

## 2017 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2017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、来店客一人当たりの2017年4月の平均来店回数、購買金額、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、客単価は税込）。

### 2017 年 4 月の購買動向

	2017年4月	対前年比
平均来店回数(回)	5.5	99.7%
平均購買金額(円)	12,201.4	100.7%
平均購買点数(点)	59.7	100.8%
平均客単価(円)	2,202.0	100.9%
1回当たり平均購買点数(点)	10.8	101.1%

すると、平均購買金額や客単価等は前年を上回ったものの、平均来店回数が前年を下回りました。

月別の平均購買点数、客単価の推移を見てみました。すると、ほぼ前年並みの月が多く、前年と比べて大きな変動は見られませんでした。

### 月別購買動向

全 体	平均購買点数		平均客単価	
	点	対前年比	円	対前年比
2017年4月	59.7	100.8%	2,202.0	100.9%
2017年5月	60.9	99.3%	2,168.0	99.5%
2017年6月	59.5	99.2%	2,145.2	99.8%
2017年7月	60.6	100.3%	2,170.2	100.6%
2017年8月	60.2	99.0%	2,193.2	100.2%
2017年9月	59.5	99.8%	2,169.7	100.6%

次に、カテゴリ別の上半期の動向を分析し、期間中平均購買金額（一人当たり）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です。飲料\_他は、「メロディアン甘酒 195g」「森永冷やし甘酒 190g」「プラス糀米糀からつくった甘酒 125ml」など甘酒の販売金額が多くを占めており、前年に引き続き増加傾向が見られます。また、畜産加工品\_他カテゴリの大部分はサラダチキンが占めており、食品スーパーにおいても好調に推移しています。農産は舞茸と豆苗が好調に推移しました。

### 上半期カテゴリ別購買動向（増加率の大きなカテゴリ）

2017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)
舞茸	320.1	107.6%	16.1%	0.8
豆苗	207.8	105.5%	5.3%	1.5
豆類水煮	343.4	105.1%	9.6%	0.8
銘柄鶏正肉	1,145.0	106.0%	12.6%	0.5
国産鶏手羽	848.8	105.9%	10.6%	0.5
調味酢	471.4	107.4%	5.8%	0.7
畜産加工品_他	443.1	110.8%	3.7%	1.7
レトルト茶碗蒸し	504.7	107.1%	5.7%	0.9
中華惣菜炒物	667.9	108.8%	11.0%	1.0
野菜飲料	1033.6	105.2%	21.2%	0.6
飲料_他	803.2	118.5%	7.7%	2.0

一方、期間中平均購買金額（一人当たり）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。おくら、レタスなどの農産があげられます。調理時間短縮化や天候不順による価格高騰の影響を受けたようです。また、寿司盛合わせも減少していますが、これは6月頃に起こったアニサキス問題<sup>\*1</sup>により、買い控えが見られたことが影響しているものと推測されます。

## 上半期カテゴリ別購買動向（減少率の大きなカテゴリ）

2017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)
おくら	341.4	93.3%	16.0%	-2.3
レタス	459.1	91.4%	32.3%	-1.1
小葱・青葱	384.9	94.0%	17.1%	-0.8
玉葱	595.8	86.6%	37.6%	-1.1
かいわれ	319.0	94.7%	13.5%	-1.3
グレープフルーツ	571.0	91.9%	5.4%	-1.0
寿司盛合せ	959.9	85.9%	3.0%	-1.6
ピザ惣菜	704.5	93.8%	3.0%	-0.9

また、今回版より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、例として女性の世代別トマトの期間中購買金額（半年間）と購入経験率（半年間）を集計したのが下記図表です。すると、年代が上がるにつれて購買金額が多く、購入経験率が高いことがわかります。若年層への購買促進が重要と言えます。

## トマトカテゴリの購買動向

2017年上半期 トマト	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	694.9	96.6%	28.7%	-1.8
女性30代	808.2	95.4%	33.2%	-1.0
女性40代	938.2	96.7%	34.8%	-0.9
女性50代	1,103.8	95.4%	40.0%	-0.9
女性60代	1,267.6	97.2%	43.5%	-0.5
女性70代	1,480.0	96.2%	47.6%	-0.2
女性80代	1,613.4	98.3%	47.3%	-0.1

一方、年代により異なる傾向を示すカテゴリーもあります。ナチュラルチーズや洋風スパイスでは購入経験率自体は若年女性の方が高いですが、対前年比は高年代女性の伸び率が高くなっています。食の洋風化は高年代にも進んでいることが伺え、商品政策も考慮する必要があるでしょう。

### ナチュラルチーズカテゴリーの購買動向

2017年上半期 ナチュラルチーズ	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	700.3	99.3%	25.9%	0.0
女性30代	839.3	100.6%	28.9%	0.0
女性40代	920.3	101.3%	27.4%	0.4
女性50代	912.6	102.2%	23.1%	0.6
女性60代	872.9	103.9%	18.7%	0.8
女性70代	890.6	106.4%	14.8%	0.9
女性80代	944.4	108.9%	11.5%	0.7

### 洋風スパイスカテゴリーの購買動向

2017年上半期 洋風スパイス	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	227.0	98.2%	4.6%	-0.2
女性30代	225.4	97.3%	4.5%	-0.2
女性40代	232.8	100.0%	5.0%	-0.1
女性50代	252.9	101.0%	5.3%	0.2
女性60代	262.0	105.1%	4.3%	0.4
女性70代	269.2	106.3%	3.5%	0.7
女性80代	277.2	108.0%	2.7%	0.7

1. 今年夏場の刺身類の購買動向に関しては、本コラム  
(<http://shopperinsight.co.jp/column/article23/>) をご覧ください