


# アンケートデータベース(MyEL) 「オンライン集計サービス」分析事例集



## 【個別テーマの属性分析の事例】

- ＜事例-1＞好きなおにぎりの具
- ＜事例-2＞季節行事の実施状況

## 【2テーママッチング分析の事例】

- ＜事例-3＞コンビニエンスストア利用頻度別
- ＜事例-4＞ライフスタイル別
- ＜事例-5＞缶チューハイのブランドスイッチ

マイボイスコム株式会社

**MyVoice**

## 【この事例集について】

MyELの「オンライン集計サービス」では、単純集計表、クロス集計表を簡単に出力することができます。これらの集計表は、N(度数)表、%表、N%表の形式で、csvファイルにエクスポートできますので、エクスポートしたデータを並び替えたり、加工したりして、グラフや図表に加工し、提案書や、レポート等にご活用いただけます。

この事例集では、「オンライン集計サービス」で出力した集計表を、Excelでグラフや図表を作成したアウトプットの事例をご紹介します。

### 集計結果 閉じる

集計表をCSV出力する

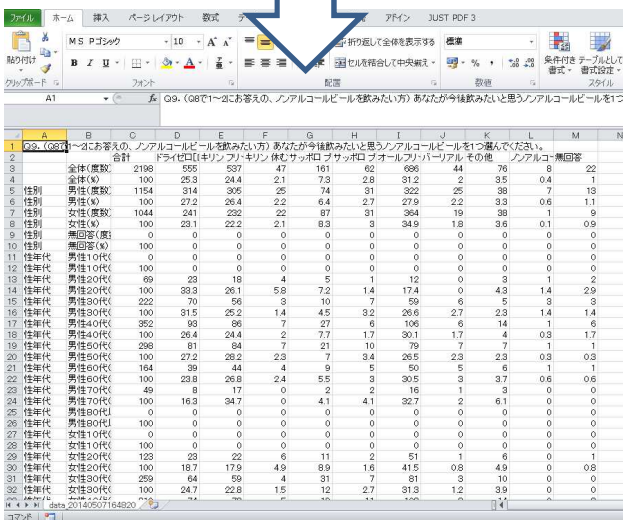
※集計表の表全体を選択してコピーしExcelにペースト(貼りつけ)すると罫線付きの表になります。(％の表示形式はcsvと異なります)

Q9. (Q8で1~2にお答えの、ノンアルコールビールを飲みたい方) あなたが今後飲みたいと思うノンアルコールビールを1つ選んでください。

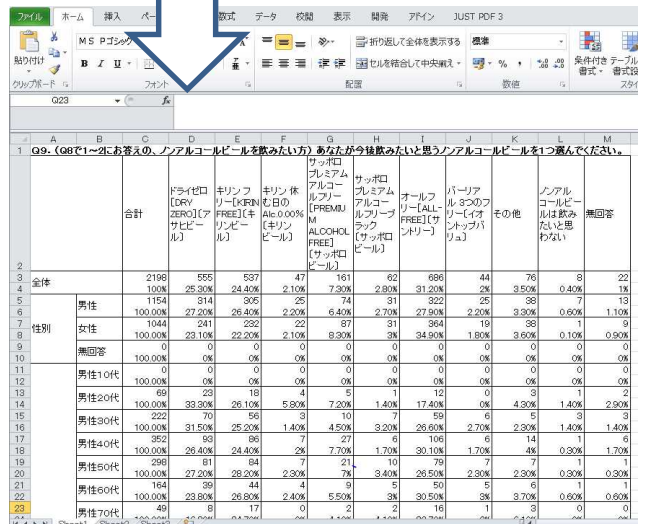
		合計	ドライゼロ [DRY ZERO] [アサヒ ビール]	キリンフ リー [KIRIN FREE] [アサヒ ビール]	キリン 休む 日の Alc.0.00% [キリン ビール]	サッポロ プ レミアム アルコー ルフリー [PREMIUM ALCOHOL FREE][サッ ポロビール]	サッポ ロプレ ミアム アルコー ルフリー [サント パリュ]	オールフ リー [ALL- FREE] [サント パリュ]	バーリア ルの3つ のフリー [イオン パリュ]	その他	ノンア ルコー ルビー ルは飲 みたい と思わ ない	無回 答
全体		2198 100.0%	555 25.3%	537 24.4%	47 2.1%	161 7.3%	62 2.8%	686 31.2%	44 2%	76 3.5%	8 0.4%	22 1%
性別	男性	1154 100.0%	314 27.2%	305 26.4%	25 2.2%	74 6.4%	31 2.7%	322 27.9%	25 2.2%	38 3.3%	7 0.6%	13 1.1%
	女性	1044 100.0%	241 23.1%	232 22.2%	22 2.1%	87 8.3%	31 3%	364 34.9%	19 1.8%	38 3.6%	1 0.1%	9 0.9%
	無回答	0 100.0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
年代	男性10代	0 100.0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	男性20代	69 100.0%	23 33.3%	18 26.1%	4 5.8%	5 7.2%	1 1.4%	12 17.4%	0 0%	3 4.3%	1 1.4%	2 2.9%
	無回答	222 100.0%	70 31.5%	56 25.2%	3 1.3%	10 4.5%	7 3.1%	59 26.6%	6 2.7%	5 2.2%	3 1.3%	3 1.3%

## CSVでエクスポート

## 表を選択・コピーしExcelに貼りつけ



※罫線はつきません。



※罫線がつかます

# ■事例-1. 属性別分析事例:好きなおにぎりの具

MyELでは、属性項目(性年代別、地域別、世帯年収別等)による分析が可能です。  
 ここでは、好きなおにぎりの具について、性別、性年代別、地域別の違いを比較しました。

おにぎり(第2回)(2012/7)のデータについて、オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

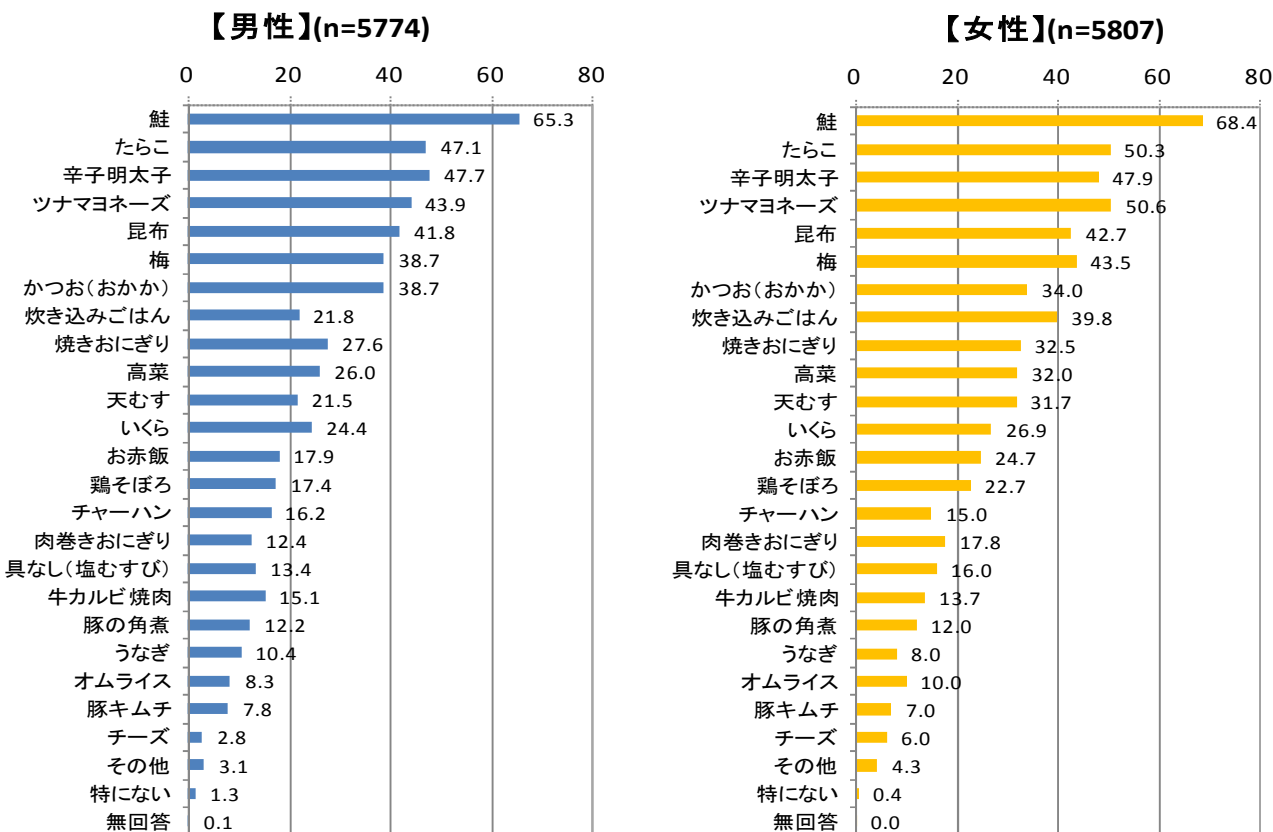
- ・性別、性年代別、地域別の3つの軸でのクロス集計を出力
- ・%表をcsv形式でエクスポート

そのデータを全体の降順に並び替え、属性ごとにexcelでグラフ化しました。

## ①好きなおにぎりの具～性別～

- 全体では、「鮭」が一番人気。
- 女性は「ツナマヨネーズ」が2位。「炊き込みごはん」「天むす」などは、女性が男性を10ポイント以上上回る。

図表1-1 性別 好きなおにぎりの具



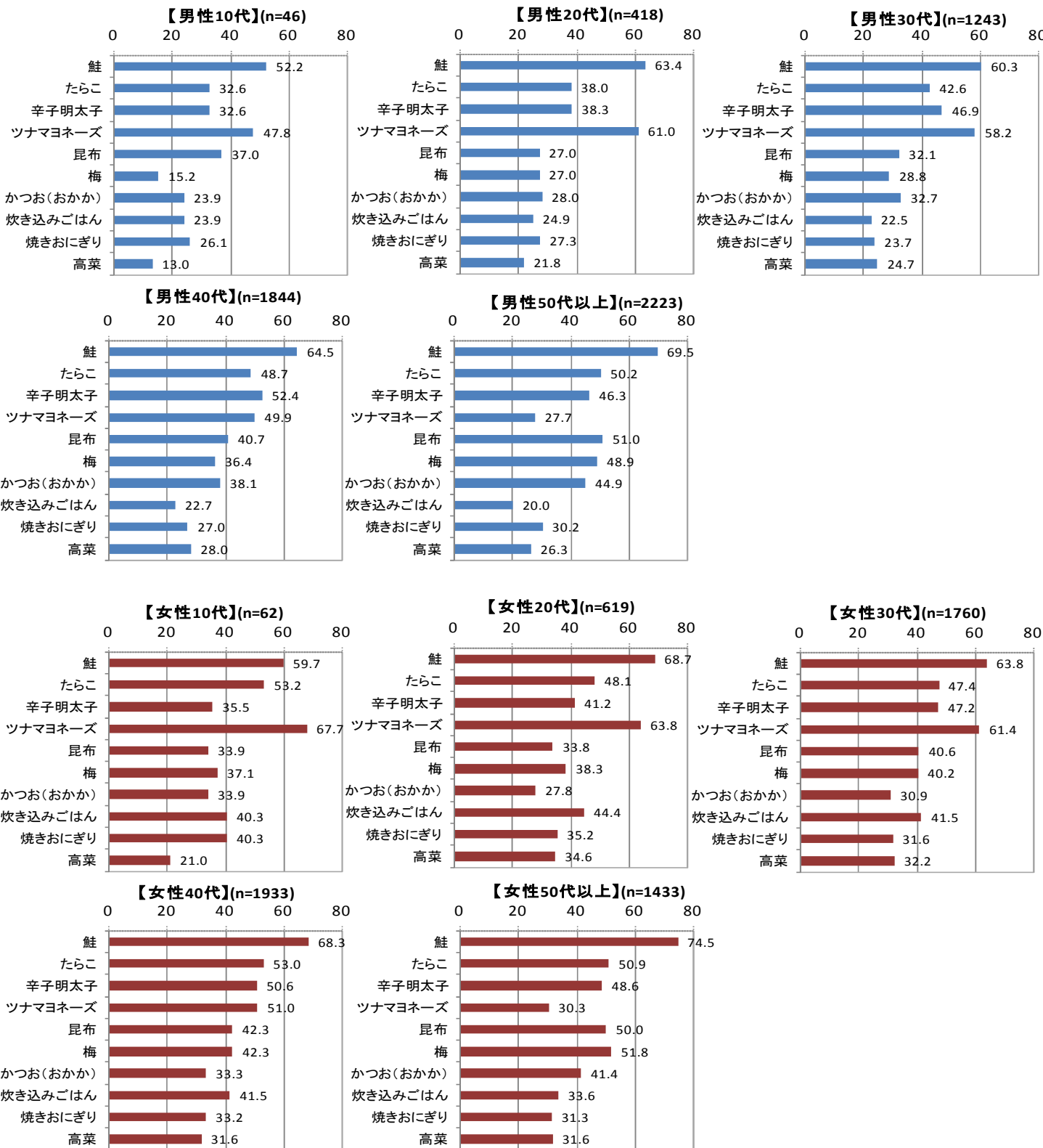
※全体の降順に並び替えている

注)おにぎり(第2回)(2012/7)の「Q2. あなたは、どんな種類のおにぎりが好きですか(複数回答可)」

## ②好きなおにぎりの具～性年代別～

- 「ツナマヨネーズ」は10～30代で1～2位と、上位に位置している。
- 50代以上では「梅」「昆布」などが上位。

図表1-2 性年代別 好きなおにぎりの具 ※上位10項目



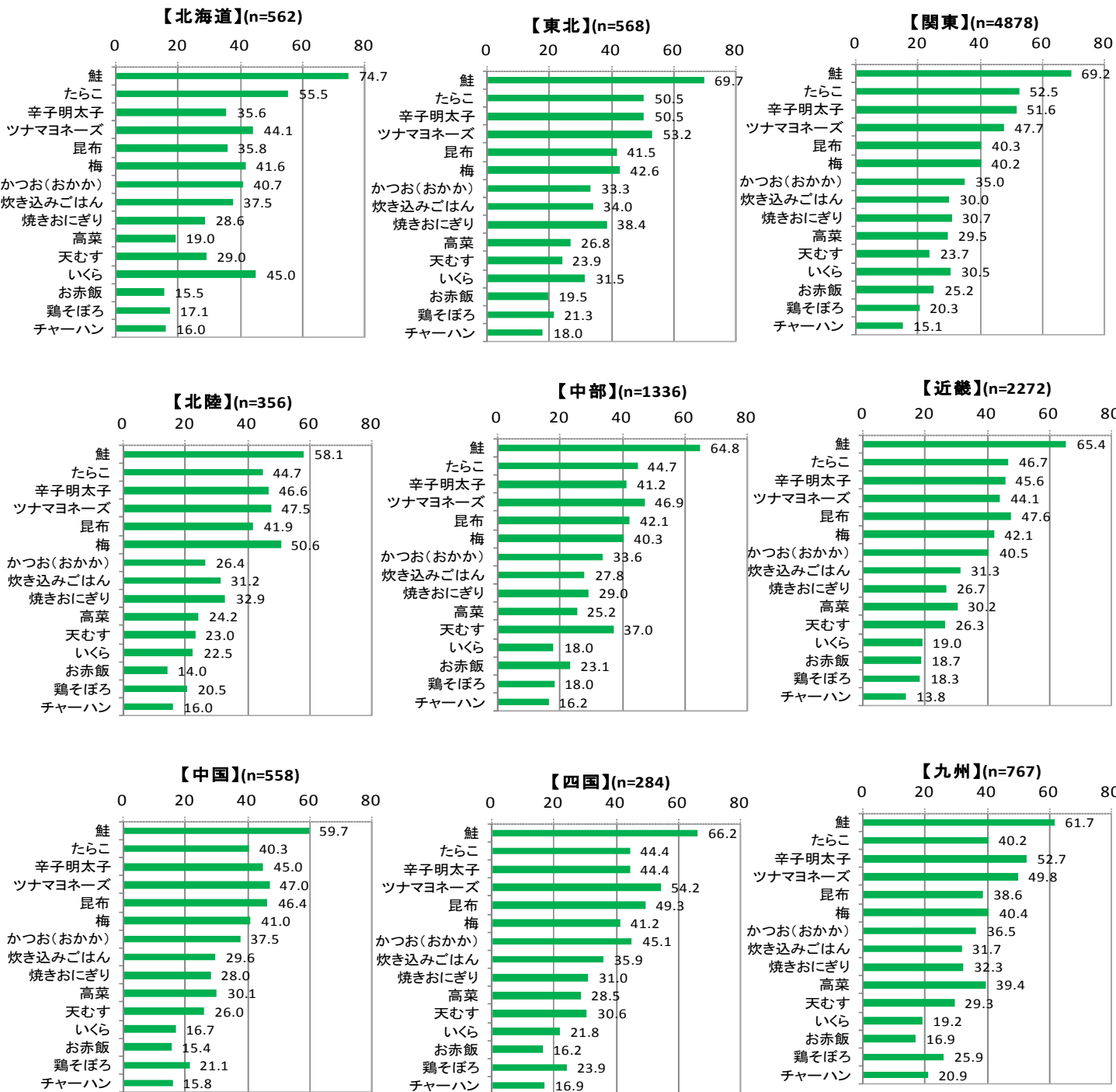
※全体の降順に並び替えている。  
上位10項目のみ表示

注)おにぎり(第2回)(2012/7)の「Q2. あなたは、どんな種類のおにぎりが好きですか(複数回答可)」

### ③好きなおにぎりの具～地域別～

● 北海道では「いくら」、北陸では「梅」、近畿では「昆布」、九州では「辛子明太子」の比率が高い。

図表1-3 地域別 好きなおにぎりの具 ※上位15項目



※全体の降順に並び替えている  
上位15項目のみ表示

注)おにぎり(第2回)(2012/7)の「Q2. あなたは、どんな種類のおにぎりが好きですか(複数回答可)」

## ■事例-2. 属性別分析事例：季節行事の実施状況

MyELは、季節行事に関するテーマが豊富です。時系列で実施しているものも多く、経年変化を追うことができます。ここでは、恵方巻き、母の日、敬老の日の実施状況を、属性別に、時系列比較を行いました。

季節行事のうち、恵方巻き(第10回)、母の日のプレゼント(第11回)、敬老の日の過ごし方(第6回)について、オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

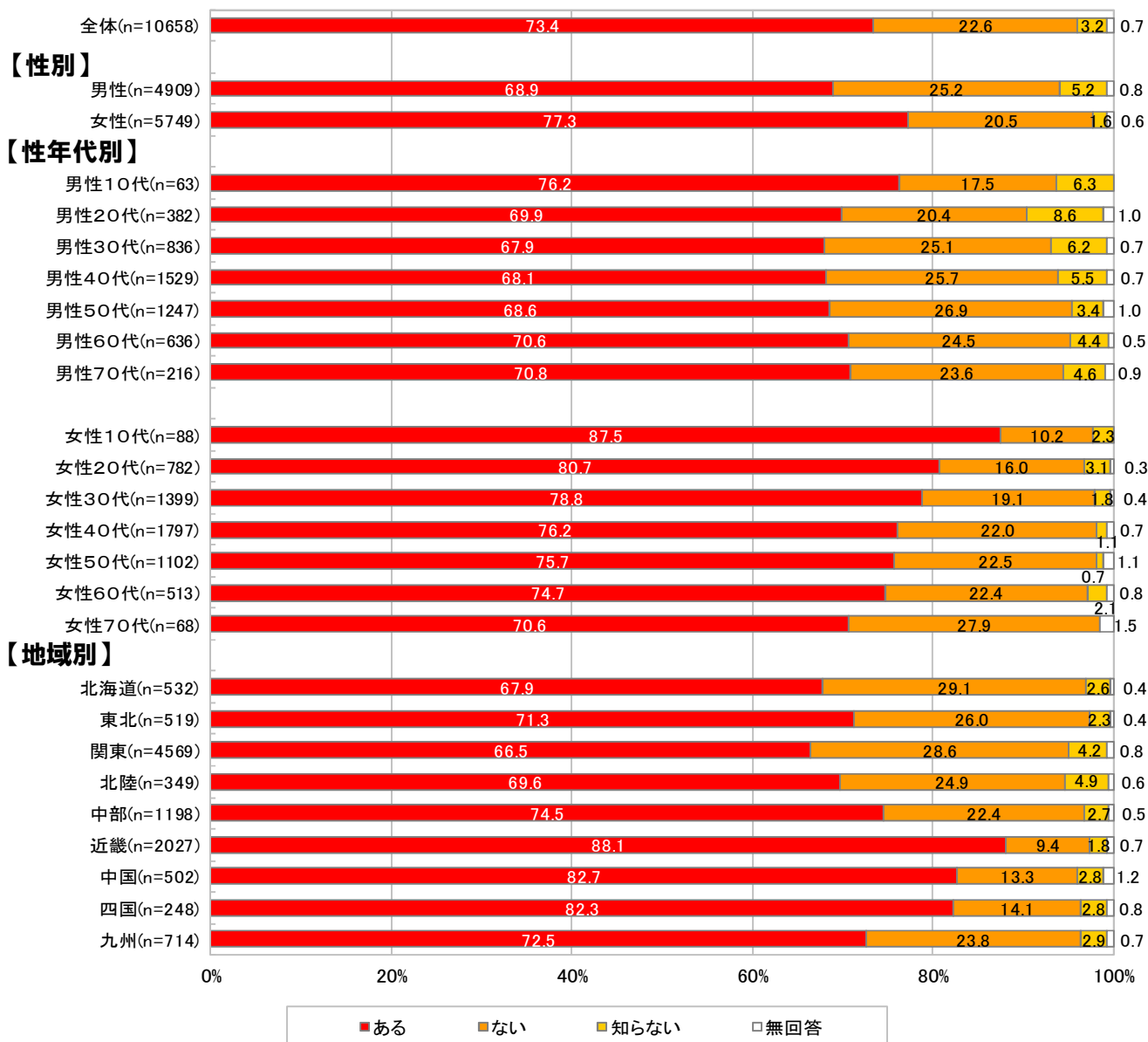
- ・性別、性年代別、地域別の3つの軸でのクロス集計を出力
- ・時系列比較にあたって、過去調査の単純集計は、性年代別構成比を、最新調査の性年代別構成比にあわせたウエイトバック集計を行い出力
- ・それぞれの集計結果の%表をcsv形式でエクスポート

そのデータを使ってexcelでグラフ・図表化しました。

### ① 恵方巻き：恵方巻きを食べた経験

- 恵方巻きを食べた経験者は、女性若年層、近畿地方が多い。

図表2-1 性別、性年代別、地域別 恵方巻きを食べた経験

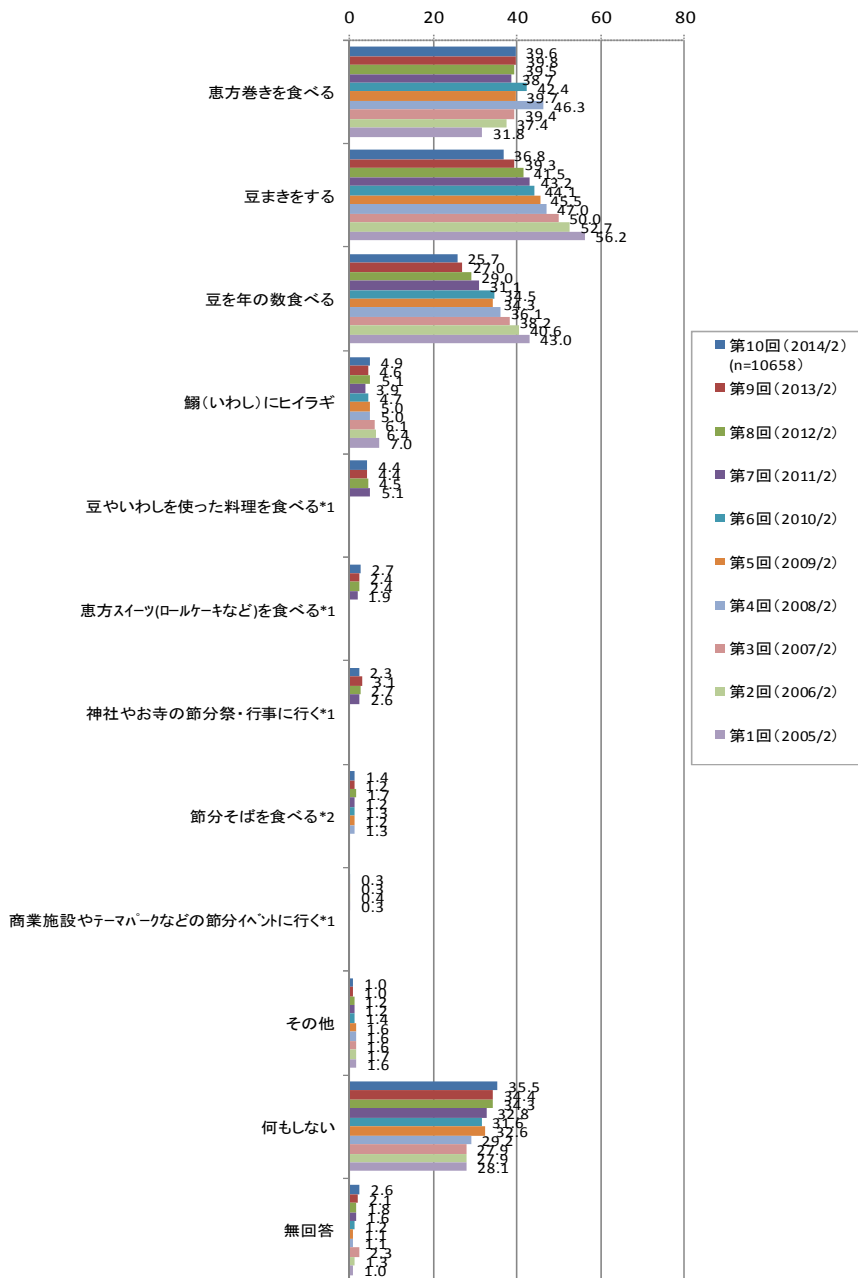


注) 恵方巻き(第10回)(2014/2)の「Q1. あなたは、節分に恵方を向いて太巻き寿司を丸かぶりする「恵方巻き」をご存知ですか」「Q2. (Q1で1にお答えの、恵方巻きを知っている方) あなたは「恵方巻き」を食べたことがありますか。」を合算し全回答者ベースで再計算したものの

## ②恵方巻き:節分にちなんで行う予定(複数回答)

- 節分に行う予定は、「豆まきをする」「豆を年の数食べる」がいずれも減少傾向にある。
- 2014年は「恵方巻きを食べる」が豆まきを上回り、初めてトップとなった。

図表2-2【時系列比較】節分にちなんで行う予定のこと(複数回答)



注1) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウエイトバックをした集計値  
 注2) 第6回以前は\*1の選択肢は無い  
 注3) 第3回以前は\*2の選択肢は無い

注) 恵方巻き(第10回) (2014/2) の「6. (全員) 今年、節分にちなんで行う予定のこと(したことをすべてお選びください(複数回答可))」

- 節分にちなんで何か行う人は女性の方が多。女性では「恵方巻きを食べる」人が最も多く、豆まきを上回る。
- 男性、特に20・30代は「何もしない」が半数近くにのぼる。

図表2-3 性別、性年代別、地域別 節分にちなんで行う予定のこと(複数回答)

	n	恵方巻きを食べる	豆まきをする	豆を年の数食べる	鯛(いわし)にヒイラギ	豆やいわしを使った料理を食べる	恵方スイーツ(ロールケーキなど)を食べる	行く神社やお寺の節分祭・行事に	節分そばを食べる	商業施設やテーマパークなどの節分イベントに行く	その他	何もしない	無回答
全体	10658	39.6	36.8	25.7	4.9	4.4	2.7	2.3	1.4	0.3	1.0	35.5	2.6
男性	4909	31.9	32.3	20.5	4.6	2.9	1.6	1.9	1.3	0.2	0.9	43.1	2.8
女性	5749	46.2	40.6	30.2	5.1	5.7	3.7	2.7	1.6	0.4	1.2	29.0	2.4
男性10代	63	38.1	34.9	22.2	9.5	6.3	4.8	3.2	4.8	4.8	3.2	30.2	6.3
男性20代	382	28.8	20.4	17.3	2.4	1.8	1.3	1.0	1.8	0.5	0.5	51.6	3.9
男性30代	836	28.8	30.1	18.2	3.3	2.5	3.2	1.2	1.2	0.1	0.6	47.5	2.2
男性40代	1529	30.7	33.9	21.1	4.8	2.1	1.6	1.4	0.7	0.2	0.9	41.7	3.3
男性50代	1247	31.9	31.4	20.0	4.1	2.7	0.7	1.9	1.6	-	0.8	44.2	3.0
男性60代	636	37.4	37.3	23.6	6.6	4.9	1.3	3.5	1.7	0.3	1.4	37.7	1.7
男性70代	216	39.4	40.7	24.1	7.9	5.6	0.5	4.2	0.5	0.5	0.5	34.3	0.5
女性10代	88	58.0	38.6	36.4	5.7	5.7	3.4	1.1	1.1	-	-	29.5	2.3
女性20代	782	44.0	31.7	26.5	4.6	4.5	4.9	1.9	0.6	0.6	0.8	34.4	2.4
女性30代	1399	47.5	44.9	33.8	4.8	4.7	4.2	2.5	1.7	0.5	1.0	25.9	2.4
女性40代	1797	46.6	44.2	32.7	4.2	5.6	3.9	2.3	1.9	0.3	1.5	28.8	2.2
女性50代	1102	46.6	37.8	26.0	6.0	6.8	3.2	3.5	1.5	0.2	1.3	27.4	2.8
女性60代	513	41.9	37.0	26.1	7.8	7.2	1.9	3.9	1.6	0.4	1.0	31.8	1.8
女性70代	68	44.1	32.4	25.0	10.3	8.8	-	2.9	-	-	1.5	36.8	2.9
北海道	532	34.6	35.2	17.5	0.9	1.9	3.6	1.7	1.5	0.4	0.8	38.9	2.4
東北	519	33.1	37.6	17.1	3.3	2.7	2.1	0.8	0.2	0.2	0.4	39.3	3.5
関東	4569	32.8	38.8	26.5	3.7	2.5	2.5	1.7	1.4	0.3	1.0	38.4	2.9
北陸	349	31.2	29.5	17.8	2.0	3.7	3.2	2.6	1.1	0.3	2.0	43.8	3.2
中部	1198	40.3	40.5	26.4	4.3	3.2	3.5	2.9	1.7	0.3	1.1	33.6	2.8
近畿	2027	56.1	33.2	30.9	10.8	10.5	2.5	4.0	1.5	0.3	0.9	26.9	1.6
中国	502	50.0	34.7	26.3	6.0	6.4	2.0	2.0	3.4	0.2	1.4	29.7	2.4
四国	248	45.6	29.0	29.8	6.9	6.0	5.6	0.4	2.4	-	2.4	36.7	1.6
九州	714	38.2	36.4	19.3	0.7	2.1	2.8	2.5	0.6	0.4	1.0	38.7	2.7

全体より10ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上低い  
 全体より10ポイント以上低い

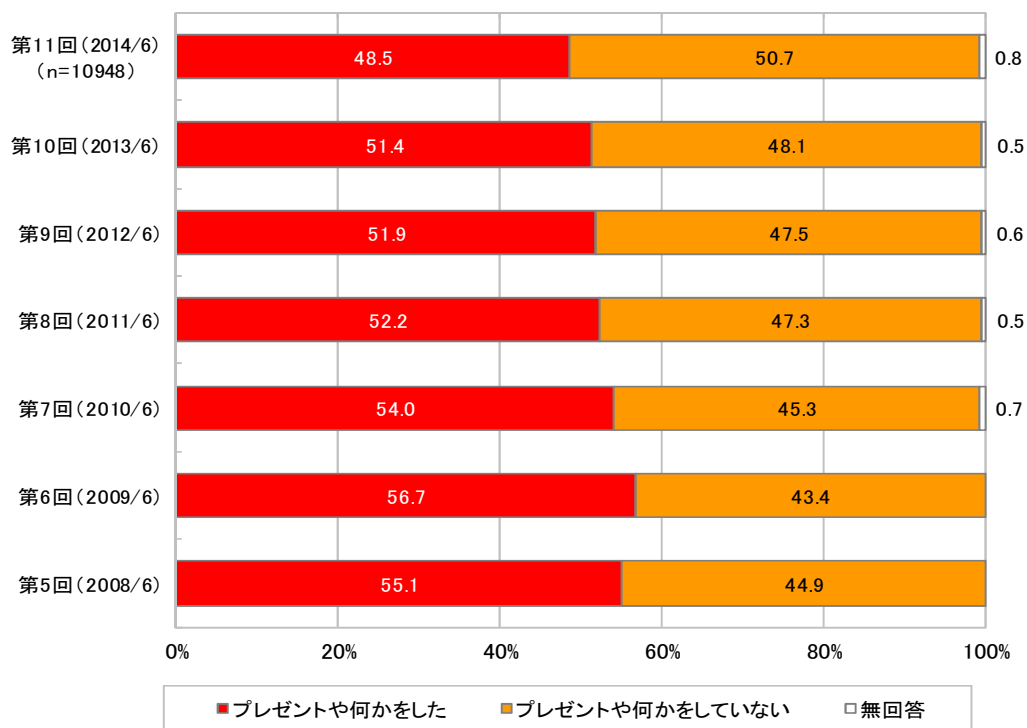
注) 恵方巻き(第10回)(2014/2)の「6.(全員)今年、節分にちなんで行う予定のこと(したことをすべてお選びください(複数回答可))」



### ③母の日：母の日のプレゼント等の実施有無

- 2014年の母の日に何かをした人は、過去調査と比べ若干少ない。

図表2-4【時系列比較】母の日のプレゼント等の実施有無



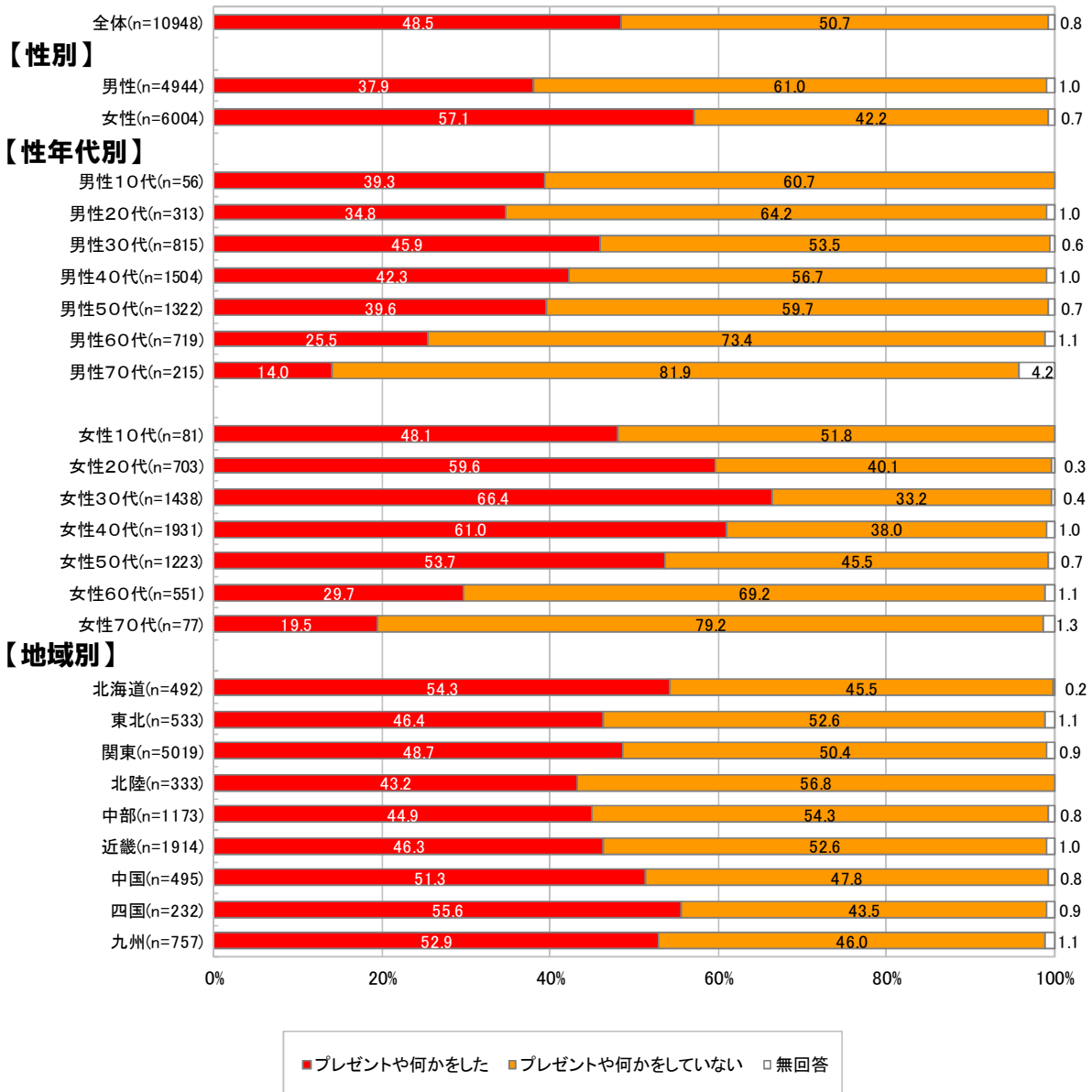
注) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウエイトバックをした集計値

※「プレゼントや何かをした」は「プレゼントや何かをしたが、してもらってはいない」「プレゼントや何かをしたし、してもらった」の合計。  
 「プレゼントや何かをしていない」は「プレゼントや何かをしていないが、してもらった」「プレゼントも何もしていないし、してもらってもいない」の合計。

注) 母の日のプレゼント(第11回)(2014/6)のQ2. あなたは今年の「母の日」にプレゼントを贈ったり何かをしてあげたりしましたか。また、プレゼントをもらったり何かをしてもらったりしましたか。」

- 母の日に、プレゼントや何かをした人は女性の方が多い。
- 男女とも30・40代での実施率が、他の年代より高い。

図表2-5 性別、性年代別、地域別 母の日のプレゼント等の実施有無



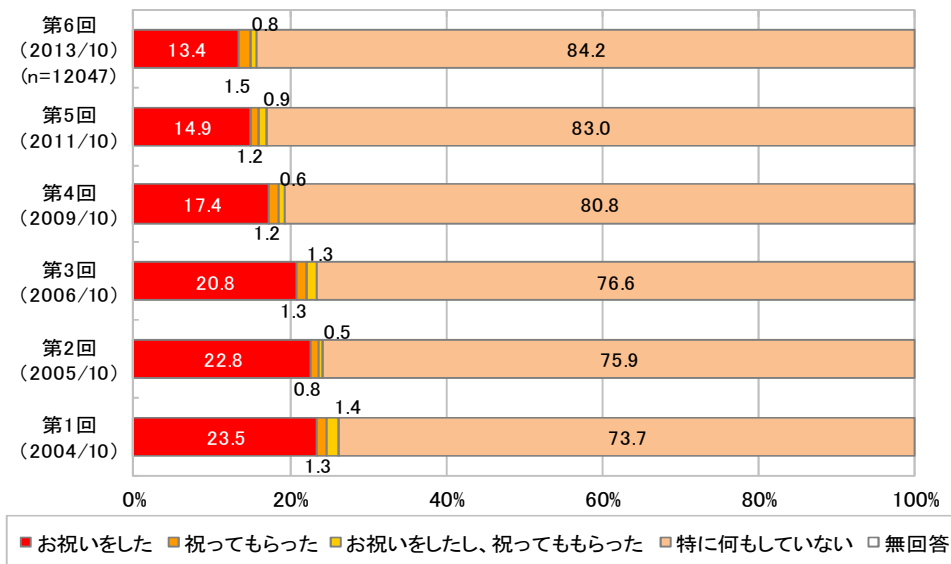
※「プレゼントや何かをした」は「プレゼントや何かをしたが、してもらってはいない」「プレゼントや何かをしたし、してもらった」の合計。  
「プレゼントや何かをしていない」は「プレゼントや何かをしていないが、してもらった」「プレゼントも何もしていないし、してもらってもいない」の合計。

注) 母の日のプレゼント(第11回)(2014/6)の「Q2. あなたは今年の「母の日」にプレゼントを贈ったり何かをしてあげたりしましたか。また、プレゼントをもらったり何かをしてもらったりしましたか。」

## ④敬老の日：敬老の日のお祝いの実施有無

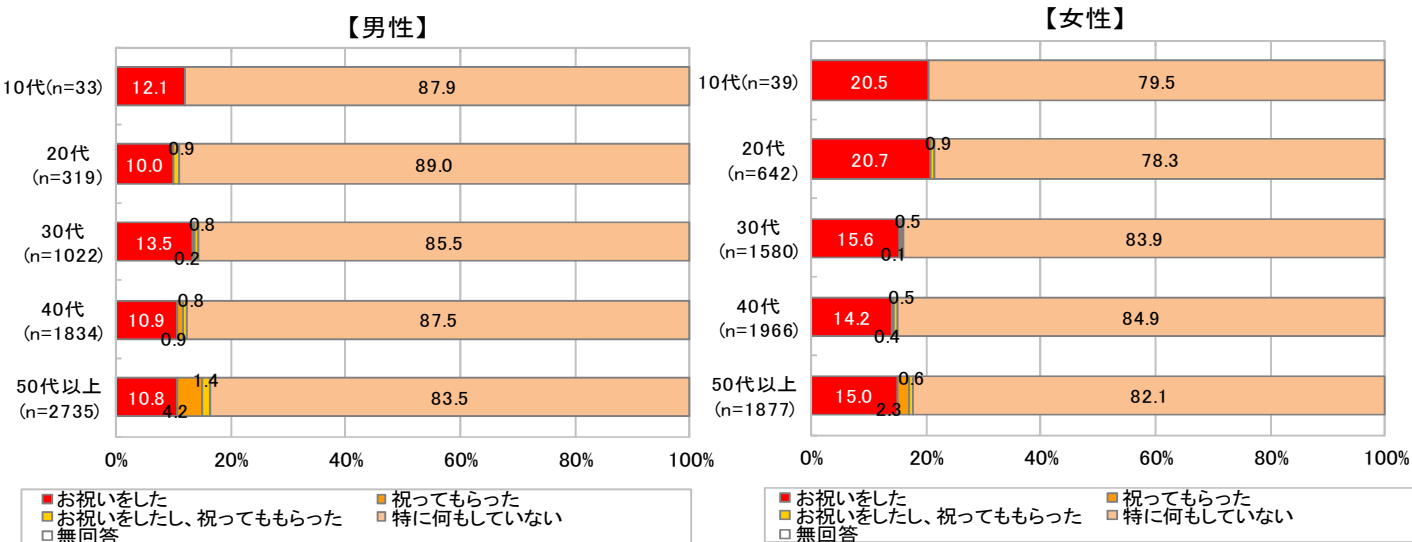
- 2013年の敬老の日には何かをした人は、過去調査と比べ減少傾向
- 女性の方が、実施率が高い傾向。

図表2-6 【時系列比較】 敬老の日のお祝いの実施有無



注) 過去調査は、今回調査の性年代構成比にあわせてウエイトバックをした集計値

図表2-7 性年代別 敬老の日のお祝いの実施有無



注) 敬老の日の過ごし方(第6回)(2013/10)の「Q1. あなたのご家庭では、今年の敬老の日にあたって、何かお祝いをしましたか」

## ■事例-3.(マッチング分析事例)コンビニ利用頻度別のテーマ分析

MyELでは、様々なテーマのデータをマッチングした集計をすることで、ターゲット層の特徴を多角的に把握することができます。

ここでは、「コンビニエンスストアの利用(第3回)」「(2014/2実施)」といくつかのテーマをマッチングし、利用頻度別に集計した結果から、コンビニのヘビーユーザーの特徴についてまとめました。

オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

- ・コンビニエンスストアの利用(第3回)といくつかのテーマをマッチングをしたうえで、コンビニ利用頻度を分析軸に、いろいろなテーマの設問を表頭にしてクロス集計を出力
- ・それぞれの集計結果の%表をcsv形式でエクスポート

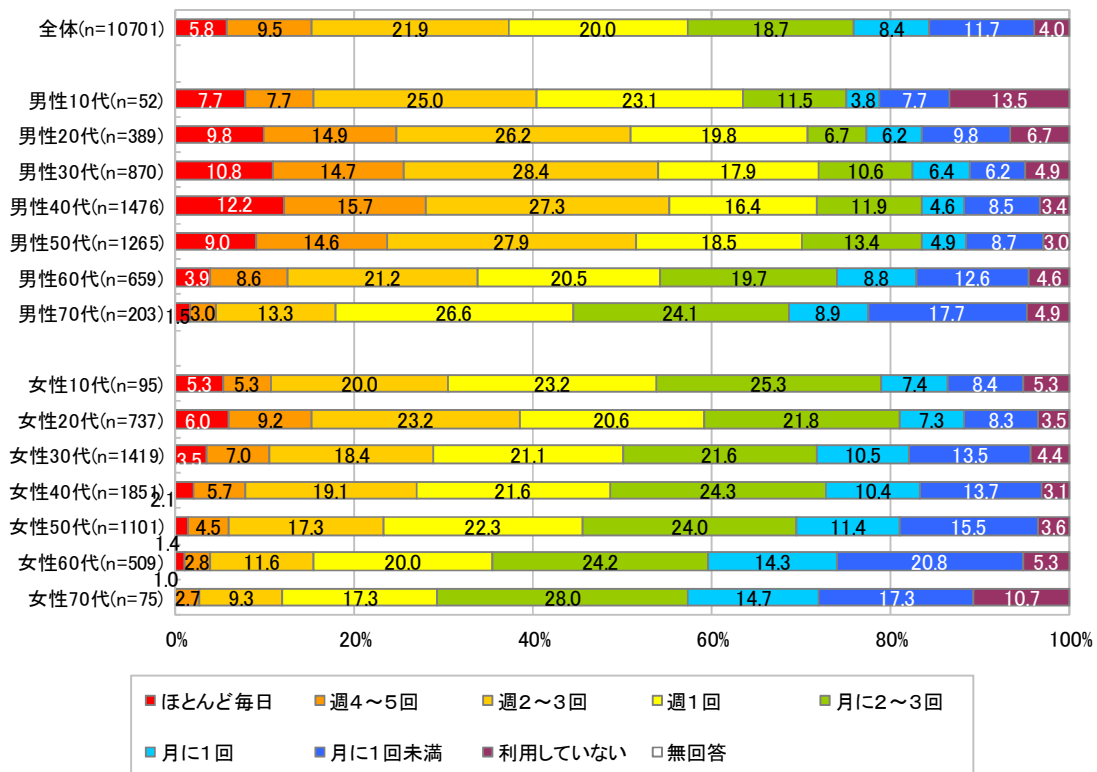
そのデータから特徴的なものをピックアップしexcelでグラフ・図表化しました。

### (参考) コンビニ利用者のプロフィール

性年代別に、コンビニの利用頻度の特徴をまとめる。

- コンビニ利用頻度が高いのは男性、特に20～40代。  
男性20～50代では週1回以上利用者が7割。
- 女性は20代で利用頻度が高い。(週1回以上利用者が6割弱)

図表3-1 性年代別 コンビニ利用頻度



注)「コンビニエンスストアの利用(第3回)」「(2014/2実施)」の「Q1. あなたは、コンビニエンスストアをどのくらいの頻度で利用していますか。」

※マッチングしていないデータ

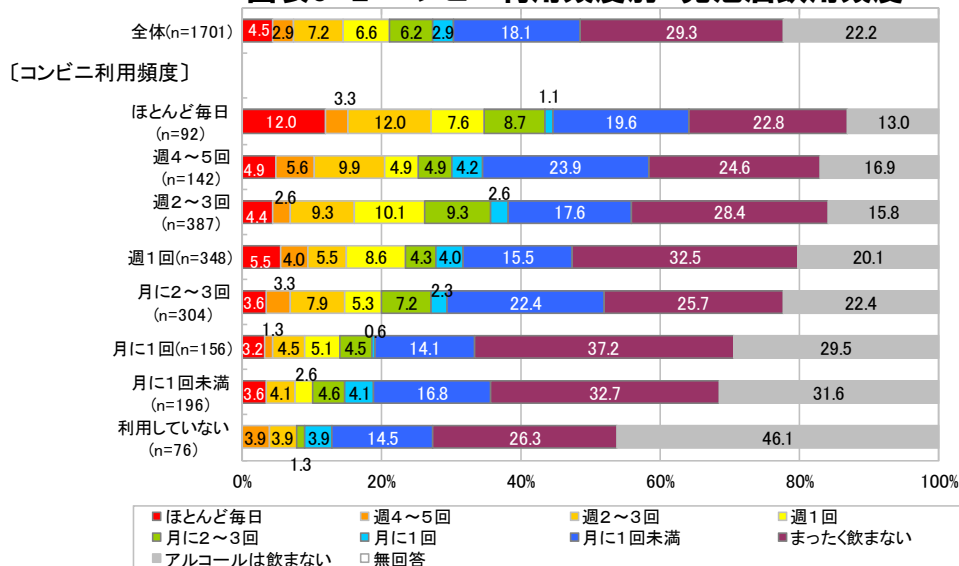
# ①コンビニヘビーユーザーの、利用頻度が高いもの

ここでは、コンビニ利用頻度を、様々なカテゴリーのデータとクロス集計し特徴を分析しました。

## <コンビニヘビーユーザーでの利用が多いもの>

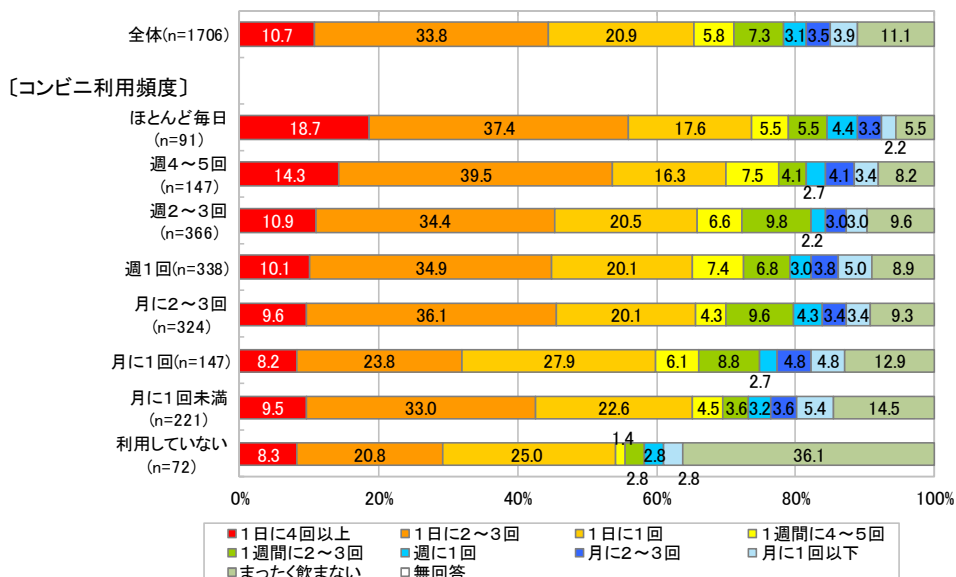
- ・発泡酒
- ・コーヒー、缶コーヒー
- ・紅茶飲料
- ・カップめん
- ・カップスープ
- ・冬のアイスクリーム利用頻度 等

### 図表3-2 コンビニ利用頻度別 発泡酒飲用頻度



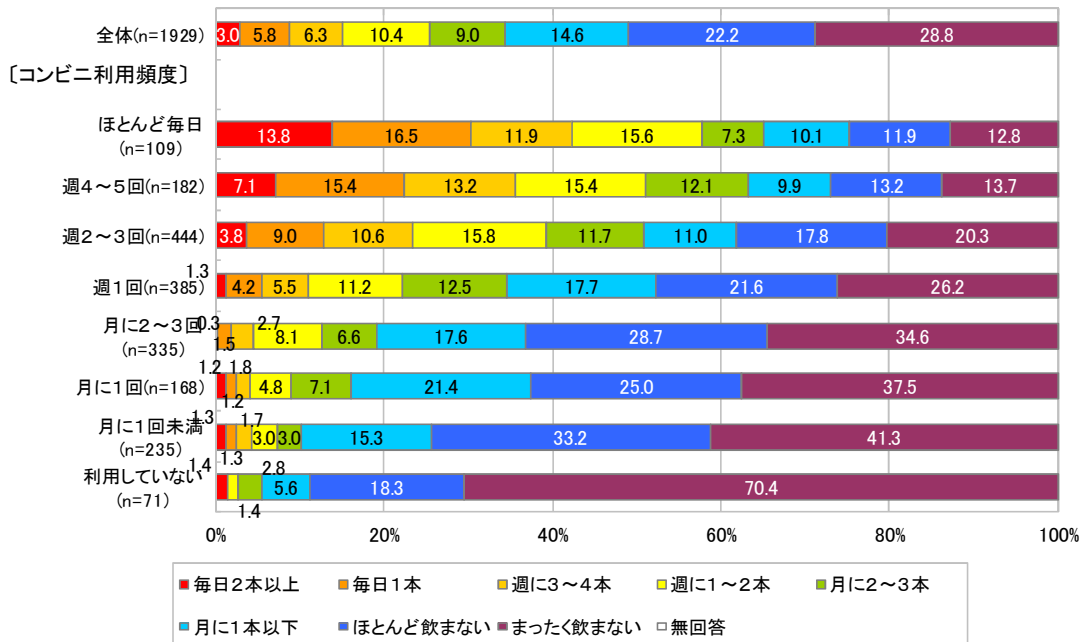
注) 発泡酒の飲用(第11回)(2013/9)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. あなたは、発泡酒をどのくらいの頻度で飲んでいますか。」

### 図表3-3 コンビニ利用頻度別 コーヒー飲用頻度



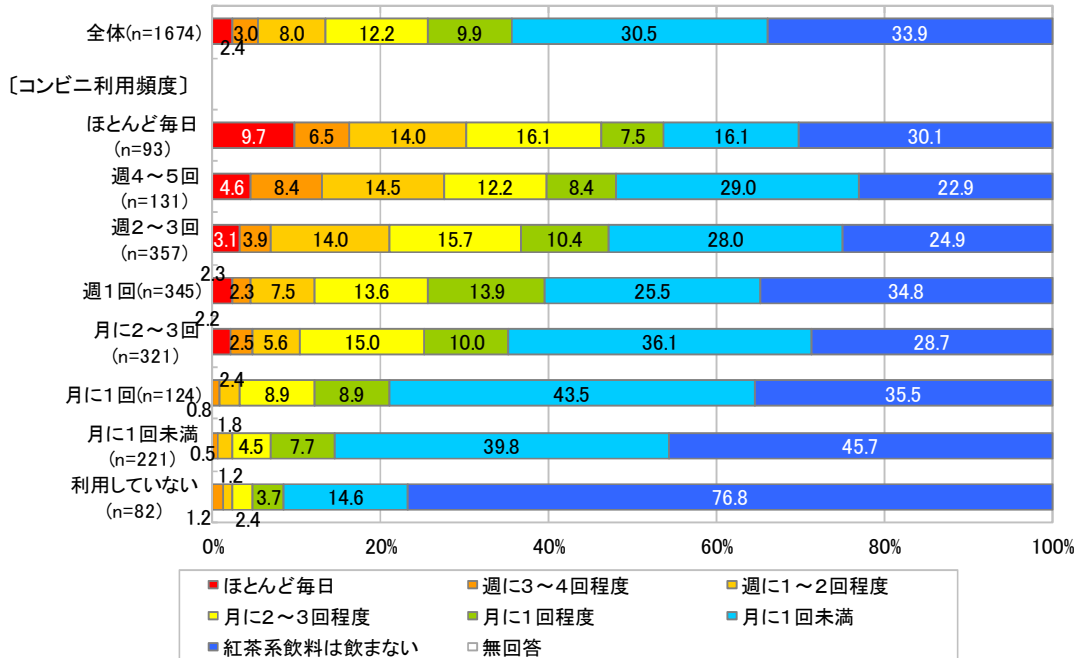
注) 日常生活とコーヒー(第4回)(2014/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. (全員)あなたはふだん、コーヒーをどのくらい飲みますか。レギュラーコーヒーの他、缶コーヒーやチルドカップのコーヒーなどもあわせた頻度をお答えください。」

図表3-4 コンビニ利用頻度別 缶コーヒー飲用頻度



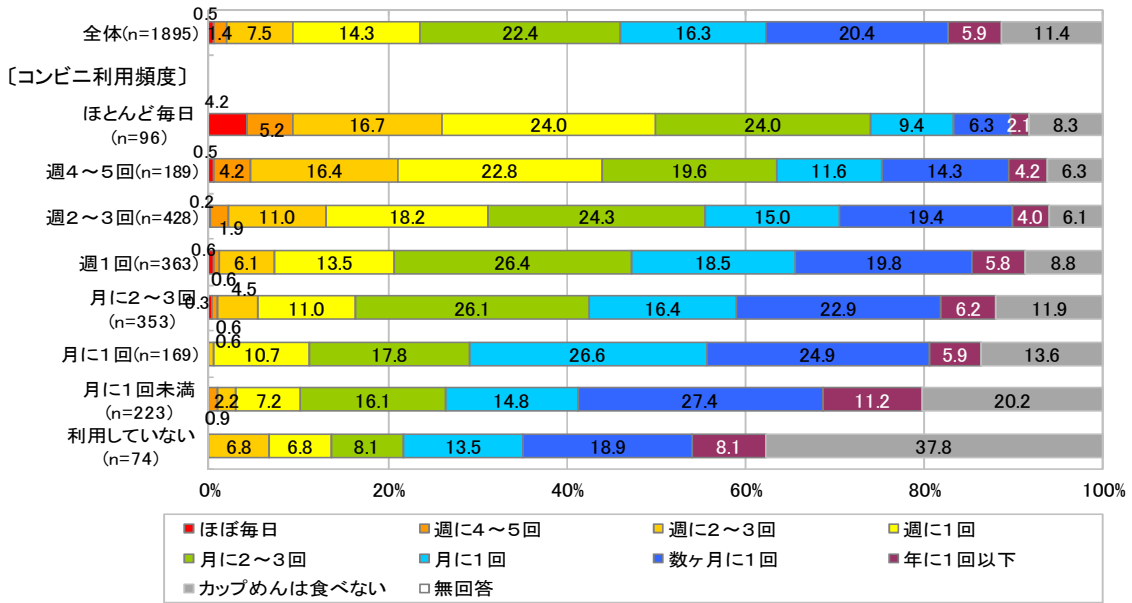
注) 缶コーヒー(第7回)(2014/3)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. あなたは普段、「缶コーヒー」をどれくらい飲んでいますか。」

図表3-5 コンビニ利用頻度別 紅茶飲料飲用頻度



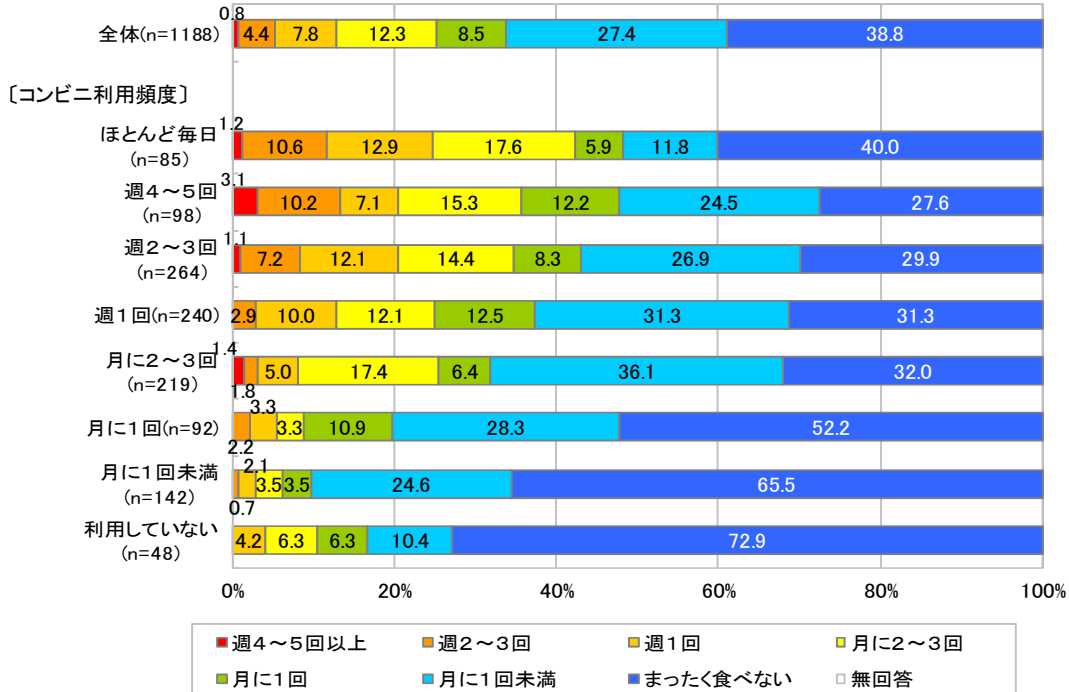
注) 紅茶飲料(2013/2)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. あなたは市販の紅茶系飲料をどのくらいの頻度で飲みますか」

図表3-6 コンビニ利用頻度別 カップめん利用頻度



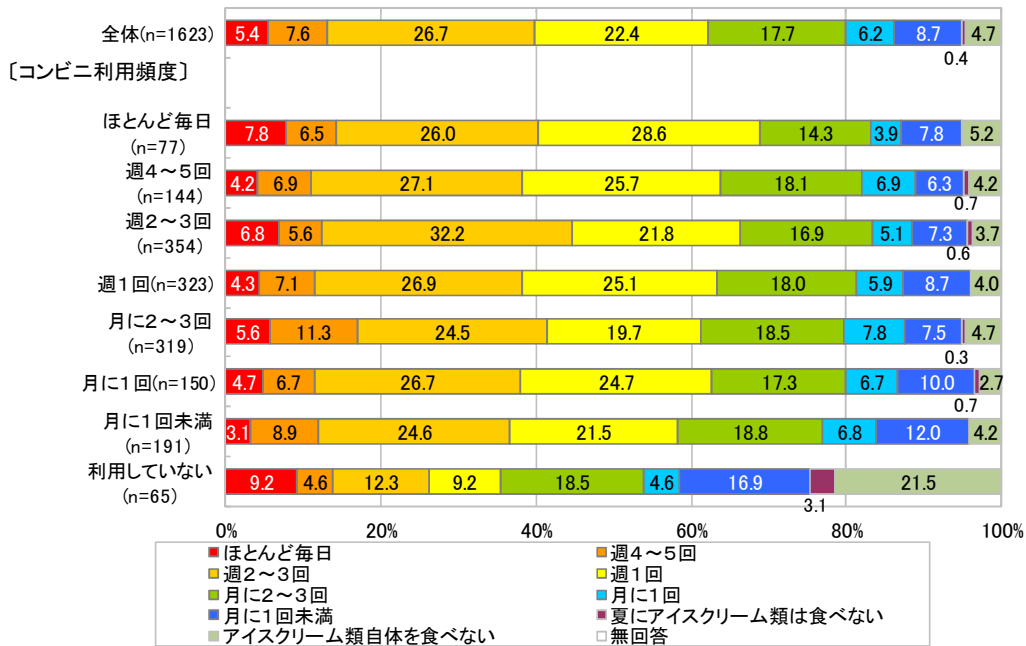
注)カップめん(第6回)(2014/3)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. あなたは、「カップめん」をどのくらいの頻度で食べますか。」

図表3-7 コンビニ利用頻度別 カップスープ利用頻度



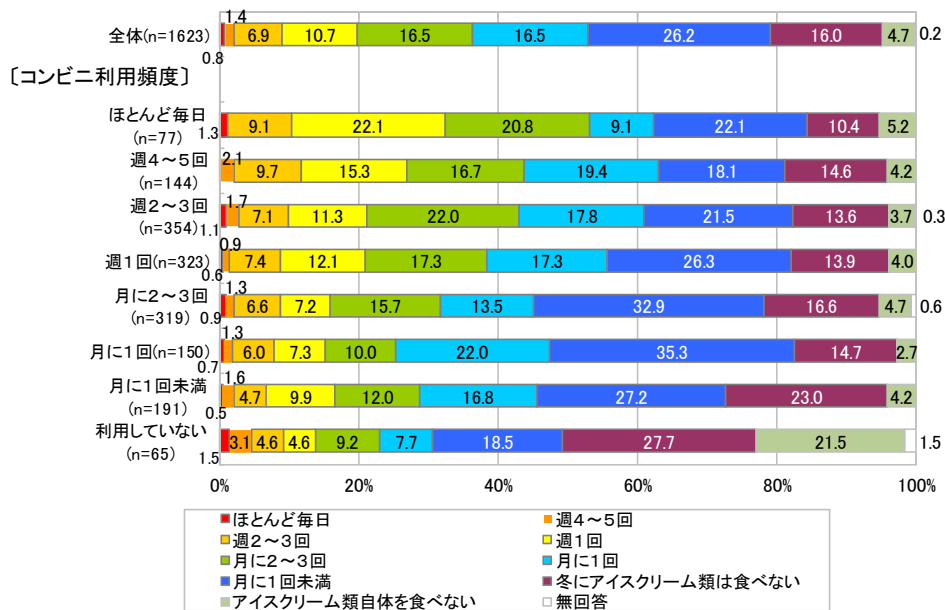
注)カップスープの利用(第5回)(2014/2)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q1. あなたは、インスタントのカップ入りスープ(使い捨てカップ入りのもの)をどのくらいの頻度で食べますか。」

図表3-8 コンビニ利用頻度別 夏にアイスクリームを食べる頻度



注) アイスクリーム(第3回)(2013/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q1. あなたは、夏にアイスクリーム類(氷菓含む)を食べるとき、どのくらいの頻度で食べますか。」

図表3-9 コンビニ利用頻度別 冬にアイスクリームを食べる頻度



注) アイスクリーム(第3回)(2013/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問は「Q2. あなたは、冬にアイスクリーム類(氷菓含む)を食べるとき、どのくらいの頻度で食べますか。」



## ②コンビニヘビーユーザーの、コーヒー飲用実態

MyELでは、利用実態だけではなく、利用シーン、意向など、背景や理由も把握することができます。ここでは、コンビニ利用頻度別に、コーヒーの飲用シーンや、意識等について分析しました。

- コンビニの利用頻度が高い層は、「缶コーヒー」「コンビニコーヒー」「チルドカップコーヒー」などの比率が高い。

図表3-10 コンビニ利用頻度別 よく飲むコーヒー(複数回答)

		インスタントコーヒー	レギュラーコーヒー(挽いた豆を 使った淹れるコーヒー)	缶 コー ヒー	カフェ・飲食店などのコーヒ (テイクアウト含む)	ドリップ バッグ コーヒ	ペット ボトル 入り コーヒ	コンビニ ストア でい れる ティ ク ア ウ ト の コー ヒー	チ ルド カ ッ プ コー ヒー	紙 バ ッ ク 入 り コー ヒー	カ ッ プ 式 自 動 販 売 機 の コー ヒー	リ キ ッ ド コー ヒー (液 体 を 水 に 溶 か し て 淹 れ る コー ヒー ・ ポ ー シ ョ ン コー ヒー な ど)	そ の 他	(%) 無 回 答
全体	1517	57.5	45.3	38.3	27.4	22.1	21.4	18.9	16.7	13.8	9.8	4.1	1.6	0.1
ほとんど毎日	86	40.7	40.7	65.1	31.4	29.1	20.9	37.2	23.3	14.0	15.1	10.5	0.0	0.0
週4~5回	135	46.7	45.2	60.0	30.4	23.7	27.4	28.9	25.2	20.0	17.0	5.9	3.0	0.0
週2~3回	331	55.3	45.3	49.2	33.5	20.5	24.5	29.3	22.4	16.9	10.3	3.9	2.7	0.3
週1回	308	59.1	44.8	32.8	29.2	23.4	16.9	18.2	18.5	12.3	10.7	2.9	1.6	0.3
月に2~3回	294	60.5	50.7	33.3	31.6	23.5	21.1	16.7	13.9	14.3	9.9	5.1	1.0	0.0
月に1回	128	67.2	40.6	28.1	17.2	24.2	23.4	4.7	8.6	6.3	7.0	1.6	0.8	0.0
月に1回未満	189	64.6	42.3	20.6	14.8	17.5	22.2	4.2	8.5	14.3	3.7	3.2	1.1	0.0
利用していない	46	52.2	47.8	15.2	6.5	10.9	4.3	0.0	2.2	0.0	2.2	0.0	2.2	0.0

全体より10ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上低い  
 全体より10ポイント以上低い

注) 日常生活とコーヒー(第4回)(2014/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q2.(コーヒーを飲む方)あなたが飲んでいるのはどんなコーヒーですか。(複数回答可)」

- コンビニの利用頻度が高い層は、「缶コーヒーが好き」「缶コーヒーはこだわっているブランドがある」の比率が高く、缶コーヒー好きな人が多い。

図表3-11 コンビニ利用頻度別 コーヒーに関する意識(複数回答)

		お茶や紅茶よりも コーヒ ーが 好き	コーヒ ーを 飲ま ないと 物足 りな い	飲 み 物 が 欲 し い と き は ま ず コー ヒー を 飲 む	イン ス タ ン ト コー ヒー が 好き	缶 コー ヒー が 好き	行 き つ け の 喫 茶 店 ・ カ フェ が ある	缶 コー ヒー は こ だ わ つ て い る ブラ ン ド が ある	豆 の 種 類 に こ だ わ つ て い る	体 に 効 果 が あ る コー ヒー を 飲 む こ と が あ る	特 保 (ト ク ホ )や エ ナ ジ ー な ど 身 体 に 効 果 が あ る コー ヒー を 飲 む こ と が あ る	コ ー ヒー チ ェ ー ン 店 で は カ ス タ マ イ ズ (好 み に あ わ せ た アレ ン ジ ー) を す る	方 か ら こ だ わ る	サイ フ オ ン や ド リ ッ プ 式 等 、 淹 れ み る	缶 コー ヒー の 新 商 品 は 必 ず 試 し て み る	チ ルド コー ヒー の 新 商 品 は 必 ず 試 し て み る	は タ ン プ ラ ー な ど を 持 参 し て い る 時	コ ー ヒー チ ェ ー ン 店 を 利 用 す る 時	ず 試 し て み る	コ ー ヒー チ ェ ー ン 店 の 新 商 品 は 必 ず 試 し て み る	い ず れ も あ て は ま ら な い	(%) 無 回 答	
全体	1517	36.8	32.1	17.7	14.4	10.3	7.1	4.9	4.9	2.8	2.6	2.6	2.4	2.4	2.4	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	28.7	0.5
ほとんど毎日	86	36.0	26.7	15.1	8.1	24.4	15.1	19.8	4.7	4.7	2.3	2.3	9.3	7.0	4.7	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	16.3	0.0
週4~5回	135	42.2	30.4	20.7	14.1	17.8	11.1	10.4	5.9	5.2	2.2	4.4	3.7	5.2	0.7	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	26.7	0.7
週2~3回	331	35.6	36.0	17.5	13.0	14.5	10.6	6.0	5.7	3.6	5.1	2.7	4.2	3.9	2.1	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	26.0	0.6
週1回	308	38.0	33.8	17.5	12.7	8.8	6.2	5.2	5.2	2.9	3.6	3.9	1.6	1.9	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	27.6	0.6
月に2~3回	294	35.7	31.3	18.4	15.0	6.8	6.5	1.0	5.1	2.0	1.7	1.4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	30.6	0.7
月に1回	128	35.2	35.9	18.0	21.1	6.3	1.6	1.6	2.3	2.3	0.8	1.6	0.0	1.6	0.0	1.6	0.0	1.6	0.0	1.6	0.0	30.5	0.0
月に1回未満	189	35.4	30.7	18.0	17.5	3.7	2.6	1.1	4.8	0.5	0.5	2.1	0.5	0.0	2.1	0.0	2.1	0.0	2.1	0.0	2.1	36.5	0.5
利用していない	46	39.1	8.7	10.9	15.2	2.2	0.0	0.0	2.2	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.0	0.0

全体より10ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上高い  
 全体より5ポイント以上低い  
 全体より10ポイント以上低い

注) 日常生活とコーヒー(第4回)(2014/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q7.(コーヒーを飲む方)次の中で、あなたがあてはまると思うものをお選びください。(複数回答可)」

- コンビニの利用頻度が高い層は、コーヒーを「職場」「コーヒーチェーン店」「車の中」などで飲む人が、他の層より多い。

図表3-12 コンビニ利用頻度別 コーヒーを飲む場所(複数回答)

(%)

	自宅	職場	コーヒーチェーン店(スターバックス、ドトール、タリーズなど)	喫茶店・カフェ	車の中	ファミリーストランド、モスバーガー、ケンタッキーなど)	ファミリーストラン	屋外	その他飲食店	ショッピングモールなどのフードコート	映画館、テーマパーク・遊園地、ゲームセンターなど遊戯施設	コンビニエンスストアのイトイ	電車、飛行機など	学校	その他	無回答	
全体	1517	86.9	40.1	26.8	22.3	18.9	16.9	16.7	8.1	6.5	6.1	5.6	5.3	4.9	1.2	2.0	0.3
ほとんど毎日	86	70.9	62.8	40.7	32.6	29.1	20.9	17.4	11.6	2.3	9.3	9.3	5.8	2.3	2.3	1.2	1.2
週4~5回	135	80.0	58.5	33.3	25.9	26.7	25.9	20.7	8.9	8.1	5.2	7.4	14.1	8.1	2.2	2.2	0.7
週2~3回	331	83.4	53.8	29.3	23.0	24.2	19.3	19.3	10.6	8.2	7.6	6.0	7.6	6.6	1.8	0.3	0.3
週1回	308	88.6	36.0	29.5	23.7	20.1	17.5	17.9	6.8	6.5	7.5	7.8	5.2	6.2	1.0	2.6	0.3
月に2~3回	294	89.1	33.0	30.3	26.2	17.0	17.3	18.4	8.8	7.5	7.1	6.8	3.4	4.8	1.0	3.7	0.0
月に1回	128	90.6	30.5	15.6	14.1	10.9	14.1	9.4	6.3	5.5	4.7	1.6	0.8	2.3	0.0	1.6	0.8
月に1回未満	189	94.7	22.8	14.3	15.3	9.5	9.0	13.2	5.3	5.3	1.6	0.5	1.1	0.5	0.5	1.1	0.0
利用していない	46	93.5	15.2	4.3	6.5	4.3	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0

- 全体より10ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上低い
- 全体より10ポイント以上低い

注) 日常生活とコーヒー(第4回)(2014/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q5.(コーヒーを飲む方)あなたはコーヒーをどんな場所で飲む事が多いですか。(複数回答可)」

- 「仕事・勉強・家事をしながら」「タバコを吸うとき」などにコーヒーを飲む人が多い。

図表3-13 コンビニ利用頻度別 コーヒーを飲む場面(複数回答)

(%)

	朝食時	おやつの時	リラクゼーションしたいとき	休憩中・休み時間	仕事・勉強・家事をしながら	気分転換するとき	昼食時	食後	起床時	眠気を覚ましたとき	車に乗るとき	のどが渇いたとき	行楽・レジャーのとき	タバコを吸うとき	気合を入れたとき	寒いとき	夕食時	寝る前	暑いとき	お風呂あがり	暇つぶし	イライラしたとき	おながすいたとき	運動・スポーツの後	お酒を飲んだ後	その他	特に決まっていない	無回答	
全体	1517	44.6	40.6	32.4	31.1	29.7	25.7	23.6	23.5	16.7	16.7	14.0	11.9	8.6	5.9	5.7	5.2	4.8	4.5	4.4	3.9	3.9	3.2	3.0	1.9	1.6	0.9	2.8	0.2
ほとんど毎日	86	40.7	30.2	27.9	36.0	44.2	23.3	24.4	29.1	20.9	20.9	23.3	14.0	5.8	11.6	7.0	4.7	8.1	9.3	5.8	7.0	4.7	4.7	2.3	1.2	2.3	0.0	2.3	0.0
週4~5回	135	47.4	33.3	28.1	40.0	39.3	25.2	31.9	28.1	19.3	20.7	17.8	12.6	10.4	15.6	8.9	4.4	10.4	9.6	5.9	8.9	5.9	5.9	3.0	5.2	5.9	1.5	3.0	0.0
週2~3回	331	42.3	34.1	37.5	34.7	39.0	31.7	23.9	24.2	16.6	20.5	20.8	16.3	10.3	8.5	7.3	5.1	4.5	5.1	6.6	3.6	3.3	3.6	3.0	1.8	0.9	0.9	2.1	0.0
週1回	308	44.8	44.2	34.4	29.5	27.9	25.3	22.1	26.6	18.5	14.9	14.9	12.0	10.1	4.5	4.9	6.5	4.9	2.9	4.5	2.9	5.5	2.9	2.3	1.9	1.3	0.6	2.3	0.3
月に2~3回	294	43.5	44.2	32.7	30.6	25.9	26.5	22.4	25.2	13.3	16.7	11.9	10.9	10.9	3.1	5.4	5.4	3.4	3.7	2.7	3.1	3.4	3.7	4.4	1.7	2.4	2.0	3.4	0.0
月に1回	128	45.3	56.3	26.6	25.8	18.8	21.1	25.0	11.7	18.0	9.4	4.7	8.6	3.1	1.6	6.3	6.3	3.1	1.6	5.5	0.8	2.3	0.0	1.6	0.0	0.8	0.8	3.1	0.8
月に1回未満	189	49.2	44.4	33.3	26.5	19.0	24.3	22.8	18.5	14.8	13.8	6.3	9.0	4.8	2.6	2.1	4.2	3.2	3.2	1.6	5.3	3.2	2.1	4.2	2.1	0.0	0.0	2.1	0.5
利用していない	46	45.7	21.7	15.2	17.4	4.3	13.0	15.2	15.2	13.0	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0	2.2	0.0	4.3	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7	0.0

- 全体より10ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上低い
- 全体より10ポイント以上低い

注) 日常生活とコーヒー(第4回)(2014/7)とコンビニエンスストアの利用(第3回)(2014/2)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q6.(コーヒーを飲む方)あなたはコーヒーをどういった場面で飲むことが多いですか。(複数回答可)」

# 事例-4.(マッチング分析事例) ライフスタイル別分析

MyELでは、商品・サービスに関する調査の他に、『コト』に関する調査も多数実施しています。

ここでは、「ライフスタイル(第2回)」「(2012/3実施)」といくつかの調査テーマをマッチングして集計し、価値観などの特徴を分析した結果をまとめました。

オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

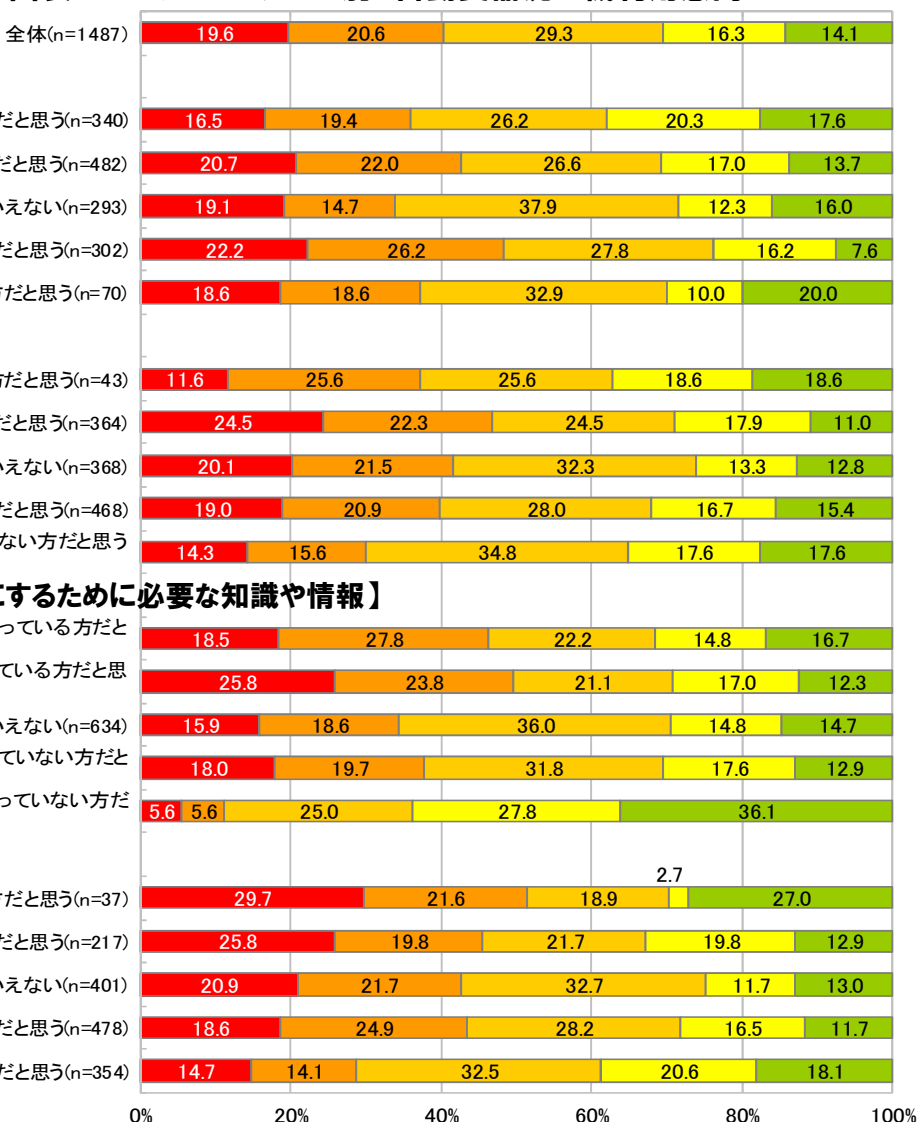
- ・ライフスタイル(第2回)といくつかのテーマのマッチングをしたうえで、「時間的ゆとり」「経済的ゆとり」「自分の生活をよりよいものにするために必要な知識や情報」「交友・交流」を分析軸に、いろいろなテーマの設定問を表頭としてクロス集計を出力
- ・それぞれの集計結果の%表をcsv形式でエクスポート

そのデータから特徴的なものをピックアップしexcelでグラフ・図表化しました。

## ① ライフスタイル × 自動食器洗い機利用意向

- 自動食器洗い機の利用意向が高い層は次のような特徴がある
- ・自分の生活をよりよいものにするための知識・情報がある、人との交友・交流がある
- ・「経済的なゆとりがややある」または「時間的なゆとりがあまりない」

図表4-1 ライフスタイル別 自動食器洗い機利用意向



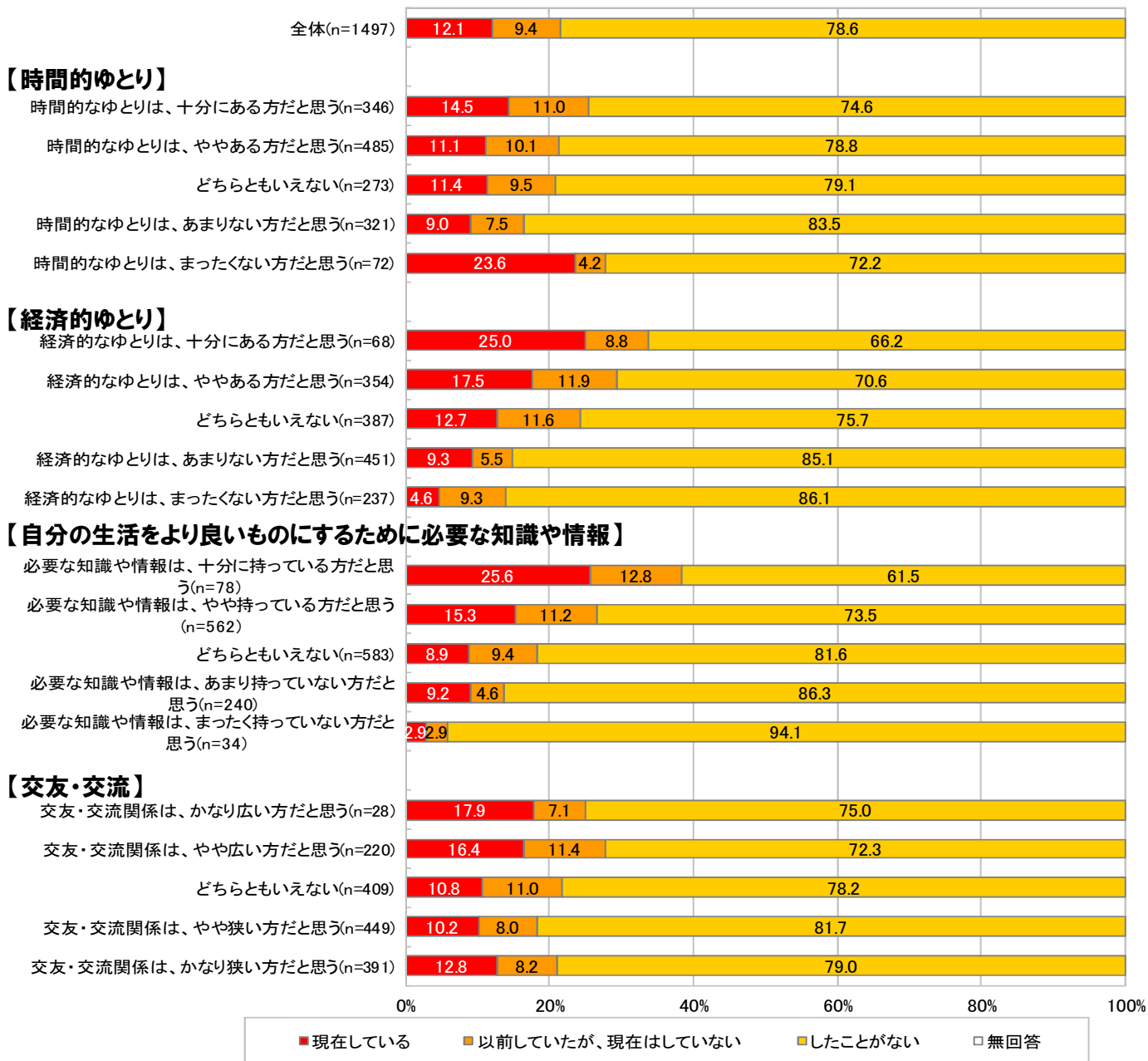
■是非使いたい ■やや使いたい ■どちらともいえない ■あまり使いたくない ■まったく使いたくない □無回答

注)自動食器洗い機(第5回)(2014/2)とライフスタイル(第2回)(2012/3)の同一回答者をマッチングしたデータ。設問文は「Q8.(全員)今後、自動食器洗い機を使ってみたいと思いますか。現在お持ちの方は、今後も使いたいと思いますか。」

## ②ライフスタイル × 外貨預金実施状況

- 外貨預金をする人は、次のような特徴がある
  - ・経済的余裕がある人
  - ・自分の生活をよりよいものにするための知識・情報がある人

図表4-2 ライフスタイル別 外貨預金実施状況



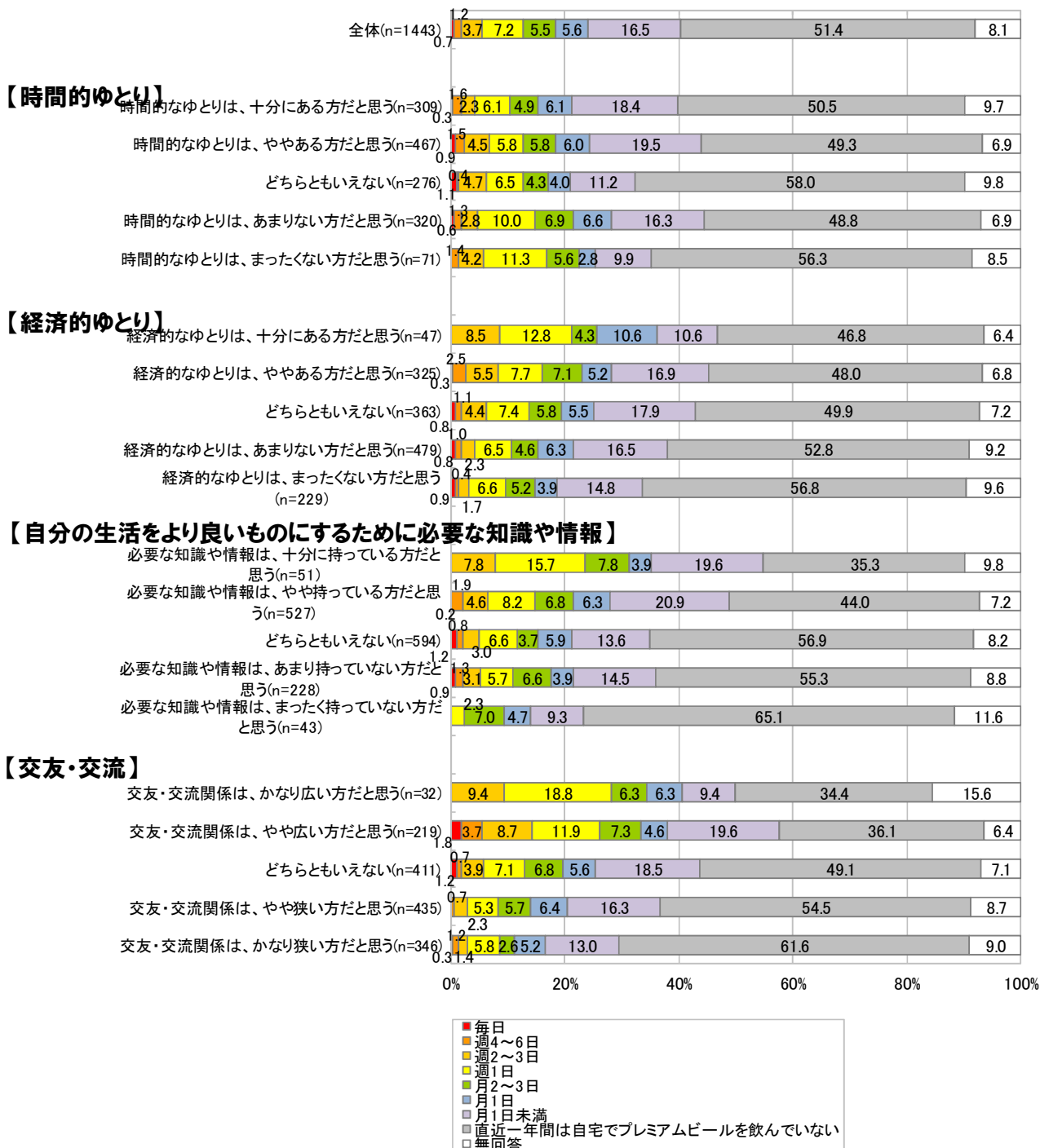
※n=30未満は参考値

注)外貨預金(第8回)(2014/5)とライフスタイル(第2回)(2012/3)の同一回答者をマッチングしたデータ。  
設問文は「Q1. あなたは、「外貨預金」をしたことがありますか ※FXは除きます」

### ③ライフスタイル × プレミアムビールの飲用頻度

- プレミアムビールを飲む人、頻度が高い人は、次のような特徴がある
- ・経済的余裕がある人
- ・自分の生活をよりよいものにするための知識・情報がある人
- ・交友・交流が広い人。

図表4-3 ライフスタイル別 プレミアムビールの飲用頻度



注1) プレミアムビールの飲用(第6回)(2014/6)とライフスタイル(第2回)(2012/3)の同一回答者をマッチングしたデータ。

注2) 「Q4. (Q2で1~9にお答えの、直近1年間に自宅でプレミアムビールを飲んだ方) あなたは普段、自宅で、プレミアムビールをどのくらいの頻度で飲んでますか」を、全体ベースで再計算したものの。

# ■事例-5.(マッチング分析事例) 缶チューハイのブランドスイッチ分析

MyELでは、同テーマの時系列比較もできます。ここでは「缶チューハイの飲用」の、2012年・2013年の調査データをマッチングし、ブランドスイッチの傾向を分析しました。

## ① 缶チューハイ主飲用銘柄の状況

オンライン集計サービスで、次の作業を行いました。

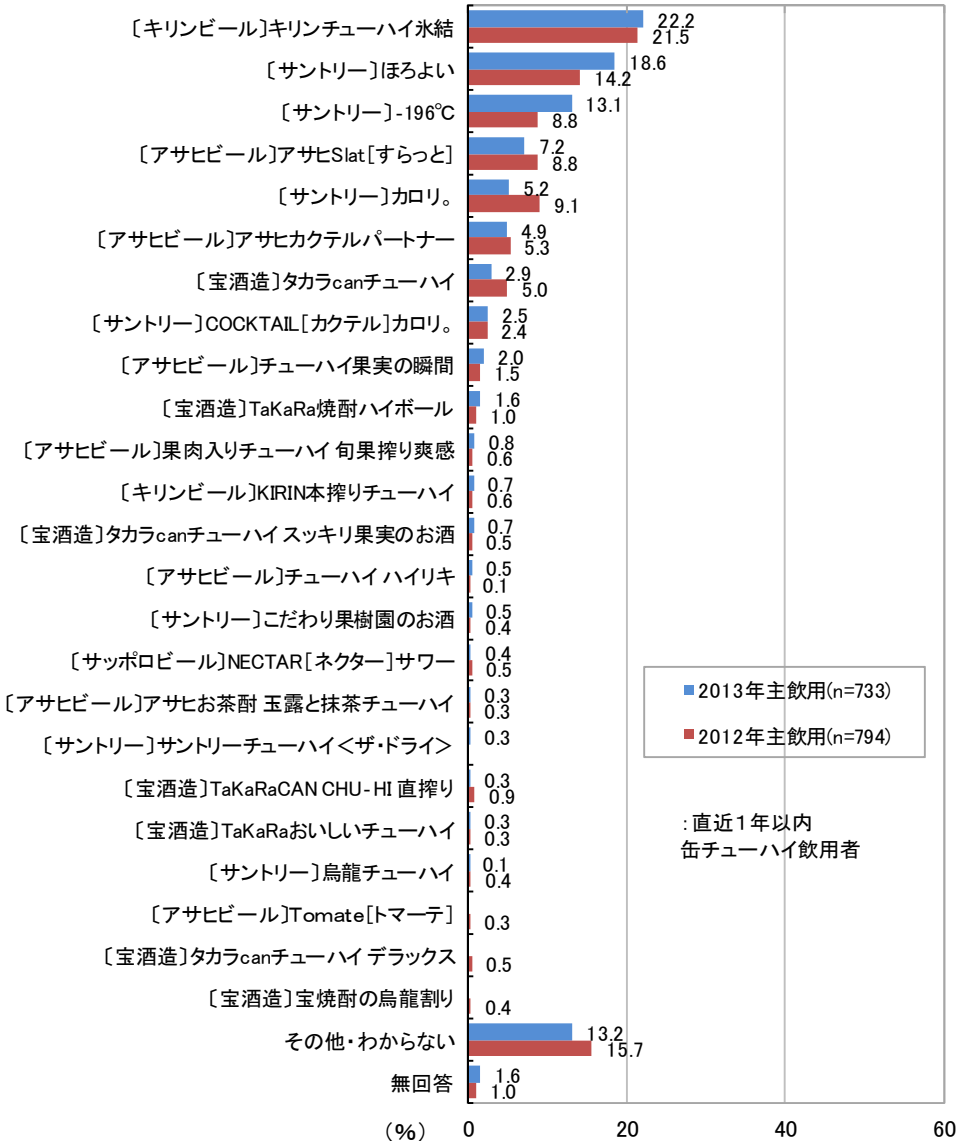
- ・缶チューハイの飲用の、第10回(2013年)と第9回(2012年)のデータをマッチングした上で、2012年の主飲用銘柄、2013年主飲用銘柄の単純集計結果を出力

- ・集計結果の%表をcsv形式でエクスポート

そのデータを使ってexcelでグラフ化しました。

- 「ほろよい」「-196℃」は、2012年よりも増加傾向
- 「カロリー。」は2012年よりも減少傾向

図表5-1 2012・2013年の主飲用銘柄  
(2012年、2013年の両方に回答した人のデータ)



注1) 2012年2013年のデータをマッチングし両方に回答している人を抽出し集計している。

注2) 2012年2013年の両方に共通する銘柄を表示。残りは「その他・わからない」に合算。



## ②缶チューハイ主飲用銘柄の流入・流出状況

2012年・2013年の缶チューハイ主飲用銘柄の上位5ブランドについての、流入・流出件数の算出手順は次のとおりです。

### ①各銘柄の、2012年⇄2013年の主飲用ブランドの継続飲用、流入、流出をカウントする

オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

- ・缶チューハイの飲用第10回(2013年)と第9回(2012年)のデータをマッチング
- ・「2012年主飲用銘柄別×2013年主飲用銘柄」のクロス集計(度数表)を出力しcsv形式でエクスポート

出力データから、各銘柄ごとに次の3つの件数をカウントします。

【継続飲用】 2012年・2013年とも同じ銘柄Aを主に飲んでいる人

【他ブランドからの流入】2013年の主飲用銘柄A飲用者のうち、2012年に違う銘柄を主に飲んでいた人

【他ブランドへの流出】 2012年の主飲用銘柄A飲用者のうち、2013年に違う銘柄を主に飲んでいる人



### (参考) 出力例

【2013年主飲用銘柄(度数表)】

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
2013年→																									
Q3. (Q2で〜30にお答えの、1年以内に缶チューハイを飲んだ方)Q2で回答した直近1年間に飲んだ中で、あなたが最もよく飲んでいる缶チューハイはどれですか																									
			合計	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ	(アサヒビール)アサヒ
全体(度数)	733	53	36	15	2	4	6	0	1	163	5	96	1	38	18	4	2	136	3	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒSlat[すらっど](度数)	57	28	1	1	0	1	1	0	0	5	0	2	0	2	0	0	0	11	1	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒカクテルパートナー(度数)	31	1	13	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	1	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒ果実の瞬間(度数)	12	1	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒSPARX[スパークス](度数)	7	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒお茶酎 玉露と抹茶チューハイ(度数)	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒハイハイ(度数)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒ黒肉入りチューハイ 旬果搾り(度数)	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒTomato[トマテ](度数)	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒキリンチューハイ氷結(度数)	151	1	5	3	1	0	0	0	0	97	2	23	1	0	1	0	1	11	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒKIRINは搾りチューハイ(度数)	3	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒ196℃(度数)	63	1	0	0	0	0	1	0	0	7	0	4	0	1	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒ鳥籠チューハイ(度数)	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒカカリ(度数)	62	8	3	0	0	0	1	0	0	8	1	5	0	21	3	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒCOCKTAIL[カクテル]カカリ(度数)	16	0	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	9	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒこたわり果樹園のお酒(度数)	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒサントリーチューハイ<サトライ>(度数)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒほろよい(度数)	91	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	0	74	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒNECTAR[ネクター]サワー(度数)	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒトライアングル ジンジャーハイ(度数)	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒタカカンチューハイ(度数)	30	0	2	0	0	2	0	0	0	4	0	3	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒタカカンチューハイ スッキリ果実の本(度数)	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒタカカンチューハイ テラックス(たっ)っ(度数)	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Q3. (アサヒビール)アサヒタカカンチューハイ 碧空(度数)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

【2012年主飲用銘柄(度数表)】

### ②各銘柄と、缶チューハイ直近1年間非飲用者との流入・流出をカウントする

オンライン集計サービスで次の作業を行いました。

- ・缶チューハイの飲用第10回(2013年)と第9回(2012年)のデータをマッチング
- ・次のクロス集計(度数表)を出力しcsv形式でエクスポート

2012年缶チューハイ飲用頻度別 × 2013年主飲用銘柄 ※「缶チューハイは飲まない」「アルコールは飲まない」の件数

2013年缶チューハイ飲用頻度別 × 2012年主飲用銘柄 ※「缶チューハイは飲まない」「アルコールは飲まない」の件数

2012年直近1年以内に飲んだ缶チューハイの銘柄(MA)別 × 2013年主飲用銘柄 ※「1年以内には飲んでいない」の件数

2013年直近1年以内に飲んだ缶チューハイの銘柄(MA)別 × 2012年主飲用銘柄 ※「1年以内には飲んでいない」の件数

出力データから、各銘柄ごとに、直近1年以内非飲用者(「1年以内には飲んでいない」+「缶チューハイは飲まない」+「アルコールは飲まない」)の件数をカウントします。

【缶チューハイ直近1年以内非飲用者からの流入】2013年の主飲用銘柄A飲用者のうち、2012年の直近1年以内に缶チューハイを飲んでいない人・缶チューハイを飲んだことがない人

【缶チューハイ直近1年以内非飲用者への流出】 2012年の主飲用銘柄A飲用者のうち、2013年の直近1年以内に缶チューハイを飲んでいない人・缶チューハイを飲んだことがない人

2012年・2013年いずれかで主飲用である人に占める、継続飲用者、流入・流出者の傾向を比較します。

各銘柄について、2012年、2013年のいずれかで主飲用であると回答した件数を母数とし、各銘柄ごとに継続利用・流入・流出の構成比を算出したものを、比較しました。

**<2012年から主飲用者の比率が増えている銘柄>**

- ほろよい：継続利用が多い
- 196℃：他ブランドからの流入が多い

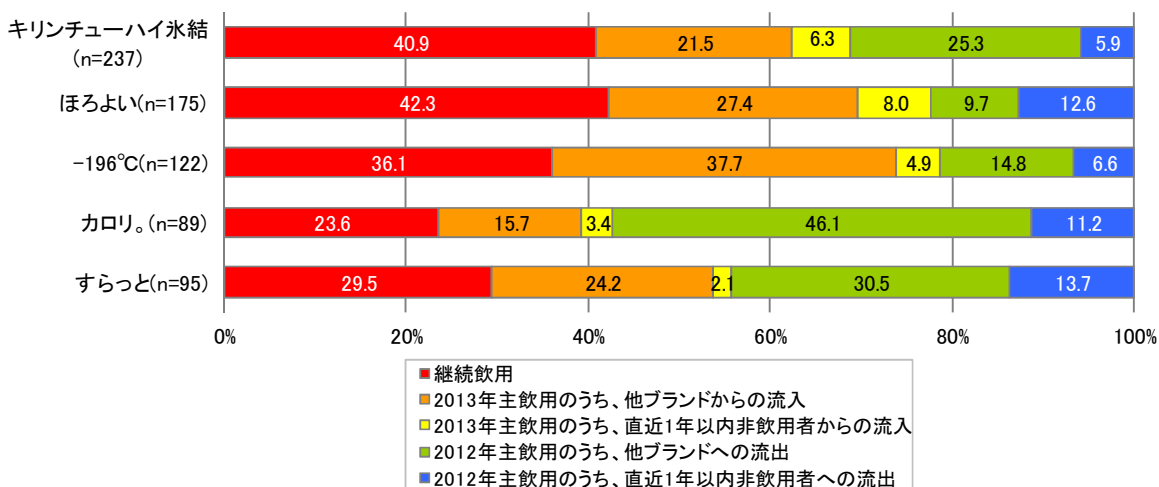
**<2012年から主飲用の比率が減っている銘柄>**

- カロリー。：他ブランドへの流出が多い

**<主飲用比率の変化があまりない銘柄>**

- キリンチューハイ氷結：継続利用が多い →固定ユーザーが多い
- すらっと：継続利用は少ない。流入・流出とも多い →流動的

**図表5-2 2012-2013年のいずれかで主飲用である人に占める、各銘柄ごとの、流入・流出・継続利用の構成比**



注1)「缶チューハイの飲用」の第9回(2012/6)、第10回(2013/6)のいずれにも回答した人のデータを抽出。

注2)グラフ中の%は、2012年・2013年のいずれかで各銘柄を主飲用の人に占める割合。

注3)「直近1年以内非飲用者」は、「1年以内には飲んでいない」+「缶チューハイは飲まない」+「アルコールは飲まない」の合計