

報道関係者各位
プレスリリース

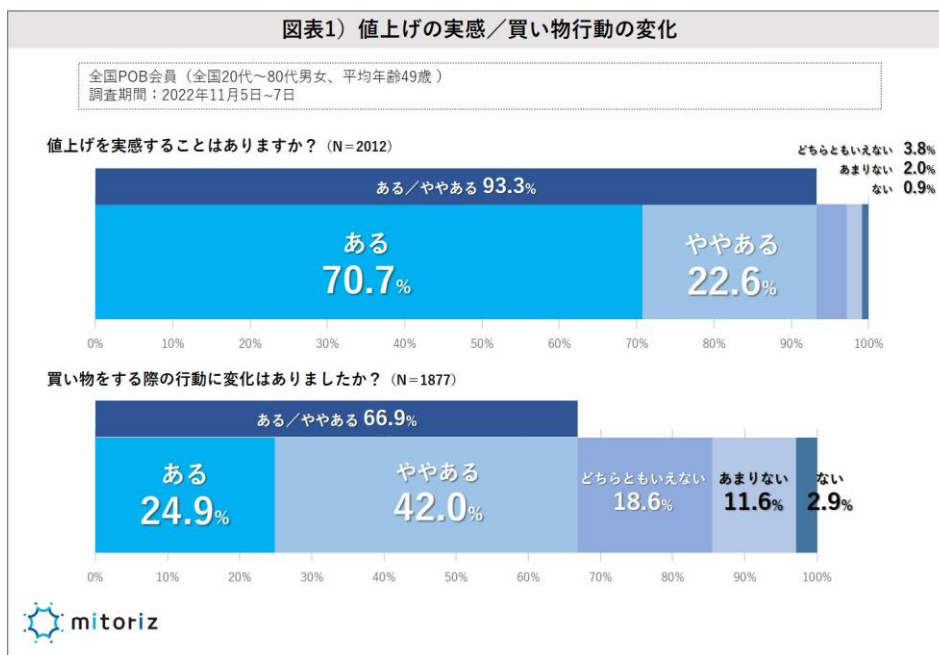
2022年12月5日
株式会社 mitoriz

値上げラッシュで6割の人が買い物行動に変化あり！ 店頭でお買い得品を探し、その場で購入を決める人が増加 リアル店舗で自社商品をアピールする店頭活動の重要性高まる

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、幅広い分野で値上げが相次ぐ中、買い物行動にどのような影響を与えているかを把握するため、「買い物行動に関するアンケート調査」を実施しました。

今回の調査では、6割の人が「買い物行動に変化あり」と回答しており、少しでもお買い得な商品を購入するため、リアル店舗での買い物を重視していることがわかりました。今後、消費者に商品を買ってもらうには、店頭で商品の魅力を訴求するための店頭活動の重要性が高まっていそうです。

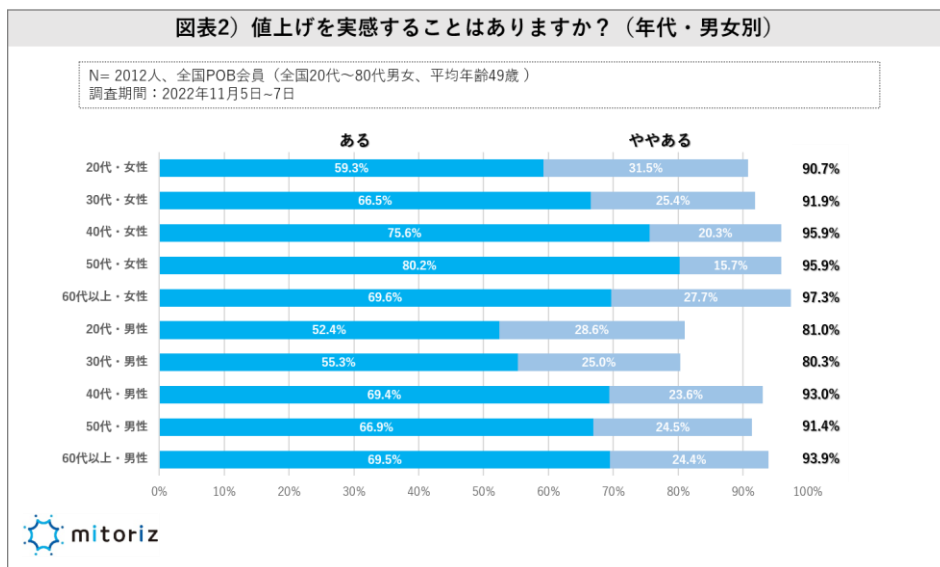
9割以上が値上げを実感し、値上げを実感している人の6割以上が買い物行動に変化あり



最初に「買い物の際に商品の値上げを実感するか」と質問したところ、「ある」（70.7%）、「ややある」（22.6%）と合わせて93.3%（1877人）が値上げを実感すると回答。値上げを実感している人を対象に「買

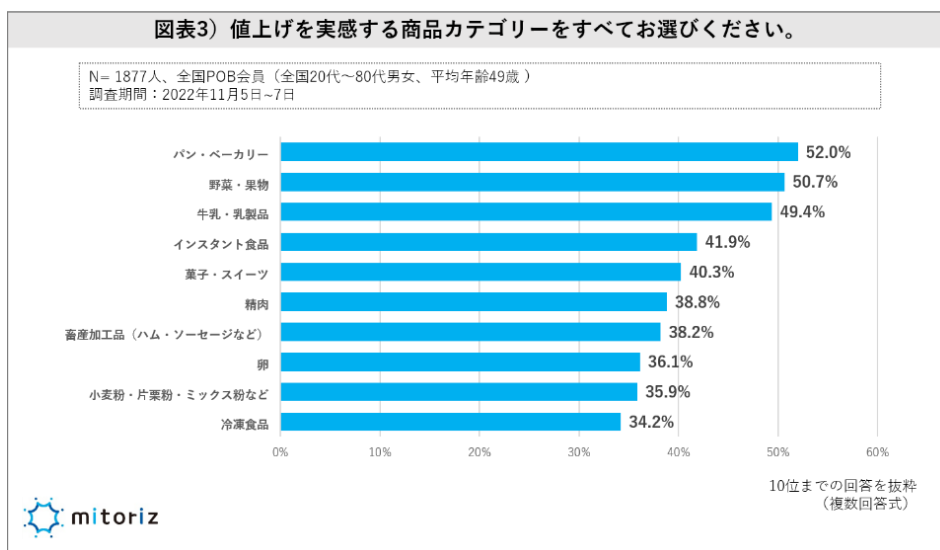
い物行動の変化」についても質問したところ、「ある」(24.9%)、「ややある」(42.0%)合わせて66.9%(1255人/全体の62.4%)が何らかの変化があったと回答しました。「店頭でお買い得な品を探すようになった」、「より安い品を求めて遠い店まで足を運ぶようになった」、「他メーカーの商品を試すようになった」といった具体的なコメントから、消費者が店頭での商品選びや買い物する店選びに於いて、今まで以上に厳しい目線を持って生活していることがわかる結果となりました(図表1)。

「60代・女性」は97%以上が値上げを実感、「20代/30代・男性」は80%台と低めに



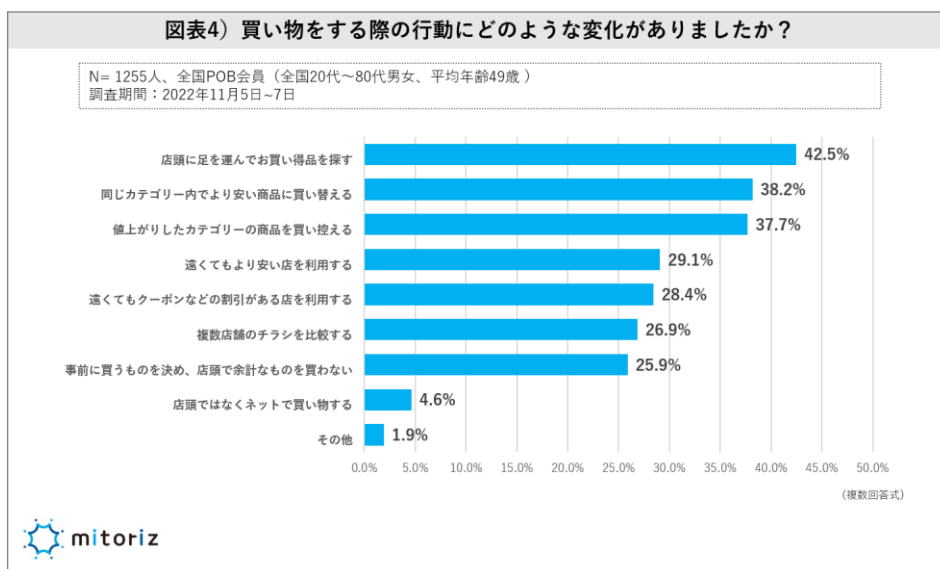
全体で93.3%が値上げを実感している高い結果となりましたが、年代・男女別で見ると年齢が上がるほど、値上げを実感している傾向が強く、60代・女性が「ある」「ややある」の合計で97.3%と最も高く、また男性は女性よりも低い傾向があり、とくに男性の20代と30代は80%台と低い結果となりました(図表2)。

値上げを実感する商品は「パン・ベーカリー」がTOPも幅広いカテゴリーで値上げを実感



「値上げを実感する」と回答した1877人を対象に「値上げを実感する商品カテゴリー(複数回答式)」を質問したところ、「パン・ベーカリー」(52.0%)と「野菜・果物」(50.7%)のみが過半数を超えて値上げを実感されている商品となりましたが、上位10カテゴリーはいずれも30%を超えており、幅広い商品カテゴリーで値上げが実感されていることがわかります(図表3)。

最も多い買い物行動の変化は「店頭でお買い得品を探す」



「買い物行動に変化あり」と回答した1255人に「どのような変化があったか（複数回答式）」と質問したところ、「店頭で足を運んでお買い得品を探す」（42.5%）が最も多い結果となりました。具体的には「特売や割引シールが貼られた品を探すようになった。（女性・30代）」、「値引き品など、その日安い食材で献立を考える（女性・30代）」、「お店の中を以前よりぐるぐる周り、安い物を探す様になった。（女性・50代）」といったコメントが上がってきています（図表4）。

今後、商品を買ってもらうには、店頭で商品の魅力をアピールする店頭活動がより重要に

値上げが続く中、リアル店舗への店頭回帰の傾向は強まっており、店頭で消費者に「買いたい」と思わせるには、商品の魅力を今まで以上にアピールするための店頭活動がより重要になりそうです。

【アンケート調査概要】

調査期間：2022年11月5日～7日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）

POB会員（全国20～80代男女・平均年齢49歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：2012件）

■ mitorizは年間20万店舗以上でメーカーの店頭活動をサポートするラウンダーサービスを提供

mitorizでは10万人以上の登録キャストネットワークを活かし、ドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など、年間227,537店舗（2021年度実績）の店頭構築をサポートしております。この豊富なラウンダー業務実績が強みであり、138カテゴリ-350社を超える企業様にサービスを導入して頂いております。登録キャストネットワークには主婦を中心にラウンダー業務の経験者が多数在籍。各消費財メーカーの退職スタッフも積極的に採用しており、高品質の店頭活動を実現させています。

■企業様のニーズに合わせて「人材派遣型」または「業務委託型」の2パターンで対応可能

《人材派遣型》

ラウンダースタッフに対して、直接的に業務指示を出したい場合におすすめ。豊富な業務実績で培った提案力で、業種や予算や商材など要件に応じた最適なラウンダー人材を派遣致します。派遣期間・時間も長期・短期・フルタイム・パートタイムとニーズに合わせてご相談を頂けます。

ラウンダー人材バンク：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/rounder/>

《業務委託型》

全国規模の店頭活動を定期・スポット、契約社員、個人事業主を組み合わせ、柔軟かつ費用対効果の高いラウンダー活動が可能です。派遣型と違い、直接的に業務指示を出すことはできませんが、案件ごとに経験豊富な運営スタッフによる事務局を設置し、ラウンダー活動の効果を最大化するための運営体制を整えております。

■店頭での試食やサンプリングなど「推奨販売・デモンストレーション販売」サービスも提供

mitorizスタッフがクライアント様の商品の販売員となり、商品を紹介するサービス。食品・総合スーパー、ドラッグストア、商業施設、展示会での試食や試飲、サンプリングを行い、消費者に直接、商品特性や使用方法をアピール。100,000店舗/年間を超える豊富な業務経験によりあらゆる販売活動に対応が可能です。

推奨販売・デモンストレーション販売：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/demonstration/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社mitoriz LDS部 田澤（たざわ）／眞柄（まがら）

TEL：03-6328-3636 FAX：03-6328-3631 MAIL：contact@mitoriz.co.jp

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@mitoriz.co.jp

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

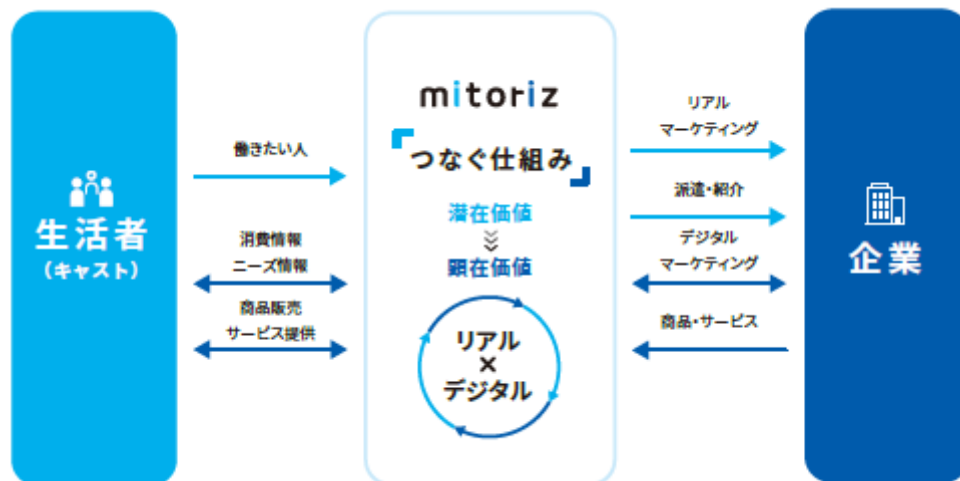
※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【株式会社mitoriz】

株式会社mitorizは、ソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として2004年7月に設立（ソフトブレン・フィールド株式会社）。2022年1月1日に、ソフトブレン・フィールド株式会社から株式会社mitorizに社名変更。

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。



株式会社mitorizは、ソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として2004年7月に設立（ソフトブレン・フィールド株式会社）。2022年1月1日に、ソフトブレン・フィールド株式会社から株式会社mitorizに社名変更。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、価値を提供することで、社会課題をビジネスを通じて解決し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

事業コンセプト：<https://www.mitoriz.co.jp/business/>

mitorizブランドについて：<https://www.mitoriz.co.jp/about/>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博