

## IV. 普段のお買い物について

1. 店頭での商品購入際の不満・要望
2. 買物サポートへの期待

### 【調査概要】

- ◇調査方法 インターネットによるアンケート調査
- ◇調査期間 2025年7月31日～8月4日
- ◇調査対象 日本国内在住の60歳以上の男女
- ◇回答者数 3,200名（内訳：各年代区分、男女400名ずつ）  
\*年代区分（60～64歳、65～69歳、70～74歳、75歳以上の4区分）

### 1. 店頭での商品購入する際の不満・要望

---

普段、お買物で商品を選ぶとき、不便を感じる点、改善を希望される点、買物サポートへの期待について調査した。

#### 「文字が小さくて読めない」が最大な問題点

---

普段、店頭での商品購入際の不満・要望として、「商品説明の文字が小さい」（47.5%）が最も多い。これは年齢とともに深刻化し、75歳以上では58.4%となっている。これは買い物における最も根本的で、解決が急がれる課題と言える。ついで、「同じ商品でも種類が多すぎて、選ぶのに迷う」28.1%、「目当ての商品棚の場所がわかりにくい」22.1%、「値札・商品価格がわかりにくい」21.7%、「商品説明がわかりにくい」18.9%、「製造時期・使用期限などの表示がわかりにくい」17.2%、「わかりやすい商品説明のPOPを付けてほしい」13.6%という順だった。また、「小さいサイズ・小分けにしてある商品がほしい」19.8%という要望も多く、単身高齢者が増えていく中で重要な課題の一つとも感じられる。

#### 買物サポートへの期待：「店員のいるレジを充実させてほしい」

---

商品購入をするときサポートしてもらいたいこととして、最も多いのは「店員のいるレジを充実させてほしい」（15.5%）で、年齢とともに希望が強まり、特に75歳以上の男性（21.8%）からの要望が強い。

ついで、「無人レジの使い方を分かりやすくしてほしい」（13.8%）という要望だった。有人レジを望む声と同時に、新しいシステムへの戸惑いを解消してほしいという切実な願いがうかがえる。

そして、「会員アプリの使い方を簡単にしてほしい」は10.6%。特に60代後半～70代の女性を中心に、複雑なスマホアプリへの不満が見られる。

## 店頭での商品購入する際の不満・要望

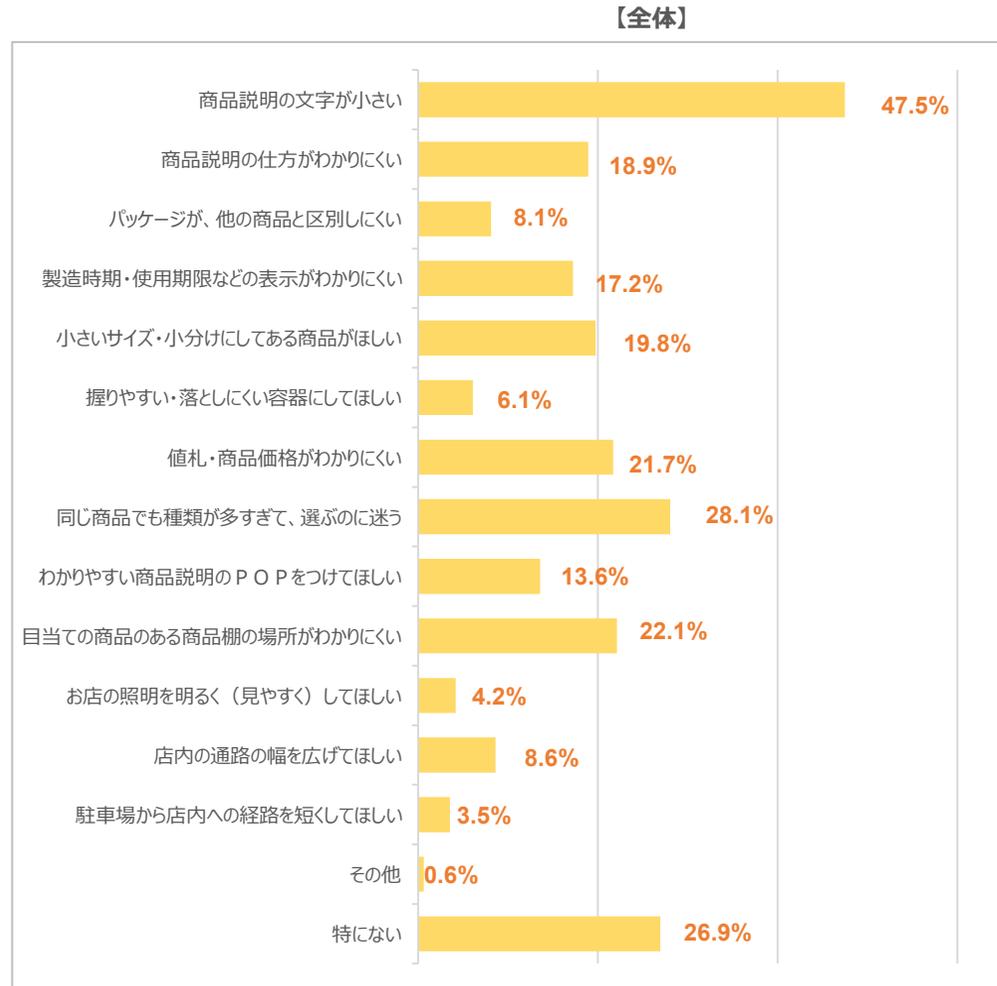
Q.あなたは普段、お買物で商品を選ぶとき、不便を感じることに、改善を希望される点などがありますか？

## IV. 普段のお買い物について

### 1. 店頭での商品購入する際の不満・要望

Q14. あなたは普段、お買物で商品を選ぶとき、不便を感じる点、改善を希望される点などがありますか。(MA)

	人数(人) n = 3,200	%
商品説明の文字が小さい	1519	47.5
商品説明の仕方がわかりにくい	606	18.9
パッケージが、他の商品と区別しにくい	260	8.1
製造時期・使用期限などの表示がわかりにくい	551	17.2
小さいサイズ・小分けにしてある商品がほしい	632	19.8
握りやすい・落としにくい容器にしてほしい	195	6.1
値札・商品価格がわかりにくい	694	21.7
同じ商品でも種類が多すぎて、選ぶのに迷う	898	28.1
わかりやすい商品説明のPOPをつけてほしい	435	13.6
目当ての商品のある商品棚の場所がわかりにくい	708	22.1
お店の照明を明るく(見やすく)してほしい	134	4.2
店内の通路の幅を広げてほしい	275	8.6
駐車場から店内への経路を短くしてほしい	113	3.5
その他	20	0.6
特にない	862	26.9



## IV. 普段のお買い物について

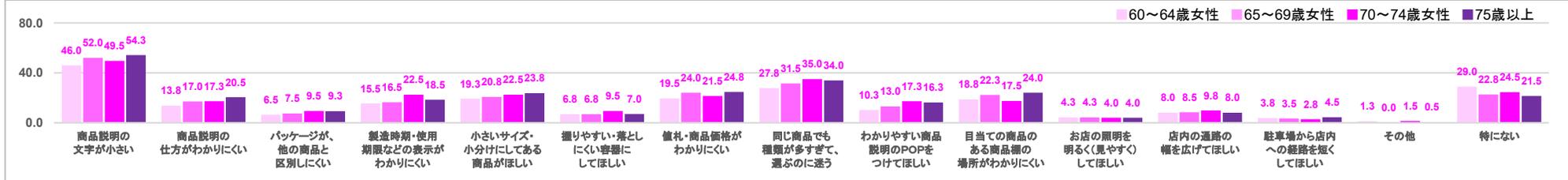
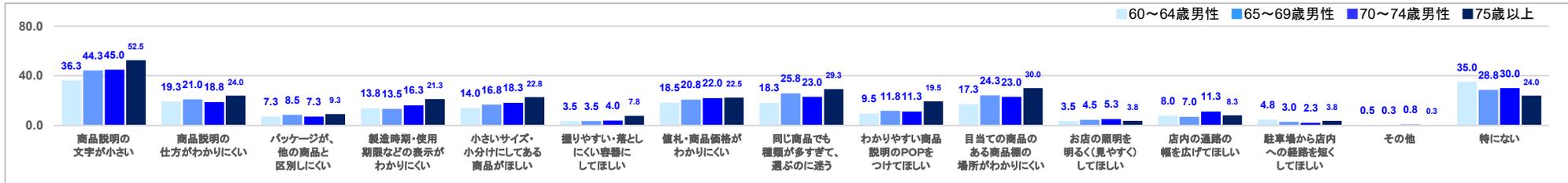
### 1. 店頭での商品購入する際の不満・要望

(%)

	合計	商品説明の文字が小さい	商品説明の仕方がわかりにくい	パッケージが、他の商品と区別しにくい	製造時期・使用期限などの表示がわかりにくい	小さいサイズ・小分けにしてある商品がほしい	握りやすい・落としにくい容器にしてほしい	値札・商品価格がわかりにくい	同じ商品でも種類が多すぎて、選ぶのに迷う	わかりやすい商品説明のPOPをつけてほしい	目当ての商品のある商品棚の場所がわかりにくい	お店の照明を明るく(見やすく)してほしい	店内の通路の幅を広げてほしい	駐車場から店内への経路を短くしてほしい	その他	特にない	
全体	3200	47.5	18.9	8.1	17.2	19.8	6.1	21.7	28.1	13.6	22.1	4.2	8.6	3.5	0.6	26.9	
性別	男性	1600	44.5	20.8	8.1	16.2	17.9	4.7	20.9	24.1	13.0	23.6	4.3	8.6	3.4	0.4	29.4
	女性	1600	50.4	17.1	8.2	18.3	21.6	7.5	22.4	32.1	14.2	20.6	4.1	8.6	3.6	0.8	24.4
年齢	60~64歳	800	41.1	16.5	6.9	14.6	16.6	5.1	19.0	23.0	9.9	18.0	3.9	8.0	4.3	0.9	32.0
	65~69歳	800	48.1	19.0	8.0	15.0	18.8	5.1	22.4	28.6	12.4	23.3	4.4	7.8	3.3	0.1	25.8
	70~74歳	800	47.3	18.0	8.4	19.4	20.4	6.8	21.8	29.0	14.3	20.3	4.6	10.5	2.5	1.1	27.3
	75歳以上	800	53.4	22.3	9.3	19.9	23.3	7.4	23.6	31.6	17.9	27.0	3.9	8.1	4.1	0.4	22.8
性年代	60~64歳 男性	400	36.3	19.3	7.3	13.8	14.0	3.5	18.5	18.3	9.5	17.3	3.5	8.0	4.8	0.5	35.0
	65~69歳 男性	400	44.3	21.0	8.5	13.5	16.8	3.5	20.8	25.8	11.8	24.3	4.5	7.0	3.0	0.3	28.8
	70~74歳 男性	400	45.0	18.8	7.3	16.3	18.3	4.0	22.0	23.0	11.3	23.0	5.3	11.3	2.3	0.8	30.0
	75歳以上 男性	400	52.5	24.0	9.3	21.3	22.8	7.8	22.5	29.3	19.5	30.0	3.8	8.3	3.8	0.3	24.0
	60~64歳 女性	400	46.0	13.8	6.5	15.5	19.3	6.8	19.5	27.8	10.3	18.8	4.3	8.0	3.8	1.3	29.0
	65~69歳 女性	400	52.0	17.0	7.5	16.5	20.8	6.8	24.0	31.5	13.0	22.3	4.3	8.5	3.5	0.0	22.8
	70~74歳 女性	400	49.5	17.3	9.5	22.5	22.5	9.5	21.5	35.0	17.3	17.5	4.0	9.8	2.8	1.5	24.5
	75歳以上 女性	400	54.3	20.5	9.3	18.5	23.8	7.0	24.8	34.0	16.3	24.0	4.0	8.0	4.5	0.5	21.5

#### 【性年代別】

(%)



## 買物サポートへの期待

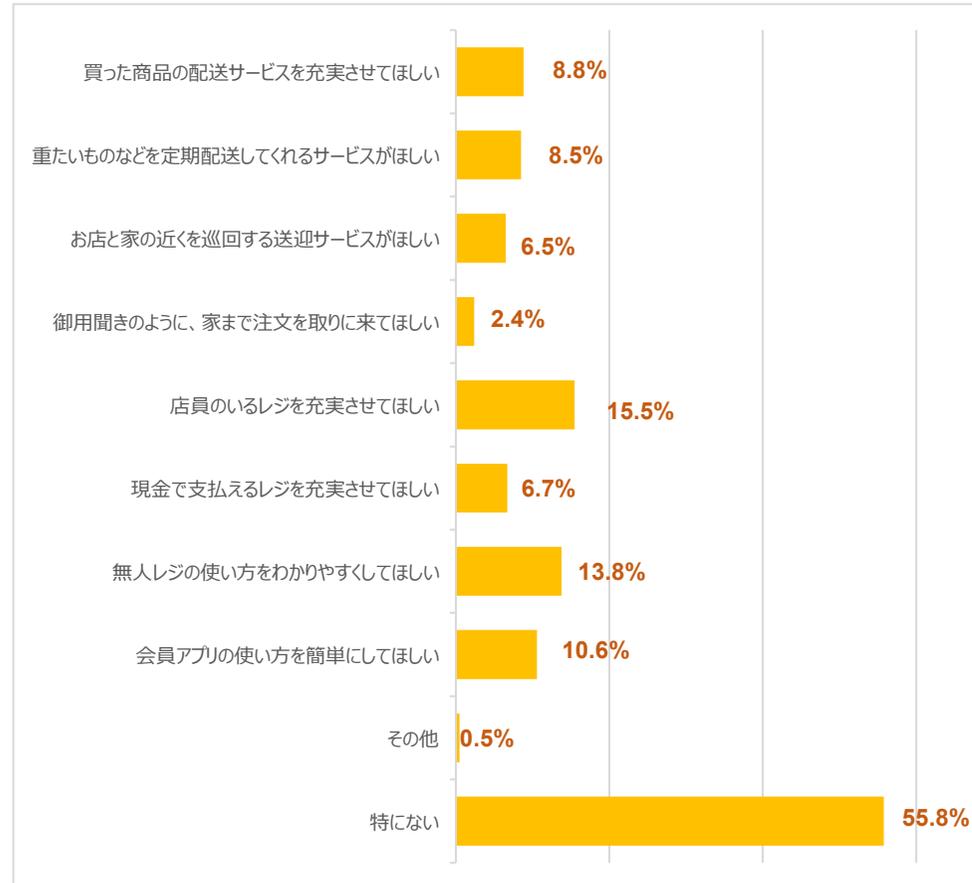
Q.あなたは、お買物で商品購入をするときサポートしてもらいたいこと、希望されるサービスなどがありますか？

### 2. 買物サポートへの期待

Q15. あなたは、お買物で商品購入をするときサポートしてもらいたいこと、希望されるサービスなどはありますか。(MA)

	人数 (人) n = 3,200	%
買った商品の配送サービスを充実させてほしい	283	8.8
重たいものなどを定期配送してくれるサービスがほしい	272	8.5
お店と家の近くを巡回する送迎サービスがほしい	208	6.5
御用聞きのように、家まで注文を取りに来てほしい	77	2.4
店員のいるレジを充実させてほしい	495	15.5
現金で支払えるレジを充実させてほしい	214	6.7
無人レジの使い方をわかりやすくしてほしい	440	13.8
会員アプリの使い方を簡単にしてほしい	338	10.6
その他	15	0.5
特にない	1784	55.8

【全体】

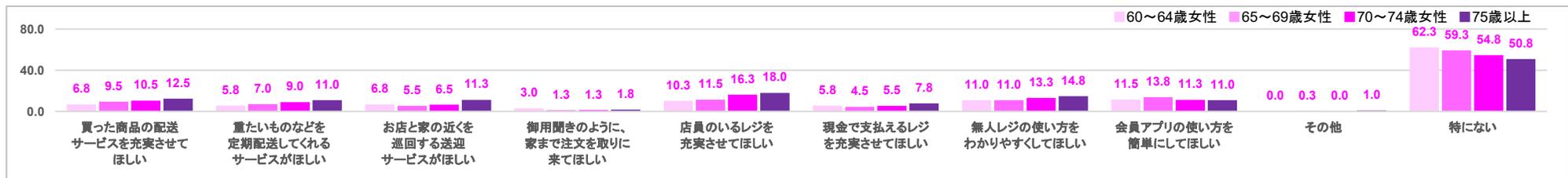
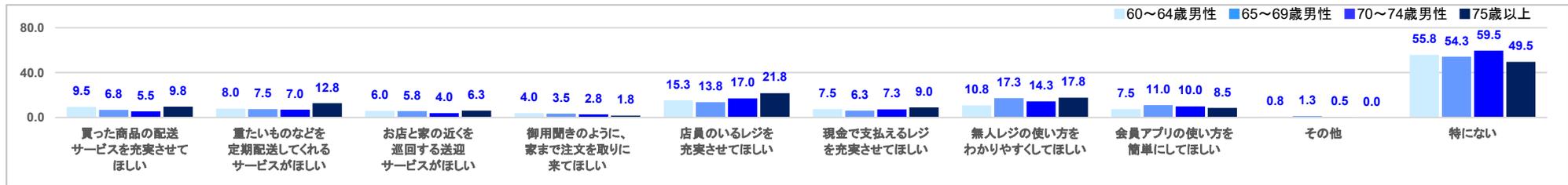


## IV. 普段のお買い物について

### 2. 買物サポートへの期待

	合計	買った商品の配送サービスを充実させてほしい	重たいものなどを定期配送してくれるサービスがほしい	お店と家の近くを巡回する送迎サービスがほしい	御用聞きのように、家まで注文を取りに来てほしい	店員のいるレジを充実させてほしい	現金で支払えるレジを充実させてほしい	無人レジの使い方をわかりやすくしてほしい	会員アプリの使い方を簡単にしてほしい	その他	特にな	
全体	3200	8.8	8.5	6.5	2.4	15.5	6.7	13.8	10.6	0.5	55.8	
性別	男性	1600	7.9	8.8	5.5	3.0	16.9	7.5	15.0	9.3	0.6	54.8
	女性	1600	9.8	8.2	7.5	1.8	14.0	5.9	12.5	11.9	0.3	56.8
年齢	60～64歳	800	8.1	6.9	6.4	3.5	12.8	6.6	10.9	9.5	0.4	59.0
	65～69歳	800	8.1	7.3	5.6	2.4	12.6	5.4	14.1	12.4	0.8	56.8
	70～74歳	800	8.0	8.0	5.3	2.0	16.6	6.4	13.8	10.6	0.3	57.1
	75歳以上	800	11.1	11.9	8.8	1.8	19.9	8.4	16.3	9.8	0.5	50.1
性年代	60～64歳 男性	400	9.5	8.0	6.0	4.0	15.3	7.5	10.8	7.5	0.8	55.8
	65～69歳 男性	400	6.8	7.5	5.8	3.5	13.8	6.3	17.3	11.0	1.3	54.3
	70～74歳 男性	400	5.5	7.0	4.0	2.8	17.0	7.3	14.3	10.0	0.5	59.5
	75歳以上 男性	400	9.8	12.8	6.3	1.8	21.8	9.0	17.8	8.5	0.0	49.5
	60～64歳 女性	400	6.8	5.8	6.8	3.0	10.3	5.8	11.0	11.5	0.0	62.3
	65～69歳 女性	400	9.5	7.0	5.5	1.3	11.5	4.5	11.0	13.8	0.3	59.3
	70～74歳 女性	400	10.5	9.0	6.5	1.3	16.3	5.5	13.3	11.3	0.0	54.8
75歳以上 女性	400	12.5	11.0	11.3	1.8	18.0	7.8	14.8	11.0	1.0	50.8	

【性年代別】



## 本レポートのご利用に関して

---

### (1) 制作目的

本レポートは、日本の消費財流通に携わる方々の事業発展に寄与すべく、日本のアクティブシニアの買物意識について調査し、その結果をまとめたものです。

### (2) 著作権その他の知的財産権

本レポート及び本レポート作成のために当社が利用したデータの著作権その他の知的財産権は、個別に明示がない限り、すべて発行元である、株式会社プラネットに帰属します。

### (3) 引用

- ・ 本レポートの内容を業務資料又は学術論文に引用する場合は、出典を明記の上、著作権法第32条で認められた「引用」の範囲内でご利用ください。

(出典の記載例)

出典：株式会社プラネット『アクティブシニアの買物意識と行動2025』P.〇〇

- ・ 新聞、雑誌、書籍、パンフレットなどの商業出版物、ウェブコンテンツやテレビ番組など、前記業務資料又は学術論文以外の用途での引用を希望される場合は、お問い合わせ先に記載の当社窓口にメールにて詳細をご連絡ください。

### (4) 禁止事項

本レポートに関し、以下の行為を禁止します。

- ・ 前記引用の範囲を超えた、発行元の著作権および知的財産権を侵害する一切の利用行為
- ・ 公序良俗に反する方法での利用行為
- ・ その他、本レポートの制作目的にそぐわないと発行元が判断した行為

### (5) 免責事項

- ・ 本レポートを作成するにあたり細心の注意を払っておりますが、本レポート記載の内容については真実性・正確性を保証するものではありません。
- ・ 本レポート記載の内容に関して、重要な事項の記載が欠けていないことの保証はいたしません。
- ・ 本レポートの内容は全て作成時点のものであり、その後の環境の変化により、状況が変更している可能性があります。
- ・ 本レポートの内容は状況の変更に応じて、今後予告なく変更されることがあります。
- ・ 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、閲覧者の判断と責任においてご使用ください。
- ・ 本レポートに含まれる情報の使用による行為から生じたいかなる損害に対しても、発行元は責任を負いません。

## お問い合わせ先

---

本レポートの記載内容に関してご不明な点、業務資料又は学術論文以外の用途での引用ご希望などございましたら、以下の窓口までお問い合わせください。



株式会社 **プラネット** マーケティング&イノベーションユニット

E-mail. [ri@planet-van.co.jp](mailto:ri@planet-van.co.jp)



(発行)



株式会社プラネット 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階

---

(調査協力)  
一般社団法人流通問題研究協会

---

(調査委託)  
インターワイヤード株式会社

---