

公益財団法人ハイライフ研究所

Research Institute for High Life

高齢者の食品購買行動 2020



ハイライフ研究所では、2016年から2018年にかけて、近未来消費研究の一環で高齢化と人口減に伴う消費行動の研究を行いました。また、2018年には購買履歴データによる消費行動の検証を発表し、900項目を超える全食品カテゴリー別の購買行動概要の詳細分析を加えました。

本レポートは、こうした研究発表を背景とした、食品全カテゴリー別の購買行動から得られる高齢者の食品消費行動および食生活動向の定点観測となっており、2019年度より実施しています。

集計には、近未来消費研究で使用した株式会社ショッパーインサイトの購買履歴データ、また同社が保持するローデータを用い、必要に応じて本コンテンツ向けに独自集計、加工分析いたします。

2020年度一年間を通してコンテンツを展開してまいります。

第五回

with コロナ時代におけるシニアの食品購買行動

新型コロナウイルス感染症関連の報道は、10月になってからも少なくなる気配を見せません。東京都発着のGo toキャンペーンが対象になるなど、経済がまわる兆しを見せつつあるものの、依然として東京都の新規感染者数は200名を超える日もあります。

秋から冬にかけて再度コロナウイルスが蔓延するのではないかと指摘する専門家もいることから、引き続き自衛が求められそうです。特に、感染した場合の影響が大きいシニア層は、より細やかな対応を採ることでしょう。

このような状況の中、株式会社ショッピングインサイトでは「[新型コロナウイルス禍の自粛生活における食・購買行動への影響度調査](#)（※）」を実施しました。関東圏・関西圏の女性20～60代の調査であり、本コラムで主に対象としているシニア層とは回答者層が異なりますが、60代女性の購買行動への意向は大いに参考になります。

そこで、今回のコラムでは上記アンケート調査で得られた意向を基に、実際にコロナ禍でのシニア層の購買行動を改めて見ていきます。購買結果から、今年の秋から冬にかけて、シニア層での食に対する意識を考えたいと思います。

1. [免疫力アップを意識した食事作りを意識している。ヨーグルト、きのこ、オクラなどに関して、免疫力アップを期待して購入している。](#)

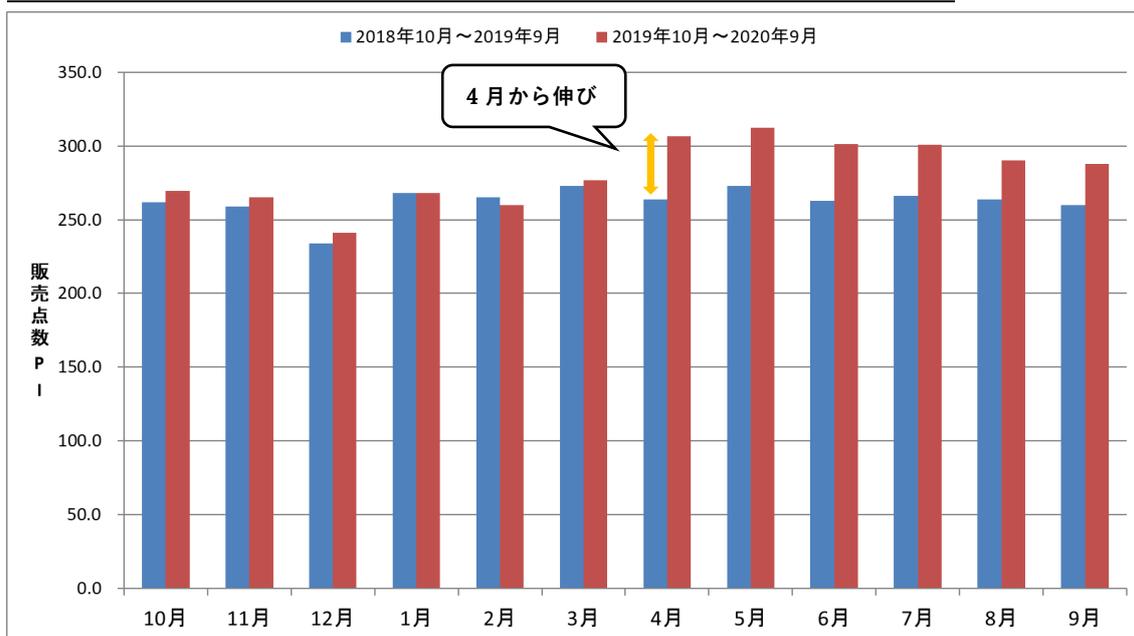
最初に、アンケートの結果を簡単にご紹介します。尚、詳細に関しては、上記でご紹介したURLからご確認ください。「今年の秋冬に、食生活で心掛けたいこと」に関して聞いた項目のうち、最も割合が高かったのは「免疫力アップにつながることを意識して食事を作る」でした。特に、60代以上は若年層に比べて高い割合を示しました。次に、具体的に「免疫力アップを目的に食べているメニュー」「免疫力アップを期待して購入する商品」としては、ヨーグルトや、ネバネバ食材、きのこなどが上位に位置付けました。

そこで、これらの意向と実際の購買行動はリンクしているのか、それとも異なる傾向を示すのか、分析します。尚、今回は上記アンケートを取ったエリアでもある関東地区の70代以上に限定して分析しました。

**2. アンケート調査の意向で示したように、ヨーグルトカテゴリーは好調に推移。
特に、個食タイプの商品の需要が大きく高まる。**

最初にヨーグルトの購買行動を確認します。関東エリア 70 代以上のヨーグルトカテゴリーの月別点数 PI を集計し、前年同月と比較しました（図表 1）。

図表 1 ヨーグルトカテゴリートレンド分析（関東エリア 70 代以上）



すると、緊急事態宣言が発令された4月以降大きく販売点数が増加し、前年比 110%以上上回る状況が続いています。

次に、単品ベースで前年に比べて（3月～9月で比較）点数 PI が増加した商品を集計しました（図表 2）。

図表 2 前年に比べて点数 PI が増加した主な商品

明治プロバイオヨーグルトR-1低脂肪112g
明治プロバイオR-1砂糖0112g
森永ビヒダスアロエ75g×4
森永乳業トリプルヨーグルト100g
ヤクルトソフールプレーン100ml
恵ビフィズス菌SP株カプセルヨーグルト210g
ルナバニラヨーグルト100g×3
小岩井生乳100%ヨーグルト400g

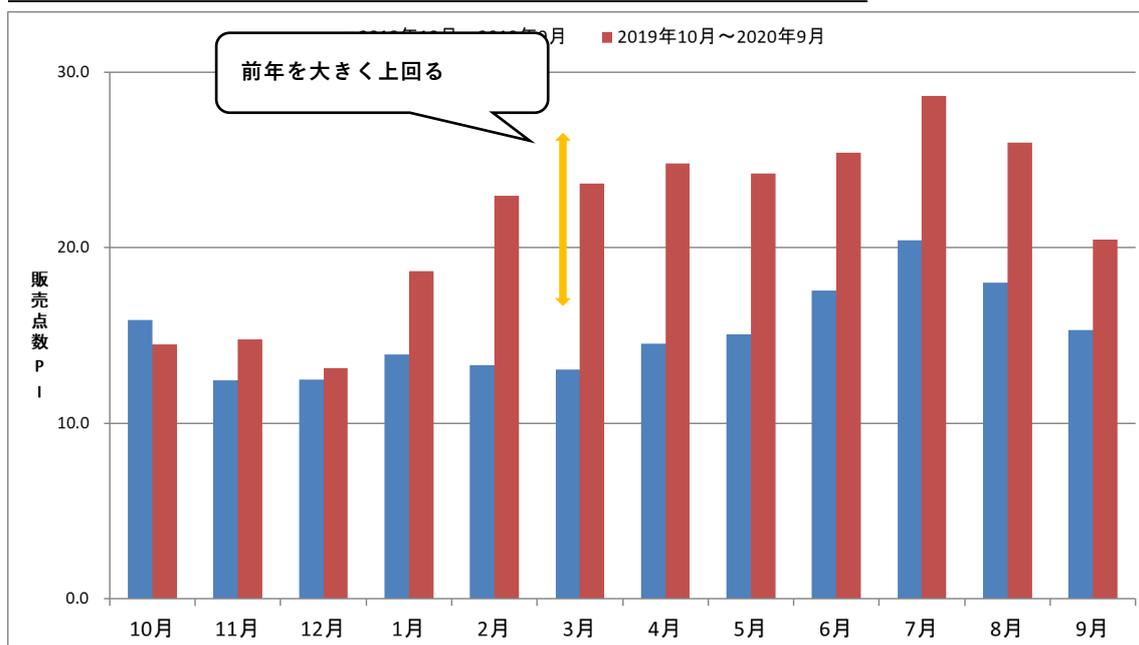
※点数 PI2.0 以上 かつ 前年比 130%以上の商品を抜粋

上記には記載されていない商品も、多くのものは前年を上回る傾向が見られました。その中でも、個食タイプの商品への需要がより高まっているようです。冬にかけてもこの状況は続くことが予想されます。

3. 長芋は3月以降前年比を大きく上回る状況。10月以降もしばらくこの状況が続くことが予想され、併買率の高い調味料にもプラスの効果が見られそう。

次に、ネバネバ食材の購買意向が高かったことから、例として長芋カテゴリーの動向を紹介します。関東エリア 70代以上の長芋カテゴリーの月別点数PIを集計し、前年同月と比較しました(図表3)。すると、11月頃より前年を上回る傾向が見られましたが、2月以降さらに拍車がかかり、3月には対前年比180%を超えました。その後も好調な状況が続いています。

図表3 長芋カテゴリートレンド分析(関東エリア 70代以上)



10月以降もしばらくこの状況が続くと予測されますが、それに伴い長芋を調理する際に用いる調味料もプラスの影響を受けるでしょう。そこで、昨年10月から12月に長芋を購入した人が同時に購入する調味料を集計しました(図表4)。

図表4 バスケット併買分析（関東エリア 70代以上 2019年10月～12月）

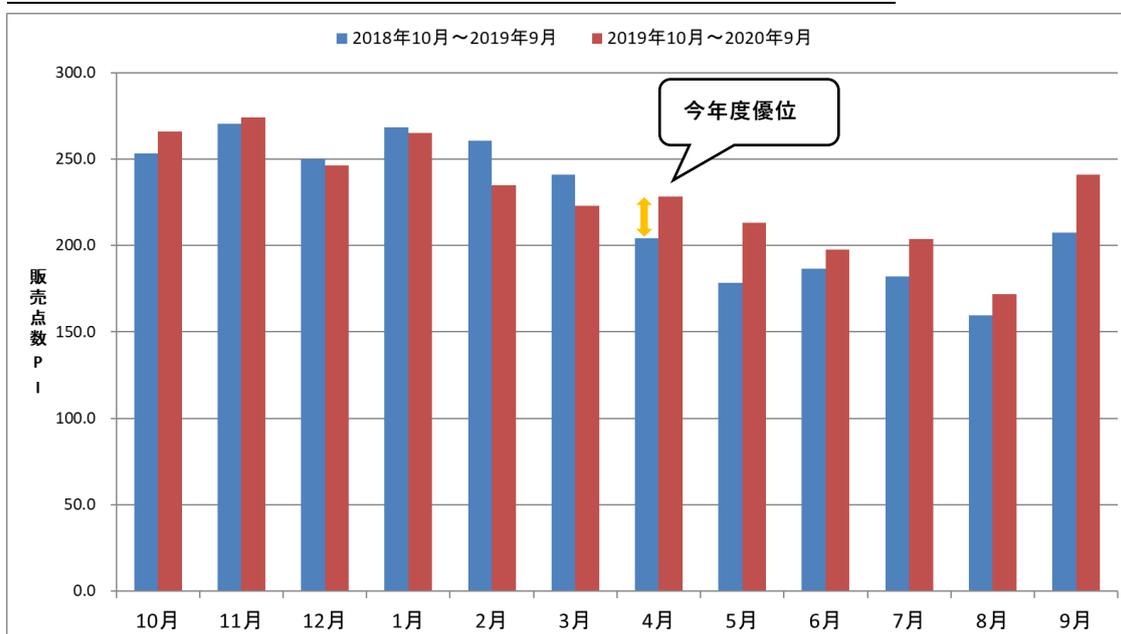
	全体	長芋	
	単独購買率	信頼度(同時併買率)	リフト値
食品:調味料:加工調味料:中華加工調味料	2.1%	3.6%	1.71
食品:調味料:基礎調味料:味噌	2.5%	4.3%	1.70
食品:調味料:基礎調味料:醤油	2.4%	3.9%	1.66
食品:調味料:食用油:食用油	1.8%	3.0%	1.65
食品:調味料:加工調味料:ドレッシング	2.2%	3.6%	1.61
食品:調味料:加工調味料:マヨネーズ	2.3%	3.6%	1.57

すると、中華加工調味料、味噌、醤油などのほか、ドレッシング、マヨネーズなどとの併買率が高いことがわかりました。購買回数が増える＝いつもは中華加工調味料を購入しているが、他の調味料も試してみたい、という意識が働くでしょう。

4. きのこは4月以降好調な状況。中華加工調味料などにもプラスの効果が見られそう。しかし、きのこ用途調味料には追い風が吹いておらず、機会を逸している可能性。

最後にきのこカテゴリの動向を見ていきます。今回は、えのき、舞茸、しいたけなどをまとめている「きのこ」(i-code 分類 3)全体の動向を見ていきます。関東エリア 70 代以上のきのこカテゴリの月別点数 PI を集計し、前年同月と比較しました(図表 5)。すると、3 月までは前年並み、前年を下回る傾向が見られましたが、4 月以降増加に転じ、前年比 110%となる月も見られます。

図表 5 きのこカテゴリトレンド分析(関東エリア 70 代以上)



10 月以降もしばらくこの状況が続くと予測されますが、それに伴いきのこを調理する際に用いる調味料もプラスの影響を受けるでしょう。そこで、昨年 10 月から 12 月にきのこを購入した人が同時に購入する調味料を集計しました(図表 6)。

図表 6 バスケット併買分析(関東エリア 70 代以上 2019 年 10 月~12 月)

	全体	きのこ	
	単独購買率	信頼度(同時併買率)	リフト値
食品:調味料:加工調味料:鍋つゆ	2.4%	6.0%	2.52
食品:調味料:加工調味料:中華加工調味料	2.1%	3.4%	1.62
食品:調味料:基礎調味料:味噌	2.5%	3.9%	1.56
食品:調味料:加工調味料:ドレッシング	2.2%	3.2%	1.47

すると、鍋つゆ、中華加工調味料、味噌などとの併買率が高いことがわかりました。鍋つゆに関しては、卓を囲むことを避ける動きも予想されることから、中華加工調味料、味噌などの需要がより高まるものと見られます。そこで、きのこ購買者が同時に購入する中華加工調味料単品を集計しました（図表7）。

図表7 バスケット併買分析（関東エリア 70代以上 2019年10月～12月）

CookDo白菜のクリーム煮130g
CookDo八宝菜用140g
CookDo酢豚用140g
CookDo豚肉の黒酢炒め用130g
ミツカン中華の素八宝菜52g
モランボン野菜1つで春雨入り麻婆茄子190g
日本食研麻婆茄子の素110g
丸美屋麻婆白菜の素まるやかコクうま仕立160g
日本食研エビマヨソース100g
タマノ井酢パーポー30g×2

※期間中同時併買バスケット数100以上、かつリフト値の高い商品を抜粋

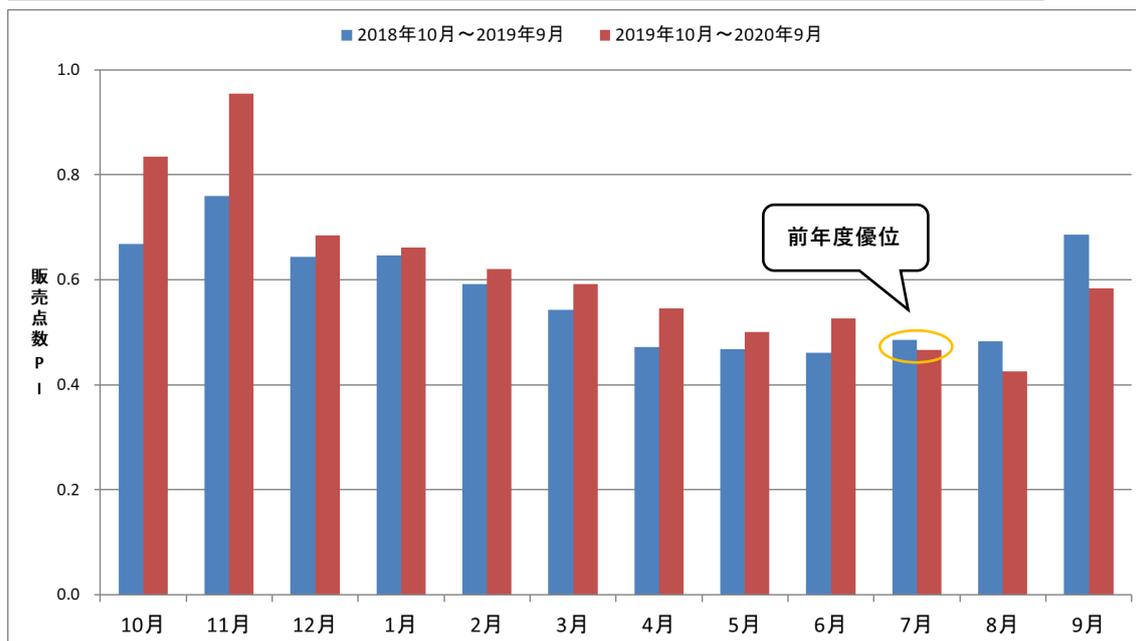
すると、白菜を用いるメニュー、酢豚メニューの調味料との併買率が高いことがわかりました。これら料理の際に、きのこが用いられる頻度が高まるでしょう。

また、商品名にきのこ、まいたけなどを入れた加工調味料も販売されています（図表8）。そこで、これら調味料全体のトレンド分析を行い、前年同月と比較しました（図表9）。

図表8 主なきのこ用途加工調味料

ダイショーきのこがおいしいアヒージョの素20g
S&B濃いシチューきのこバター170g
キッコーマンうちのごはんふわ玉きのこ炒め120g
モランボンきのこチャウダースープ750g
モランボンまいたけのソテーソース70g
モランボンしめじのソテーソース70g

図表9 きのこ用途調味料カテゴリートレンド分析（関東エリア 70代以上）



すると、予想に反して、コロナ禍以前から好調に推移していましたが、7月以降前年を下回る状況が続いています。せっかくきのこ類が好調に推移しているにも関わらず、きのこ用途調味料販促の機会を逸しているかもしれません。

今回は、アンケート調査での意向を基に、実際の購買行動を集計しました。すると、シニア層は概ねアンケートでの意向に近い購買行動を示していることが確認できました。しかし、状況は刻一刻と変わっており、10月以降のショッパーの意向を的確にとらえることが、今後の購買行動の把握につながると言えるでしょう。

※ (<http://shopperinsight.co.jp/news/20200923.html>)