

電子チラシサービス「Shufoo!」、全国2万人の買い物意識調査

物価上昇と行動制限なしでスーパーでの買い物スタイルに変化
買い物頻度・時間・非計画購買派が増加—「安いものを探すので時間がかかる」

凸版印刷株式会社(本社:東京都文京区、代表取締役社長:磨 秀晴、以下 凸版印刷)と、凸版印刷のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH(ワン・コンパス、本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO:早川 礼、以下 ONE COMPATH)は、ONE COMPATH 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)を利用する全国の男女を対象とし2020年6月より買い物に関する意識調査を不定期で行っています。今回、20回目となる最新調査を2022年7月5日から7月14日に実施し、22,112名から得た回答結果を発表します。

コロナ禍に入って以降、スーパーでの買い物頻度・時間は減少し、「計画購買派」が増加する傾向にありましたが、今回は変化が見られました。買い物頻度と買い物時間が増加傾向、また事前に計画せず店頭で買うものを決める「非計画購買派」も増加傾向が見て取れました。調査期間中は新型コロナウイルス第7波の急拡大が懸念され始めた時期でありながら緊急事態宣言やまん延防止措置等重点措置などの行動制限がなかったことに加え、物価上昇の影響も大きく、自由回答の中には「安いものを探すので時間がかかる」「値上げのためチラシ日にまとめ買いするようになりました」などのコメントがありました。

《買い物に関する意識調査》

- ・スーパーに行く頻度、「毎日派」が調査開始以降最高タイ記録、13%超えは1年ぶり
- ・スーパーでの買い物時間はやや長くなる傾向
- ・購入するものは店頭で決める「非計画購買」が増加
- ・「物価上昇」が買い物スタイルに影響—「時間がかかる」「チラシ日にまとめ買い」など

■ スーパーに行く頻度、「毎日派」が調査開始以降最高タイ記録、13%超えは1年ぶり

スーパーに行く頻度

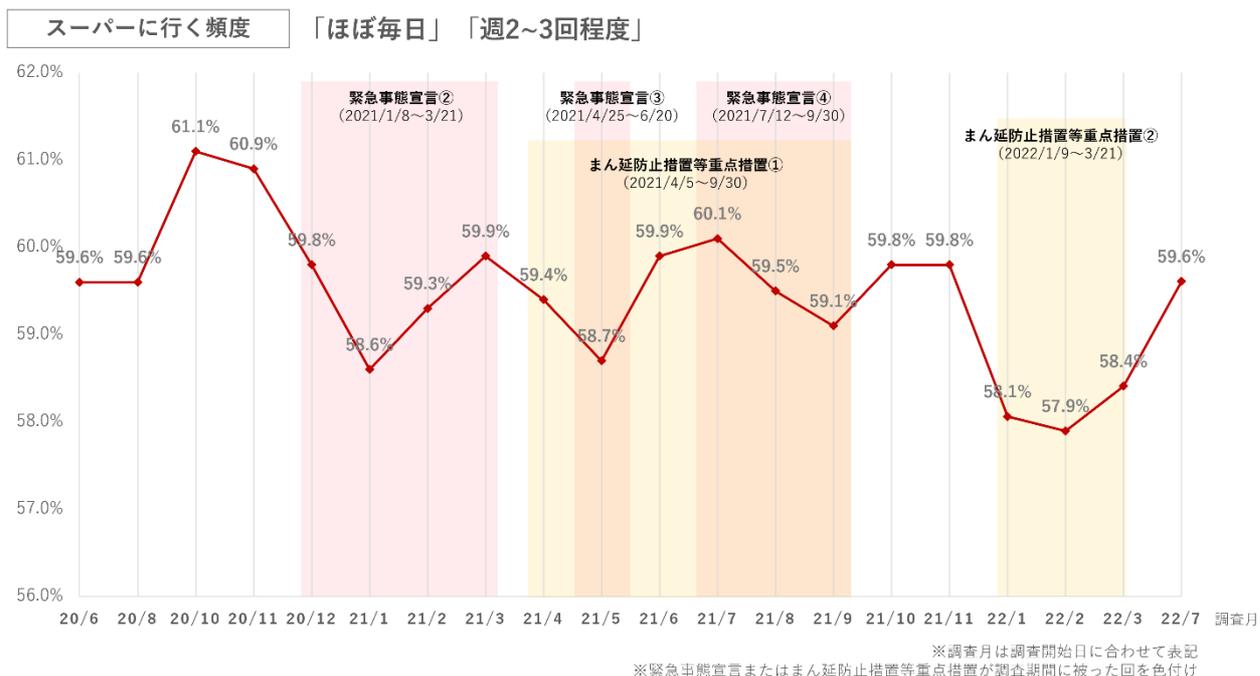
	ほぼ毎日		2~3日に1回程度		週に1回程度		月に2回以下	
	結果	前回差	結果	前回差	結果	前回差	結果	前回差
コロナ前 (初回調査結果を引用)	21.0%	-	49.3%	-	24.9%	-	3.9%	-
20年6月 調査 (初回調査)	11.8%	-	47.8%	-	34.1%	-	5.5%	-
22年3月 調査 (前回調査)	12.4%	-	46.0%	-	34.3%	-	6.5%	-
22年7月 調査 (今回調査)	13.3%	+0.9pt	46.3%	+0.3pt	32.7%	-1.6pt	6.7%	+0.2pt

n=20,366 (直近3か月以内にスーパーで買い物をした人)

「直近3か月以内にスーパーに行った」と回答した人(n=20,366)を対象に、まずはスーパーに行く頻度について聞きました。「ほぼ毎日」が13.3%で、前回の2022年3月調査から0.9ポイント上昇しました。これは、調査を開始した2020年6月以降、2020年10月調査と11月調査に記録した13.3%と並び最高タイ記

録です。13%を超えたのは2021年7月調査(13.0%)を含め計4回で、今回1年ぶりに13%を越えました。

「2～3日に1回程度」は0.3ポイント増加、やや頻度の少ない「週に1回程度」は、1.6ポイント減少しました。



スーパーに行く頻度が高い「ほぼ毎日」「週2～3回程度」を合算した割合を初回の2020年6月調査から最新調査まで見てみると、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置(以下、まん防、※2)といった行動制限の有無によって数値が変化していることがわかります。最新調査では行動制限がなく、まん防期間中だった前回の3月調査から1.2ポイント上昇しました。

■ スーパーでの買い物時間はやや長くなる傾向

スーパーでの買い物時間

短 ←————→ 長

	10分未満		10分～20分未満		20分～30分未満		30分以上	
	結果	前回差	結果	前回差	結果	前回差	結果	前回差
コロナ前	6.2%	-	27.5%	-	36.5%	-	29.1%	-
20年6月調査 (初回調査)	10.8%	-	36.6%	-	33.5%	-	18.3%	-
22年3月調査 (前回調査)	9.8%	-	32.4%	-	35.3%	-	21.8%	-
22年7月調査 (今回調査)	9.0%	-0.8pt	31.8%	-0.6pt	35.7%	+0.4pt	22.6%	+0.8pt

n=20,366 (直近3か月以内にスーパーで買い物をした人)

スーパーでの買い物時間の質問では、「10分未満」が前回から0.8ポイント、「10分～20分未満」が0.6ポイントの減少でした。一方、比較的長い「20分～30分未満」は前回から0.4ポイント、「30分以上」は0.8ポイントの上昇でした。短時間派が減り、長時間派が増えていることがわかります。

■ 購入するものは店頭で決める「非計画購買」が増加

スーパーでの買い物の計画性

計画的 ←————→ 非計画的

	予定していたものだけ購入		予定していたものと していないものが半々程度		予定を立てずに購入	
	結果	前回差	結果	前回差	結果	前回差
コロナ前	17.8%	—	52.5%	—	28.2%	—
20年6月 調査 (初回調査)	31.1%	—	51.6%	—	15.8%	—
22年3月 調査 (前回調査)	29.7%	—	61.4%	—	7.7%	—
22年7月 調査 (今回調査)	28.5%	-1.2pt	61.4%	0.0pt	8.5%	+0.8pt

n=20,366 (直近3か月以内にスーパーで買い物をした人)

前問を裏付けるように、スーパーでの買い物の計画性について、「予定を立てずに購入」が 0.8 ポイント上昇しました。コロナ禍で増えた「予定していたものだけを購入」する計画購買派が 1.2 ポイント減少しました。

■ 「物価上昇」が買い物スタイルに影響—「時間がかかる」「チラシ日にまとめ買い」など

これまでの結果から、買い物頻度・時間と非計画購買派の増加が見て取れました。これは緊急事態宣言等の行動制限がなかったことに加え、「物価上昇」の影響を受けていることが自由回答から分かりました。

「物価上昇のため、余計な物は買わないように事前に決めて買いに行く」(60代以上・男性)など今まで以上に計画的になったという人がいる一方で、「物価が高いため厳選して買い物するため時間がかかる」(60代以上・女性)、「物価が高くなって安いところを探して複数店舗を回ったりして余計に時間がかかる」(40代・女性)など物価上昇が原因で買い物時間が長くなっているとするコメントが多く届きました。

また、「今はコロナよりも商品の値上げラッシュに意識がいて、お目当ての日替わりセール品に合わせて買い物するので、頻度や買物時間が少し変わった」(50代・女性)、「コロナよりも値上げのためチラシ日にまとめ買いするようになりました」(50代・男性)など、物価上昇に対する対策によって今の買い物のスタイルを続けている、という意見も多数届きました。

その中で、「コロナの第7波が来ているので(店舗)滞在時間は減らしたい」(60代以上・女性)、「第7波が来ているので臨機応変に対応したい」(60代以上・男性)など新型コロナウイルスの状況を懸念する人も多く、現在、日常的な買い物には物価上昇と新型コロナウイルスという2つのテーマが大きな影響を与えていることが分かりました。

■ 調査概要

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)

調査方法：インターネットリサーチ(自社調査)

コロナ前・2020年6月データ：1回目調査 2020年6月17日～6月30日 有効回答数：64,441

2022年3月データ：19回目調査 2022年3月14日～3月23日 有効回答数：24,769

2022年7月データ：20回目調査(今回調査) 2022年7月5日～7月14日 有効回答数：22,112

※本リリースのグラフで使用したデータを記載しています。記載以外の調査データの概要など詳細はお問い合わせください。

※文中・グラフでの調査時期の表記は、調査開始日に合わせています。

※文中・グラフでの「コロナ前」の数値は、1回目調査における「コロナ前」の数値を採用しています。

* 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・ONE COMPATH 「Shufoo!」調べ

* 小数点第二位以下は四捨五入しているため、比率の合計が 100%にならない場合があります。

■ 株式会社 ONE COMPATH について

所在地: 東京都港区芝浦 3-19-26 トップラン芝浦ビル

設立: 1997 年 1 月 20 日

資本金: 600 百万円

代表者: 代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員: 141 名 (2022 年 4 月時点/出向者を含む)

URL: <https://onecompath.com>

※1 「Shufoo!」について

凸版印刷が 2001 年 8 月より運営を開始し、30~50 代の女性を中心に利用されている国内最大の電子チラシサービス。2019 年 4 月 1 日、株式会社 ONE COMPATH へ事業が継承されました。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 4,600 法人、約 120,000 店舗が参加。PV 数は月間 4.5 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1,600 万 (2022 年 7 月現在、提供 ASP 上のアクセス含む) 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、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PC など様々なデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

URL: PC、スマートフォンサイト <https://www.shufoo.net>

※2 グラフ中の緊急事態宣言とまん延防止等重点措置は全国単位で表記しており、1 都道府県でも該当箇所がある場合は期間として含んでいます。

* 本ニュースリリースに記載された商品・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

【報道機関からのお問い合わせ】

凸版印刷株式会社 広報本部

TEL: 03-3835-5636 MAIL: kouhou@toppan.co.jp

株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報(戸田、千野) press@onecompath.com TEL: 03-3769-3500(代表)