

2020年6月12日
株式会社 ONE COMPATH

【新型コロナ影響調査 Vol.2 緊急実施】主婦の約7割「チラシ少ない」と感じる 特別定額給付金使い道は「生活費」、自粛反動で「リバウンド消費」も 電子チラシサービス「Shufoo!」、主婦約4万人に買い物への意識調査

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 38,213 人を対象とし、全国的に緊急事態宣言が解除された直後の5月27日から6月7日に、買い物への意識調査を実施しました。緊急事態宣言が解除された今も引き続き不要不急の外出を控えるなど自粛傾向が続く中で、いま主婦は買い物に関してどのような意識を持っているのでしょうか。

「新型コロナウィルスの影響による買い物に関する意識調査」

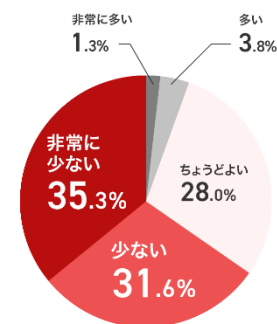
- ・主婦の声「チラシ少ない」と感じる約7割
- ・「店舗・買い物情報」を能動的にネットでチェック
- ・買い物の際、気になるのは「おつりの手渡し」、対策は「手洗い・消毒」「キャッシュレス決済」
- ・外出自粛で初めて利用した「ネットスーパー」「食材宅配」、約半数が今後も利用したい
- ・特別定額給付金の使い道は「生活費」、自粛の反動から「リバウンド消費」意向も

■チラシが「少ない」と感じる約7割

新型コロナウイルス流行後、店舗からのチラシやお知らせの量・頻度に関して「非常に少ない」「少ない」と回答した割合が 66.9%にのびました。主婦の3人に2人がチラシが少ないと感じているようです。

さらに、この回答者に対し、チラシが少ないことで具体的にどのようなことに困るのかを聞くと、以下のような意見がありました。

Q. 新型コロナウイルス感染症流行後の、お店からのチラシやお知らせの量・頻度についてどう感じますか？



Q. 店舗からのチラシやお知らせの量・頻度が少ないと感じる中、どのようなことに困りましたか？

（回答の一部を抜粋、原文ママ）

- ・チラシを見て買い物に行ったら夕飯を決めてたがチラシがないから献立が決まらない（40代）
- ・これが安いから、今日はこれにしよう！と考える楽しみが減った（30代）
- ・お買い得商品が何かわからない（40代）
- ・節約のためチラシは生活に必須なのに、安定供給のためチラシを自粛されるため、どこに何を買いに行けばいいか判断しにくい（20代）
- ・安売りが、実際店舗に足を運ばないとわからなくなったから不便（30代）
- ・買い物で気分転換やストレス発散となっていたため、チラシを見るだけでも楽しみになっていた（20代）

チラシは、「節約」につながるお得情報を探す目的のほかに、献立を決めるためや、事前に確認することで店舗での買い回り時間を短縮するために必要な情報だと考える方が多く、チラシはライフラインの一つとして、生活に寄り添う役割を担っているものと感じられる結果になりました。また、チラシを見るのを楽しみにしていた、という意見も多く見られました。

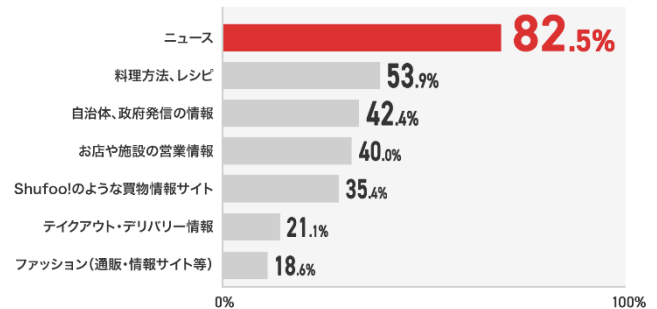


■「店舗の情報」「買い物情報」を能動的にネットでチェック

最近インターネットでよく見るものを聞くと、「ニュース」が**82.5%**と圧倒的に多く、「料理方法、レシピ」が53.9%、「自治体、政府発信の情報」が42.4%と続きました。

また、「お店や施設の営業情報」が40.0%、「買い物情報サイト」が35.4%という結果になり、チラシの自粛や営業時間の変更など、店舗が通常とは異なる状況が続いたことから、いつも以上に能動的に情報を取得する意欲が高まっていたと考えられます。

Q. 最近インターネットで良く見るものをすべてお選びください。



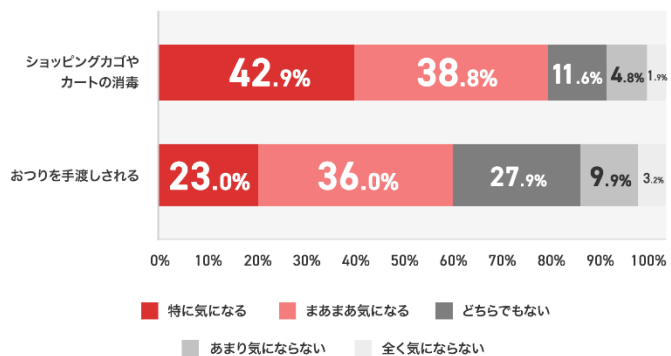
■買い物時に気になるのは「おつりの手渡し」

新型コロナウイルス流行後に、実店舗のスーパーで買い物したと回答した方に、買い物に行く際に気になることを聞きました。

気になること（特に気になる、まあまあ気になる）は「ショッピングカートやカゴの消毒」が**81.7%**、「おつりを手渡しされる」が**59.0%**となりました。

他に、「お店の混雑状況」という回答もあり、三密を避けながらすばやく買い物をしたい、という意向が垣間見えます。

Q. 新型コロナウイルス感染症流行後、お買い物に行くスーパー（実店舗）で気になる事がありますか？

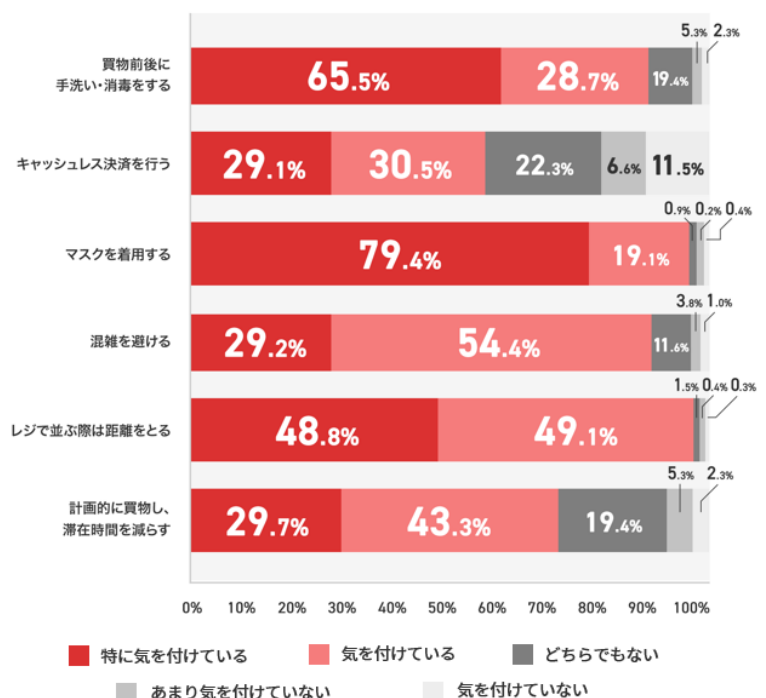


■買い物時の対策は「手洗い・消毒」「キャッシュレス決済」

買い物に行く際に気をつけていることを聞いたところ、「買い物前後に手洗い・消毒をする」が**94.2%**で大多数を、「キャッシュレス決済を行う」が**59.6%**が過半数以上となりました。前問で「おつりを手渡しされる」ことが気になると回答した方も半数以上おり、感染のリスク面から接触を極力抑えられるキャッシュレス決済を利用する人が多いことがわかります。

その他、気をつけている割合が高い項目では、「マスクを着用する」(98.5%)、「混雑を避ける」(83.6%)、「レジで並ぶ際は距離をとる」(97.9%)が挙げられます。また、「計画的に買い物し滞在時間を減らす」(73.0%)も割合が高く、1問目の通り、買い回り時間短縮のために事前にチラシを確認するという声もあり、チラシは買い物時の衛生面でも重要な役割を担っていることが分かります。

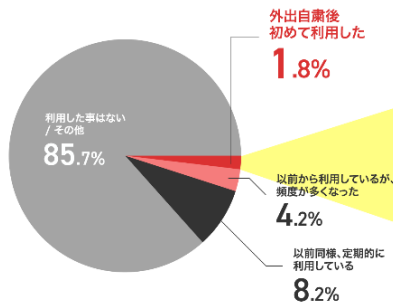
Q. 新型コロナウイルス感染症流行後、スーパー（実店舗）にお買い物に行く際、あなたが気をつけている事は何ですか？





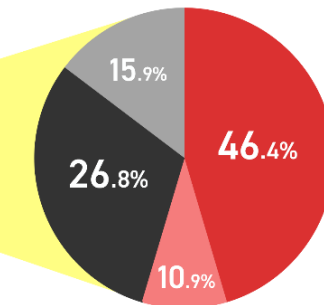
■ 外出自粛で初めて利用した「ネットスーパー」「食材宅配」 約半数が今後も利用したい

Q. 新型コロナウイルス感染症流行による外出自粛後、利用したサービスはありますか？
また、そのサービスは以前から利用されていましたか？
(ネットスーパー)

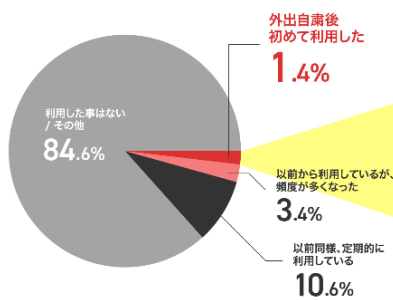


Q. 今後も利用する予定はありますか？

■ 新型コロナウイルス感染症終息後も利用したい ■ 新型コロナウイルス感染症 第2波があったら検討したい
■ 新型コロナウイルス感染症終息後は利用しない ■ 特になし / その他

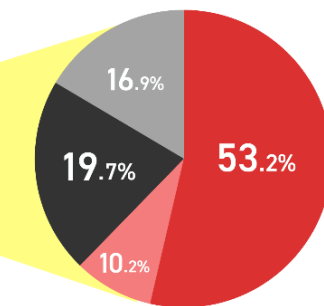


Q. 新型コロナウイルス感染症流行による外出自粛後、利用したサービスはありますか？
また、そのサービスは以前から利用されていましたか？
(食材宅配サービス)



Q. 今後も利用する予定はありますか？

■ 新型コロナウイルス感染症終息後も利用したい ■ 新型コロナウイルス感染症 第2波があったら検討したい
■ 新型コロナウイルス感染症終息後は利用しない ■ 特になし / その他



「ネットスーパー」と「食材宅配サービス」の利用について聞いたところ、何らかの形で利用している方（「外出自粛後初めて利用した」「以前から利用しているが頻度が多くなった」「以前同様、定期的に利用している」を合算）は、「ネットスーパー」が14.2%、「食材宅配サービス」が15.4%にとどまりました。

しかし、「外出自粛後初めて利用した」と回答した方を対象に今後のサービス継続利用の意向を聞いたところ、**新型コロナウイルス収束後も「利用したい」**は、「ネットスーパー」**46.4%**、「食材宅配サービス」**53.2%**となり、それぞれおよそ半数が引き続き利用したいと考えています。今回の新型コロナウイルスをきっかけに買い物方法の選択肢が広がったと考えられそうです。また利用するメリットとして、「外出しなくて良い」「重いもの・かさばるものを届けてくれる」「お店に行く時間を節約できる」といった声が多く挙がりました。

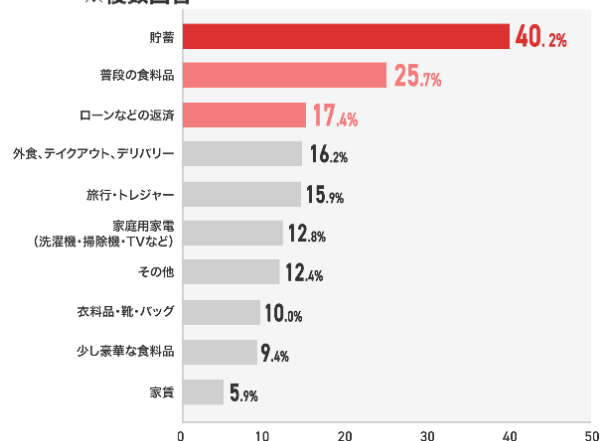
■ 特別定額給付金の使い道は「生活費」、「リバウンド消費」意向も

政府が国民に一律 10 万円を支給する特別定額給付金について、申請予定のある方に対して、使い道を聞きました。

トップは「貯蓄」の 40.2%で、「**普通の食料品**」が **25.7%**、「**ローンなどの返済**」が **17.4%**、「**家賃**」が 5.9%と、いわゆる**生活費に充てるという回答が圧倒的に多く集まりました**。

一方で、「**外食・テイクアウト・デリバリー**」16.2%、「**旅行・レジャー**」15.9%、「**少し豪華な食料品**」9.4%と、生活必需品以外のモノ・コトへの需要も見られ、外出自粛の反動による**リバウンド消費の意欲も見られました**。

Q. 特別定額給付金（対象者1人につき10万円）は
何に使う予定ですか？（または使いましたか？）
※複数回答





前回の調査「新型コロナウイルスの影響による買い物動向の変化」(4月21日～5月6日調査)で、「新型コロナウイルス感染症が収束した後、どのような事がしたいか?」という設問でも、トップの外食(63.8%)に続いて旅行(57.2%)、買い物<食品以外>(50.8%)などに答えが集まり、自由に外出して好きなものを食べたいと感じている事が見受けられました。(※)

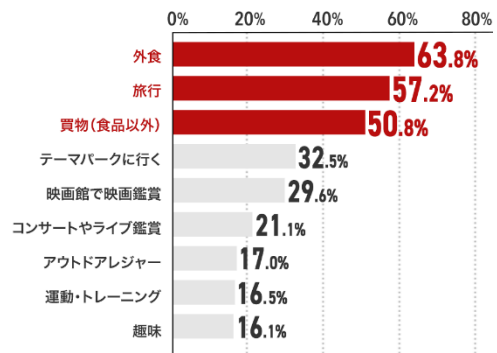
緊急事態宣言が解除され、経済活動が段階的に再開する中、今回の調査でも「新しい生活様式」に馴染みながら徐々に生活に楽しみを戻していきたいという様子がうかがえます。

※2020年5月22発表

「新型コロナウイルスの影響による買い物動向の変化」

<https://onecompath.com/news/notice/5567/>

Q. 新型コロナウイルス感染症が収束した後、どのような事がしたいですか?



5月22発表「新型コロナウイルスの影響による買い物動向の変化」調査より

(N=57,694)

【調査概要】

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア：全国

調査対象者：「Shufoo!」会員（全年齢層の既婚女性）

サンプル数：合計有効回答サンプル数 38,213名

調査期間：2020年5月27日～6月7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(2020年1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、スマートフォンサイト <http://www.shufoo.net>

・iPhoneアプリ <https://itunes.apple.com/jp/app/id373909230>

・iPadアプリ <https://itunes.apple.com/jp/app/id373911706>

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

※新型コロナウイルスによる、お問い合わせ対応について

現在、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、弊社では一時的に勤務体制を変更して業務を行っております。そのため、お問い合わせの回答までに時間・日数を長く頂戴する場合がございます。ご迷惑をお掛けいたしますが、何卒ご容赦くださいませ。当社の対応についての詳細は <https://onecompath.com/news/notice/5240/> をご確認ください。

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