

2017年1月31日  
凸版印刷株式会社

## 電子チラシサービス『Shufoo!』、年末年始の買い物行動動向

～《Shufoo!お買い物動向レポート Vol.13》 年末年始の買い物は分散化の傾向へ！  
小売・流通業のチラシ掲載開始の分散で、1月2日以降も買い物への意欲が継続～

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:金子真吾)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)」(※1)は、2016年～2017年の年末年始のアクセス動向を分析するとともに、一般的な全国の男女824名および「Shufoo!」を利用する全国の男女57,673名を対象に、年末年始(※2)の買い物行動に関する動向調査をそれぞれ実施しました。

### 《2016年～2017年の年末年始における買い物行動動向》

#### 年末年始の買い物は分散化の傾向へ！

#### 小売・流通業のチラシ掲載開始の分散で、1月2日以降も買い物への意欲が継続

- ▼ **小売・流通業の初売り開始が多様化、その流れがチラシにも反映され掲載開始が分散傾向に**
  - 三越伊勢丹ホールディングスが2018年から正月三が日の休業を検討するなど、小売・流通業における新年の営業開始への考え方が多様化してきている。
  - その流れが「Shufoo!」でのチラシ掲載にも反映され、前回2015年～2016年の年末年始はチラシの掲載開始が元日に集中していたが、今回2016年～2017年の年末年始は12月31日が前回より63.6%増、1月3日が前回より35.8%増と元日以外の日にも多く掲載開始となり、情報発信の分散化が見受けられる。
- ▼ **生活者は元日以外の日にも買い物情報をチェック、1月2日以降も買い物への意欲が継続**
  - チラシの掲載開始と並行して、例年「Shufoo!」でのチラシ閲覧も元日に集中していた。
  - 今回は元日に買い物情報をチェックしたいという意向は例年どおり強いが、1月2日が前回より27.6%増、1月3日が27.2%増と、例年より1月2日以降もチラシ閲覧が多く、買い物への意欲が継続していることがわかった。

### 《その他のトピックス》

- ▼ **3人に1人が年末年始の買い物前に情報をチェック！情報をチェックしたお店に9割以上が来店**
  - 2016年～2017年の年末年始に「買い物に行った」のは61.3%、「年賀状を書いた・送った」(61.4%)とほぼ変わらず、年末年始に買い物をするのは当たり前となっている。
  - 「買い物に行った」人の半数以上(51.1%)、全体では3人に1人が買い物前に情報を収集。情報を収集した人の9割以上(93.4%)が、情報をチェックした店舗に実際に買い物に行っている。
- ▼ **「Shufoo!」の利用者数が800万人突破！元日のピーク時はアクセスが集中、通常時の約6倍に**
  - 元日は初売りや福袋情報を掲載するチラシの閲覧が大幅に増え、ピーク時の元日0時～2時台には通常時(※3)の約6倍のアクセスがあった。
  - 業態別では、「家電店」が通常時の約13倍、「スポーツ用品店」が通常時の約15倍、「ショッピングセンター・百貨店」が約4倍に急増。
  - 「家電店」や「スポーツ用品店」などのチラシを閲覧した理由として、「普段は高く買えない商品が安くなっているかを確認」「お目当ての商品で安いものがあるか情報を収集」など、前回同様、嗜好性が強く単価の高い商品をセール価格で購入したい意向が強いことが明らかに。
  - 「初売り・福袋」関連のチラシは年間を通して掲載数が非常に多い催事だが、今回は前回より約2割も掲載数が増加。掲載日も12月31日に42.2%増、1月3日に38.8%増と分散傾向にあり、小売・流通業における初売りの販促は例年どおり重要視しつつも、時期は多様化していることが伺える。

## 【分析・調査結果】2016年～2017年の年末年始における買い物行動の動向について

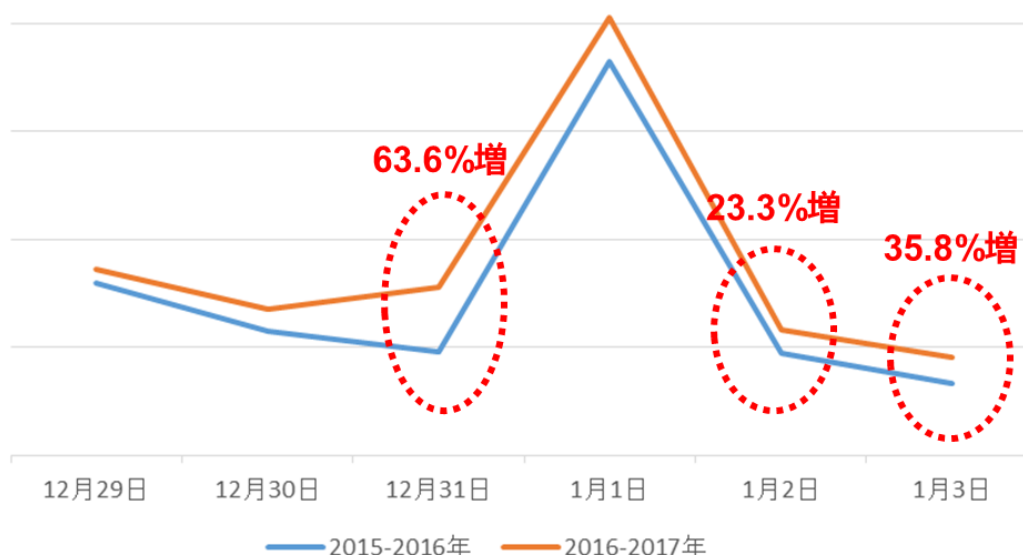
三越伊勢丹ホールディングスが2016年より1月2日を休業とし、また2018年からは正月三が日の休業を検討するなど、小売・流通業における新年の営業開始への考え方が多様化している中、その流れが「Shufoo!」でのチラシ掲載にも反映されていることが見受けられました。

前回2015年～2016年の年末年始におけるチラシ掲載開始は元日に集中していましたが、今回2016年～2017年の年末年始における傾向として、小売・流通業のチラシは元日以外の日にも多く掲載開始となり、情報発信の分散化が進んでいるようです。

### ●年末年始のチラシ掲載開始状況

前回2015年～2016年の年末年始におけるチラシ掲載開始状況と比較すると、今回2016年～2017年の年末年始は掲載数ベースで元日が前回より11.0%増だったのに対して、12月31日が前回より63.6%増、1月2日が前回より23.3%増、1月3日が前回より35.8%増と、元日以外の日にも多く掲載開始となりました。

### <前回と今回の年末年始におけるチラシ掲載開始状況の比較>

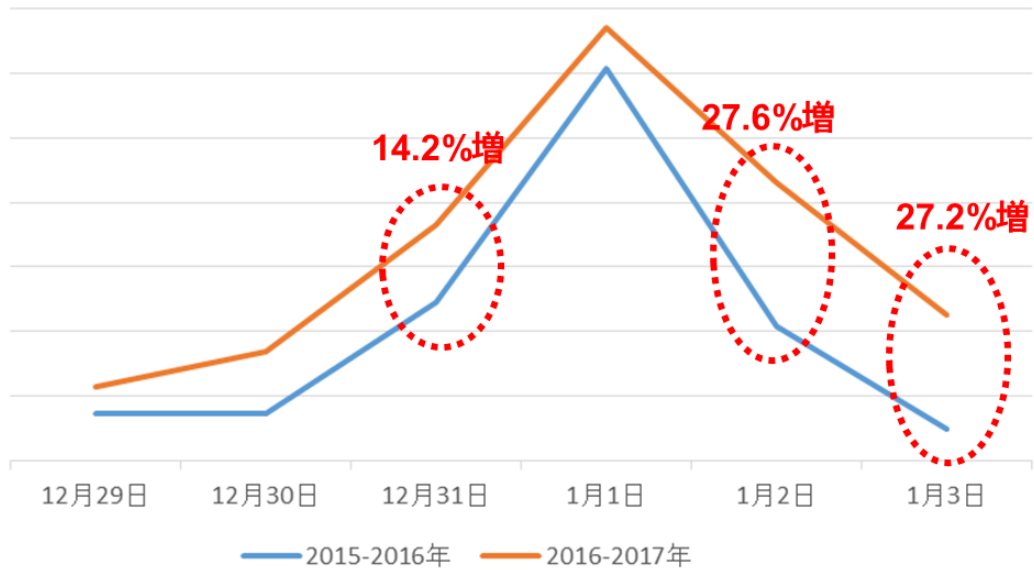


小売・流通業のチラシ掲載開始と並行して、前回2015年～2016年の年末年始における「Shufoo!」のチラシ閲覧も元日に集中していましたが、今回2016年～2017年の年末年始におけるチラシ閲覧傾向として、例年どおり元日に買い物情報をチェックしたいという意向は強いが、前回より1月2日以降もチラシ閲覧が多く、買い物への意欲が継続していることが伺えました。

### ●年末年始のチラシ閲覧状況

前回2015年～2016年の年末年始におけるチラシ閲覧状況と比較すると、今回2016年～2017年の年末年始は閲覧数ベースで元日が前回より5.2%増だったのに対して、12月31日が前回より14.2%増、1月2日が前回より27.6%増、1月3日が前回より27.2%増と、1月2日以降も多くのチラシが閲覧されました。

＜前回と今回の年末年始におけるチラシ閲覧状況の比較＞

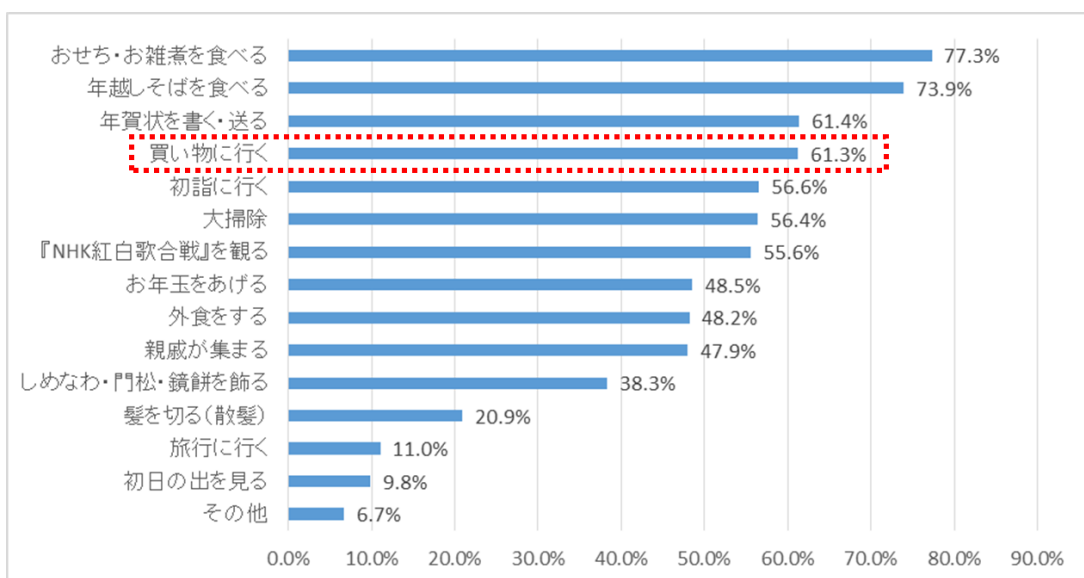


【分析・調査結果】 その他のトピックスについて

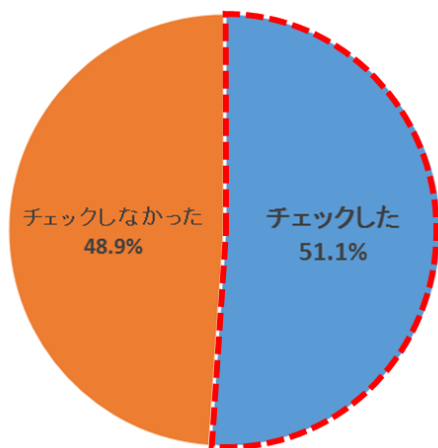
2016年～2017年の年末年始において「やった」ことのうち「買い物に行く」と回答したのは61.3%で、「年賀状を書く・送る」(61.4%)とほぼ変わらず、また「初詣に行く」(56.6%)よりも多い結果となり、年末年始に買い物をするのは当たり前となっているようです。

また「買い物に行く」と回答した人の半数以上(51.1%)が買い物前にあらかじめ情報を収集し、情報収集した人の9割以上(93.4%)が、情報をチェックした店舗に実際に買い物に行っていることがわかりました。

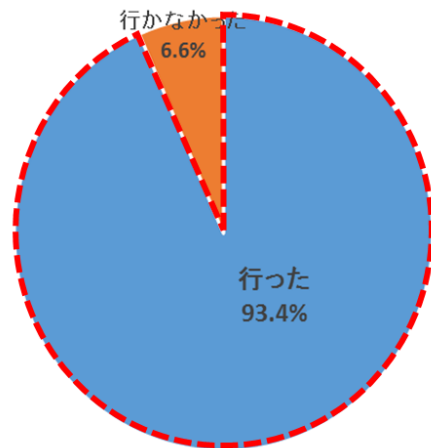
Q. 年末年始(2016年12月29日～2017年1月3日)に、以下の項目について、「やったこと」「やらなかったこと」を教えてください。



Q. 年末年始に買い物に行くにあたり、  
事前に参考情報をチェックしましたか？

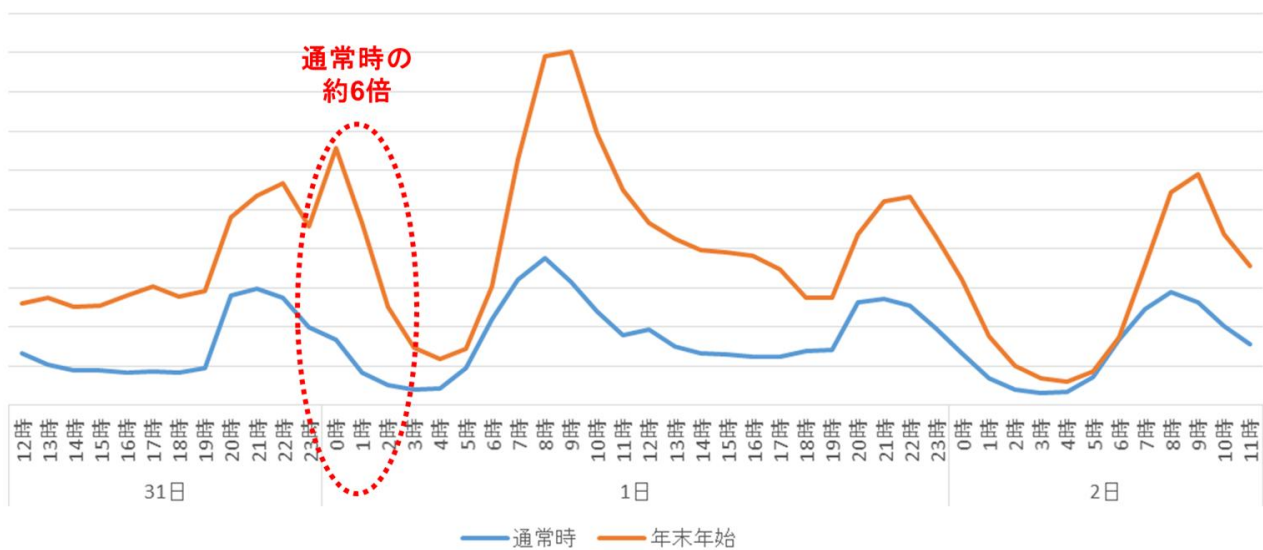


Q. 情報をチェックしたお店へ、  
実際に買い物に行きましたか？

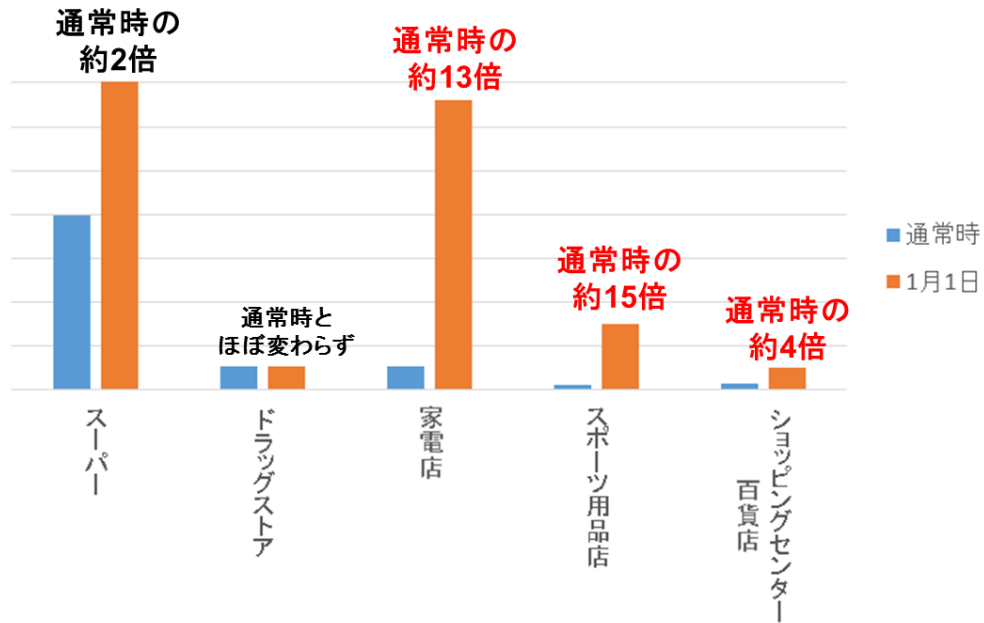


チラシ閲覧状況でもわかるとおり、元日は初売りや福袋情報を掲載するチラシの閲覧が大幅に増え、ピーク時の元日0時～2時台には通常時の約6倍のアクセスがありました。また業態別では、「家電店」のチラシが通常時の約13倍、「スポーツ用品店」のチラシが通常時の約15倍、「ショッピングセンター・百貨店」のチラシが約4倍と、嗜好性が強く単価の高い商品を取り扱う業態のチラシ閲覧数が元日に急増しました。

<通常時(10月31日～11月2日)と年末年始(12月31日～1月2日)の時間帯別チラシ閲覧数比較>

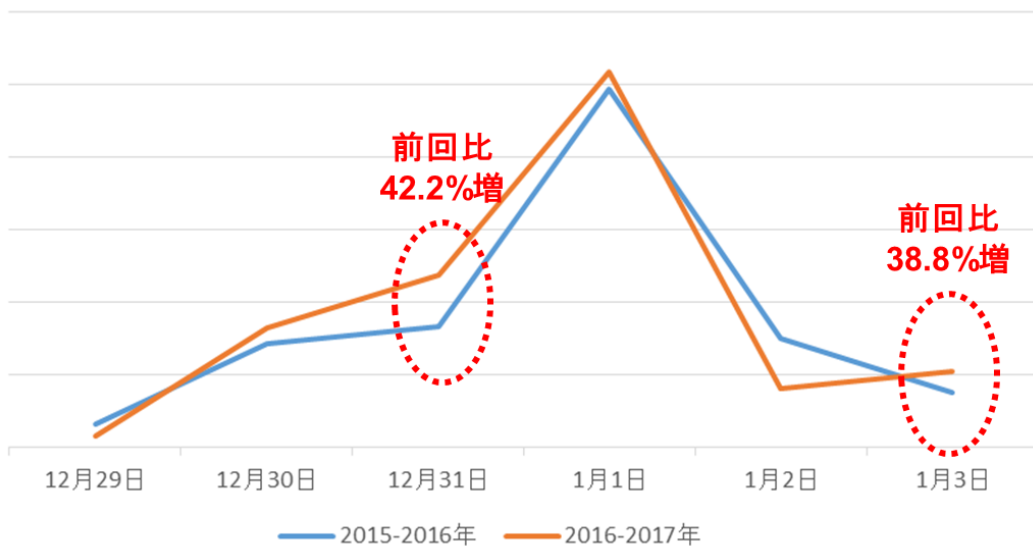


<通常時(11月平均/日)と1月1日の主要業態別チラシ閲覧数比較>



最後に、「初売り・福袋」関連のチラシは年間を通して掲載数が非常に多い催事ですが、今回 2016 年～2017 年の年末年始で掲載された「初売り・福袋」関連のチラシは、掲載数が前回より約 2 割も増加しました。チラシの掲載日も前は元日～1 月 2 日に集中していたところ、今回は 12 月 31 日に 42.2%増、1 月 3 日に 38.8%増と分散傾向にあり、小売・流通業における初売りの販促は、例年通り重要視しつつも時期は多様化していることが伺えます。

<前回と今回の年末年始における「初売り・福袋」関連チラシの掲載数の比較>



## 【調査概要】

### ●一般調査

調査エリア： 全国

調査対象： 20 歳から 59 歳までの男女

サンプル数： 824

調査期間： 2017 年 1 月 17 日～1 月 18 日

調査方法： インターネットリサーチ

### ●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(10代から60代までの女性)

サンプル数： 57,673

調査期間： 2017 年 1 月 13 日～1 月 15 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、必ず「凸版印刷株式会社『Shufoo!』調べ」と明記下さい。

### ※1) 「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級の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 3,500 法人、約 104,000 店舗が参加。PV 数は月間 2.7 億 PV、ユニークユーザー数は月間 810 万(2016 年 12 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、PC に加え、携帯電話やデジタルテレビ、拡大するスマートフォンやタブレット端末など様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

•PC <http://www.shufoo.net>

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

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

•Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android&hl=ja>

※2) 年末年始…2016 年 12 月 29 日～2017 年 1 月 3 日

※3) 通常時…2016 年 10 月 29 日～2016 年 11 月 3 日

\* 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・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。

以 上