

「たまご」を安価に購入可能なドラッグストアの利用が1.6倍以上に！ 昨今の価格高騰に対して9割が値上げを実感、「価格」重視の傾向強まる！

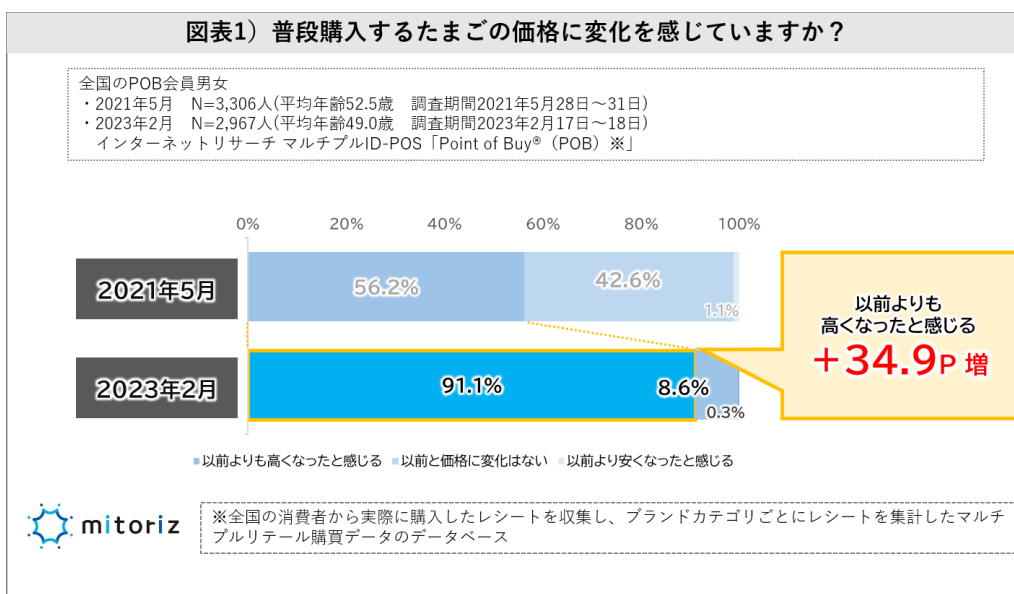
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員2,967人に「たまごの値上げに関する調査」を実施致しました。

2022年から続く食品をはじめとした様々な商品の値上げラッシュの中、餌代の高騰や鳥インフルエンザの影響を受け、「物価の優等生」と言われていた「たまご」の価格も卸売価格が過去最高を更新するなど高騰しています。食卓に欠かせない「たまご」の価格高騰に対して消費者がどう感じているのか、前回2021年に実施した調査との比較も交え、リアルな声に迫ります。

《調査サマリー》

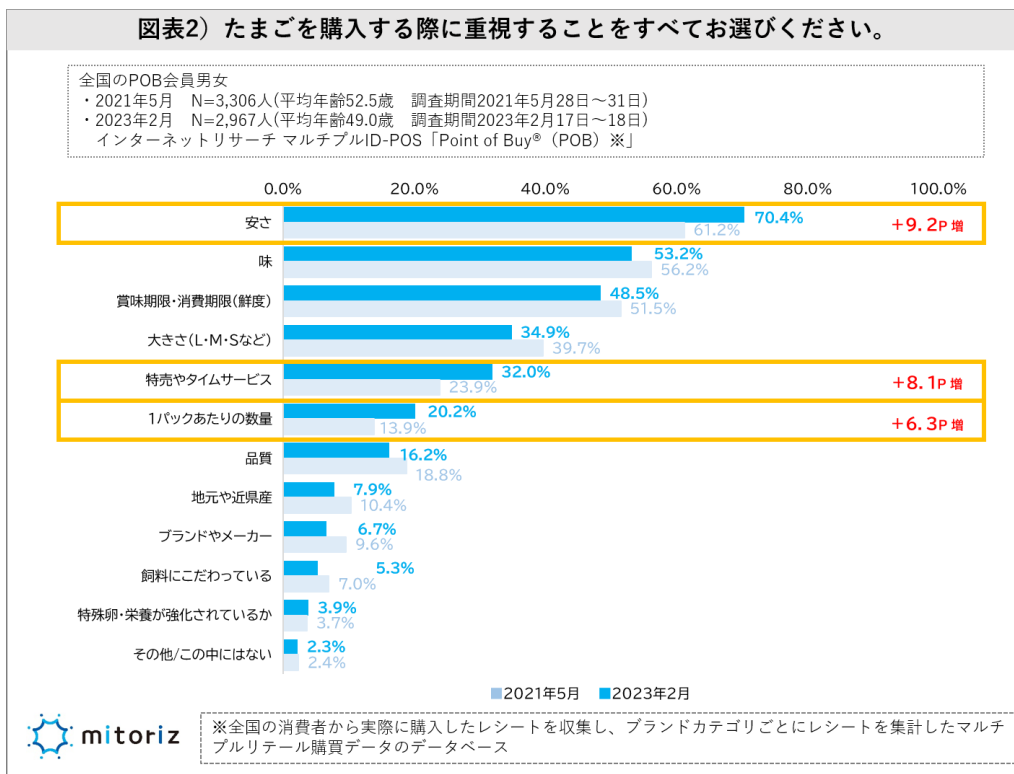
- ・9割の人が以前よりたまごの価格が高くなったと感じている（2021年比較で35%増）
- ・購入時に最も重視しているポイントは「価格」「量」に関する回答が増加傾向
- ・購入先はドラッグストアを利用する人が前回調査時より1.6倍（+11P）に増加
- ・高騰が続いても「値段を気にしない」「安いお店を探す」など、買い控えせず9割の人が「買う」と回答
- ・好きなたまご料理／よく作るたまご料理は「目玉焼き」がどちらもトップ

「以前よりたまごが高くなった」と感じている人は2年で56.2%⇒91.9%に増加



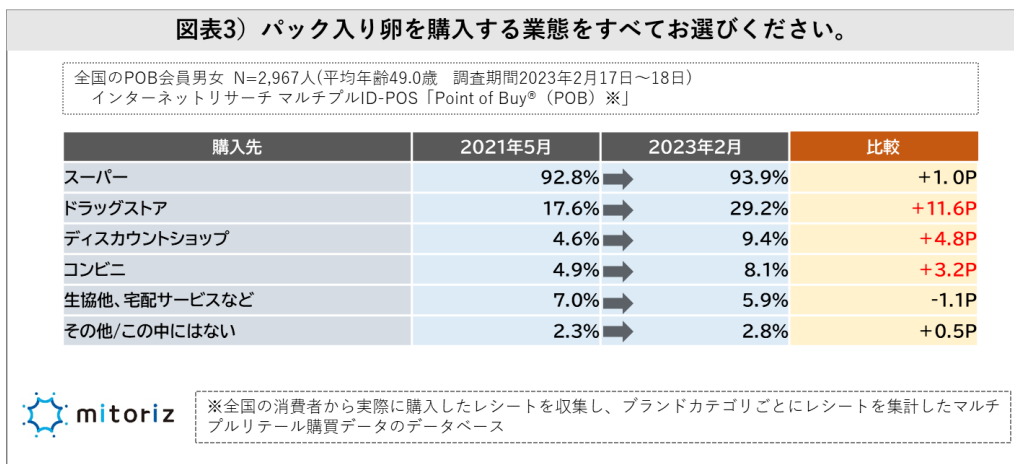
「普段購入しているたまごの価格に変化を感じているか」を尋ねたところ、91.9%の人が「以前よりも高くなったと感じる」と回答しました。2021年5月に調査した際の56.2%と比較すると、+34.9Pも増加しており、たまごの値上がりを感じている人が、この2年で格段に増えていることがわかりました。

購入時に重視するポイントは「価格」と「数量」に関する回答が増加傾向



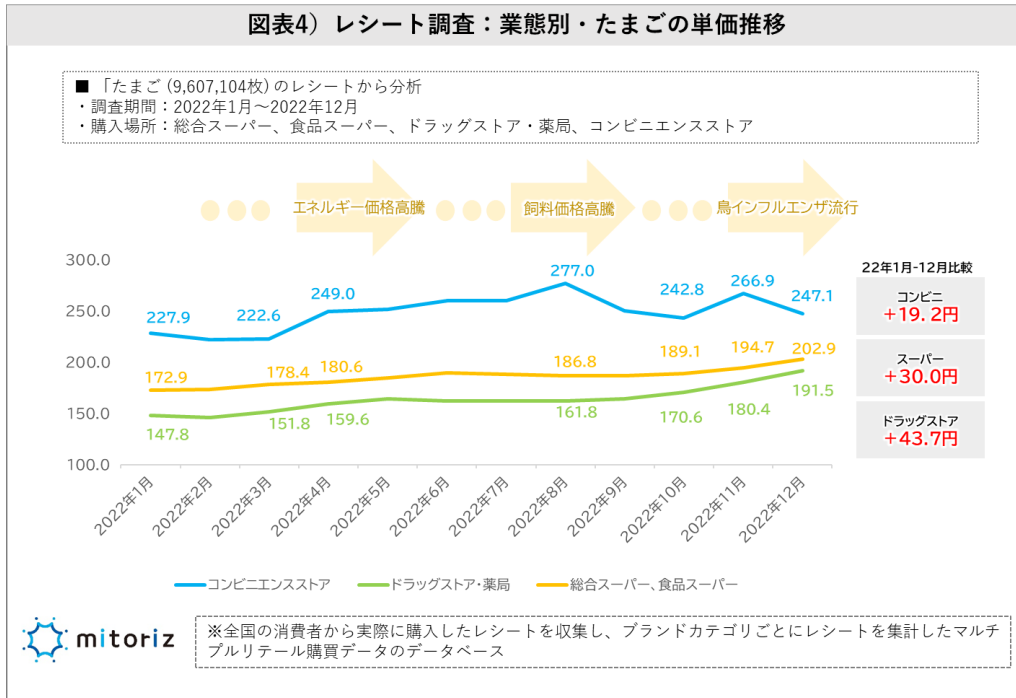
続いて「たまごを購入する際に重視すること」を尋ねたところ、「安さ(70.4%)」が最も多い回答となり、次いで「味(53.2%)」、「賞味期限・消費期限(鮮度)(48.5%)」という結果となりました。前回調査からの伸び率で見ると「安さ(+9.2P)」、「特売やタイムサービス(+8.1P)」、「1パックあたりの数量(+6.3P)」が上位を占めており、以前よりも「価格」や「数量」を重視する人が増加傾向にありそうです(図表2)。

ドラッグストアでの購入が目立って増えており、ディスカウントショップ、コンビニもともに伸長



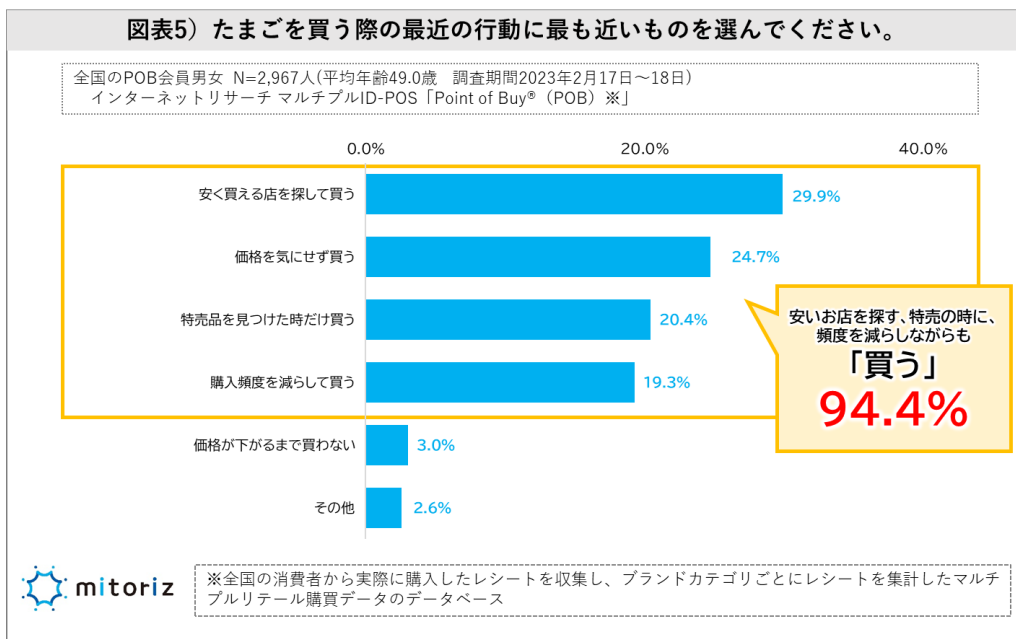
「たまごを購入する業態」について尋ねたところ、最も多い購入先は「スーパー（93.9%）」でしたが、前回と比較すると、「ドラッグストア（+11.6P）」、「ディスカウントショップ（+4.8P）」、「コンビニ（+3.2P）」などの食品スーパー以外の業態の購入比率が伸長しており、購入先は以前よりも多様化しているようです（図表3）。なかでもドラッグストアは前回調査の1.6倍超となる30%近い割合となっており、ドラッグストアを利用する人が増えていることがわかります。

◆レシート分析・たまごの平均単価はドラッグストアが最も安い



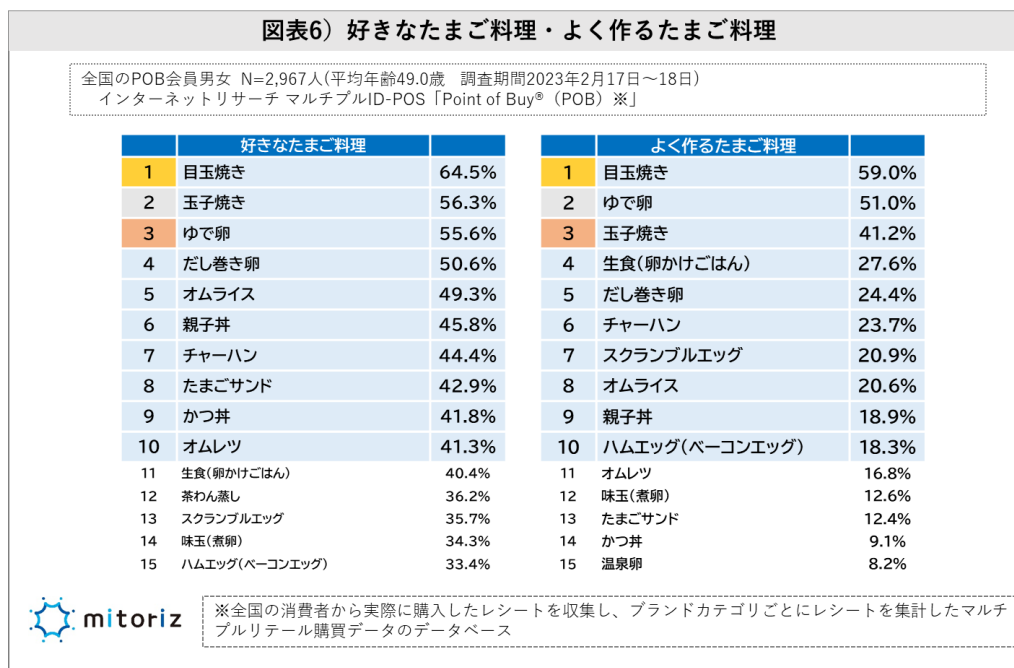
さらにレシートデータ（POBデータ）から分析し、たまごの単価推移を「コンビニ」「スーパー」「ドラッグストア」の3業態で比較したところ、全体的には値上がりをしているものの、平均単価が最も安いのはドラッグストアという結果となりました（図表4）。「価格」を重視する人が増加傾向にある中で、たまごを安価で購入できる点が、ドラッグストアが購入先として伸長した一因と考えられます。

たまごは食卓の必需品！価格高騰が続いても買い控えはせず9割の人が「買う」と回答



値上がり受けての「最近のたまごを買う際の行動」について尋ねました。最も多かった回答は「安く買える店を探して買う（29.9%）」ですが、「価格を気にせず買う（24.7%）」が2番目に続きました。「特売を見つけた時だけ買う（20.4%）」や「購入頻度を減らして買う（19.3%）」も合わせると、94.4%という結果となり、値上がりしたから「たまごを買わない」という人は非常に少なく、たまごがいかに食卓に欠かせない食材であるかがわかりました（図表5）。

好きな卵料理／よく作る卵料理は「目玉焼き」がどちらもトップ！「玉子焼き」「ゆで卵」も人気



「好きなたまご料理」と「よく作るたまご料理」について尋ねたところ、両方で「目玉焼き」がトップという結果となりました。どちらも上位3位までを「目玉焼き」「玉子焼き（好き2位／よく作る3位）」「ゆで卵（好き3位／よく作る2位）」が占めており、定番の3品といえそうです。また、好きな方では11位の「生食（卵かけごはん）」がよく作るでは4位に入っており、よく作るたまご料理は比較的手軽に調理が可能な料理が上位に来ている傾向がありそうです（図表6）。

【アンケート調査概要】

調査期間：2023年2月17日～18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（平均年齢49.0歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：2967件）

消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

「mitoriz」の保有するレシートデータの特徴

属性情報を取得しているmitorizの登録会員より、専用サイトを通じてレシートデータの提供を受けています。また「企業の商品企画やマーケティングに生かすという目的」で、データの利用許諾を取得済みです。mitorizは、国内の1,000社を超える流通店舗を横断した膨大なレシートデータを取得・整備しています。これにより、従来のPOS・ID-POSデータから得る購買データでは捉えきれない、流通店舗を横断した、ユーザーの購買行動を把握することが可能です。

「Point of Buy®」 <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

【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

【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

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

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

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

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。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、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。