

不況に強い定番商品とは？

自分にとっての「定番商品」は、ペットボトル飲料では52%、シャンプーでは43%が「あり」。

食品・日用品の各カテゴリーで「自分にとっての定番商品」の有無を聞いたところ、ペットボトル飲料では52%、シャンプーでは43%が「ある」とこたえ、このカテゴリーでは不況に強い“定番商品”が存在するのが窺える。“節約”に関する意見により分類したクラスター別（*分類基準は下記参照）にみると、節約を楽しみながらしている“エンジョイ派”では他よりも「自分にとっての定番商品」があるとする者が少なく、いろいろな物を購入している傾向が窺える。

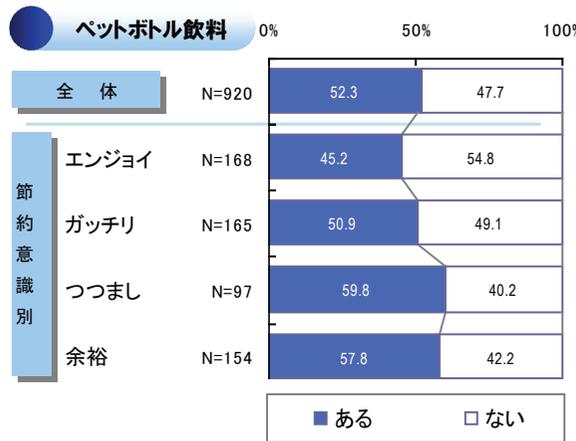
お茶系ペットボトル飲料の定番商品の購入理由は「おいしさ」と「安心感」。定番以外に購入する新商品は「健康」「今までにない味」。

ペットボトル飲料で定番商品としてあげられた上位は「伊藤園・お〜いお茶」「サントリー・伊右衛門」「キリン・生茶」「サントリー・烏龍茶」といずれもお茶系飲料。その購入理由をみると、発売20年以上を経過しているブランド「お〜いお茶」「烏龍茶」に関しては「飲みなれている・安心」となっているのに対し、比較的新しいブランド「伊右衛門」「生茶」では「おいしさ・味」があげられている。また定番商品以外で購入する新商品は「健康に効果」「今までにない味」があげられている。

シャンプーの定番商品は「髪にあう」「値ごろ感」「香り」、資生堂TSUBAKIは「CM」も影響。

シャンプーで定番商品としてあげられた上位は「資生堂・TSUBAKI」「ユニリーバLux」「P&Gバンテーン」。その購入理由はいずれも「髪にあうこと」があげられているが、「TSUBAKI」では「CM」の影響が大きいことも見逃せない。「Lux」「バンテーン」では「髪にあう」うえに「値段が手ごろ」なことが決め手となっているよう。

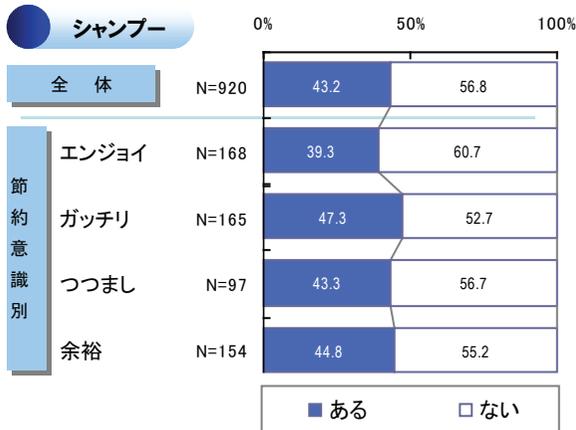
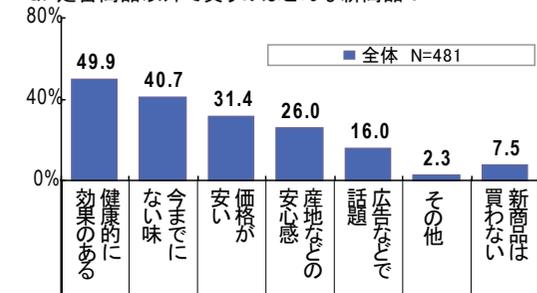
Q. あなたがいつも買う“あなたにとっての定番商品”はありますか。



Q. あなたにとっての“定番商品”といつも購入する理由をお教えてください。（自由回答抜粋）

メーカー	ブランド	n	主な理由
伊藤園	お〜いお茶	59	飲みなれている・安心感・お茶メーカー
サントリー	伊右衛門	34	おいしい・CMが好き
キリン	生茶	31	おいしい・独特の味わい
サントリー	烏龍茶	31	飲みなれている・料理に合う・家族が好き
コカ・コーラ	爽健美茶	26	スッキリ、サッパリした味
キリン	午後の紅茶	20	味が好き・昔から買っている
コカ・コーラ	コカ・コーラ	20	昔からある・炭酸といえばコーラ
サントリー	ペプシNEX	20	味が好き・カロリーオフ
コカ・コーラ	コカ・コーラZERO	18	カロリーゼロ・おいしい
アサヒ飲料	三ツ矢サイダー	13	家族が好き・飲みなれている

Q. 定番商品以外で買うのはどんな新商品？



メーカー	ブランド	n	主な理由
資生堂	TSUBAKI	72	髪にあう・CMがいい・香りが好き
ユニリーバ	Lux	50	髪にあう・値段が手ごろ・使い慣れている
P&G	バンテーン	35	髪にあう・値段が手ごろ
花王	メリット	32	家族で使える・肌によい
花王	アジエンス	20	髪にあう・香りが好き

分類基準	エンジョイ派	ガッチリ派	つつまし派	余裕派
節約するのは必要にせまられている	○	○	○	○
節約は時代の流れでしている	○	○	○	○
節約は楽しい/楽しみながらしている	○	○	○	○
節約はつまらない/つらい	○	○	○	○
節約した分を何かに使うことで満足	○	○	○	○
節約したのは明細を見るだけで満足	○	○	○	○

