

2019 年度下半期の購買行動

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10月～2020年3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。2019年下半期は、消費増税後の影響、コロナウイルス蔓延に伴う影響など、例年以上に注意すべき動向となっており、今回のコラムでもご紹介します。

まず、来店客1人当たりの2019年10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）。平均来店回数が対前年比98.5%、平均購買金額が98.9%でした。食品の多くは軽減税率が適用されるため、直接影響は受けていませんが、多少買い控えが見られたようです。

2019 年 10 月の購買動向

	2019年10月	対前年比
平均来店回数(回)	5.5	98.5%
平均購買金額(税抜:円)	11,320.9	98.9%
平均購買点数(点)	60.1	99.5%
平均客単価(税抜:円)	2,051.2	100.5%
1回当たり平均購買点数(点)	10.9	101.1%

次に、月別の平均来店回数、平均購買金額（1人当たり）の推移を見ました。すると、平均来店回数は1月までは前年並みか、前年を下回る状況でしたが、2月に前年比103.8%、3月に101.6%でした。平均購買金額も2月が前年比104.8%、3月は107.6%と大きく上回りました。

新型コロナウイルス蔓延に伴い、2月末より各種学校が休校となりました。それに伴い、例年よりも多く来店し、多く食品を購入していることが確認できます。

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10月	5.5	98.5%	11,320.9	98.9%
2019年11月	5.4	99.5%	11,146.7	100.2%
2019年12月	5.7	100.0%	13,502.3	99.5%
2020年1月	5.1	98.7%	10,629.6	98.2%
2020年2月	5.4	103.8%	11,343.9	104.8%
2020年3月	5.6	101.6%	12,347.7	107.6%

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。

生鮮ではぶどうやオレンジ、たら切身、ポイルホタテなどが前年を上回りました。

生鮮以外では、パスタソース、乾燥パスタ、生・ゆで焼きそば、カップ麺などが前年を大きく上回りました。これは、前述したように2月末より新型コロナウイルス蔓延の影響により、学校が休校になり、子供用の昼食を作る必要が生じたことが影響したようです。半年間でもこれだけ大きな動きを示しておりますので、2月、3月の1カ月ごとですと、より大きな動きを示しています。

2019年下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年下半期 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)
ぶどう	1,129.6	110.8%	10.1%	1.0
オレンジ	531.0	109.2%	4.9%	1.0
たら切身	737.0	106.4%	8.9%	0.8
ポイルほたて	642.6	106.3%	6.6%	1.8
国産鶏正肉	1,439.6	106.0%	21.8%	1.2
パスタソース	588.9	106.2%	13.7%	1.4
乾燥パスタ	429.3	106.0%	18.9%	1.8
生・ゆで焼きそば	381.9	105.7%	25.1%	0.9

袋麺	739.6	111.1%	25.7%	1.1
カップ麺	1,064.4	107.6%	41.6%	1.1
冷凍麺	1,031.8	105.2%	23.7%	1.3
ミネラルウォーター	783.0	108.0%	18.2%	1.3

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のある人の割合）がともに前年を大きく下回ったのは下記のカテゴリです。みかん、食酢、高野豆腐などがあげられます。水産加工品_他は、主にサバの水煮缶などが該当します。近年のブームに落ち着きが見られたようです。

2019年下半期カテゴリ別購買動向（減少率の大きなカテゴリ）

2019年下半期 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)
みかん	1,741.9	93.4%	24.9%	-1.0
食酢	389.4	92.3%	8.2%	-1.1
高野豆腐	319.4	94.1%	5.0%	-0.8
水産加工品_他	568.3	94.0%	7.5%	-2.2
中華惣菜和え物	394.4	93.3%	1.8%	-0.8
惣菜盛合せ_他	555.2	91.4%	5.0%	-0.8

性年齢別の動向も見ていきましょう。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パスタソース、生ゆで・焼きそばカテゴリの期間中購買金額（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（90代も集計していますが、本コラムでは対象外としています）。

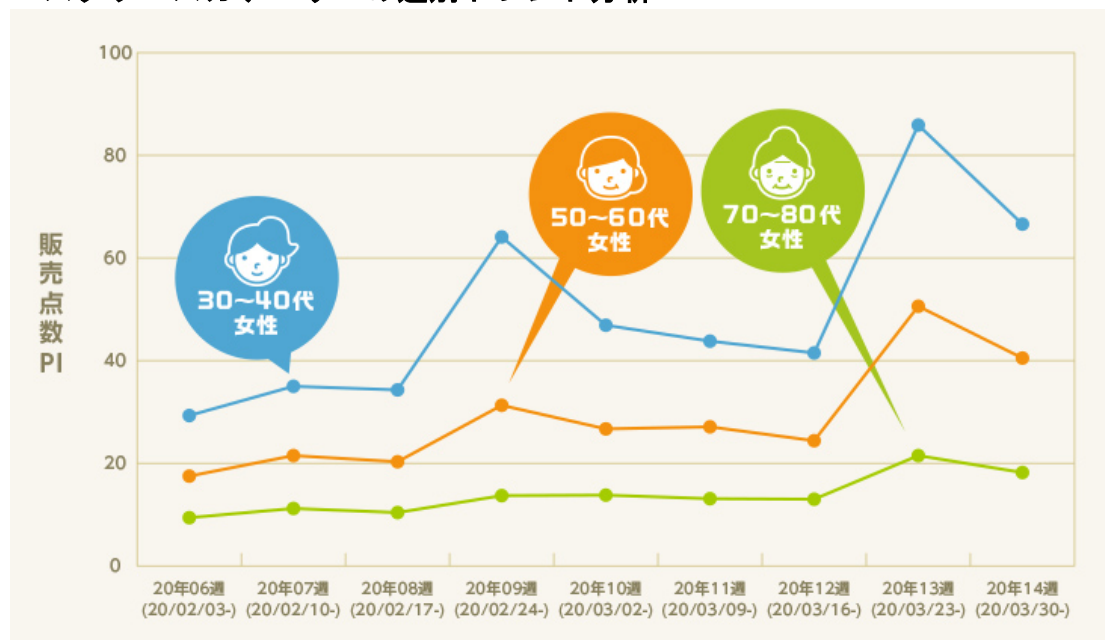
どの世代も平均購買金額、期間中購入経験率が大きく増加しましたが、特に女性30代、40代の増加幅が大きいです。同世代はもともとの購買金額、購入経験率も高かったのですが、新型コロナウイルス蔓延の影響で、さらに購買が促進されました。

パスタソースカテゴリーの購買動向

2019年下半期 パスタソース	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	561.6	108.4%	18.8%	1.8
女性30代	596.6	109.1%	20.0%	2.1
女性40代	647.5	109.0%	20.0%	2.1
女性50代	603.5	106.4%	16.4%	1.8
女性60代	527.1	104.9%	12.2%	1.6
女性70代	492.4	101.7%	9.3%	1.2
女性80代	472.7	101.2%	6.8%	0.9

ここ最近のパスタソースカテゴリーの週別トレンドを、年代に分けて集計しました。すると、元々女性30-40代の点数PIは高いですが、休校が決まった2月24日週や、3月23日週に他の世代よりも高い伸びを示しており、購買がさらに進んだことがわかります。

パスタソースカテゴリーの週別トレンド分析

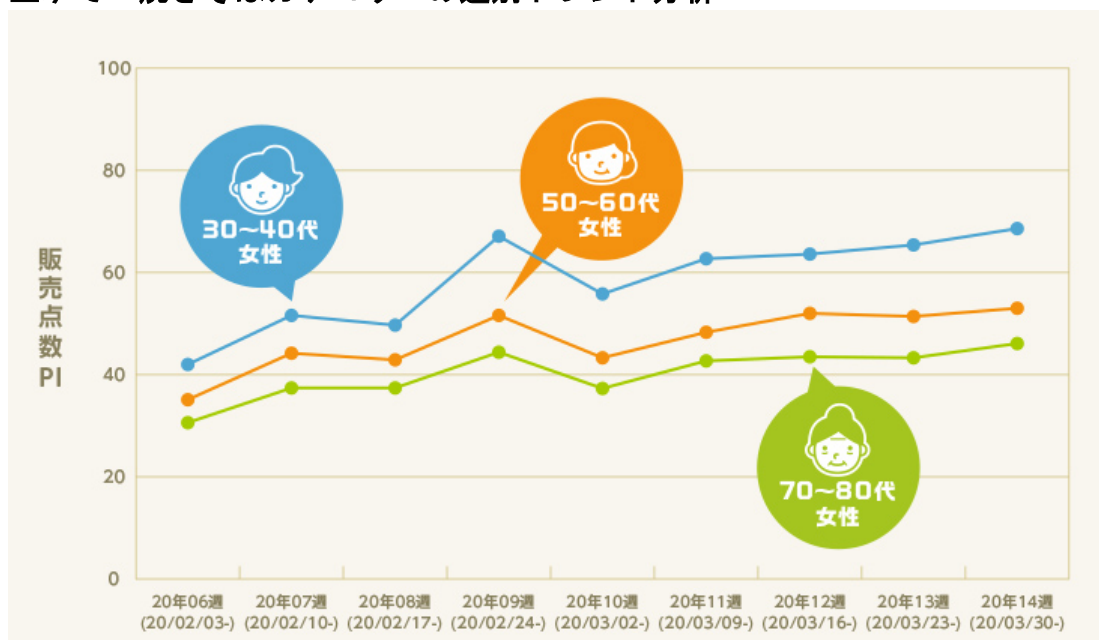


生ゆで・焼きそばカテゴリーでも同様の傾向が見られました。

生ゆで・焼きそばカテゴリーの購買動向

2019年下半期 生・ゆで焼きそば	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	314.9	107.0%	21.8%	-0.3
女性30代	381.6	106.8%	29.3%	0.6
女性40代	417.1	106.5%	29.4%	0.8
女性50代	374.3	105.3%	26.7%	0.6
女性60代	377.6	106.1%	28.1%	1.3
女性70代	370.8	105.0%	26.5%	1.8
女性80代	351.5	106.7%	20.4%	1.5

生ゆで・焼きそばカテゴリーの週別トレンド分析



東京都などではさらに休校が延長されたり、緊急事態宣言が発令されたこともあり、今後も食品スーパーへの購買が進むものと想定されます。今後も適宜状況に関しては本コラム等で紹介する予定です*1。

※1 より細かいカテゴリーの動向、商品別の動向をレポートとしてご希望される場合、<https://shopperinsight.co.jp/contact/>からお問い合わせください。