

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。

第三回

新しい生活様式におけるシニアの購買行動

5月25日に全国の都道府県で緊急事態宣言が解除され、2カ月強が経とうとしています。しばらくの間は落ち着きを見せましたが、7月に入ると東京では連日コロナ感染者が100名を超しており、油断ができない状況が続きます。

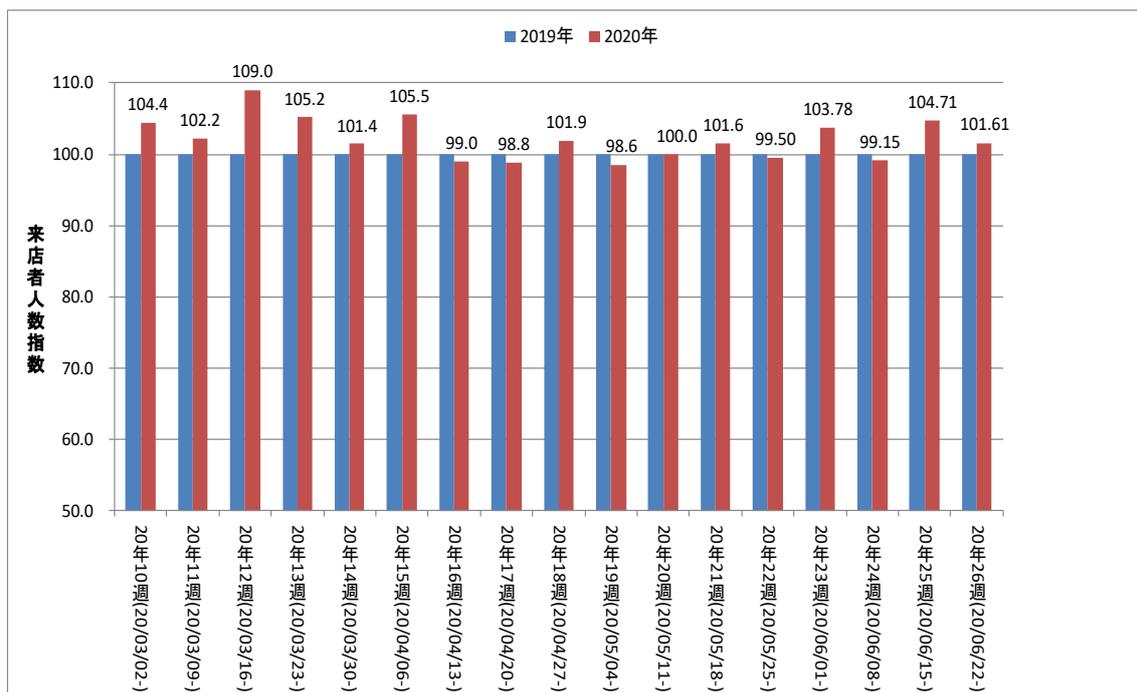
厚生労働省では、新型コロナウイルスを想定した「新しい生活様式」の実践例を紹介しています⁽¹⁾。例をあげると、買い物は1人または少人数で空いた時間に行う、大皿を避けて料理は別々に盛ることなどが提唱されています。

このような新しい生活様式の提唱の中、シニアの購買行動にも変化が生じることが予測されます。そこで、今回のコラムでは、まず緊急事態宣言解除後のシニアの購買行動をご紹介します。そのあと、予測にはなりますが、新しい生活様式がもたらすシニアの購買行動の影響を鍋つゆカテゴリーを用いて考えたいと思います。

1. 三密を避ける傾向は引き続き見られる。パスタ関連やつまみ菓子は引き続き好調。在庫で保管できる調味料はまだ使い切れていない。

前回のコラムでは、緊急事態宣言解除前までの週別のシニア層（70代以上）の来店人数（週に1度でも来店した人数）を集計し、前年同週と比較し、指数化したものをご紹介しました。今回はさらに6月末までの状況を集計しました（図表1）。すると、4月13日週以降は前年並み、または前年を下回る週が多くなりました。シニア層の来店者は増加傾向にあることから、前年を上回る状況でもおかしくないのですが、食品スーパーでの三密が懸念されたり、3日に1回程度の買物が呼びかけられたことが影響しているようです。新しい生活様式に基づいて生活しているシニアが多いと言えそうです。

図表1 週当たり来店人数指数（70代以上）



※来店人数はカード会員のみの数値です。2019年の来店人数を100として指数化。

次に、前回のコラムでは、3月4日週から5月18日週までの主要カテゴリーの点数PIを集計し、前年同期と比較しました（図表2）。

すると、自粛生活等で需要が高まっている乾燥パスタやパスタソースなどははじめとして、前年比で大きく上回っていることがわかりました。

図表2 主要カテゴリーの点数PI比較（70代以上）

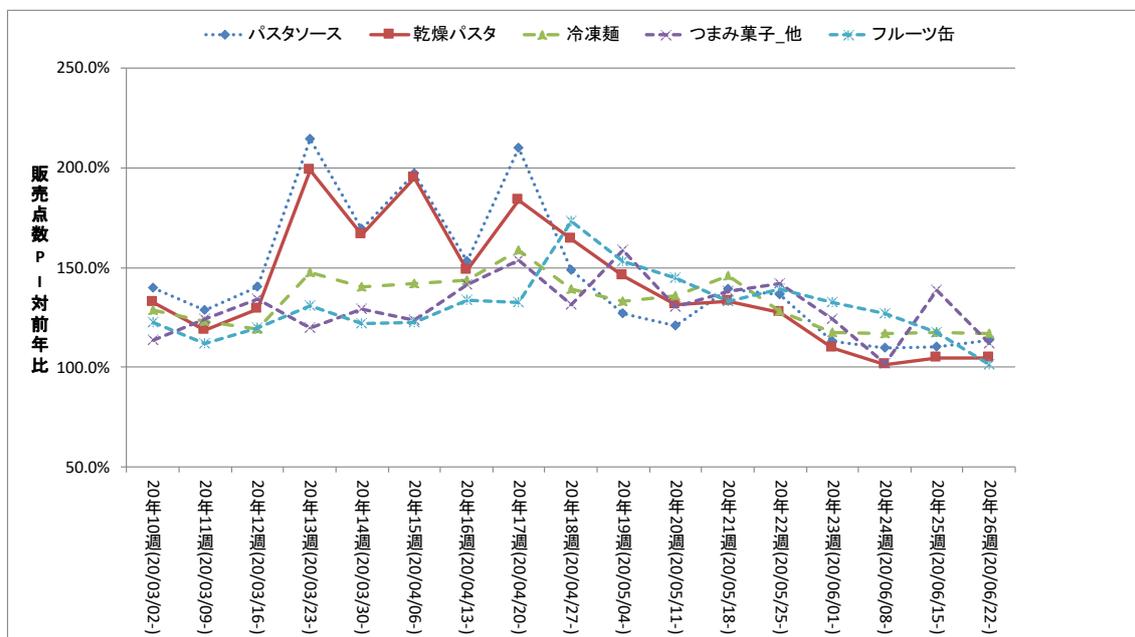
		2019年3月4日～ 5月26日	2020年3月2日～ 5月24日	前年比
水産加工品	ツナ	13.1	14.3	109.4%
練物	魚肉ソーセージ	16.7	19.0	113.9%
米	うるち米	24.8	25.5	103.2%
麺類	乾燥パスタ	11.1	17.1	154.0%
麺類	生・ゆでラーメン	26.4	33.3	126.0%
麺類	生・ゆで焼そば	37.9	46.8	123.5%
餅	包装餅	6.2	7.5	121.1%
レトルト惣菜	カレーレトルト	20.6	26.2	127.3%
即席麺	カップ麺	128.2	139.0	108.5%
即席麺	袋麺	22.0	28.3	128.5%
冷凍食品	冷凍スナック	9.2	11.6	126.2%
冷凍食品	冷凍米飯	14.9	19.1	127.9%
冷凍食品	冷凍麺	31.3	42.9	137.1%
スプレッド・ディップ	ジャム	19.2	22.6	118.0%
加工調味料	パスタソース	9.2	14.4	157.1%
加工調味料	マヨネーズ	22.3	23.1	103.5%
加工調味料	鍋つゆ	8.2	9.5	116.3%
加工調味料	麺つゆ・麺スープ	15.6	19.4	124.0%

それでは、上記カテゴリーは6月以降も好調なのでしょうか？そこで、週別の点数PIを集計し、前年同期と比較しました。その結果、3月から6月にかけての平均値で、前年同週を下回ったカテゴリーはみられませんでした。カテゴリーによっては異なる傾向を示したため、主なカテゴリーの動向をご紹介します。

図表3は、5月以降も好調に推移したカテゴリです。パスタソース、乾燥パスタなどは、子供のいる家庭等で3月から4月にかけて前年を大きく上回りましたが、70代以上も好調に推移しました。5月以降、前年同週150%を上回る週はほぼ見られなくなりましたが、それでも前年比110%を超える週があるなど好調な推移が続いています。

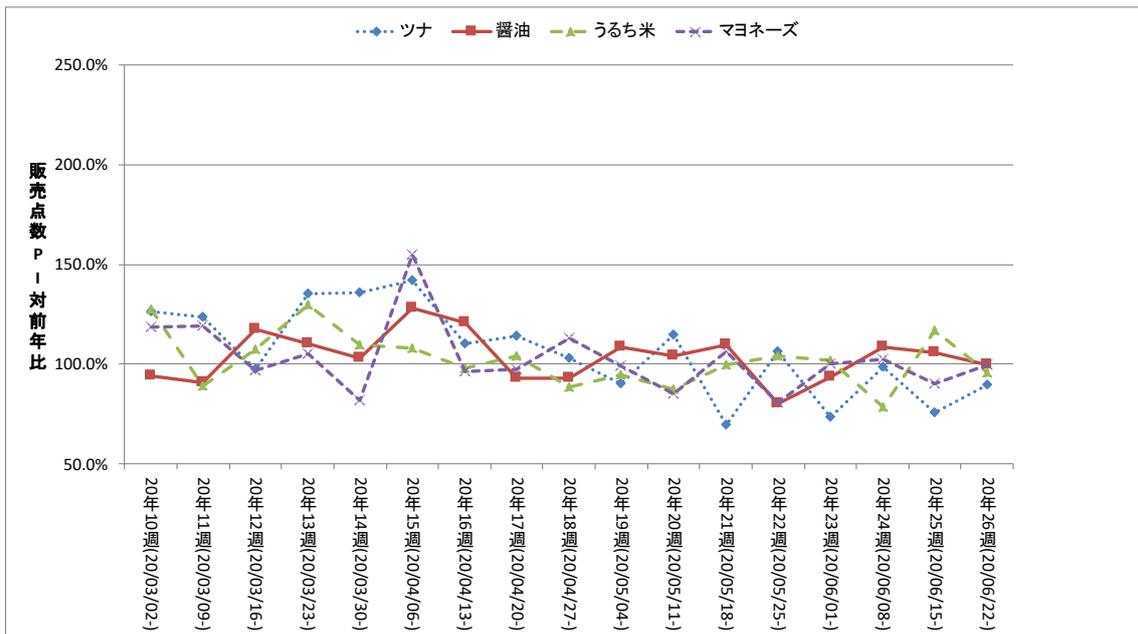
つまみ菓子他は柿の種などが該当しますが、自宅飲みの需要が増えたことに伴い、つまみ菓子の需要も好調なのだと思います。

図表3 主要カテゴリの点数PI比較（70代以上）



一方、図表4は、5月以降前年を下回る傾向にあるカテゴリーです。米や調味料といった、家庭内在庫として保管しやすいカテゴリーであることから、需要が増える、品薄になることを懸念して購買したものの、使い切るには一定の期間を要するため、5月以降は前年を下回ったと言えるでしょう。

図表4 主要カテゴリーの点数P I比較（70代以上）



2. 新しい生活様式の提唱を受けて、シニアにも小分けの鍋つゆへの需要が高まる。

まずは寄せ鍋のリピーターになってもらえることが理想？

それでは、今後秋から冬にかけて、新しい生活様式の提唱が、シニア層の購買行動にどのような影響をもたらすでしょうか。予測にはなりますが、これまでの状況を基に考えてみたいと思います。今回は鍋つゆカテゴリーを例にとりました。

厚生労働省による新しい生活様式では、3密の回避、狭い部屋での長居は無用と言われていたこともあり、年末の忘年会等の集まりは例年よりも控えめになることが予想されます。特にウイルスに罹患すると重症化しやすいと言われるシニア層は、より外出を控えるでしょう。

そのため、冬も自宅で食事をとる機会は増えるものと思われ、鍋つゆの需要は例年よりも高まると予測されます。ただし、大皿は避けて料理は別々にすることが提唱されていることを考慮すると、ストレートタイプの鍋つゆよりも、小分けの鍋つゆの需要が高まるかもしれません。

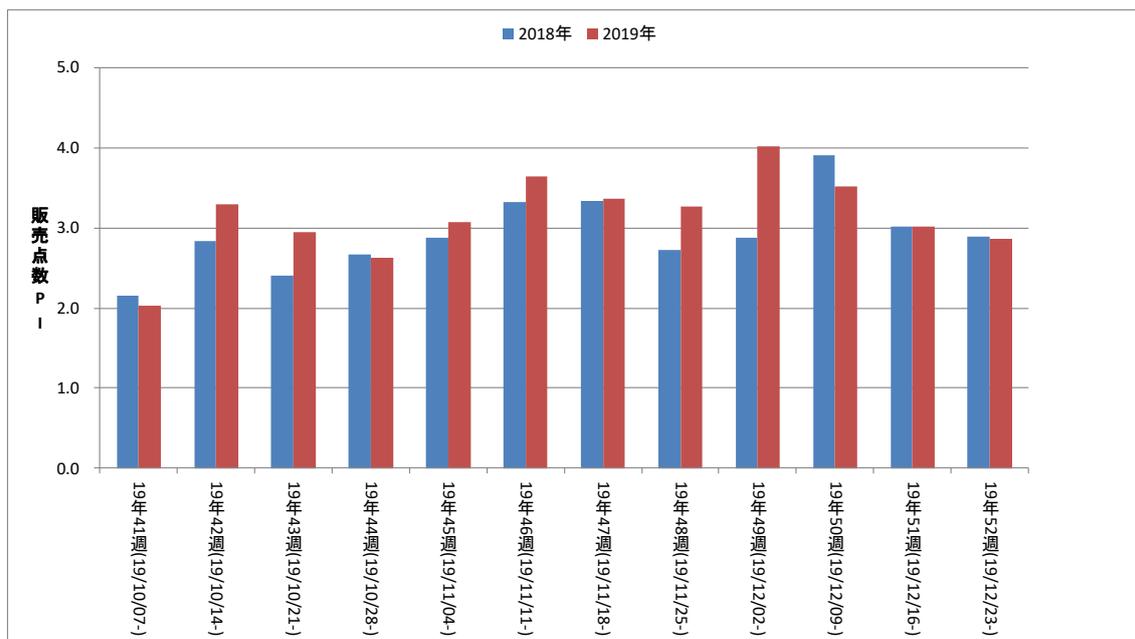
昨年冬に店頭で販売されていた小分けの鍋つゆは以下のとおりです(図表)。プチッと鍋、こなべっち、鍋キューブなどがあげられます。

図表 5 主な小分けの鍋つゆ

商品名
エバラプチッと鍋キムチ鍋
エバラプチッと鍋ちゃんこ鍋
エバラプチッと鍋素材が引き立つ寄せ鍋
ミツカンこなべっちごま豆乳鍋つゆ
ミツカンこなべっち焼あごだし鍋つゆ
鍋キューブ鯛と帆立の極みだし鍋パウチ8個入
味の素鍋キューブ寄せ鍋しょうゆパウチ8個入
味の素鍋キューブ鶏だし・うま塩パウチ8個入
味の素鍋キューブ濃厚白湯パウチ8個入

2019年秋から冬にかけての、70代以上における小分けの鍋つゆの週別トレンド点数PIを集計し、前年(2018年)同週と比較しました(図表6)。すると、前年を上回る週が多く、期間平均では前年比約107%増となりました。

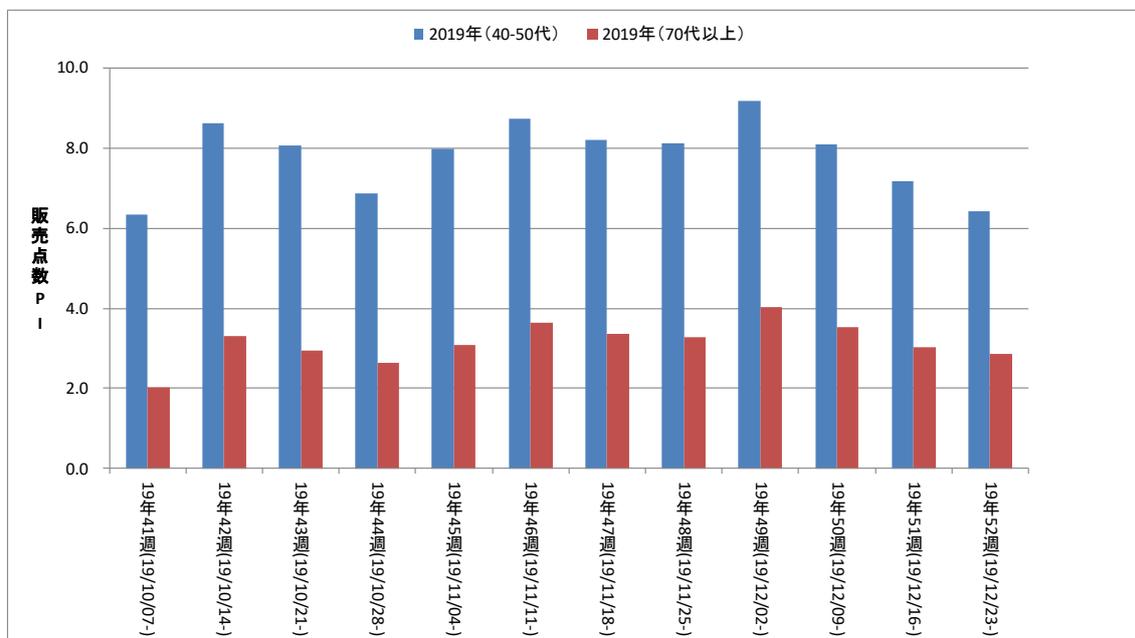
図表6 小分けの鍋つゆ週別トレンド



※2018年は前年同週の点数PI

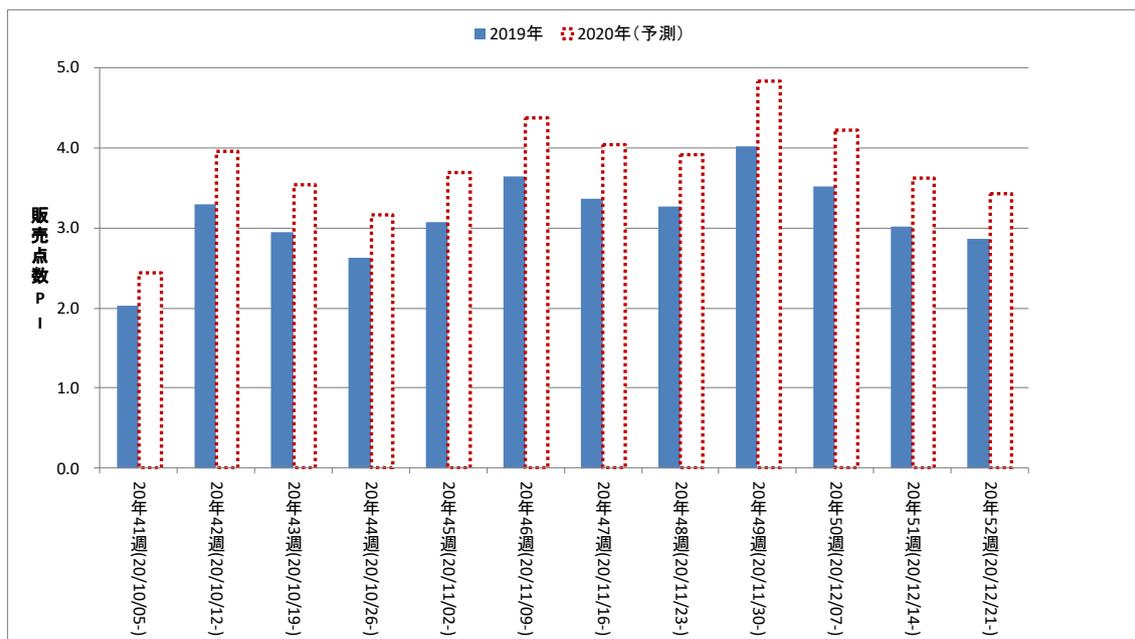
40-50代に比べると、まだまだ点数PIは大きくない（図表7）ものの、今後も需要拡大が期待されるカテゴリと言えます。

図表7 小分けの鍋つゆ週別トレンド（40-50代と70代以上）



そこで、仮に 2019 年の各週の前年比 120% 増となったらどのくらいの PI 値になるかを集計しました。すると、ピーク時には点数 PI が 5.0 近くになる週も予想されることから、70 代以上にとっても小分けの鍋つゆは重要なカテゴリーになりそうです。

図表 8 小分けの鍋つゆ週別トレンド予測



※2019 年は前年同週の点数 PI。2020 年の予想値は、2019 年の各週の点数 PI に 120% 増と推定した

従来は単身者や手軽に鍋つゆを利用したい層に向けた小分け鍋つゆでしたが、今年はシニア層も着目していくはずです。

尚、2019年に40-50代に比べて、シニア層に人気のあった商品は図表9のとおりです。寄せ鍋や魚の出汁を用いた商品への需要が高いです。

図表9 シニア層に人気のある主な小分け鍋つゆ

商品名
エバラプチッと鍋素材が引き立つ寄せ鍋23g×6
味の素鍋キューブ寄せ鍋しょうゆパウチ8個入66g
ミツカンこなべっち寄せ鍋つゆ128g
鍋キューブ鯛と帆立の極みだし鍋パウチ8個入72g
ミツカンこなべっち焼あごだし鍋つゆ116g

これらは、これまで小分けの鍋つゆを購入したことがないシニア層にとっても手に取りやすい商品と言えるでしょう。

厚生労働省 ホームページ

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_newlifestyle.html