

<Shufoo!買い物動向レポート Vol.13 「2016年～2017年 年末年始のShufoo!アクセス動向分析」  
および「2016年～2017年 年末年始の買い物行動に関する動向調査」>結果

2017年1月31日 凸版印刷株式会社

【調査概要】

●一般調査

調査エリア： 全国

調査対象： 20歳から59歳までの男女

サンプル数： 824

調査期間： 2017年1月17日～1月18日

調査方法： インターネットリサーチ

●Shufoo!利用者調査

調査エリア： 全国

調査対象者：

「シュフーポイント」会員(10代から60代までの女性)

サンプル数： 57,673

調査期間： 2017年1月13日～1月15日

調査方法： インターネットリサーチ

【分析・調査結果】2016年～2017年の年末年始における買い物行動の動向について

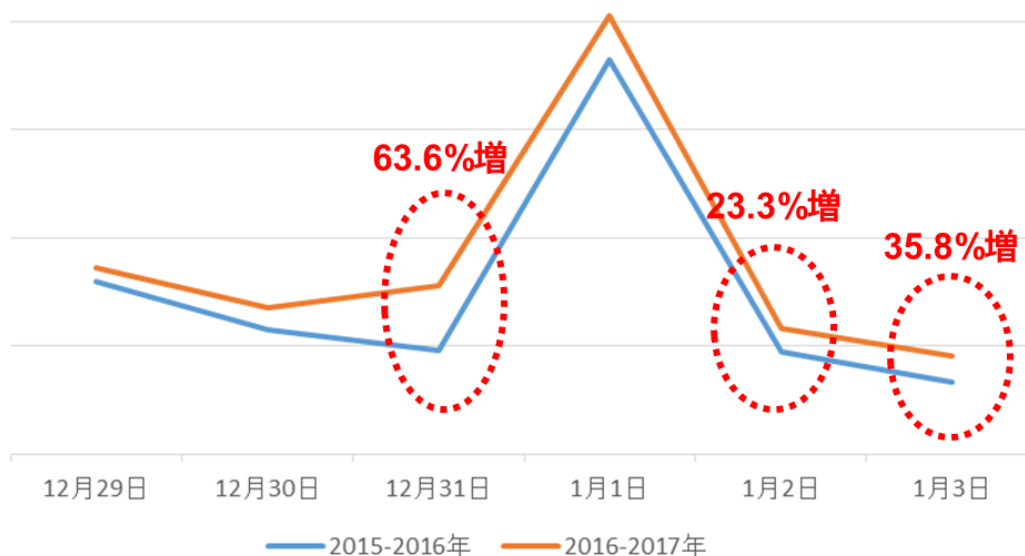
三越伊勢丹ホールディングスが2016年より1月2日を休業とし、また2018年からは正月三が日の休業を検討するなど、小売・流通業における新年の営業開始への考え方が多様化している中、その流れが「Shufoo!」でのチラシ掲載にも反映されていることが見受けられました。

前回2015年～2016年の年末年始におけるチラシ掲載開始は元日に集中していましたが、今回2016年～2017年の年末年始における傾向として、小売・流通業のチラシは元日以外の日にも多く掲載開始となり、情報発信の分散化が進んでいるようです。

●年末年始のチラシ掲載開始状況

前回2015年～2016年の年末年始におけるチラシ掲載開始状況と比較すると、今回2016年～2017年の年末年始は掲載数ベースで元日が前回より11.0%増だったのに対して、12月31日が前回より63.6%増、1月2日が前回より23.3%増、1月3日が前回より35.8%増と、元日以外の日にも多く掲載開始となりました。

<前回と今回の年末年始におけるチラシ掲載開始状況の比較>

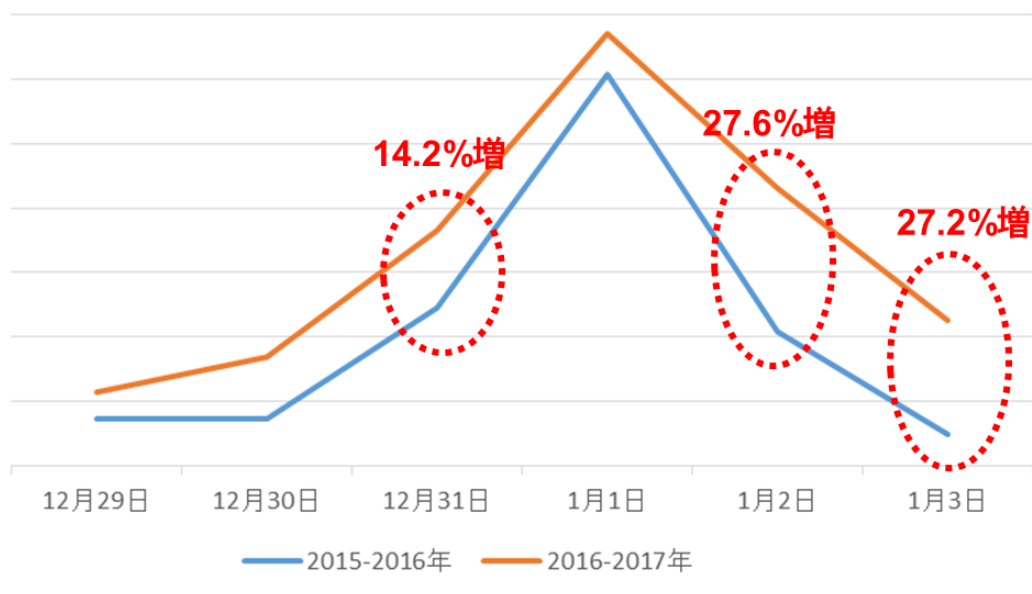


小売・流通業のチラシ掲載開始と並行して、前回 2015 年～2016 年の年末年始における「Shufoo!」のチラシ閲覧も元日に集中していましたが、今回 2016 年～2017 年の年末年始におけるチラシ閲覧傾向として、例年どおり元日に買い物情報をチェックしたいという意向は強いが、前回より 1 月 2 日以降もチラシ閲覧が多く、買い物への意欲が継続していることが伺えました。

#### ●年末年始のチラシ閲覧状況

前回 2015 年～2016 年の年末年始におけるチラシ閲覧状況と比較すると、今回 2016 年～2017 年の年末年始は閲覧数ベースで元日が前回より 5.2%増だったのに対して、12 月 31 日が前回より 14.2%増、1 月 2 日が前回より 27.6%増、1 月 3 日が前回より 27.2%増と、1 月 2 日以降も多くのチラシが閲覧されました。

<前回と今回の年末年始におけるチラシ閲覧状況の比較>

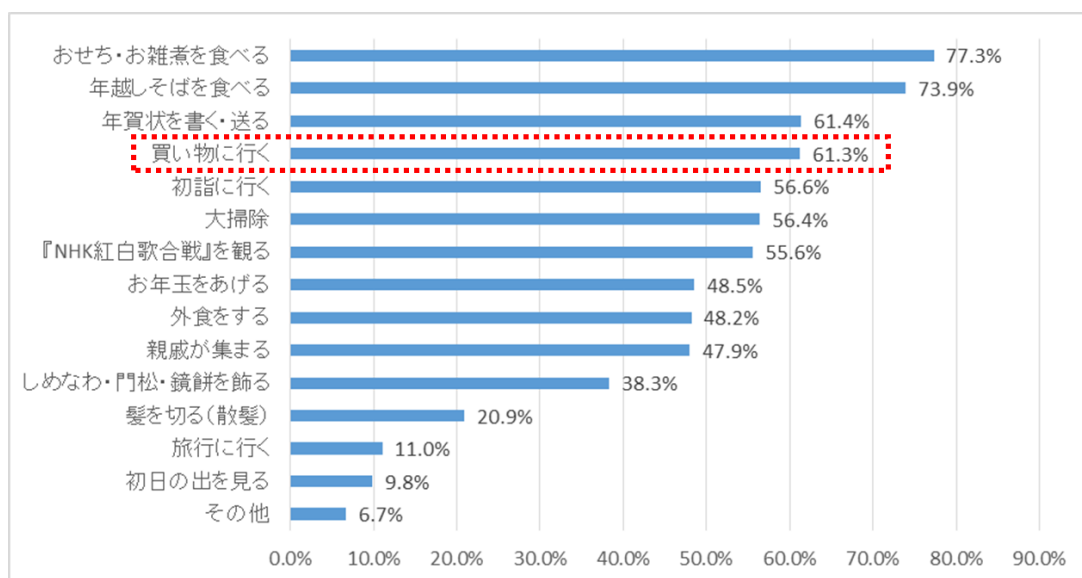


#### 【分析・調査結果】 その他のトピックスについて

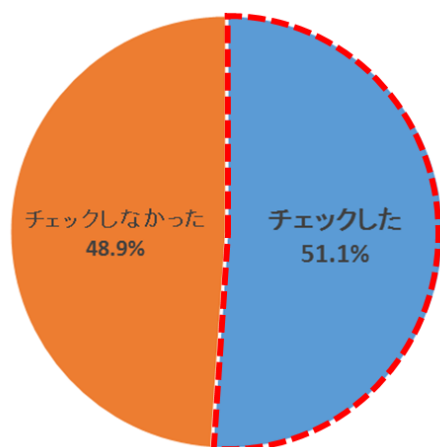
2016 年～2017 年の年末年始において「やった」ことのうち「買い物に行く」と回答したのは 61.3%で、「年賀状を書く・送る」(61.4%)とほぼ変わらず、また「初詣に行く」(56.6%)よりも多い結果となり、年末年始に買い物をするのは当たり前となっているようです。

また「買い物に行く」と回答した人の半数以上(51.1%)が買い物前にあらかじめ情報を収集し、情報収集した人の 9 割以上(93.4%)が、情報をチェックした店舗に実際に買い物に行っていることがわかりました。

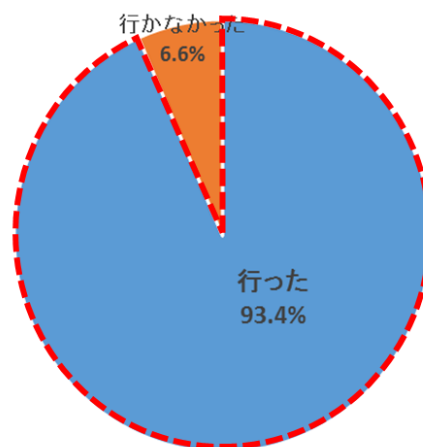
Q. 年末年始(2016年12月29日～2017年1月3日)に、  
以下の項目について、「やったこと」「やらなかったこと」を教えてください。



Q. 年末年始に買い物に行くにあたり、  
事前に参考情報をチェックしましたか？

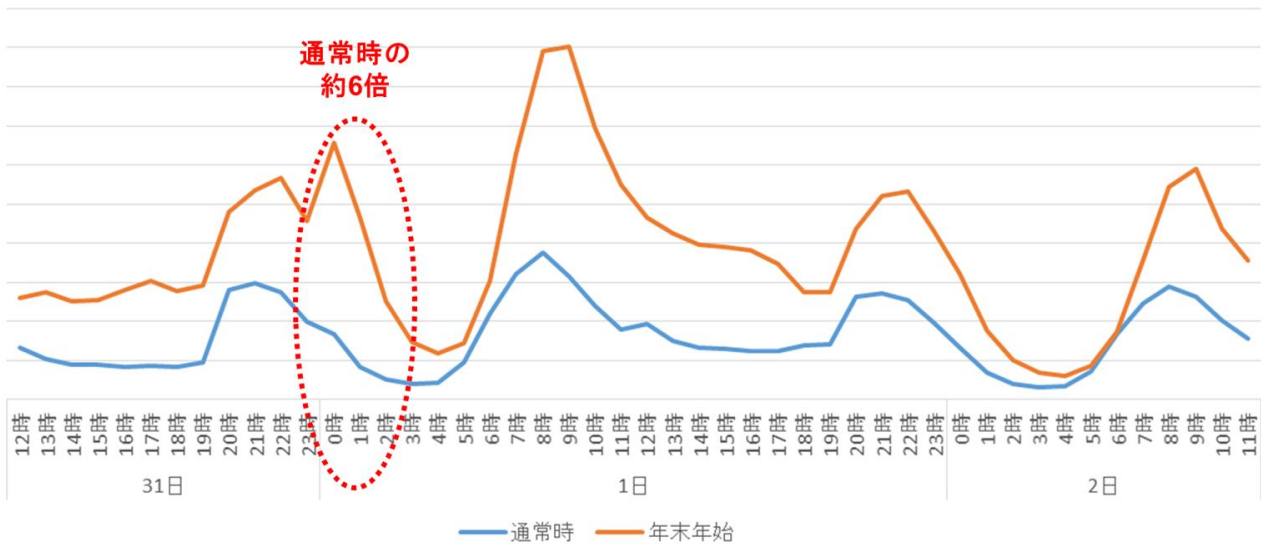


Q. 情報をチェックしたお店へ、  
実際に買い物に行きましたか？

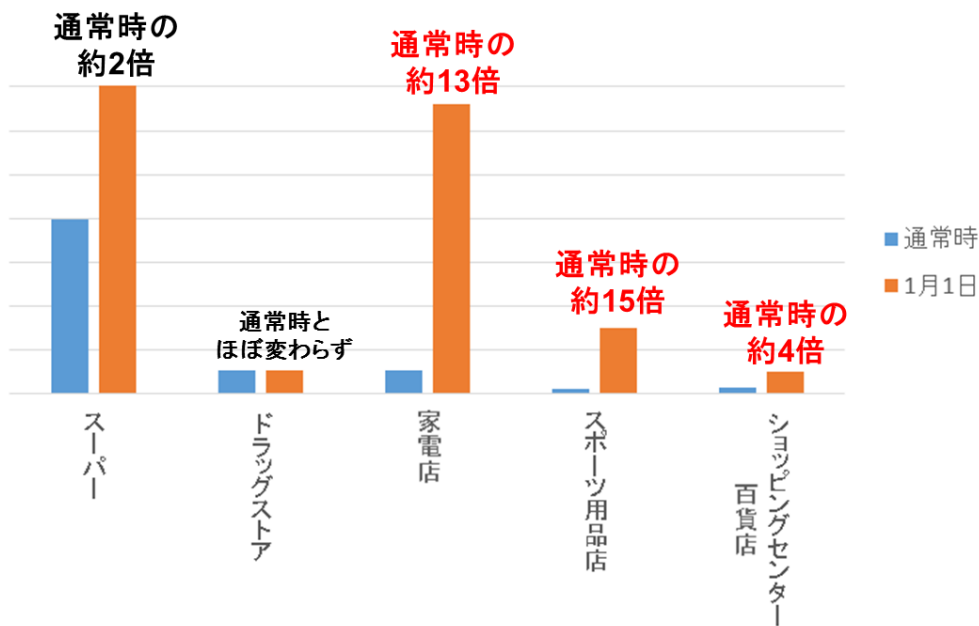


チラシ閲覧状況でもわかるとおり、元日は初売りや福袋情報を掲載するチラシの閲覧が大幅に増え、ピーク時の元日0時～2時台には通常時の約6倍のアクセスがありました。また業態別では、「家電店」のチラシが通常時の約13倍、「スポーツ用品店」のチラシが通常時の約15倍、「ショッピングセンター・百貨店」のチラシが約4倍と、嗜好性が強く単価の高い商品を取り扱う業態のチラシ閲覧数が元日に急増しました。

<通常時(10月31日～11月2日)と年末年始(12月31日～1月2日)の時間帯別チラシ閲覧数比較>



<通常時(11月平均/日)と1月1日の主要業態別チラシ閲覧数比較>



最後に、「初売り・福袋」関連のチラシは年間を通して掲載数が非常に多い催事ですが、今回 2016 年～2017 年の年末年始で掲載された「初売り・福袋」関連のチラシは、掲載数が前回より約 2 割も増加しました。チラシの掲載日も前は元日～1 月 2 日に集中していたところ、今回は 12 月 31 日に 42.2% 増、1 月 3 日に 38.8% 増と分散傾向にあり、小売・流通業における初売りの販促は、例年通り重要視しつつも時期は多様化していることが伺えます。

<前回と今回の年末年始における「初売り・福袋」関連チラシの掲載数の比較>

