

【報道関係各位】

百貨店に関する調査

- 百貨店の利用頻度、月に1回以上の利用者は51%。
購入商品は「ギフト・贈答品」が54%でトップ。
- 百貨店を利用する際の重視ポイントは「品揃えの豊富さ(60%)」がトップ。
- 「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」8割以上が「そう思う」と回答。
- 今後の展開を注目している百貨店
1位:「伊勢丹」44%、2位:「三越」29%、3位:「高島屋」21%。

2007年9月4日
株式会社マクロミル
(証券コード:東証一部 3730)

インターネット調査会社の株式会社マクロミル(本社:東京都港区、社長:辻本秀幸)は、1都3県(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県)20~69才の男女に、「百貨店に関する調査」を実施いたしました。

調査手法はインターネットリサーチ。調査期間2007年8月23日(木)~8月24日(金)。有効回答数は1030名から得られました。

【調査結果概要】

【1】百貨店の利用頻度、月に1回以上の利用者は51%。

購入商品は「ギフト・贈答品」が54%でトップ。

1都3県の男女に、百貨店の利用頻度を尋ねたところ、「月に1回以上」の利用者は51%でした。男女別にみると、男性で週に1回以上百貨店を利用する人は44%に対して、女性は58%と高くなっています。

購入する商品(サービス)に関して、最も多いのは「ギフト・贈答品」で54%。次いで「お菓子・スイーツ」、「食品・飲料」がそれぞれ46%でした。

【2】百貨店を利用する際の重視ポイントは「品揃えの豊富さ(60%)」がトップ。

百貨店を利用する際の重視ポイントについて尋ねたところ、「品揃えの豊富さ」が60%で最も高く、次いで「立地・アクセスの良さ」48%、「好みの商品、ブランドがあるか」43%「デパ地下の充実度」42%となっています。

【3】「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」8割以上が「そう思う」と回答。

「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」という意見に関して、「そう思う(そう思う+どちらかといえばそう思う)」と回答したのは81%でした。特に女性では「そう思う」という回答が88%と、男性の75%に比べて多くなっています。

【4】今後の展開を注目している百貨店

1位:「伊勢丹」44%、2位:「三越」29%、3位:「高島屋」21%

今後の展開を注目している百貨店について尋ねたところ、「伊勢丹」が44%で最も高く、次いで「三越」29%、「高島屋」21%となりました。「伊勢丹」は2位の「三越」に15ポイントの差を付けています。

「百貨店に関する調査」

【調査結果詳細】

■調査概要

調査方法:	インターネットリサーチ							
調査地域:	1都3県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）							
調査対象:	20～69才（マクロミルモニタ会員の男女）							
有効回答数:	合計 1030 サンプル		20代	30代	40代	50代	60代	計
		男性	103s	103s	103s	103s	103s	515s
		女性	103s	103s	103s	103s	103s	515s
調査日時:	2007年8月23日（木）～8月24日（金）							
調査機関:	株式会社マクロミル							

I. 百貨店の利用状況

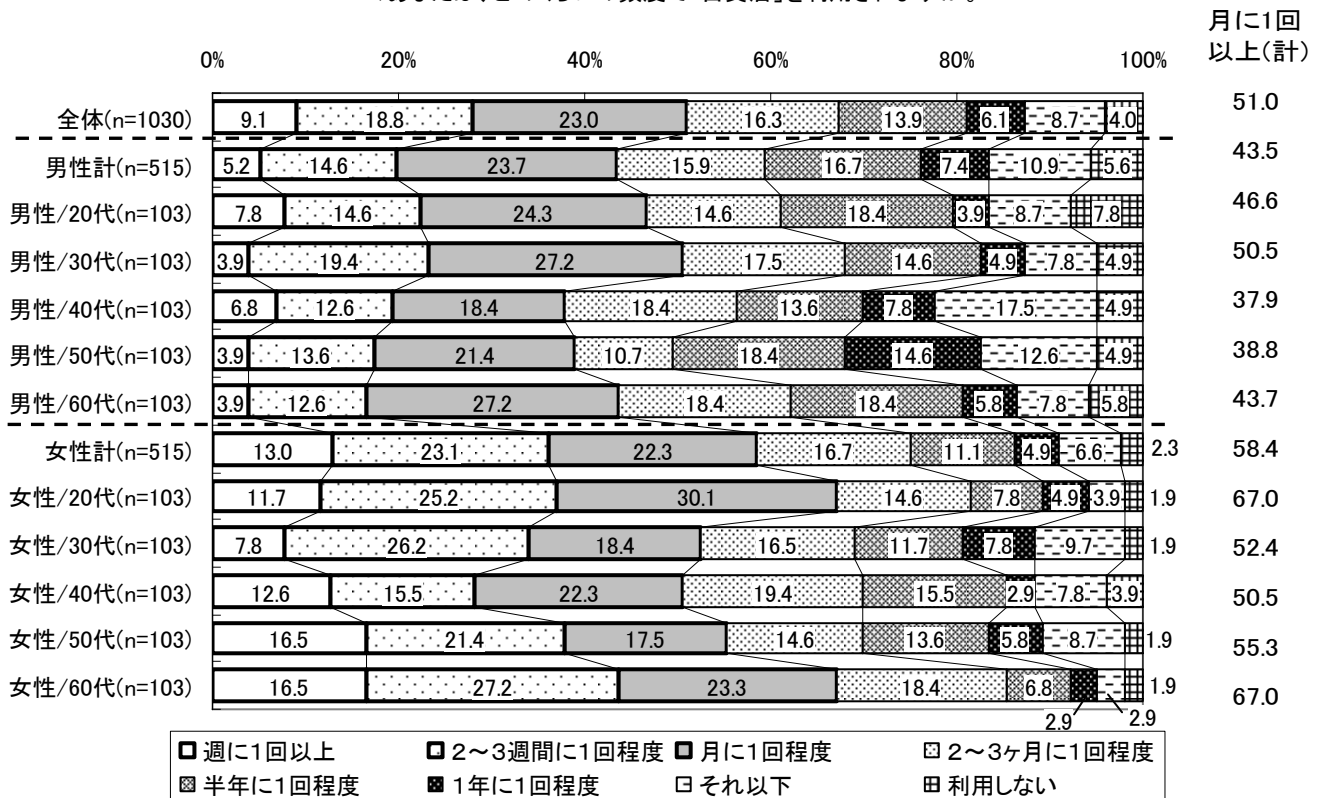
■百貨店の利用頻度、月に1回以上の利用者は51%

百貨店の利用頻度について尋ねたところ、「月に1回程度」利用する人は23%で最も多く、次いで「2～3週間に1回程度」が19%、「2～3ヶ月に1回程度」が16%でした。また、「週に1回以上」利用する人は9%で、月に「1回以上利用する人」は合計で51%と約半数を占めています。

男女別にみると、男性で月に1回以上百貨店を利用する人が44%に対して、女性は58%と高くなっています。さらに性年代別でみると、男性では月に1回以上の利用者が30代で51%、次いで20代で47%と比較的若年層での利用が高くなっています。女性では月に1回以上の利用者が20代、60代ともに67%と他年代に比べ高くなっています。（図1）

【図1】百貨店の利用頻度(n=1030)

Q.あなたは、どのくらいの頻度で「百貨店」を利用されますか。



■百貨店での購入商品は「ギフト・贈答品(54%)」がトップ

次いで「お菓子・スイーツ」、「食品・飲料」がそれぞれ46%

百貨店で購入する商品（サービス）について尋ねたところ、「ギフト・贈答品」が54%で最も多く、次いで「お菓子・スイーツ」、「食品・飲料」がそれぞれ46%となりました。

男女別にみると、男性では「紳士服（47%）」、「ギフト・贈答品（45%）」、「食料・飲料（39%）」が上位3アイテムとなっています。また、女性では「お菓子・スイーツ（63%）」、「ギフト・贈答品（63%）」、「婦人服（62%）」が上位3となっており、いずれも6割を超えています。

さらに性年代別にみると、男性では20～40代では「紳士服」がトップ、50～60代では「ギフト・贈答品」がトップとなっています。女性では20～40代では「お菓子・スイーツ」がトップ、50～60代では「ギフト・贈答品」がトップでした。男女共に50～60代では「ギフト・贈答品」の購入が最も多いようです。（図2）

【図2】百貨店での購入商品＜男女別は上位5位＞（n=989/ベース：百貨店利用者）
Q.あなたは、「百貨店」でどのような商品（サービス）を購入されますか。（複数回答）

《全体》			《性・年代別》					
順位	全体(n=989)	(%)	順位	男性/20代(n=95)	(%)	順位	男性/30代(n=98)	(%)
1	ギフト・贈答品	53.8	1	紳士服	50.5	1	紳士服	53.1
2	お菓子・スイーツ	46.4	2	バック・かばん	40.0	2	食品・飲料	46.9
3	食品・飲料	46.0	3	靴・履物	37.9	3	喫茶・レストラン	41.8
4	バック・かばん	41.1	4	時計・宝飾品・アクセサ	34.7	4	お菓子・スイーツ	35.7
5	靴・履物	40.7	5	服飾雑貨・小物	31.6		靴・履物	
順位	男性/40代(n=98)	(%)	順位	男性/50代(n=98)	(%)	順位	男性/60代(n=97)	(%)
1	紳士服	44.9	1	ギフト・贈答品	54.1	1	ギフト・贈答品	62.9
2	ギフト・贈答品	43.9	2	紳士服	39.8	2	紳士服	47.4
3	食品・飲料	41.8	3	食品・飲料	37.8	3	惣菜・弁当	37.1
4	お菓子・スイーツ	32.7	4	靴・履物	25.5	4	食品・飲料	36.1
	喫茶・レストラン		5	お菓子・スイーツ	24.5	5	催事場・特設会場	35.1
				バック・かばん				
順位	女性/20代(n=101)	(%)	順位	女性/30代(n=101)	(%)			
1	お菓子・スイーツ	60.4	1	お菓子・スイーツ	62.4			
2	婦人服	54.5	2	ギフト・贈答品	59.4			
3	バック・かばん	45.5	4	靴・履物	55.4			
5	ギフト・贈答品	43.6	5	喫茶・レストラン	52.5			
順位	女性/40代(n=99)	(%)	順位	女性/50代(n=101)	(%)	順位	女性/60代(n=101)	(%)
1	お菓子・スイーツ	69.7	1	ギフト・贈答品	70.3	1	ギフト・贈答品	81.2
2	ギフト・贈答品	58.6	2	お菓子・スイーツ	66.3	2	婦人服	78.2
3	婦人服	58.6	3	食品・飲料	60.4	3	食品・飲料	62.4
4	喫茶・レストラン	54.5	4	婦人服	58.4	4	バック・かばん	60.4
5	喫茶・レストラン	54.5	5	惣菜・弁当	57.4		催事場・特設会場	
				催事場・特設会場				
順位	男性計(n=486)	(%)						
1	紳士服	47.1						
2	ギフト・贈答品	44.7						
3	食品・飲料	38.7						
4	喫茶・レストラン	31.5						
5	靴・履物	31.1						
順位	女性計(n=503)	(%)						
1	お菓子・スイーツ	63.4						
2	ギフト・贈答品	62.6						
3	婦人服	61.8						
4	食品・飲料	53.1						
5	バック・かばん	51.9						

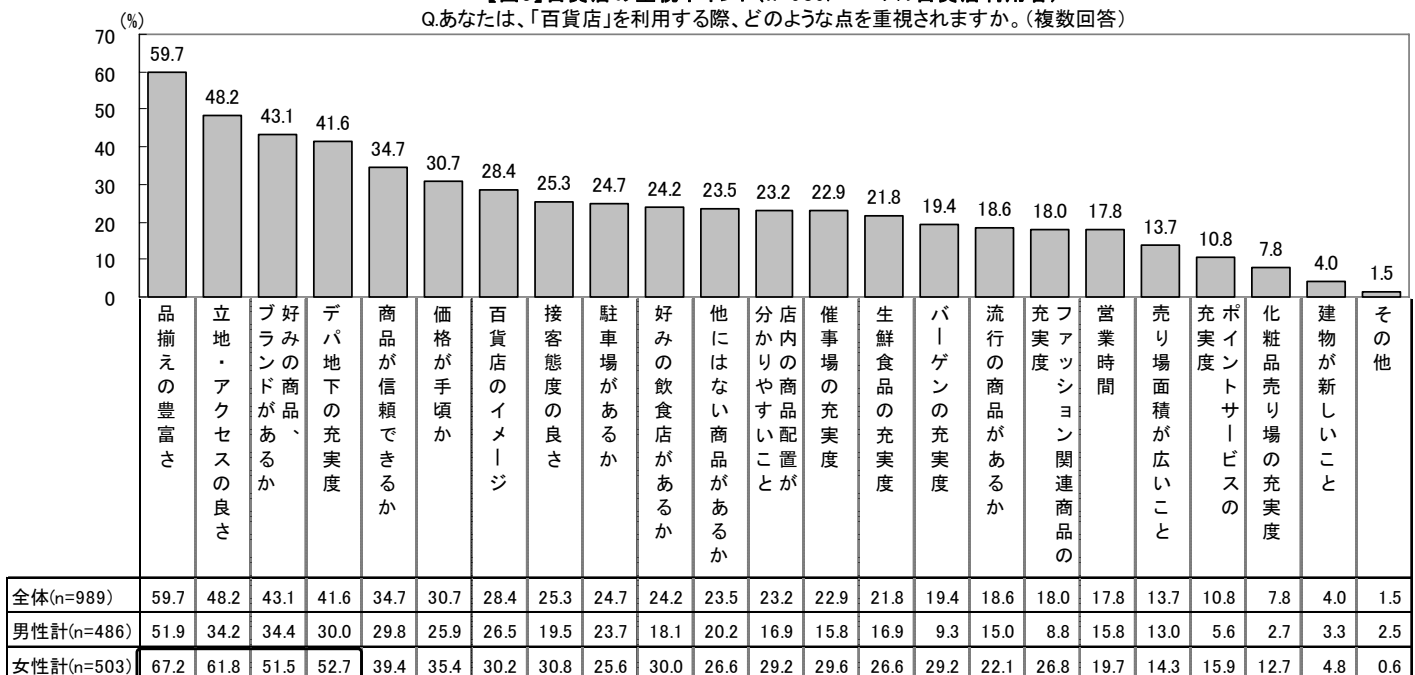
■百貨店を利用する際の重視ポイントは「品揃えの豊富さ(60%)」がトップ

次いで「立地・アクセスの良さ」48%、「好みの商品、ブランドがあるか」43%

百貨店を利用する際の重視ポイントについて尋ねたところ、「品揃えの豊富さ」が60%で最も高く、次いで「立地・アクセスの良さ」48%、「好みの商品、ブランドがあるか」43%、「デパ地下の充実度」42%となっています。

男女別にみると、男女ともに「品揃えの豊富さ」が最も高く、男性では52%、女性では67%に達しています。また女性では「品揃えの豊富さ(67%)」のほか、「立地・アクセスの良さ(62%)」、「好みの商品、ブランドがあるか(52%)」、「デパ地下の充実度(53%)」が5割を超えており、これらが百貨店選択の重要なファクターとなっているようです。いずれの項目においても、女性が男性を上回っています。(図3)

【図3】百貨店の重視ポイント(n=989/ベース:百貨店利用者)
Q.あなたは、「百貨店」を利用する際、どのような点を重視されますか。(複数回答)



II. 個別百貨店について

■最近1年以内に商品(サービス)を購入した百貨店、トップは「高島屋(35%)」

次いで「三越」が27%、「伊勢丹」が26%

最近1年以内に商品(サービス)を購入した百貨店について尋ねたところ、全体では、「高島屋」が35%で最も多く、次いで「三越」27%、「伊勢丹」26%、「そごう」25%となりました。

男女別にみると、男性では「高島屋」が27%で最も高く、次いで「そごう」「三越」がそれぞれ23%、「伊勢丹」が21%となっています。また、女性でも「高島屋」が43%と最も高く、2位以下を大きく引き離しています。次いで「三越」32%、「伊勢丹」31%となっています。

性年代別にみると、男性20~30代では「伊勢丹」「高島屋」「そごう」が拮抗しています。50~60代は、ともに「高島屋」「三越」「そごう」の順位でした。女性ではいずれの年代においても「高島屋」がトップとなっています。(図4)

【図4】最近1年間で商品(サービス)を購入した百貨店<男女別は上位5位>(n=1030)

Q.あなたが、下記の「百貨店」の中で、最近1年以内に商品(サービス)を購入したことがある「百貨店」をお知らせください。(複数回答)

《全体》

順位	全体(n=1030)	(%)
1	高島屋	35.0
2	三越	27.3
3	伊勢丹	25.9
4	そごう	24.9
5	西武百貨店	21.2
6	東急百貨店	15.2
7	東武百貨店	14.9
8	小田急百貨店	14.8
9	京王百貨店	11.8
10	大丸	9.7
11	プランタン銀座	8.4
12	松屋	8.3
13	松坂屋	7.7
14	阪急百貨店	4.8

《性・年代別》

順位	男性/20代(n=103)	(%)	順位	男性/30代(n=103)	(%)
1	そごう	27.2	1	伊勢丹	26.2
	伊勢丹		2	高島屋	25.2
3	高島屋	25.2	3	そごう	24.3
4	三越	17.5	4	西武百貨店	23.3
5	西武百貨店	16.5	5	三越	20.4

順位	男性/40代(n=103)	(%)	順位	男性/50代(n=103)	(%)	順位	男性/60代(n=103)	(%)
1	そごう	24.3	1	高島屋	29.1	1	高島屋	34.0
	三越		2	三越	22.3	2	三越	28.2
3	高島屋	22.3	3	そごう	19.4	3	そごう	21.4
4	伊勢丹	21.4	4	西武百貨店	17.5	4	伊勢丹	19.4
5	西武百貨店	15.5	5	東武百貨店	13.6	5	小田急百貨店	16.5

順位	女性/20代(n=103)	(%)	順位	女性/30代(n=103)	(%)
1	高島屋	40.8	1	高島屋	39.8
2	伊勢丹	38.8	2	そごう	33.0
3	三越	30.1	3	伊勢丹	30.1
4	西武百貨店	24.3	4	東急百貨店	27.2
5	そごう	23.3	5	西武百貨店	26.2

順位	女性/40代(n=103)	(%)	順位	女性/50代(n=103)	(%)	順位	女性/60代(n=103)	(%)
1	高島屋	48.5	1	高島屋	43.7	1	高島屋	40.8
2	三越	30.1	2	三越	35.0		三越	
3	西武百貨店	28.2	3	そごう	27.2	3	伊勢丹	31.1
4	伊勢丹	26.2		伊勢丹		4	そごう	27.2
5	そごう		5	西武百貨店	26.2	5	京王百貨店	20.4
	小田急百貨店						小田急百貨店	
	東急百貨店							
	東武百貨店							

《男女別》

順位	男性計(n=515)	(%)
1	高島屋	27.2
2	そごう	23.3
3	三越	22.5
4	伊勢丹	21.2
5	西武百貨店	17.7

順位	女性計(n=515)	(%)
1	高島屋	42.7
2	三越	32.0
3	伊勢丹	30.7
4	そごう	26.4
5	西武百貨店	24.7

■各百貨店での商品(サービス)の購入状況

14店舗中10店舗で、1位：食品・飲料、2位：お菓子・スイーツ

各店舗において、どのような商品(サービス)を最近1年間に購入したのか、尋ねました。

東武百貨店では、「お菓子・スイーツ」がトップで55%、プラタン銀座では「婦人服」が37%でトップ、その他の百貨店では全て「食品・飲料」がトップとなっています。(阪急百貨店では同率で「婦人服」がトップ)

高島屋と三越はともに、1位「食品・飲料」、2位「お菓子・スイーツ」、3位「ギフト・贈答品」、4位「惣菜・弁当」となっています。「ギフト・贈答品」が3位までに入っているのは高島屋と三越だけとなり、伊勢丹では3位に「婦人服」が入っています。(図5)

※詳細のデータは【図5-1】をご参照ください。

【図5】各百貨店での購入状況<上位5位>(ベース:各店舗において1年間に利用した人)
Q.あなたが、下記の「百貨店」で最近1年以内に購入した商品(サービス)をお知らせください。(複数回答)

順位	高島屋(n=360)	(%)	順位	三越(n=281)	(%)	順位	伊勢丹(n=267)	(%)	順位	そごう(n=256)	(%)
1	食品・飲料	44.2	1	食品・飲料	44.1	1	食品・飲料	41.6	1	食品・飲料	50.4
2	お菓子・スイーツ	41.4	2	お菓子・スイーツ	43.1	2	お菓子・スイーツ	40.4	2	お菓子・スイーツ	43.4
3	ギフト・贈答品	33.3	3	ギフト・贈答品	32.4	3	婦人服	30.3	3	惣菜・弁当	32.8
4	惣菜・弁当	31.1	4	惣菜・弁当	28.1	4	惣菜・弁当	29.6	4	喫茶・レストラン	31.3
5	喫茶・レストラン	29.7	5	婦人服	18.1	5	喫茶・レストラン	28.8	5	婦人服	25.4

順位	西武百貨店(n=218)	(%)	順位	東急百貨店(n=157)	(%)	順位	東武百貨店(n=153)	(%)	順位	小田急百貨店(n=152)	(%)
1	食品・飲料	48.2	1	食品・飲料	59.2	1	お菓子・スイーツ	54.9	1	食品・飲料	52.0
2	お菓子・スイーツ	43.1	2	お菓子・スイーツ	51.6	2	食品・飲料	50.3	2	お菓子・スイーツ	39.5
3	惣菜・弁当	39.4	3	惣菜・弁当	42.7	3	惣菜・弁当	38.6	3	惣菜・弁当	38.8
4	喫茶・レストラン	29.4	4	喫茶・レストラン	26.1	4	喫茶・レストラン	34.0	4	喫茶・レストラン	32.2
5	婦人服	25.2	5	婦人服	25.5	5	婦人服	28.1	5	婦人服	24.3

順位	京王百貨店(n=122)	(%)	順位	大丸(n=100)	(%)	順位	プラタン銀座(n=87)	(%)	順位	松屋(n=85)	(%)
1	食品・飲料	47.5	1	食品・飲料	52.0	1	婦人服	36.8	1	食品・飲料	47.1
2	お菓子・スイーツ	31.1	2	お菓子・スイーツ	45.0	2	お菓子・スイーツ	35.6	2	お菓子・スイーツ	31.8
3	惣菜・弁当	30.3	3	惣菜・弁当	38.0	3	食品・飲料	20.7	3	惣菜・弁当	25.9
4	婦人服	22.1	4	喫茶・レストラン	18.0	4	バック・かばん	18.4	4	喫茶・レストラン	17.6
5	ギフト・贈答品	21.3	5	ギフト・贈答品	13.0	5	靴・履物		5	催事場・特設会場	15.3

順位	松坂屋(n=79)	(%)	順位	阪急百貨店(n=49)	(%)
1	食品・飲料	51.9	1	食品・飲料	32.7
2	惣菜・弁当	32.9		婦人服	
3	お菓子・スイーツ	27.8	3	お菓子・スイーツ	28.6
4	喫茶・レストラン	25.3	4	喫茶・レストラン	22.4
5	ギフト・贈答品	17.7	5	惣菜・弁当	20.4

【図5-1】各百貨店での購入状況(ベース:各店舗において1年間に利用した人)
Q.あなたが、下記の「百貨店」で最近1年以内に購入した商品(サービス)をお知らせください。(複数回答)

	食品・飲料	惣菜・弁当	お菓子・スイーツ	婦人服	紳士服	子供服・ベビー用品	バック・かばん	靴・履物	服飾雑貨・小物	時計・アクセサリー・宝飾品	化粧品	家庭用品・日用品	家具・インテリア	呉服・美術品	ギフト・贈答品	特産品・名産品	玩具・書籍・文房具	催事場・特設会場	喫茶・レストラン	その他
高島屋(n=360)	44.2	31.1	41.4	22.5	14.2	10.8	13.3	10.6	10.3	6.1	10.0	6.7	3.9	1.4	33.3	11.7	9.7	17.2	29.7	3.3
三越(n=281)	44.1	28.1	43.1	18.1	8.9	2.5	10.7	7.5	8.9	9.6	6.4	2.5	2.1	1.1	32.4	11.7	5.0	13.9	17.8	2.5
伊勢丹(n=267)	41.6	29.6	40.4	30.3	21.0	6.7	18.0	19.9	17.6	9.7	10.9	7.1	4.1	1.1	27.0	13.1	10.5	17.6	28.8	2.2
そごう(n=256)	50.4	32.8	43.4	25.4	16.4	9.8	16.8	15.6	11.7	7.4	10.2	6.3	3.5	0.8	24.2	13.3	18.4	16.4	31.3	2.0
西武百貨店(n=218)	48.2	39.4	43.1	25.2	20.6	6.0	14.7	15.1	16.5	8.3	9.2	9.2	3.2	0.0	22.0	7.3	19.7	15.6	29.4	4.6
東急百貨店(n=157)	59.2	42.7	51.6	25.5	10.8	11.5	14.6	14.6	13.4	8.9	7.0	15.3	3.2	1.9	20.4	10.8	16.6	16.6	26.1	2.5
東武百貨店(n=153)	50.3	38.6	54.9	28.1	19.6	5.2	11.8	15.0	9.8	5.2	9.8	10.5	5.2	1.3	24.8	9.8	20.3	22.2	34.0	2.6
小田急百貨店(n=152)	52.0	38.8	39.5	24.3	9.9	3.3	9.9	15.1	7.2	3.3	11.2	5.9	7.2	0.7	21.1	8.6	9.9	18.4	32.2	3.3
京王百貨店(n=122)	47.5	30.3	31.1	22.1	11.5	3.3	7.4	13.9	11.5	5.7	3.3	5.7	2.5	0.0	21.3	9.8	10.7	17.2	19.7	1.6
大丸(n=100)	52.0	38.0	45.0	11.0	6.0	2.0	3.0	5.0	4.0	3.0	2.0	4.0	0.0	0.0	13.0	4.0	4.0	10.0	18.0	0.0
プラタン銀座(n=87)	20.7	13.8	35.6	36.8	2.3	2.3	18.4	18.4	14.9	3.4	6.9	3.4	4.6	1.1	3.4	4.6	2.3	8.0	14.9	1.1
松屋(n=85)	47.1	25.9	31.8	14.1	10.6	2.4	12.9	11.8	14.1	4.7	9.4	3.5	3.5	0.0	12.9	3.5	5.9	15.3	17.6	0.0
松坂屋(n=79)	51.9	32.9	27.8	16.5	5.1	7.6	8.9	2.5	5.1	2.5	1.3	2.5	1.3	0.0	17.7	7.6	3.8	16.5	25.3	5.1
阪急百貨店(n=49)	32.7	20.4	28.6	32.7	16.3	12.2	14.3	12.2	16.3	6.1	8.2	8.2	2.0	0.0	12.2	6.1	10.2	16.3	22.4	4.1

■百貨店のイメージ、三越、高島屋は「伝統がある」「高級感がある」が上位

各百貨店に対するイメージについて、あてはまるものを尋ねたところ、14店舗中7店舗で「親しみやすい」が最も高くなっています。

一方で、三越は「伝統がある(60%)」「高級感がある(52%)」といったイメージが、ほかの百貨店と比べて高い割合で想起されています。また、高島屋においても「高級感がある(47%)」、「伝統がある(45%)」が三越に次いで高い割合で想起されています。

また、プランタン銀座では「若者向き(46%)」、「センスが良い(23%)」、「流行の最先端(21%)」などのイメージが上位を占め、また、伊勢丹では「高級感がある(30%)」、「若者向き(28%)」、「センスが良い(28%)」が上位にあがりました。プランタン銀座と伊勢丹に関しては、ほかの百貨店と比べて特徴的なイメージが想起されています。(図6)

【図6】百貨店のイメージ<上位5位>(ベース:各百貨店認知者)

Q.下記の「百貨店」に対して、あなたご自身があてはまると思うイメージをお知らせください(複数回答)

順位	そごう(n=950)	(%)	順位	阪急百貨店(n=784)	(%)	順位	プランタン銀座(n=788)	(%)	順位	伊勢丹(n=940)	(%)
1	親しみやすい	35.2	1	親しみやすい	14.4	1	若者向き	45.6	1	高級感がある	29.8
2	中高年向き	19.8	2	伝統がある	13.0	2	センスが良い	22.7	2	若者向き	28.1
3	伝統がある	16.3	3	中高年向き	10.5	3	流行の最先端	21.2	3	センスが良い	27.9
4	信頼できる	13.2	4	高級感がある	9.1	4	高級感がある	20.2	4	伝統がある	27.7
5	保守的	12.4	5	信頼できる	8.5	5	個性的	16.5	5	信頼できる	26.7

順位	京王百貨店(n=859)	(%)	順位	高島屋(n=957)	(%)	順位	三越(n=953)	(%)	順位	小田急百貨店(n=867)	(%)
1	親しみやすい	25.0	1	高級感がある	46.8	1	伝統がある	60.1	1	親しみやすい	30.4
2	中高年向き	17.9	2	伝統がある	45.2	2	高級感がある	51.6	2	中高年向き	10.8
3	信頼できる	10.0	3	中高年向き	25.7	3	中高年向き	38.0	3	若者向き	10.6
4	保守的	7.7	4	信頼できる	25.1	4	保守的	26.0	4	信頼できる	9.8
5	品質が良い	7.6	5	品質が良い	22.5	5	信頼できる	23.5	5	愛着がある	7.7

順位	松屋(n=773)	(%)	順位	松坂屋(n=874)	(%)	順位	西武百貨店(n=898)	(%)	順位	大丸(n=853)	(%)
1	中高年向き	18.5	1	中高年向き	28.3	1	親しみやすい	34.2	1	伝統がある	24.6
2	伝統がある	17.9	2	伝統がある	27.8	2	若者向き	26.8	2	中高年向き	21.3
3	高級感がある	15.4	3	高級感がある	16.6	3	愛着がある	11.5	3	親しみやすい	20.9
	親しみやすい		4	保守的	15.3	4	信頼できる	11.2	4	保守的	12.8
5	大人っぽい	10.5	5	親しみやすい	14.8	5	センスが良い	8.1	5	信頼できる	11.3

順位	東急百貨店(n=864)	(%)	順位	東武百貨店(n=805)	(%)
1	親しみやすい	29.3	1	親しみやすい	29.7
2	若者向き	11.2	2	中高年向き	13.8
3	中高年向き	10.6	3	信頼できる	9.9
4	信頼できる	9.8	4	愛着がある	9.1
5	伝統がある	9.1	5	保守的	6.8

■今後の展開を注目している百貨店

1位：「伊勢丹」44%、2位：「三越」29%、3位：「高島屋」21%

今後の展開を注目している百貨店について尋ねたところ、「伊勢丹」が44%で最も高く、次いで「三越」29%、「高島屋」21%となりました。「伊勢丹」は2位の「三越」に15ポイントの差を付けています。

男女別にみると、男女とも1位が「伊勢丹」、次いで2位「三越」、3位「高島屋」、4位「そごう」というように、順位は同じでした。

性年代別にみると、男性50代、女性20代を除き、すべての年代で1位「伊勢丹」、2位「三越」、3位「高島屋」の順位となっています。特に女性40代以上では「伊勢丹」が50%以上となっています。(図7)

【図7】注目している百貨店＜男女別は上位5位＞(n=1030)

Q.あなたが、今後の展開を「注目している百貨店」をお知らせください。(複数回答)

《全体》

順位	全体(n=1030)	(%)
1	伊勢丹	44.2
2	三越	29.4
3	高島屋	21.3
4	そごう	13.3
5	西武百貨店	8.9
6	プランタン銀座 大丸	6.5
8	東武百貨店	5.4
9	東急百貨店	4.7
10	小田急百貨店	4.4
11	京王百貨店	3.9
12	松屋	3.5
13	松坂屋	3.4
14	阪急百貨店	1.8

《性・年代別》

順位	男性/20代(n=103)	(%)	順位	男性/30代(n=103)	(%)
1	伊勢丹	31.1	1	伊勢丹	41.7
2	三越	20.4	2	三越	27.2
3	高島屋	16.5	3	高島屋	21.4
4	そごう	15.5	4	西武百貨店	14.6
5	京王百貨店 西武百貨店 大丸	5.8	5	そごう	12.6

順位	男性/40代(n=103)	(%)	順位	男性/50代(n=103)	(%)	順位	男性/60代(n=103)	(%)
1	伊勢丹	38.8	1	伊勢丹	36.9	1	伊勢丹	39.8
2	三越	27.2	2	高島屋	27.2	2	三越	26.2
3	高島屋	20.4	3	三越	25.2	3	高島屋	24.3
4	そごう	12.6	4	そごう	14.6	4	そごう	14.6
5	西武百貨店	8.7	5	西武百貨店	11.7	5	大丸	9.7

《男女別》

順位	男性計(n=515)	(%)
1	伊勢丹	37.7
2	三越	25.2
3	高島屋	21.9
4	そごう	14.0
5	西武百貨店	9.7
順位	女性計(n=515)	(%)
1	伊勢丹	50.7
2	三越	33.6
3	高島屋	20.6
4	そごう	12.6
5	プランタン銀座	10.3

順位	女性/20代(n=103)	(%)	順位	女性/30代(n=103)	(%)
1	伊勢丹	46.6	1	伊勢丹	39.8
2	三越	30.1	2	三越	26.2
3	プランタン銀座	21.4	3	高島屋	17.5
4	高島屋	19.4	4	そごう	10.7
5	大丸	11.7	5	西武百貨店	9.7

順位	女性/40代(n=103)	(%)	順位	女性/50代(n=103)	(%)	順位	女性/60代(n=103)	(%)
1	伊勢丹	54.4	1	伊勢丹	55.3	1	伊勢丹	57.3
2	三越	34.0	2	三越	34.0	2	三越	43.7
3	高島屋	18.4	3	高島屋	18.4	3	高島屋	29.1
4	そごう	12.6	4	そごう	16.5	4	そごう	14.6
5	プランタン銀座 西武百貨店	9.7	5	西武百貨店	11.7	5	東武百貨店	9.7

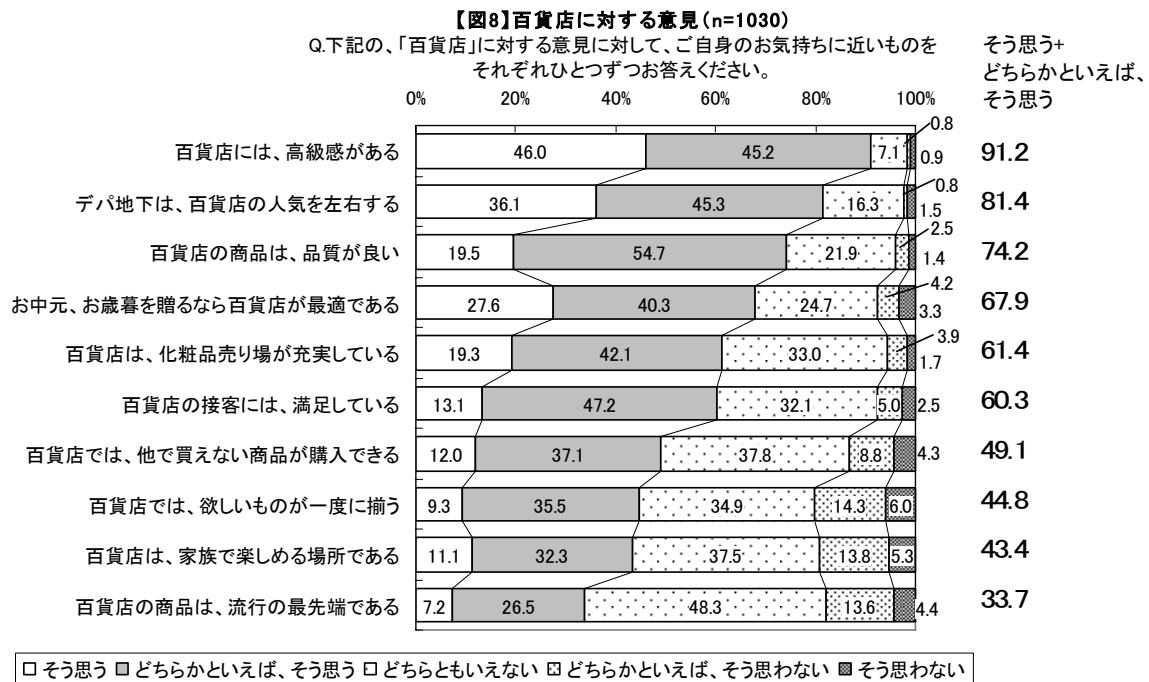
Ⅲ. 百貨店に対する考え方、要望

■ 「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」 8割以上が「そう思う」と回答

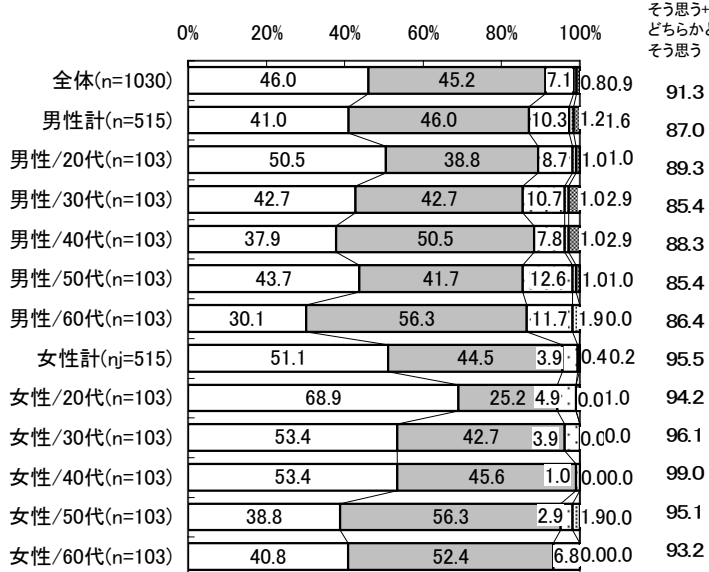
百貨店に対する意見について、それぞれの程度「そう思う」のか尋ねたところ、「百貨店には、高級感がある」という意見に関しては91%、「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」という意見に対しては81%が「そう思う（「そう思う」+「どちらかといえば、そう思う）」と回答しています。（図8）

性年代別にみると、「百貨店には、高級感がある」という意見に対しては、女性、特に若年層ほど「そう思う」という評価が高くなっています。（図8-1）

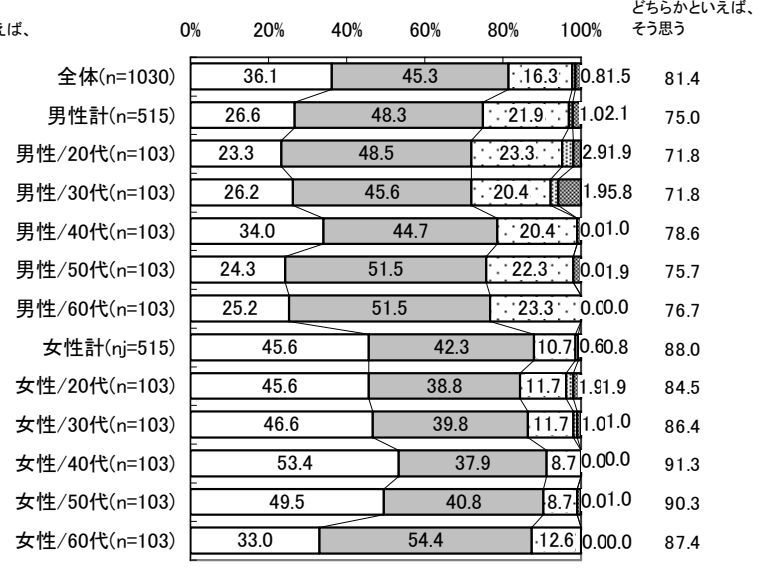
また、「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」という意見に関しては、女性、特に20～50代で「そう思う」という評価が高くなっています。（図8-2）



【図8-1】百貨店に対する意見 (n=1030)
「百貨店には、高級感がある」



【図8-2】百貨店に対する意見 (n=1030)
「デパ地下は、百貨店の人気を左右する」



■百貨店への要望、最も多いのは「手軽な価格帯の商品の増加(46%)」

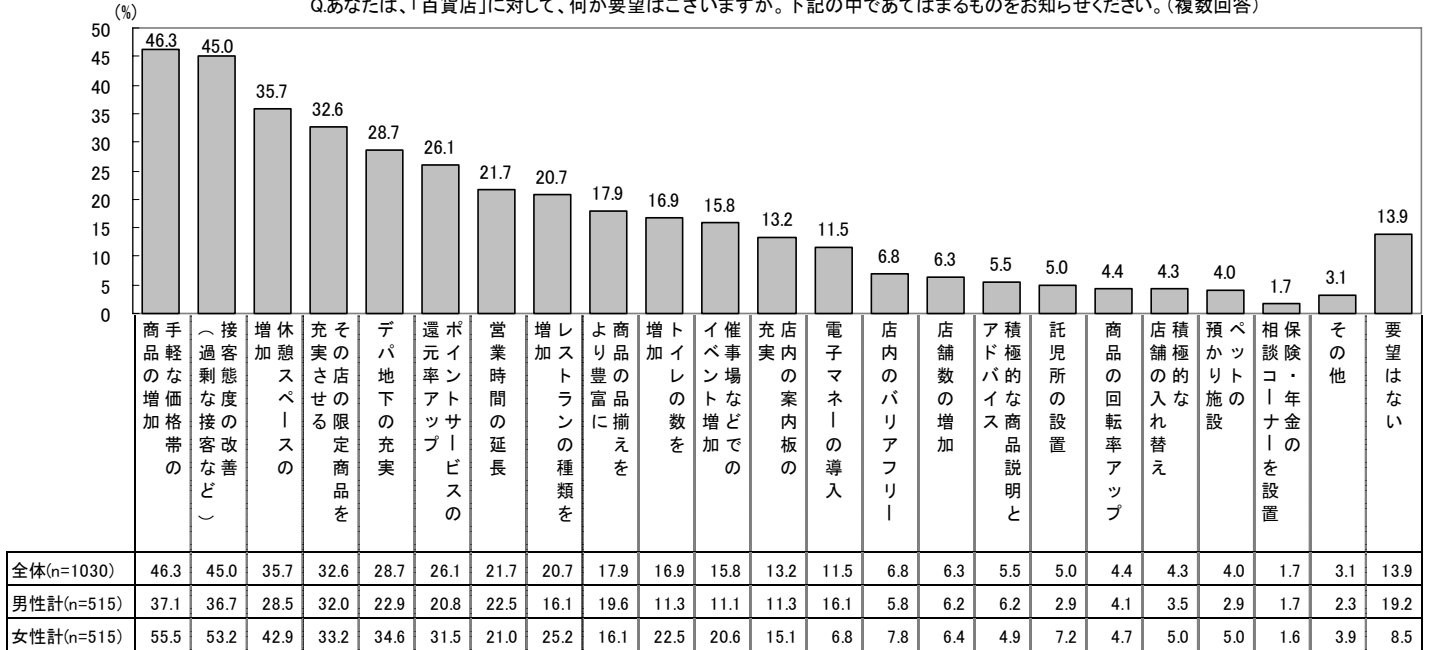
次いで「接客態度の改善(過剰な接客など)」が45%、「休憩スペースの増加」が36%

百貨店に対する要望について尋ねてみたところ、「手軽な価格帯の商品の増加」が46%で最も多く、次いで「接客態度の改善(過剰な接客など)」が45%、「休憩スペースの増加」が36%となりました。

男女別にみると、女性では「手軽な価格帯の商品の増加」は56%、「接客態度の改善(過剰な接客など)」は53%と男性に比べ10ポイント以上高くなっています。(図9)

【図9】百貨店に対する要望(n=1030)

Q.あなたは、「百貨店」に対して、何か要望はございますか。下記の中であてはまるものをお知らせください。(複数回答)



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 50 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名	■株式会社マクロミル
本社	■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
URL	■www.macromill.com
設立	■2000年1月31日
資本金	■9億2,861万円 ※2007年6月末現在
上場取引所	■東証一部（証券コード：3730）
代表者	■代表取締役社長 辻本 秀幸
従業員数	■201名 ※2007年8月末現在
事業内容	■インターネットを活用した市場調査（ネットリサーチ）

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当：関・西沢
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー5F 〒108-0075
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

〈例〉「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」