



電子チラシサービス「Shufoo!」、恵方巻とフードシェアリングサービスに関する意識調査

食品ロス削減への意識広がる、70%以上の企業が予約販売を実施

一方、フードシェアリングは認知度に課題 「知っている」主婦わずか3%

凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼 ※1）が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!（シュフー）」（※2）は、「Shufoo!」を利用する全国の既婚女性のうち 5,286 名と、「Shufoo!」企業向けメールマガジンにご登録いただいている企業のうち、のべ 73 社を対象に「恵方巻」と「フードシェアリングサービス」に関する意識調査を実施しました。

恵方巻とは、「節分の夜に、その年の恵方（運が良いとされる方向）に向かって、黙って 1 本丸ごと食べると願いが叶う、厄除けになる」とされ、大阪が発祥と言われている風習です。90 年代にスーパーやコンビニなどでも恵方巻を扱うようになり、その後全国で認知されるようになりました。また、フードシェアリングサービスとは、飲食店や小売店で廃棄処分になってしまいそうな食品をサービス上に掲載することで、食品ロスを削減できる仕組みのことです。年々盛り上がりを見せる恵方巻商戦と、近年様々なサービスが登場し提供の幅を広げているフードシェアリングサービスについて、既婚女性と企業の双方からリアルな意見を聞くことができました。

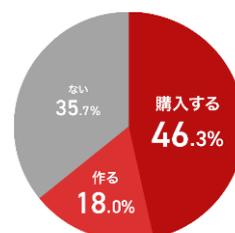
「恵方巻とフードシェアリングサービスに関する意識調査」

- ・ 主婦の約 65%が節分に恵方巻を用意する
- ・ 決め手は具材＞ 価格、「定番の太巻き」「海鮮が入った豪華なもの」が人気ツートップ
- ・ 恵方巻の購入場所「スーパー」が約 8 割で圧勝！
- ・ 予約購入率は 35%、販売側の予約受付率は 70%超え 食品ロス問題への意識向上で今後伸長か
- ・ 一方、「フードシェアリングサービス」認知度はわずか 3%足らず
- ・ 知っていても利用率は 2 割 利用者からは好評の声
- ・ 企業でのサービス活用も様子見が続く 認知、理解の促進が急務

■ 2020 年の節分、約 65%の人が恵方巻を食べる

2020 年 2 月 3 日の節分に向けて、恵方巻を「購入する」「作る」と答えた方は全体の 64.3%にのぼり、全体の半数を超える人がなんらかの形で恵方巻を食べるという結果になりました。今や節分といえば恵方巻、という文化が定着していると言えそうです。

Q. 2020年2月3日の節分では、恵方巻を購入、または作る予定はありますか？

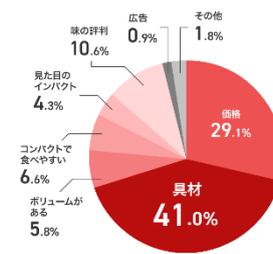




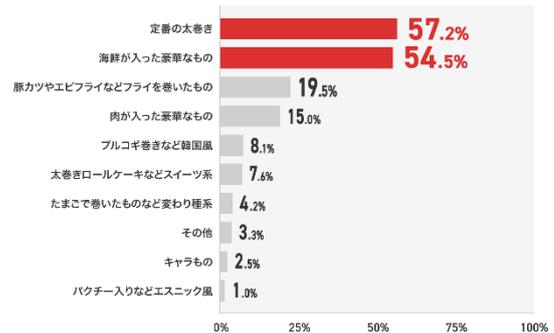
■ 購入の決め手は「価格」よりも「具材」！「定番の太巻き」「海鮮が入った豪華なもの」が2強

「恵方巻を購入する」と答えた方の購入の決め手は、「具材」が41%でトップ、「価格」が29.1%と続き、多少値が張っても好きな具材が入った恵方巻を選びたいという意向が読み取れます。「どんな恵方巻を購入したいか」という質問に対しては、「定番の太巻き」と「海鮮が入った豪華なもの」がどちらも50%を超えて2強となりました。最近では洋風やエスニック風、スイーツ系など様々な種類の恵方巻がありますが、定番具材を選ぶ人が多いようです。

Q. 恵方巻を購入する決め手は何ですか？



Q. どんな恵方巻を購入したいですか？

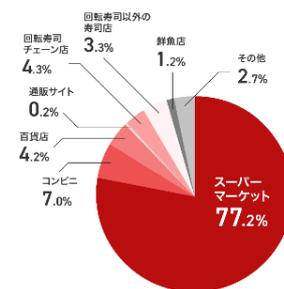


Shufoo!

■ 恵方巻の購入場所は「スーパー」約80%で1強！

購入場所は「スーパー」が8割近くと圧倒的な支持率となりました。次点の「コンビニ」は7%で圧倒的な開きがありますが、「回転寿司チェーン店」「回転寿司以外の寿司店」を合わせると7.6%となり、寿司店での購入がコンビニを上回りました。

Q. 恵方巻はどこで購入しますか？



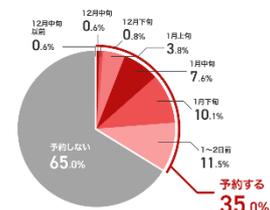
Shufoo!

■ 予約購入派は35%、企業側は70%以上が予約販売を実施

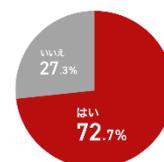
「恵方巻を予約購入するかどうか」を聞くと、予約購入派は35%でした。時期は「1～2日前」が11.5%で最も多く、駆け込み予約を行う人が多いようです。

「Shufoo!」企業向けメールマガジンにご登録いただいている企業向けのアンケートの中で「2020年2月3日の節分に向けて恵方巻を販売する」と答えた小売やメーカーなどの企業11社に予約販売の実施有無を聞くと、72.7%（8社）が「予約販売を行う」と回答しました。予約販売を行う1番の理由に、「製造・販売個数に上限があるため」「量を調整するため」をあげた企業は62.5%（5社）とほとんどで、事前に需要を把握して無駄なく販売したいというニーズが見えました。

Q. 恵方巻を購入すると答えた方にお聞きします。購入予約はいつごろ行いますか？



Q. 2020年2月3日に向けて恵方巻を販売すると答えた企業様にお聞きします。予約販売を行いますか？



Shufoo!

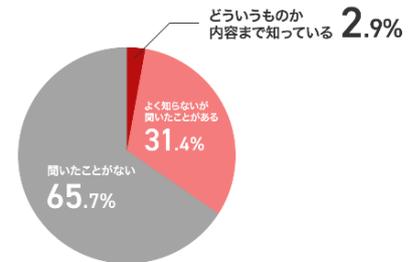


■ 深刻な食品ロス問題とは裏腹に、フードシェアリングサービスの認知度はわずか3%にとどまる

毎年、クリスマスや節分などのイベントでは、それにちなんだ食品販売が盛り上がる一方、10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行（※3）されるなど、食品ロス問題に対する社会意識が近年向上してきています。予約販売の推進も、食品ロス削減につながる方法の1つと考えられます。それ以外にも、飲食店や小売店と消費者をつないで売れ残りや賞味期限が近く捨てられてしまう食品を提供し、食品ロスを減らすためのサービス「フードシェアリングサービス」が登場してきています。

フードシェアリングサービスを知っているかどうかという質問では、「どういものか内容まで知っている」と答えた人はわずか2.9%でした。「知っている」と答えた人に知ったきっかけを尋ねると、「TV ニュースや特集」が6割を占め、「新聞」が9.9%、「雑誌や本」が5.3%と続きました。

Q. 「フードシェアリングサービス」をご存知ですか？



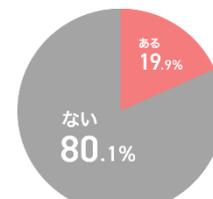
Shufool.

■ サービスの存在を知っていても利用は2割 利用者からは好意的な声

フードシェアリングサービスを「知っている」と答えた方にサービスの利用経験を聞くと、「ある」と答えた人は約2割で、サービスの定着にはまだまだ課題があることがわかります。

しかし、サービスの利用経験者の感想では、「その日に使いたい食材が安くなっているとお得に感じる」（20代）、「購入してすぐに食べるものであれば、問題がないので、積極的に活用したいと思っている」（30代）、「安く買えるので助かるし、普段買わない商品も買えていいと思った」（30代）、「生ものでなければ、抵抗無い。消費税も上がったので、安く買えるのは、とっても嬉しい。」（40代）など、ポジティブな声が多く、満足度が高いことがわかります。商品をお得に購入できて経済的なだけでなく、食品ロス削減という社会貢献につながることから、利用する意義を実感しやすいといえそうです。

Q. 「フードシェアリングサービス」を利用したことがありますか？



※フードシェアリングサービスを「知っている」と答えた人のみ

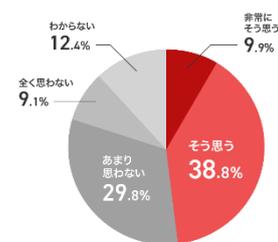
Shufool.

■ 利用促進にはサービス理解、利用可能地域・店舗の拡大が急務

「サービスを知っているが使ったことがない」と答えた方に「使ってみたくどうか」を尋ねると「使ってみたい」派は48.7%と約半数でした。

利用まで踏み切らない理由としては、「利用の仕方がわからない」（30代）、「仕組みをよく理解していないから。理解した上で共感出来れば利用するかもしれない。」（40代）など、サービスについては知っていても、仕組みや利用方法が分からないという意見や、「住んでる地域で利用できるかわからない。」（30代）、「都市部だけのイメージ」（30代）など、利用できる場所が分からないという意見が挙がりました。それ以外には、「面倒くさそう」（30代）、「手続き等が面倒臭そうだから。」（40代）といった意見もあり、新しいサービスの利用開始に伴うハードルの高さを感じる方が多いようです。今後サービスの利用方法の訴求や、参加地域・

Q. 「フードシェアリングサービス」を使ってみたくありませんか？



※フードシェアリングサービスを「知っているが使ったことがない」と答えた人のみ

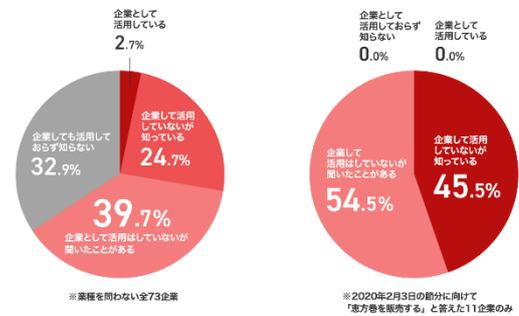
Shufool.

店舗の拡大が進むと利用者の増加につながりそうです。

■ 食品を扱う企業には徐々に認知が浸透中

Shufoo!企業向けアンケートの回答では、業種を問わない全 73 社のフードシェアリングサービスの認知度は「すでに活用している」も含めると 27.4%と 3 割弱にとどまりましたが、アンケートの中で「2020 年 2 月 3 日に向けて恵方巻の販売を行う」と答えた 11 社では、活用している企業はないものの認知度は 45.5%、「知らない」という回答はゼロでした。イベントにちなんだ食品を扱う機会がある企業の中では、サービス認知が徐々に浸透してきていることがうかがえます。

Q. フードシェアリングサービスをご存知ですか？



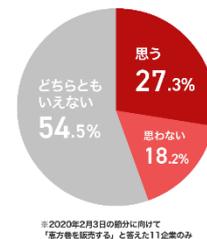
Shufoo!

■ 企業としてのフードシェアリングサービス活用には様子見が続く

恵方巻を売る予定の企業 11 社に「フードシェアリングサービスを企業として活用してみたいか」を聞いたところ、「どちらともいえない」が 54.5% (6 社) となりました。理由は「いまいちイメージがわからない」という消費者側と同様でサービス理解の浸透に関する課題や、「生鮮食品はリスクも高く、安全な食をお届けする立場としては、安易には決められない」など衛生面の懸念もあり、様子見傾向といえそうです。

一方、「(活用したい) 思う」と答えた 27.3% (3 社) は、「フードロスの取り組みをもっと社会をあげて実施していくべき。」「フードロス削減のため」「無駄のない食材活用」と前向きな声が挙がり、小売企業の中でもサービス利用に対する見方が様々に分かれているようです。

Q. 「フードシェアリングサービス」を企業として活用してみたいと思いますか？



Shufoo!

■ 食品ロスは「もったいない」「値下げしてでも、販売してほしい」 今後はフードシェアリングサービスの浸透に期待

最後に、Shufoo!ユーザーに対し「食品ロス問題」への自由意見を聞くと、「もったいない」「期限が近づいたものは値下げして販売してほしい」という声が多く見られました。それ以外では、「イベントシーズンの商品は完全受注販売にする」「賞味期限・消費期限の見直し」など企業側に向けた意見も複数あり、現状少数派の予約購入の増加に期待が寄せられます。また、「フードシェアリングサービスがもっと増えてほしい」など食品ロス削減の仕組みの確立に期待する声もみられました。消費者側も販売側も、着実に食品ロス問題に対する意識が高まってきていると考えられ、フードシェアリングサービスの認知や理解は今後向上していくのではないのでしょうか。

近年、ニュースなどで耳にする機会が増えた「食品ロス問題」に対し、あなたの意見を教えてください。(原文ママ)



- ・もったいないという気持ちが薄れている気がします。豊富な品揃えは魅力的ですが、消費者としても食品ロスについて考えて購入するべきですね（30代）
- ・もっと正確な需要予測が出来れば良い、ただ捨てるのではなく燃料などにできないかと思う（30代）
- ・食品ロスはもったいないので、もう少し賞味期限や消費期限を伸ばす、値下げしたら販売して欲しい。（30代）
- ・とてももったいないと思う。イベント時は予約制にする等して、販売してもらっても構わない。（20代）
- ・飢餓で苦しんでいる子供がいる中で、日本は物が溢れすぎていると思う。（30代）
- ・季節物は完全受注生産にするなどの対策をするべき（30代）
- ・賞味期限のものは消費期限も記載してほしい（30代）
- ・フードシェアリングサービスを増やして欲しい。（50代）
- ・分かってはいるものの、自分でも食品をロスしてしまっている。意識していてもロスを減らすことは難しい（20代）
- ・社会が問題視して個人や企業で減らす動きになっているのは、いいことだと思う。（30代）
- ・このようなフードシェアリングサービスがもっと拡充してほしいと思う一方、供給側も作りすぎないように受注生産に近づけるように販売出来るのが理想だなと思います。（30代）

【本調査に関するコメント】

約 7 割の企業が恵方巻の事前予約を行う予定と回答した。食品ロスや大量廃棄問題は今や深刻な社会問題であり、今後、恵方巻だけでなくハレの日全般において、事前予約制の導入に取り組む企業は増えていくだろう。

事前予約以外にも、食品ロス削減を目的としたフードシェアリングサービスが登場してきているが、生鮮を取り扱う店舗は導入に慎重にならざるを得ないのも事実だ。

消費者からは食品ロスに対する高い問題意識が多数得られた。事前予約の利用も 35%と 3 割を超え一定の浸透をしているといえる。関心の高さから今後の予約販売の利用のさらなる伸びにも期待が高まる。一方、フードシェアリングの認知はわずか 3%であることから、生活における食品ロス対策が幅広く浸透し今後改善できる余地はまだ大きい。節分＝恵方巻という文化が定着し、大きな収益機会となった今、企業・消費者ともに食品ロスとのエコな付き合い方が期待される。



評価者：森谷 尚平

(株式会社 ONE COMPATH メディアサービス本部 メディア企画部 ゼネラルマネージャー)

【現在地から今年の恵方がすぐわかる！恵方マピオン】

毎年変わる恵方、2020 年は西南西の「庚（かのえ）」です。しかし、方角が分かってどちらを向いて食べたらよいかわからない・・・ ONE COMPATH では、そんな時にすぐ使える、現在地や指定した場所の地図上で恵方巻を食べる方角がわかる便利なアプリ「恵方マピオン」を公開しています。iPhone、Android から無料で利用できますので、是非 DL してご利用ください！

■機能一覧

- ・今年の恵方の方角を 24 方位で表示
- ・自分の向きがわかる「恵方巻アシスト」
- ・周辺のコンビニを表示
- ・twitter で恵方巻を食べたことをお知らせする「恵方なうアシスト」

■アプリ概要





名称：「恵方マピオン」

利用料：無料

対応機種：iOS 8.0 以降、Android 2.3 以上

(App Store) <https://itunes.apple.com/jp/app/hui-fangmapion/id595252060>

(Google Play) <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.mapion.android.app.eho>

【調査概要】

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア：全国

調査対象者：「シューポイント」会員（全年齢層の女性）

Shufoo!企業向けメールマガジンにご登録いただいている企業

サンプル数：合計有効回答サンプル数 5,286 名

「Shufoo!」企業向けメールマガジンにご登録いただいている企業のべ 73 社

調査期間：「シューポイント」会員向けアンケート 2019 年 12 月 18 日～12 月 20 日

企業向けアンケート 2019 年 12 月 3 日～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、以下のクレジットを必ず明記してください。**

クレジット：「株式会社 ONE COMPATH 『Shufoo!』 調べ」

* 小数点第二位以下は四捨五入しているため、比率の合計が 100%にならない場合があります。

※1 「株式会社 ONE COMPATH」について

地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufoo!」などデジタルメディアの運営を中心に事業展開する凸版印刷株式会社のグループ会社。2019 年 4 月 1 日、株式会社マピオンから社名を変更しました。「Mapion」「Shufoo!」のほか、ウォーキングアプリ「aruku&(あるくと)」、位置情報ゲーム「ケータイ国盗り合戦」、コミュニケーションアプリ「ふたりの」等を運営しています。

URL：<https://onecompath.com/>

※2 「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の電子チラシサービス。2019 年 4 月 1 日、株式会社 ONE COMPATH へ事業が継承されました。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 4,200 法人、約 110,000 店舗が参加。PV 数は月間 4 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1,100 万（2019 年 10 月現在）となっています。チラシの閲覧回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、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PC など様々なデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

URL：・PC <http://www.shufoo.net>

・携帯電話 <http://mobile.shufoo.net>

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

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

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

※3 「食品ロスの削減の推進に関する法律」について

食品ロスの削減を目指した法律として、令和元年 5 月 31 日に令和元年法律第 19 号として公布され、令和元年 10 月 1 日に施行されました。URL：https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/

* 本ニュースリリースに記載された商品・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。

■ お問い合わせ先 ■

■ 株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報（金原、戸田、千野、小西） press@onecompath.com TEL : 03-3769-3501