

正月関連商品の購買行動

株式会社ショッパーインサイト 主任コンサルタント 矢野尚幸

年が明け、小売業やメーカーの方々とお話しをさせていただくと、昨年の正月関連の商品の売上が思わしくなかった、という声があがりました。それでは昨年の正月関連商品の動向は2015年、2014年と比べてどのように推移したのでしょうか。rsSMデータを用いて確認します。

分析期間はクリスマス関連商品の購買が一段落する12月26日～31日までの6日間としました。各年の曜日は図表1のとおりです。2014年、2015年は前半に土日が該当しましたが、2016年は31日が土曜日でした。

図表1 分析期間と曜日

	2014年	2015年	2016年
12月26日	金	土	月
12月27日	土	日	火
12月28日	日	月	水
12月29日	月	火	木
12月30日	火	水	金
12月31日	水	木	土

分析対象カテゴリーは図表2のとおりです。年末に需要が高まるカテゴリーを中心に集計しました。

図表 2 分析対象カテゴリー

分析対象カテゴリー	
みかん	おせち
数の子	包装餅
ポイルかに	お供え餅
刺身盛合せ	ビール
和牛うす切り	清酒
蒲鉾	焼酎乙類
煮豆	

まず、各カテゴリーの分析期間中の1店舗当たり購買金額を集計しました（図表3）。すると、和牛うす切りを除いて、どのカテゴリーも前年を下回りました。特にポイルかに、お供え餅、各種アルコールの購買金額が前年を大きく下回りました。

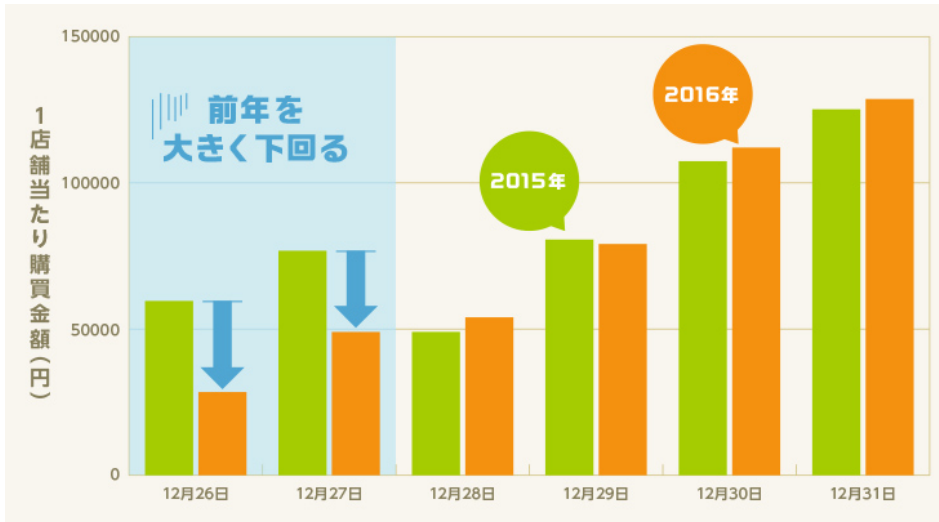
図表 3 年末の1店舗当たり購買金額（税込）

分類4	2014年	2015年	2016年	
	金額(円)	金額(円)	金額(円)	金額(円)
みかん	441,102	484,557	481,568	99.4%
数の子	358,945	362,970	349,034	96.2%
ポイルかに	274,429	288,471	209,993	72.8%
刺身盛合せ	311,497	325,589	307,918	94.6%
和牛うす切り	303,973	305,136	318,207	104.3%
蒲鉾	604,135	609,088	591,414	97.1%
煮豆	127,929	129,742	126,957	97.9%
おせち	861,805	892,914	852,109	95.4%
包装餅	397,295	409,512	388,782	94.9%
お供え餅	330,549	319,498	289,438	90.6%
ビール	475,552	498,623	451,321	90.5%
清酒	355,353	359,060	331,910	92.4%
焼酎乙類	109,515	109,780	103,000	93.8%

※非会員のデータは含まない

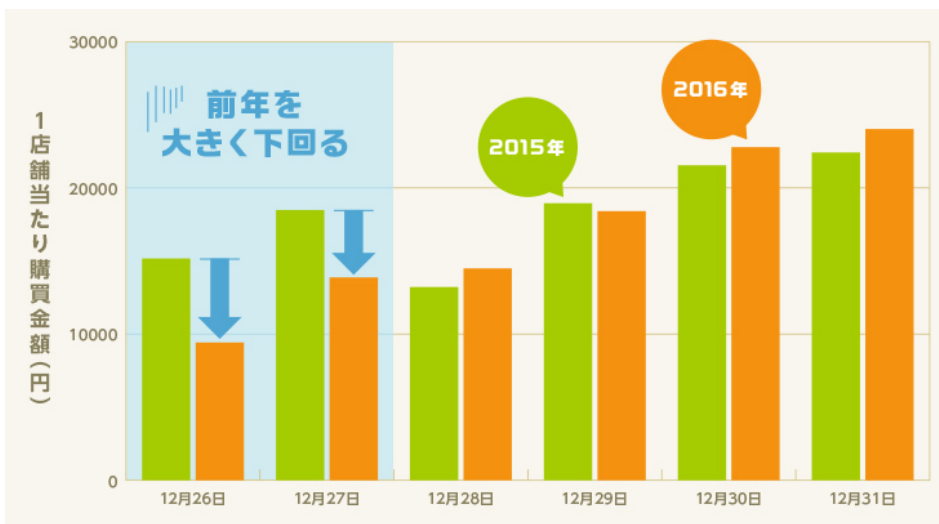
前年を大きく下回ったカテゴリーの購買金額が伸び悩んだ主な理由は何でしょうか。日別のカテゴリーの購買金額を集計しました（図表4～6）。すると、どのカテゴリーも12月26日、27日に購買金額が前年ほど達しなかったことが大きな要因のようです。その後も前年並み、前年をわずかに上回る日が多く、前半のマイナスをカバーするには至らなかったようです。

図表4 ビールカテゴリーの1店舗当たり日別購買金額



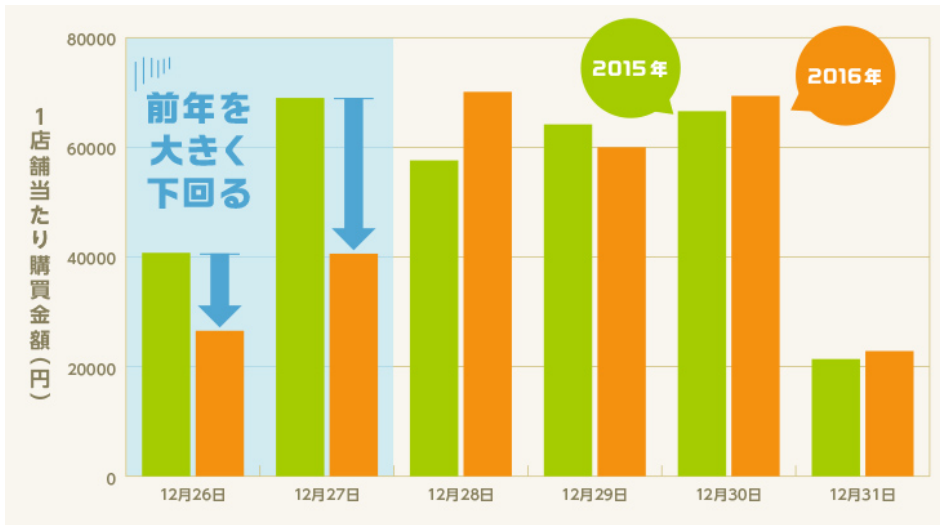
※非会員のデータは含まない

図表5 焼酎乙類の1店舗当たり日別購買金額



※非会員のデータは含まない

図表6 お供え餅の日別購買金額

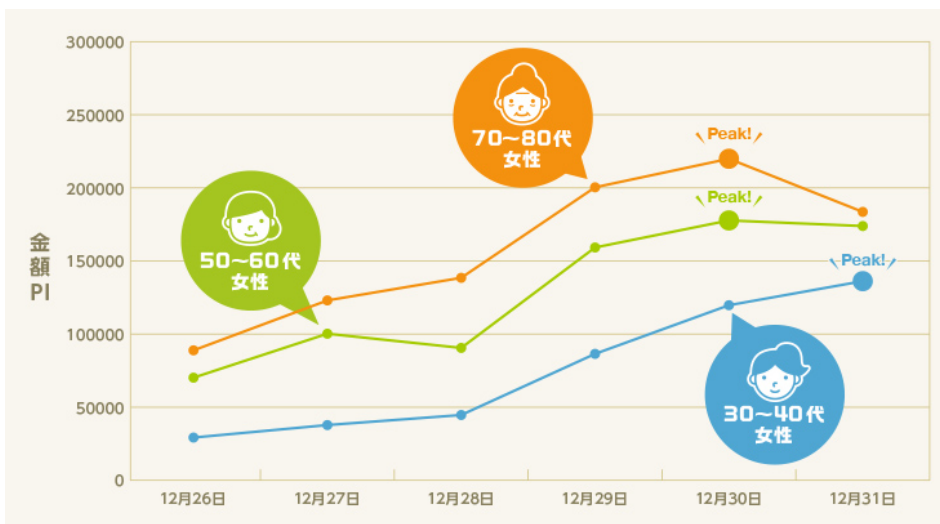


※非会員のデータは含まない

上記でわかるように、2016年は全体的に年末ギリギリにならないと正月向け商品は購入されませんでした。そこで、おせち、お供え餅の日別購買金額PIを女性30-40代、50-60代、70-80代で比較しました。

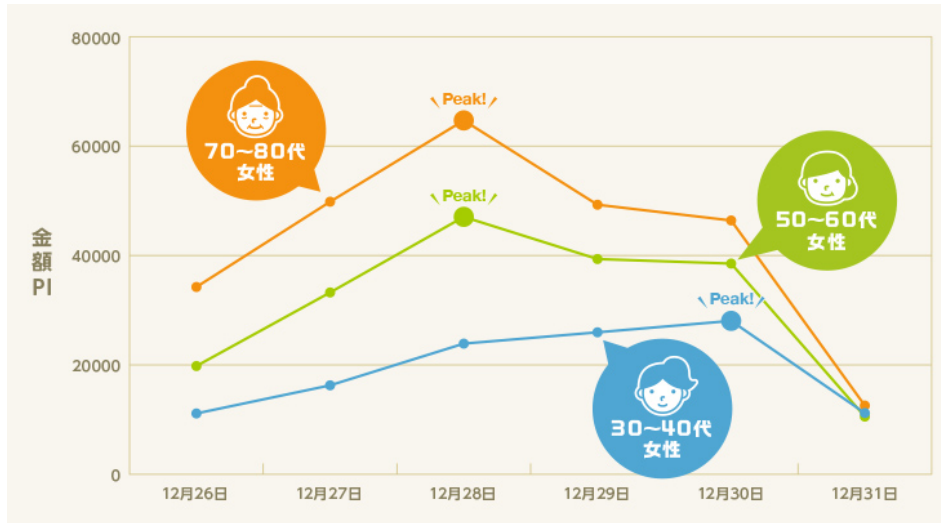
女性50-60代、70-80代におけるおせちの購買ピークは29日から30日であるのに対して、女性30-40代は31日がピークとなりました(図表7)。

図表7 おせちの日別購買金額PI



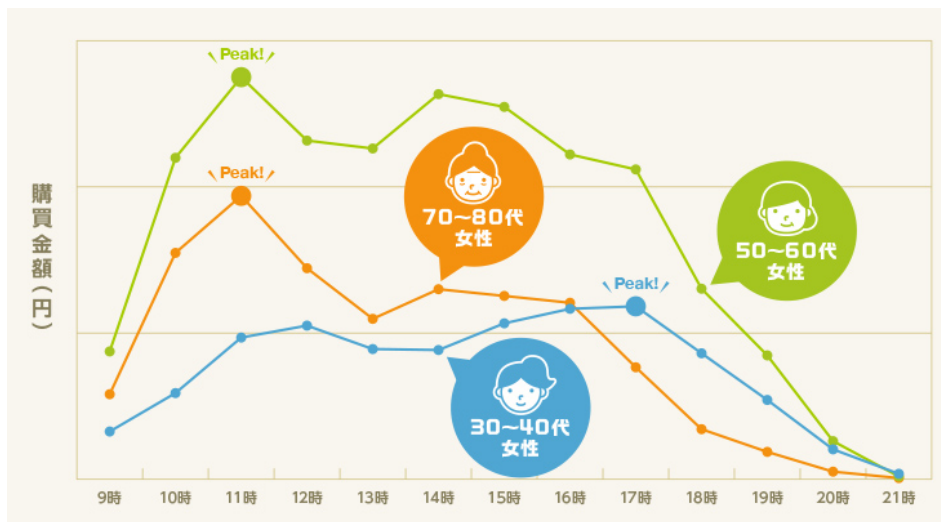
また、大みそかよりも前に購入されることの多いお供え餅では、女性50-60代、70-80代におけるピークは28日でその後は減少傾向にあるのに対して、女性30-40代は30日まで緩やかに増加しました(図表7)。

図表 8 お供え餅の日別購買金額 PI



女性 30-40 代がギリギリに購買するのは 12 月 31 日も同様です。図表 9 は、おせちの 12 月 31 日における時間帯別購買金額を女性 30-40 代、50-60 代、70-80 代で集計しました。女性 50-60 代、70-80 代は午前中と午後の早い時間にピークを迎えますが、30-40 代は午後から夜にかけて徐々に高まり、17 時頃にピークを迎えます。最終日も比較的遅い時間帯に購入するようです。

図表 9 おせちの時間帯別購買金額



以上のことから、2017年の年末に向けては下記のことがいえそうです。

1. 2017年の年末は、12月26日（火）～31日（日）となっています。このため、前年同様に前半はそれほど購買が進まないことが予測されます。しかし、30日、31日が土日となっていることから、例年よりもラストスパークが期待できそうです。
2. 若年女性ほど年末ギリギリ、または遅い時間に購入することがわかりました。そのため、若年層から購入されている商品に関しては、最後まで品切れしないことで機会ロスを防げそうです。たとえばおせちカテゴリーですと、錦玉子が若年層に購入されていました。

曜日や景気、気候に左右されることから、年末の購買行動は予測が立てにくいですが、そのような中でも前年の動向を把握しておくことと対応策を講じることができそうです。