

## 全国スーパーマーケット協会 「新型コロナウイルス感染拡大の 買物行動への影響」消費者調査

一般社団法人全国スーパーマーケット協会は、2020年4月17日(金)～19日(日)、首都圏在住の消費者1,100人を対象としたインターネット調査「新型コロナウイルスの買物行動への影響」を実施し発表した。

調査の結果、スーパーマーケットへの来店頻度は、新型コロナウイルス感染拡大前後で大きな変化はみられなかったものの、買物時間帯については、在宅勤務の増加や、学校等の休校などの影響もあり、夜から昼にシフトした世帯が多くなったことが明らかとなった。これにより、以前から昼に買物をしていた消費者と利用時間帯が重なることで、店舗が混雑する要因となっている。

商品の陳列状況や、店舗従業員のシフトなどによっても変動はあるが、現在、課題となっているスーパーマーケットの混雑緩和、“3密”の回避に向けては、消費者に対して来店頻度の抑制を求めるよりも、買物時間帯の分散への協力を呼びかけることが、より有効な手段であると考えられる。

### ■新型コロナウイルス流行前後の「買物頻度」の変化

#### → 来来店頻度に大きな変化なし

消費者のスーパーマーケットへの来店頻度は、「週に2、3日程度」が最多だが、「流行前」と比較し大きな変化はみられない。平均来店頻度でみると、「流行前」が週あたり2.3回、「流行後」は週あたり2.1回となり、わずかに減少。

(表) 新型コロナウイルス流行前後の食品スーパーマーケットへの来店頻度

食品の買物に行く時間帯	平日		休日	
	流行前回答者	流行後回答者	流行前回答者	流行後回答者
【平日・休日買物者】	1,045	1,054	1,078	1,022
朝(8時～10時台)	13.1%	16.4%	15.6%	19.2%
昼(11時～14時台)	28.2%	35.0%	43.2%	42.9%
夕方(15時～18時台)	30.4%	27.5%	32.4%	26.4%
夜(19時～22時台)	26.7%	18.3%	13.5%	10.6%
深夜・早朝(23時～7時台)	1.9%	2.0%	1.6%	2.0%
特に決めていない	19.4%	19.8%	19.6%	21.7%

### ■新型コロナウイルス流行前後の「買物時間帯」の変化

#### → 夜から昼にシフト

新型コロナウイルス流行前のスーパーマーケットへの来店時間帯は、平日昼(11時～14時台)が最も多い。流行後は、特に夜(19時～22時台)の時間帯が減少し、朝(8時～10時台)や昼(11時～14時台)が増加している。

### ■新型コロナウイルス流行以降の買物時間帯の変化要因

#### → 在宅勤務や昼食機会の増加が買物時間帯を“昼”にシフト

昼時間帯(11時～14時)での利用が増加している世帯は、勤労世帯である「64歳以下の単身世帯」や「夫婦二世帯」、また小学校3年生以下の子供を持つ「子供同居世帯」で顕著となっている。在宅時間の増加や、学校等の休校により家庭内での「昼食機会」が増加したことや、在宅勤務の増加により、職場からの帰宅時に買物をする機会が減少したことが、その理由として推測される。

「新型コロナウイルスの買物行動への影響」調査概要

- ・調査期間：2020年4月17日(金)～19日(日)
- ・調査対象者：20歳から79歳までの首都圏在住の男女1,100人(※1週間に1日以上食品・日用品の買物を自ら行っている人)
- ・調査実施機関：株式会社ショッパーファースト
- ・調査方法：インターネット調査