

『宅配トドック』に関するアンケート ～コロナが組合員の買い物チャンネルに与えた影響 および「宅配トドック」に対する評価について～

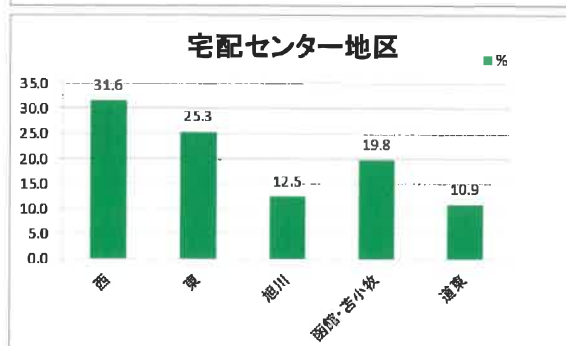
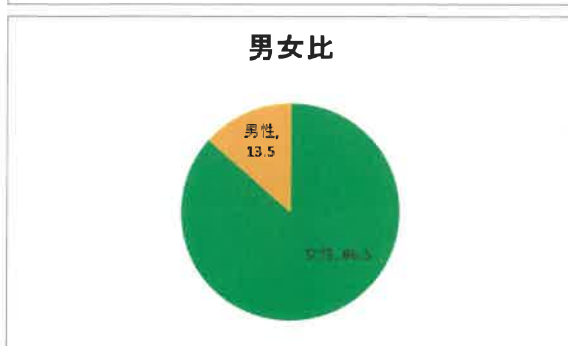
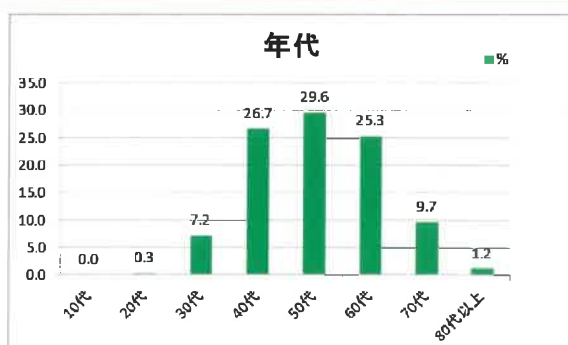
2020年7月9日

コープさっぽろ マーケティング部

(作成者：マーケティング部 畑山美奈子)

調査概要

- ・ 調査対象者：コープさっぽろ WEBアンケートモニター
- ・ 調査期間：2020.6.30（火）～7.6（月）
- ・ 回答者数：3,590名



アンケートの気づき

【1. 普段利用するお店】

- ・コープ店舗、スーパーマーケットの利用は約8割！ 特に、コープ店舗はシニア世代が利用。宅配トドックやドラッグストア、コンビニの利用は4～5割程度。
- ・若年層は、他スーパー、ドラッグストア、コンビニなど用途別に使い分け！
- ・コンビニ利用は高年齢化の傾向あり。

【2. 2020年2月以降の利用状況（店舗系以外）】

- ・コープ宅配に関しては、約4割が利用頻度は変わらないと回答。（実態は、1回あたりの注文数が増加）。利用していない方の新規開拓と他宅配企業流出への防止策必要。
- ・ネット通販に関しては、利用頻度が増えた方が約1割。手軽さから若年層の利用が多いことから、今後もコロナ渦での利用は増える可能性あり
- ・デリバリーの新規利用者は約3%！ 6月に札幌にフードデリバリー「Wolt」が参入。今後の配達地域拡大の際は注意する必要あり！

【3. コープ宅配の良い点】

- ・「自宅まで商品を配送」に関しては全世代に高評価！「地域限定・宅配トドック限定」商品といった宅配でしか手に入らない商品へのプレミア感もミドルシニア以上に評価が高い！

【4. コープ宅配の不満点】

- ・「価格の高さ」に対する指摘大多数。その他「品切れや在庫状況・品揃え」など商品への不満はミドルシニア世代、「商品の見つけやすさ・使いづらさ」はネット通販に慣れている若年層の不満要素。

【5. コープ宅配に期待する事】

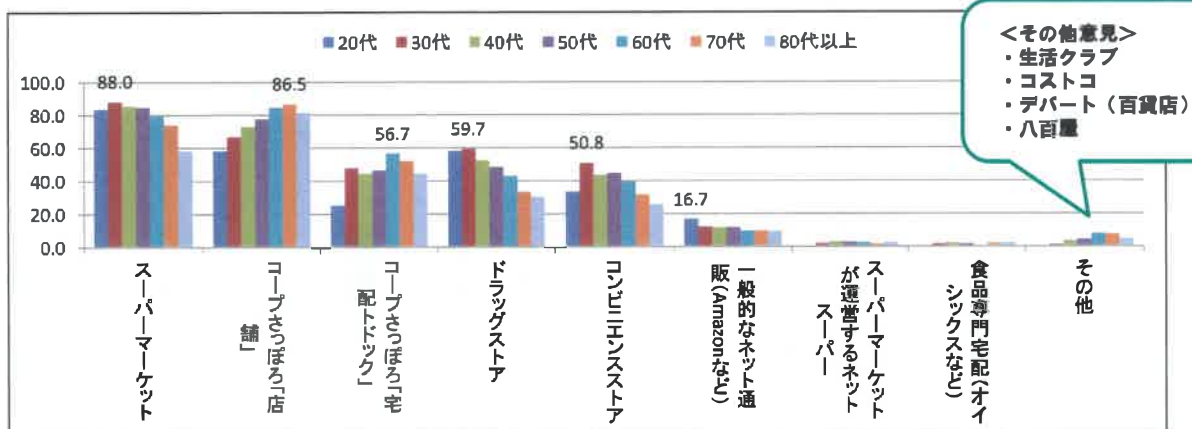
- ・一番はやはり「価格の安さ」！ 次に、「地域・宅配限定商品」の充実！
- ・小容量・大容量といった要望は、世代毎に意見が異なることから、各家庭のニーズに合わせた商品の品揃えが求められている。

1. 普段利用するお店

Q1.あなたが普段『食品』を購入する為に、月1回以上利用する「お店」もしくは「宅配」を選択肢より全てお選びください。

- ◆コープ店舗やスーパーマーケットを約8割の方が普段から利用。宅配トドックやドラッグストア、コンビニの利用は4～5割程度。
- ◆年代別にみると、コープ店舗や宅配の利用はシニア世代が多いが、30代は他スーパーやドラッグストア・コンビニの利用が高く、目的別に買い回っている傾向がある。
- ◆コンビニの利用に関しては、50代以上も比較的に利用しており、外出自粛中での調査も要因の一つではあるが、高年齢化傾向あり。

No.	カテゴリ	実数	%
1	スーパーマーケット	2959	82.4
5	コープさっぽろ「店舗」	2809	78.2
6	コープさっぽろ「宅配トドック」	1760	49.0
4	ドラッグストア	1697	47.3
3	コンビニエンスストア	1506	41.9
7	一般的なネット通販(Amazonなど)	392	10.9
9	その他	181	5.0
2	スーパーマーケットが運営するネットスーパー	92	2.6
8	食品専門宅配(オイシックスなど)	48	1.3
10	月1回以上食品を購入する場所はない	26	0.7
	サンプル数(%ベース)	3590	100



<その他意見>
 ・生活クラブ
 ・コストコ
 ・デパート(百貨店)
 ・八百屋

2. 2020年2月以降の利用状況（店舗系以外）

Q2.以下の場所での『食品』の購入について、2020年2月以降のあなたの利用状況についてあてはまるものをお選びください。

【宅配ドック】

- ・コロナによる外出自粛期間中により、10%程度の方が利用頻度が増えたと回答。
- ・利用頻度は変わらないと答えた方(42%)は、実際には宅配の受注も増えていたことから、1回あたりの注文数が増えたと推察される。
- ・宅配を利用していない方(44%)については、今後の新規利用及び他宅配企業への流出防止策も必要。

【スーパーが運営するネットスーパー】

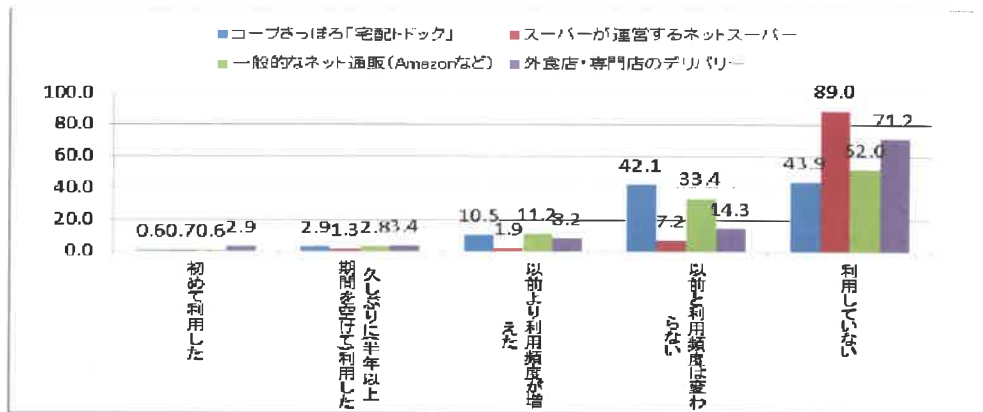
- ・利用頻度が増えた方はわずか2%。受注を一時中止していたのも影響大。

【ネット通販(Amazonなど)】

- ・約10%の方が利用頻度が増えたと回答。今後もコロナの影響で、利用が増えていく可能性あり!

【外食店・専門店のデリバリー】

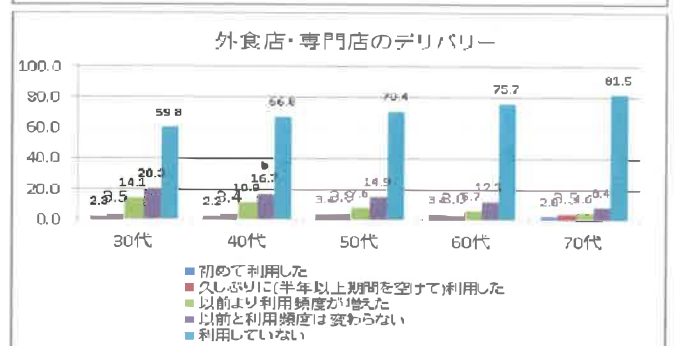
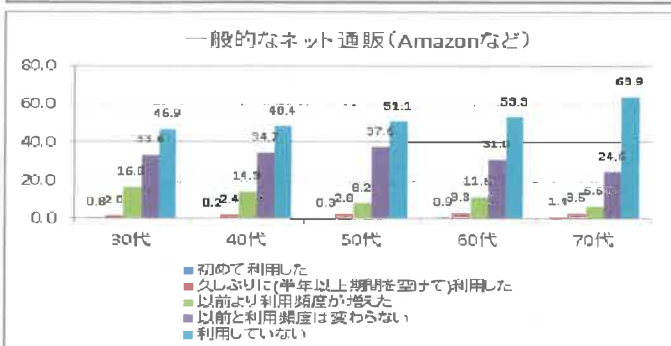
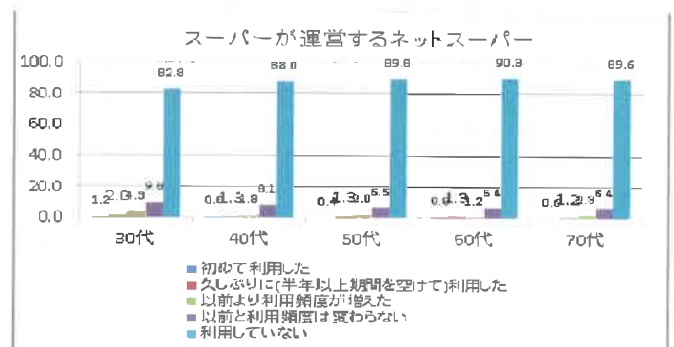
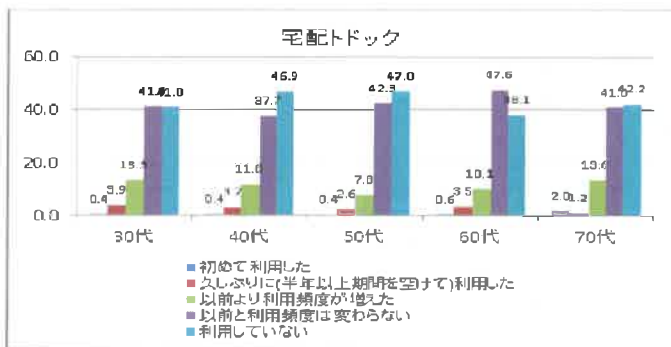
- ・初めて利用した方は約3%であるが、今年6月より札幌にフードデリバリー「Wolt」が参入し、物珍しさから徐々に利用が増える可能性あり。まだ配達地域が限定的ではあるが、有名店が参入していることもあり、今後の配達地域拡大によっては競合となる可能性あり。



2. 2020年2月以降の利用状況（店舗系以外）※年代別比較

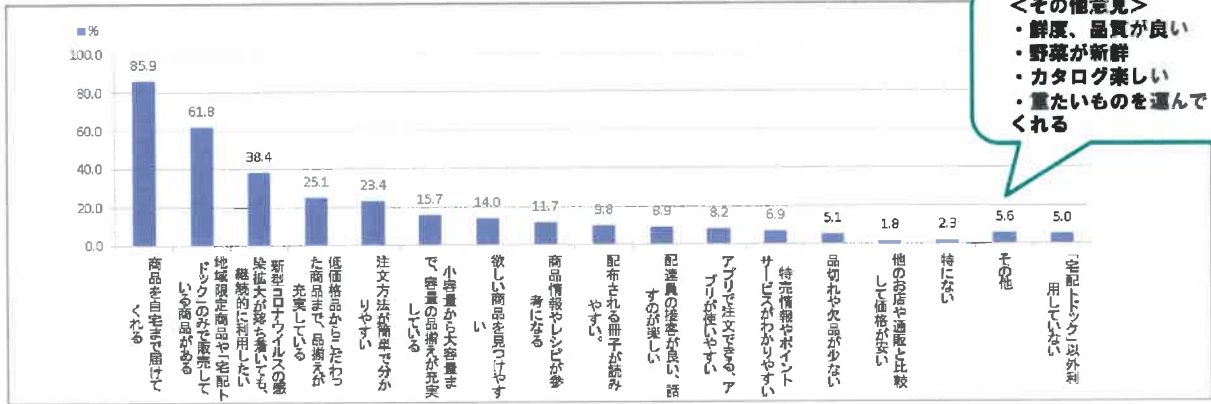
Q2.以下の場所での『食品』の購入について、2020年2月以降のあなたの利用状況についてあてはまるものをお選びください。

コロナ禍での、宅配ドックの「新規」利用は、シニア世代が微増。
「久しぶりに利用した」若年層に継続利用してもらうため、離脱防止策は必要！



3. 宅配トドックの良い点

Q3.2020年2月以降の食品の購入で、コープさっぽろの「宅配トドック」を利用した事があると回答した方にお伺いします。「宅配トドック」を利用した食品購入に関して、他のお店や通販と比較して、あなたが良いと思う内容を、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)



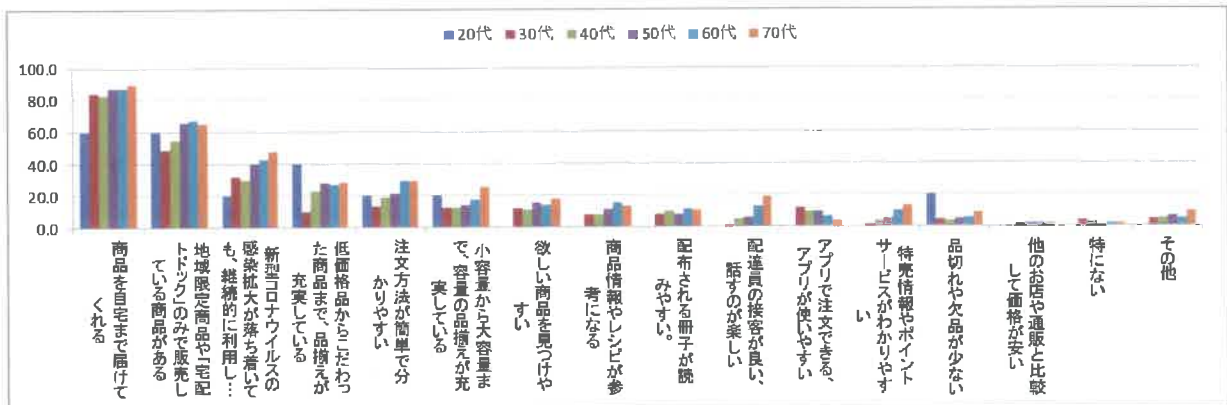
＜その他意見＞
 ・鮮度、品質が良い
 ・野菜が新鮮
 ・カタログ楽しい
 ・重たいものを運んでくれる

◆「自宅まで配送してくれる」ことについての評価が約9割！
 ◆「地域限定商品」や「宅配トドック限定商品」への評価も高く、宅配トドックを利用することによるメリットを重視！
 ◆ただし、「コロナ終息後の利用継続」に関しては、約4割にとどまっていることから、宅配トドックへの不満点や期待すること等をクリアしていくことで、一過性の利用者の離脱防止策に！

カテゴリ	実数	%
商品をお自宅まで届けてくれる	1720	85.9
地域限定商品や「宅配トドック」のみで販売している商品がある	1238	61.8
新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いた後も、継続的に利用したい商品がある	768	38.4
注文方法が簡単で分かりやすい	503	25.1
小容量から大容量まで、容量の品揃えが充実している	468	23.4
欲しい商品を見つけやすい	281	14.0
商品情報やレシピが参考になる	234	11.7
配達員の接客が良い、話すが楽しい	197	9.8
配布される冊子が読みやすい	178	8.9
アプリで注文できる、アプリが使いやすい	165	8.2
特売情報やポイントサービスがわかりやすい	138	6.9
品切れや欠品が少ない	102	5.1
他のお店や通販と比較して価格が安い	36	1.8
特になし	46	2.3
その他	113	5.6
「宅配トドック」以外利用していない	100	5.0
サンプル数 (% ベース)	2002	100

3. 宅配トドックの良い点 ※年代別

Q3.2020年2月以降の食品の購入で、コープさっぽろの「宅配トドック」を利用した事があると回答した方にお伺いします。「宅配トドック」を利用した食品購入に関して、他のお店や通販と比較して、あなたが良いと思う内容を、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)



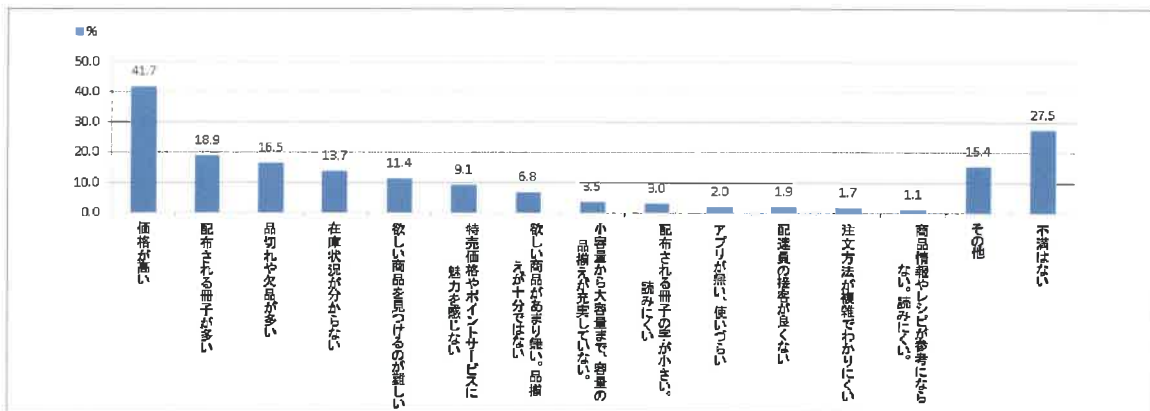
◆「自宅までの配送」については、どの年代も高評価！
 ◆「地域限定商品」や「宅配トドック限定商品」への評価は、特に50代以上が高い。
 ◆30～40代は「アプリでの注文」を重要視。
 ◆60～70代は、「注文方法のわかりやすさ」と「特売やポイントサービスのわかりやすさ」、「配達員の接客の良さ」に評価が集まった。

年代	全体	商品をお自宅まで届けてくれる	地域限定商品や「宅配トドック」のみで販売している商品がある	新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いた後も、継続的に利用したい商品がある	注文方法が簡単で分かりやすい	小容量から大容量まで、容量の品揃えが充実している	欲しい商品を見つけやすい	商品情報やレシピが参考になる	配達員の接客が良い、話すが楽しい	配布される冊子が読みやすい	アプリで注文できる、アプリが使いやすい	特売情報やポイントサービスがわかりやすい	品切れや欠品が少ない	他のお店や通販と比較して価格が安い	特になし	その他	「宅配トドック」以外利用していない
全体	2002	1720	1238	768	503	468	281	234	197	178	165	138	102	36	46	113	100
10代	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20代	5	3	3	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
30代	151	127	74	48	16	20	18	12	12	2	19	3	7	1	6	7	3
40代	503	417	275	150	115	86	62	55	38	50	24	48	18	16	9	15	24
50代	580	487	389	222	155	120	78	87	84	45	34	52	31	27	12	9	35
60代	561	488	378	240	160	164	98	77	87	84	73	37	58	31	10	11	28
70代	200	176	130	88	57	59	51	35	27	21	38	8	27	16	4	1	15
80代以上	21	19	11	11	9	8	8	5	5	3	2	3	2	0	1	0	8
全体	100	85.9	61.8	38.4	25.1	23.4	14.0	11.7	9.8	8.9	8.2	6.9	5.1	1.8	2.3	5.6	5.0
10代	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	100	60.0	60.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
30代	100	84.1	48.6	31.8	13.2	12.8	11.8	7.8	7.8	1.3	11.9	2.0	4.8	0.7	4.0	4.8	4.8
40代	100	82.9	54.7	29.8	18.1	12.3	10.8	7.8	8.9	4.8	9.5	3.8	3.2	1.8	3.0	4.8	6.0
50代	100	87.0	65.8	39.8	27.7	21.4	19.9	15.5	11.4	8.0	8.1	9.3	5.5	4.8	2.1	1.8	6.3
60代	100	87.0	67.9	42.8	26.7	28.2	17.5	13.7	15.5	11.4	13.0	8.0	10.0	5.5	1.8	2.0	5.0
70代	100	89.5	85.8	48.0	28.5	29.5	25.5	18.0	19.5	19.0	4.0	13.5	8.0	2.0	0.5	9.5	7.5
80代以上	100	90.5	92.4	52.4	42.9	38.1	28.8	22.0	22.8	38.1	9.5	14.2	9.5	0.0	4.8	0.0	14.3

*20代・80代以上については、回答数が少ないため参考値

4. 宅配トドックの不満点

Q4.2020年2月以降、食品の購入でコープさっぽろ「宅配トドック」を利用した事があると回答した方にお伺いします。「宅配トドック」を利用した食品購入に関して、他のお店や通販と比較して、あなたが不満に感じている内容を、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)

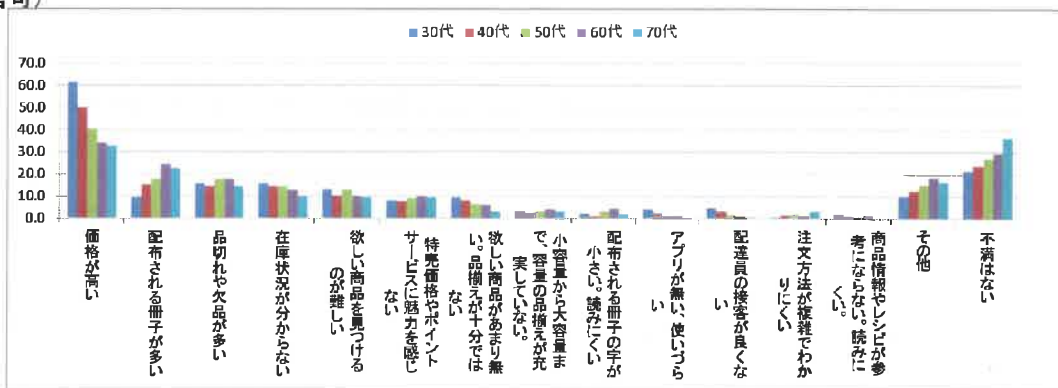


- ◆「価格が高い」ことに対する不満が約4割！
続いては「配布される冊子の多さ」。
- ◆その他、1~2割程度の方が「品切れが多い」「在庫状況がわからない」「欲しい商品を見つけるのが難しい」など、欠品や容量の品揃えに対する不満がある。
- ◆ネット通販などのように、瞬時に在庫状況がわかる仕組みを求められている。

カテゴリ	実数	%
価格が高い	812	41.7
配布される冊子が多い	367	18.9
品切れや欠品が多い	321	16.5
在庫状況が分からない	287	13.7
欲しい商品を見つけるのが難しい	221	11.4
特売価格やポイントサービスに魅力を感じない	177	9.1
欲しい商品があまり無い。品揃えが十分ではない	133	6.8
小容量から大容量まで、容量の品揃えが充実していない	68	3.5
配布される冊子の字が小さい。読みにくい	58	3.0
アプリが無い、使いづらい	38	2.0
配達員の接客が良くない	36	1.9
注文方法が複雑でわかりにくい	33	1.7
商品情報やレシピが参考にならない。読みにくい	22	1.1
その他	300	15.4
不満はない	534	27.5
サンプル数 (% ベース)	1945	100

4. 宅配トドックの不満点 ※年代別

Q4.2020年2月以降、食品の購入でコープさっぽろ「宅配トドック」を利用した事があると回答した方にお伺いします。「宅配トドック」を利用した食品購入に関して、他のお店や通販と比較して、あなたが不満に感じている内容を、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)



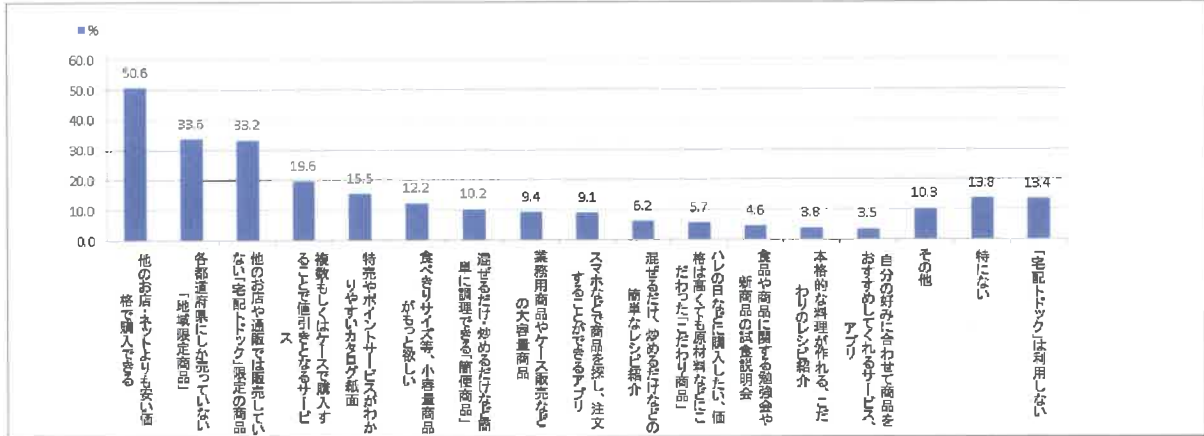
- ◆「価格の高さ」については、どの年代も不満ポイント！
- ◆「配布数される冊子が多い」点は、60代以上が指摘している。
- ◆「欲しい商品がない」「品揃えの不十分さ」など商品全体への不満は30~40代に多い。
- ◆また、「商品の見つけやすさ」や「使いづらさ」については、ネット通販に慣れている若年層の不満要素になっている。

	全体	欲しい商品があまり無い。品揃えが十分ではない	小容量から大容量まで、容量の品揃えが充実していない	価格が高い	商品情報やレシピが参考にならない。読みにくい	配達員の接客が良くない	特売価格やポイントサービスに魅力を感じない	配布される冊子が多い	配布される冊子の字が小さい。読みにくい	注文方法が複雑でわかりにくい	欲しい商品を見つけるのが難しい	アプリが無い、使いづらい	品切れや欠品が多い	在庫状況が分からない	その他	不満はない
全体	1945	133	68	812	22	36	177	367	58	33	221	38	321	287	300	534
10代	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20代	4	2	2	3	0	0	2	1	0	0	0	3	1	1	1	0
30代	145	14	5	89	3	7	12	14	3	1	19	6	23	23	15	31
40代	484	39	13	241	6	15	38	78	5	7	50	13	70	71	61	115
50代	547	36	17	222	5	9	50	97	18	10	73	9	67	79	83	148
60代	552	35	23	188	8	4	56	136	26	6	56	8	99	71	102	162
70代	192	6	6	63	0	1	18	43	4	6	18	1	25	19	32	70
80代以上	21	1	2	6	0	0	1	3	2	1	2	0	3	3	8	8
全体	100	6.8	3.5	41.7	1.1	1.9	9.1	18.9	3.0	1.7	11.4	2.0	16.5	13.7	15.4	27.5
10代	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	100	50.0	50.0	75.0	0.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	75.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
30代	100	9.7	3.4	61.4	2.1	4.8	8.3	8.7	2.1	0.7	13.1	4.1	15.9	15.9	10.3	21.4
40代	100	6.1	2.7	49.9	1.2	3.1	7.9	15.1	1.0	1.4	10.3	2.7	14.5	14.7	12.6	23.9
50代	100	6.6	3.1	40.6	0.9	1.8	8.1	17.7	3.3	1.8	13.3	1.8	17.7	14.4	15.2	27.1
60代	100	6.3	4.2	34.1	1.4	0.7	10.1	24.6	4.7	1.4	10.1	1.4	17.9	12.9	18.5	29.3
70代	100	3.1	3.1	32.8	0.0	0.5	9.4	22.4	2.1	3.1	9.4	0.5	14.6	9.9	16.7	36.5
80代以上	100	4.8	9.5	28.0	0.0	0.0	4.8	14.3	9.5	4.8	9.5	0.0	14.3	14.3	28.0	38.1

※ 20代・80代以上については、回答数が少ないため参考値

5. 宅配トドックへ期待する事

Q5. コープさっぽろ「宅配トドック」に、どのような商品・サービス・機能があれば利用してみたいと思いますか？ また利用し続けたいと思いますか？ あなたが「宅配トドック」に期待することや希望することを、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)

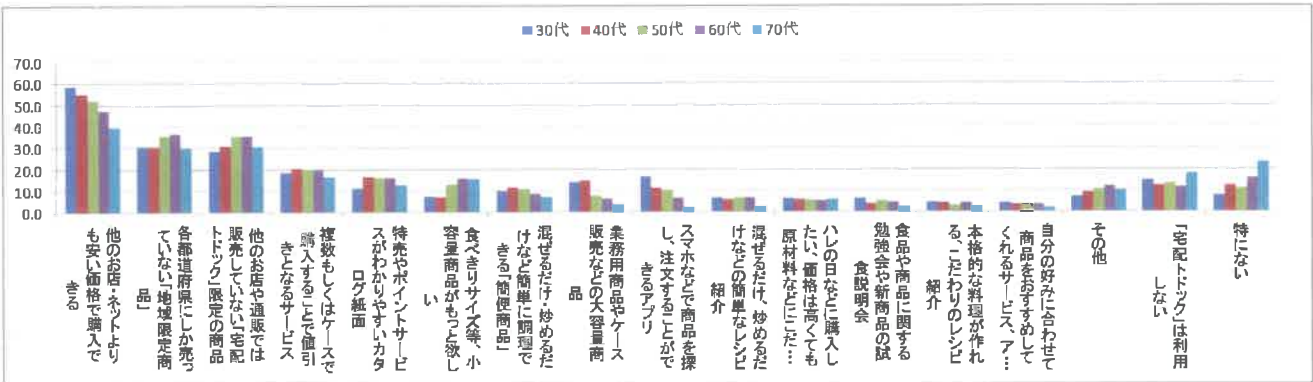


- ◆価格に対するご意見が一番多く、約5割の方が「他社よりも安くしてほしい」と要望。
- ◆続いては「地域限定商品」「宅配トドック限定商品」の充実。
- ◆「継続による値引き」や「特売・ポイントサービス」など、宅配トドックを利用していることへの特典を希望される方も多い。
- ◆又、「小容量商品」や「簡便商品」など、少人数世帯向けや共働き世帯など、各家庭のニーズに合った商品の品揃えが求められている。

カテゴリー	実数	%
他のお店・ネットよりも安い価格で購入できる	1815	50.6
各都道府県にしか売っていない「地域限定商品」	1205	33.6
他のお店や通販では販売していない「宅配トドック」限定の商品	1192	33.2
複数もしくはケースで購入することで値引きとなるサービス	702	19.6
特売やポイントサービスがわかりやすいカタログ紙面	556	15.5
食べ盛りサイズ等、小容量商品がもっと欲しい	438	12.2
混ぜるだけ・炒めるだけなど簡単に調理できる「簡便商品」	367	10.2
業務用商品やケース販売などの大容量商品	338	9.4
スマホなどで商品を探し、注文することができるアプリ	326	9.1
混ぜるだけ、炒めるだけなどの簡単なレシピ紹介	221	6.2
ハレの日などに購入したい、価格は高くても原材料などにこだわった「こだわり商品」	203	5.7
食品や商品に関する動画や新商品の試食説明会	184	4.6
本格的な料理が作れる、こだわりのレシピ紹介	136	3.8
自分の好みに合わせて商品をおすすめしてくれるサービス、アプリ	126	3.5
その他	369	10.3
特にない	494	13.8
「宅配トドック」は利用しない	482	13.4
サンプル数(％ベース)	3590	100

5. 宅配トドックへ期待する事 ※年代別

Q5. コープさっぽろ「宅配トドック」に、どのような商品・サービス・機能があれば利用してみたいと思いますか？ また利用し続けたいと思いますか？ あなたが「宅配トドック」に期待することや希望することを、選択肢より全てお選びください。(複数回答可)



- ◆「他社より安い」点は、どの年代にも求められている点ではあるが、特に30～40代の期待が大きい。
- ◆また若年層は「大容量」「スマホ」「簡便」といったキーワードがカギ！
- ◆「地域・宅配トドック限定商品」の充実、50～60代のニーズが高い。
- ◆「小容量」商品に関してはシニア世代の要望が多く、全体の結果と同じく、各家庭のニーズに合わせた商品の品揃えが求められている。

年代	全体	他のお店・ネットよりも安い価格で購入できる	各都道府県にしか売っていない「地域限定商品」	他のお店や通販では販売していない「宅配トドック」限定の商品	複数もしくはケースで購入することで値引きとなるサービス	食べ盛りサイズ等、小容量商品がもっと欲しい	混ぜるだけ・炒めるだけなど簡単に調理できる「簡便商品」	業務用商品やケース販売などの大容量商品	スマホなどで商品を探し、注文することができるアプリ	混ぜるだけ、炒めるだけなどの簡単なレシピ紹介	ハレの日などに購入したい、価格は高くても原材料などにこだわった「こだわり商品」	食品や商品に関する動画や新商品の試食説明会	本格的な料理が作れる、こだわりのレシピ紹介	自分の好みに合わせて商品をおすすめしてくれるサービス、アプリ	その他	「宅配トドック」は利用しない	特にない
全体	3590	1815	1205	1192	702	556	438	367	326	221	203	184	136	126	369	482	494
10代	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20代	12	7	5	6	2	2	5	2	1	2	1	2	2	0	1	3	0
30代	258	151	79	74	48	29	19	25	38	43	17	18	18	12	11	16	20
40代	857	528	284	297	194	159	69	112	142	107	58	58	38	40	35	67	117
50代	1062	552	378	379	215	173	140	115	83	108	71	59	57	35	42	111	143
60代	909	430	334	322	180	148	143	81	59	80	81	48	42	39	31	106	107
70代	348	137	104	107	57	44	54	26	18	9	10	21	10	11	7	35	62
80代以上	43	12	11	7	6	3	8	7	2	0	3	1	1	0	1	7	11
全体	100	50.6	33.6	33.2	19.6	15.5	12.2	10.2	9.4	9.1	6.2	5.7	4.6	3.8	10.3	13.8	13.4
10代	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代	100	58.3	41.7	50.0	16.7	18.7	4.7	18.7	8.3	16.7	6.3	16.7	6.7	0.0	3.3	25.0	0.0
30代	100	56.5	30.8	28.7	18.8	11.2	7.4	8.7	14.0	6.8	6.2	6.2	4.7	4.2	7.0	20.0	7.8
40代	100	55.0	30.7	31.0	20.3	18.8	12	11.7	14.9	11.2	6.1	5.9	3.8	4.2	9.1	11.7	12.0
50代	100	62.0	36.8	35.7	20.2	16.3	13.2	10.8	7.5	10.0	6.7	5.5	5.4	3.3	4.0	10.5	13.5
60代	100	47.3	36.7	36.4	18.8	18.1	16.7	8.9	6.5	6.0	6.7	5.4	4.8	4.2	3.4	11.8	11.8
70代	100	39.4	29.8	30.7	16.4	12.8	15.5	7.2	3.7	2.9	2.8	6.0	2.9	3.2	2.0	10.1	17.9
80代以上	100	27.9	25.6	18.3	14.0	7.0	18.5	16.3	4.7	0.0	7.0	2.3	2.9	0.0	2.3	16.9	32.8

※ 20代・80代以上については、回答者数が少ないため参考値

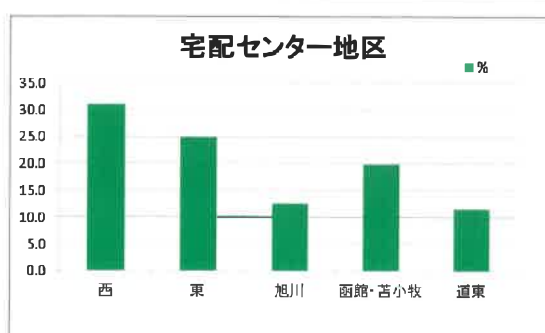
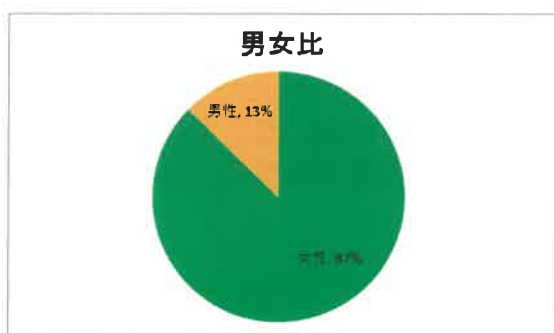
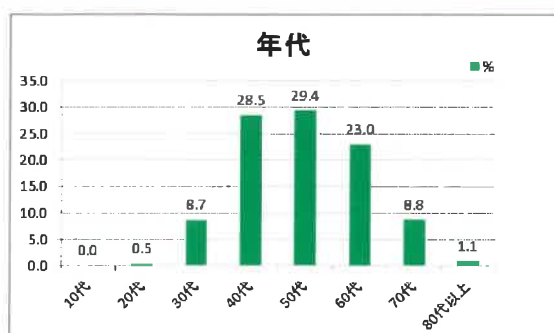
『2020年 GW（巣籠り）アンケート』

2020年5月

コープさっぽろ マーケティング部

調査概要

- 調査対象者：コープさっぽろ WEBアンケートモニター
- 調査期間：2020.5.7（木）～5.17（日）
- 回答者数：4,206名



2020年 GW調査からの気づき（回答者4,206名）

【2020年度のGW】

・今年「新型コロナウイルス」の影響で、北海道は2月末から外出自粛中ということもあり、家にこもる・家の周りで過ごすなど、例年とは全く違う休日の過ごし方となっている。

よって、今年の数値や自由意見などは、参考資料としてとらえる必要がある。

・今年アンケート結果から見えることは、巣籠りを好意的に捉え、掃除や手作り料理を楽しむ一方で、毎食3食を作ることへの疲れから、GW中はなるべく簡単に済ませたい（焼肉や市販の握り寿司、テイクアウトの利用）という姿勢も見受けられた。

【GWの休み】

・2020年は2015年と同じ曜日まわり！ 5/2(土)～5/6(水)の5連休：20%、次いで5/1(金)～5/6(水)の6連休：18%、4/29(水・祝日)～5/6(水)の8連休：12%

・2021年は5連休、もしくは7連休が多くなる予想

	4/23	4/24	4/25	4/26	4/27	4/28	4/29 昭和の日	4/30	5/1	5/2	5/3 憲法記念日	5/4 みどりの日	5/5 こどもの日	5/6	5/7
2015年	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木
2016年	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
2017年	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
2018年	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
2019年	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火
2020年	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木
2021年	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金

【GW中にしたこと】

・自宅過ごす（71%前年比122%）、ガーデニング（19%前年は選択肢なし）、バーベキュー（12%前年比84%）、子供の日の祝い（11%前年比101%）、ドライブ（9%前年比28%）、ショッピング（8%前年比27%）、映画鑑賞（6%前年比83%）

→今年「自宅過ごす」人が増加。また「ガーデニング」と答えた方も多く、家庭菜園や庭仕事など家の周りの狭い範囲での行動となっている。外出自粛を忠実に守っている様子。例年上位であった「帰省（日帰り・泊り）」については、今年はわずか3%（昨年度は24%）。

2020年 GW調査からの気づき（回答者4,206名）

【自宅での過ごし方】

・テレビ鑑賞（74%前年比117%）、掃除・洗濯（68%前年比113%）、インターネット（56%前年比152%）、休養・睡眠（42%前年比104%）、料理（40%前年比157%）、ゴロゴロ過ごす（37%前年比114%）、ビデオ・DVD鑑賞（32%前年比148%）、ガーデニング（32%前年比127%）、読書（28%前年比129%）、ゲーム（22%前年比197%）、子供と遊ぶ（21%前年比123%）、衣替え（21%前年比104%）

→テレビやインターネットを楽しむ他、普段なかなかできなかった「掃除や後片付け」をしたという意見も多かった。また、「料理をした」という意見が前年を大きく上回り、GW中だけでなく、このたびの自粛期間で「家にある材料で工夫しながら料理をした」「子供と一緒に菓子作りをした」など、自宅で料理をすることに好意的に受け止めたり、子供とのコミュニケーションが増え、食育にも繋がっているというご意見もあった。

【こどもの日の祝い】

・特別な食卓を囲んだ（49%前年比142%）、ケーキを食べた（42%前年比115%）、兜を飾った（31%前年比111%）、柏餅を食べた（28%前年比87%）、お寿司を食べた（28%前年比99%）、こいのぼりを飾った（22%前年比102%）

→今年は帰省や外食ができなかったこともあり、家で特別な食卓を囲んだ方が増加！また、「柏餅」の需要は年々下降傾向である中、「ケーキを食べた」方が増加。今年はゆっくりと菓子専門店に買いに行くことができなかった為、コープ店舗でケーキを買い、ハレの日のお祝いをした様子が伺える。

【こどもの日のメニュー】

・サラダ（37%前年比93%）、から揚げ・ザンギ（36%前年比101%）、手巻き寿司（23%前年比91%）、握り寿司（22%前年比167%）、フルーツ（21%前年比78%）、柏餅（20%前年比92%）、ホールケーキ（20%前年比133%）、ショートケーキ（18%前年比126%）

→「サラダ」や「から揚げ」が例年通り上位ではあるが、今年は「握り寿司」の需要が伸びたのが特徴的。また、最近の傾向として「ショートケーキ」の人気も高くなってきている。今年は、こいのぼり等をモチーフにした手作り料理派がいる一方で、切ったり盛り付けなどは最小限に、手間をかけずに食べられるものを購入している方もいることから、自粛期間後も外食は極力控えた生活が予想されるため、今後のお惣菜に対する訴求も効果的と思われる。

＜こどもの好きなもの＞
を集めた食卓



オムライス、エビフライ、焼き鳥、サラダ、エビチリ、ゴボウ揚げ、ザンギ

＜握り寿司＞
（回転寿司にて購入）



握り寿司、から揚げ、フライドポテト、茶碗蒸し

＜こいのぼり＞や＜兜＞
をモチーフにした手作り品



クレープやケーキ、お寿司やお稲荷さん、オムライス、春巻きの兜など、お母さんの力作の数々！

【GW中のちょっと贅沢な食卓】

・焼肉/ﾊﾞｰﾊﾞｷｬｰ（34%前年比124%）、握り寿司（28%前年比100%）、から揚げ/ザンギ（27%前年比105%）、サラダ（23%前年比91%）、刺身（22%前年比69%）、フルーツ（20%前年比90%）、肉料理（19%前年比71%）、アイス（18%前年比95%）、ショートケーキ（17%前年比111%）、ピザ（17%前年比178%）etc

→前年上位の「刺身」が今年は前年を下回り、「焼肉」の需要がUP。また「ピザ」が前年を大きく上回った。こどもの日のメニューと同様「握り寿司」や「ショートケーキ」も上昇傾向にあることから、簡単に手間をかけずに楽しめるメニューが好まれている。

＜ピザ＞



好きな具材（サラミ・照り焼きチキン、ベーコン、なす等）で手づくりピザ♪

＜焼肉/ﾊﾞｰﾊﾞｷｬｰ＞



贅沢に白老牛、牛タン・カルビ・サガリ・ソーセージなど、家族の好きなお肉で！ 家の中や外、どこでも焼肉♪

＜テイクアウト＞



ドリア、パスタ、オードブル、お寿司

【BBQ】

・今年、GW前半に天気が良かったことから、5/3（日）44%、5/2（土）27%に実施した方が多く、約7割の方が前半に、家の周りで家族で楽しんでいた模様。

＜必ず用意する食材＞

肉（ホルモン・ステーキ・焼き鳥・カルビ・サガリ・鶏肉）、野菜（トマト・ナス・アスパラ・ピーマン・シヤガイ等）、キノコ（シタケ等）、ウインナー、マッシュロ、おにぎりetc

＜オススメの食材＞

丸ごとピーマン、アルミホイルに包んだサマイ、野菜のホイル焼き、冷凍食品（コロッケ・炙焼き）、チーズ、牡蠣・ホタテ、お菓子（マッシュロ・ガトリーマム・ハイの実）etc

→家の冷蔵庫にあるものは何でも焼いて食べる、殻付きの貝類をそのまま焼く、アルミホイルに包んで焼くなど、定番のお肉以外の食材が目新しく訴求効果が期待できる!!



ホタテ、スペアリブ、ソーセージ、ツブ、アスパラ



生ラム、ジャガイモ、アスパラ、行者にんにく、もやし、にら、かぼちゃ



殻付きホタテのバターしょうゆ焼き



もんじゃ焼き



ダッチオーブンでバナナカルダモンケーキ



しいたけ・えび・なすび・手羽先・ソーセージ・サガリ肉団子・ホルモン・玉ねぎ・こまい・ビール・ワイン・ジュースおにぎり

【GW中の普段の食事】

＜朝食＞ ご飯よりもパン食が多く、卵料理がセット。

[主食] パン・食パン、ご飯・お米、シリアル

[おかず] サラダ、目玉焼き・卵焼き、納豆、ウインナー、味噌汁、焼き魚、漬物

[その他] ヨーグルト、果物（バナナ・リンゴ・イチゴ）、コーヒー、牛乳

＜昼食＞ 麺類が人気。果物やデザートと一緒に食べている。

一方、昼は食べないという方や弁当やテイクアウトで簡単に済ませる方も。

[主食] 麺類（パスタ・ラーメン・うどん・そば）、パン、ご飯、チャーハン、ピザ、おにぎり

[おかず] サラダ、漬物、煮物、焼き魚、からあげ、納豆、野菜、スープ、野菜炒め

[その他] ヨーグルト、果物（リンゴ・バナナ・オレンジ）、コーヒー、アイス、プリン、食べない、弁当、テイクアウト

＜夕食＞ ご飯料理が多く、魚や肉と合わせてボリュームのある食事！

食後にはアイスや果物・ケーキなど嗜好品を食されている。

[主食] ご飯・お米、パスタ、寿司、カレーライス、パン、焼肉、ピザ、麺類（ラーメン・うどん）

[おかず] サラダ、焼き魚、肉・焼肉、煮物、刺身、から揚げ、ハンバーグ、味噌汁、野菜炒め、野菜

[その他] アイス、果物（リンゴ・イチゴ）、ケーキ、ヨーグルト、サラダ、味噌汁、プリン



行者にんにくのチャーハン



アスパラ入りの肉じゃが



ご近所野菜の漬物



つくしのマヨ味噌和え



山菜の天ぷら



山菜ちらし寿司



ヨモギもち

★GW中は、春の山菜（行者にんにく等）や旬のアスパラがメニューに上がる率が高い。

<GW中の自宅以外での過ごされ方> ~少数意見~

【ドライブ】（n=358）

- ・配偶者（79%）や娘（31%）息子（28%）と！
- ・GW後半の、5/3(日)27%、5/4(月)18%、5/5(火)23%に出かけた！
- ・ドライブの際に購入するものは、コーヒー（28%前年比69%）、お茶（25%前年比58%）、清涼飲料（16%前年比55%）、おにぎり（14%前年比66%）、サンドイッチ/菓子パン（9%前年比75%）、特に購入したものはない（47%前年比181%）→**気晴らしに、家族と近場にドライブに！しかし、今年は途中どこにも寄らず、何も購入していないという方が約半数・・・。**

【帰省（日帰り・泊まり）】（n=127）

- ・配偶者（70%）や娘（43%）息子（41%）、自分だけ（14%）で！
- ・5/2(土)21%、5/3(日)27%、5/4(月)23%に、**日帰り（53%前年比159%）**又は**1泊（11%前年比60%）**で帰省された！
- ・手土産には、洋菓子（36%）和菓子（35%）その他の食品（13%）を、菓子専門店（31%）やコープ店舗（17%）で購入。
 - ◇菓子専門店：もりもと、千秋庵、六花亭、柳月、北菓楼など
 - ◇購入したお菓子：ケーキ、シュークリーム、バームクーヘン、まんじゅう、アイス等

【お墓参り】（n=85）

- ・5/2(土)19%、5/3(日)28%、5/5(火)12%と、**GW前半に家族と一緒に墓参りに行かれた様子。**
- ・墓参り用品の購入は、墓参りする**当日・前日（55%）**が多い。
- ・**切花（90%前年比113%）**、菓子（52%前年比111%）、お酒・飲料（30%前年比129%）、果物（25%前年比108%）などを購入。ろうそく・線香は家での常備率が高く?各5%。

『新型コロナウイルスによる 外出自粛期間中の生活の変化について』

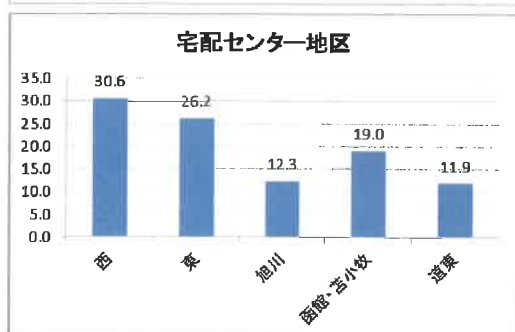
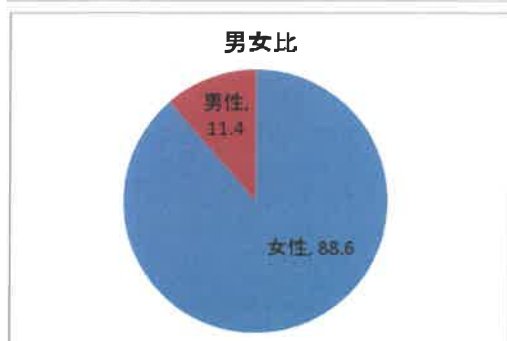
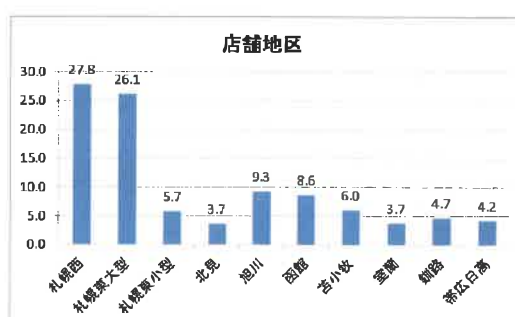
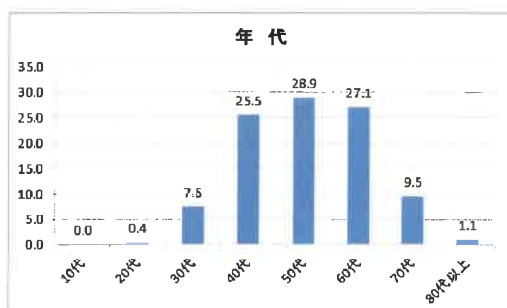
～ GWアンケートより（回答期間:5/7～5/10）～

2020年5月

コープさっぽろ マーケティング部

調査概要

- 調査目的:『新型コロナウイルスによる外出自粛期間中の生活の変化について』の状況調査～GWアンケートより～
- 調査対象者:コープさっぽろ WEBアンケートモニター
- 調査期間:2020.5.7(木)～5.10(日) 4日間
- 回答者数:2,094名



【全体を通しての気づき】

◆買い物に関する記述が多く、1回の買い物の量が増えたが、行く回数が減ったという意見が多かった。

◆しかし、時間を持て余して困っているという否定的な意見よりは、自粛期間で家にいる時間が増えたことにより、家族で過ごす時間・コミュニケーションが増え、ゆっくりみんなで食事をとれるようになった等ポジティブな意見が目立ち、この状況を肯定的に捉えている方が多いように感じた。

◆自粛期間が長期化しており、ポジティブな気持ちを持続していただけるよう、ちょっと贅沢な食事の提案や、嗜好品(お菓子・スイーツ等)の提供、お菓子作りの材料の充実など、必需品+変化に富んだ品ぞろえが今後必要と思われる。

<買い物について>

- 1回の買い物の量は増えたが、行く回数が減った。
- 効率よく買い物をし、必要なものだけをまとめ買いするようになった。
- 混雑を避け、買い物は短時間で済ませるようになった。
- ネット買い(通販)やコンビニを利用するようになった
- 宅配ドックに新規登録、登録再開して利用するようになった。

<増えたもの>

- 家での食事、家族みんなでの食事
- 料理にかける時間・回数・レパートリー・品数
- 家で過ごす時間
- 家族や子どもと過ごす時間・コミュニケーション・会話
- ドックやネットでの注文
- 体重
- ストレス
- 趣味(読書・散歩・庭いじり)の時間
- 支出(食費・光熱費)
- 保存食・冷凍食品・お菓子・飲料等の購入
- 掃除の時間
- ゴミ

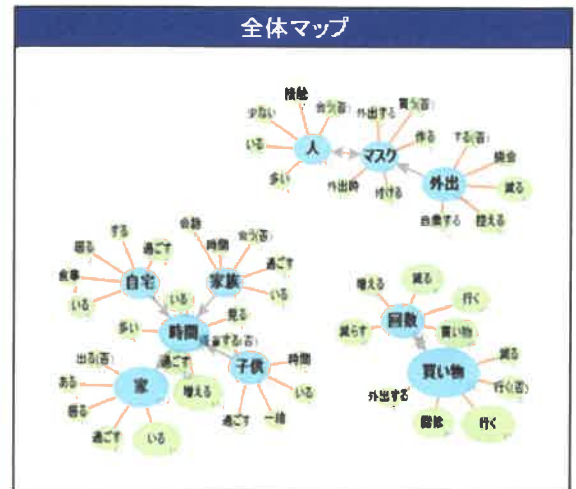
<減ったもの>

- 外食
- 外出
- 買い物の回数
- 運動量
- 仕事・収入

Q68.<ちょっと一言アンケート>このたびの外出自粛要請の中、普段の生活の中で変化したことはありますか？どんなことでも結構ですので、ぜひ皆さまの率直なご意見をお聞かせください。

買い物、増える、家、時間、減る、行く といったワードが上位ランキング！
ストレスなどのネガティブなワードは下位又はランキング外にあるのが特徴的！

No	単語	品詞	件数	No	係り受け	品詞	件数
1	買い物	名	540	1	買い物-行く	名動	130
2	増える	動	437	2	時間-増える	名動	119
3	家	名	334	3	家-いる	名動	111
4	時間	名	285	4	回数-減る	名動	87
5	減る	動	290	5	回数-行く	名動	67
6	行く	動	224	6	回数-減らす	名動	67
7	外出	名	203	7	外出-減る	名動	59
8	回数	名	200	8	時間-過ごす	名動	48
9	いる	動	193	9	家-過ごす	名動	46
10	買う	動	182	10	買い物-行く(否)	名動	46
11	子供	名	179	11	外出-控える	名動	45
12	多い	形	175	12	自宅-過ごす	名動	43
13	行く(否)	動	162	13	時間-いる	名動	41
14	過ごす	動	159	14	ストレス-溜まる	名動	39
15	思う	動	153	15	外食-減る	名動	39
16	自宅	名	141	16	自宅-いる	名動	29
17	マスク	名	127	17	回数-増える	名動	28
18	人	名	118	18	機会-増える	名動	27
19	外出する(否)	動	113	19	量-増える	名動	25
20	外出する	動	107	20	TV-見る	名動	24



注目ワード

【買い物】

行く回数を控える・減った、外出しない・外出回数が減った、食料品は最低限

【増える】

食費、時間、食事・買い物の回数、食べる・調理の時間、買い物・おやつ・酒・ごみの量、レトルト食品・スイーツ・お菓子・トックの購入、SNS・コンビニ・インターネット・テイクアウト・トックの利用

【家】

家にいる(居る)、家で過ごす、家から出ない、家にある材料でやりくり・工夫する・なんとかする、食事を楽しむ、家での食事が増える

