

2019 年度上半期の購買行動

株式会社ショッパーインサイトでは、半年に1回食品スーパーマーケットにおける消費者の購買行動をまとめており、このたび2019年4月～9月の食品スーパーマーケット業態購買行動データを発刊しました。今回のコラムでは特に注目される動向をご紹介します。

まず、来店客1人当たりの2019年4月の平均来店回数、購買金額、購買点数、客単価、1回当たり平均購買点数を整理しました（平均購買金額、客単価は税抜）。平均客単価を除いて前年を下回りました。

2019年4月の購買動向

	2019年4月	対前年比
平均来店回数(回)	5.5	98.6%
平均購買金額(税抜:円)	11,478.8	99.8%
平均購買点数(点)	60.4	97.9%
平均客単価(税抜:円)	2,070.2	101.2%
1回当たり平均購買点数(点)	10.9	99.3%

月別の平均来店回数、平均客単価の推移を見てみました。すると、来店回数は8月までは前年を下回り、9月は前年を上回りました。これは、消費増税前に一部駆け込み需要で来店回数が増えたショッパーが多かったことが推測されます。一方、平均客単価（税抜）は、前年を上回る月が多くなりました。9月は来店回数は増えたものの、平均客単価は若干ですが減少しました。

月別購買動向

全体	平均来店回数		平均客単価	
	回	対前年比	円	対前年比
2019年4月	5.5	98.6%	2,070.2	101.2%
2019年5月	5.7	99.7%	2,049.9	100.8%
2019年6月	5.6	99.1%	2,083.8	101.8%
2019年7月	5.7	98.3%	2,061.1	98.8%
2019年8月	5.7	98.9%	2,120.6	100.5%
2019年9月	5.6	101.5%	2,084.9	99.1%

次に、カテゴリー別の上半期の動向を分析し、期間中平均購買金額（1人当たり）や、購入経験率（期間中来店者のうち購入したことのある人の割合）を集計しました。ともに前年を大きく上回ったのが下記のカテゴリーです。生鮮ではサーモン刺身、ボイルほたてなどが前年を上回りました。カニカマは前回の[コラム](#)で取り上げたとおり、2018年9月にテレビで取り上げられて以降、好調に推移しています。

調味料ではコショウや唐辛子が前年の購買金額、購入経験率をともに上回りました。最近、外食などで激辛ブームが見られていますが、家庭でも同様の傾向が見られているのかもしれませんが。その他生・ゆで麺はこんにやく麺等が該当しますが、近年の糖質オフブームにより、需要が増加していると考えられます。

上半期カテゴリー別購買動向（増加率の大きなカテゴリー）

2019年上半期 i-code分類4	期間中平均購買金額		期間中購入経験率(人数)	
	円	対前年比	購入人数割合	対前年比 (ポイント)
220204:サーモン刺身	782.2	106.5%	6.4%	0.7
230105:ポイルほたて	644.9	105.1%	6.1%	0.7
230905:めかぶ	643.9	123.4%	8.2%	0.6
410201:コショウ	208.9	107.0%	6.6%	0.6
410202:唐辛子	208.9	120.0%	6.4%	0.5
420412:その他生・ゆで麺	484.8	109.5%	3.7%	0.7
440401:カニカマ	446.2	115.3%	23.4%	2.2
530503:米飯・麺セット	743.2	105.6%	7.0%	0.8
610299:ゼリー・プリン_他	354.5	107.1%	10.1%	2.4

一方、期間中平均購買金額（1人当たり）や、購入経験率（期間中来店者のうち購入したことがある人の割合）がともに前年を大きく下回ったのは下記のカテゴリーです。生さんまは、前年は好調でしたが、今年は不漁のため購買金額、購入経験率が大きく減少しました。

上半期カテゴリー別購買動向（増加率の大きなカテゴリー）

2019年上半期 i-code分類4	期間中平均購買金額		期間中購入経験率(人数)	
	円	対前年比	購入人数割合	対前年比 (ポイント)
110201:白菜	268.8	90.9%	20.5%	-0.8
110411:長芋	481.1	93.8%	15.9%	-1.2
110801:もやし	182.2	94.8%	39.0%	-1.8
120301:カット野菜	241.5	86.0%	2.9%	-0.9
210106:生さんま	491.3	80.5%	8.3%	-4.2
320103:銘柄豚うす切り	1,003.7	94.8%	9.2%	-0.8
420405:その他乾麺	371.0	85.8%	2.3%	-0.8

さらに、性年齢別の動向を整理しました。年代による購買の違いを見るため、例として前年同期に比べて大きく平均購買金額、購入経験率が増加したその他生・ゆで麺の期間中購買金額（半年間）と購入経験率（半年間）を、女性の年代別に集計しました。尚、今回版より90代の動向も集計しています。

すると、購入経験率が高いのは40代、50代など糖質を気にする割合が高い世代でした。さらに、20代、30代も前年に比べて購入経験率が増加しており、若年層の購買が継続されれば、存在感を増すカテゴリーになりそうです。

その他生・ゆで麺カテゴリーの購買動向

2019年上半期 その他生・ゆで麺	期間中平均購買金額		期間中購入経験率(人数)	
	円	対前年比	購入人数割合	対前年比 (ポイント)
女性20代	457.5	103.3%	4.3%	1.0
女性30代	476.8	111.0%	4.3%	0.7
女性40代	505.0	110.8%	4.7%	0.7
女性50代	488.1	111.8%	4.9%	0.6
女性60代	478.6	111.7%	3.6%	0.5
女性70代	467.1	114.0%	2.6%	0.3
女性80代	430.8	121.6%	1.9%	0.2
女性90代	374.8	74.0%	2.0%	0.3

一方、前年同期に比べて大きく平均購買金額、購入経験率が減少した生さんまの期間中購買金額（半年間）と購入経験率（半年間）も、女性の年代別に集計しました。すると、全体的に購買金額、購入経験率が減少していますが、特に主要購入者層の50代、60代の減少幅が大きいことがわかります。変わりに肉を買ったのか、鮮魚の別のカテゴリー、たとえば好調だったサーモンなどにスイッチしたのか、といったことも把握しておく必要があります。購入カテゴリーをスイッチすると、調味料など、生鮮以外のカテゴリーにも影響を及ぼす可能性があり、今後の状況を把握しておく必要があるでしょう。

生さんまカテゴリーの購買動向

2019年上半期 生さんま	期間中平均購買金額		期間中購入経験率(人数)	
	円	対前年比	購入人数割合	対前年比 (ポイント)
女性20代	368.2	80.8%	3.6%	-2.2
女性30代	460.9	85.0%	6.1%	-3.0
女性40代	491.4	83.9%	7.0%	-3.3
女性50代	490.9	81.2%	8.5%	-4.3
女性60代	512.8	79.4%	11.7%	-5.5
女性70代	508.3	78.7%	12.6%	-5.9
女性80代	490.0	81.8%	9.4%	-4.5
女性90代	518.7	79.5%	8.1%	-3.7