

## 2022年ゴールデンウィークの動向 (ウィズコロナのゴールデンウィーク)

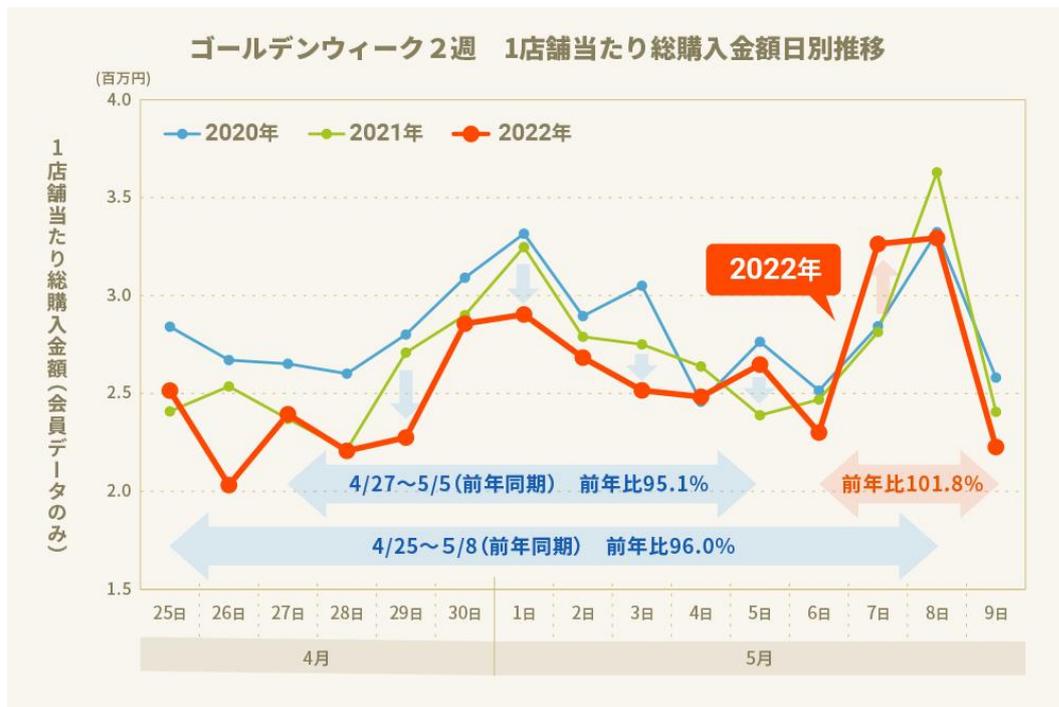
本年は3年ぶりに行動制限のないゴールデンウィークとなり、報道でも人流がコロナ前を超えたエリアもあったと発表され、ここ2年とは異なった消費であったと予想されます。

弊社 real shopper SM で買い物行動と購入内容を検証してみたいと思います。

### ゴールデンウィーク2週間 1店舗当たり総購入金額 日別推移

本年のゴールデンウィークは3年ぶりの行動制限がないゴールデンウィークに加え、大型連休にしやすい祝日と曜日回りになっていました。(最大10連休)。

総購入金額の推移をみると昨年に比べ連休前半の山が小さく、逆に母の日の需要も絡む連休最終の土日の購入金額の大きさが目立ちます。今年は昨年に比べると連休前半に外出が多くなり外食に需要が流れ、連休後半で冷蔵庫補充と母の日需要も含め家庭内消費が拡大したと推測されます。



年	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
2022年	4/25	4/26	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6	5/7	5/8	5/9
2021年	4/26	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6	5/7	5/8	5/9	5/10
2020年	4/27	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6	5/7	5/8	5/9	5/10	5/11

データ出典 rsSM 全国 会員データのみ 全部門計

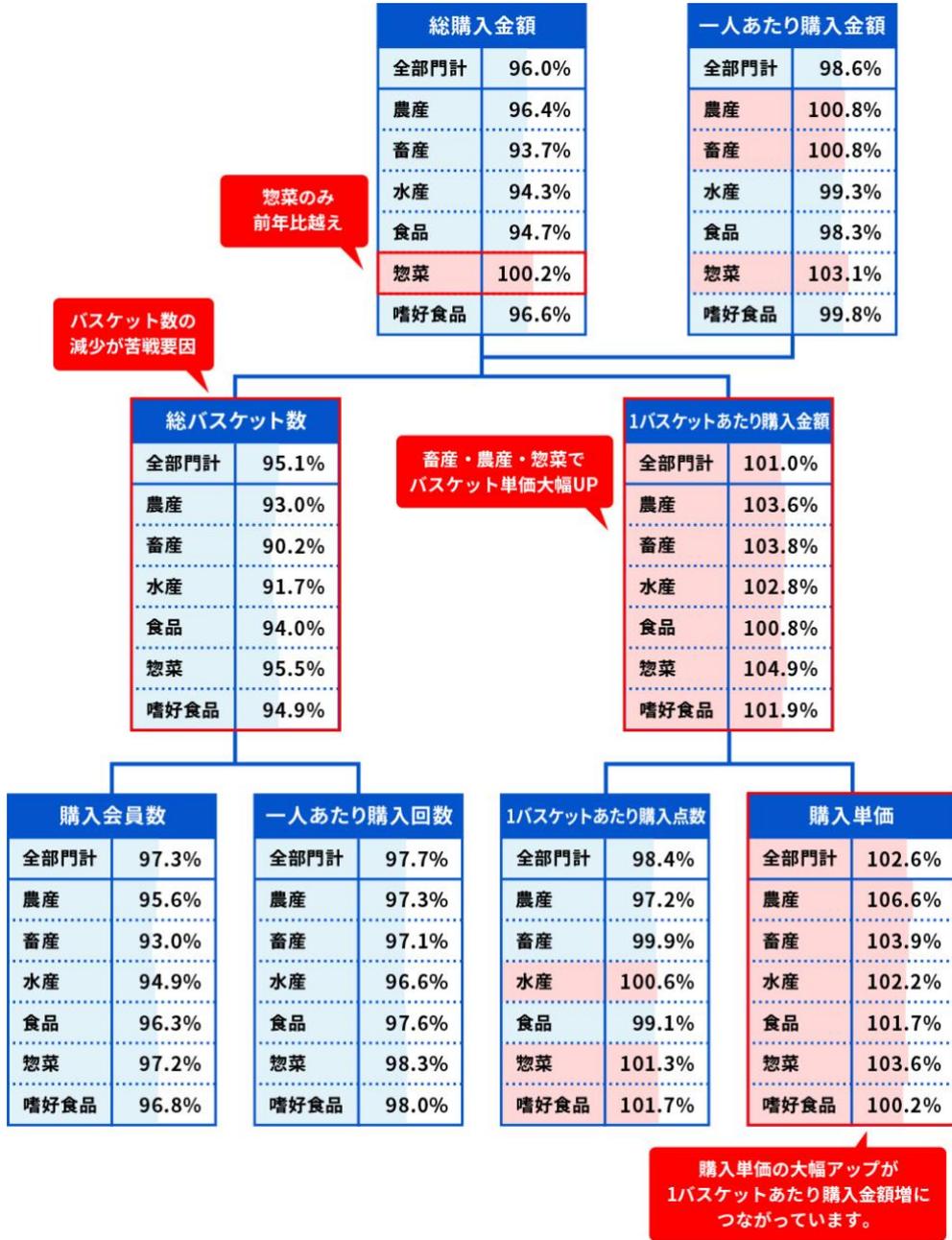
## ゴールデンウィーク 2 週間 1 店舗あたり購入金額 【部門別】 因数分解

続いて部門別に総購買金額を因数分解で確認し、需要の中身を確認しました。

全部門計で 96.0% と大幅前年割れとなっていて、唯一惣菜部門だけが前年をクリアしています。昨年と一昨年の自宅滞在型消費から、外出による料理負担軽減商材へシフトしたと考えられます。

因数分解で見ると、バスケット数の減少が著しく、バスケット単価のアップでもカバー出来ていない状況です。バスケット単価のアップは購入点数が増えたわけではなく、購入単価のアップが要因となっています。野菜・畜産の相場高が影響していると思われます。

2022/4/25~5/8 (前年同期)



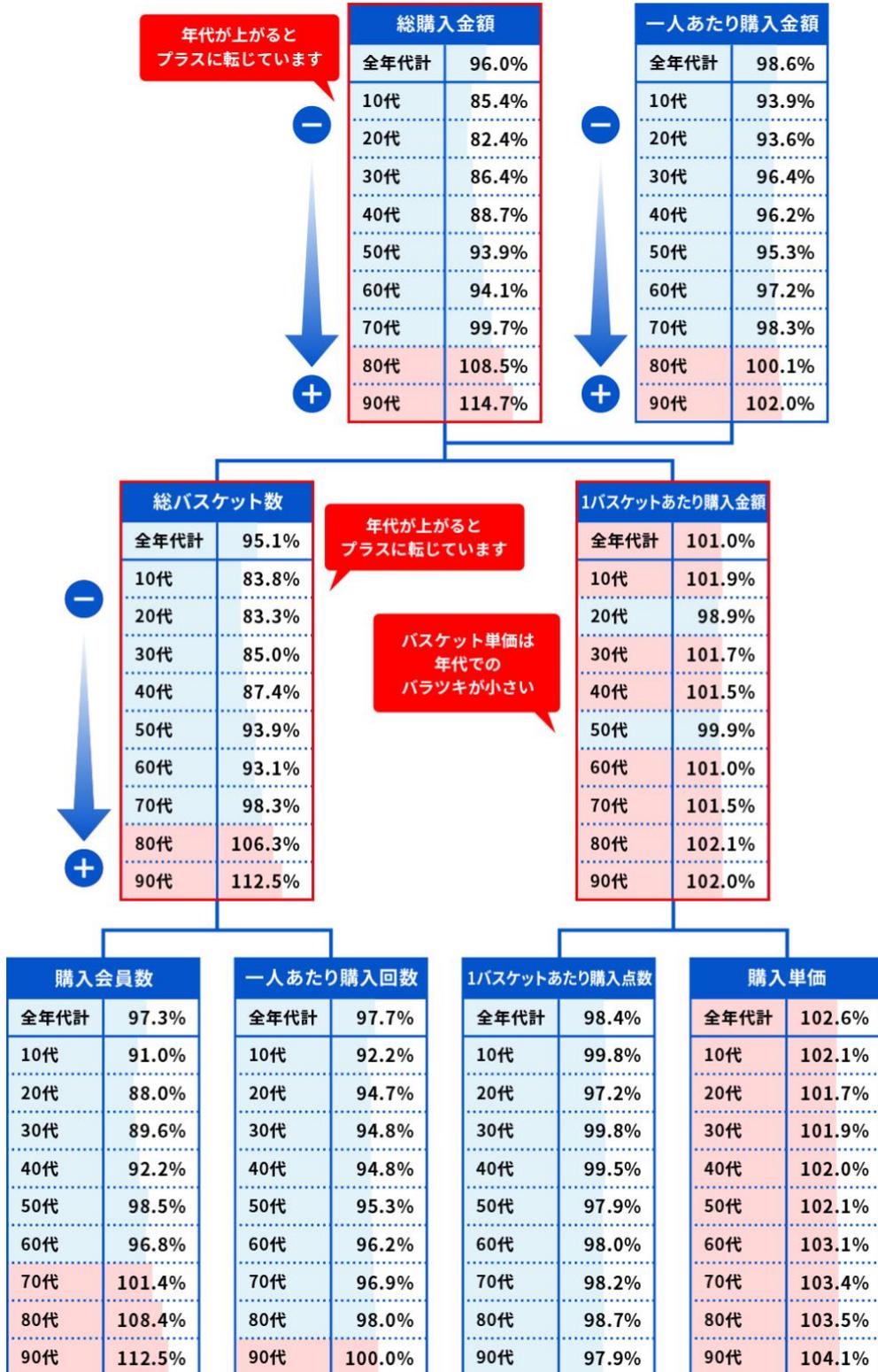
データ出典 rsSM 全国 会員データのみ 全部門計

### ゴールデンウィーク 2 週間 1 店舗あたり購入金額 【年代別】別因数分解

続いて年代別に購入金額の因数分解を行うと、綺麗に年代が上がるに従い前年比がアップしていることが確認できます。

80代以上では前年比100%を大きく超えてきています、コロナ不安が軽減され高齢者の購買行動が活性化してきたことと、大型連休で親元に若年層が帰省したことにより、若年層の減少・高齢者の拡大が同時に発生したと考えられます。

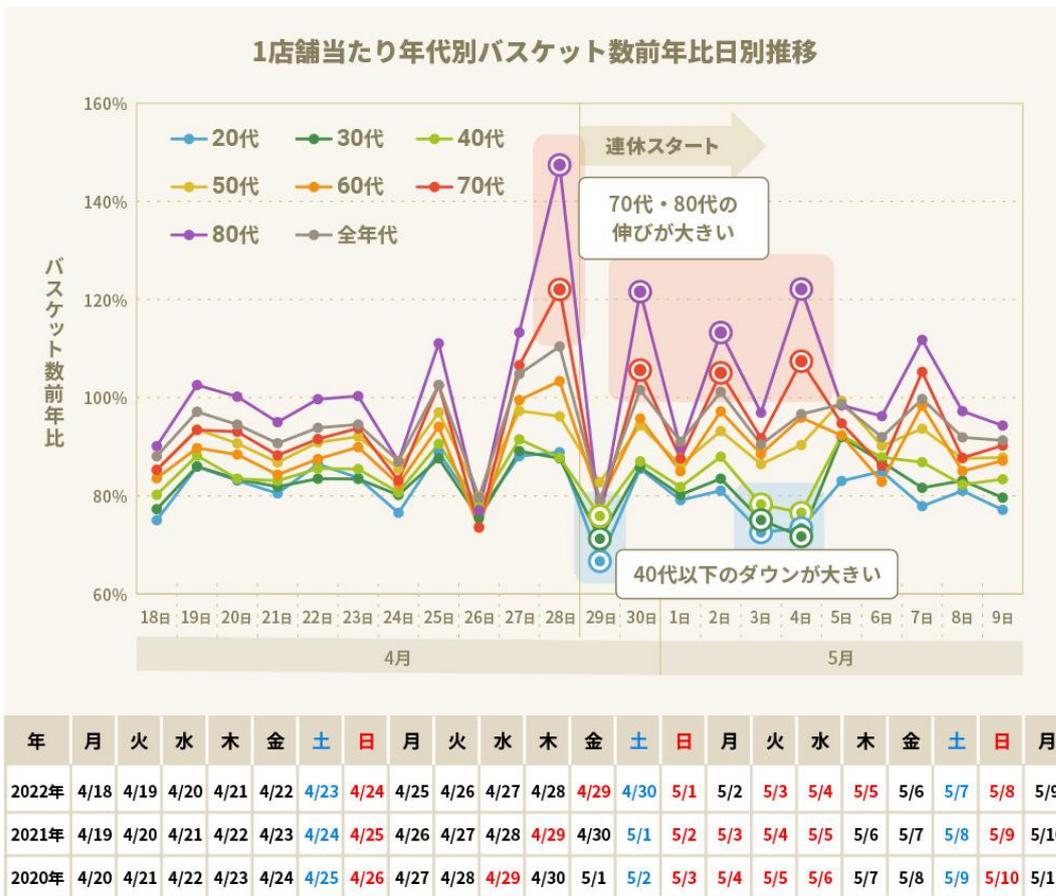
2022/4/25~5/8 (前年同期)



データ出典 rsSM 全国 会員データのみ 全部門計

## ゴールデンウィーク3週 【年代別】1店舗当たりバスケット数前年比 日別推移

ゴールデンウィーク前週から年代別のバスケット数前年比の推移を確認すると、ゴールデンウィーク期間に40代以下のバスケット数前年比のダウンが顕著となっております、逆に70代以上はゴールデンウィークに入る2日前から急激にバスケット数前年比がアップしています。40代以下と50代以上ではゴールデンウィークの購買行動に大きなギャップがあることが確認できました。



データ出典 rsSM 全国 会員データのみ 全部門計

### まとめ

今年のゴールデンウィークはウィズコロナでの連休の楽しみ方を、年代毎に工夫して過ごされた事がデータから読み取れました、ゴールデンウィークの動向を参考に今年の旧盆商戦の戦略の仮説作りをする事が大切だと感じております。不明な点はお問い合わせ先にご連絡ください。

- ①今回お伝えした情報は、その完全性、正確性、皆様の目的に対する適合性、第三者の知的財産権を侵害していないことを現在及び将来にわたって保証するものではありません。
- ②今回お伝えした情報の使用に起因して生じる結果について一切の責任を負いません。