

2018年1月31日 凸版印刷株式会社

＜電子チラシサービス『Shufoo!』、年末年始の買い物動向＞ 調査結果

【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：2018年1月9日～1月10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：49,282

調査期間：2018年1月9日～1月11日

調査方法：インターネットリサーチ

*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、必ず「凸版印刷株式会社 『Shufoo!』 調べ」と明記下さい。

《2017年～2018年の年末年始における買い物動向調査結果》

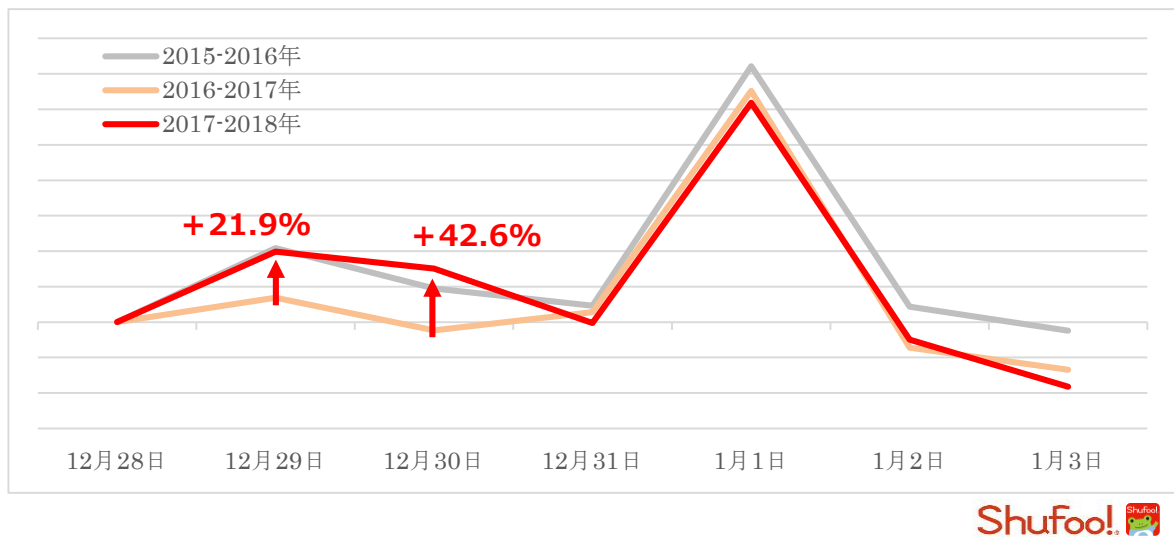
▼ 企業: 元日休業の広がりに関連し、Shufoo!での年末のチラシ配信が増加。元日と合わせ2つの山が。

ロイヤルホストが2018年より1月1日を休業、大和ハウスが2018年の正月三が日の住宅展示場を休業とするなど、働き方改革という社会的な動向や人手不足への対応のため、新年の営業状況に変化が表れました。企業が早期に顧客を獲得するために Shufoo!でのチラシ配信を元日に加えて年末にも強化する動きが見られました。

前回2016年～2017年の年末年始におけるチラシ配信状況と比較すると、今回2017年～2018年の年末年始は配信数ベースで、12月29日が21.9%増、12月30日が42.6%増と、チラシ配信を年末に前倒し強化する傾向が見られました。

(各年における12月28日のチラシ配信数を基準にした12月29日以降のチラシ配信数の増減を比較)

＜12月28日時点を基準にした場合の12月29日以降におけるチラシ配信数の推移＞

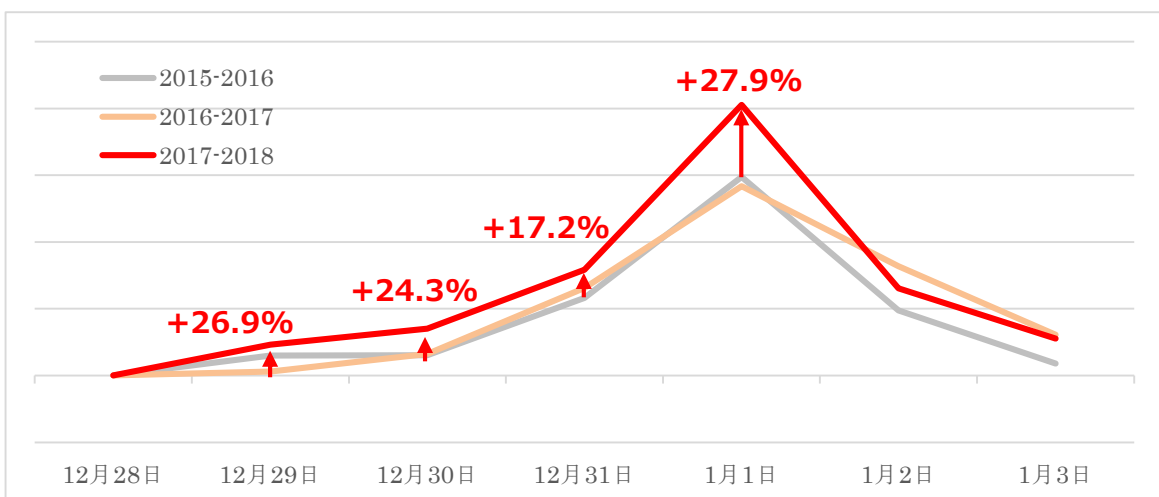


▼ 消費者: 年末の情報取得も活性化するが、依然元日が最も活発。一方1月2日以降は早期に沈静化。

一方、消費者による「Shufoo!」のチラシ閲覧の動向については2016年～2017年の年末年始と比較すると、閲覧数ベースで12月29日が26.9%増、12月30日が24.3%増、12月31日が17.2%増、元日が27.9%増と年末の閲覧数が増加し、さらに元日の閲覧数が大きく増加していました。企業がチラシ配信を年末に前倒しする影響を受けつつも、やはり元日に最も買い物意欲が高まっており、チラシを配信する企業側とのタイミングのずれが明らかになりました。

(各年における12月28日のチラシ配信数を基準にした12月29日以降のチラシ閲覧数の増減を比較)

＜12月28日時点を基準にした場合の12月29日以降におけるチラシ閲覧数の推移＞



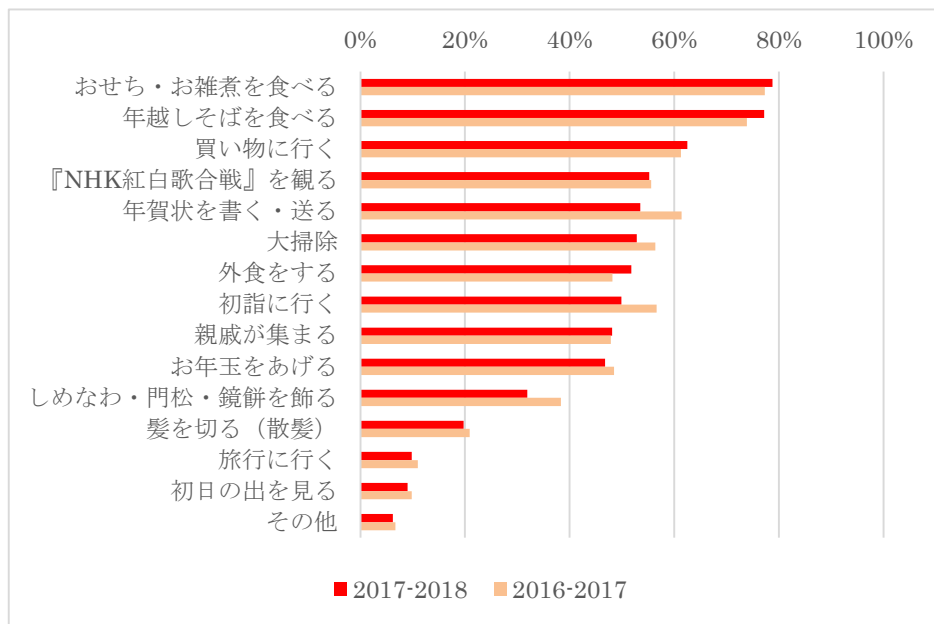
《その他のトピックス》

▼ 消費者の行動は手近・手軽なものが強まる傾向。手近な買い物も活発

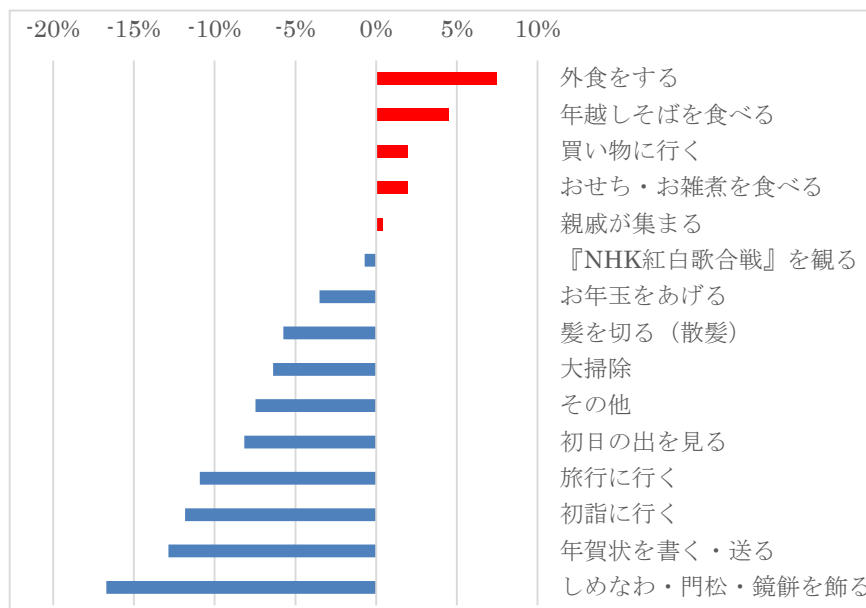
1年前の2016年～2017年の年末年始と比較すると、「外食をする」「年越しそばを食べる」「買い物に行く」「おせち・お雑煮を食べる」という手近・手軽な行動の割合が増えています。逆に「しめなわ・門松・鏡餅を飾る」「年賀状を書く・送る」「初詣に行く」「旅行に行く」「初日の出を見る」「大掃除」「お年玉をあげる」といった手間・時間がかかる行動は控えめになる傾向がみられました。より堅実な年末年始を過ごす傾向が増えているといえます。

買い物については、チラシを見てその店舗に実際に買い物に行った人が96.1%となり、1年前より2.7%増加しました。買い物行動についても手近な店舗への手軽な買い物がより活発となったことを表しています。

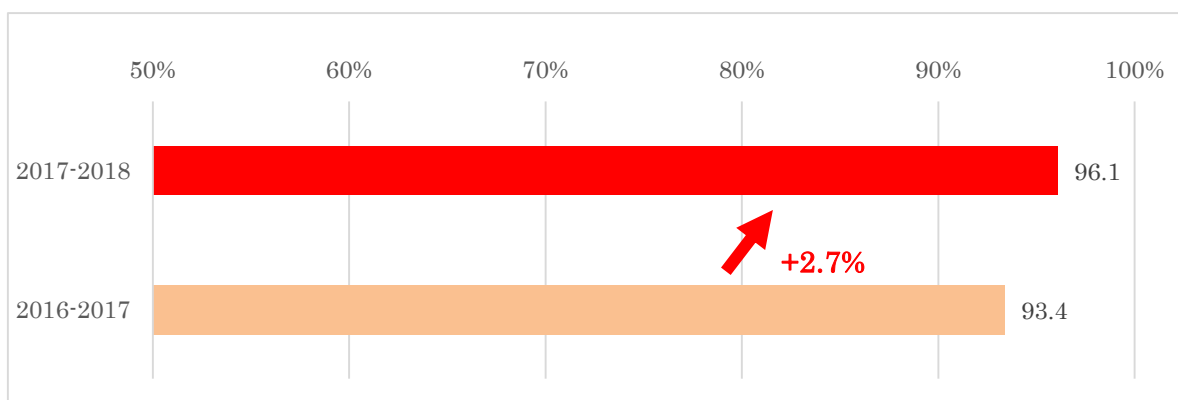
Q. 年末年始に、「やったこと」「やらなかったこと」



前年との差

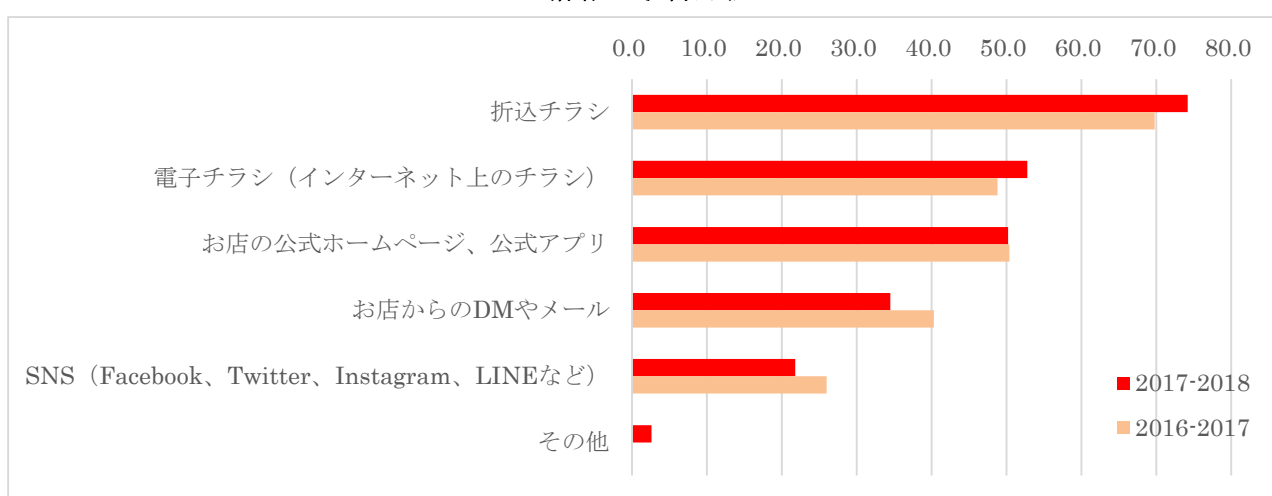


Q. 情報をチェックしたお店へ、実際に買い物に行きましたか？



Shufoo!

情報の取得方法

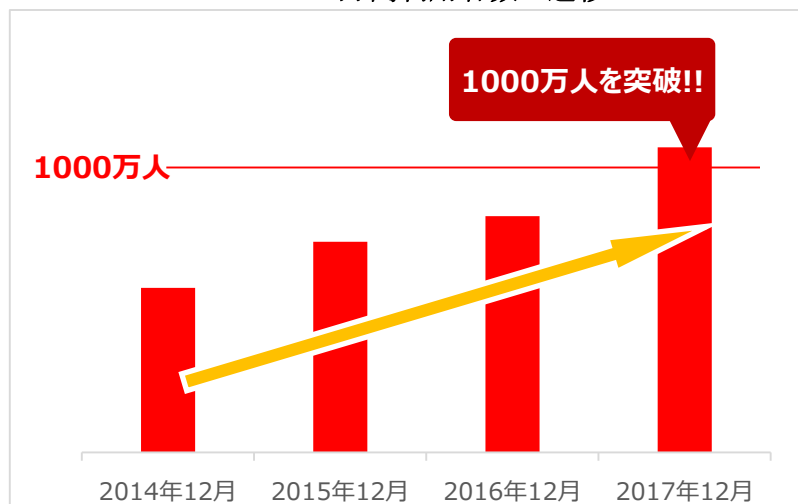


Shufoo!

▼ 「Shufoo!」の利用者数が 1000 万人突破！ 元日利用者は通常時の約 2.1 倍に

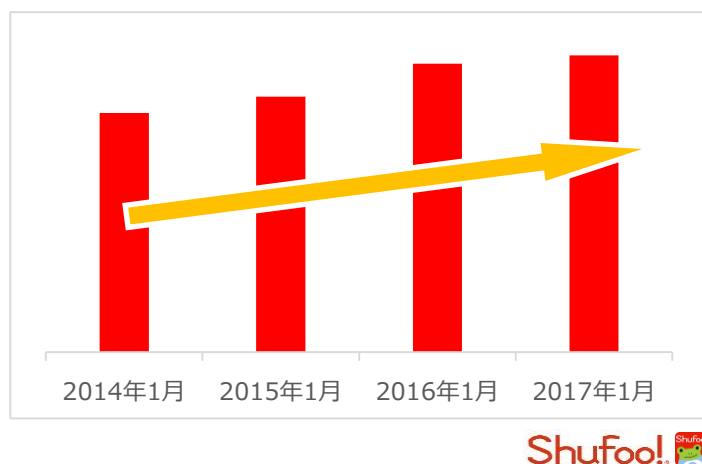
Shufoo!掲載企業数の増加やチラシ配信数の増加、消費者の情報取得の活発化を受け、2017年12月にShufoo!の月間利用者数が1000万人を突破しました。

Shufoo!月間利用者数の遷移



Shufoo!

Shufoo! 掲載企業数の伸び



競争の激しい流通業界において本格的なデジタルシフトを考える企業が増えています。その結果チラシ掲載だけにとどまらない情報配信として Shufoo!へ参加される企業が増えたことも月間利用者数 1000 万人突破の要因となりました。

Shufoo!は T ポイント・ジャパン、クレディセゾン、VOYAGE GROUP や中部電力、東京ガス、中国電力などの企業が展開する生活密着型サービスとの提携を拡大してきました。Shufoo!の成長に加えてそれらの生活密着型サービスの利用者によるアクセスが大幅に増加。その結果、年末から元日へかけてチラシの閲覧が大幅に増え、元日のアクセス数は通常時(※3)の約 2.1 倍となりました。より幅広く消費者のお買い物行動を支援することとなっています。

【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： 2018 年 1 月 9 日～1 月 10 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： 49,282

調査期間： 2018 年 1 月 9 日～1 月 11 日

調査方法： インターネットリサーチ

* 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、必ず「凸版印刷株式会社『Shufoo!』調べ」と明記下さい。

※1) 「Shufoo!」について

凸版印刷が 2001 年 8 月より運営を開始し、20-40 代の女性を中心に利用されている国内最大級の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 3,600 法人、約 110,000 店舗が参加。PV 数は月間 3.7 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1040 万(2017 年 12 月現在)となっています。チラシの閲覧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、PC に加え、携帯電話やデジタルテレビ、拡大するスマートフォンやタブレット端末など様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

・PC <http://www.shufoo.net>

・iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>

・iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>

・Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android&hl=ja>

※2) 年末年始…2017 年 12 月 29 日～2018 年 1 月 3 日

※3) 通常時…2017 年 10 月 29 日～2017 年 11 月 3 日

* 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 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