

2025年を振り返り、スーパーの販促戦略を分析

～ブラックフライデーの注目度高く、イベント販促による前倒し競争激化～

TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス）が運営する次世代販促支援 AI ツール「Shufoo!AI（シュフーエーアイ）」は、現在様々なスーパーマーケットやメーカーにβ版を導入いただいたおり、2026年1月より本格提供開始を予定しています。

その Shufoo!AI を活用し、2023年5月～2025年11月のデータをもとにスーパーマーケットにおけるチラシの販促テーマの変遷や傾向を分析しました。

分析の結果、ブラックフライデーセールが年々拡大し認知度が高まっていることに伴い、2025年に「ブラックフライデー」を販促テーマとして取り上げた企業（※1）は過去最高に達した一方で、同時期のイベントである「ハロウィン」をテーマにチラシ掲載する企業が減少していることが分かりました。また、「クリスマス」も、10月時点での掲載企業数が過去3年間で最も低調となるなど、イベント販促の前倒し競争により各テーマが時期ごとに変化する結果となりました。

（※1）本リリース内での「Shufoo!AI」β版を活用した分析は食品を扱うスーパー・GMSに限る



«Shufoo!AIを活用した販促分析»

- ブラックフライデーに関する販促が過去最高の盛り上がり。前倒し販促で重複するイベントは減少傾向
- ”温暖化”が塗り替える販促カレンダー 「夏」が長くなると、販促はどう変わる？
- まとめ「もりや先生のAI販促データ解説」
- Shufoo!AIを導入した企業の声

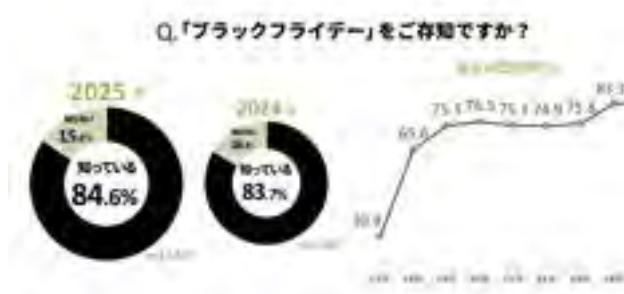
「Shufoo!AI」について

「Shufoo!AI」は、日本最大級の電子チラシサービス「Shufoo!」の日本全国365日のチラシデータと全国1,100万人のユーザーデータを活用し、チラシ画像をAIとOCRで分解・構造化し、多角的な要素を分析することで、効果予測や販促生成AIモデルの構築を実現しています。

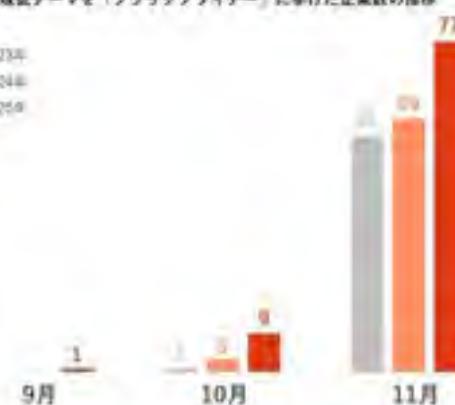
詳しくはこちら：[国内最大級のチラシデータベースと全国1,100万人の購買行動データを活用した 次世代販促支援AIツール「Shufoo!AI」β版の提供を10月1日より開始](#)

■ブラックフライデーに関する販促が過去最高の盛り上がり。前倒し販促で重複するイベントは減少傾向

・年々勢いを増すブラックフライデーセール



販促テーマを「ブラックフライデー」に挙げた企業数の推移



当社が2025年11月に実施した「Shufoo!」ユーザーを対象としたブラックフライデーに関する調査では、認知度が8割を超え過去最高を記録しました。イオンなどの大手企業が2016年頃から大規模に展開して以来、認知度は年々上昇しており、年末商戦の定番セールとして定着しています。

これにより、例年は11月から「ブラックフライデー」を販促テーマに取り上げていたところ、今年は10月から販促が大きく動き始め、11月は「ブラックフライデー」を取り上げた企業が過去最多となりました。

ブラックフライデーをテーマにしたチラシに掲載された商品ランキング

| 商品名 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 推移 | チラシ掲載数 | 年 | チラシ掲載数 | |
|--------|-------|-------|-------|----|------------|-------|--------|-------|
| はくさい | 7位 | 6位 | 1位 | ↑ | Dole | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| バナナ | 6位 | 4位 | 3位 | ↑ | スウィーティオバナナ | 303 | 241 | 647件 |
| 寿司 | 1位 | 1位 | 3位 | ↓ | キッコーマン | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 豚肉 | 46位 | 32位 | 12位 | ↑ | しづりたて生しょうゆ | 32 | 37 | 274件 |
| 即席麺 | 36位 | 28位 | 21位 | ↑ | | | | |
| しょう油 | 91位 | 59位 | 32位 | ↑ | | | | |
| チョコレート | 7位 | 14位 | 35位 | ↓ | | | | |

チラシに掲載される商品は白菜やバナナ、豚肉、即席麺などの日常的に購入される食料品が大半を占め、年々チラシで取り上げられる頻度が上昇しています。

特に、ランキングが大きく変動した商品を見てみると、「バナナ」は「Dole スウィーティオバナナ」のチラシ掲載数が2023年から約2倍に増加し、「しょう油」は「キッコーマン しづりたて生しょうゆ」が約9倍に増加していることがわかりました。

この背景として、販促テーマを前倒ししたことやイベント当日までの長い期間のお買い物を楽しめる掲載が増え、日常購入品の販促が多く含まれたことや、前述の調査における消費者からの「節約のためのまとめ買い」「日常的に必要なもの」を購入するといったニーズに対する企業の掲載商品の変化があります。

参考：[電子チラシサービス「Shufoo!」、1万2000人に聞いたブラックフライデーに関する意識調査](#)

・イベント販促の前倒し傾向により、ブラックフライデー前後のイベントテーマは例年比で減少

ブラックフライデーが大きな盛り上がりを見せる一方で、10月

に本番を迎えるハロウィンや、11月に解禁されるボジョレー・

ヌーヴォー、12月のクリスマスの販促に影響が出ています。

なかでも大きく影響が出たのは、ボジョレー・ヌーヴォーで、

解禁日である11月の第3木曜日に合わせ、例年11月にチラシ

掲載が増加します。2023年11月には47社が掲載していましたが、2025年11月は35社まで減少しています。

テーマごとの掲載企業数推移比較



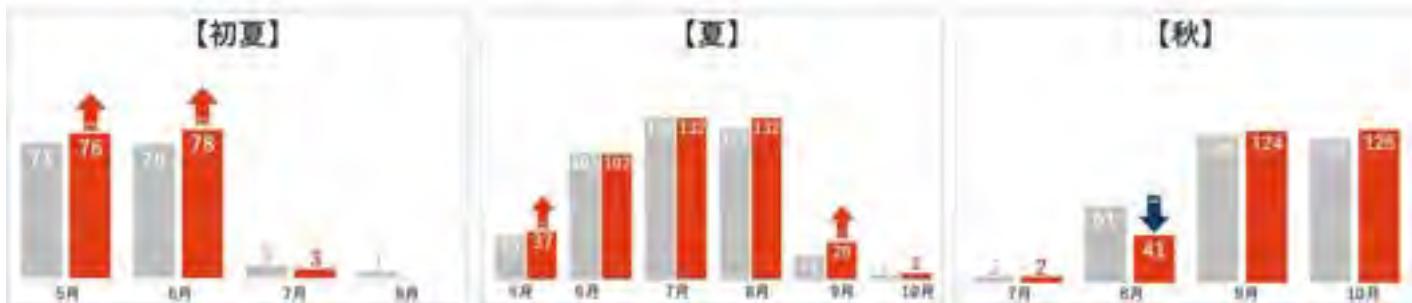
■”温暖化”が塗り替える販促カレンダー 「夏」が長くなると、販促はどう変わる？

温暖化の影響により年々平均気温が上昇していることから、スーパーマーケットにおける販促テーマにも変化が生じていることが明らかになりました。

気象庁（※2）によると、2023年から2025年にかけて日本国内の気温は著しく高い傾向にあり、特に夏の平均気温は記録的な高温が続いている。販促テーマの中でも多くを占める四季（春・夏・秋・冬）に注目すると、気温の高い夏の期間が長期化していることから、前後の「初夏」や「秋」のテーマを取り扱う時期に変化が起きています。

**初夏～秋をテーマに取り上げた企業数推移
2023年／2025年の比較**

■ 2023年 ■ 2025年



地球温暖化による気温上昇の早期化に加え、2025年は過去最も早い梅雨明けだったので、夏本番の到来時期が早まりました。平年の梅雨入り～梅雨明けの期間は全国平均およそ45日であるのに対し、2025年の梅雨入り～梅雨明けの期間はおよそ35日前後とかなり短く、夏の暑い期間が長くなりました。

また、この夏の長さは「秋」の販促テーマにも影響していることが読み取れます。2025年9月に過去最多の全国250地点以上で猛暑日を記録したことから、2023年は8月時点で「秋」を取り上げる企業数が61社だったのに対し、2025年には41社に減少しました。

(※2) 国土交通省 気象庁 HP より (<https://www.data.jma.go.jp/cpd/baiu/index.html> ,
https://www.data.jma.go.jp/cpd/baiu/sokuhou_baiu.html)

■まとめ

「もりや先生のAI販促データ解説」 執行役員CSO／マーケティング本部 本部長 森谷 尚平

今回の分析結果から、イベント販促の前倒し競争が激化していることが明らかになりました。この影響で、各季節特有のイベント（新生活、お中元、ハロウィン、クリスマスなど）の販促企画は取捨選択を迫られています。特にブラックフライデーの拡大により、10月のクリスマス販促は後退した一方、その反動で12月に市場が高騰する可能性も考えられます。

トレンドや市場動向により勢いを増すテーマと影響を受けるテーマで明暗が分かれる中、他社が手薄になる販促テーマで独自性を打ち出す差別化戦略も有効でしょう。また、気温上昇や季節の移り変わりが販促テーマに大きな影響を与える傾向も見られました。気温変動を販促計画に反映させることで、より効果的な販促活動が実現できます。

【略歴】

株式会社 ONE COMPATHにおいて、「Shufoo!」「Mapion Biz」「LocalONE」事業の統括やマーケティング責任者を歴任。2024年4月より執行役員CSOに就任。



■ 「Shufoo!AI」 β 版導入企業の声

・スーパーマーケット販促（マーケティング）ご担当者様

これまで商品選定は商品部の経験則に依存しており、マーケティング部との間で意見の相違が生じることもありました。「Shufoo!AI」の導入により、テーマとのマッチング度、市場・競合データ、価格優位性といった客観的な指標を提示できるようになりました。本サービスの活用により、「本来売るべき商品」と「チラシに掲載すべき商品」をデータドリブンに選定する体制への転換を目指しています。

・メーカー カスタマーサクセスご担当者様

「Shufoo!AI」の活用により、従来 2 か月かかっていた情報取得が速報値として迅速に得られるようになりました。チラシを POS データ分析の重要な要因として位置づけ、販売動向の把握に役立てているだけでなく、営業担当が「Shufoo!AI」を活用し自走することで、限られたアナリティクス部門のリソースでは対応しきれなかった全流通のカバーを目指しています。

■今後の展開

今回ご紹介した「Shufoo!AI」はβ 版となります。現時点ではスーパーマーケットおよび食品カテゴリに特化したサービス提供となっていますが、今後は対応業態と商品カテゴリを順次拡大していく予定です。本サービスを通じて、引き続きスーパーマーケットやメーカーの販促活動における業務効率の抜本的な向上と、販促効果の最大化を支援してまいります。

■Shufoo! について

月間 1,600 万人（2025 年 7 月現在、提供 ASP 上のアクセス含む）が利用し、全国 12 万店以上が参加する国内最大級の電子チラシサービスです。日本全国のスーパー・ホームセンター、家電店、ドラッグストア等のチラシを無料でチェックできるほか、お店のおすすめ商品、タイムセール、バーゲン情報、クーポンや割引コードの情報、レシピ検索など、毎日のお買物を便利でお得にする情報が満載です。スマートフォンアプリのほか、PC やタブレットなど様々な端末で利用できます。2001 年 8 月より TOPPAN 株式会社が運営を開始し、2019 年 4 月 1 日より TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH が運営しています。

URL <https://www.shufoo.net>

■株式会社 ONE COMPATH について

所在地： 東京都港区芝浦 3-19-26 TOPPAN 芝浦ビル

設立： 1997 年 1 月 20 日

資本金： 100 百万円

代表者： 代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員： 134 名（2025 年 4 月時点）

URL : <https://onecompath.com>

主なサービス：地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufoo!」、ウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」など

* 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（瀬島、小西） press@onecompath.com