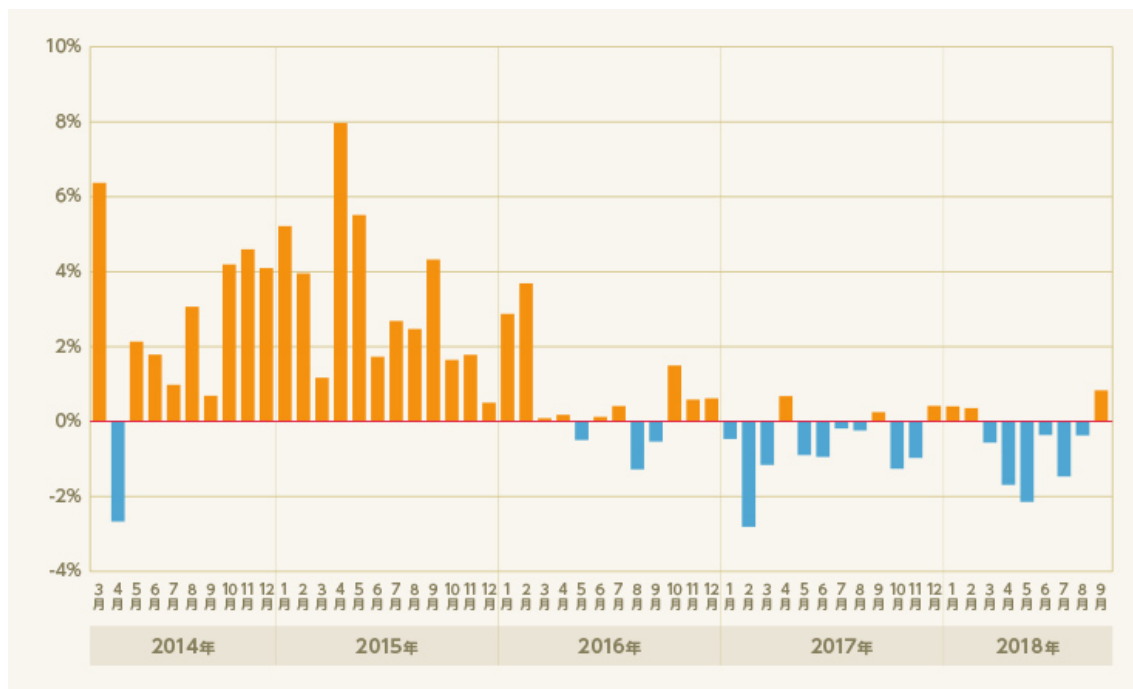


## 食品スーパーマーケットの中期的動向

株式会社ショッパーインサイトでは、2013年の発足以来、食品スーパーマーケットにおける消費者の購買行動を集計しております。これまで直近の前年比を整理したレポートを発刊してきましたが、今から4-5年前と比べて動向に違いはみられるのでしょうか。今回のコラムでご紹介します。

最初に、来店客1人当たりの月当たり平均購買金額を対前年月と比較し、時系列で示しました。尚、データは税込です。

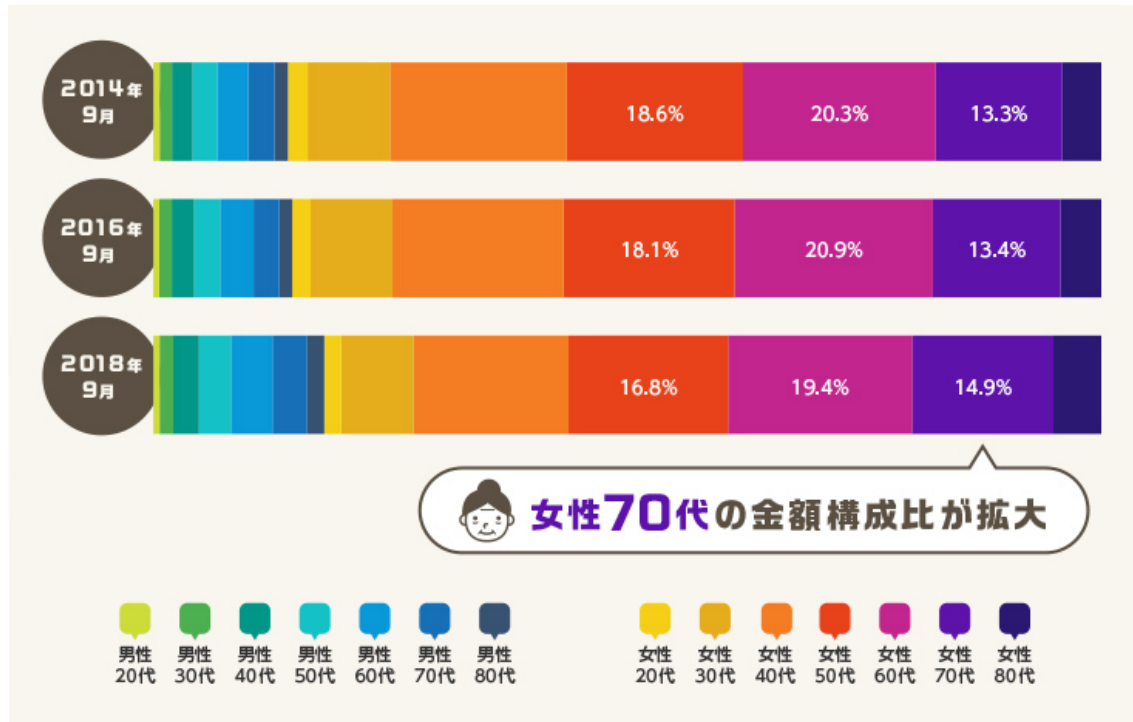
### 来店者1人当たり平均購買金額推移（対前年同月比）



すると、消費増税前の2014年3月は対前年同月比+6.4%と大きく増加しましたが、増税後の4月は-2.7%と減少しました。その後2~4%増加の月が続きますが、税込表示のため、3%上回っている場合は、前年並みと解釈できます。

その後は多少の増減はあるものの、ほぼ前年並みで推移しますが、2018年に入って前年を下回る月が増えています。食品SM以外での購買金額が増えたこと、購入者層の構成比異なりつつあることが要因として挙げられます。

## 性年齢別全食品金額構成比（各年 9 月）



上記図表は、9月の全食品金額構成比を2014年、2016年、2018年で集計し、比較したものです。すると、2014年、2016年に比べて女性50代以下の構成比が縮小していることがわかります。また、女性60代は2016年には拡大したものの、2018年は縮小に転じました。これは、団塊の世代が2017年に70代となったことが理由として挙げられます。女性70代は2018年には14.9%を占めました。

一方、男性は徐々に構成比を高めています。女性では減少した40～60代においても、構成比はそれほど変わっていません。男性やシニア層に着目していく必要があることが購買データからも把握できます。

最後に、カテゴリー別の動向を整理しました。9月における購入経験率（期間中来店者のうち購入したことのある人の割合）、購入者一人当たりの購買金額を集計したものを、4年前、2年前と比べてともに増加した主なカテゴリー、逆にともに減少した主なカテゴリーを抽出しました。

増加した主なカテゴリーとしては、畜産加工品他（サラダチキンなど）、飲料他（甘酒など）があげられます。一時的に需要が拡大したわけではなく、購入者の裾野を広げつつ、購買金額も増加していることがわかります。チューハイ・カクテルは若年層向けの商品による需要活性化、高アルコール商品の投入などにより、市場が拡大していると言えそうです。

## 購入経験率、購入者一人当たりの購買金額が増加した主なカテゴリー

		購入者1人当たり月平均購買金額(円)			期間中購入経験率(人数)		
		2014年9月	2016年9月	2018年9月	2014年9月	2016年9月	2018年9月
農産	豆類水煮	177.4	191.8	212.7	3.2%	3.5%	3.8%
	キウイフルーツ	448.9	470.2	568.7	6.8%	9.0%	9.8%
畜産	国産牛焼肉用	1162.1	1267.9	1322.6	1.8%	1.9%	2.0%
	輸入牛切り落とし	613.1	644.4	668.2	0.3%	0.6%	1.6%
	輸入豚うす切り	474.6	508.4	540.3	1.3%	1.9%	2.7%
	国産鶏手羽	451.0	483.3	500.7	4.2%	4.6%	5.2%
	味付ホルモン	410.9	440.5	522.3	1.3%	2.1%	2.4%
食品	にんにく	177.5	190.4	200.8	1.1%	1.4%	1.5%
	調味酢	242.0	302.3	339.9	0.7%	1.4%	1.5%
	梅干	473.0	492.9	568.5	4.2%	4.7%	5.3%
	畜産加工品_他	249.7	269.2	362.7	0.4%	0.5%	2.8%
	即席味噌汁	297.2	316.2	333.5	6.9%	7.7%	7.9%
	米飯レトルト	577.0	597.7	634.7	4.6%	5.0%	5.7%
嗜好食品	畜産つまみ菓子	327.8	356.3	370.6	1.1%	1.3%	1.5%
	飲料_他	362.8	443.5	554.2	1.7%	2.0%	2.3%
	チューハイ・カクテル	691.6	771.0	795.1	8.3%	9.3%	10.2%

一方、減少した主なカテゴリーとしては、竹輪、蒲鉾などの練物や、ウィンナーなどがあげられます。現状のままではさらなる減少が避けられないため、業界全体での市場活性化、現状であまり購買していない層へのトライアル促進が重要です。

## 購入経験率、購入者一人当たりの購買金額が増加した主なカテゴリー

		購入者1人当たり月平均購買金額(円)			期間中購入経験率(人数)		
		2014年9月	2016年9月	2018年9月	2014年9月	2016年9月	2018年9月
鮮魚	ぶり・はまち切身	536.8	535.3	514.8	6.0%	5.7%	4.7%
	あさり	366.7	352.9	329.9	3.7%	3.5%	2.8%
	かつお刺身	628.0	576.4	566.4	2.6%	2.2%	1.5%
畜産	銘柄豚切り落とし	570.6	564.5	547.1	8.7%	6.9%	5.1%
	銘柄豚ステーキ・カツ用	714.2	711.5	691.9	1.8%	1.5%	1.2%
	ウィンナー	541.5	539.4	536.3	21.9%	21.7%	21.2%
食品	料理酒	273.0	270.6	267.1	3.1%	2.8%	2.5%
	ごま	221.7	220.6	214.8	4.5%	4.1%	3.4%
	削り節	314.4	306.2	299.8	6.8%	6.0%	5.4%
	乾燥昆布	345.6	335.9	333.0	3.2%	2.8%	2.3%
	竹輪	227.7	226.0	218.4	18.8%	16.7%	16.3%
	蒲鉾	233.4	232.5	223.3	8.8%	8.1%	7.7%
惣菜	焼魚惣菜	424.8	420.3	418.4	4.6%	4.3%	4.1%
	寿司盛合せ	858.2	768.0	719.3	2.0%	1.3%	1.0%
嗜好食品	麦茶	273.2	272.0	261.9	3.1%	3.0%	2.6%
	コーヒークリーム	261.3	258.4	251.6	3.9%	3.2%	2.9%

人口減少、少子高齢化、ネットショッピング利用者の増加など、食品 SM を取り巻く環境が変動しており、購買行動にも徐々に変化が見られています。今後もショッパーインサイトでは定期的に来店者の購買動向を把握し、皆様に情報を提供してまいります。2018年のコラムは今回が最後です。来年もどうぞよろしくお願い申し上げます。