

ゴールデンウィークの購買行動

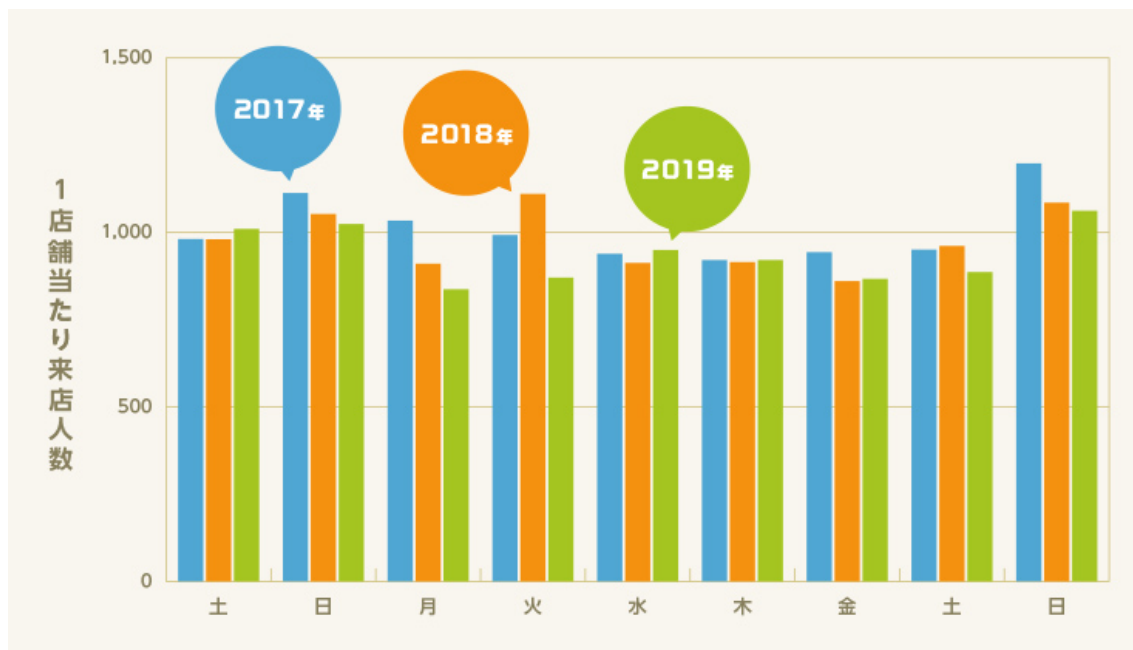
株式会社ショッパーインサイト 主任コンサルタント 矢野尚幸

2019年5月に新天皇陛下のご即位に伴い、元号が令和に変わり、10日間の大型連休になりました。そのため、国内旅行、海外旅行へ出かける人も多く、食品SMへの影響が考えられます。そこで、今年のゴールデンウィーク期間の動向は、2017年、2018年と比べて変化は有ったのでしょうか。rsSMデータを用いて確認します。

分析期間は、2017年、2018年と比較するため、4月27日(土)～5月5日(日)の9日間としました。2018年は4月28日(土)～5月6日(日)、2017年は4月29日(土)～5月7日(日)の期間で比較しました。

最初に、日別の1店舗当たり来店人数で比較しました(図表1)。すると、2019年は4月29日(月)、4月30日(火)に前年、前々年を大きく下回ったことがわかりました。これは、2017年は月曜日と火曜日、2018年は火曜日と水曜日が平日だった一方、2019年は祝日のため、外出した人が多いことが理由と言えそうです。

図表1 分析期間と曜日



※来店人数はカード会員のための数値です

次に、期間中の平均来店回数、購買単価（税込）、平均購買点数を比較しました。すると、2017年、2018年と比べてほぼ違いがありませんでした。来店した方は例年のゴールデンウィークと同様の買物をしているようです。

図表 2 分析対象カテゴリー

	期間中 平均来店回数	平均購買単価 (円)	平均購買点数 (点)
2017年4月29日～5月7日	2.5	2,369.4	11.1
2018年4月28日～5月6日	2.4	2,333.9	11.1
2019年4月27日～5月5日	2.4	2,393.7	11.2

それでは、カテゴリーごとの変化はあるのでしょうか。期間中の金額PIが2018年に比べて増加したカテゴリー（i-code 分類4）、減少したカテゴリーを集計しました。

金額PIが増加した主なカテゴリーは図表3のとおりです。本まぐろ刺身や刺身盛り合わせなどは、通常のゴールデンウィーク週以上に増加しました。また、カップ麺、米飯レトルトなど単身世帯に需要の高いカテゴリーも2018年に比べて増加しました。

図表 3 金額PIが増加した主なカテゴリー

カテゴリー名	2018年	2019年	対前年比
季節果物:いちご	13,071	15,310	117.1%
輸入果物:キウイフルーツ	7,157	8,994	125.7%
刺身:本まぐろ刺身	4,045	5,855	144.8%
刺身類盛合せ:刺身盛合せ	13,303	15,263	114.7%
レトルト米飯:米飯レトルト	5,073	5,886	116.0%
即席麺:カップ麺	14,943	18,170	121.6%
冷凍食品:冷凍米飯	5,262	6,061	115.2%
嗜好飲料:インスタントコーヒー	7,352	8,603	117.0%
アイスクリーム:プレミアムアイス	4,795	5,994	125.0%
つまみ菓子:水産つまみ菓子	6,002	6,937	115.6%

※金額PIが5,000以上のカテゴリーを対象

一方、金額 PI が減少した主なカテゴリーは図表 4 のとおりです。なす、人参など農産が減少しました。また、プレミアムアイスが増加した分、ノベルティアイスやマルチパックアイスは減少したようです。

図表 4 金額 PI が減少した主なカテゴリー

カテゴリー名	2018年	2019年	対前年比
果菜:なす	6,012	5,422	90.2%
根菜:人参	6,250	5,087	81.4%
野菜関連:地場野菜	9,983	8,986	90.0%
国産牛:国産牛切り落とし	7,210	6,423	89.1%
冷凍食品:冷凍惣菜	8,106	6,217	76.7%
加工調味料:ドレッシング	7,823	6,548	83.7%
アイスクリーム:ノベルティアイス	10,867	9,761	89.8%
アイスクリーム:マルチパックアイス	10,546	9,267	87.9%

※金額 PI が 5,000 以上のカテゴリーを対象

例年のゴールデンウィークと異なる今年の動きを踏まえて、来年以降の販売計画を考慮する必要がありそうです。