

2017年12月26日 凸版印刷株式会社
＜初売り・福袋に関する調査＞ 調査結果

【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11月17日～11月19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：49,706

調査期間：2017年11月17日～11月19日

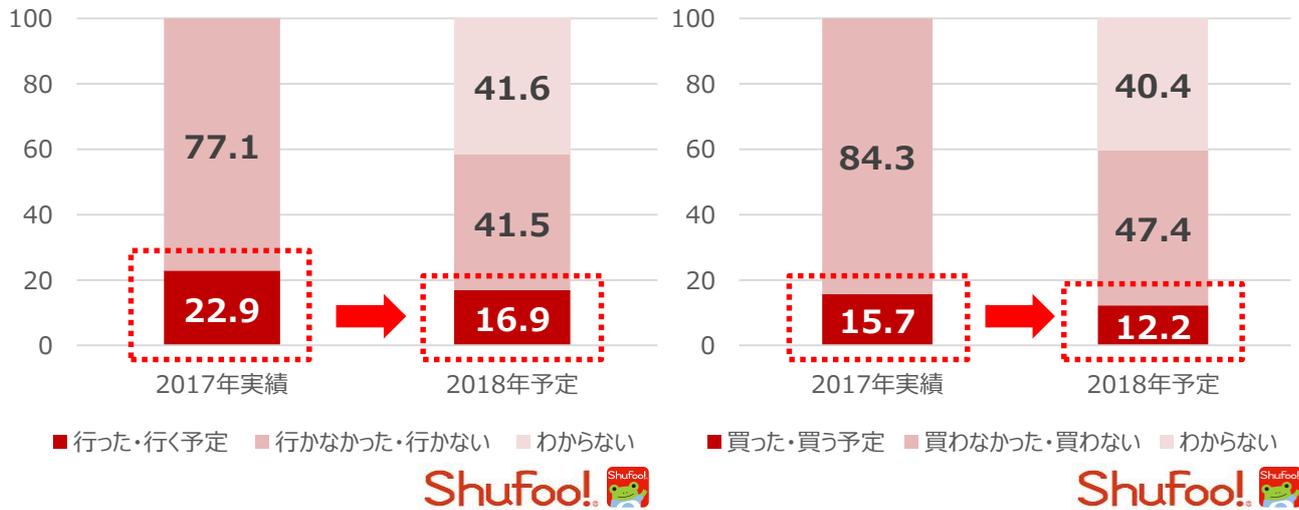
調査方法：インターネットリサーチ

*本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「凸版印刷株式会社 『Shufoo!』 調べ」と明記下さい。

■初売り・福袋ともに参加意欲は減少傾向と財布の紐はますます堅くなっている。

2017年の結果と2018年の予定を比較すると、多くの消費者が来年は参加しないなど消極的な意見が。その背景として、2017年冬のボーナス支給額は増加見込みにも関わらず(※2)、消費支出は2017年7月～9月は昨対比マイナス(※3)。収入は増えても無駄な買い物はしない堅実性が伺える。

Q.あなたの初売りセールへの参加状況を教えてください Q.あなたの福袋の購入について教えてください



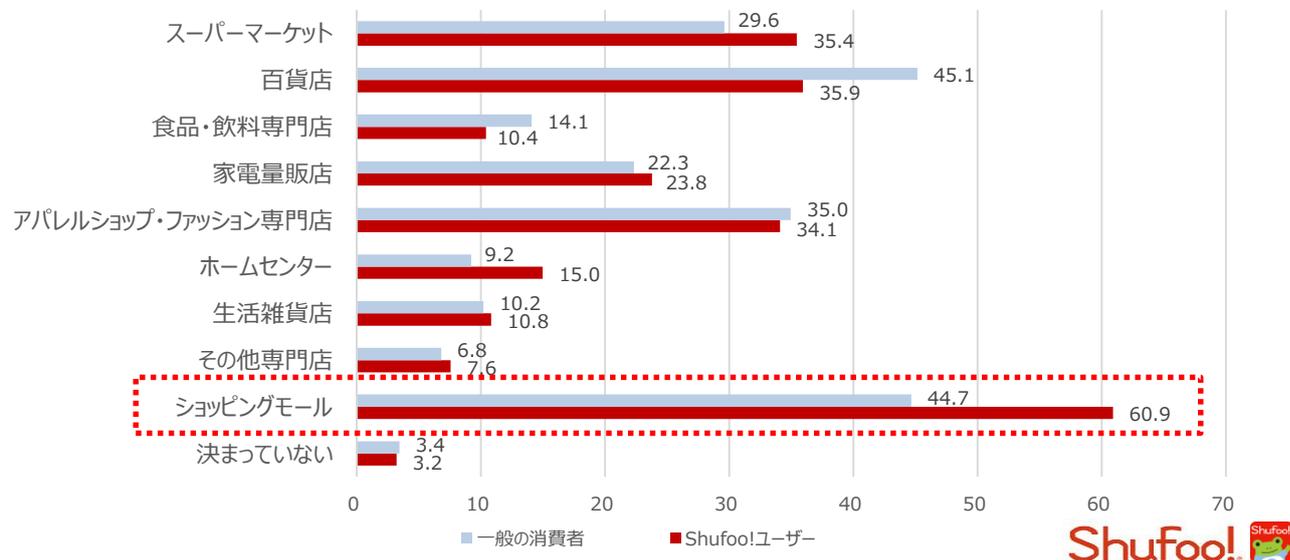
■初売りの予算は高額化傾向！

前年と比較すると初売りにおける予算は上昇傾向となっている。また初売りに行くお店は全体的には「百貨店」や「ショッピングモール」などの大型店舗が多いが、子育て主婦の多い Shufoo!ユーザーの特徴として「ショッピングモール」がひとときわ多いのがわかる。

Q.あなたの来年(2018年)の初売りの予算はいくらぐらいですか？



Q.あなたが初売りに行く予定のお店を教えてください。



Q.初売りで購入を予定しているものは何ですか？(複数回答) <都道府県別>

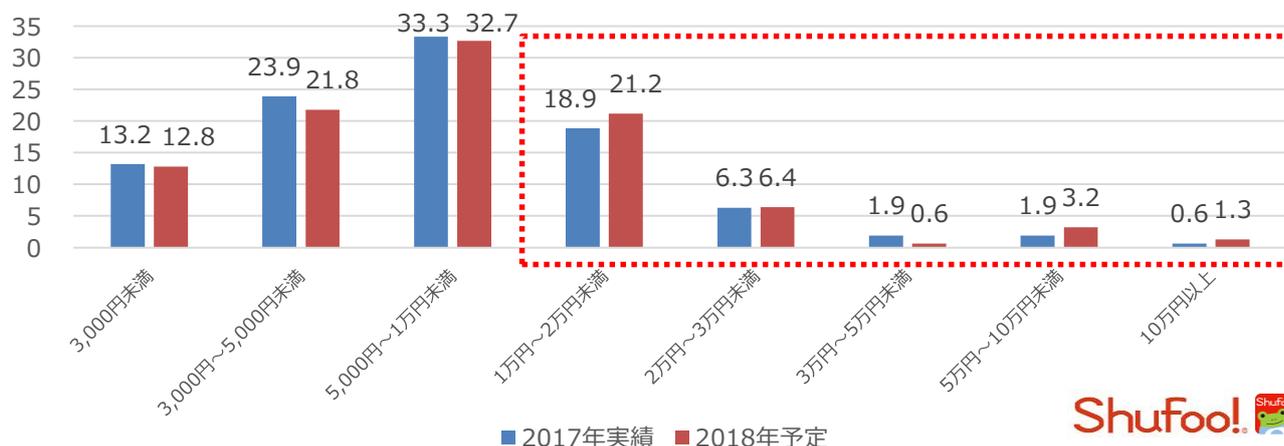
	食品・飲料	酒類	日用品・生活雑貨	化粧品	衣類・ファッション	家具・インテリア雑貨	家電・AV製品	ベビー・子供用品	スポーツ用品	娯楽・レジャー・旅行	その他
北海道	42.6	7.3	29.1	11.0	71.9	11.2	19.1	22.4	10.0	4.9	5.1
青森県	43.5	15.8	38.0	16.8	66.8	13.0	24.5	22.8	13.0	4.3	5.4
岩手県	39.7	14.0	37.5	19.1	69.1	16.2	22.1	27.2	12.5	7.4	3.7
宮城県	45.2	10.0	33.5	21.3	60.7	13.8	35.6	15.1	10.5	5.0	8.4
秋田県	56.9	15.5	29.3	10.3	63.8	6.9	19.0	20.7	6.9	6.9	5.2
山形県	37.2	2.3	18.6	7.0	62.8	11.6	32.6	20.9	11.6	2.3	4.7
福島県	38.5	9.2	35.4	11.5	66.9	11.5	26.9	24.6	10.0	3.1	13.8
茨城県	39.5	4.6	29.7	11.0	69.6	10.3	22.4	17.9	12.2	6.5	5.3
栃木県	42.3	8.1	31.7	15.4	62.6	12.2	22.0	17.9	12.2	4.9	6.5
群馬県	40.3	6.5	39.5	15.3	75.0	8.1	16.9	26.6	12.9	4.8	8.9
埼玉県	43.2	6.3	28.9	10.4	72.5	8.1	20.8	17.9	13.6	4.3	5.7
千葉県	48.3	9.7	34.4	10.9	73.3	8.4	17.8	18.3	8.7	4.6	7.1
東京都	48.4	7.7	27.6	10.8	73.9	7.9	18.9	14.1	8.5	4.7	3.8
神奈川県	46.0	8.9	26.1	7.8	74.5	9.1	19.9	16.4	8.8	3.4	4.5
新潟県	46.3	9.8	29.3	17.1	63.4	14.6	29.3	9.8	9.8	4.9	12.2
富山県	26.1	4.3	17.4	4.3	73.9	0.0	13.0	21.7	4.3	8.7	13.0
石川県	42.2	8.9	17.8	4.4	73.3	6.7	20.0	15.6	8.9	0.0	0.0
福井県	32.0	12.0	24.0	12.0	84.0	12.0	16.0	24.0	8.0	8.0	8.0
山梨県	40.0	8.9	26.7	8.9	68.9	13.3	31.1	17.8	20.0	2.2	4.4
長野県	39.0	10.4	33.8	11.7	80.5	13.0	27.3	19.5	10.4	3.9	6.5
岐阜県	40.3	5.0	27.3	5.8	71.9	7.9	15.8	29.5	12.2	7.9	2.9
静岡県	34.2	5.8	23.3	10.0	71.7	3.3	12.5	22.5	10.8	0.8	7.5
愛知県	42.8	8.1	30.6	11.1	76.0	8.8	16.2	26.3	9.5	4.1	2.9
三重県	47.7	7.2	27.5	10.5	76.5	4.6	22.2	19.6	9.8	4.6	2.6
滋賀県	45.4	9.9	26.2	11.3	80.9	9.9	19.1	18.4	7.1	2.8	2.8
京都府	45.3	10.5	22.1	9.3	73.3	8.1	13.4	15.1	4.7	6.4	2.3
大阪府	38.5	7.7	27.5	12.9	79.0	9.6	16.6	19.6	8.4	3.9	2.8
兵庫県	41.1	8.4	27.0	10.2	81.1	9.6	16.7	18.6	9.1	4.0	2.9
奈良県	43.5	9.6	40.9	13.0	77.4	7.0	20.0	18.3	8.7	4.3	3.5
和歌山県	47.1	3.9	33.3	11.8	72.5	9.8	15.7	25.5	7.8	2.0	2.0
鳥取県	50.0	21.4	14.3	7.1	64.3	7.1	14.3	14.3	0.0	7.1	21.4
島根県	41.7	8.3	33.3	12.5	62.5	8.3	16.7	4.2	8.3	4.2	12.5
岡山県	36.3	8.8	29.4	9.8	61.8	5.9	13.7	19.6	9.8	5.9	6.9
広島県	42.3	8.2	18.8	8.7	81.7	8.2	13.5	18.8	9.1	3.4	2.4
山口県	29.7	3.1	23.4	12.5	85.9	4.7	20.3	25.0	10.9	3.1	3.1
徳島県	45.8	20.8	29.2	12.5	66.7	8.3	16.7	8.3	4.2	0.0	8.3
香川県	47.5	8.5	33.9	11.9	76.3	8.5	13.6	22.0	6.8	8.5	5.1
愛媛県	38.4	8.2	30.1	11.0	72.6	8.2	12.3	20.5	9.6	2.7	2.7
高知県	29.2	0.0	29.2	20.8	83.3	4.2	16.7	50.0	4.2	0.0	4.2
福岡県	33.7	3.1	26.4	14.6	83.3	11.5	16.0	20.8	11.1	5.9	4.5
佐賀県	23.5	5.9	26.5	11.8	64.7	2.9	11.8	20.6	14.7	0.0	2.9
長崎県	32.2	6.8	28.8	10.2	81.4	8.5	25.4	23.7	23.7	1.7	3.4
熊本県	31.6	5.3	14.0	10.5	70.2	14.0	14.0	24.6	3.5	5.3	5.3
大分県	24.2	3.0	27.3	15.2	69.7	18.2	27.3	24.2	9.1	9.1	0.0
宮崎県	38.5	23.1	33.3	17.9	79.5	15.4	15.4	25.6	23.1	10.3	7.7
鹿児島県	41.7	8.3	27.8	5.6	75.0	13.9	11.1	22.2	8.3	5.6	2.8
沖縄県	45.0	16.7	36.7	25.0	80.0	21.7	18.3	23.3	11.7	8.3	5.0



■福袋については購入予定者が減る一方で1人あたりの購入金額は上昇傾向。

消極的な消費者が買い控える中で、購入予定者の購入予算は、5,000円未満や1万円未満と回答した数が減り、1万円以上と回答した数が上昇し高額化が進んでいる。

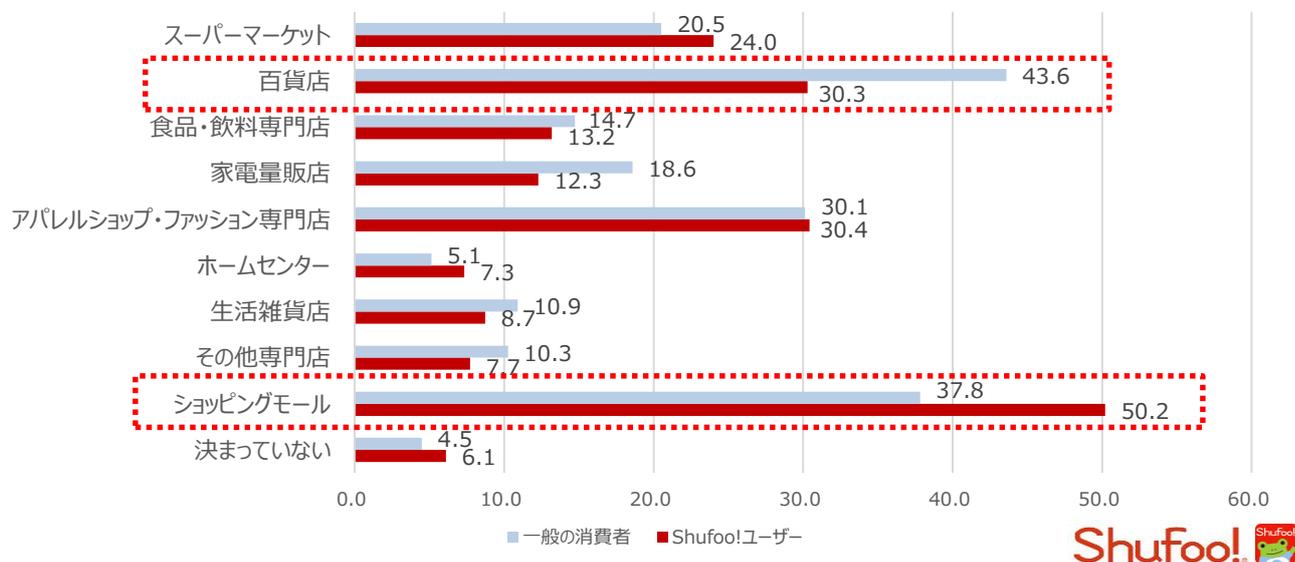
Q.福袋1つあたりの購入予算



■福袋についても初売り同様に Shufoo!ユーザーと一般の消費者の差が顕著。

福袋の購入店舗についても全体的な傾向は「百貨店」「ショッピングモール」が高いが、子育て主婦の多い Shufoo!ユーザーでは、「ショッピングモール」は一般の消費者と比較すると+12.4%と大きく差が出ている。逆に「百貨店」は Shufoo!ユーザーの方が-13.3%低い結果となった。

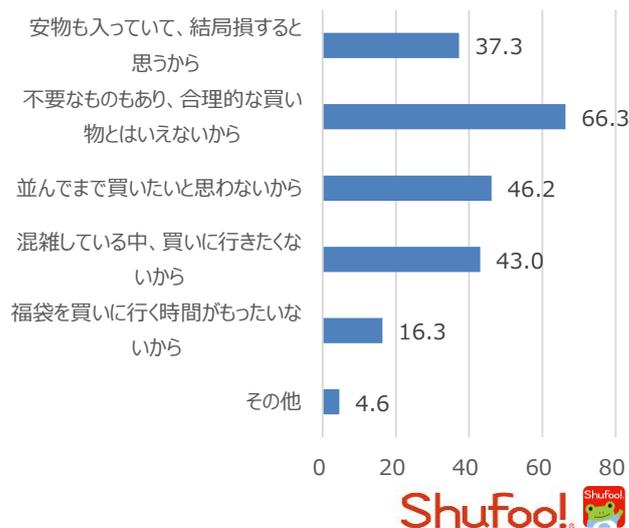
Q.福袋を買う予定のお店をすべて選んでください。



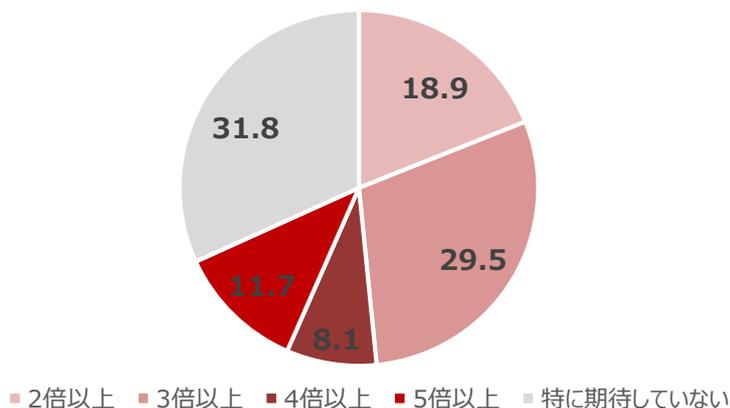
Q.福袋を購入しようと思う理由を教えてください。



Q.福袋を購入しようと思わない理由を教えてください。



Q.福袋の購入金額に対して、何倍相当の中身を期待しますか？

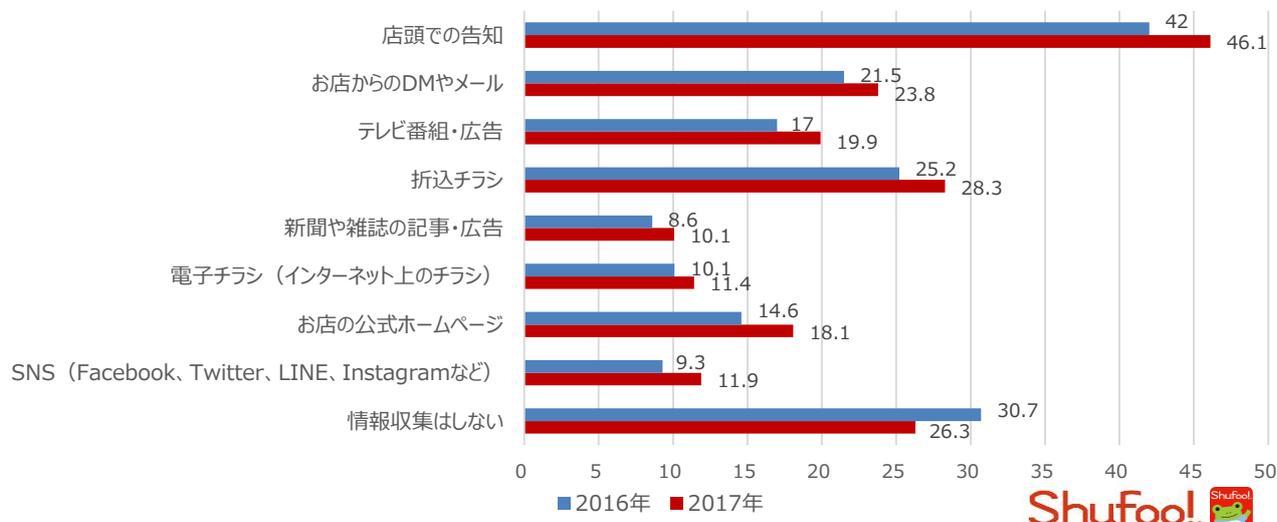


多くの人が「特に期待していない」と回答(31.8%)する中、「5倍以上」(11.7%)や「4倍以上」(8.1%)と期待に胸膨らませる人も多数。新年最初のお買い物として夢のあるセールに期待する消費者も多数いることが判明した。

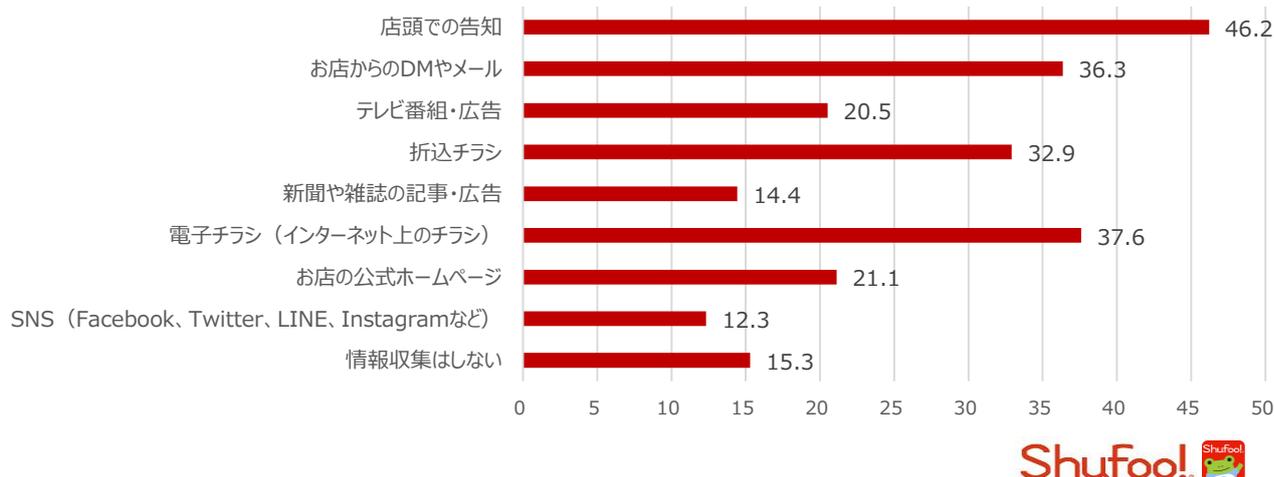
■初売り・福袋は事前の情報収集が失敗しない鍵！

全体的に前年度と比較すると事前の情報収集は増加傾向。中でも Shufoo!ユーザーは情報収集に対して積極的で、インターネットを活用して失敗しない買い物を実施している。

Q.あなたが初売りや福袋の情報収集で参考にすることをすべてお選びください。



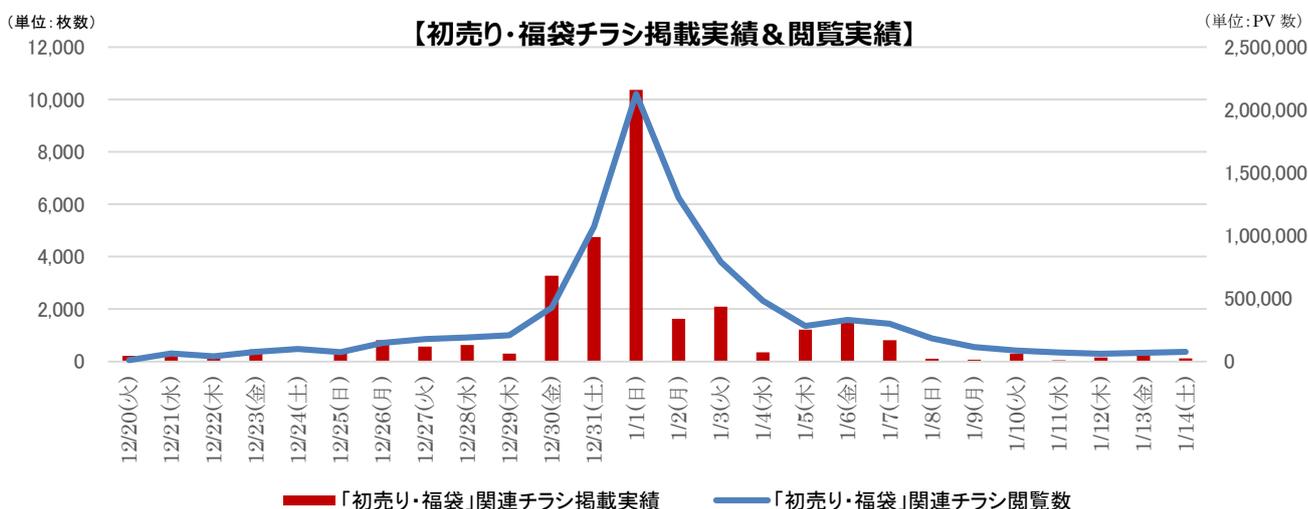
【Shufoo!ユーザーの情報収集手段】



■Shufoo!でも年々年末年始のセールにおいて情報収集が活発！

2017年の初売り・福袋関連のチラシ掲載枚数は31,200枚と前年からも5,000枚増加しており、小売流通企業においてもデジタルを活用して顧客獲得する意欲が年々上昇。

初売り・福袋の情報収集を目的に多くのユーザーがShufoo!へアクセスする。



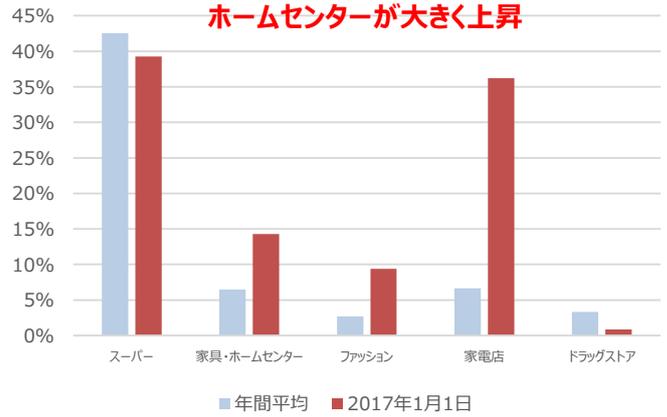
【時間帯アクセス数】

1/1 朝 10 時がアクセスのピーク



【カテゴリ別閲覧ランキング】

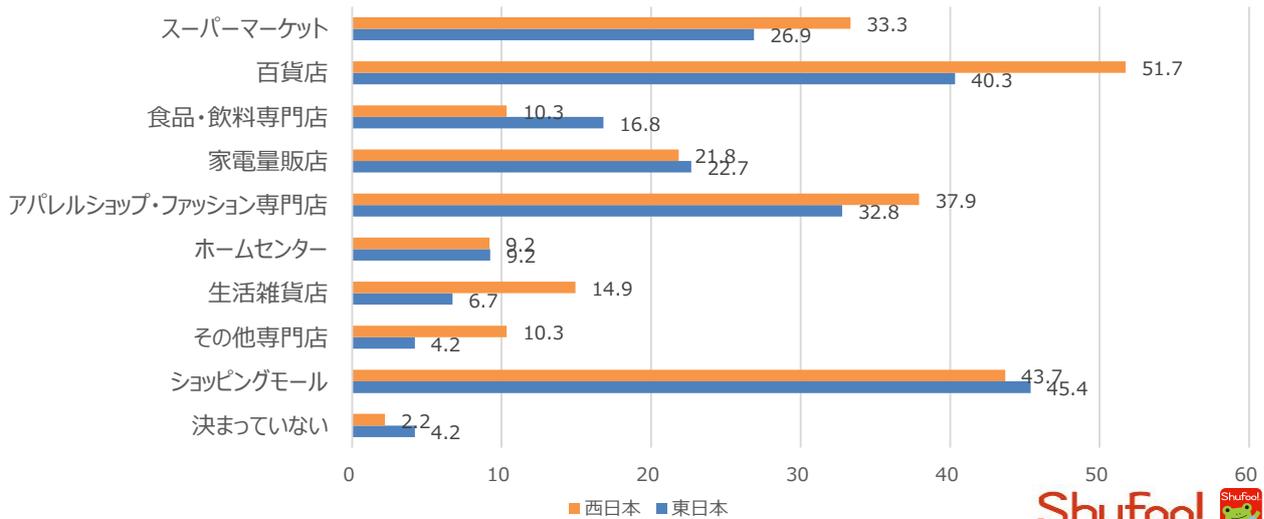
普段と比較すると家電店、ファッション、ホームセンターが大きく上昇



■初売り・福袋の東西比較！

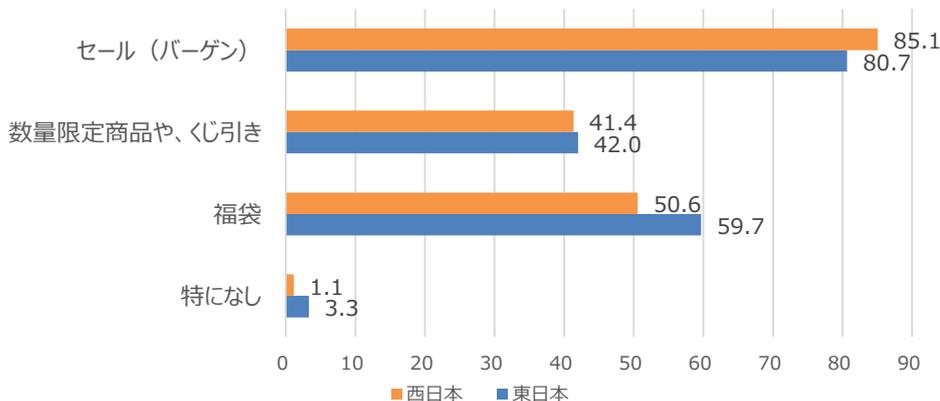
初売りに行くお店として東日本と比較すると、西日本の方が「スーパーマーケット」「百貨店」「アパレル・ファッション専門店」「生活雑貨店」の回答が多く、東日本の方が「ショッピングモール」の回答が多い。

Q.初売りに行くお店をすべて教えてください。



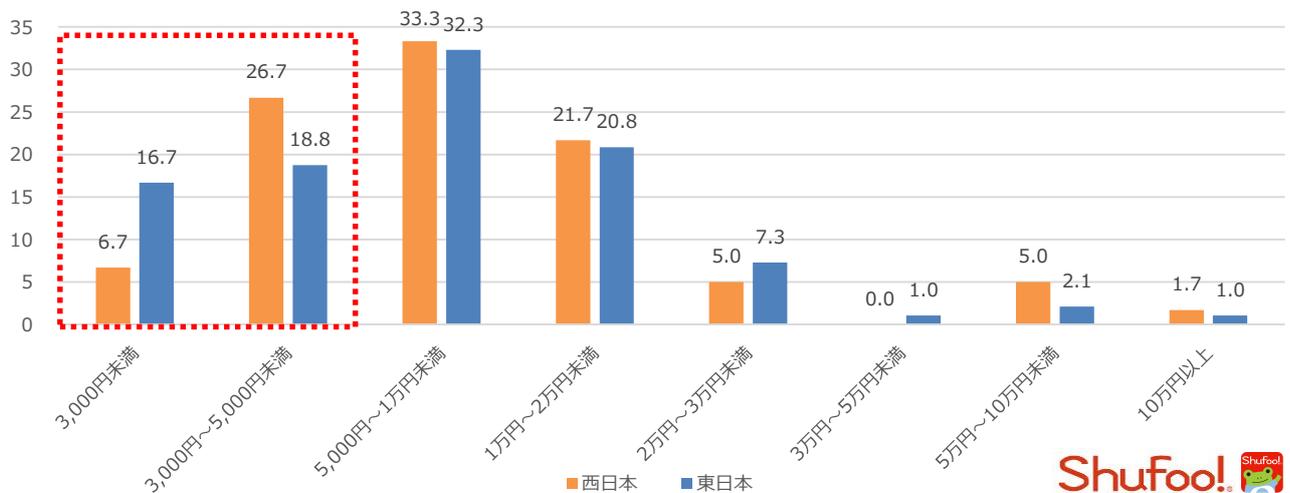
Q.初売りへ期待することは何ですか？

東は「福袋(59.7%)」が多いのに対し、西は「セール(バーゲン)(85.1%)」が比較的高い。



Q.福袋の購入予算を教えてください。

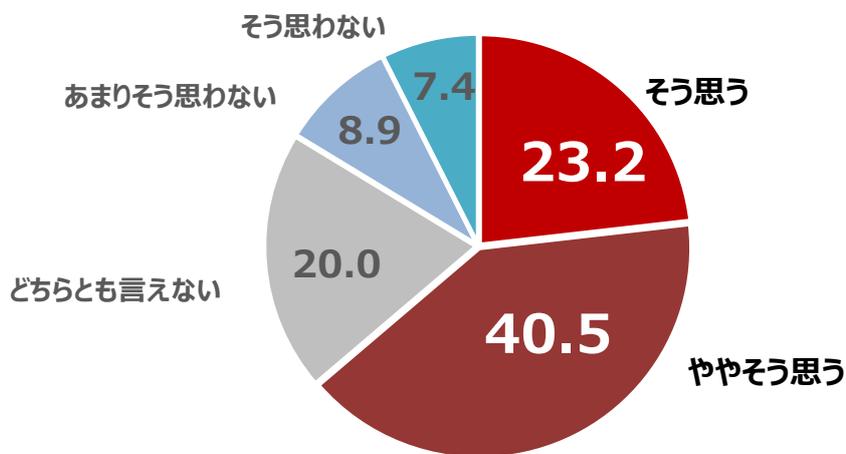
全国的に最も多い金額は「5,000円～1万円未満」。東は西と比較すると「3,000円未満」が高く、西は「3,000円から5,000円未満」が高い結果に。



■消極的な初売り・福袋ではあるがキャンペーンは購買の後押しになると60%以上が回答

全体的には財布の紐が堅く初売り・福袋に対して消極的な傾向はあるものの、1万円が当たったり、商品券が当たるキャンペーンがあるとワクワク感やドキドキ感が増すと回答しており、キャンペーンによって初売り・福袋などセールへの参加意欲が向上することがわかった。

Q.あなたは1万円が戻ってきたり、商品券が当たるキャッシュバックキャンペーンで購入すると「ワクワク感」や「ドキドキ感」が増しますか？



Shufoo!では、1,000円以上のお買い物レシートで応募すると、抽選で1,000名様に1万円が当たるキャッシュバックキャンペーンを実施中！さらに副賞(商品券など)が当たるWチャンスも同時に実施いたします。対象店舗はなんとShufoo!に掲載されている日本全国の約10万店舗が対象と日本最大級規模の店頭キャンペーンです。

- キャンペーン期間:2017年12月15日～2018年3月31日まで
- 賞品:応募レシート1枚に対して、合計金額が1,000円以上あればレシート金額に関わらず抽選で1万円の普通為替を郵送で進呈します。Wチャンスは応募時に選択された商品券などを進呈します。

初売り・福袋のお買い物はもちろん、新生活が始まるまでの約4カ月間にわたり消費者のみなさまのお買い物を応援します。



【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11月17日～11月19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： 49,706
 調査期間： 2017年11月17日～11月19日
 調査方法： インターネットリサーチ

※1)「Shufoo!」について

凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、20～40代の女性を中心に利用されている国内最大級の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約3,500法人、約104,000店舗が参加。PV数は月間3億PV、ユニークユーザー数は月間860万(2017年7月現在)となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者は、PCに加え、携帯電話やデジタルテレビ、拡大するスマートフォンやタブレット端末など様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

- ・PC <http://www.shufoo.net>
- ・携帯 <http://mobile.shufoo.net>
- ・iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>
- ・iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>
- ・Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android>

(出展：三菱UFJリサーチ、総務省統計局データ)

※2) 出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(http://www.murc.jp/publicity/press_release/press_171108.pdf)

2017年冬のボーナス見通し

	一人平均支給額		支給労働者数		支給総額	
	(円)	前年比 (%)	(万人)	前年比 (%)	(兆円)	前年比 (%)
民間企業	372,235	0.6	4,288	2.4	16.0	3.0
製造業	494,872	0.5	732	0.4	3.6	0.8
非製造業	346,978	0.8	3,556	2.8	12.3	3.6
国家公務員	721,841	2.4				

(注1)民間企業(調査産業計・事業所規模5人以上)は、賞与を支給する事業所で働く全常用労働者(当該事業所で賞与の支給を受けていない労働者も含む)の平均
 (注2)国家公務員は、管理職および非常勤を除く一般行政職の平均
 (注3)支給労働者数は、賞与を支給する事業所で働く全常用労働者(当該事業所で賞与の支給を受けていない労働者も含む)の数。
 (注4)支給総額は一人平均支給額に支給労働者数を掛け合わせた値
 (出所)厚生労働省「毎月勤労統計」、内閣人事局資料などをもとに当社予測。

※3)家計の消費支出について

総務省統計局・家計調査報告『主要家計指標』(総世帯:「二人以上の世帯」と「単身世帯」を合わせた世帯)によると、2015年1月～2017年9月までの「対前年(度・同期)実質増減率」を四半期ごとに見た場合、以下の表のとおり2015年度以降、消費支出がほぼ全時期マイナス(もしくは微増)となった。

■ 家計の消費支出における対前四半期実質増減率 (単位:%)

年・年度・期	消費支出(除く住居等)
2015年1月～3月	-0.1
2015年4月～6月	-0.9
2015年7月～9月	-0.7
2015年10月～12月	-1.8
2016年1月～3月	1.1
2016年4月～6月	0.5
2016年7月～9月	-1.4
2016年10月～12月	-1.2
2017年1月～3月	0.1
2017年4月～6月	1.0
2017年7月～9月	-0.4

- * 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「凸版印刷株式会社 『Shufoo!』 調べ」と明記下さい。
- * 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。
- * 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上