

買上げ点数1割減 5年前比

キャベツなど野菜価格も影響

日本チェーンストア協会

物価高の影響により、客当りの買上げ点数が5年前と比べて1割以上減

年7月23日～8月20日に実施。会員企業20社から回答を得た。

過去5年間の食品売場の売上高は、微増傾向にある。ただし、一点単価が約20%上昇する一方で、まるで鏡写しのように客当たりの買上げ点数

は12%ほど下落した。物価高で消費者が食品を買い控える傾向があらわとなった。

この1年間の顧客の食品買い物行動の変化や傾向(複数回答)については、95%の企業が「節約志向が強まっている」と回答。理由として、「特売日・割引日等への客足の集中」「クーポン・ポイント利用の増加」「低価格なブランドへのスイッチ増加」「安価な競合店への客離れ」などの回答数が多かった。

また、60%が「消費が一極化する傾向が強まっている」と回答。理由には、「季節催事やハレの日と普段の消費とのメリハリが強まっている」が最も多く挙げられた。

野菜の価格高も購買行動に影響した。キャベツ

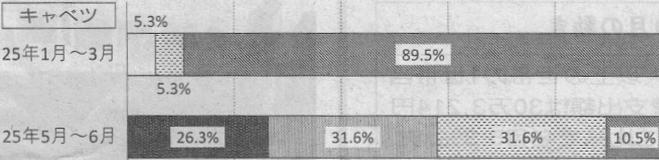
「増えた」「少し増えた」の合計)。ジャガイモは、25年4～5月の値上がり時に、約53%の企業で前年よりも減少している。

なお、野菜の買い物行動の変化を尋ねたところ(自由回答)、「相場が落ちつついても、全体的な物価高の影響で不要なものを買わない傾向が強くなっている。キャベツや葉物は買いやすい価格になっても点数苦戦」といった声が上がった。

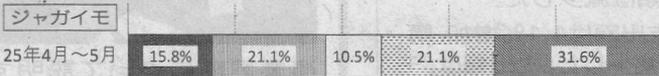
ほかに、「野菜の相場が高い時は、価格が安定しているモヤシ、キノコ、スプラウト、カット野菜等を購入する傾向」「内容量を落とした少量商品や、安価で大容量の規格外商品が人気」「簡便商品(加熱用カット野菜、半調理品水煮)が大きく伸長し、節約・世帯人数の減少・時短がトレンド」「野菜の価格高騰時には冷凍食品や野菜ジュースが明らかに増加傾向」などの声も寄せられた。

キャベツ、ジャガイモの販売(前年同期比、数量ベース)

■増えた □少し増えた □変わらない □少し減った ■減った



※参考:農林水産省食品価格動向調査より
25年1月6日週～3月24日週の販売価格平年比・単純平均275%
25年5月12日週～6月30日週の販売価格平年比・単純平均85%



※参考:農林水産省食品価格動向調査より
25年4月1日週～5月26日週の販売価格平年比・単純平均126%