

## ～超高齢社会生き残りをかけたシニアシフト戦略構築へ向けて～ 「ID-POS 分析でシニアの購買行動を探る」第 4 回

(株) ショッパーインサイト・アドバイザー 高津 春樹

データ作成：(株) ショッパーインサイト・コンサルタント 白川淳一

前回は、realshopper SM から買上シェア、来店状況、一回当たりの買上点数・金額などのデータを取り上げ、仮説を立て、現役世代と対比するなかで、シニア（70・80 代）のスーパーマーケット（以下 SM）におけるポジションと基本的な購買行動を検証しました。今回は、MD 構築やプロモーション戦略策定の重要な要因となるシニアの家計実態に基づく購買行動を検証してみたいと思います。

※なお、データに関しては、realshopper SM より 2015 年 1 月から 12 月の 1 年間を対象として取り上げ分析を加えます。また、データ分析にあたっては、退職に伴う生活上の変化が顕著に現れると思われる 70 代以上を中心にその動向を見ていきたいと考えています。

### シニアの買物 1・・・シニアの給料＝年金支給日と購買行動（上）

プロローグでお話ししたようにシニアの家計の大半は年金によって支えられています。そして、収支は厳しく、年金を中心とした収入では不足が出て、不足分は貯蓄から補填しているというのが家計収支の実態です。このような中で、どのように食生活を組み立て、食品を購入しているのかを年金支給の特性を踏まえ仮説を立てて検証してみたいと思います。

#### ■1. 年金支給の特性と購買行動への影響

現役世代の方は、ご存じない方もいるかと思いますが、シニアの給料ともいえる年金は、現役世代の給料支給と較べると以下のように大きな違いと特徴があります。

- ・ 現役世代の給料は毎月支給だが、シニアの年金は 2 か月毎の偶数月に 2 か月分がまとめて支給される
- ・ 現役世代の給料は多くは月末支給だが、シニアの年金支給は月半ばの 15 日である

このように支給される年金に基づいて、シニアは家計を組み立てています。この特徴を持った年金支給方法は、シニアの家計、そして、それに基づく食品購買行動にどのような影響を与えているのかを、仮説を立てて見てみたいと思います。

<仮説 1>

2 か月毎支給の年金に基づき、2 か月に渡り計画的に食費支出を行っており、基本的には、週に直すと均等な食費支出となっているのではないか

- ・不足分を貯蓄から補填しているような厳しい収支なのに、2 か月に一度の支給となると注意をしながら支出を図らないと家計が破綻をきたしてしまいます。このように考えると、次の年金支給日まで8週間あることを念頭に計画的に食費支出を行っているのではないか。

<仮説 2>

支給日前1週間は、相対的に支出が減るのではないか

<仮説 3>

支給日後1週間は、相対的に支出が増えるのではないか

- ・計画的に支出をしても、やはり2 か月という長丁場をやりくりしていくのは大変で、貯金からの補填もあるということ考えると、最後の週は収支上少し厳しい状況となり支出は若干減少するのではないだろうか。
- ・ただし、プロローグでもお話ししたように、食事はシニアにとって大きな楽しみであり生活の中で重要な要素となっており、厳しい家計の中でも充実させたいと考えていると思われます。この点を考えると、年金支給日直後のまだ余裕のある状況では、プチ贅沢で若干支出が増えるのではないかと考えられます。

図1 シニア（70・80代）の年金支給日から次の支給日まで2か月間（8週間）の買上金額推移（週次）

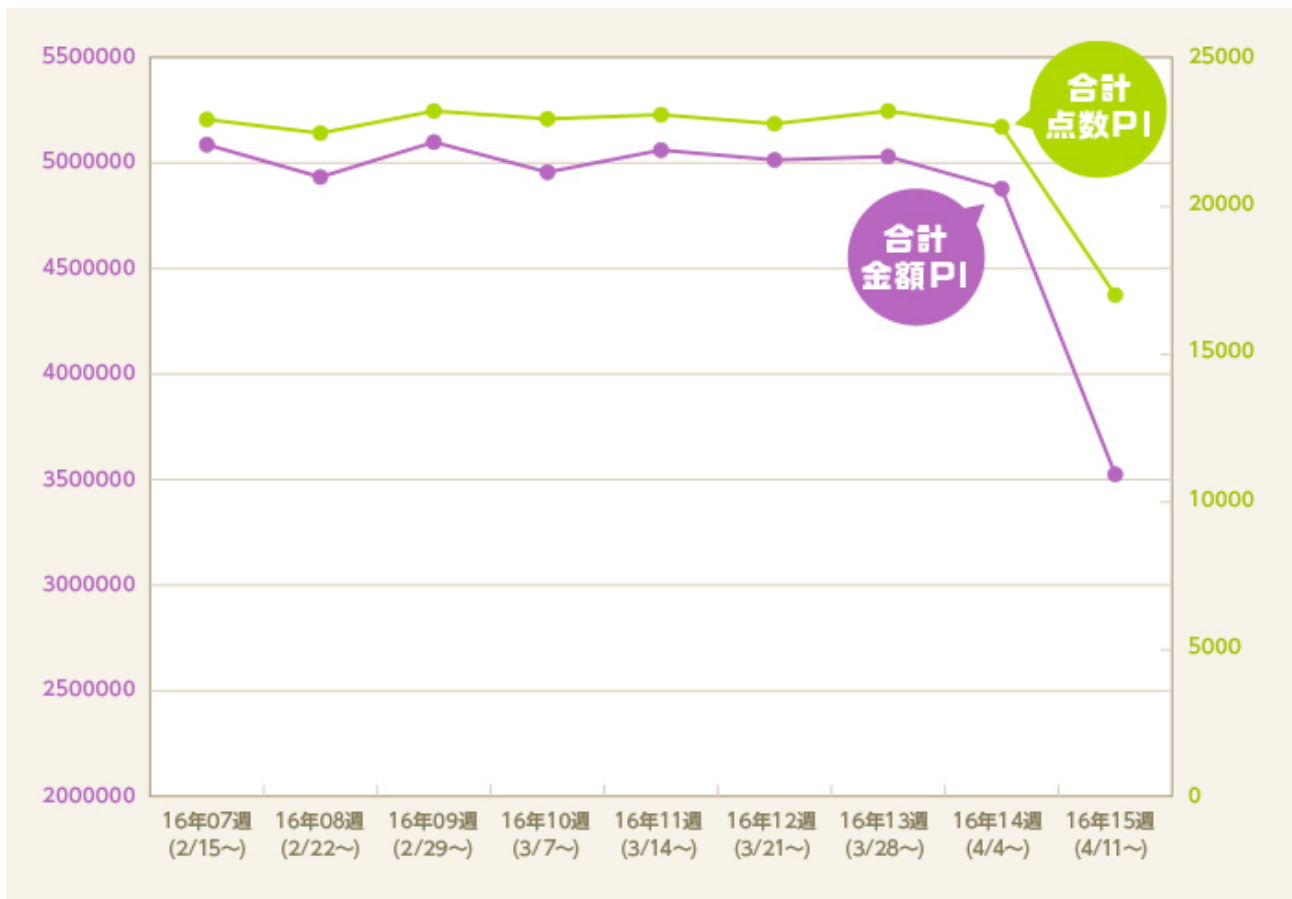
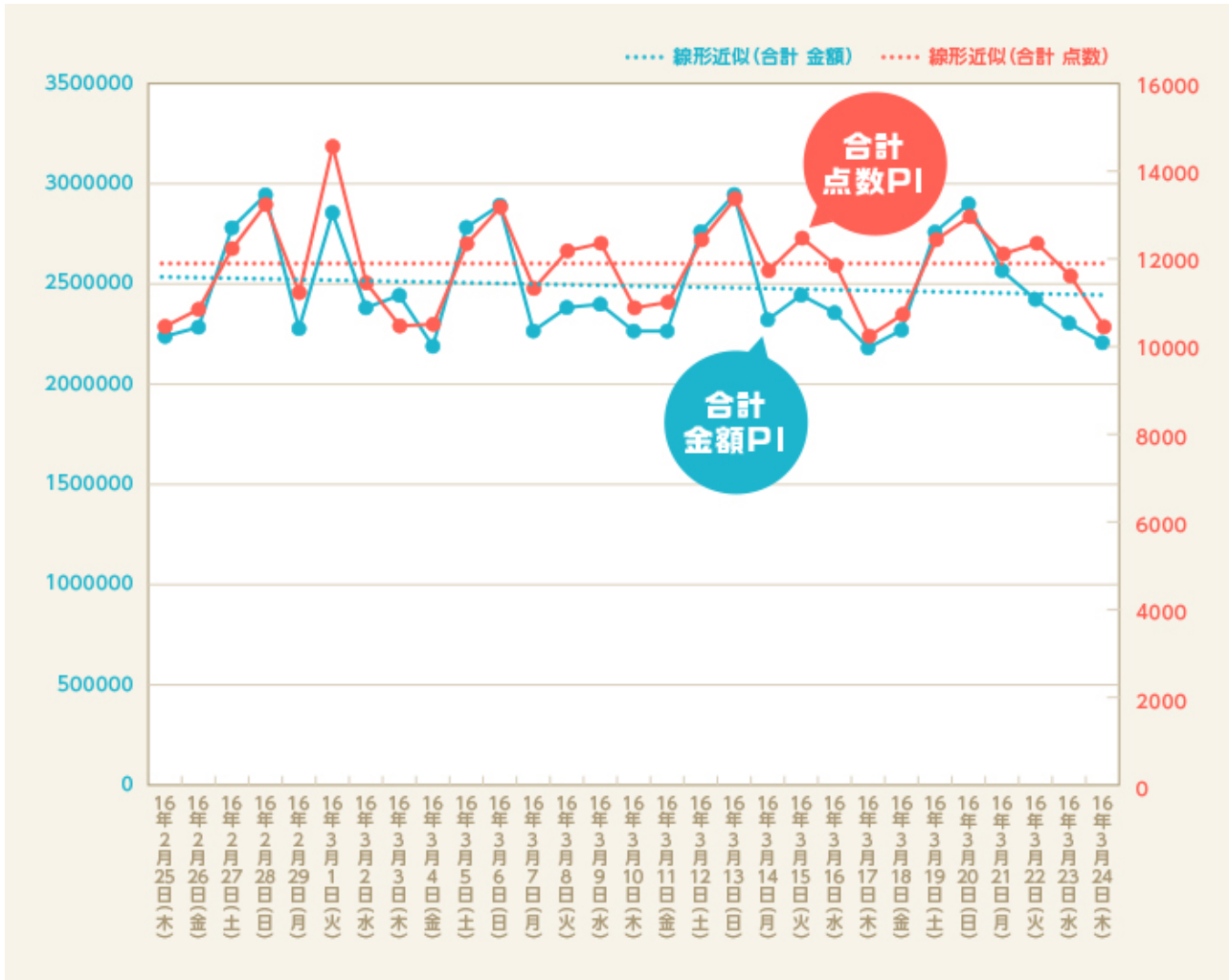


図2 参考：現役世代（40・50代）の給料日から1か月の買上金額推移



出典：realshopper SM

<検証1>

図1でシニア（70・80代）の1週間毎の金額PI値を見ると、支給日の15日からの7週間の買上金額は、ほぼ同額で推移。8週目は前7週と比較すると若干低下しています。全体としてみれば、落ち着いた数値内に収まっており、計画的に支出していると考えられます。（参考のため買上点数PI値も併せて掲載しましたが、これを見ても金額と同様に7週目まではほぼ同じ数値を示し、8週目に若干低下しているが、買上金額よりは低下していません。点数満足度はあげたいが支給日前で金額は引き締めざるを得なくなっている状況にあると思われます。）これらを見ると、シニアは収支をにらみながら計画的に支出・購買していると考えられます。

※なお、図1の9週目は金額・買上点数共に大きく低下していますが、これは支給日前の11日から14日までの4日間の合計のためであり、7日間合計の前8週とは比較できないため分析対象からは外しました。

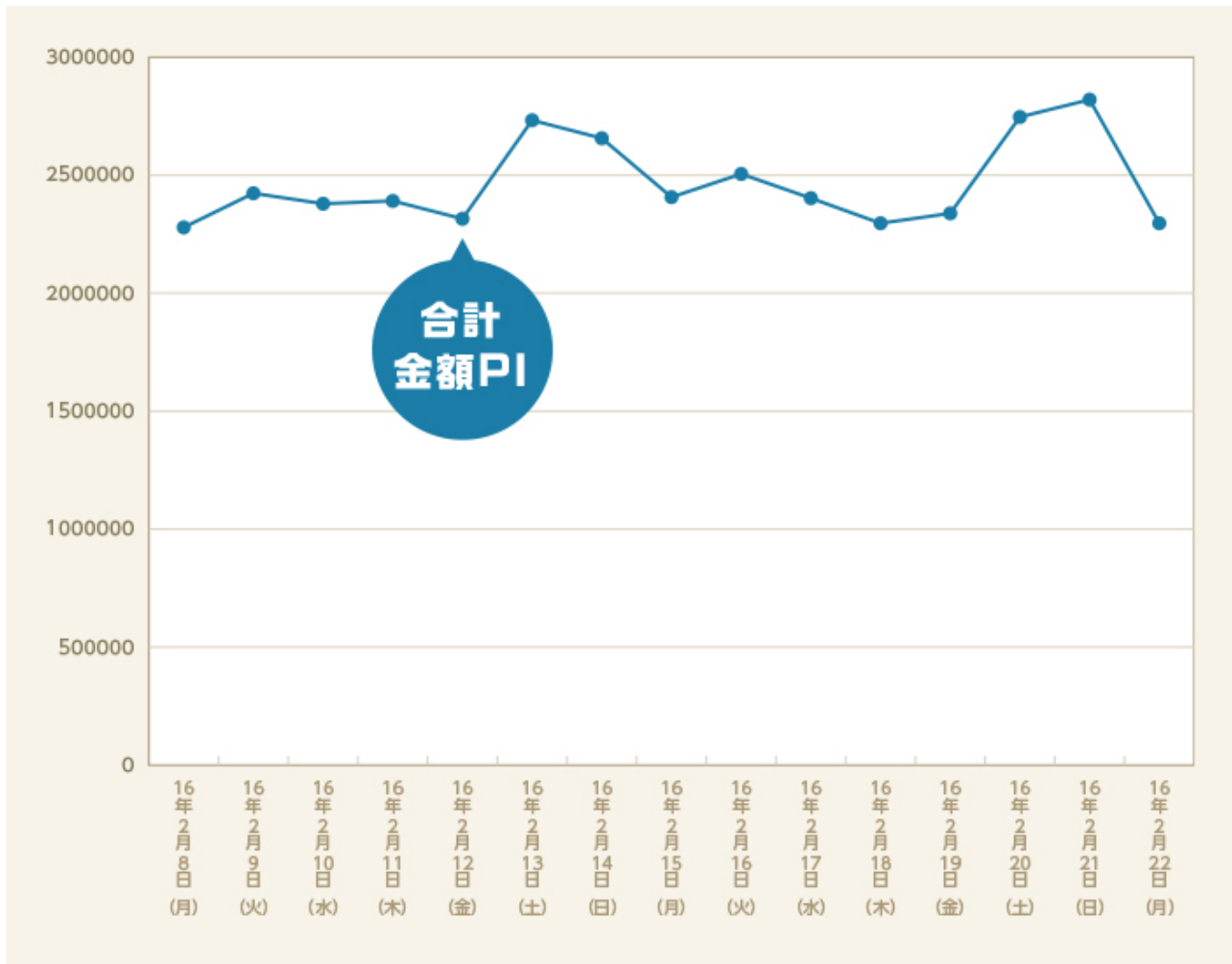
<参考>

比較のため、図2に現役世代（40・50代）の給料日から1か月の買上金額・点数PI値を日次で載せました。現役世代でも給料日直後は若干の増加がみられますが、週単位で見れば4週間ほぼ同じパターンで推移しており計画的な支出・購買傾向が顕著に表れています。2年連続で、給与所得がアップしていますが、数年前の給与水準に戻っただけであり、家計は厳しい状況にあることに変わりはなく、計画的に支出していると思われます。

視点

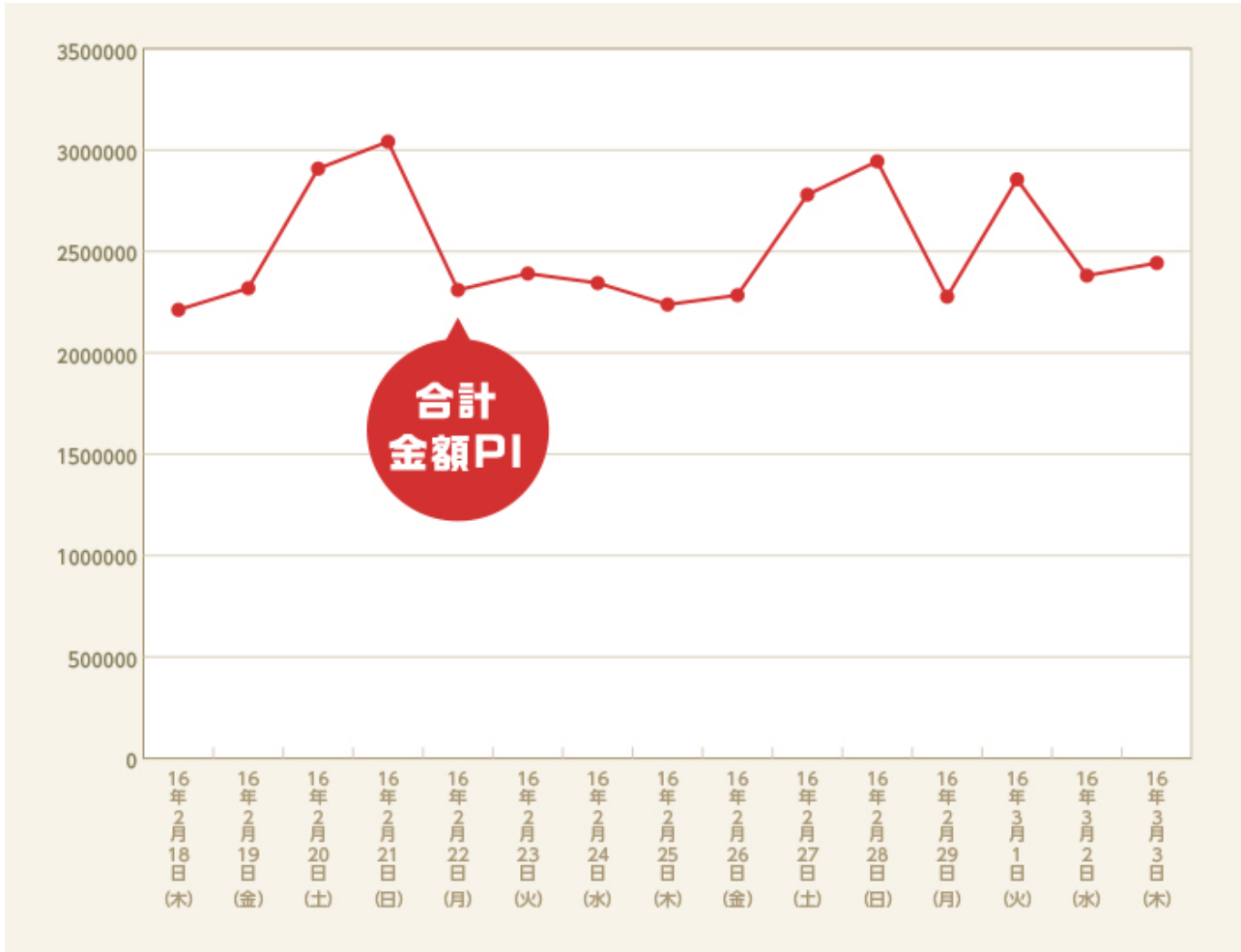
- ・シニアの食品購買はデータを見ると、かなり計画的に行われているようです。これを念頭に置くと、生鮮品・惣菜カテゴリーまで年代別購買状況をカバーできる realshopper SM を活用し、年金支給に対応したシニアの2か月スパンでの計画的な食品購買内容を詳細に把握し、的確な商品・店頭施策を展開することにより、如何にシニア顧客の固定化を図るかが重要な課題となるでしょう。

図3 シニア（70・80代）の年金支給日前後1週間の買上金額推移詳細



出典：realshopper SM

図4 参考：現役世代（40・50代）の給料支給日前後1週間の買上金額推移詳細



出典：realshopper SM

<検証2>

検証1でも触れましたが、厳しい家計収支を反映してか、シニアの年金支給日前1週間の金額PI値は若干低下傾向にあります。図3で支給日前後1週間の買上金額推移を日次で詳細に見てみると、土・日と火曜日に購買の山が来る購買パターンは変わりませんが、支給日前後1週間で比べると支給日前の購買パターンは支給日後と比較して全体的に金額が低くなっています。やはり、2か月の長丁場で支出を管理してきて、家計が底をついている状況が伺えます。

<検証3>

検証2の裏返しになりますが、図3で見ると支給前に比べれば支給後の1週間の支出は増えていますが、大幅に増えているわけではありません。図1で見てもわかるように家計が底をついている状況を脱して、年金が入り元に戻った状況に近いと考えられます。やはり、貯金を取り崩すような家計環境下では、しっかりと計画を立て、工夫を加えながら食生活を楽しんでいると考えられます。

## <参考>

比較のため図4に現役世代の給料支給日前後1週間の金額推移を日次で掲示しました。図2で見ると分かるように、現役世代もシニアと同様に土・日と火曜日に購買の山が来るのですが、給料日前の火曜日の山が低く若干金額が低下、逆に給料日後の火曜日の山が大きくなっており（雛祭り需要による特異点とも考えられます）、水曜日も相対的に増え、全体として金額が増加傾向にあることがわかります。

## 視点

・シニアは厳しい家計環境にあり、計画的に支出を行っていると思われ、年金支給日前後での劇的な買上金額変化はみられませんでした。しかし、このように計画的に家計管理が行われている中で見られた支給日前の若干の買上金額の低下と支給日後の増加は、相対的に見れば大きな変化とも言えます。当事者のシニアにとっては、大きな意味を持つ支出の引締めであり、そして、拡大であるとみるべきでしょう。

この点を念頭に、シニアの購買状況推移をきめ細かく把握し、いかなる施策によりシニアの気持ちに沿った年金支給日前後の商品・店頭対応、そして、バックアップが図れるかを検討・実施することがシニア戦略策定上大きなポイントとなっていくでしょう。

ここでは、年金支給の特性がシニアの購買行動へどのような影響を与えているのかを、大括りに見てきましたが、限られた収入の中で、計画的な支出を通し食生活を送っているシニアの姿が浮き彫りになりました。これを、単にシニアの食品購入は計画性が高くパターン化されていると捉え、大きな問題がなければこれまでの商品・店頭展開で十分対応可能と考えてよいのでしょうか。

プロローグで取り上げたように、データを見ると「食事」は、シニアにとって単なる栄養補給の手立てではなく、生活上の非常に重要な要因となっています。生活の中の楽しみであり、今後の活動の重点項目であり、健康維持の重要要因となっており、如何に充実させようかと考えているはずで、収入が減り、且つ、世帯構成人員も減少するのに、食費には大きなしわ寄せがないのを見ても「食事」重視の姿勢が伝わってきます。

今回、realshopper SMのデータで見たように、現役世代の給料支給サイクルと比べ年金支給サイクルが長く、家計収支も厳しいシニアの方が、どちらかと言えば、支給日前の食糧費支出の低下の幅が大きいことがわかりました。このような中で、買上点数を落とさず、創意工夫を重ね食生活の充実を目指しているのがシニアと言えるでしょう。

今後、さらに拡大するシニア層を、SM業界の競争激化が予想される中で困り込んでいくうえでは、シニアの食品購買の実態をきめ細かく把握し、購買の背景、そして、意識まで類推し、仮説を立て検証しながら、シニアの生活の中の楽しみとして、取り組みたい重点活動として、そして、健康維持の重要要因としての食生活実現をバックアップするシニア戦略の構築・展開が必要となってくると考えられます。

次回の「シニアの給料＝年金支給日と購買行動（下）」では、年金支給の特性により引き起こされるシニアの購買特性・行動は、SMのセールスにどのような影響を及ぼしているのかを、戦略的視点から検証してみたいと思います。



◆高津 春樹

(株) ショッパーインサイト・アドバイザー

- ・ 1975年 (株)読売広告社 入社  
※プロモーション、マーケティング、ソリューション  
各開発局長歴任
- ・ 2008年 (株)読売広告社 退社  
※退社後は、財団、大学などで組織運営、研究業務に  
従事
- ・ 2014年 オフィス MB  
※マーケティングコンサル、講演、執筆等を中心に  
活動