

<Shufoo!買い物動向レポート Vol.12 「2017年の初売り・福袋購入に関する意識調査」>調査結果
2016年11月30日 凸版印刷株式会社

【調査概要】

●一般調査

調査エリア： 全国
調査対象： 20歳から59歳までの男女
サンプル数： 824
調査期間： 2016年11月5日～11月7日
調査方法： インターネットリサーチ

●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(10代から60代までの女性)
サンプル数： 57,979
調査期間： 2016年11月3日～11月6日
調査方法： インターネットリサーチ

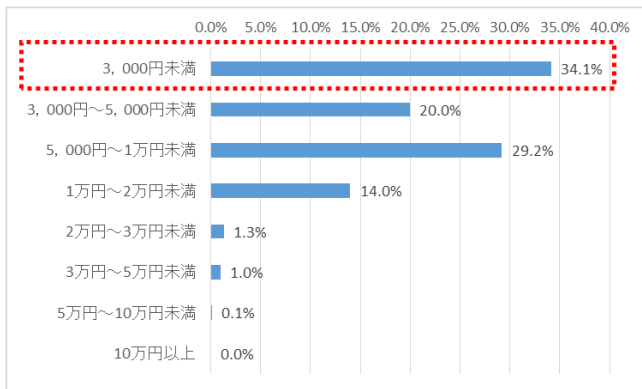
【調査結果】 2017年の傾向について

2016年実施した「2016年の福袋購入に関する意識調査」と比較すると、2017年の傾向として、福袋は購入単価の低い“場当たりの購入”から、購入単価の高い“堅実的な購入”へ変化していることがわかりました。

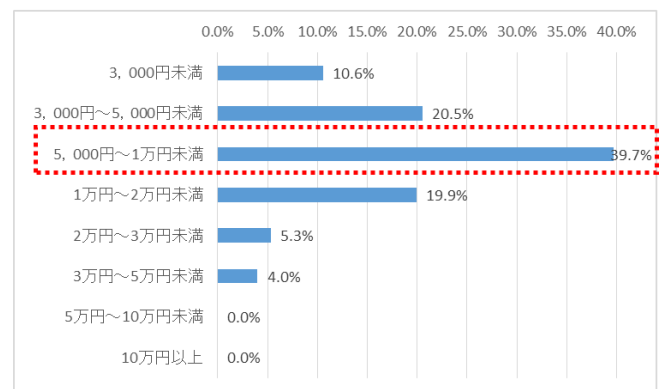
●福袋の1つあたりの購入予算

2016年の1位「3,000円未満」(34.1%)、2位「5,000円～1万円未満」(29.2%)から、2017年は1位「5,000円～1万円未満」(39.7%)、2位「3,000円～5,000円未満」「1万円～2万円」(ほぼ同率20%)と、購入単価が上昇

2016年



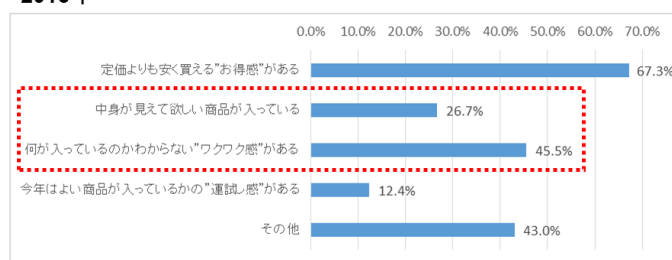
2017年



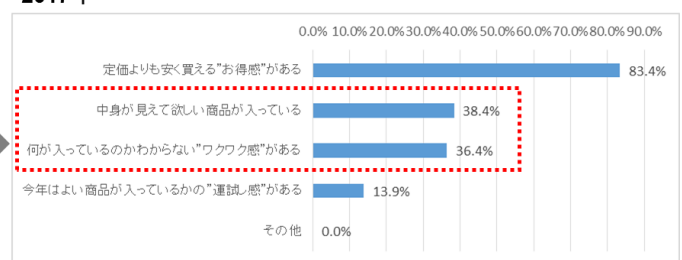
●福袋の購入理由

「定価よりも安く買える”お得感”がある」(2016年67.3%、2017年83.4%)は不動だが、「何が入っているのかわからない”ワクワク感”がある」は2016年45.5%→2017年36.4%(9.1ポイント減)、反対に「中身が見えて欲しい商品が入っている」は2016年26.7%→2017年38.4%(11.7ポイント増)となり、ワクワク感よりも確実に欲しい商品にお金を払う傾向がある

2016年



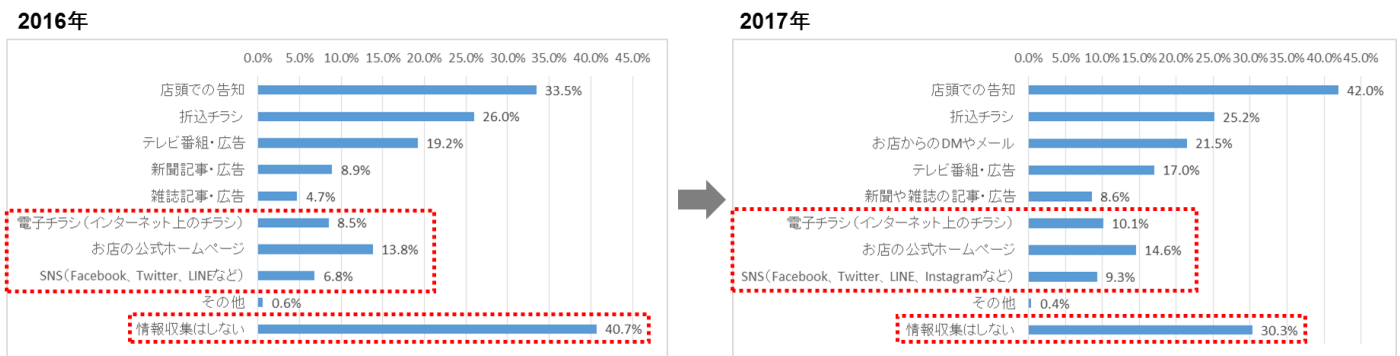
2017年



また、初売り・福袋に関して情報収集をする人が増え、インターネットを活用して予め商品や購入に関する情報を入手する傾向にあるようです。2016年には「情報収集をしない」と回答した人が40.7%いましたが、2017年は30.3%と前年より10.4ポイント減少し、情報収集する人が増加したことがわかりました。

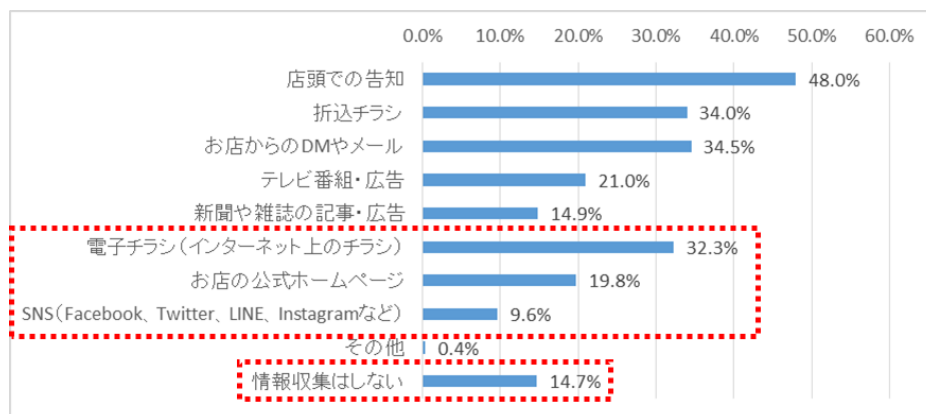
●初売りや福袋に関する情報収集手段

「店頭での告知」(42.0%)や「折込チラシ」(25.2%)、「お店からのDMやメール」(21.5%)など、情報収集に関してはまだアナログな手段が多いが、「電子チラシ」は2016年8.5%→2017年10.1%(1.6ポイント増)、「お店の公式ホームページ」は2016年13.8%→2017年14.6%(0.8ポイント増)、「SNS」は2016年6.8%→2017年9.3%(2.5ポイント増)とデジタルな情報収集手段の利用も増加傾向にある



●Shufoo!利用者の初売りや福袋に関する情報収集手段

Shufoo!利用者の場合、「情報収集しない」人が14.7%と非常に少なく、また情報収集手段も「電子チラシ」(32.3%)、「お店の公式ホームページ」(19.8%)、「SNS」(9.6%)を利用と、全体的にデジタルでの情報収集に積極的といえる

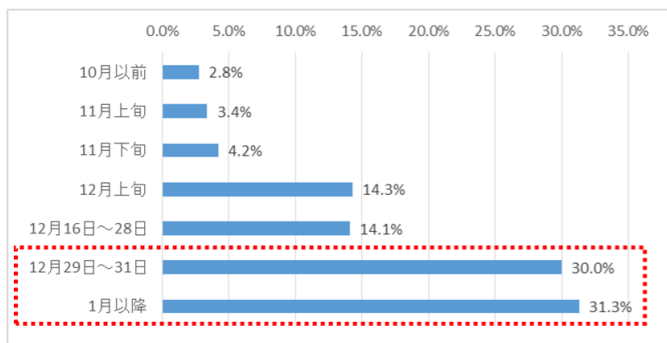


初売りや福袋の購入は2016年と比較すると、年内～年末に前倒しで検討する傾向にあり、店頭だけではなくインターネットでの購入も徐々に拡大していることが判明しました。

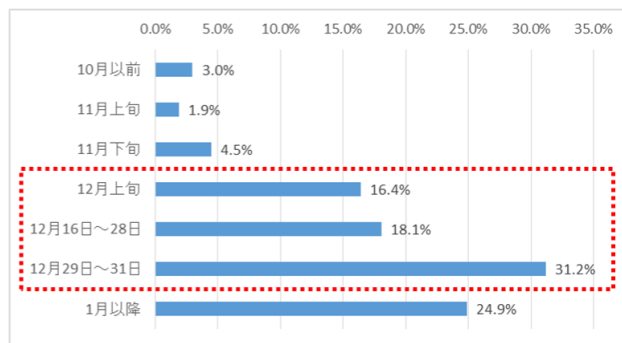
●福袋の購入検討時期

2017年は「12月29日～31日」(31.2%)、次いで「1月以降」(24.9%)に検討する割合が多かったが、「12月16日～28日」が2016年14.1%→2017年18.1%(4.0ポイント増)、「12月上旬」が2016年14.3%→2017年16.4%(2.1ポイント増)と、全体的に2016年より早めの年内から年末にかけて、前倒しで検討を開始する傾向にある

2016年



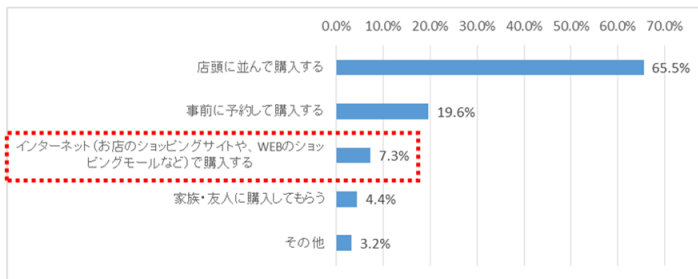
2017年



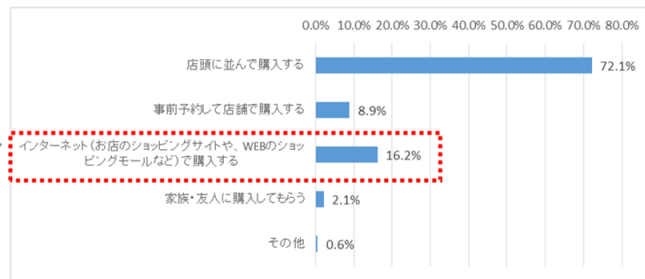
●初売り・福袋の購入方法

初売りや福袋の購入は、「店頭で並んで購入」が2016年65.6%→2017年72.1%(6.5ポイント増)となったが、一方で「インターネットで購入」も2016年7.3%→2017年16.2%(8.9ポイント増)と拡大

2016年



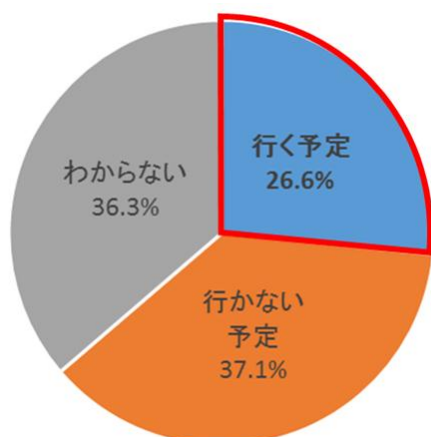
2017年



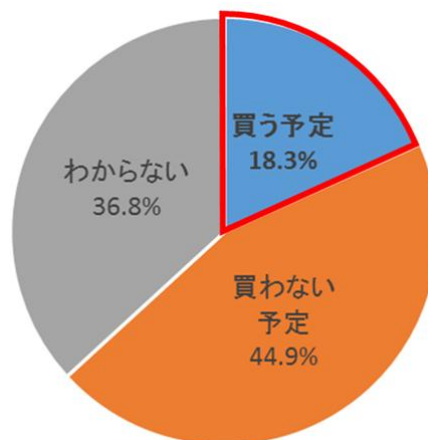
【調査結果】その他のトピックスについて

2017年の初売りに行く予定なのは26.6%でおよそ4人に1人、また福袋を購入する予定なのは18.3%でおよそ5人に1人という結果となりました。

Q. あなたは【来年(2017年1月)の初売り】に行く予定ですか？

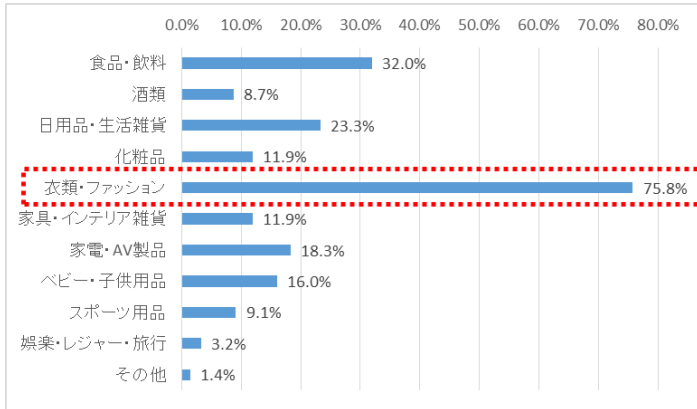


Q. あなたは【来年(2017年1月)の福袋】を買う予定ですか？

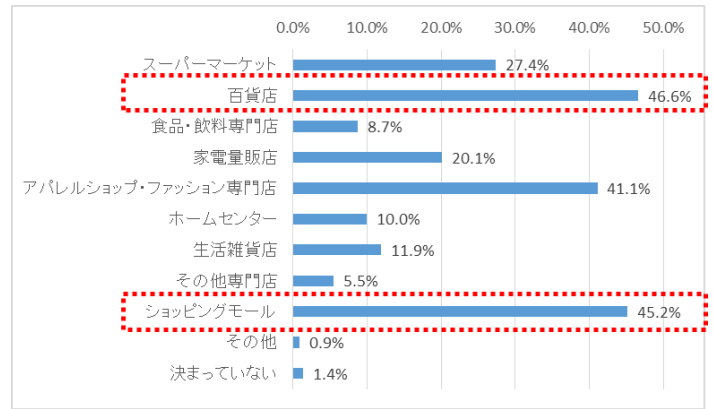


初売りでは主に「衣類・ファッション」用品(75.8%)を、「百貨店」(46.6%)や「ショッピングモール」(45.2%)などの大型店舗で購入するという結果となり、日常に必要な不可欠だが単価が高めの商品を購入する傾向にあります。

**Q. あなたが【来年(2017年1月)の初売り】で
購入を予定しているものは何ですか？**



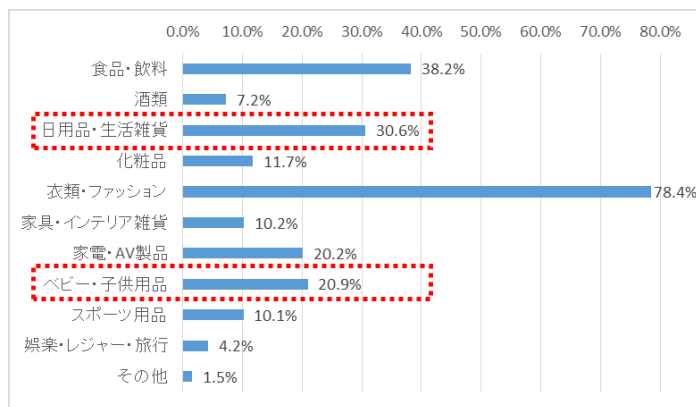
**Q. あなたが【来年(2017年1月)の初売り】で
行く予定のお店はどれですか？**



Shufoo!利用者は一般生活者と比べると、初売りでも「日用品・生活雑貨」(一般 23.3%⇔Shufoo!利用者 30.6%、7.3ポイント増)や「ベビー・子供用品」(一般 16.0%⇔Shufoo!利用者 20.9%、4.9ポイント増)を購入する割合が高く、「ショッピングモール」(一般 45.2%⇔Shufoo!利用者 62.6%、17.4ポイント増)や「スーパーマーケット」(一般 27.4%⇔Shufoo!利用者 36.3%、8.9ポイント増)に行く割合が多いことがわかりました。Shufoo!利用者は、より毎日の生活に必要なとする必需品を、初売りでも購入するといえます。

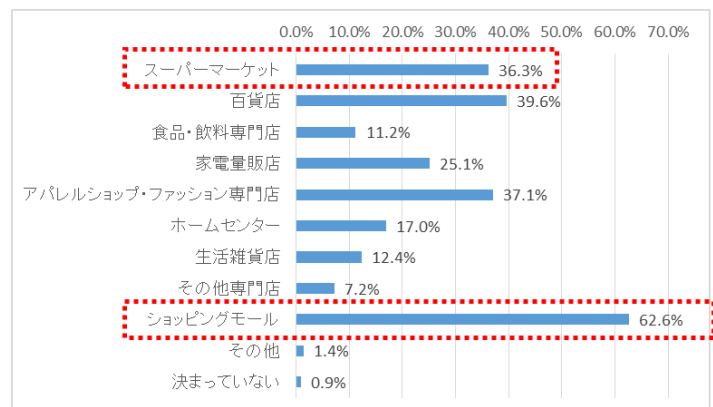
Q. 《Shufoo!利用者》

**あなたが【来年(2017年1月)の初売り】で
購入を予定しているものは何ですか？**



Q. 《Shufoo!利用者》

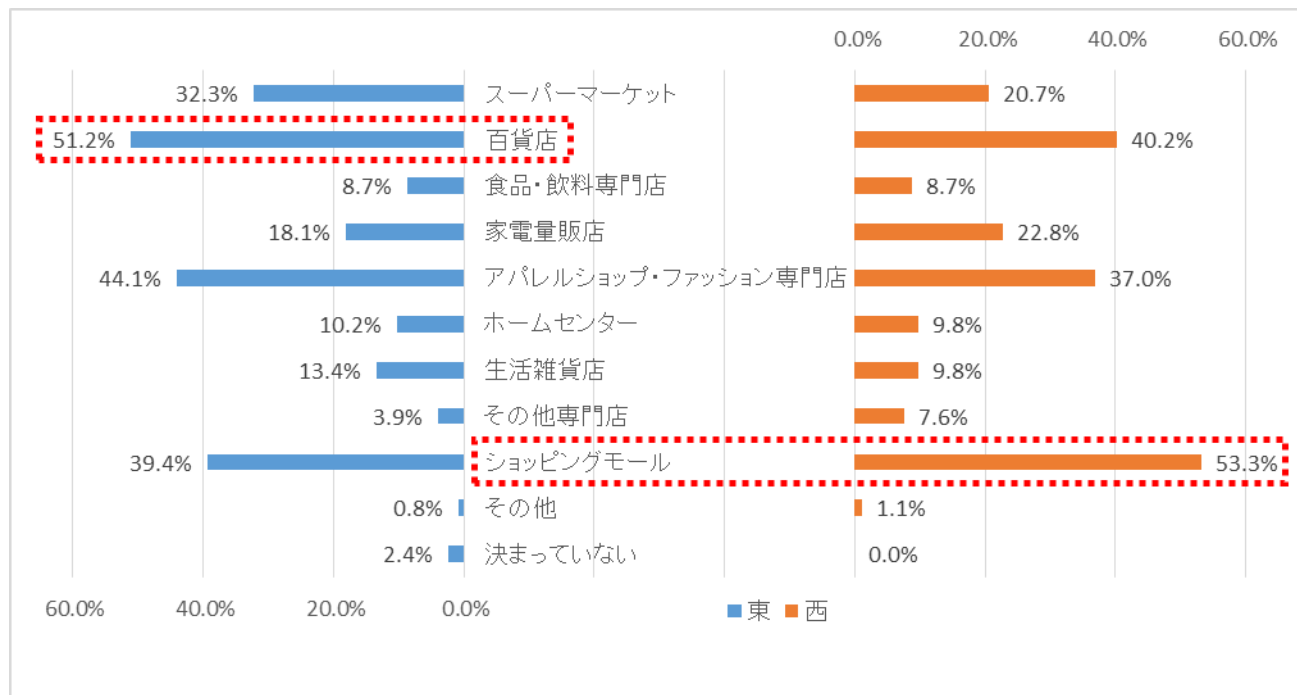
**あなたが【来年(2017年1月)の初売り】で
行く予定のお店はどれですか？**



次に、調査結果を東西の地域別で比較してみると、初売りに行く場所や期待するもの、福袋の購入個数にも違いがあり、地域によって差異があることがわかりました。結果として、全般的に東は百貨店で元値が高い商品をセール(バーゲン)で購入する一方、西は福袋購入に対する意欲が高く、百貨店よりも安くて品数の多いショッピングモールで購入する傾向にあることが伺えます。

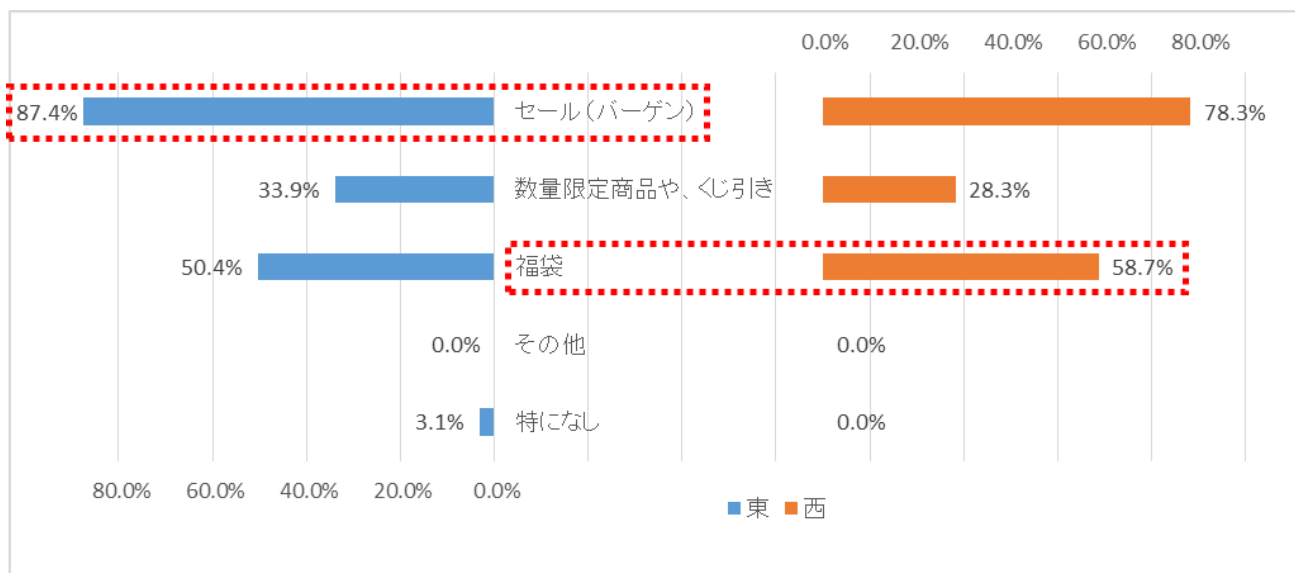
●初売りに行く場所

東は「百貨店」(51.2%)に対し、西は「ショッピングモール」(53.3%)が多い



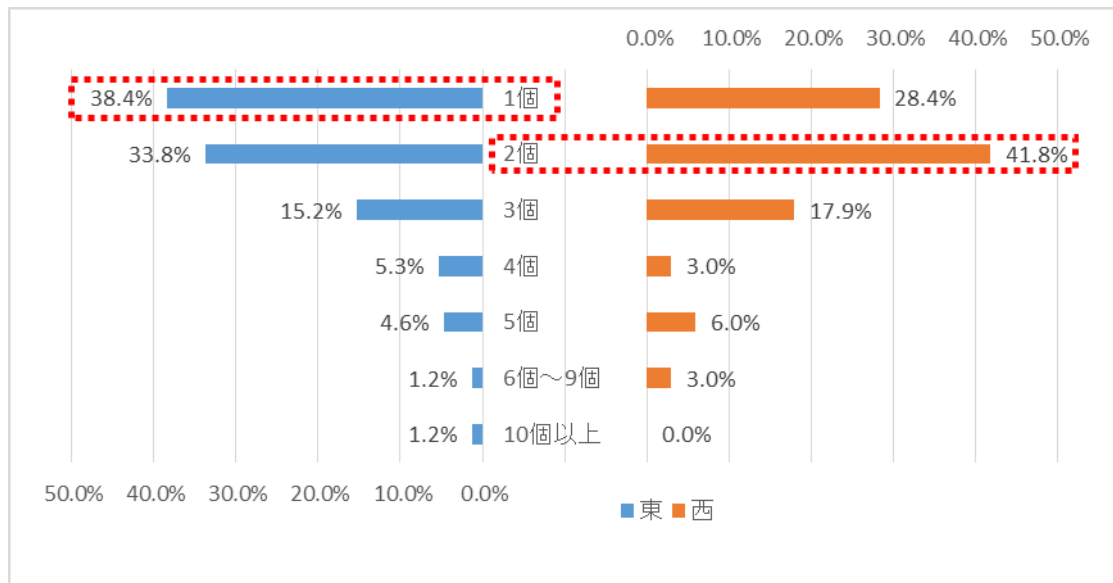
●初売りへの期待

東は「セール(バーゲン)」(87.4%)が多いのに対し、西は「福袋」(58.7%)が比較的高い

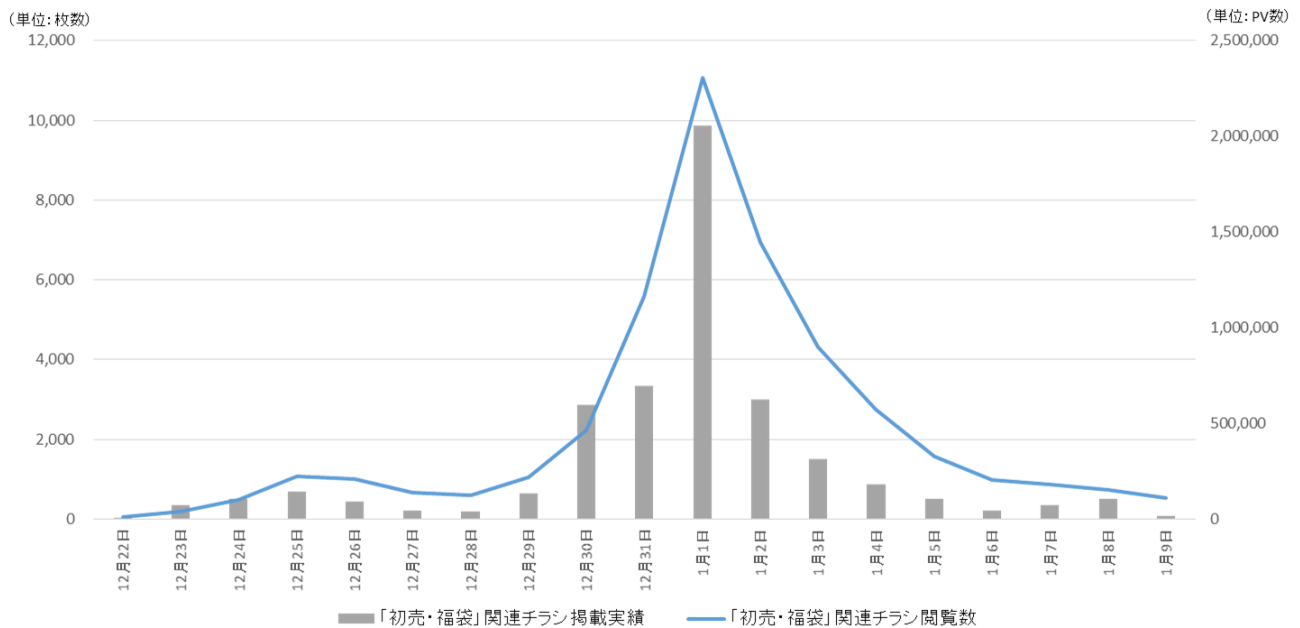


●福袋の購入予定個数

東は「1 個」(38.4%)に対し、西は「2 個」(41.8%)と多く購入予定。



最後に、Shufoo!での年末年始におけるチラシ掲載およびチラシ閲覧傾向を振り返ると、2016 年度の年末年始にかけて、「初売り・福袋」に関連したキーワードを含むチラシが総数で約 26,000 枚掲載、年間を通して「クリスマス」に次いで多い催事のキーワードとなりました。このことから、流通・小売企業も初売り・福袋商戦に積極的であり、一定の売上を期待しているといえます。



また、年末年始は Shufoo! のチラシ閲覧が 1 年で最も多くなりますが、その中でも多く閲覧されているのは 1 位「スーパーマーケット」(45.0%)、2 位「家電店」(13.8%)、3 位「家具・ホームセンター」(10.8%) という結果になりました。毎日の生活に必要とする必需品を初売りでも購入する傾向のある Shufoo! 利用者は、スーパーマーケットのチラシを欠かさずチェックしているといえます。

