビニ 1 回の利用につきいくら使うかに関しては、0～500 円未満と答えた被験者が 63.7%と一番多く、次が 500～700 円未満で、25.8%であった。合計すると約 94%の被験者が 700 円未満で買い物を済ませている。一方、1500 円以上使うという人は 0.5%だった。このことから、コンビニは今すぐに必要なものを少量だけ買うというスタンスで短大生から利用されていることがわかる。今すぐに必要でないものはもっと安価な店で買うのかもしれない。

また、コンビニの良い点と改善すべき点についての自由記述の回答についてであるがまず良い点としては以下のようなことが挙げられた。

いつでも開いていて便利である。

深夜も営業している。

どこにでもあるので利用しやすい。

コンビニ限定品がある。

品数が豊富で急に物が必要になった時、助かる。

コンビニの良い点としてはその名の通り、便利であることが最も多く挙げられた。

一方、改善すべき点としては以下のようなことが挙げられた。

他の店に比べて価格が高い。

店の入り口が喫煙所になっていて不快である。

買いたいものが品切れのことがある。

夜行くと A T M を利用できないことがある。

店員の数少なく、レジで待たされることがある。

レジの並び方が複雑で、順番抜かしをされたことがある。

本が紐やビニールで封をされていて読めない。

トイレのない店がある。

コンビニ(主に田舎)によっては、売られていないものがある。

どのコンビニも同じような商品ばかりで個性がない。

商品や料金支払い、チャージ方法について質問してもよくわかっていない店員がいる。

コンビニの改善すべき点として大多数の人が、値段が高いことを挙げていた。このことから、消費者はコンビニでの買い物に際しては浪費感を抱き、さらに言うところでは「他のところで買えばもっと安く買えるのに、こんな高いものを買ってしまった」という罪悪感を抱いているかもしれない。

コンビニに対する消費者の考えは、他の店と異なり、どこにでもありいつでも開店していて便利であるということと、商品が定価で売られておりスーパーやディスカウントストア、ドラッグストア等に比べると値段が高いということの 2 点に集約されると思われる。

## 分析 2 食生活目標に対する因子分析 表 3 参照

食生活目標測定項目に対し、因子分析を行った。まず計 20 項目の相関マトリックスを求め、それに基づいて主成分法による因子分析を行った。スクリーテストの結果を参考に因子数を 4 に定め、因子負荷行列をエクスマックス法によって回転させた。結果は表 3 に示す通りである(小数点省略。以下同じ)。項目採用においては、その因子に対する因子負荷量が .6 以上で他の因子に対する負荷量が .5 以下であることを基準とした。なお、項目内容の後ろのカッコ内のアルファベットはその項目の当初の設定が何であったかを示している。(A)は快樂目標、(B)は安全目標、(C)は美容目標、(D)は簡便化目標、(E)は食の知識を深める目標の測定項目として当初それぞれ設けられたことを示す。以下、因子の解釈を行う。

第Ⅰ因子 「18. 調理器具を清潔に保ちたい」、「16. 料理やお菓子の名前に詳しくなりたい」等が高い負荷を示している。一見してわかるように、この因子には安全目標(B)と食の知識目標(E)が混在している。しかし項目内容をよく検討してみると、食に関する専門知識を深めることに関する概念が共通して見て取れる。つまり、調理器具を清潔にしたり、安心して食べるためには食に関する知識が必要である。そこで「専門知識目標」の因子とする。

第Ⅱ因子 「4. ダイエットしたい」「9. スリムな体型でいたい」等が高い負荷を示している。この因子には美容目標測定項目(C)として設定した項目が高い付加を示している。そこで「美容目標」の因子とする。

第Ⅲ因子 「1. おいしいものを食べてストレスを解消したい」「17. 好きなものを好きなだけ食べたい」等が高い負荷を示している。これらの項目は全て当初快樂目標(A)として設定していたものであり、「快樂目標」の因子とする。

表3 食生活目標因子分析結果

項目内容	因子負荷量			
	I	II	III	IV
18 調理器具を清潔に保ちたい (B)	703	082	262	-124
16 料理やお菓子の名前に詳しくなりたい (E)	696	124	056	123
2 食の知識を深めたい (E)	664	305	268	-075
3 安心して食べられるものを食べたい (B)	603	272	240	-063
13 産地をよく確かめたい (B)	569	147	-049	192
8 食材の危険性には注意したい (B)	516	264	368	116
15 食費は安く抑えたい (D)	453	277	-062	397
4 ダイエットしたい (C)	110	751	332	120
9 スリムな体型でいたい (C)	313	724	271	011
19 美しい体型でいたい (C)	413	657	270	-028
14 太るものを食べたくない (C)	058	601	-065	238
11 おいしいお店の情報を知りたい (E)	360	567	293	184
1 おいしいものを食べてストレスを解消したい (A)	-030	285	721	-010
17 好きなものを好きなだけ食べたい (A)	090	-005	695	159
12 食べることで満足を得たい (A)	243	427	616	-034
6 今までに食べたことのないものを食べたい (E)	387	310	440	078
10 食事は簡単なものですませたい (D)	-064	-081	086	806
20 食費を抑えて趣味にお金を使いたい (D)	293	300	-222	630
5 食事の準備に時間をかけたくない (D)	-169	252	219	624
7 健康を気にせずに食べたい (A)	108	-256	470	498

第IV因子 「10. 食事は簡単なものですませたい」「20. 食費を抑えて趣味にお金を使いたい」等が高い負荷を示している。これらの項目は全て簡便化目標(D)として設定していたものであり、「簡便化目標」の因子とする。

分析の結果、今回食の知識を深める目標は、因子として出現しなかった。

### 分析3 コンビニ購入商品に対する因子分析 表4参照

コンビニ購入商品測定項目に対し、因子分析を行った。まず、計9項目の相関マトリックスを求め、それに基づいて主成分法による因子分析を行った。スクリーテストの結果を参考に因子数を2に定め、因子負荷行列をエカマックス法によって回転させた。結果は表4に示す通りである。項目採用においては、その因子に対する因子負荷量が.6以上で他の因子に対する負荷量が.5以下であることを基準とした。以下、因子の解釈を行う。

表4 コンビニ購入商品因子分析結果

項目内容	因子負荷量	
	I	II
2 お弁当(おにぎり、パン、サラダを含む)	796	069
1 飲み物	794	099
4 お菓子・スイーツ(アイスを含む)	694	097
3 インスタント・レトルト食品	636	237
6 日用品	452	407
8 お酒	033	892
7 タバコ	003	863
5 本・雑誌	260	623
9 その他(ATM、コンビニ支払い、コピー)	288	511

第Ⅰ因子 「2. お弁当」、「1. 飲み物」等が高い負荷を示している。一見してわかるように、この因子には食品が高い付加を示しているため「食品」の因子とする。

第Ⅱ因子 「8. お酒」「7. タバコ」等が高い負荷を示している。この因子には嗜好品が高い付加を示しているため「嗜好品」の因子と命名する。

コンビニで購入する商品が食品と嗜好品の二つに分けられることは興味深い結果と言える。

#### 分析4 コンビニ利用とその他の変数の相関分析 表5参照

表5 コンビニ利用とその他の変数の相関分析結果

	コンビニ 利用頻度	食品購入 頻度	嗜好品購 入頻度	平均使用金額	新作気 になる
〈食生活目標〉					
専門知識目標	0.16	-0.44	0.21	-0.64	0.93
美容目標	0.91	0.60	0.86	0.72	220**
快樂目標	0.135	0.178*	0.111	-0.22	356**
簡便化目標	0.134	0.097	0.127	-0.24	146*
一ヶ月に使うお金	0.043	0.127	0.125	0.107	154*
バイトの収入	0.035	0.106	0.116	0.088	0.64
使用可能なお金	0.096	0.146*	0.127	0.107	0.92
外食を共にする友人	0.022	0.071	0.129	0.144	-0.03

注：\* $p \leq .05$ 、\*\* $p \leq .01$  小数点省略

本研究では食生活目標、一ヶ月に使うお金のトータル、一ヶ月あたりのアルバイトの収入、一カ月当たりの使用可能なお金、一緒に外食に行く友達の数を独立変数とし、一

方コンビニ利用頻度、コンビニでの食品および嗜好品の購入頻度、コンビニでの平均使用金額、コンビニの新作が気になる程度を従属変数にした。

食生活目標についてしてみると快樂目標が食品購入頻度と有意な正の相関を示し、使用可能なお金が食品購入頻度と有意な正の相関を示している。お金があり、食べることから快樂を得たいと思っている人がコンビニで食品をよく購入するのだろう。また食生活目標の美容目標、快樂目標、簡便化目標および一ヶ月に使うお金が、コンビニの新作が気になる強さと有意な正の相関を示している。食事から快樂を得たいと思っており、また手っ取り早く食事をしたと思っており、一ヶ月に使うお金の多い人は、手っ取り早くおいしいものが手に入る新作スイーツなどに興味があるのかもしれない。またコンビニの新作スイーツが気になる人は、甘い物が好きで太り気味なため体型を気にしていると推察できる。

結果について見てみると、実際ここで挙げた独立変数とコンビニ利用行動との関係はあまり強くなかった。

## V.まとめ

本研究においては、短大生におけるコンビニ利用の実態およびコンビニ利用と関連する要因が何なのかということについて検討を行った。

短大生 182 名を用いたアンケート調査の結果、以下のことが明らかになった。

- 1.短大生におけるコンビニ利用の実態：コンビニの最新作が気になる人は全体の 5 分の 1 程度である。よく行くコンビニはローソンである一方、好きなコンビニとしてはセブンイレブンと、ローソンが人気を二分している。またコンビニで使う平均金額としては 9 割の人が 700 円未満と答えており、少額しか使っていない。
- 2.コンビニ利用とその他の変数の相関分析：快樂目標はコンビニでの食品購入頻度と有意な正の相関があり、また使用可能なお金は食品購入頻度と有意な正の相関があった。また美容目標、快樂目標、簡便化目標、一ヶ月に使うお金は「コンビニの新作が気になる」と有意な正の相関があった。有意ではあったものの相関係数の値自体はどれも低かった。当初、コンビニ利用は様々な変数と強く関係しているのではないかと考えていたが、実際には関係が弱かった。現代社会においてコンビニは誰もが利用するものであり、少なくともここで取り上げた独立変数とはあまり関係なく広く利用されているということがわかった。

## 参考文献

- 1) 樋口康彦：短大生の食行動に影響を与える要因に関する研究，富山短期大学紀要，55，pp.47-60(2019)
- 2) 日本フランチャイズチェーン協会：コンビニエンスストア統計データ，

<https://www.jfa-fc.or.jp/particle/320.html> (2019)

- 3) 吉田琢哉, 吉澤寛之: 食行動に関する目標が健康的な食行動へ与える影響の検証, 食生活科学・文化及び環境に関する研究助成研究紀要, 26, pp.95-104(2011)
- 4) 吉田琢哉, 吉澤寛之: 大学生の食生活目標が健康的な食行動に与える影響—目標間の構造的認知による調整効果の検討—, 東海学院大学紀要, 6, pp.325-331(2012)