

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扱い、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。

第九回

シニア層の平日と土休日における食品スーパー購買行動

少し前の調査ですが、ハイレライフ研究所では 2016 年に次世代高齢者調査を実施しました (<https://www.hilife.or.jp/pdf/201602.pdf>)。この調査結果によると、男性 71～75 歳の 48.3%、女性 71～75 歳の 32.4%が普段の 1 週間の過ごし方を決めている曜日がある、と回答しました。また、食品スーパーの来店日数を聞いたところ、男性 71～75 歳が平均 2.0 回、女性 71～75 歳は平均 3.7 回となりました。

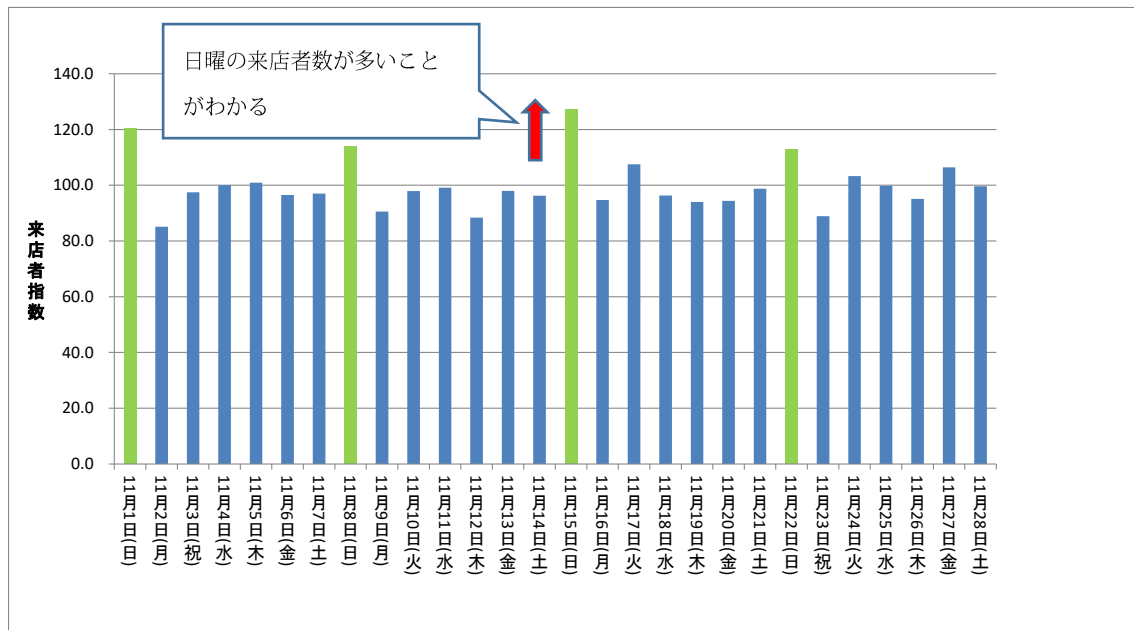
それでは、シニア層にとって食品スーパーへの来店は週の中で決まった過ごし方になる（＝決まった曜日に来店する）のでしょうか、それとも必要な時に必要なだけ購入する、といったような行動なのでしょうか。今回のコラムでは、平日と土日祝日におけるシニア層の食品スーパーへの来店、購買しているカテゴリーに関して分析しました。分析期間は、2020 年 11 月 1 日～28 日です。

1. 70～80 代は、日曜日の来店割合が 40～50 代よりも高い。

平日は労働、日曜に食品スーパーで購入、という一週間のスケジュール。

最初に、期間中の 1 日当たり来店人数を集計し、期間中平均を 100 とした場合の、各日の来店者数を指数化しました。すると、日曜日は指数が 112.7～127.1 となっており、平均よりも 10%～30%近く、70 代以上の来店者数が多いことがわかりました。

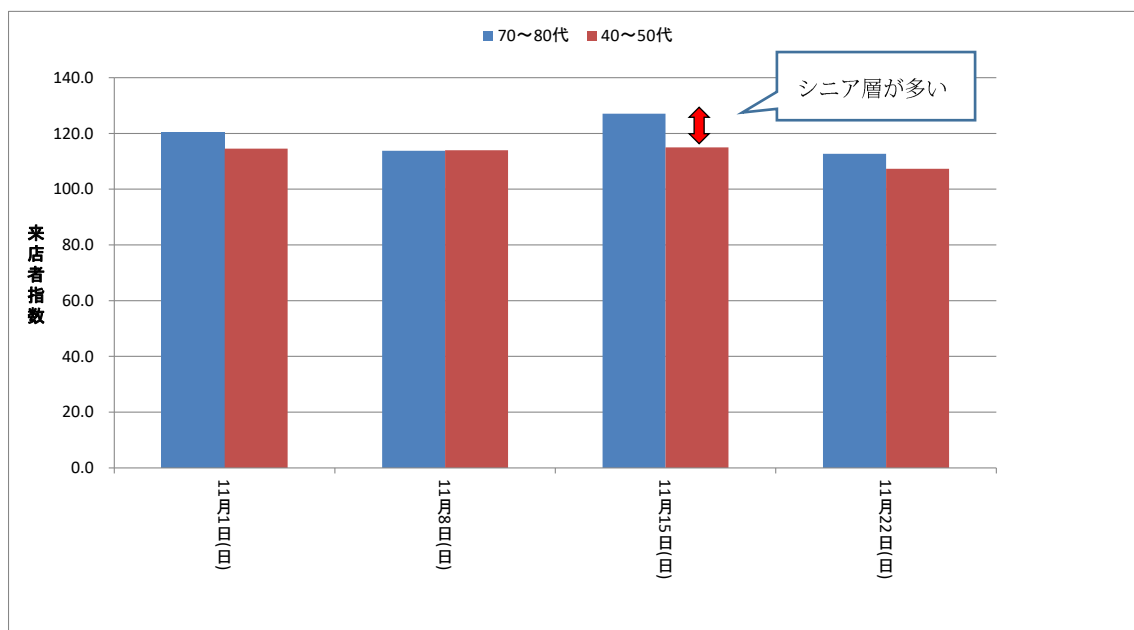
図表 1 70 代以上期間中来店者指数



※全体の平均来店者数を 100.0 とした場合の各日の来店者数を指数化

日曜日の来店者指数を 40～50 代と比較しても、70～80 代の方が来店者指数は高いことがわかりました。

図表 2 期間中来店者指数



※全体の平均来店者数を 100.0 とした場合の各日の来店者数を指数化

このことから、70～80 代のシニア層は、40～50 代に比べて日曜日に食品スーパーへ来店する割合が高いことがわかりました。つまり、シニア層は「日曜日には食品スーパーへ行く」ことを決めて過ごしている人が、他の世代に比べて多いようです。

このコラムの作成初めには、シニア層は中高年層に比べて時間があるので、わざわざ混雑する土曜や日曜には来店しないのではないのかという想定の下、分析を開始したのですが、それとは異なる結果になりました。

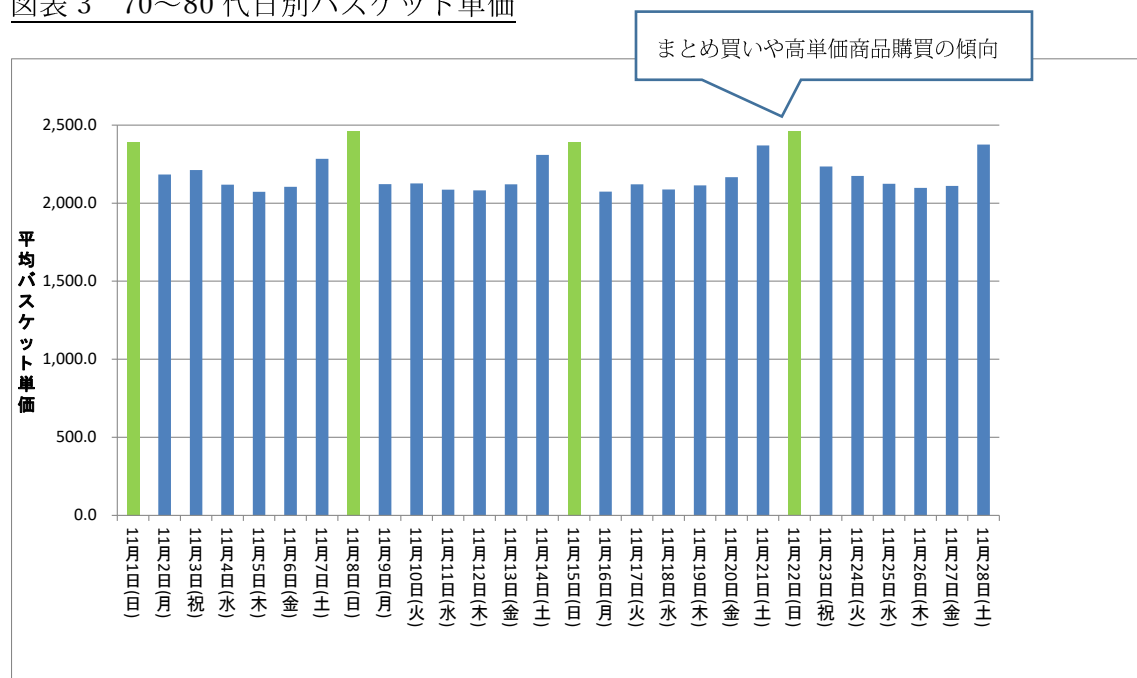
このような結果になる理由は、前述した次世代高齢者調査の結果から伺えます。調査によると、71～75 歳男性の 42%、女性の 26%が「収入をともなう仕事をしている」と回答しました。さらにそのうち 71～75%男性は 60%強、女性は 70%強が「週に 5 日以上（調査時点 1 週間での日数）」働いたと回答しました。40～50 代ほどではありませんし、必ずしも平日に働いている人ばかりとも言えませんが、一定層は他の世代同様の生活を送っていると言え、日曜日を中心に食品スーパーへ行く行動をとっているようです。毎日を忙しく過ごしているアクティブなシニアが多いことが伺えます。

2. 70～80代は週末のバスケット単価が高い。また、和牛や銘柄豚など価格帯の高いカテゴリーを購入しており、週末は「ハレの日消費」の傾向が伺える。

シニア層の日曜日の来店者数が相対的に高いことはわかりましたが、購買している価格や中身には違いがあるのでしょうか。それとも、単に来店しているだけで、平日とあまり変わらない購買行動をとっているのでしょうか。そこで、70～80代来店者の平均バスケット単価を日別に集計しました。

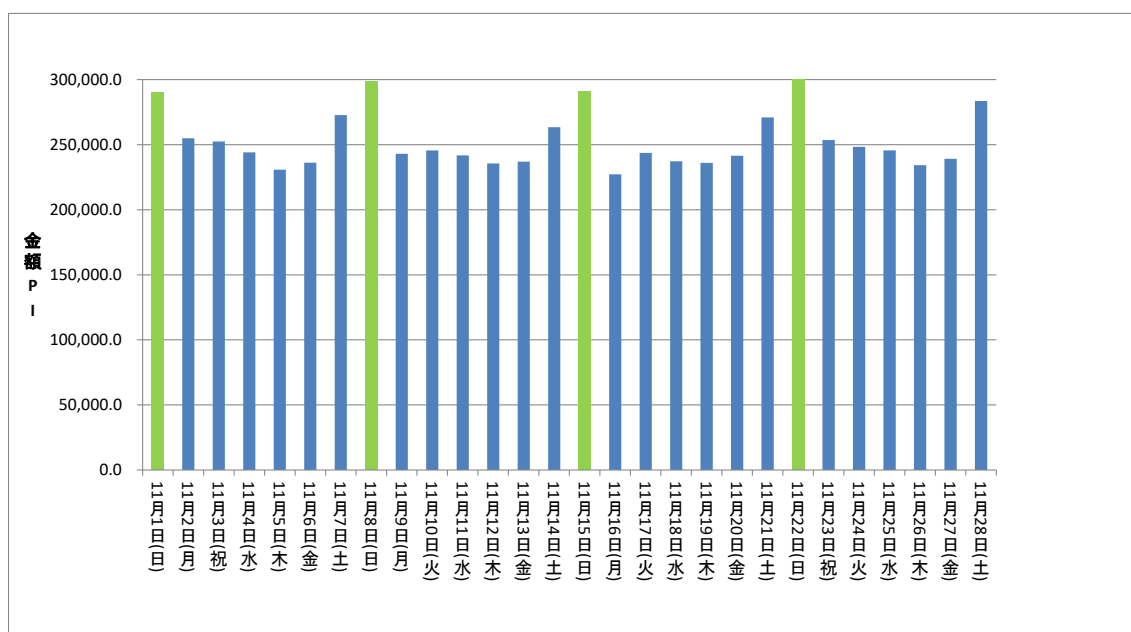
すると、バスケット単価も日曜日と土曜日が高い傾向にあることがわかりました。つまり、日曜日は来店者が多いだけでなく、一人当たりの金額も高く、まとめ買い、または高単価の商品を購入していることがわかります。

図表3 70～80代日別バスケット単価

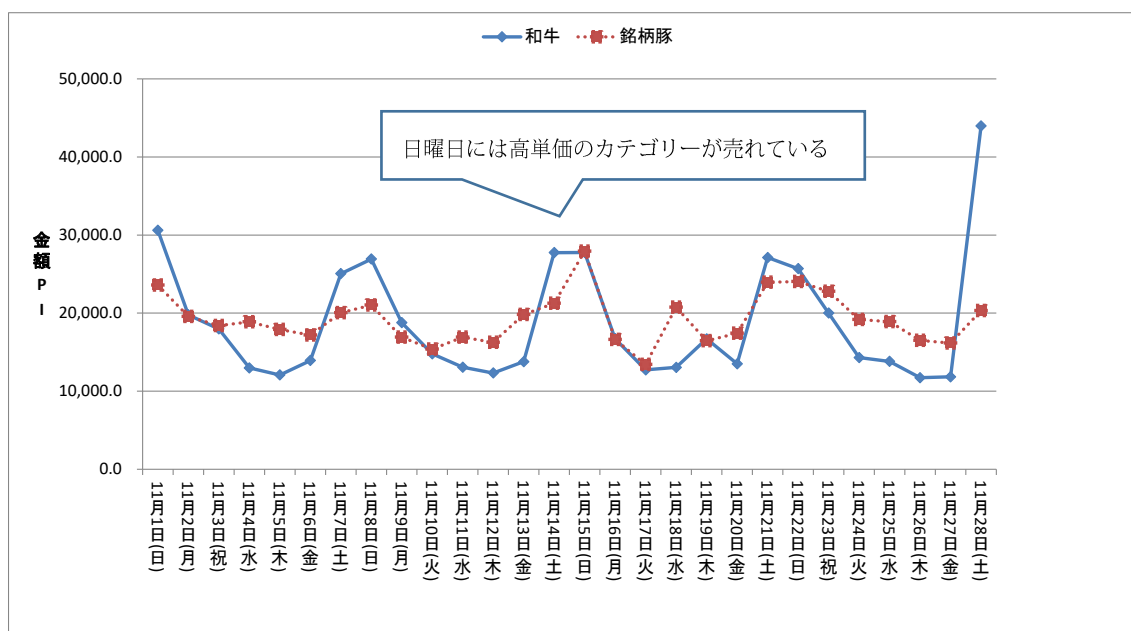


カテゴリー別に見ると、「畜産」カテゴリーの金額PIが日曜日に高まったため、同カテゴリーをさらに細分化してみると、「和牛」や「銘柄豚」の金額PIが日曜日に高まりました。

図表 4 70～80 代日別畜産カテゴリー金額 PI



図表 5 70～80 代日別主要畜産カテゴリー金額 PI



このことから、シニア層は単に日曜日に多くの人が来店しているだけではなく、通常よりも高単価のカテゴリーを購入する「ハレの日」消費をしていることがわかりました。以前年金支給日の購買行動 (https://www.hilife.or.jp/seniorfood2019/seniorfood2019_03.pdf) を分析した際には、それほどハレの日消費の傾向は見られませんでした。通常の週末にはよいものを購入しているようです。他の世代とそれほど変わらない購買行動をとっていることがわかりました。

3. シニア層のニーズは日曜日。

または、密を避けるためにも、他の曜日への誘導も考える。

シニア層は他の世代同様に、日曜日の来店者数が多く、さらに高単価の商品を購入していることがわかりました。このことからの考察を以下に提示します。

① シニア層のハレの日消費で購入したカテゴリーと相性のよい商品を見極める

70～80代は、日曜日に和牛や銘柄豚の金額PIが高まることがわかりましたが、これらのカテゴリー購買者が同時に購入する商品を見極める必要があります。

図表6は、70～80代で和牛を日曜日に購入した人が、同時に購入する主な調味料を抜粋したものです。すき焼きのたれや焼肉のたれとの併買率が高いです。また、価格帯も比較的高い商品となっています。調味料に関しても通常よりも高い商品を嗜好しています。

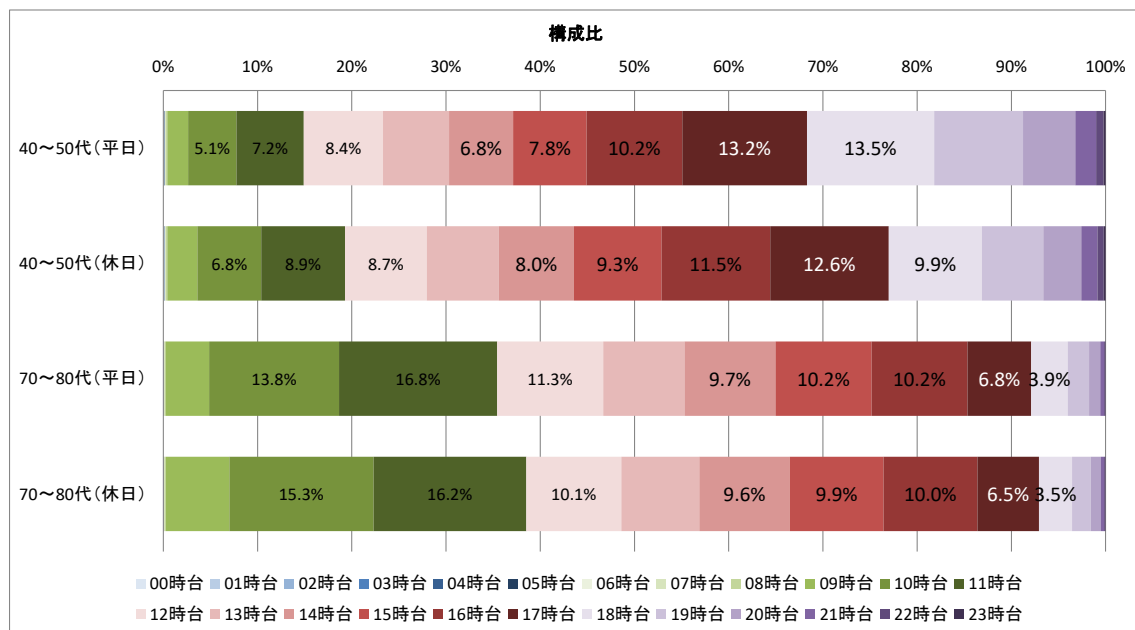
図表6 70～80代和牛購買者が同時に購入しやすい主な調味料

お肉屋さんの七つ星すき焼きのたれ 315g
今半すき焼き割下ストレートタイプ 460g
叙々苑特製焼肉のたれ 240g
宮のタレカップ 90g
モランボンジャン焼肉のたれ 240g
エバラすき焼きのたれマイルド 300ml

②平日への来店を訴求する取り組み

図表7は、70～80代と40～50代の平日休日における時間帯別金額構成比を集計したものです。70～80代は平日も休日も午前中、午後13時～16時の構成比はそれほど変わりませんが、40～50代は休日における午前中や午後13時～16時の構成比が高まります。

図表7 平日休日時間帯別金額構成比（2020年11月1日～28日）



休日は来店者も増えることから、同時時間帯は密になることが想定されるため、他の曜日への誘導が望ましいです。シニア層は勤務している人も多いとはいえ、他の世代に比べると時間的余裕はあることから、シニア層に限定した平日にも着目すべきと考えられます。

今回の分析を通して、シニアの日ごろ忙しく過ごし、日曜日にまとめて購入、ちょっといいものを買おう、という行動が伺えました。シニア＝時間に余裕がある、と思っていると想定とは異なる結果になることから、実際の購買行動を丁寧に追いかける必要があるでしょう。