

2018年11月15日

凸版印刷株式会社

電子チラシサービス『Shufoo!』、ブラックフライデーの調査

認知度は驚異の前年比2倍！国民的一大イベントに！

＜食料品＋ご褒美＞を3万円以下で購入に期待大

凸版印刷株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：金子眞吾）が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!（シュフー）」（※1）は、「Shufoo!」を利用する全国の男女 3,512名の消費者と、「Shufoo!」にチラシを掲載している小売店 21社を対象に、ブラックフライデーに関する意識調査を行いました。

2016年に本格的に日本へ上陸したといわれる「ブラックフライデー」は、年末年始商戦を盛り上げるために大規模なセールが実施されています。2017年には「Shufoo!」でもブラックフライデー関連のチラシ閲覧数が大きく伸びるなど盛り上がりを見せました。

今年のブラックフライデーの実態が、消費者や小売店へのアンケートを通じて見えてきました。

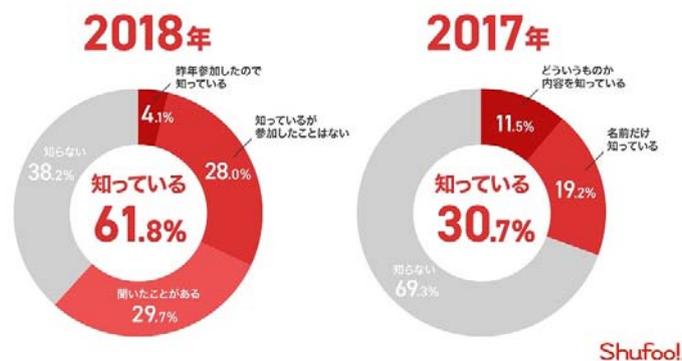
＜ブラックフライデーに関する実態調査＞

- 認知度は前年比2倍！国民的一大イベントに！
- 予算は3万円以内が87.2%！
- 日常的な食料品に加え、服や家電などご褒美も予算内で買えることに期待！
- ブラックフライデーセールを実施予定の店舗数は21社中9社！初参加企業も！

昨年以上の盛り上がり必至！

■認知度は前年比2倍！国民的一大イベントに！

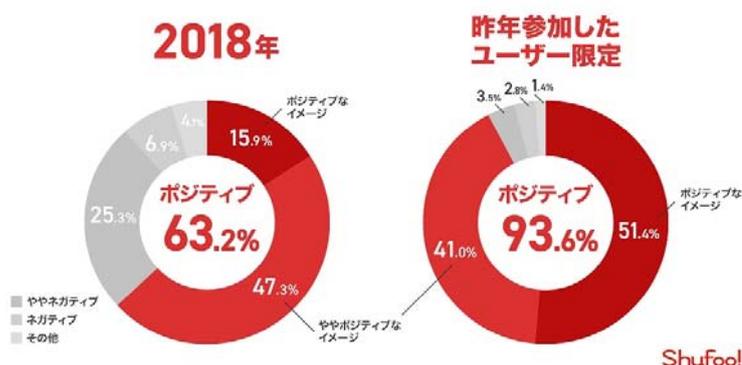
Q.「ブラックフライデー」をご存じですか？



2017年にブラックフライデーを知っていると回答した割合が30.7%だったのに対し、今年61.8%と2倍以上にまで大きく伸びました。日本へ本格参入して3年目にして国民的一大イベントに発展したと言えます。

■63.3%のユーザーが好印象。昨年参加したユーザーは93.6%が好印象と圧倒的！

Q.どのようなイメージを持っていますか？



昨年「ポジティブ」「ややポジティブ」と回答したユーザーが **38.2%** だったのに対し、**今年**は **63.2%** とこちらも2倍以上の結果となり、認知度の高まりと共に意欲度も飛躍的に伸びたことが分かります。

注目すべきは「昨年ブラックフライデーに参加した」と回答したユーザーの **93.6%** が「ポジティブ」または「ややポジティブ」なイメージを持っていると回答！ **参加したユーザーの満足度が非常に高く、再び参加する可能性も高そうです。**

昨年参加した方に思い出を問うと、その満足度の高さが具体的に分かりました。

■ **昨年の参加者は満足している！**

Q. 「昨年の「ブラックフライデー」の思い出」を教えてください。

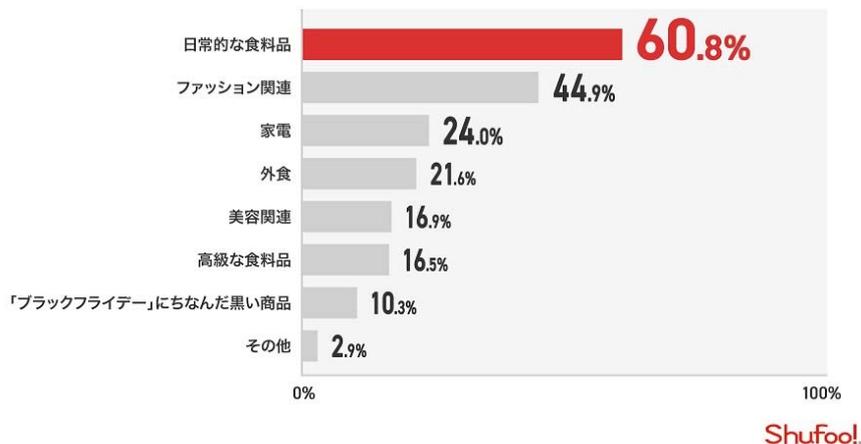
- ・「ブラックフライデーセールのお楽しみセットを買った」(50代女性 パート・アルバイト)
- ・「色々な食品を半額以下で買えたり、おもちゃを格安で買えたりしました」(40代女性 専業主婦)
- ・「13000円のコートを買った」(40代男性 会社員)
- ・「インナーを90%オフで買った」(40代男性 会社員)
- ・「旦那の出張用スーツケースを半額で買った！ 黒！」(30代女性 パート・アルバイト)
- ・「黒色のトイレトーパーを買った」(30代女性 専業主婦)
- ・「クロにちなんで96円の色々な商品を買った。焼き菓子など」(40代女性 パート・アルバイト)
- ・「子供を連れておもちゃ量販店に行った。予想外の人で目当てのものは買えなかったが、子供も私も雰囲気を楽しめた」(20代女性 専業主婦)

昨年の「ブラックフライデー」の思い出について、喜びの声が多数届きました。「色々な食品を半額以下で買えた」(40代女性 専業主婦)、「13,000円のコートを3000円を買った」(40代男性 会社員)など、大幅な割引価格で買い物できた方が多くいました。また、96(クロ)円の商品や黒いトイレトーパーなど、「ブラック」にちなんだお買い得商品を手に入れた方も。他にも、「予想外の人で目当てのものは買えなかったが、子供も私も雰囲気を楽しめた」(20代女性)という意見もあり、お買い得な印象だけではなく、お祭りのように賑わい自体を楽しめる印象があるようです。

それでは2018年はどんな傾向になるのでしょうか。まずは、今購入したいものを問いました。

■ **購入したいもの No.1 は<日常的な食料品>！ 次いでファッション関連、家電が人気！**

Q. 「ブラックフライデー」に購入(行動)したいものは何ですか？



<「今買いたいモノや購入検討中のモノ？」に対する自由回答>

- ・圧倒的人気は掃除機！ ロボット掃除機やコードレス掃除機が人気
- ・次いで、冷蔵庫、洗濯機、4K テレビなど生活家電
- ・暖房器具、空気清浄機など季節家電も
- ・iPhoneXs、ボジョレー・ヌーボーなどタイムリーなモノも

ユーザーが買いたいものは、「日常的な食料品」が全体の60.8%と大多数を占め、いつもの食料品をいつもより安く買うチャンスと考えている方が圧倒的に多いようです。一方で、ファッション関連（44.9%）や家電（24.0%）の人気も高いです。

具体的に今、気になっているモノや購入を検討しているモノでは、「ロボット掃除機」や「コードレス掃除機」など掃除機を上げる声が多く、次いで「冷蔵庫」「洗濯機」「4Kテレビ」など生活家電、さらにはこれから冬を迎えるにあたって「暖房器具」「空気清浄機」などの季節家電を上げる方も目立ちました。9月に発売を開始した「iPhone Xs」や11月15日に解禁となる「ボジョレー・ヌーボー」などタイムリーなモノを上げる方も。「超特売品のみ購入する」（40代男性）という堅実な意見もありました。

■買い物予算は3万円以内が87.2%！

Q.「ブラックフライデー」の買い物予算はどれくらいですか？

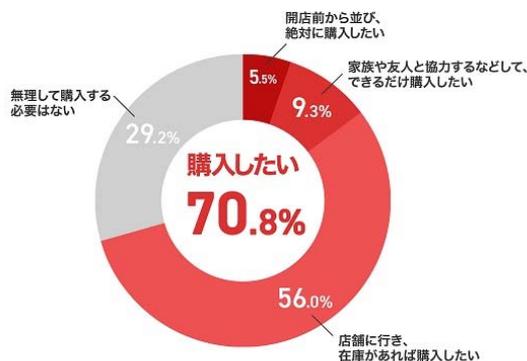


Shufool!

買い物予算は、5,000円～10,000円を予定している方が28.9%で最も多く、次いで1～3万円の21.2%、3,000円～5,000円の20.2%、「～3,000円」は16.9%という結果に。3万円以内と回答した方が全体の87.2%を占めました。

■欲しいモノはセールで買いたい！

Q. 欲しいものが「ブラックフライデー」でとても安くなるとわかったら—



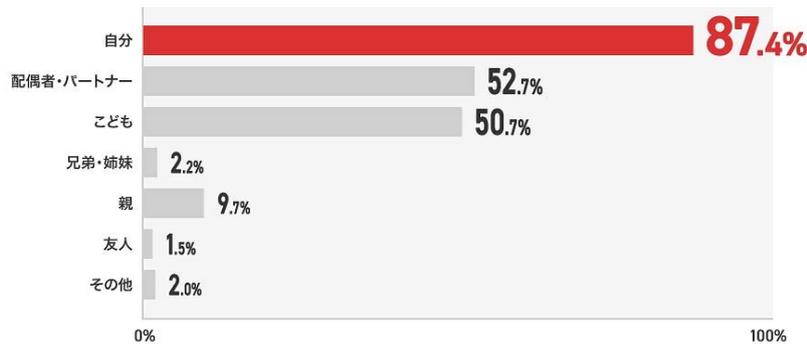
Shufool!

さらに、欲しいものがブラックフライデーで安くなった場合の買い物への意欲度は、「絶対に購入したい」「なるべく購入したい」「あれば購入したい」と回答した方が70.8%で、セールを活用してお得に買い物をしたい方が圧倒的でした。

つまり、まずは生活に欠かせない食料品をいつもより安く購入し、これを機に掃除機や冷蔵庫など欲しいモノが超特価になることに期待を寄せ、予算に収まれば頑張ってお得に購入したい、という方が多いようです。ブラックフライデーセールへの大きな期待を感じる結果となりました。

■ご褒美は自分のため！

Q.「ブラックフライデー」は誰のために
買い物しますか？



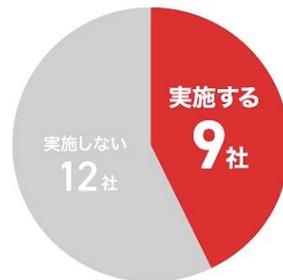
Shufoo!

ブラックフライデーは誰のために買い物をするか、という回答に対しては、「自分」と回答した方が87.4%で圧倒的に多いことが分かりました。続いて「配偶者・パートナー」(52.7%)、子ども(50.7%)と家族のために買いたい方も半数以上いました。

ブラックフライデーでは、日常的な食料品に加え、自分へのご褒美を予算内で購入することに大きな期待を寄せている、という結果であるとも言えそうです。

■小売店の熱気も高まる！

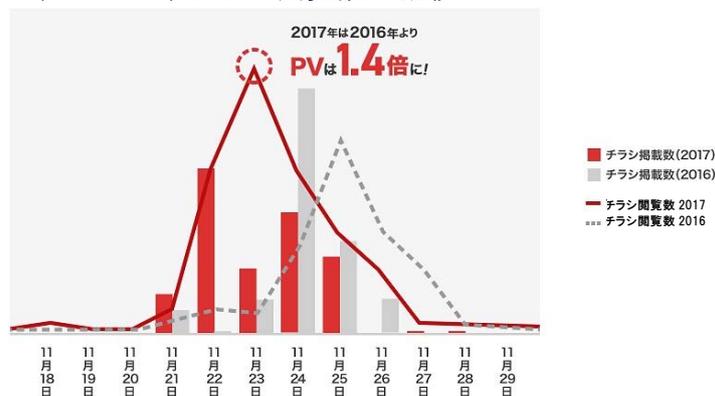
Q.「ブラックフライデー」に施策を行いますか？



Shufoo!

消費者の認知や意欲など実態が分かり、「ブラックフライデー」に期待を寄せていることが分かりましたが、売る側の熱気も高まっているようです。ブラックフライデーにセールなどの施策を行うと回答した企業数は21社中9社で、初めて実施すると回答した企業や、昨年よりも規模を拡大すると回答した企業もありました。また「世の中の流れるにやった方がいいと思う」という意見もあり、企業側もブラックフライデーへの意識が強くなっています。

■参考：Shufoo! 2016年・2017年チラシ閲覧数の推移



Shufoo!

こちらは2016年と2017年の「Shufoo!」内でのチラシ閲覧数を比較したものです。2017年のブラックフライデーは、2017年の中でも(年末)年始に次ぐ2番目の閲覧数となり、2016年と比較す

ると1.4倍の伸び率でした。今回のアンケート結果を受け、今年のブラックフライデーは、昨年よりもさらなる閲覧数となることが予想されます。

「Shufoo!」では、ブラックフライデーにちなんで、特集コーナーを展開するほか、以下の通りキャンペーンを実施します。また、対象期間中、「Shufoo!」のオリジナルキャラクター“ケロ”が期間限定でブラックスーツに変身します。

【キャンペーン内容】

- ・対象期間中、ブラックフライデーキャンペーン特集コーナーを設置
- ・応募者の中から抽選で賞品をプレゼント。Nintendo Switchのほか、何が入っているかは開けてからのお楽しみ、ブラックフライデーにちなんだアイテムが詰まった「ブラックボックス」という変わり種プレゼントも!
- ・キャンペーン期間中のいずれか2日間、チラシ閲覧ポイント2倍デーを開催



【対象期間】2018年11月16日(金)～25日(日)迄

また、「Shufoo!」ではチラシ掲載を検討している流通企業様が、今からでもブラックフライデーキャンペーンにご参加いただけるよう簡単かつスピーディに情報掲載が可能な「Shufoo! STOREプラン」などをご用意しています。(※2)

2018年はどんなブラックフライデーになるのでしょうか。消費者にとっても小売店にとっても、ブラックフライデーから目が離せない日となりそうです。

【調査概要】

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（全年齢層の男女）

サンプル数： 合計有効回答サンプル数 3512

調査期間： 2018年10月22日～10月24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、以下のクレジットを必ず明記してください。

クレジット：「凸版印刷株式会社 『Shufoo!』 調べ」

※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3,800法人、約112,000店舗が参加。PV数は月間3.8億PV、ユニークユーザー数は月間1,100万(2018年10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>
- ・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>

※2) 「Shufoo! STOREプラン」について

月額5,000円で店舗のプロモーションができるプランです。売り場情報や本日のおすすめ情報を掲載できる「タイムライン」、1商品ずつの特売情報を掲載できる「ピックアップ」、お気に入り登録をしたユーザーに向けた割引サービス「クーポン」などの機能があり、店舗担当者が今伝えたい情報や店舗の魅力を簡単に投稿することができます。

<http://www.shufoo.net/biz/service/store/index.html>

<ご紹介に際してのお願い>

- * 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