

報道関係者各位  
プレスリリース

2020年4月30日  
ソフトブレイン・フィールド株式会社

## 「牛乳・大豆加工品」1.5倍、購入増 —新型コロナ感染拡大後の購買行動を56万枚のレシートから分析—

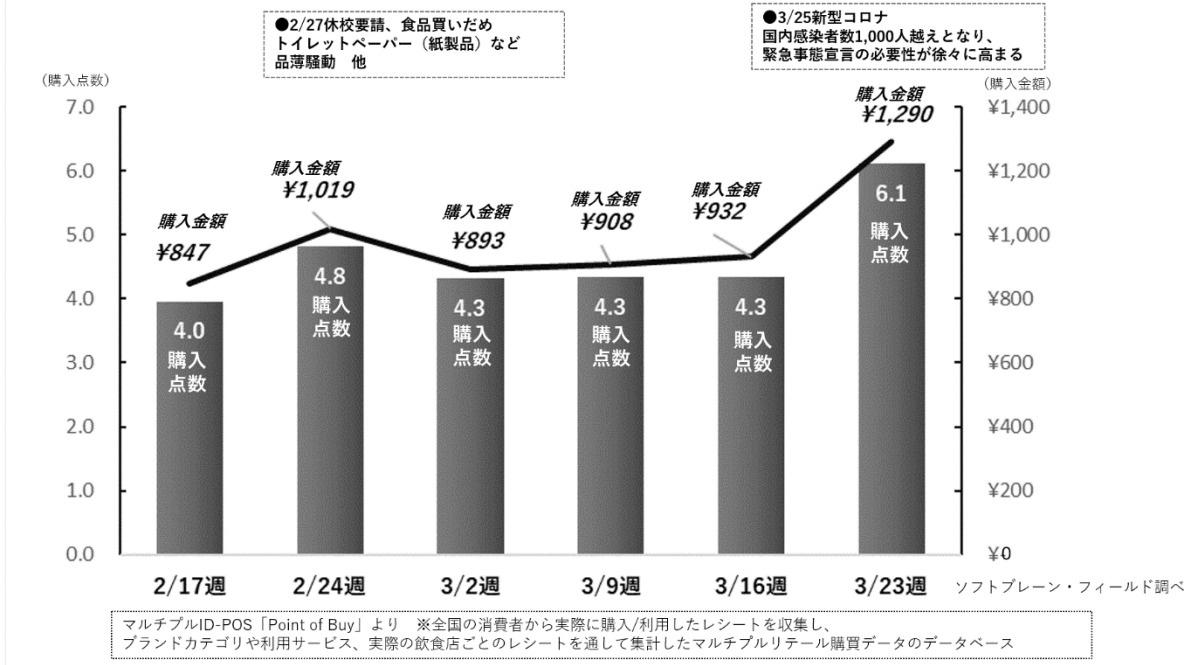
新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、外出自粛による生活スタイルの変化で、食品や日用品など生活必需品の購買行動が変化しています。

そこで今回は、フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、全国のアンケートモニターから独自に収集する「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」（以下POB）から、購買行動を分析しました。調査期間は、2020年2月1日～3月31日で、期間中の購入レシート総枚数は、約56万枚です。

調査結果からは、どの商品カテゴリの需要が高まっていたか、購買コメントには、購買理由だけではなく店頭状況やどのような購買行動をしたのかなど、消費者心理が表れていました。

まず、レシート1枚あたりの購入状況（購入金額および購入点数）推移を分析します。

図表1）レシート1枚あたりの購入状況（購入金額および購入点数）推移  
（調査期間：2020年2月17日～2020年3月29日）



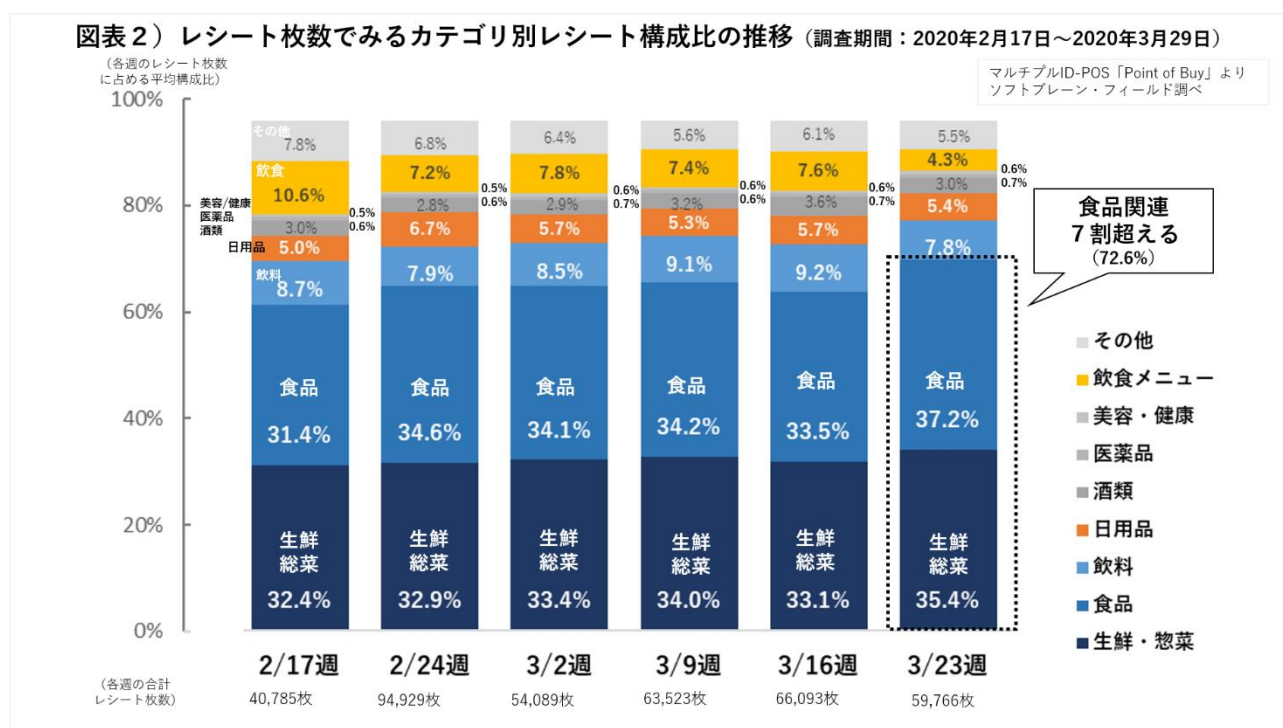
レシート1枚あたりの購入状況推移は、2/17週の「購入金額（847円）、購入点数（4.0点）」でしたが、翌2/24週は、「購入金額（1,019円）、購入点数（4.8個）」となり、購入金額は前週よりも、172円上昇していました。2月24日（月）に政府による新型コロナウイルス基本方針の発表、2月27日（木）の休校要請、SNSで拡散した「トイレtpペーパーが買えなくなる」といったデマなど、物資の不足を不安に感じた消費者の生活必需品の購買意欲が高まったことが考えられます。

その後3/2週から3/16週にかけてのレシート1枚あたりの購入状況を見ると、購入金額は<893円～932円>と

なり、上昇傾向で推移し、3/23週に「購入金額（1,290円）、購入点数（6.1個）」となり、前週よりも購入金額358円がアップし（前週932円）、購入点数は2点増加していました（前週4.3点）。

背景には、3/25に新型コロナウイルスの国内感染者が1,000人を超え、緊急事態宣言への必要性が徐々に高まり「食品など、今必要ないと思っている商品でも、今後買えなくなりそうな不安から、購入してしまう（50代女性）」といった、緊急時に備えた生活必需品の備蓄だけでなく、「普段からまめに買い物に出るので買い置きはあまりしてなかったが、スーパーの棚から商品がどんどん無くなるのを見て、乾麺や缶詰やレトルト等をストック用に購入した（50代女性）」や、「どうなるか不安なので、いつもより買いだめしているの、支出が増えています。普段買わない（食品など）を購入してしまう（50代）」といった、普段とは異なる光景を目の当たりにした消費者の「買いだめ」や「買い急ぎ」心理がコメントに表れていました。

次に、2/17週～3/23週のカテゴリ別のレシート構成比を分析します。



2/17週のカテゴリ別のレシート構成比は、「生鮮・惣菜（32.4%）」、「食品（31.4%）」、「飲料（8.7%）」、「日用品（5.0%）」であったのに対し、2/24週は、各カテゴリの構成比に変化がみられました。

まず「食品（34.6%）」が「生鮮・惣菜（32.9%）」を、1.7ポイント上回り、保存がきく・日持ちする食品の購入が増えていたことがわかります。

「学校が休校になったので、昼食やおやつ用に、普段より食材が多く必要になった（40代女性）」や、「子どもが家にいるので、お菓子やジュースの購入が増えた（40代女性）」といった、休校中の子ども用の食材を購入したというコメントが多くみられました。

また、食品関連カテゴリ（「生鮮・惣菜」+「食品」）の構成比は、「2/17週（63.8%）」から、「3/23週（72.6%）」となり、8.8ポイント上昇し、レシート全体の枚数に占める構成比が7割を超えていました。

「家ででの食事が増え、買物する商品数、量は3割ぐらい多くなっている（40代女性）」といった、家庭での食事の機会が増加したことによる、購入量の増加がコメントに表れていました。

「日用品」カテゴリの商品別では「トイレットペーパー」や「ティッシュペーパー」などの紙製品や、「洗濯用洗剤」などの構成比が上昇し、「2/17週（5.0%）」から、「2/24週（6.7%）」で推移し、前週比1.7ポイント上回りましたが、3/2週以降は、「5.3%～5.7%」で推移しています。

紙製品類の需要の高まりがメディアでも多く取り上げられていましたが、「トイレトペーパーやティッシュの在庫がなくなりつつあり、洗剤も心配でストックがあったが買っておいた（60代女性）」や、「トイレトペーパーを買いに行った際に価格を確認したら安かったので洗濯洗剤をストック用に購入（50代男性）」などといった、「ついで買い」が発生していたことがわかりました。

紙製品類に関しては、一時店頭から品薄状態となった後、メーカー側の生産体制や物流の見直しによって、回復に向かっていたようですが、「コロナの影響で、トイレトペーパーやティッシュ、ウェットティッシュの在庫が無い異常事態なので、何でもいいので購入。価格が異常に高い（50代女性）」や、「トイレトペーパーは、いつも特売を購入していたが、お得なものが手に入らずいつもより割高なものを購入（40代女性）」など、店頭価格やブランドが変化しており、いつも購入しているものではないブランドでも必要性を感じて購入していたことや、「コロナウイルス騒動で生理用品までもが数量限定で、ないと困る為ストック用に購入（30代女性）」といった、店頭状況に関するコメントが多くみられました。

一方で、「（外食などの）飲食」レシートの構成比は、外出自粛により減少傾向で、「2/17週（10.6%）」であったのが、「3/23週（4.3%）」まで落ち込んでおり、テイクアウトや様々な工夫により、お客様をもてなそうと必死の外食業界ですが、苦しい状況が表れていました。

最後に、2月と3月で同じレシート枚数を比較し、その商品カテゴリーの出現率から、どの商品カテゴリーの購入に変化があったのか、分析をします。

**図表3）レシートからみる購入商品カテゴリー出現率の変動**

（調査期間：2020年2月1日～2020年3月31日）

マルチプルID-POS「Point of Buy」より  
ソフトブレン・フィールド調べ

【総レシート枚数】3月280,000枚、2月280,000枚

商品カテゴリー	3月レシート枚数	(%)	2月レシート枚数	(%)	変動率
1 惣菜	58,200	20.6%	55,733	19.7%	104.4%
2 野菜	40,505	14.3%	36,918	13.1%	109.7%
3 麺類	24,900	8.8%	20,889	7.4%	119.2%
4 ベーカリー	23,404	8.3%	17,641	6.2%	132.7%
5 生肉	20,078	7.1%	18,110	6.4%	110.9%
6 チョコレート菓子	19,208	6.8%	19,062	6.7%	100.8%
7 ヨーグルト	18,977	6.7%	17,402	6.2%	109.0%
8 大豆加工品	18,811	6.7%	12,107	4.3%	155.4%
9 デザート	17,901	6.3%	15,998	5.7%	111.9%
10 スナック菓子	14,702	5.2%	10,587	3.7%	138.9%
11 フルーツ	14,672	5.2%	13,539	4.8%	108.4%
12 お茶系ドリンク	13,196	4.7%	12,892	4.6%	102.4%
13 牛乳	13,145	4.7%	8,291	2.9%	158.5%
14 炭酸飲料	12,933	4.6%	11,576	4.1%	111.7%
15 冷凍食品	12,607	4.5%	9,705	3.4%	129.9%
16 たまご	11,058	3.9%	9,544	3.4%	115.9%
17 鮮魚	10,988	3.9%	9,546	3.4%	115.1%
18 ビール系飲料	10,291	3.6%	8,542	3.0%	120.5%
19 加工肉	9,942	3.5%	7,791	2.8%	127.6%
20 アイスクリューム	9,344	3.3%	7,443	2.6%	125.5%

※2020年3月のレシート出現率上位20商品カテゴリーを抜粋

まず、3月のレシート28万枚における商品カテゴリーの出現率は、「惣菜（20.6%※以下（）内は3月のレシート枚数シェアを記載）」、「野菜（14.3%）」、「麺類（8.8%）」、「ベーカリー（8.3%）」、「生肉（7.1%）」と続き、上位20商品カテゴリーすべてにおいて、2月の出現率を上回る結果となりました。

また、上位20商品のカテゴリーのうち変動率高い商品カテゴリーに注目すると、「牛乳（158.5%※以下（）内は変動率を記載）」がもっとも大きかったことがわかり、学校の休校措置により、牛乳の供給停止を余儀なくされた酪農家支援の

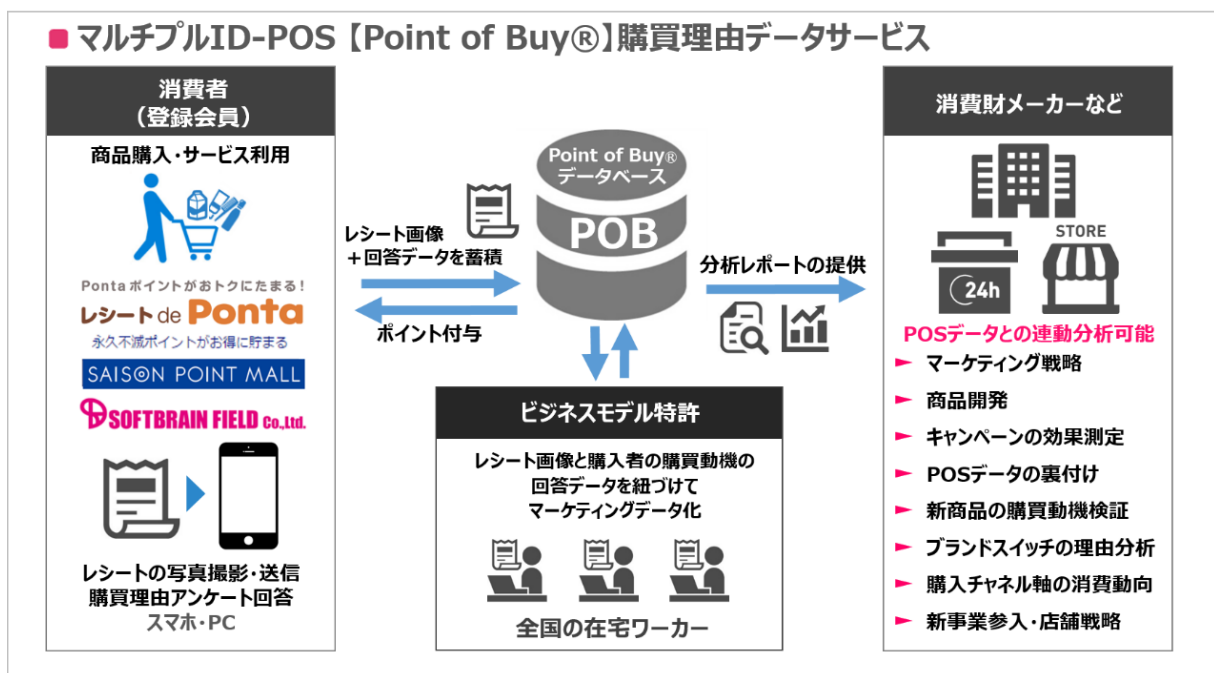
ために、政府からの牛乳消費の呼びかけや、レシピサイトなどで牛乳が大量消費できるレシピが話題となるなど、支援の輪が広がり需要が増えたのではないかと推測されます。

次いで、健康意識の高まりから、納豆や豆腐などの「大豆加工品（155.4%）」、休校中の子ども用のおやつとして「スナック菓子（138.9%）」、食事や軽食用の「ベーカリー（132.7%）」、保存性があり調理の手助けしてくれる「冷凍食品（129.9%）」などが上位となり、2月よりも3月のほうが1.2～1.5倍購入されていたことがわかりました。他にも、家飲み需要の増加で、「ビール系飲料（120.5%）」となりました。

今回の分析結果から、新型コロナの感染拡大で外出自粛による家庭での食事機会の増加や、物資の不足や緊急時の不安からの「買い急ぎ」や、買い物頻度を減らすための「買いだめ」行動が、トイレトーパーなどの紙製品だけではなく、一部の食品類でもみられ、それらが店頭で品薄状態を引き起こしていたことがわかりました。

そういった緊急の状況下でも、メーカーや小売が安定した商品供給をするために、店頭で取り扱うブランドやアイテム数が一時的に減少していたことから、「いつも購入しているブランドだから買う」のではなく、「必要としているから価格やブランドにこだわらず買う」といった、消費者の“買い方”の変化が浮き彫りとなりました。

また、感染拡大防止策として、大手スーパーでは店内が密集状態にならないよう、店内の客の数に応じた入店制限や、特売のチラシ配布や、タイムセールなどを見合わせるなどの対策をとるケースが増えており、“売り方”にも変化が表れてきています。



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長 :

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された334,187人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成  
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>  
※JICFS/IFDB : JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ :

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーボ <https://receipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ92,555名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など187,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL : <https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地 : 東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立 : 2004年7月 / 資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博 URL : <https://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 事業開発課 太田（おおた）

TEL : 03-6328-3883 FAX : 03-5561-8599

お問い合わせフォーム

<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

マルチプルID-POS「Point of Buy®」データレポート活用事例公開中

<https://www.sbfield.co.jp/category/case-study/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 石井（いしい） / 山室（やまむろ）

TEL : 03-6328-3883 FAX : 03-6328-3631 MAIL: [press@sbfield.co.jp](mailto:press@sbfield.co.jp)

当社調査リリースの引用・取材は [press@sbfield.co.jp](mailto:press@sbfield.co.jp) よりお気軽にお問い合わせください。