

電子チラシサービス「Shufoo!」、年末年始に関する意識調査

値上げの影響ありが8割越えも、年末年始の出費は変わらず「おせち料理」「お年玉」が上位

年末年始を楽しみにしているのは1位「島根県」2位「和歌山県」3位「宮崎県」

TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH 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)」は、「Shufoo!」を利用する全国の男女 6,016 名を対象として、2023 年 11 月 17 日から 11 月 20 日に年末年始に関する意識調査を実施しました。

昨今の値上げが年末年始の出費に影響すると答えた人が 8 割にのびりました。その中で、年末年始の出費は「おせち料理」、「お年玉」が上位を占め、続いて「帰省の交通費」という結果になりました。年末年始に対するイメージはポジティブなイメージを持つと回答した人が昨年に引き続き約 6 割にとどまり、「物価高で困っている」「先行きが不安」といった声が多くみられました。これに伴い、「年末年始も特別な買い物はしない」「おせちの品数を減らす」など厳しい声が集まりました。

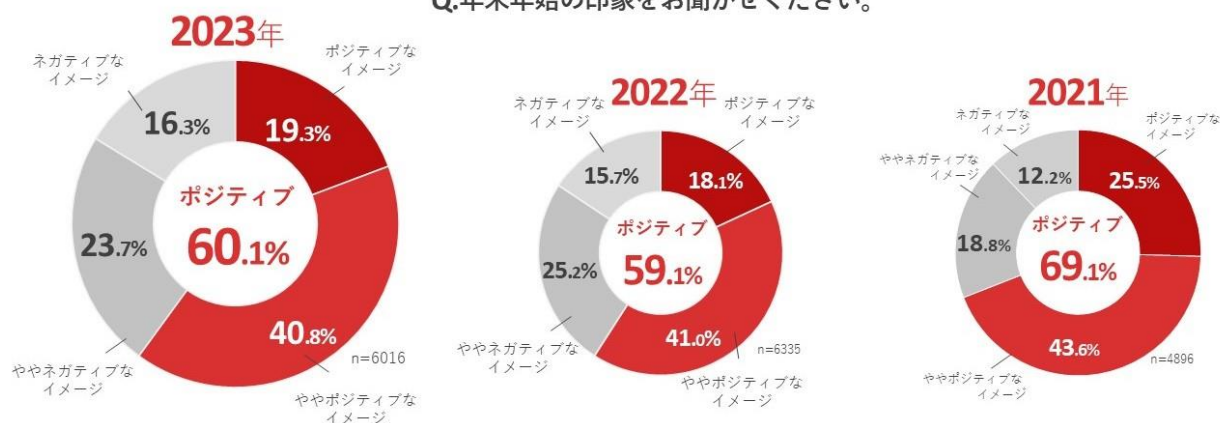
リリース URL : <https://onecompath.com/news/release/14439/>

「年末年始に関する意識調査」

- 年末年始の印象、6割がポジティブ 昨年比微増も値上げラッシュ前まで回復せず
- 年末年始の出費額は「1万円未満」が過去最多の36.3% 値上げが年末年始の出費に影響8割以上
- 最も高い出費は「おせち料理」手作りと購入のハイブリッドが人気 食べない派は39.0%
- 福袋を購入したい人は15.5% 買いたい派と買わない派の福袋に対するイメージが大きく乖離
- お雑煮の食べ方は東西で差「手軽にレンジで作る」も人気
- 好きなお餅の食べ方は1位 醤油、2位 砂糖醤油、3位 きなこが僅差で上位を占める

- 年末年始の印象、6割がポジティブ 昨年比微増も値上げラッシュ前まで回復せず

Q.年末年始の印象をお聞かせください。



「年末年始の印象」について聞いたところ、60.1%の人がポジティブなイメージと回答しました（「ポジティブ」19.3%、「ややポジティブ」40.8%）。「コロナが落ち着いて旅行を計画しているから」（60代女性）、「しばらく自粛していた初詣を再開したい」（30代女性）などコロナ禍の収束に伴いイベントを楽しみにしているという意見がありました。「久しぶりに家族がそろう」（50代女性）など気兼ねせずに家族や友人との再会を楽しみにしている人も増えているようです。「ポジティブ」な印象を抱く人は昨年よりも微増しているものの、値上げラッシュ前に調査を行った2021年（69.1%）の数値とは差が開いています。

一方で、「ややネガティブ」（23.7%）、「ネガティブ」（16.3%）と答えた人が昨年よりも増え、全体の39.9%

となっています。昨今の食品や日用品、光熱費などの値上げが相次いでいることから「物価高でお金がなく、年末年始に出費が出来ない」(50代女性)、「店が混んだり通常の食品が買えなかったり高くなる」(60代男性)という声が多くありました。また、「世界情勢が不安定で心配」(40代女性)と昨今の国際情勢も相まって、先行き不透明な年末年始を不安視する人もいました。

年末年始に対して「ポジティブ」「ややポジティブ」と回答した人を都道府県ごとに集計しランキングにしてみました。年末年始を最も楽しみにしているのは島根県で73.3%、最下位は山形県で40.0%という結果でした。比較的温暖な地域の多い西日本側のポイントがやや高く、東北・北陸地方など雪が多く降る地域を中心にポジティブな印象が低くなるという傾向があるようです。

Q.年末年始に「ポジティブ」なイメージを持っている県ランキング

| 順位 | 都道府県 | % |
|----|-----------------|------|
| 1 | 島根県 | 73.3 |
| 2 | 和歌山県 | 68.4 |
| 3 | 宮崎県 | 67.9 |
| 4 | 長野県 | 67.3 |
| 5 | 大分県 | 66.7 |
| 6 | 群馬県 | 66.3 |
| 7 | 山口県 | 65.9 |
| 8 | 熊本県 | 65.0 |
| 9 | 三重県 | 64.4 |
| 10 | 東京都・奈良県・広島県・高知県 | 64.3 |

47位 山形県 40.0%

■年末年始の出費額は「1万円未満」が最多の36.3% 値上げが年末年始の出費に影響8割以上

年末年始を通じた出費額について聞いてみました。「1万円未満」が36.3%でトップ、ついで「1~3万円未満」が28.4%、「3~5万円未満」が18.9%という結果でした。昨年の結果から大きな変動はありませんが、年々低予算化の傾向が見て取れます。

Q.年末年始を通じた出費額はいくらくらいを想定していますか？
(おせち・料理、贈答、旅行、初売りセールなど考えられるものを全てを含んでください)

| | n=6016 (%) | | |
|-----------|------------|-------|-------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| 1万円未満 | 34.6 | 34.2 | 36.3 |
| 1~3万円未満 | 30.8 | 28.6 | 28.4 |
| 3~5万円未満 | 19.6 | 19.7 | 18.9 |
| 5~10万円未満 | 10.7 | 11.2 | 10.7 |
| 10~20万円未満 | 2.1 | 3.6 | 3.2 |
| 20~30万円未満 | 0.6 | 0.7 | 0.6 |
| 30~40万円未満 | 0.2 | 0.2 | 0.2 |
| 40~50万円未満 | 0.1 | 0.1 | 1.7 |

50万円以上-1.3% 90万円以上-1.8%

2021年秋以降に急激な値上がりを見せた原材料価格の上昇の影響で食品や日用品、電気代などの段階的な値上げが続く昨今ですが、値上げが年末年始の出費に影響するかどうかを聞いてみました。「影響がある」(51.3%)、「やや影響がある」(30.8%)を合わせて82.1%が「影響がある」と回答しています。具体的にどんな影響があるかを聞いてみました。

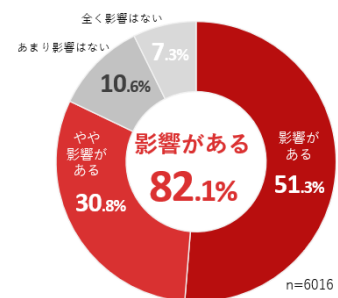
おせち・年末年始のグルメ

- ・おせちの購入を控える (50代女性)
- ・せっかくなので奮発したいが、安く済ませられる部分は工夫して安く済ませたい (40代女性)
- ・同じ値段でも量が少なくなっているので、少ないと別に購入しないといけない (60代女性)
- ・例年購入しているお正月の品が値上がりしているので、いくつか削る必要がある (40代男性)

その他

- ・外食代も高騰しているので、忘年会はいらないとおもう (50代女性)
- ・光熱費やガソリンや灯油など必要なものが高く、大変 (70代以上男性)
- ・影響はあるが、予算の中で収めながらうまく買い物をしていく (50代男性)
- ・よりリーズナブルなものを探します(50代男性)

Q.昨今、様々なものの値段が上がっていますが、年末年始の出費に影響があると思いますか？

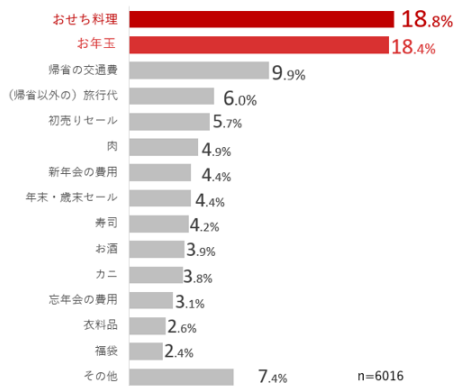


■最も高い出費は「おせち料理」 手作りや購入のハイブリッドが人気 食べない派は39%

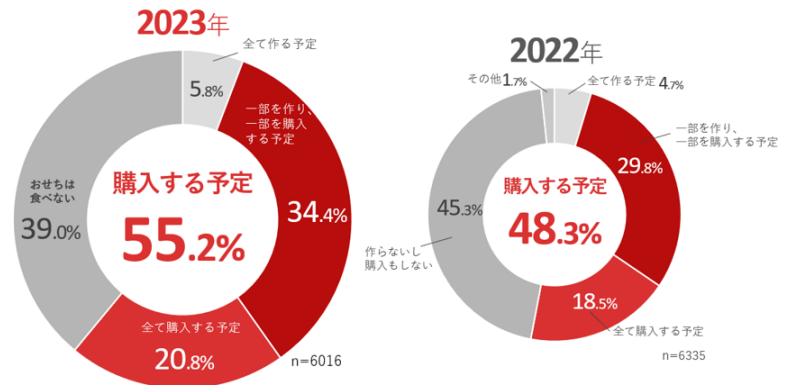
年末年始を通して最も高い出費を聞いてみました。「おせち料理」が18.8%でトップでした。おせち料理を彩る食材の高騰が相次いでいることもあってか、今年も昨年同様(22年:19.0%)トップとなりました。2位の「お年玉」(18.4%)と僅差で、正月の二大出費であることが分かります。また3位には「帰省

の交通費」(9.9%)が続きました。今年は感染症の拡大も落ち着き、直接お年玉を渡す機会も増えるのではないのでしょうか。前問の回答からも分かる通り、「値上げの影響で出費を抑えたい」と考えながらも、年に1回のイベントの費用を削る難しさもあるようです。

Q.年末年始を通した、「最も高い出費」は何になりそうですか？



Q.おせち料理を作る予定はありますか？

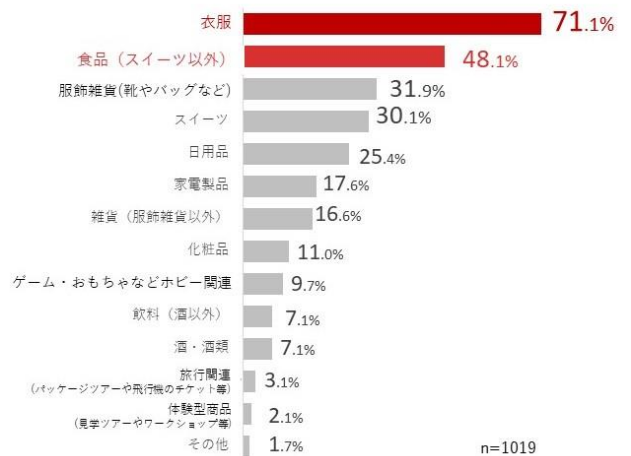


出費のトップである「おせち」について、作る予定や購入予定を聞いてみました。「一部を作り、一部を購入する予定」(34.4%)が最多、「全て購入する予定」(20.8%)をあわせて55.2%の人が購入する予定と答えており、昨年よりも約6.9ポイント増加しています。おせちはすべて作る(5.8%)よりも、購入する方が現在の正月のトレンドのようです。一方で、「おせちは食べない」と答えた人は39.0%となりました。「おせちは食べない」と回答した人は、おせちを食べると回答した人よりも、年末年始を通した出費の中で「肉」「寿司」「お酒」の割合が高い傾向がありました。

■初売りセールへ「行く予定」は16.9% 福袋は買いたい派と買わない派の印象が大きく乖離

来年(2024年1月)の初売りセールに行く予定があるかを聞いたところ、「行く予定・行きたい」と回答したのは16.9%で昨年(16.9%)と同じでした。コロナ禍以前の調査では、2018年度28.2%、2019年度26.1%となっており、コロナ後2020年には15.0%まで減少。コロナ禍と比較すると今年は微増しているものの、コロナ前までの回復には至っていないようです。

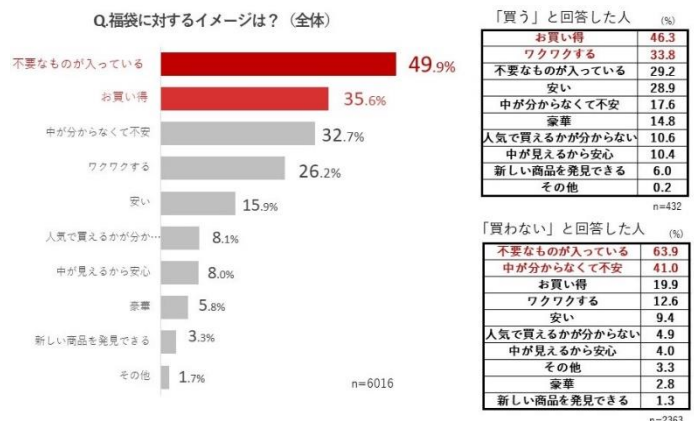
Q.初売りセールでは何を購入したいですか？



初売りセールに「行く・行きたい」と回答した人の購入予定品では「衣服」(71.1%)、「食品(スイーツ以外)」48.1%、「服飾雑貨(靴やバッグなど)」31.9%となり、普段使用するもの・食べるものが人気のようです。

また、初売りで並ぶ福袋についても質問してみました。「購入したい」と回答したのは15.5%でしたが、

過去に福袋を購入したことがあるかという質問に対しては61.6%と半数以上の方が購入経験ありという結果になりました。福袋に対するイメージを聞いてみると、「購入したい」と回答した人は、お買い得感やワクワク感が上位にきていますが、「購入しない」と回答した人は「不要なものが入っている」「中がわからなくて不安」といったネガティブな回答が多く福袋に対して抱くイメージの差がみられました。



■お雑煮の食べ方は東西で差「手軽にレンジで作る」も人気

正月の定番料理の1つとして「お雑煮」の食べ方について聞いてみました。全体での1位は「焼いた角餅入りのお雑煮」(33.9%)でした。東日本の1位は同じく「焼いた角餅を入れる」の48.4%でしたが、西日本の1位は「そのままの丸餅を煮る」が32.9%となり地域に根付いた食べ方として東西での差が顕著に現れました。自由回答で多く集まったのは、「おもちやレンジでチンしてお雑煮に入れる」(60代女性)、「出汁だけつくって、お餅はレンジでチンする」(50代女性)など電子レンジを活用し、時短で手軽にお雑煮を楽しむ声でした。そのほか「お餅なしの自家製の具沢山のお雑煮」(20代女性)、「出汁と餅を別々にする」(30代男性)などお餅の入っていないお雑煮を楽しむ方もいるようです。

Q.馴染みのある「お雑煮」の食べ方は？

全体 (n=6016)

| 順位 | 具材 | % |
|----|------------|------|
| 1 | 焼いた角餅入り | 33.9 |
| 2 | そのまま角餅を煮る | 20.4 |
| 3 | 「お雑煮」を食べない | 19.9 |
| 4 | そのままの丸餅を煮る | 19.1 |
| 5 | 焼いた丸餅入り | 12.7 |

東日本 (n=3195)

| 順位 | 具材 | % |
|----|------------|------|
| 1 | 焼いた角餅入り | 48.4 |
| 2 | 「お雑煮」を食べない | 21.9 |
| 3 | そのまま角餅を煮る | 21.2 |
| 4 | 焼いた丸餅入り | 7.0 |
| 5 | そのままの丸餅を煮る | 6.9 |

西日本 (n=2821)

| 順位 | 具材 | % |
|----|------------|------|
| 1 | そのままの丸餅を煮る | 32.9 |
| 2 | そのまま角餅を煮る | 19.4 |
| 3 | 焼いた丸餅入り | 19.1 |
| 4 | 「お雑煮」を食べない | 17.7 |
| 5 | 焼いた角餅入り | 17.4 |

■好きなお餅の食べ方は1位 醤油、2位 砂糖醤油、3位 きなこが僅差で上位を占める

好きな「お餅」の食べ方についても聞いてみたところ、1位は「醤油」(39.1%)となりました。2位は「砂糖醤油」(38.6%)、3位は「きなこ」(37.9%)と馴染みのある味が拮抗しました。冬に食べたい「おしるこ・ぜんざい」も34.6%と安定した人気ぶりです。選択肢以外のお餅の食べ方として挙がったのは、「海苔を巻いて磯部巻き」(40代女性)、「チーズをのせて餅ピザ」(20代男性)、「バター醤油」(50代女性)、「ココアをまぶす」(30代女性)など、甘いものからしょっぱいものまで様々なアレンジを楽しんでいるようです。

Q.好きなお餅の食べ方を教えてください。

| 順位 | 具材 | % |
|----|-----------|------|
| 1 | 醤油 | 39.1 |
| 2 | 砂糖醤油 | 38.6 |
| 3 | きなこ | 37.9 |
| 4 | おしるこ・ぜんざい | 34.6 |
| 5 | あんころ餅 | 18.1 |
| 6 | 大根おろし | 16.1 |
| 7 | 納豆 | 9.5 |
| 8 | ずんだ餅 | 7.6 |
| 9 | その他 | 7.2 |

(n=6016)

■Shufoo!の現金10万円が当たるお年玉キャンペーンについて

「Shufoo!」では、2023年12月26日から2024年1月24日まで、現金10万円が当たるお年玉キャンペーンを実施します。“2024年の運試し”をキャッチコピーに、日々のお買い物が楽しくなるきっかけを提供いたします。年末年始の帰省やちょっと豪華なお食事の購入にご活用ください!



Shufoo!ではチラシや関連記事をよりお楽しみいただくために、推奨ハッシュタグをご用意しています。期間中は、#オトク見とく #シュフー冬の陣 #ケロっと年越し #たつ年をつけて SNSでの発信をぜひお楽しみください。

【調査概要】

「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（全年齢層の男女）

