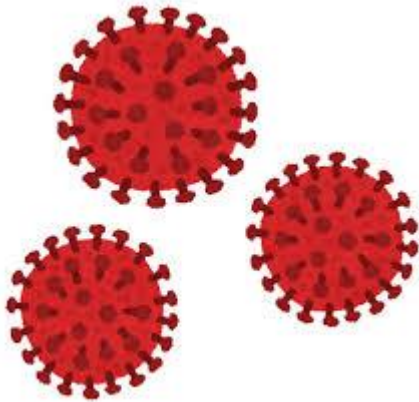


小売業におけるCOVID-19の影響

過去3年間の3月～4月ID-POSデータを読む



日時: 2020年6月10日(水)

鈴木 一正 E-mai:suzuki-k@asi-inst.org

1. コロナウィルスの影響～①コロナウィルスとの戦い

★もう以前のような日常にはもどらない

◆ 米国大学研究者の報告書

- 第1のシナリオ:
今回の第1波の後に小さな波がやってくる
その後1、2年は波の発生が繰り返される
- 第2のシナリオ
20年の秋から冬にかけて第1波を上回る
第2波が世界を襲う
- 第3のシナリオ
夏にかけて第1波が収まった後、地域によつては感染の拡大と収束を繰り返し、
じわじわ流行が続いていく

→ワクチンや治療薬は直ぐには完成しない
コロナとの戦いは2年程度は続く

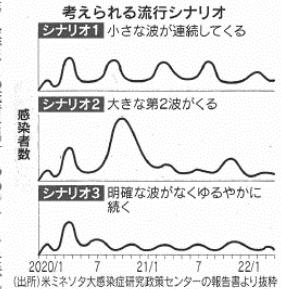
※日本経済新聞
朝刊 2020.5.15

世界に「第2波」懸念

国が緊急事態宣言の解除を進める中、世界的にはパンデミック(世界的大流行)の第2波の到来に対する懸念や危機感が強まる。ウィルスや感染症の専門家の間では、規模の予測はつかないが、第2波は確実にやってくるという考えが半ば常識だ。研究機関では、警戒や備えを怠らないよう警鐘を鳴らす。

パンデミックには地政学的、時系列的な波がある。1月中国・武漢から始まった新型コロナウイルスの感染爆発は3月、欧米に移り、今ロシアやブラジルを襲う。新型コロナウイルスという未知のウィルスの行を占むには、

新型コロナ長期化必至 パンデミックは序章



第2波で多々の死者を出す3つのシナリオを示し、強まるとのスペインやイタリア、ドイツとして利用し、やがてアジアに広がるパンデミックは20世紀以降に起きたパンデミックからヒントを得た新型コロナウイルスのパンデミックだ。

米ミネソタ大学の研究者らが4月末、新型コロナウイルスに関する懸念点を2年ほど波の発生が繰り返

され、2021年のある時点から小さくなっていく。第1波より第2波が大きいのが第2のシナリオだ。新型コロナウイルスでも20年の秋から冬にかけて第1波を上回る第2波が世界を襲うという。そして第3のシナリオが夏にかけて第1波が収まった後、明確な波は起きないものの、地域によって感染の拡大と収束を繰り返し、じわじわ流行が続いていくという。新型コロナウイルスのパンデミックは、再流行の兆しが出ていく。今は一時的にグローバル化が停止しているが、再開の仕方によって、ウイルスがまた一気に世界に広がる。今後は途上国を中心に被害が拡大する恐れもあるだろう。

ス(人々との距離の必要性を示した「ハイパー」も冬に第2波が起きる可能性を指摘していた。季節性流行を考慮してシミュレーションをした結果、さらに24年ごろまでは再流行の可能性があるため、ハイプスを続ける必要があった。治療法の拡充のほか、免疫の持続期間などを検証する必要も示された。

すでに経済活動の再開や行動制限の解除に踏み切った中国・武漢や韓国、ドイツなどは、再流行の兆しが出ていない。今は一時的にグローバル化が停止しているが、再開の仕方によって、ウイルスがまた一気に世界に広がる。今後は途上国を中心に被害が拡大する恐れもあるだろう。

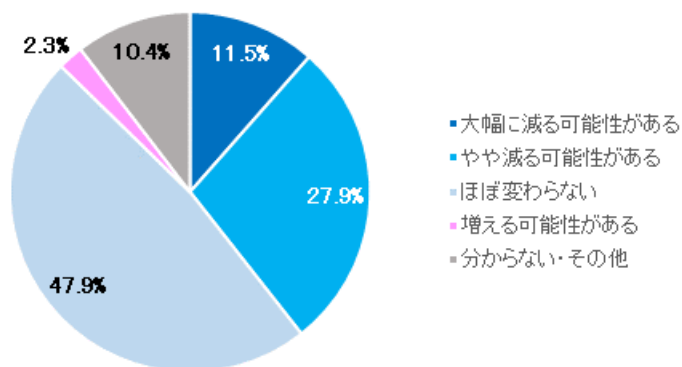
日本も含め一部の国では感染拡大が落ち着いてきたように見えるが、何もしないままにウイルスが広がっていくわけでは、敵意行動制限で感染の機会を奪っただけだ。

13日、新型コロナウイルスは、世界でこれまで430万人超の感染者が確認された。実際の数はそれを数倍上回るものもみられる。新型コロナウイルスの感染力を考えると、切り札となるワクチンが実現しない限り、世界が集団免疫を獲得するには年単位の時間がかかってしまう。

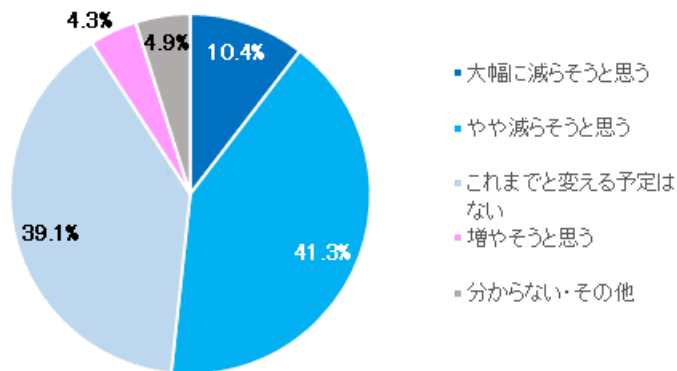
パンデミックはまだ序章といえる。

I. コロナウィルスの影響～②所得水準

Q.2020年4月以降、あなたの給与(報酬)に影響はありそうですか？



Q.2020年4月以降の消費について、当てはまるものを選んでください



★給与所得は減少し、消費支出は減少する

◆給与所得の見通し

- 今後、給与(報酬)は減少する可能性を約40%の方々が感じている

◆消費支出の見通し

- 消費支出の絞り込みを50%以上の方々が想定している

→先の見通しが立たない中で個人消費総額が減少していく可能性がある

※「With コロナ調査 激変！マーケと消費」第4回

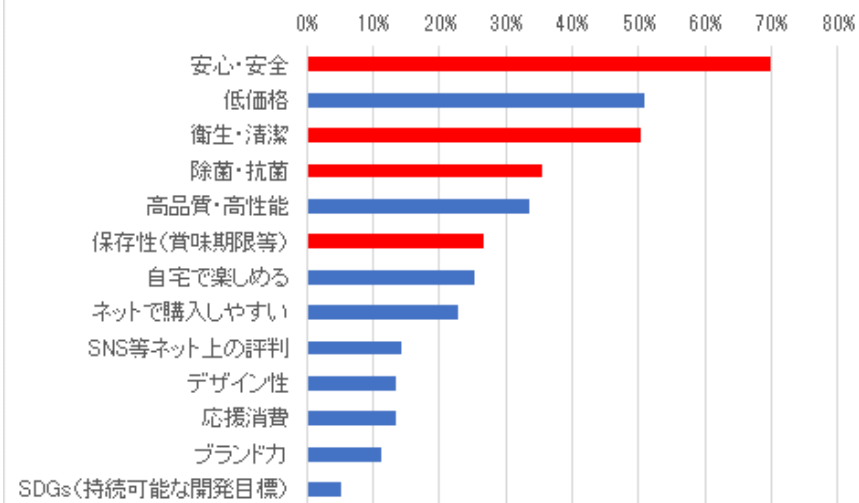
日経XTREND 2020.5.11/14

マクロミルによる「ビジネスパーソン1000人アンケート」

「会社員」登録モニター20～60代各200人ずつ、男女比の各世代半々

I. コロナウィルスの影響～③消費

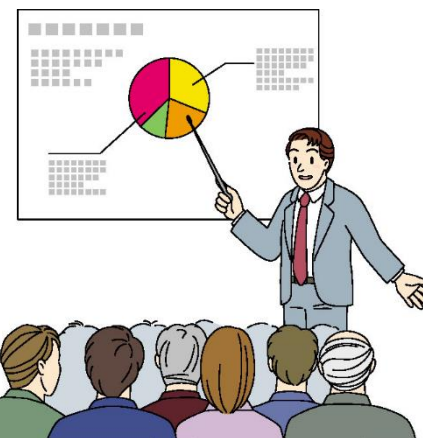
今後、商品・サービスの購入の決め手となる要素は何ですか？



★購買チャネルや商品の選別が強まる

◆選択消費の加速

- 感染予防のための商品が選好される
- 感染リスクが少ないチャネルが選好される



※「With コロナ調査 激変！マーケと消費」第4回

日経XTREND 2020.5.11/14

マクロミルによる「ビジネスパーソン1000人アンケート」

「会社員」登録モニター20～60代各200人ずつ、男女比の各世代半々

II.ID-POSデータの概要



●年齢分布

単位:円

年齢区分	男性	女性	合計
20歳未満	38	35	73
20-24歳	228	265	493
25-29歳	217	212	429
30-34歳	365	386	751
35-39歳	356	370	726
40-44歳	535	490	1,025
45-49歳	522	535	1,057
50-54歳	477	476	953
55-59歳	420	423	843
60-64歳	378	370	748
65-69歳	399	437	836
70歳以上	368	367	735
合計	4,303	4,366	8,669

◆データの位置づけ

- マクロミル社ホームスキャンデータ

◆元データの種類

- 購買履歴データ…約1,300万件のレシート明細
JAN、購買日時、価格、数量、購買チャネル等
※対象アイテムは食品及び日用品のみ
※生鮮食品にはJANが振られていないことが多く、
集計結果としては生鮮食品が小さく表される
- モニターデータ…約31,000名分
年齢、性別、未既婚、年収、世帯数等
- アイテムデータ…食品・日用品325万アイテム
品名、JAN、分類、メーカー等

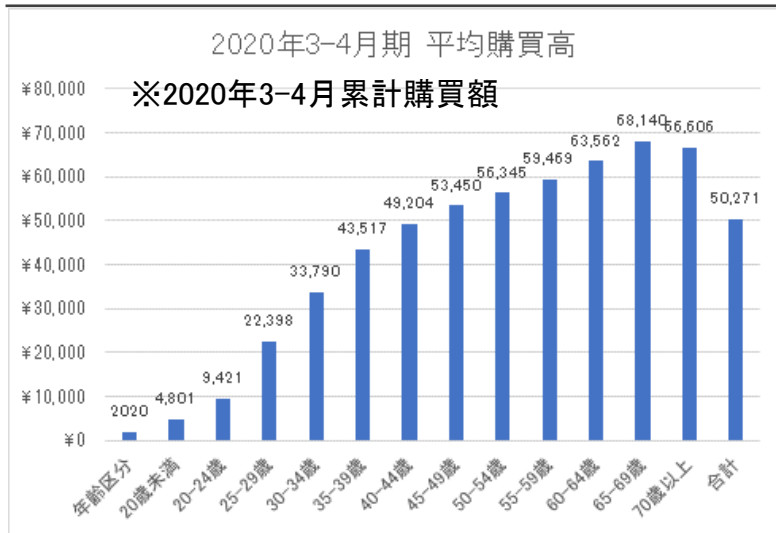
◆分析対象

- 2018年～20年 各3月～4月の購買履歴データ
- 原則として3年間の当該期間購買実績がある
モニターデータ 8,669名

III. 仮説

1. 購買総額は増加する
 - 原因: 外出自粛や外食の抑制により内食が増加
2. 購買頻度は減少し、1回当たりの購買点数(金額)は増加する
 - 原因: 感染リスクを恐れ、買い物はなるべくまとめてしようとする
3. 通信販売や宅配の構成比が拡大する
 - 原因: 感染リスクを恐れ、買い物もなるべく外出せずに済ませようとする ※嵩高品
4. 保存食品や日用品の前倒し購買が増える
 - 原因: 品切れに備えて、保存ができる商材はまとめて購入する
5. PB購買が増える
 - 原因: 品切れ商品が多くなり、従来購入を控えていた顧客層がPBを購入する

IV.分析結果～①年齢別買上高



《確認できること》

- ◆ 購買額は年齢に応じて増加する
- ◆ 平均購買額は40歳～59歳の年齢区分で伸び率が高い

《想定される原因》

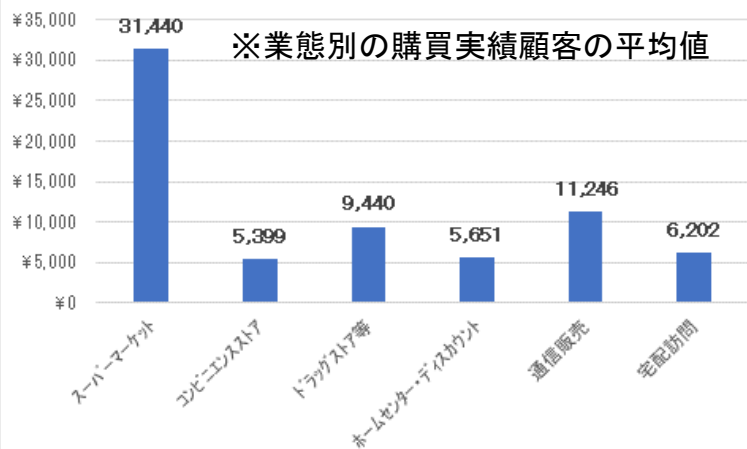
- ◆ 世帯人員数に応じて購買額は増加
- ◆ 従来外食していた家族の「外出自粛」によって「内食」が増えたため

《今後想定されること》

- ◆ コロナ禍は当面継続せざるを得ず、「内食」傾向は継続するため、購買額は高止まりすることが想定される

IV.分析結果～②業態別の傾向〈金額ベース〉

2020年3-4月期 購入者平均購買額



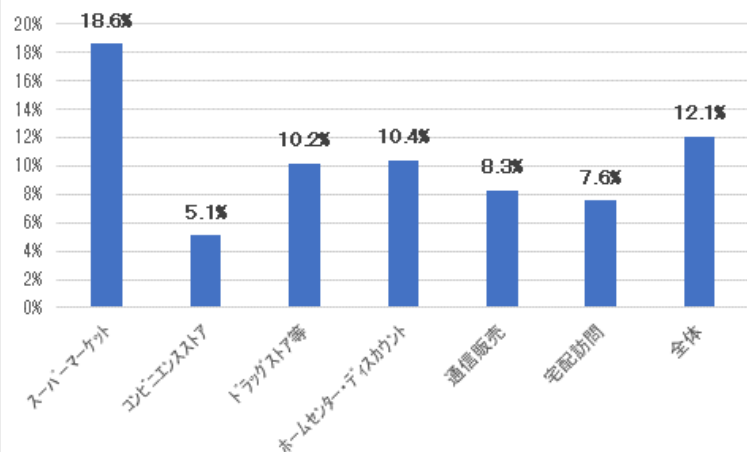
《確認できること》

- ◆ 実績ベースで見るとスーパーの購買額が圧倒的に大きい。次いで通販、ドラッグ
- ◆ 伸び率でもスーパーが圧倒的に高い。次いでドラッグ、ホームセンター

《想定される原因》

- ◆ 日常的な買い物の構成比はスーパーが最も大きい
- ◆ 「内食」の調達先としては、スーパーが最大のチャネル

2020年3-4月期 購入者平均購買額伸び率

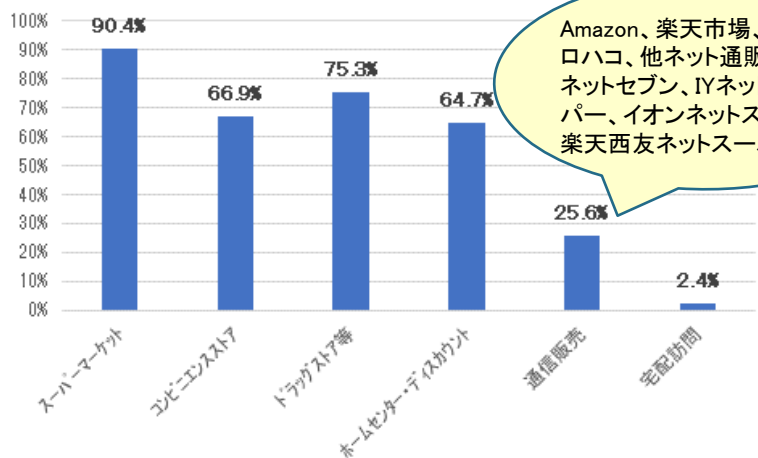


《今後想定されること》

- ◆ コロナ禍は当面継続することから、スーパーの購買額は高い水準で継続することが想定される

IV.分析結果～③業態別の傾向〈購買者数ベース〉

2020年3-4月期 業態利用率



Amazon、楽天市場、Yahoo、ロハコ、他ネット通販
ネットセブン、IYネットスーパー、イオンネットスーパー、楽天西友ネットスーパー等

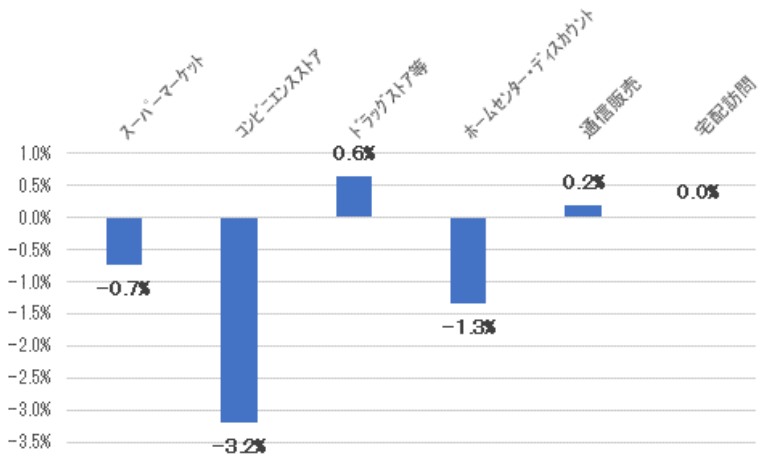
《確認できること》

- ◆ 利用率はスーパー、ドラッグ、、コンビニ、ホームセンターの順
- ◆ 利用率が増えたのはドラッグと通販。コンビニは3.2%の大幅マイナス

《想定される原因》

- ◆ 買い物外出の絞り込み、まとめ買い志向によってドラッグストア、通販の利用率が増加

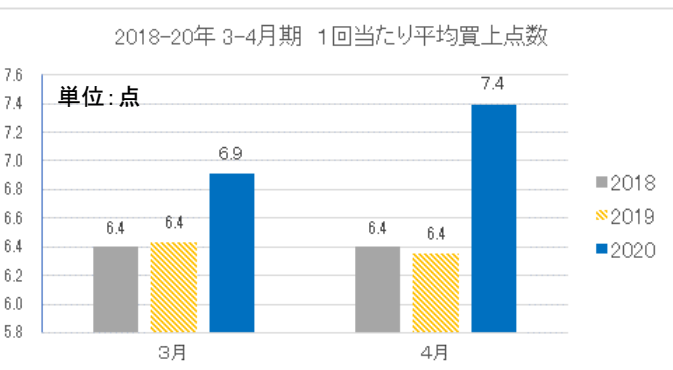
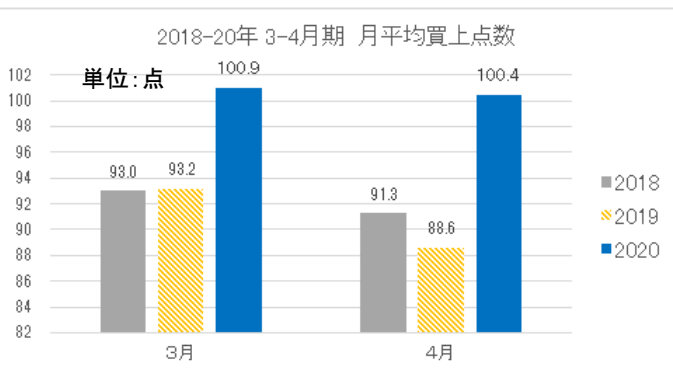
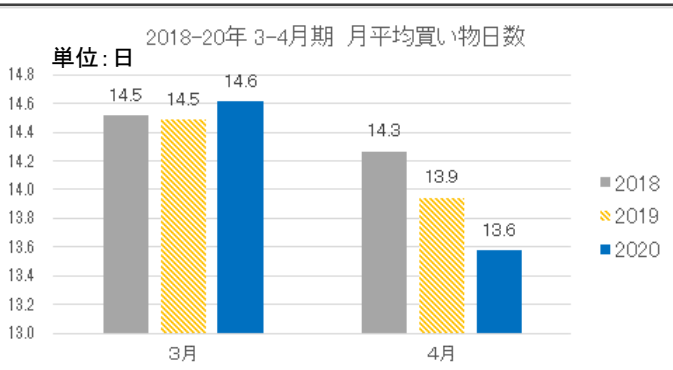
2020年3-4月期 業態利用率の前年比較



《今後想定されること》

- ◆ 消費者行動(まとめ買い志向等)は、今後も継続する可能性が高く、ドラッグストア、通販の継続利用が進むことが想定される

IV.分析結果～④買上頻度〈全業態計〉



《確認できること》

- ◆ 3指標ともに2018年、19年はほぼ同水準
- ◆ 買い物日数は2020年4月に顕著に減少
- ◆ 月平均買上点数、1回当たり点数は大幅に増加

《想定される原因》

- ◆ 感染リスクを恐れ、特に4月は買い物回数を絞り込んだ
- ◆ まるべくまとめ買いをする傾向
- ◆ 万が一の買い溜めが生じている

《今後想定されること》

- ◆ まとめ買い志向により買い回りが減少
→ 購買のチャネル・店舗が絞り込まれる
- ◆ 衝動購買が減少する可能性がある
- ◆ 買い溜めにより、消費が低迷する

IV.分析結果～⑤通信販売<新規通販顧客>

《確認できること》

- ◆ 600-800万円×30歳代が特記的に増加
- ◆ 低所得層の伸びは低調
- ◆ 65歳以上も堅調に伸びている

《想定される原因》

- ◆ 一定水準の収入、ネットリテラシーの高い30歳代は積極的に活用
- ◆ 高齢者層も積極的に活用する傾向

●新規に通販を使った顧客529名の内訳 →2,890,092円（純増1,407,258円） ※2期購入-20購入なし 357名

世帯年収	-2	2-	3-	4-	5-	6-	7-	8-	9-	10-12	12-15	15-20	20-	不明	総計	構成比	全体差
20歳未満										1				1	2	0.4%	-0.5%
20-24歳	4		1	2	3		1		1	1				8	21	4.0%	-1.7%
25-29歳	3	2	2	2	1	2	2			1	1	2	1	6	25	4.7%	-0.2%
30-34歳	2	1	5	11	10	10	4	7	2	6		1		7	66	12.5%	3.8%
35-39歳	1	2	5	8	8	8	8	6			1			10	57	10.8%	2.4%
40-44歳	2		3	2	3	6	8	5	4	4	2	3		5	47	8.9%	-2.9%
45-49歳	4	3	3	7	6	4	7	4	4	3	3	1		4	53	10.0%	-2.2%
50-54歳	3	2	2	5	7	8	6	6	6	7	3	2		7	64	12.1%	1.1%
55-59歳	4	5	2	2		5	5	3	4	6	1	1	1	10	49	9.3%	-0.5%
60-64歳		1	6	3	4	6	7	3	2	3	3			3	41	7.8%	-0.9%
65-69歳	7	5	11	6	9	6	3	1	1		1	2		5	57	10.8%	1.1%
70歳以上	4	10	6	10	3	1	1	2	1	1		1		7	47	8.9%	0.4%
総計	34	31	46	58	54	56	52	37	25	33	15	13	2	73	529	100.0%	
構成比	6.4%	5.9%	8.7%	11.0%	10.2%	10.6%	9.8%	7.0%	4.7%	6.2%	2.8%	2.5%	0.4%	13.8%	100.0%		
全体差	0.9%	-1.2%	-1.2%	0.5%	0.1%	1.5%	1.6%	0.5%	-0.9%	0.0%	-0.6%	0.5%	-0.4%	-1.3%	0.0%		

追加

IV.分析結果～⑤' 宅配生協<新規生協顧客>

《確認できること》

- ◆ 500-700万円×30-44歳が増加
- ◆ 低所得層の伸びは低調
- ◆ 65歳以上も比較的堅調に伸びている

《想定される原因》

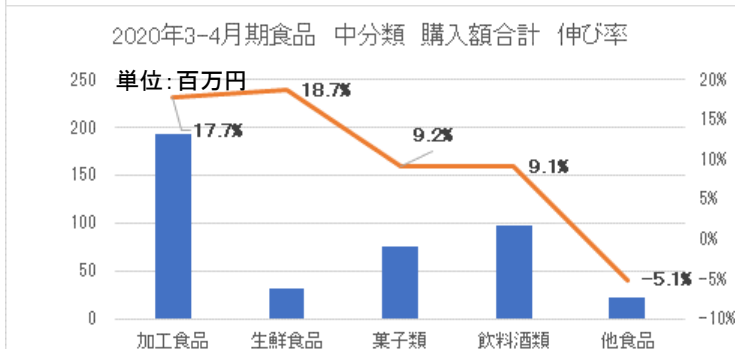
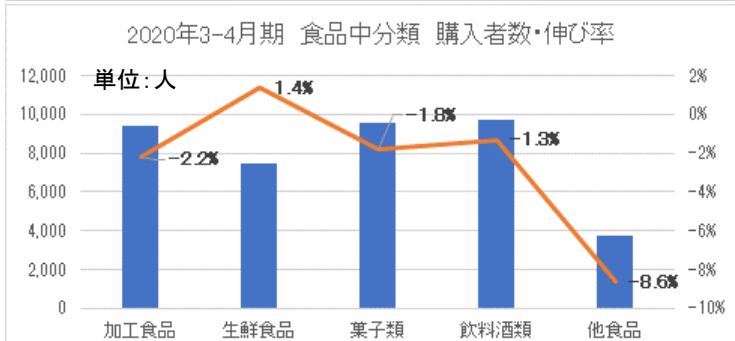
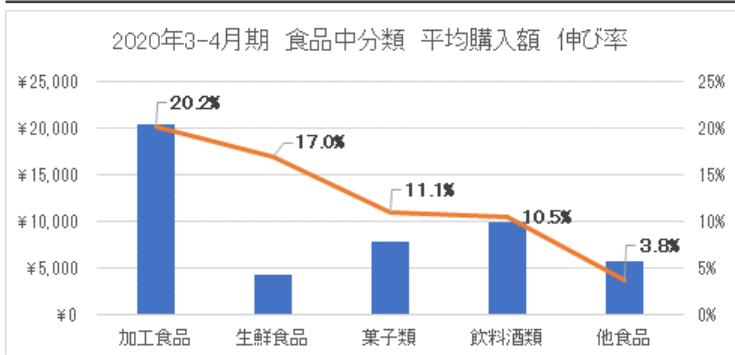
- ◆ ファックスなどもあり、幅広く購買者が広がっている
- ◆ 高齢者層も積極的に活用する傾向

●新規に生協宅配を使った顧客250名の内訳 →3,772,239円(純増1,350,047円) ※19購入あり-20購入なし 217名

世帯年収	-2	2	3	4	5	6	7	8	9	10-12	12-15	15-20	20-	不明	総計	構成比	全体差
20歳未満																0.0%	0.0%
20-24歳	3					1									4	1.6%	1.1%
25-29歳	2		2	1	3	4	1	1	1						15	6.0%	4.1%
30-34歳	1		3		5	5	2	2	4	4					26	10.4%	4.6%
35-39歳			1	2	4	9	2	3	1	3	1	1		2	29	11.6%	3.9%
40-44歳	1		1	4	10	6	4	4	3	2	2	1	1	4	43	17.2%	6.1%
45-49歳	1			1	4	1	4	5	3	3	1	1		1	25	10.0%	-0.6%
50-54歳		1		4	3	2	1	1	2	2		1	1	4	22	8.8%	-1.7%
55-59歳	1	2			2	2	2	4	2	1	1			1	18	7.2%	-2.5%
60-64歳	3		3	2	3	2	1			3			1	3	21	8.4%	-3.7%
65-69歳	1	2	5	4	1	2	3	2			2	1		4	27	10.8%	-5.9%
70歳以上	2	3	5	2	2		2	1			1			2	20	8.0%	-5.4%
総計	15	8	20	20	37	34	22	23	16	18	8	5	3	21	250	100.0%	
構成比	6.0%	3.2%	8.0%	8.0%	14.8%	13.6%	8.8%	9.2%	6.4%	7.2%	3.2%	2.0%	1.2%	8.4%	100.0%		
全体差	1.3%	-3.2%	-0.9%	-2.3%	3.2%	4.0%	-0.9%	2.2%	-0.2%	0.0%	-0.3%	-0.4%	0.4%	-3.0%	0.0%		

IV.分析結果～⑥JICFS中分類：食品〈全業態計〉

※2019-20年 3-4月にいずれかの業態で購買実績のあるモニター10,108名のデータ



《確認できること》

- ◆ 加工食品＞生鮮＞菓子＞飲料酒類の順で伸び率が大きい
- ◆ 購買者数は生鮮食品以外は減少

《想定される原因》

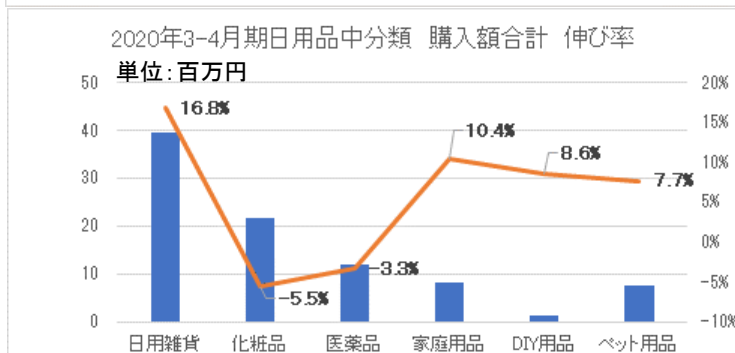
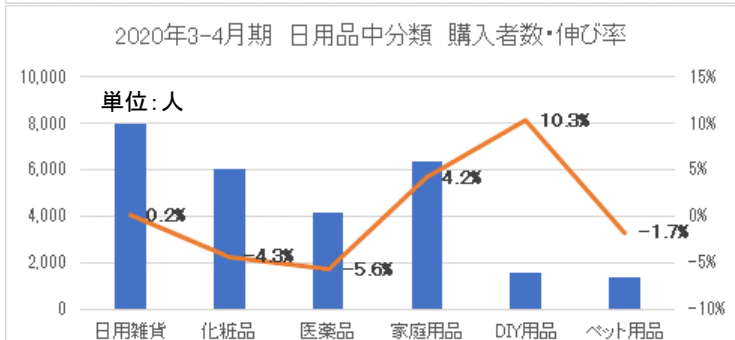
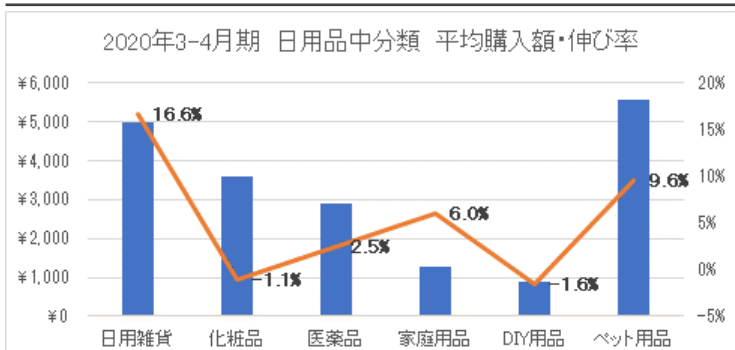
- ◆ 生鮮食品はJANが付番されていないため、小さく出ている
- ◆ 「内食」へシフトしたことの影響で平均は増
- ◆ 所得減少不安により、購買者数は減少

《今後想定されること》

- ◆ 購買するチャネルや店舗が絞られること、収入格差が拡大することを考えると、選好される価値を明確にしなければ業績が確保できない可能性がある。

IV.分析結果～⑦JICFS中分類：日用品〈全業態計〉

※2019-20年 3-4月にいずれかの業態で購買実績のあるモニター10, 108名のデータ



《確認できること》

- ◆ 購入額の伸び率は、日用雑貨(+16.6%)、ペット用品(+9.6%)、家庭用品(+6.0%)が高い
- ◆ 化粧品は、平均購買額▲1.1%、購買者数▲4.3%、購買額計▲5.5%と厳しい

《想定される原因》

- ◆ 在宅時間が高いことから、日用雑貨・家庭用品・ペット用品の購買高が増加する
- ◆ テレワーク促進によって、化粧品の購入者が減少

《今後想定されること》

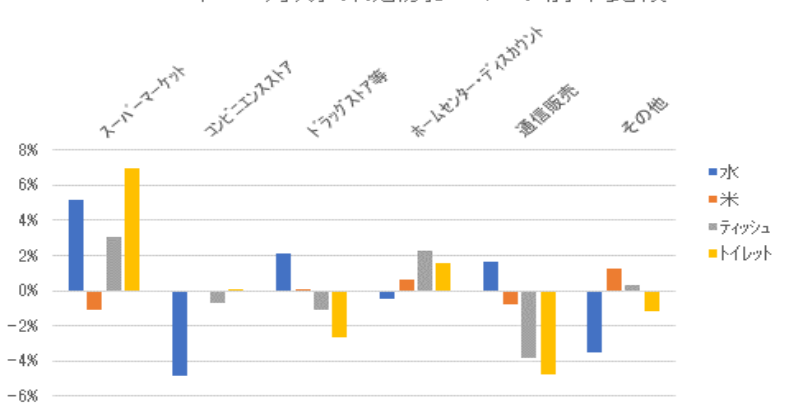
- ◆ テレワークの定着によって、自宅での生活に要する消費財はコロナ以前よりも増加
- ◆ 化粧品は、テレワークのとマスクの常態化で引き続き伸び悩む

※日用雑貨とは、石鹸・衛生用品・洗剤など。※家庭用品とは、掃除・洗濯用品・食卓用品・調理用品など

IV.分析結果～⑧嵩重商品(水・米・ティッシュ・トイレットペーパー)

※2019-20年 3-4月にいずれかの業態で購買実績のあるモニター9,255名のデータ

2020年3-4月期 業態別シェアの前年比較



●嵩高品 (米)						
	19購買	20購買	構成比	比較	伸び率	前年比較
スーパー	4,765	5,794	66.4%	1,028	21.6%	-1.1%
コンビニ	21	18	0.2%	-3	-15.9%	-0.1%
ドラッグ	539	669	7.7%	130	24.1%	0.0%
ホームセンター	246	357	4.1%	111	45.0%	0.6%
通信販売	414	446	5.1%	32	7.7%	-0.7%
その他	1,078	1,440	16.5%	362	33.6%	1.3%
全体	7,064	8,724	100.0%	1,660	23.5%	

●嵩高品 (ティッシュペーパー)						
	19購買	20購買	構成比	比較	伸び率	前年比較
スーパー	671	782	34.3%	111	16.6%	3.1%
コンビニ	53	40	1.8%	-13	-24.5%	-0.7%
ドラッグ	895	924	40.6%	30	3.3%	-1.1%
ホームセンター	310	381	16.7%	71	22.8%	2.3%
通信販売	127	48	2.1%	-79	-62.2%	-3.8%
その他	90	102	4.5%	12	13.5%	0.3%
全体	2,146	2,278	100.0%	132	6.1%	

《確認できること》

- ◆ 嵩重商品は、米を除き、スーパーが大きくシェアを伸ばした。
- ◆ 通信販売は水・米では伸ばしたが、品切れパニックになった紙類は苦戦

《想定される原因》

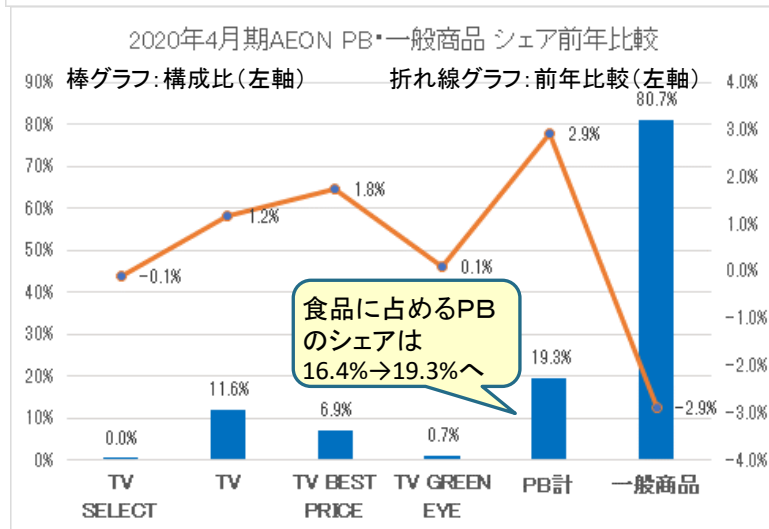
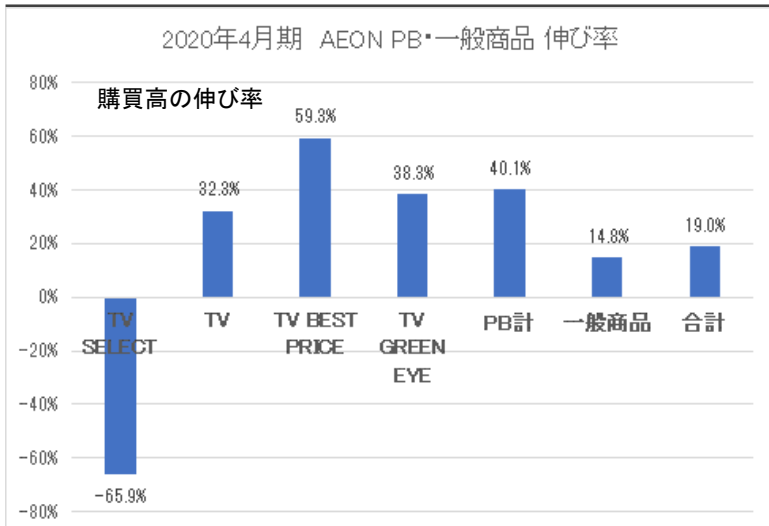
- ◆ 巣ごもりに備えた買い溜めには日頃から使い慣れているスーパーでの買い物が中心となった。

《今後想定されること》

- ◆ 3～4月は初めて体験するパンデミックで身近なチャネルでの購買となったが、常態化する中ではネットスーパーも含めた通販の利用拡大も想定できるのではないか。

IV.分析結果～⑩PB<イオン4ブランド>

※2019-20年4月にイオン・ダイエーにて食品・日用品の実績ある顧客、各3,014名、2,869名



《確認できること》

- ◆ 一般商品と比較して、PBブランド全体では伸ばしている。PB構成比は拡大
- ◆ エコノミーブランドが大きく伸長、一方でプレミアムブランドは減少(絶対金額が小さいが…)

《想定される原因》

- ◆ 買い溜めの影響で、一部NBが品切れになり、代替品としてPBの購入が増加
- ◆ 大量陳列しているスタンダード、エコノミーブランドが大幅に伸びた

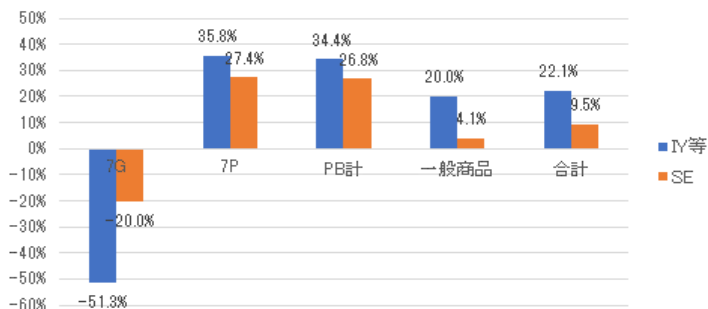
《今後想定されること》

- ◆ 美味しさやコストパフォーマンスの高さ等が評価され、PBシェアの拡大が促進される可能性がある

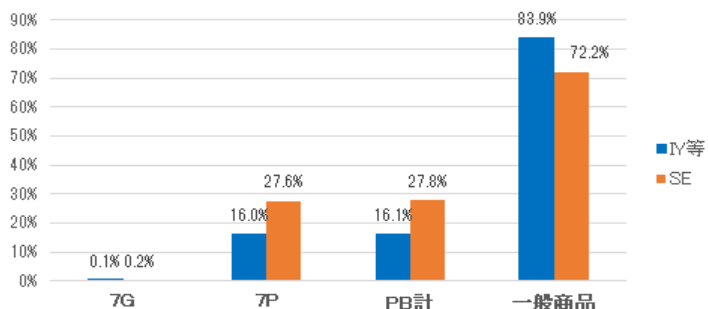
IV.分析結果～⑩PB〈7&i系スーパー・セブンイレブン〉

※2019-20年4月に7&i系スーパー・セブンイレブンにて食品・日用品の実績ある顧客、各5,732名、5,745名

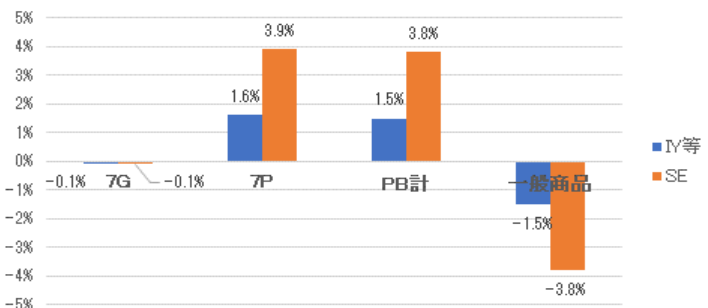
2020年4月期 IY等・SE PB 購買高伸び率



2020年4月期IY等・SE PB・一般商品 シェア



2020年4月期IY等・SE PB・一般商品 シェア前年比較



《確認できること》

◆ イオンと同じ。PBシェア伸長。スタンダードPBがシェア伸ばし、プレミアムPBは苦戦

●7&i系スーパー

		単位: 千円				
		7G	7P	PB計	一般	合計
2019	実額	21	1,361	1,382	8,096	9,478
	構成比	0.2%	14.4%	14.6%	85.4%	100.0%
2020	実額	10	1,848	1,858	9,717	11,575
	構成比	0.1%	16.0%	16.1%	83.9%	100.0%
20/19	伸び率	-51.3%	35.8%	-15.5%	20.0%	22.1%

●セブンイレブン

		単位: 千円				
		7G	7P	PB計	一般	合計
2019	実額	29	2,046	2,075	6,559	8,634
	構成比	0.3%	23.7%	24.0%	76.0%	100.0%
2020	実額	23	2,607	2,630	6,825	9,455
	構成比	0.2%	27.6%	27.8%	72.2%	100.0%
20/19	伸び率	-20.0%	27.4%	26.8%	4.1%	9.5%

●イオン・ダイエー

		単位: 千円						
		TVSE	TVTV	TVBP	TVGE	PB計	一般	合計
2019	実額	23	1,520	749	83	2,375	12,136	14,511
	構成比	1.2%	75.3%	37.1%	4.1%	117.7%	601.1%	718.7%
2020	実額	8	2,011	1,194	115	3,328	13,937	17,264
	構成比	0.4%	99.6%	59.1%	5.7%	164.7%	689.9%	854.7%
20/19	伸び率	-65.9%	32.3%	59.3%	38.3%	40.1%	14.8%	19.0%

※トップハリュ(は4プラント・トップハリュセレクト(SE)・トップハリュ(TV)・ベストプライス・グリーンアイ(GE))

V.結論(暫定)

1. 購買総額は増加する → ○
 - 外出自粛や外食の抑制により「内食」や「中食」が増加したものと思われる
 - 一方で、低年収層を中心に買上顧客数は減少している。
2. 購買頻度は減少し、1回当たりの購買点数(金額)は増加する → ○
 - 感染リスクを恐れ、買い物回数を減らし、1回でまとめて購入しようとする
買い物はなるべくまとめてしようとする **★優良顧客の囲い込みが重要施策となる！**
3. 通信販売や宅配の構成比が拡大する → ▲
 - 通販利用者は拡大したが、伸び率はスーパー、ドラッグ、ホームセンターに次ぐ水準
 - ネットスーパー等の利用は中高年以上で拡大 **★継続利用施策がポイント！**
4. 保存食品や日用品の前倒し購買が増える → ○
 - 品切れに備えて、買い溜めが発生している。 **★特定商品は消費が低迷する可能性**
5. PB購買が増える → ○
 - 品切れ商品が多くなり、代替品としてPBの購買が拡大した **★PB拡大の契機**
 - イオンの分析からは、スタンダード、エコノミーブランドが伸長。

〔資料1：業態別・平均購買額・年齢区分〕

●スーパーマーケット

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	1,500	1,406	2,002	93.8%	142.3%
20-24歳	3,952	3,689	5,824	93.3%	157.9%
25-29歳	10,456	10,628	14,564	101.6%	137.0%
30-34歳	15,931	16,682	20,418	104.7%	122.4%
35-39歳	21,775	21,923	26,139	100.7%	119.2%
40-44歳	25,473	24,852	30,895	97.6%	124.3%
45-49歳	27,640	27,495	32,845	99.5%	119.5%
50-54歳	28,709	28,788	34,317	100.3%	119.2%
55-59歳	30,088	30,089	36,160	100.0%	120.2%
60-64歳	32,484	32,556	38,284	100.2%	117.6%
65-69歳	36,434	36,941	41,665	101.4%	112.8%
70歳以上	38,260	37,552	41,541	98.2%	110.6%
合計	26,425	26,513	31,440	100.3%	118.6%

●通信販売

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	1,822	2,435	2,382	133.6%	97.8%
20-24歳	2,193	4,101	4,203	187.0%	102.5%
25-29歳	5,733	7,407	8,337	129.2%	112.5%
30-34歳	6,358	8,227	6,972	129.4%	84.7%
35-39歳	7,768	9,047	8,650	116.5%	95.6%
40-44歳	8,733	9,000	10,654	103.1%	118.4%
45-49歳	12,120	11,089	13,375	91.5%	120.6%
50-54歳	10,723	11,153	12,457	104.0%	111.7%
55-59歳	10,321	11,028	11,585	106.8%	105.1%
60-64歳	13,066	12,062	13,288	92.3%	110.2%
65-69歳	11,407	10,994	12,132	96.4%	110.4%
70歳以上	13,097	11,920	12,193	91.0%	102.3%
合計	10,306	10,383	11,246	100.7%	108.3%

●購買高合計

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	4,593	4,012	4,801	87.4%	119.7%
20-24歳	8,056	8,105	9,421	100.6%	116.2%
25-29歳	18,473	18,741	22,398	101.4%	119.5%
30-34歳	29,537	30,559	33,790	103.5%	110.6%
35-39歳	38,077	39,033	43,517	102.5%	111.5%
40-44歳	42,799	42,792	49,204	100.0%	115.0%
45-49歳	46,781	46,777	53,450	100.0%	114.3%
50-54歳	49,333	49,640	56,345	100.6%	113.5%
55-59歳	51,650	52,140	59,469	100.9%	114.1%
60-64歳	56,829	56,845	63,562	100.0%	111.8%
65-69歳	61,219	62,597	68,140	102.2%	108.9%
70歳以上	62,748	62,050	66,606	98.9%	107.3%
合計	44,496	44,831	50,271	100.8%	112.1%

●コンビニエンスストア

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	1,718	1,436	2,074	83.6%	144.4%
20-24歳	2,018	2,048	2,124	101.5%	103.7%
25-29歳	3,322	3,501	3,467	105.4%	99.0%
30-34歳	4,138	4,064	4,413	98.2%	108.6%
35-39歳	4,015	4,058	4,963	101.1%	122.3%
40-44歳	5,067	4,850	5,305	95.7%	109.4%
45-49歳	5,956	6,183	6,316	103.8%	102.2%
50-54歳	6,457	6,433	6,816	99.6%	106.0%
55-59歳	6,706	7,305	7,074	108.9%	96.8%
60-64歳	6,469	6,550	6,505	101.3%	99.3%
65-69歳	5,130	5,333	5,409	104.0%	101.4%
70歳以上	4,302	4,187	4,420	97.3%	105.6%
合計	5,032	5,138	5,399	102.1%	105.1%

●宅配・訪問販売

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満			780	#DIV/0!	
20-24歳	3,410	3,361	7,844	98.6%	233.4%
25-29歳	669	1,352		202.2%	
30-34歳	8,726	10,997	12,373	126.0%	112.5%
35-39歳	6,058	4,681	4,739	77.3%	101.2%
40-44歳	4,875	3,590	3,701	73.6%	103.1%
45-49歳	2,443	3,642	4,248	149.0%	116.7%
50-54歳	6,251	4,343	6,020	69.5%	138.6%
55-59歳	5,567	4,656	4,623	83.6%	99.3%
60-64歳	4,166	5,489	10,911	131.8%	198.8%
65-69歳	7,544	9,281	6,069	123.0%	65.4%
70歳以上	5,666	6,809	6,396	120.2%	93.9%
合計	5,538	5,761	6,202	104.0%	107.6%

●年齢分布

単位：円

年齢区分	男性	女性	合計
20歳未満	38	35	73
20-24歳	228	265	493
25-29歳	217	212	429
30-34歳	365	386	751
35-39歳	356	370	726
40-44歳	535	490	1,025
45-49歳	522	535	1,057
50-54歳	477	476	953
55-59歳	420	423	843
60-64歳	378	370	748
65-69歳	399	437	836
70歳以上	368	367	735
合計	4,303	4,366	8,669

●ドラッグストア

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	1,473	2,046	3,538	138.9%	172.9%
20-24歳	2,907	3,378	3,459	116.2%	102.4%
25-29歳	5,088	4,977	5,681	97.8%	114.1%
30-34歳	7,286	7,854	8,834	107.8%	112.5%
35-39歳	8,421	9,290	10,484	110.3%	112.9%
40-44歳	8,934	9,267	10,362	103.7%	111.8%
45-49歳	8,768	8,627	9,588	98.4%	111.1%
50-54歳	9,033	9,453	10,179	104.6%	107.7%
55-59歳	8,949	8,888	10,186	99.3%	114.6%
60-64歳	9,162	8,917	9,637	97.3%	108.1%
65-69歳	9,015	9,330	9,907	103.5%	106.2%
70歳以上	8,944	9,021	9,812	100.9%	108.8%
合計	8,317	8,562	9,440	102.9%	110.2%

●ホームセンター・ディスカウントストア

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	783	612	675	78.1%	110.4%
20-24歳	1,362	1,601	1,821	117.6%	113.7%
25-29歳	2,613	2,649	3,505	101.4%	132.3%
30-34歳	3,447	3,580	3,994	103.9%	111.6%
35-39歳	5,120	5,141	5,456	100.4%	106.1%
40-44歳	5,120	5,247	5,763	102.5%	109.8%
45-49歳	4,893	5,059	5,616	103.4%	111.0%
50-54歳	5,705	5,347	5,650	93.7%	105.7%
55-59歳	6,002	5,703	6,435	95.0%	112.8%
60-64歳	7,019	6,612	6,704	94.2%	101.4%
65-69歳	6,166	5,830	6,674	94.6%	114.5%
70歳以上	5,619	5,541	6,327	98.6%	114.2%
合計	5,201	5,120	5,651	98.4%	110.4%

《資料2：業態別・購買者数・年齢区分》

●スーパーマーケット

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	48	46	44	▲ 2	▲ 2
20-24歳	376	361	354	▲ 15	▲ 7
25-29歳	357	354	360	▲ 3	▲ 6
30-34歳	680	676	654	▲ 4	▲ 22
35-39歳	663	665	660	▲ 2	▲ 5
40-44歳	933	948	929	▲ 15	▲ 19
45-49歳	964	964	969	▲ 0	▲ 5
50-54歳	870	878	877	▲ 8	▲ 1
55-59歳	774	784	786	▲ 10	▲ 2
60-64歳	699	704	703	▲ 5	▲ 1
65-69歳	789	807	798	▲ 18	▲ 9
70歳以上	704	713	702	▲ 9	▲ 11
合計	7,857	7,900	7,836	▲ 43	▲ 64

●コンビニエンスストア

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	67	59	53	▲ 8	▲ 6
20-24歳	436	411	370	▲ 25	▲ 41
25-29歳	346	345	316	▲ 1	▲ 29
30-34歳	589	565	526	▲ 24	▲ 39
35-39歳	505	485	448	▲ 20	▲ 37
40-44歳	708	723	663	▲ 15	▲ 60
45-49歳	756	755	753	▲ 1	▲ 2
50-54歳	701	703	671	▲ 2	▲ 32
55-59歳	600	588	584	▲ 12	▲ 4
60-64歳	492	498	495	▲ 6	▲ 3
65-69歳	541	538	519	▲ 3	▲ 19
70歳以上	434	411	405	▲ 23	▲ 6
合計	6,175	6,081	5,803	▲ 94	▲ 278

●ドラッグストア

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	32	29	27	▲ 3	▲ 2
20-24歳	258	247	268	▲ 11	▲ 21
25-29歳	291	275	270	▲ 16	▲ 5
30-34歳	592	562	553	▲ 30	▲ 9
35-39歳	579	565	548	▲ 14	▲ 17
40-44歳	783	790	785	▲ 7	▲ 5
45-49歳	812	811	818	▲ 1	▲ 7
50-54歳	734	722	745	▲ 12	▲ 23
55-59歳	646	650	663	▲ 4	▲ 13
60-64歳	582	583	588	▲ 1	▲ 5
65-69歳	673	662	678	▲ 11	▲ 16
70歳以上	578	577	585	▲ 1	▲ 8
合計	6,560	6,473	6,528	▲ 87	▲ 55

●通信販売

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	5	4	4	▲ 1	▲ 0
20-24歳	42	41	42	▲ 1	▲ 1
25-29歳	61	67	67	▲ 6	▲ 0
30-34歳	161	154	172	▲ 7	▲ 18
35-39歳	187	184	178	▲ 3	▲ 6
40-44歳	269	264	248	▲ 5	▲ 16
45-49歳	274	290	263	▲ 16	▲ 27
50-54歳	248	239	262	▲ 9	▲ 23
55-59歳	224	222	235	▲ 2	▲ 13
60-64歳	222	212	207	▲ 10	▲ 5
65-69歳	296	279	291	▲ 17	▲ 12
70歳以上	234	243	246	▲ 9	▲ 3
合計	2,223	2,199	2,215	▲ 24	▲ 16

●宅配・訪問販売

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	0	0	1	▲ 0	▲ 1
20-24歳	2	1	1	▲ 1	▲ 0
25-29歳	2	4	0	▲ 2	▲ 4
30-34歳	12	7	10	▲ 5	▲ 3
35-39歳	20	20	15	▲ 0	▲ 5
40-44歳	21	20	18	▲ 1	▲ 2
45-49歳	23	23	28	▲ 0	▲ 5
50-54歳	21	23	22	▲ 2	▲ 1
55-59歳	22	20	25	▲ 2	▲ 5
60-64歳	33	23	22	▲ 10	▲ 1
65-69歳	38	36	29	▲ 2	▲ 7
70歳以上	31	30	38	▲ 1	▲ 8
合計	225	207	209	▲ 18	▲ 2

●ホームセンター・ディスカウントストア

単位：人

年齢区分	2018	2019	2020	19-18	20-19
20歳未満	33	33	31	▲ 0	▲ 2
20-24歳	219	205	202	▲ 14	▲ 3
25-29歳	210	208	191	▲ 2	▲ 17
30-34歳	428	427	399	▲ 1	▲ 28
35-39歳	450	442	440	▲ 8	▲ 2
40-44歳	674	685	651	▲ 11	▲ 34
45-49歳	708	733	718	▲ 25	▲ 15
50-54歳	654	664	674	▲ 10	▲ 10
55-59歳	579	583	594	▲ 4	▲ 11
60-64歳	533	546	541	▲ 13	▲ 5
65-69歳	616	630	621	▲ 14	▲ 9
70歳以上	563	568	546	▲ 5	▲ 22
合計	5,667	5,724	5,608	▲ 57	▲ 116

●購買高合計

単位：円

年齢区分	2018	2019	2020	19/18	20/19
20歳未満	4,593	4,012	4,801	87.4%	119.7%
20-24歳	8,056	8,105	9,421	100.6%	116.2%
25-29歳	18,473	18,741	22,398	101.4%	119.5%
30-34歳	29,537	30,559	33,790	103.5%	110.6%
35-39歳	38,077	39,033	43,517	102.5%	111.5%
40-44歳	42,799	42,792	49,204	100.0%	115.0%
45-49歳	46,781	46,777	53,450	100.0%	114.3%
50-54歳	49,333	49,640	56,345	100.6%	113.5%
55-59歳	51,650	52,140	59,469	100.9%	114.1%
60-64歳	56,829	56,845	63,562	100.0%	111.8%
65-69歳	61,219	62,597	68,140	102.2%	108.9%
70歳以上	62,748	62,050	66,606	98.9%	107.3%
合計	44,496	44,831	50,271	100.8%	112.1%

●年齢分布

単位：人

年齢区分	男性	女性	合計
20歳未満	38	35	73
20-24歳	228	265	493
25-29歳	217	212	429
30-34歳	365	386	751
35-39歳	356	370	726
40-44歳	535	490	1,025
45-49歳	522	535	1,057
50-54歳	477	476	953
55-59歳	420	423	843
60-64歳	378	370	748
65-69歳	399	437	836
70歳以上	368	367	735
合計	4,303	4,366	8,669

【資料3：企業態計・食品中分類・世帯年収区分・平均購入額＋購買者数＋購買額計】

★平均購入額				●加工食品				●生鮮食品				●菓子類				●飲料酒類				●その他食品			
単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円							
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19				
1	200未満	16,150	17,963	111.2%	200未満	3,268	3,587	109.8%	200未満	6,498	7,155	110.1%	200未満	7,411	7,791	105.1%	200未満	6,855	6,311	92.1%			
2	200-300	17,271	19,477	112.8%	200-300	3,516	3,915	111.3%	200-300	7,248	7,614	105.0%	200-300	8,862	8,832	99.7%	200-300	6,477	6,631	102.4%			
3	300-400	17,357	20,532	118.3%	300-400	3,738	4,310	115.3%	300-400	7,404	8,123	109.7%	300-400	8,793	9,686	110.2%	300-400	5,384	5,569	103.5%			
4	400-500	18,630	22,111	118.7%	400-500	3,859	4,431	114.8%	400-500	7,437	8,110	109.0%	400-500	9,752	10,420	106.9%	400-500	5,369	5,222	97.3%			
5	500-600	17,835	21,211	118.9%	500-600	3,545	4,102	115.7%	500-600	7,447	8,544	114.7%	500-600	9,284	10,336	111.3%	500-600	4,949	4,977	100.6%			
6	600-700	17,422	20,907	120.0%	600-700	3,405	4,053	119.0%	600-700	7,310	8,189	112.0%	600-700	10,017	10,953	109.3%	600-700	6,913	6,999	101.2%			
7	700-800	17,449	21,169	121.3%	700-800	3,585	4,114	114.8%	700-800	7,376	8,047	109.1%	700-800	9,982	11,137	111.6%	700-800	6,233	6,329	101.5%			
8	800-900	16,611	20,255	121.9%	800-900	3,667	4,253	116.0%	800-900	7,519	8,196	109.0%	800-900	9,576	10,847	113.3%	800-900	5,513	6,189	112.3%			
9	900-1000	18,383	22,840	124.2%	900-1000	3,634	4,473	123.1%	900-1000	7,471	8,333	111.5%	900-1000	9,888	11,312	114.4%	900-1000	5,833	5,971	102.4%			
10	1000-1200	17,723	22,409	126.4%	1000-1200	3,902	4,675	119.8%	1000-1200	6,952	8,263	118.9%	1000-1200	9,623	10,787	112.1%	1000-1200	4,706	5,216	110.8%			
11	1200-1500	17,574	22,681	129.1%	1200-1500	3,865	5,199	134.5%	1200-1500	7,762	9,075	116.9%	1200-1500	10,631	12,666	119.1%	1200-1500	5,353	6,003	112.1%			
12	1500-2000	15,976	20,488	128.2%	1500-2000	3,930	4,995	127.1%	1500-2000	8,084	9,310	115.2%	1500-2000	10,458	12,682	121.3%	1500-2000	7,211	7,309	101.4%			
13	2000-	18,291	24,366	133.2%	2000-	4,518	5,188	114.8%	2000-	8,233	9,041	109.8%	2000-	12,686	14,075	111.0%	2000-	8,837	8,371	94.7%			
14	分からない	14,315	17,359	121.3%	分からない	3,832	4,521	118.0%	分からない	5,972	6,584	110.3%	分からない	6,653	7,445	111.9%	分からない	4,144	4,843	116.9%			
	合計	17,041	20,492	120.2%	合計	3,666	4,290	117.0%	合計	7,129	7,924	111.1%	合計	9,033	9,981	110.5%	合計	5,613	5,826	103.8%			

★購買者数				●加工食品				●生鮮食品				●菓子類				●飲料酒類				●その他食品			
単位：人				単位：人				単位：人				単位：人				単位：人							
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19				
200未満	555	548	98.7%	200未満	464	472	101.7%	200未満	560	552	98.6%	200未満	563	556	98.8%	200未満	220	213	96.8%				
200-300	670	660	98.5%	200-300	553	557	100.7%	200-300	666	659	98.9%	200-300	672	676	100.6%	200-300	280	259	92.5%				
300-400	942	922	97.9%	300-400	770	771	100.1%	300-400	940	926	98.5%	300-400	952	945	99.3%	300-400	400	396	99.0%				
400-500	1,013	993	98.0%	400-500	825	832	100.8%	400-500	1,011	1,009	99.8%	400-500	1,025	1,018	99.3%	400-500	453	425	93.8%				
500-600	991	969	97.8%	500-600	789	791	100.3%	500-600	1,001	976	97.5%	500-600	1,018	1,003	98.5%	500-600	432	387	89.6%				
600-700	887	880	99.2%	600-700	685	702	102.5%	600-700	895	867	96.9%	600-700	906	902	99.6%	600-700	411	374	91.0%				
700-800	778	775	99.6%	700-800	593	613	103.4%	700-800	786	774	98.5%	700-800	800	783	97.9%	700-800	333	308	92.5%				
800-900	630	616	97.8%	800-900	487	497	102.1%	800-900	629	628	99.8%	800-900	644	631	98.0%	800-900	276	245	88.8%				
900-1000	545	538	98.7%	900-1000	442	443	100.2%	900-1000	545	539	98.9%	900-1000	561	553	98.6%	900-1000	251	240	95.6%				
1000-1200	586	568	96.4%	1000-1200	450	467	103.8%	1000-1200	595	585	98.3%	1000-1200	607	603	99.3%	1000-1200	246	203	82.5%				
1200-1500	323	316	97.8%	1200-1500	250	259	103.6%	1200-1500	324	317	97.8%	1200-1500	328	323	98.5%	1200-1500	135	116	85.9%				
1500-2000	184	179	97.3%	1500-2000	137	137	100.0%	1500-2000	179	181	101.1%	1500-2000	187	188	100.5%	1500-2000	79	84	106.3%				
2000-	75	70	93.3%	2000-	58	58	100.0%	2000-	80	77	96.3%	2000-	77	79	102.6%	2000-	32	28	87.5%				
分からない	1,444	1,385	95.9%	分からない	891	899	100.9%	分からない	1,517	1,464	96.5%	分からない	1,533	1,489	97.1%	分からない	522	443	84.9%				
	合計	9,623	9,416	97.8%	合計	7,394	7,498	101.4%	合計	9,728	9,554	98.2%	合計	9,873	9,749	98.7%	合計	4,070	3,721	91.4%			

★購買金額合計				●加工食品				●生鮮食品				●菓子類				●飲料酒類				●その他食品			
単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円							
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19				
200未満	8,963	9,844	109.8%	200未満	1,516	1,693	111.7%	200未満	3,639	3,949	108.5%	200未満	4,173	4,332	103.8%	200未満	1,508	1,344	89.1%				
200-300	11,572	12,855	111.1%	200-300	1,944	2,181	112.1%	200-300	4,827	5,018	103.9%	200-300	5,955	5,971	100.3%	200-300	1,814	1,717	94.7%				
300-400	16,350	18,930	115.8%	300-400	2,878	3,323	115.5%	300-400	6,959	7,522	108.1%	300-400	8,371	9,154	109.4%	300-400	2,153	2,205	102.4%				
400-500	18,873	21,956	116.3%	400-500	3,184	3,687	115.8%	400-500	7,518	8,183	108.8%	400-500	9,995	10,608	106.1%	400-500	2,432	2,219	91.2%				
500-600	17,675	20,554	116.3%	500-600	2,797	3,245	116.0%	500-600	7,454	8,339	111.9%	500-600	9,451	10,367	109.7%	500-600	2,138	1,926	90.1%				
600-700	15,453	18,398	119.1%	600-700	2,332	2,845	122.0%	600-700	6,542	7,099	108.5%	600-700	9,076	9,879	108.9%	600-700	2,841	2,618	92.1%				
700-800	13,575	16,406	120.9%	700-800	2,126	2,522	118.6%	700-800	5,798	6,228	107.4%	700-800	7,985	8,721	109.2%	700-800	2,076	1,949	93.9%				
800-900	10,465	12,477	119.2%	800-900	1,786	2,114	118.4%	800-900	4,730	5,147	108.8%	800-900	6,167	6,844	111.0%	800-900	1,522	1,516	99.6%				
900-1000	10,019	12,288	122.6%	900-1000	1,606	1,982	123.4%	900-1000	4,072	4,492	110.3%	900-1000	5,547	6,256	112.8%	900-1000	1,464	1,433	97.9%				
1000-1200	10,386	12,661	121.9%	1000-1200	1,756	2,183	124.3%	1000-1200	4,136	4,834	116.9%	1000-1200	5,841	6,504	111.4%	1000-1200	1,158	1,059	91.5%				
1200-1500	5,676	7,167	126.3%	1200-1500	966	1,346	139.3%	1200-1500	2,515	2,877	114.4%	1200-1500	3,487	4,091	117.3%	1200-1500	723	696	96.4%				
1500-2000	2,940	3,667	124.8%	1500-2000	538	684	127.1%	1500-2000	1,447	1,685	116.5%	1500-2000	1,956	2,384	121.9%	1500-2000	570	614	107.8%				
2000-	1,372	1,706	124.3%	2000-	262	301	114.8%	2000-	659	696	105.7%	2000-	977	1,112	113.8%	2000-	283	234	82.9%				
分からない	20,671	24,042	116.3%	分からない	3,414	4,064	119.0%	分からない	9,059	9,639	106.4%	分からない	10,200	11,086	108.7%	分からない	2,163	2,146	99.2%				
	合計	163,989	192,950	117.7%	合計	27,107	32,170	118.7%	合計	69,355	75,709	109.2%	合計	89,180	97,308	109.1%	合計	22,844	21,678	94.9%			

(資料4：全業態計・日用品中分類：世帯年収区分・平均購買額＋購買者数＋購買額計)

★平均金額																								
●日用雑貨				●化粧品				●医薬品				●家庭用品				●DIY用品				●ペット用品				
単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	
1	200未満	3,144	3,821	121.5%	200未満	3,226	2,971	92.1%	200未満	2,426	2,444	100.7%	200未満	1,001	1,033	103.2%	200未満	825	1,055	127.9%	200未満	5,454	5,548	101.7%
2	200-300	3,430	4,236	123.5%	200-300	3,365	3,650	108.4%	200-300	2,877	2,810	97.7%	200-300	1,118	1,177	105.3%	200-300	818	1,009	123.4%	200-300	4,421	4,661	105.4%
3	300-400	3,820	4,583	120.0%	300-400	3,163	3,267	103.3%	300-400	2,882	2,731	94.8%	300-400	1,080	1,229	113.8%	300-400	1,090	830	76.1%	300-400	4,602	4,961	106.9%
4	400-500	4,308	5,005	116.2%	400-500	3,230	3,503	108.5%	400-500	2,771	3,027	109.2%	400-500	1,230	1,285	104.4%	400-500	1,091	753	69.0%	400-500	5,507	5,644	102.5%
5	500-600	4,513	5,206	115.3%	500-600	3,472	3,364	96.9%	500-600	3,014	3,180	105.5%	500-600	1,168	1,237	106.0%	500-600	722	1,016	140.7%	500-600	4,593	5,336	116.2%
6	600-700	4,476	5,317	118.8%	600-700	3,701	3,358	90.7%	600-700	2,636	2,696	102.3%	600-700	1,213	1,294	106.7%	600-700	840	877	104.4%	600-700	4,688	5,189	110.7%
7	700-800	4,677	5,055	108.1%	700-800	3,922	3,905	99.6%	700-800	2,719	2,728	100.3%	700-800	1,285	1,228	95.6%	700-800	870	977	112.3%	700-800	5,471	5,754	105.2%
8	800-900	4,382	4,894	111.7%	800-900	3,830	4,063	106.1%	800-900	2,603	2,828	108.7%	800-900	1,207	1,332	110.3%	800-900	763	923	121.0%	800-900	4,893	5,452	111.4%
9	900-1000	4,743	5,331	112.4%	900-1000	4,243	3,859	90.9%	900-1000	3,162	3,142	99.4%	900-1000	1,279	1,336	104.4%	900-1000	804	622	77.3%	900-1000	4,488	6,336	141.2%
10	1000-1200	4,859	5,434	111.8%	1000-1200	3,422	3,514	102.7%	1000-1200	2,956	2,878	97.3%	1000-1200	1,314	1,396	106.3%	1000-1200	1,073	918	85.5%	1000-1200	5,304	5,906	111.3%
11	1200-1500	5,110	5,707	111.7%	1200-1500	3,379	3,615	107.0%	1200-1500	3,126	3,604	115.3%	1200-1500	1,366	1,295	94.8%	1200-1500	878	1,141	129.9%	1200-1500	6,441	7,836	121.7%
12	1500-2000	4,962	6,032	121.6%	1500-2000	4,653	5,061	108.8%	1500-2000	3,403	3,988	117.2%	1500-2000	1,418	1,575	111.0%	1500-2000	1,494	934	62.5%	1500-2000	7,274	9,138	125.6%
13	2000-	4,920	6,474	131.6%	2000-	5,123	6,403	125.0%	2000-	4,000	4,677	116.9%	2000-	2,443	1,319	54.0%	2000-	946	960	101.5%	2000-	8,946	5,797	64.8%
14	分からない	4,109	4,946	120.4%	分からない	3,931	3,496	88.9%	分からない	2,736	2,714	99.2%	分からない	1,132	1,319	116.5%	分からない	787	693	88.1%	分からない	4,956	5,311	107.1%
	合計	4,267	4,975	116.6%	合計	3,619	3,579	98.9%	合計	2,832	2,902	102.5%	合計	1,198	1,270	106.0%	合計	897	883	98.4%	合計	5,086	5,573	109.6%

★購買者数																								
●日用雑貨				●化粧品				●医薬品				●家庭用品				●DIY用品				●ペット用品				
単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	
200未満	469	454	96.8%	200未満	320	305	95.3%	200未満	224	224	100.0%	200未満	383	368	96.1%	200未満	98	92	93.9%	200未満	77	80	103.9%	
200-300	595	580	97.5%	200-300	429	405	94.4%	200-300	292	293	100.3%	200-300	450	476	105.8%	200-300	130	140	107.7%	200-300	94	96	102.1%	
300-400	814	816	100.2%	300-400	612	586	95.8%	300-400	456	435	95.4%	300-400	646	667	103.3%	300-400	174	183	105.2%	300-400	139	131	94.2%	
400-500	860	875	101.7%	400-500	673	646	96.0%	400-500	488	482	98.8%	400-500	671	702	104.6%	400-500	154	175	113.6%	400-500	146	147	100.7%	
500-600	829	840	101.3%	500-600	683	639	93.6%	500-600	470	447	95.1%	500-600	670	690	103.0%	500-600	146	164	112.3%	500-600	154	135	87.7%	
600-700	741	729	98.4%	600-700	588	574	97.6%	600-700	431	389	90.3%	600-700	568	587	103.3%	600-700	126	153	121.4%	600-700	131	135	103.1%	
700-800	630	636	101.0%	700-800	510	483	94.7%	700-800	360	319	88.6%	700-800	486	517	106.4%	700-800	108	139	128.7%	700-800	122	126	103.3%	
800-900	520	526	101.2%	800-900	404	390	96.5%	800-900	280	278	99.3%	800-900	392	395	100.8%	800-900	85	97	114.1%	800-900	94	92	97.9%	
900-1000	440	459	104.3%	900-1000	362	356	98.3%	900-1000	250	238	95.2%	900-1000	343	359	104.7%	900-1000	65	75	115.4%	900-1000	75	75	100.0%	
1000-1200	480	483	100.6%	1000-1200	396	363	91.7%	1000-1200	282	242	85.8%	1000-1200	360	386	107.2%	1000-1200	78	82	105.1%	1000-1200	79	83	105.1%	
1200-1500	263	269	102.3%	1200-1500	215	213	99.1%	1200-1500	143	128	89.5%	1200-1500	193	217	112.4%	1200-1500	44	40	90.9%	1200-1500	43	47	109.3%	
1500-2000	138	144	104.3%	1500-2000	113	120	106.2%	1500-2000	72	73	101.4%	1500-2000	107	109	101.9%	1500-2000	21	24	114.3%	1500-2000	29	25	86.2%	
2000-	59	59	100.0%	2000-	48	43	89.6%	2000-	39	34	87.2%	2000-	46	48	104.3%	2000-	11	10	90.9%	2000-	18	13	72.2%	
分からない	1,085	1,066	98.2%	分からない	973	928	95.4%	分からない	614	571	93.0%	分からない	791	839	106.1%	分からない	169	180	106.5%	分からない	184	177	96.2%	
	合計	7,923	7,936	100.2%	合計	6,326	6,051	95.7%	合計	4,401	4,153	94.4%	合計	6,106	6,360	104.2%	合計	1,409	1,554	110.3%	合計	1,385	1,362	98.3%

★購買金額合計																								
●日用雑貨				●化粧品				●医薬品				●家庭用品				●DIY用品				●ペット用品				
単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円				
世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	世帯年収	2019	2020	20/19	
200未満	1,475	1,735	117.6%	200未満	1,029	900	87.5%	200未満	543	547	100.7%	200未満	384	380	99.2%	200未満	81	97	120.1%	200未満	420	444	105.7%	
200-300	2,041	2,457	120.4%	200-300	1,427	1,467	102.8%	200-300	840	823	98.0%	200-300	503	560	111.4%	200-300	106	141	132.9%	200-300	416	447	107.7%	
300-400	3,110	3,740	120.3%	300-400	1,920	1,905	99.2%	300-400	1,314	1,188	90.4%	300-400	698	820	117.5%	300-400	190	152	80.1%	300-400	640	645	100.8%	
400-500	3,705	4,380	118.2%	400-500	2,167	2,253	103.9%	400-500	1,352	1,459	107.9%	400-500	826	902	109.3%	400-500	168	132	78.4%	400-500	804	830	103.2%	
500-600	3,741	4,373	116.9%	500-600	2,361	2,136	90.5%	500-600	1,417	1,421	100.3%	500-600	782	854	109.1%	500-600	105	167	158.1%	500-600	707	720	101.8%	
600-700	3,317	3,876	116.9%	600-700	2,176	1,917	88.1%	600-700	1,136	1,049	92.3%	600-700	689	759	110.2%	600-700	106	134	126.8%	600-700	614	700	114.1%	
700-800	2,946	3,215	109.1%	700-800	1,996	1,882	94.3%	700-800	979	870	88.9%	700-800	624	635	101.7%	700-800	94	136	144.6%	700-800	667	725	108.6%	
800-900	2,278	2,574	113.0%	800-900	1,544	1,577	102.1%	800-900	786	786	100.0%	800-900	473	526	111.2%	800-900	65	90	138.1%	800-900	460	502	109.1%	
900-1000	2,087	2,447	117.3%	900-1000	1,519	1,366	89.9%	900-1000	790	748	94.6%	900-1000	439	480	109.3%	900-1000	52	47	89.2%	900-1000	337	475	141.2%	
1000-1200	2,332	2,624	112.5%	1000-1200	1,345	1,276	94.9%	1000-1200	834	696	83.5%	1000-1200	473	539	113.9%	1000-1200	84	75	89.9%	1000-1200	419	490	117.0%	
1200-1500	1,344	1,535	114.2%	1200-1500	723	766	106.0%	1200-1500	447	461	103.2%	1200-1500	264	281	106.6%	1200-1500	39	46	118.1%	1200-1500	277	368	133.0%	
1500-2000	685	869	126.8%	1500-2000	526	597	113.6%	1500-2000	245	291	118.8%	1500-2000	152	172	113.1%	1500-2000	31	22	71.5%	1500-2000	211	228	108.6%	
2000-	290	382	131.6%	2000-	246	275	112.0%	2000-	156	159	101.9%	2000-	112	63	56.4%	2000-	10	10	92.3%	2000-	161	75	46.8%	
分からない	4,458	5,272	118.3%	分からない	3,793	3,213	84.7%	分からない	1,680	1,550	92.3%	分からない	896	1,107	123.6%	分からない	133	125	93.8%	分からない	912	940	103.1%	
	合計	33,809	39,479	116.8%	合計	22,772	21,531	94.5%	合計	12,463	12,050	96.7%	合計	7,314	8,078	110.4%	合計	1,265	1,373	108.6%	合計	7,045	7,590	107.7%

【資料5：通販（ネットスーパー）・年齢区分・平均購買額・購買者数・購買額計】

①購入者平均金額																								
前提：2019年と2020年いずれも通販買上高あり顧客																								
●ネットセブン				●IYネットスーパー				●イオンネットスーパー				●楽天西友ネットスーパー				●その他ネットスーパー				●ネットスーパー合計				
単位：円				単位：円				単位：円				単位：円				単位：円								
年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	
20歳未満				20歳未満		11.187		20歳未満				20歳未満				20歳未満				20歳未満		0	11.187	
20-24歳				20-24歳				20-24歳				20-24歳	2,025	5,550	274.2%	20-24歳				20-24歳		2,025	5,550	274.2%
25-29歳	2,285	13,512	591.3%	25-29歳	4,121	11,562	280.6%	25-29歳				25-29歳	10,491	6,453	61.5%	25-29歳	1,296	1,865	143.9%	25-29歳	7,171	8,398	117.1%	
30-34歳	7,854	4,500	57.3%	30-34歳	7,376	9,558	129.6%	30-34歳	14,446	9,804	67.9%	30-34歳	13,047	8,961	68.7%	30-34歳	2,592	1,524	58.8%	30-34歳	11,207	8,454	75.4%	
35-39歳	4,977	2,945	59.2%	35-39歳	23,209	10,885	46.9%	35-39歳	12,016	8,015	66.7%	35-39歳	13,385	18,633	139.2%	35-39歳	3,712	1,599	43.1%	35-39歳	15,382	13,192	85.8%	
40-44歳	3,107			40-44歳	8,679	5,451	62.8%	40-44歳	11,811	7,732	65.5%	40-44歳	19,028	14,920	78.4%	40-44歳	26,901	9,991	37.1%	40-44歳	14,726	12,230	83.1%	
45-49歳	3,316	3,330	100.4%	45-49歳	18,384	22,937	124.8%	45-49歳	23,663	20,332	85.9%	45-49歳	16,921	17,318	102.3%	45-49歳	18,589	8,543	46.0%	45-49歳	22,449	20,584	91.7%	
50-54歳	8,008	5,808	72.5%	50-54歳	16,462	18,142	110.2%	50-54歳	16,544	18,108	109.5%	50-54歳	23,521	22,327	94.9%	50-54歳	3,498	4,628	132.3%	50-54歳	20,313	23,432	115.4%	
55-59歳		3,152		55-59歳	19,220	12,235	63.7%	55-59歳	20,034	16,499	82.4%	55-59歳	10,257	6,794	66.2%	55-59歳	5,724	6,621	115.7%	55-59歳	16,746	13,795	82.4%	
60-64歳	3,962	3,502	88.4%	60-64歳	34,720	23,207	66.8%	60-64歳	8,981	15,775	175.7%	60-64歳	14,826	10,042	67.7%	60-64歳	42,013	11,144	26.5%	60-64歳	20,811	16,206	77.9%	
65-69歳		4,840		65-69歳	16,911	9,214	54.5%	65-69歳	5,675	10,363	182.6%	65-69歳	19,394	15,145	78.1%	65-69歳	9,156	12,667	138.4%	65-69歳	16,686	12,892	77.3%	
70歳以上	835	5,701	683.1%	70歳以上	18,502	11,915	64.4%	70歳以上	20,415	12,690	62.2%	70歳以上	14,322	7,516	52.5%	70歳以上	10,967	4,413	40.2%	70歳以上	16,227	10,632	65.5%	
合計	4,630	4,451	96.1%	合計	18,154	13,425	74.0%	合計	15,513	12,989	83.7%	合計	16,413	13,804	84.1%	合計	10,077	7,578	75.2%	合計	17,498	14,339	81.9%	

②購買者数																								
●ネットセブン				●IYネットスーパー				●イオンネットスーパー				●楽天西友ネットスーパー				●その他ネットスーパー				●ネットスーパー合計				
単位：人				単位：人				単位：人				単位：人				単位：人								
年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	
20歳未満				20歳未満		1	1	20歳未満				20歳未満				20歳未満		#VALUE!	#VALUE!	20歳未満		0	1	1
20-24歳				20-24歳				20-24歳				20-24歳	2	4	2	20-24歳				20-24歳		2	4	2
25-29歳	1	1	0	25-29歳	1	5	4	25-29歳				25-29歳	2	5	3	25-29歳	1	3	2	25-29歳	4	13	9	
30-34歳	2	1	▲1	30-34歳	8	14	6	30-34歳	5	9	4	30-34歳	4	8	4	30-34歳	1	4	3	30-34歳	18	36	18	
35-39歳	3	4	1	35-39歳	8	10	2	35-39歳	4	7	3	35-39歳	5	13	8	35-39歳	2	2	0	35-39歳	21	32	11	
40-44歳	2			40-44歳	9	16	7	40-44歳	3	10	7	40-44歳	11	24	13	40-44歳	2	4	2	40-44歳	26	46	20	
45-49歳	2	8	6	45-49歳	19	16	▲3	45-49歳	7	6	▲1	45-49歳	13	16	3	45-49歳	6	6	0	45-49歳	38	41	3	
50-54歳	3	3	0	50-54歳	14	15	1	50-54歳	7	7	0	50-54歳	11	16	5	50-54歳	6	5	▲1	50-54歳	32	34	2	
55-59歳	1	1		55-59歳	13	17	4	55-59歳	7	10	3	55-59歳	7	14	7	55-59歳	10	8	▲2	55-59歳	31	38	7	
60-64歳	3	1	▲2	60-64歳	10	8	▲2	60-64歳	10	11	1	60-64歳	9	13	4	60-64歳	1	11	10	60-64歳	30	38	8	
65-69歳		4	4	65-69歳	13	13	0	65-69歳	4	10	6	65-69歳	10	13	3	65-69歳	7	6	▲1	65-69歳	30	40	10	
70歳以上	2	2	0	70歳以上	3	5	2	70歳以上	8	11	3	70歳以上	8	7	▲1	70歳以上	2	3	1	70歳以上	22	26	4	
合計	18	25	7	合計	98	120	22	合計	55	81	26	合計	82	133	51	合計	38	52	14	合計	254	349	95	

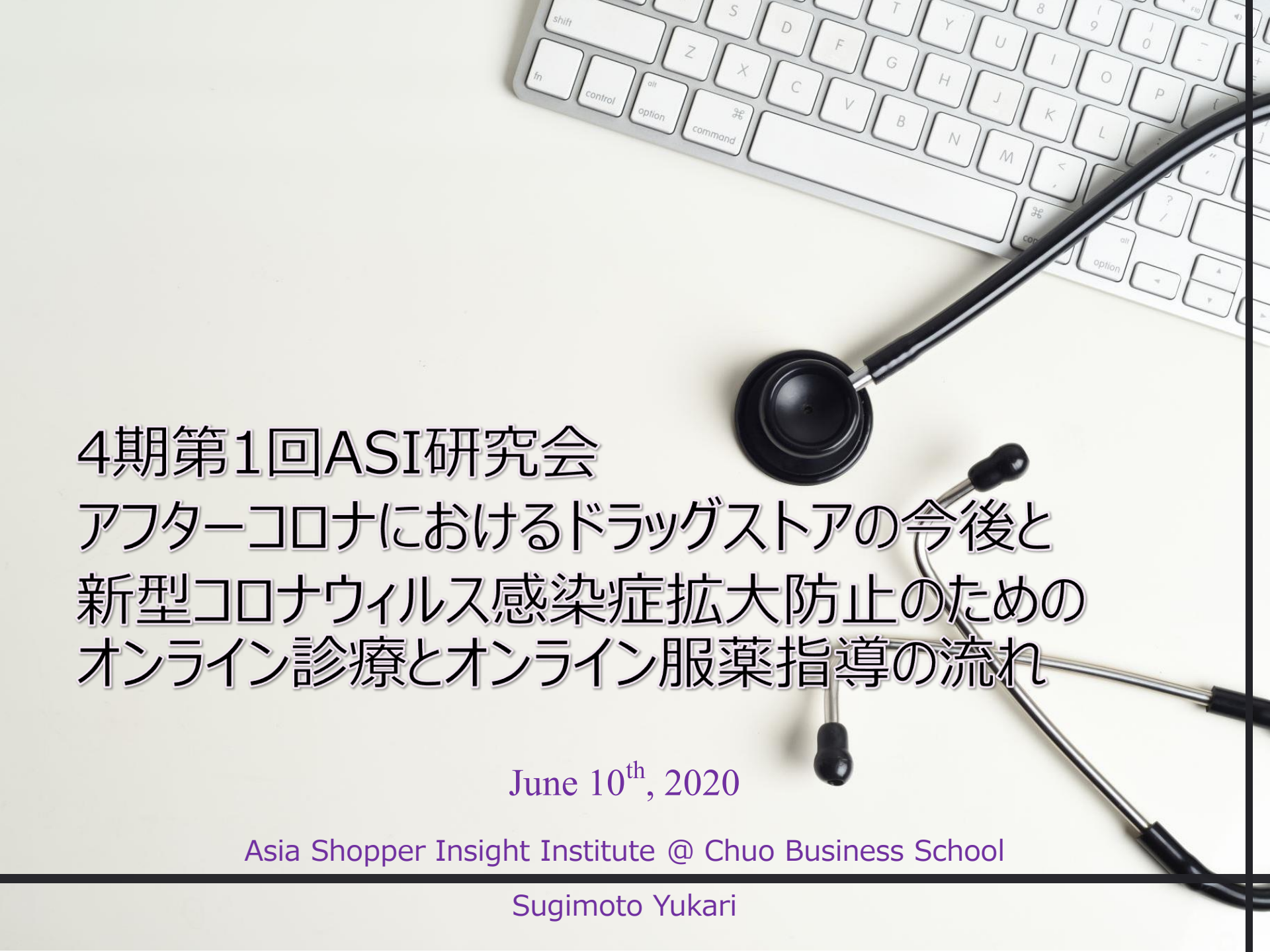
③購買額計																							
●ネットセブン				●IYネットスーパー				●イオンネットスーパー				●楽天西友ネットスーパー				●その他ネットスーパー				●ネットスーパー合計			
単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円				単位：千円							
年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19
20歳未満	0	0		20歳未満	0	11		20歳未満	0	0		20歳未満	0	0		20歳未満	0	0		20歳未満	0	11	
20-24歳	0	0		20-24歳	0	0		20-24歳	0	0		20-24歳	4	22	548.3%	20-24歳	0	0		20-24歳	4	22	548.3%
25-29歳	2	14	591.3%	25-29歳	4	58	1402.8%	25-29歳	0	0		25-29歳	21	32	153.8%	25-29歳	1	6	431.7%	25-29歳	29	109	380.6%
30-34歳	16	5	28.6%	30-34歳	59	134	226.8%	30-34歳	72	88	122.2%	30-34歳	52	72	137.4%	30-34歳	3	6	235.2%	30-34歳	202	304	150.9%
35-39歳	15	12	78.9%	35-39歳	186	109	58.6%	35-39歳	48	56	116.7%	35-39歳	67	242	361.9%	35-39歳	7	3	43.1%	35-39歳	323	422	130.7%
40-44歳	6	0	0.0%	40-44歳	78	87	111.7%	40-44歳	35	77	218.2%	40-44歳	209	358	171.1%	40-44歳	54	40	74.3%	40-44歳	383	563	146.9%
45-49歳	7	27	401.7%	45-49歳	349	367	105.1%	45-49歳	166	122	73.7%	45-49歳	220	277	126.0%	45-49歳	112	51	46.0%	45-49歳	853	844	98.9%
50-54歳	24	17	72.5%	50-54歳	230	272	118.1%	50-54歳	116	127	109.5%	50-54歳	259	357	138.1%	50-54歳	21	23	110.3%	50-54歳	650	797	122.6%
55-59歳	0	3		55-59歳	250	208	83.2%	55-59歳	140	165	117.6%	55-59歳	72	95	132.5%	55-59歳	57	53	92.5%	55-59歳	519	524	101.0%
60-64歳	12	4	29.5%	60-64歳	347	186	53.5%	60-64歳	90	174	193.2%	60-64歳	133	131	97.8%	60-64歳	42	123	291.8%	60-64歳	624	616	98.6%
65-69歳	0	19		65-69歳	220	120	54.5%	65-69歳	23	104	456.5%	65-69歳	194	197	101.5%	65-69歳	64	76	118.6%	65-69歳	501	516	103.0%
70歳以上	2	11	683.1%	70歳以上	56	60	107.3%	70歳以上	163	140	85.5%	70歳以上	115	53	45.9%	70歳以上	22	13	60.4%	70歳以上	357	276	77.4%
合計	83	111	133.5%	合計	1,779	1,611	90.6%	合計	853	1,052	123.3%	合計	1,346	1,836	136.4%	合計	383	394	102.9%	合計	4,444	5,004	112.6%

《資料6：通販（ネットスーパー以外）・年齢区分・平均購買額＋購買者数＋購買額計》

①購入者平均金額				前提：2019年と2020年いずれも通販買上高あり顧客																							
●Amazon.com				●楽天市場				●Yahoo				●ロハコ				●その他ネット通販				●ネット以外通販							
年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19				
20歳未満	2,178	2,644	121.4%	20歳未満		1,141		20歳未満	1,401	2,575	183.8%	20歳未満		10,039		20歳未満		971	1,888	194.4%	20歳未満						
20-24歳	5,508	3,533	64.1%	20-24歳	2,801	2,886	103.0%	20-24歳		1,240		20-24歳	4,868	3,909	80.3%	20-24歳	3,939	1,616	41.0%	20-24歳							
25-29歳	7,250	4,325	59.7%	25-29歳	4,666	9,331	200.0%	25-29歳	4,554	10,344	227.1%	25-29歳	13,396	23,666	176.7%	25-29歳	6,484	5,067	78.1%	25-29歳			990				
30-34歳	6,154	4,596	74.7%	30-34歳	6,518	6,048	92.8%	30-34歳	7,138	13,614	190.7%	30-34歳	7,044	6,937	98.5%	30-34歳	6,518	6,574	100.9%	30-34歳			2,160				
35-39歳	5,191	5,887	113.4%	35-39歳	7,452	7,457	100.1%	35-39歳	4,168	6,161	147.8%	35-39歳	9,734	4,897	50.3%	35-39歳	7,256	4,919	67.8%	35-39歳	3,297	1,932	58.6%				
40-44歳	5,790	5,374	92.8%	40-44歳	8,706	8,987	103.2%	40-44歳	5,459	7,531	137.9%	40-44歳	8,196	6,459	78.8%	40-44歳	8,120	6,541	80.6%	40-44歳	2,034	4,554	223.9%				
45-49歳	4,460	5,280	118.4%	45-49歳	9,859	10,443	105.9%	45-49歳	7,177	8,934	124.5%	45-49歳	7,154	5,842	81.7%	45-49歳	5,888	6,933	117.8%	45-49歳	16,726	3,747	22.4%				
50-54歳	6,511	6,574	101.0%	50-54歳	7,624	6,963	91.3%	50-54歳	7,853	8,837	112.5%	50-54歳	6,347	6,318	99.5%	50-54歳	7,685	8,554	111.3%	50-54歳	4,919	3,384	68.8%				
55-59歳	5,848	6,158	105.3%	55-59歳	8,966	10,018	111.7%	55-59歳	5,520	5,759	104.3%	55-59歳	6,006	6,123	102.0%	55-59歳	9,628	7,843	81.5%	55-59歳	6,494	9,149	140.9%				
60-64歳	5,819	5,226	89.8%	60-64歳	9,677	9,737	100.6%	60-64歳	4,469	6,893	154.3%	60-64歳	8,649	4,625	53.5%	60-64歳	8,852	8,844	99.9%	60-64歳	13,893	6,922	49.8%				
65-69歳	5,783	6,080	105.1%	65-69歳	8,968	8,271	92.2%	65-69歳	8,252	8,284	100.4%	65-69歳	6,701	5,534	82.6%	65-69歳	7,247	8,132	112.2%	65-69歳	6,385	6,175	96.7%				
70歳以上	6,526	7,596	116.4%	70歳以上	10,199	8,064	79.1%	70歳以上	4,911	6,956	141.6%	70歳以上	9,917	10,441	105.3%	70歳以上	8,284	8,168	98.6%	70歳以上	8,499	8,689	102.2%				
合計	5,796	5,515	95.1%	合計	8,710	8,442	96.9%	合計	6,426	7,923	123.3%	合計	7,722	6,545	84.8%	合計	7,760	7,259	93.5%	合計	8,174	6,756	82.6%				

②購買者数																							
●Amazon.com				●楽天市場				●Yahoo				●ロハコ				●その他ネット通販				●ネット以外通販			
年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19	年齢区分	2019	2020	20-19
20歳未満	7	27	20	20歳未満		2	2	20歳未満	1	2	1	20歳未満		2	2	20歳未満	1	10	9	20歳未満			
20-24歳	19	57	38	20-24歳	8	14	6	20-24歳		1	1	20-24歳	1	1	0	20-24歳	5	21	16	20-24歳			
25-29歳	29	78	49	25-29歳	8	33	25	25-29歳	6	8	2	25-29歳	5	5	0	25-29歳	13	34	21	25-29歳			1
30-34歳	64	130	66	30-34歳	28	62	34	30-34歳	14	16	2	30-34歳	13	17	4	30-34歳	27	69	42	30-34歳			1
35-39歳	55	113	58	35-39歳	42	82	40	35-39歳	8	15	7	35-39歳	21	24	3	35-39歳	54	99	45	35-39歳	5	2	▲3
40-44歳	86	125	39	40-44歳	62	105	43	40-44歳	18	30	12	40-44歳	26	28	2	40-44歳	63	124	61	40-44歳	3	6	3
45-49歳	76	134	58	45-49歳	72	108	36	45-49歳	29	33	4	45-49歳	30	37	7	45-49歳	77	115	38	45-49歳	5	11	6
50-54歳	70	112	42	50-54歳	64	116	52	50-54歳	24	39	15	50-54歳	27	25	▲2	50-54歳	82	126	44	50-54歳	1	8	7
55-59歳	65	91	26	55-59歳	56	83	27	55-59歳	24	34	10	55-59歳	23	26	3	55-59歳	87	128	41	55-59歳	12	16	4
60-64歳	62	99	37	60-64歳	58	86	28	60-64歳	18	31	13	60-64歳	13	16	3	60-64歳	65	105	40	60-64歳	8	17	9
65-69歳	92	131	39	65-69歳	81	119	38	65-69歳	45	51	6	65-69歳	20	20	0	65-69歳	97	158	61	65-69歳	17	20	3
70歳以上	65	90	25	70歳以上	60	83	23	70歳以上	26	38	12	70歳以上	14	10	▲4	70歳以上	90	121	31	70歳以上	25	33	8
合計	690	1,187	497	合計	539	893	354	合計	213	298	85	合計	193	211	18	合計	661	1,110	449	合計	76	115	39

③購買額計																							
●Amazon.com				●楽天市場				●Yahoo				●ロハコ				●その他ネット通販				●ネット以外通販			
年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19	年齢区分	2019	2020	20/19
20歳未満	15	71	468.4%	20歳未満	0	2		20歳未満	1	5	367.5%	20歳未満	0	20		20歳未満	1	19	1944.1%	20歳未満	0	0	
20-24歳	105	201	192.4%	20-24歳	22	40	180.3%	20-24歳	0	1		20-24歳	5	4	80.3%	20-24歳	20	34	172.3%	20-24歳	0	0	
25-29歳	210	337	160.5%	25-29歳	37	308	824.9%	25-29歳	27	83	302.8%	25-29歳	67	118	176.7%	25-29歳	84	172	204.4%	25-29歳	0	1	
30-34歳	394	597	151.7%	30-34歳	182	375	205.5%	30-34歳	100	218	218.0%	30-34歳	92	118	128.8%	30-34歳	176	454	257.7%	30-34歳	0	2	
35-39歳	286	665	233.0%	35-39歳	313	611	195.4%	35-39歳	33	92	277.2%	35-39歳	204	118	57.5%	35-39歳	392	487	124.3%	35-39歳	16	4	23.4%
40-44歳	498	672	134.9%	40-44歳	540	944	174.8%	40-44歳	98	226	229.9%	40-44歳	213	181	84.9%	40-44歳	512	811	158.6%	40-44歳	6	27	447.8%
45-49歳	339	708	208.7%	45-49歳	710	1,128	158.9%	45-49歳	208	295	141.7%	45-49歳	215	216	100.7%	45-49歳	453	797	175.9%	45-49歳	84	41	49.3%
50-54歳	456	736	161.5%	50-54歳	488	808	165.5%	50-54歳	188	345	182.8%	50-54歳	171	158	92.2%	50-54歳	630	1,078	171.0%	50-54歳	5	27	550.3%
55-59歳	380	560	147.4%	55-59歳	502	832	165.6%	55-59歳	132	196	147.8%	55-59歳	138	159	115.3%	55-59歳	838	1,004	119.8%	55-59歳	78	146	187.9%
60-64歳	361	517	143.4%	60-64歳	561	837	149.2%	60-64歳	80	214	265.7%	60-64歳	112	74	65.8%	60-64歳	575	929	161.4%	60-64歳	111	118	105.9%
65-69歳	532	796	149.7%	65-69歳	726	984	135.5%	65-69歳	371	422	113.8%	65-69歳	134	111	82.6%	65-69歳	703	1,285	182.8%	65-69歳	109	124	113.8%
70歳以上	424	684	161.2%	70歳以上	612	669	109.4%	70歳以上	128	264	207.0%	70歳以上	139	104	75.2%	70歳以上	746	988	132.6%	70歳以上	212	287	134.9%
合計	3,999	6,546	163.7%	合計	4,694	7,539	160.6%	合計	1,369	2,361	172.5%	合計	1,490	1,381	92.7%	合計	5,129	8,058	157.1%	合計	621	777	125.1%



4期第1回ASI研究会
アフターコロナにおけるドラッグストアの今後と
新型コロナウイルス感染症拡大防止のための
オンライン診療とオンライン服薬指導の流れ

June 10th, 2020

Asia Shopper Insight Institute @ Chuo Business School

Sugimoto Yukari

ドラッグストア、調剤薬局、製薬企業の現状

ドラッグストア業界の主要プレイヤー（2019）

市場規模

7兆6,859億円

2020年2月決算で首位交代

ウエルシアHD 868,280百万円

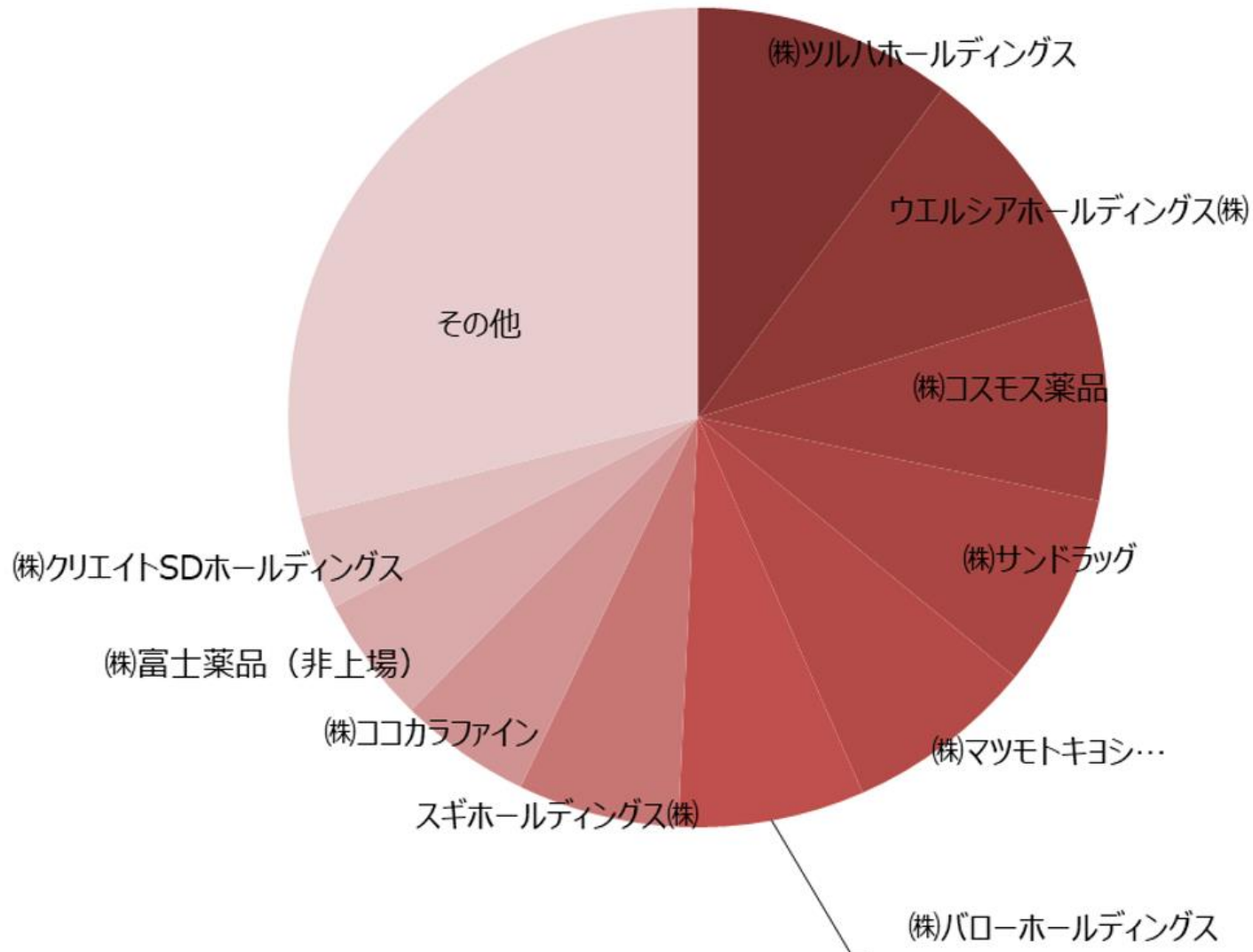
ツルハHD 625,608百万円

単位：百万円

主要企業	決算期	売上高	当期純利益
(株)ツルハホールディングス	2019/05	782,447	24,824
ウエルシアホールディングス(株)	2019/02	779,148	17,423
(株)コスモス薬品	2019/05	611,137	19,185
(株)サンドラッグ	2019/03	588,069	23,933
(株)マツモトキヨシホールディングス	2019/03	575,991	25,035
(株)バローホールディングス	2019/03	565,930	7,910
スギホールディングス(株)	2019/02	488,464	17,940
(株)ココカラファイン	2019/03	400,559	9,158
(株)富士薬品(非上場)	2019/03	386,030	1,337
(株)クリエイトSDホールディングス	2019/05	286,299	9,719

出典：各社有価証券報告書をYCG経営ナレッジまとめ

ドラッグストア業界の市場シェア（2019）



出典：各社有価証券報告書をYCG経営ナレッジまとめ

2021年にマツキヨとココカラファインが統合、売上高 1 兆円規模で競争激化

マツキヨとココカラの統合で売上高首位に浮上

	企業名	売上高
	マツキヨHD + ココカラ	9,464
1	ツルハHD	7,824
2	ウエルシアHD	7,791
3	コスモス薬品	6,111
4	サンドラッグ	5,880
5	マツモトキヨシHD	5,759
6	スギHD	4,884
7	ココカラファイン	4,005
8	クリエイトSD HD	2,862
9	アインHD	2,755
10	カワチ薬品	2,649

2021年
10月に
統合予定

- 2020年1月、業界5位のマツモトキヨシHDと7位のココカラファインの経営統合の合意が発表された。
- 両社は、2021年10月をめどに統合する予定。
- **売上高は、1兆円規模、業界首位に躍り出る。**
- 店舗数は、3,000店舗を突破する見込み。
- **2023年2月期、ウエルシアHDは売上高1兆800億円を目指す**

※2019年決算売上高
マツキヨ+ココカラは単純計

「マツキヨHDとココカラが統合した場合の順位変動」 (各社決算資料より業界動向サーチが作成)

大手調剤薬局チェーン 売上高ランキング (2019年度 調剤薬局事業より)

順位	会社名 (グループ・親)	主な薬局	調剤事業売上 (百万円)	店舗数	参考資料
1	株式会社アインHD	アイン薬局	245,003	1,186	2019年4月期決算
2	日本調剤株式会社	日本調剤	208,622	645	2019年3月期決算
3	クラフト株式会社	さくら薬局	191,617	904	2019年3月時点
	ウエルシアHD	ウエルシア薬局	155,452	2,105	2020年2月決算
4	クオールHD株式会社	クオール薬局	134,122	807	2019年3月期決算
5	総合メディカルHD株式会社	そうごう薬局	106,282	720	2019年3月期決算
6	株式会社スズケン	ファークロス薬局	94,657	615	2019年3月期決算
7	ファーマクラスター株式会社 (東邦HD株式会社)	ファーマみらいなど	93,222	773	2019年3月期決算
8	株式会社メディカルシステムネットワーク	なの花薬局	90,706	420	2019年3月期決算
	ツルハHD	ツルハ、レディ薬局、杏林堂等	63,545	615	2020年5月期
9	株式会社アイセイ薬局	アイセイ薬局	59,627	372	2019年3月期決算

*ピンク文字は、2020年度ドラッグストアの調剤事業の売上高と店舗数 引用：<https://www.onenationworkingtogether.org/49897>
を参考に杉本加筆修正

大手調剤薬局チェーン 売上高ランキング (2019年度 調剤薬局事業より)

順位	会社名 (グループ・親)	主な薬局	調剤事業売上 (百万円)	店舗数	参考資料
10	株式会社フロンティア (ワタキューグループ)	フロンティア薬局	51,632	150	2019年6月期決算
	マツモトキヨシHD		49,981	289	2020年3月期
11	たんぽぽ薬局株式会社 (株式会社トーカイ)	たんぽぽ薬局	41,817	127	2019年3月期決算
12	ファーマライズHD株式会社	ファーマライズ薬局	40,613	258	2019年5月期決算
13	薬樹HD株式会社	薬樹薬局	31,000	146	2019年6月期決算
14	株式会社メディカルー光グループ	フラワー薬局	22,452	95	2019年2月期決算
—	株式会社阪神調剤薬局 (I&H株式会社)	阪神調剤薬局	不明	544	2019年3月期決算
—	イオンリテール株式会社	イオン薬局	不明	274	2020年4月時点

*ピンク文字は、2020年度ドラッグストアの調剤事業の売上高と店舗数

※阪神調剤薬局はI&H株式会社内での調剤薬局事業 売上高が不明のため除外

※イオン薬局はGMS (総合スーパー) 事業内での調剤薬局事業 売上高が不明のため除外

引用: <https://www.onenationworkingtogether.org/49897>を参考に杉本加筆修正

大手調剤薬局の「店舗数」ランキング（2019）

順位	会社名（グループ・親）	店舗数
	ウェルシアHD （2020年2月期参考）	2,105店
1	株式会社アインホールディングス	1,186店
2	クラフト株式会社	904店
3	クオール株式会社	807店
4	東邦ホールディングス株式会社	773店
5	総合メディカル株式会社	720店
6	日本調剤株式会社	645店
7	株式会社スズケン	615店
	ツルハHD （2020年5月期参考）	615店
8	I&H株式会社 ※旧：阪神調剤ホールディング株式会社	544店
9	株式会社メディカルシステムネットワーク	420店
10	株式会社アイセイ薬局	367店

*ピンク文字は、2020年度ドラッグストアの調剤事業の店舗数

引用：<https://www.k-pharmalink.co.jp/contents/beanknowledge/sales-of-dispensing-pharmacy/>を参考に杉本加筆修正

新型コロナウイルス大流行によるドラッグストア業界の今後

□ 調剤事業の収益性は比較的高い

	会社名	営業利益率
調剤併設 ドラッグストア	ツルハホールディングス	6.40%
	マツモトキヨシホールディングス	5.30%
	ウェルシアホールディングス	3.90%
	スギホールディングス	5.30%
	平均	5.20%
ドラッグストア	サンドラッグ	6.40%
	コスモス薬局	3.80%
	クスリのアオキホールディングス	4.70%
	カワチ薬局	2.10%
	平均	4.30%
保険薬局 チェーン	アインホールディングス	5.90%
	日本調剤	3.80%
	クオール	5.20%
	総合メディカル	5.10%
	平均	5.00%

引用：2018/06/15付 沢井製薬サイエンスシフト

調剤は、成長性、大手による寡占化が進んでいないことから、有望な市場である

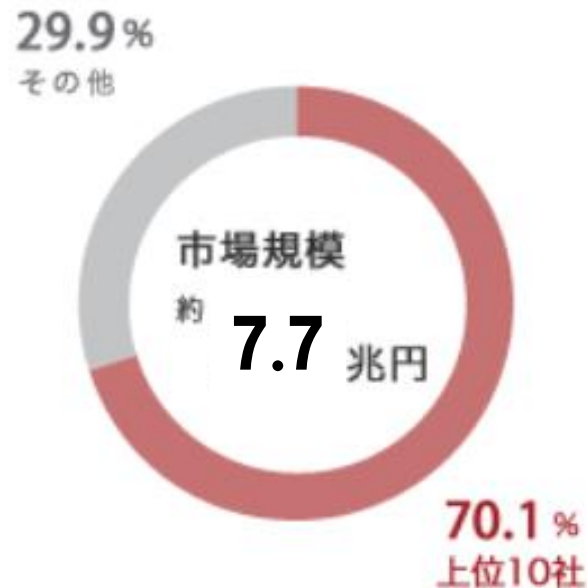
(ウエルシアHD松本社長)

調剤薬局市場とドラッグストア市場の売上高対比（2019）



7兆6,664億円

調剤薬局市場



7兆6,859億円

ドラッグストア市場

出典：各社有価証券報告書をYCG経営ナレッジまとめを杉本修正

ドラッグストアの分野別売上高の推移 (ドラッグストア上位5社のセグメント計)

(億円)

12,000

10,000

8,000

6,000

4,000

2,000

0

*** ドラッグストアの成長は、
食品分野の増加が寄与している**

2015年 16年 17年 18年

2015年 16年 17年 18年

2015年 16年 17年 18年

2015年 16年 17年 18年

医薬品

化粧品

家庭用雑貨

食品

引用：「ドラッグストア上位5社の分野別売上高の合計推移」（各社公表資料より業界動向サーチが作成）

新型コロナウイルス大流行によるドラッグストア業界の今後

【マツキヨ以外は、好調を推移】



- 大手ドラッグストアの2月3月4月の既存店売上は好調。
- 生活インフラの役目を担っており、緊急事態宣言下でも基本的には営業を続けていた。
- マスクや除菌剤など感染予防グッズだけでなく、トイレトーパー、おむつなどの紙製品、加工食品や冷凍食品も売り上げを伸ばしている。
- 普段、ドラッグストアをあまり使っていない人が、マスク等を探しに行くついでに食料品等を 購入し、ドラッグストアへの再認識が進んだ。

【前年同月比の売上増減】

参考	3月期	セブンイレブン	3.2%減
		ファミリーマート	7.6%減
		ローソン	5.2%減

強み		2月	3月	4月
ツルハHD	家庭用雑貨	7.1%増	14.5%増	6.8%増
ウェルシアHD	医薬品・食品	20.6%増	6.1%増	12.8%増
コスモ薬局	食品	11.3%増	6.8%増	17.5%増
マツモトキヨシHD	化粧品	8.0%増	10.6%減	12.5%減



- ★ マツキヨ3月減理由：時短営業、都市部店舗が多い、インバウンドの減少、化粧品が強い（在宅による化粧品需要の減少）が理由か。数字は既存店。

引用：News&Analysis, President、各社月次営業速報、決算報告書等を参考に杉本作成

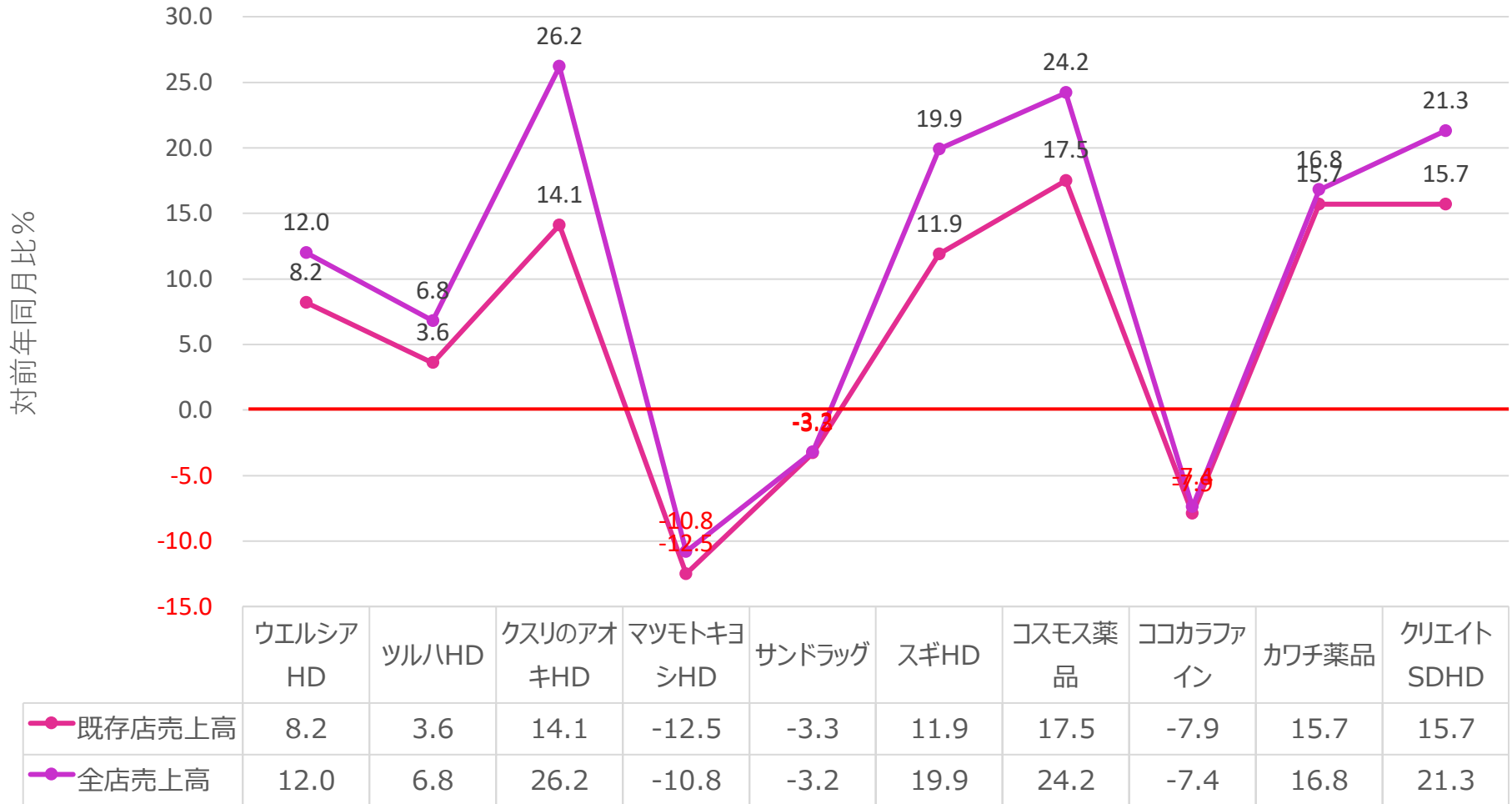
新型コロナウイルス大流行によるドラッグストア業界の今後

【各社の品目別直近の売上高】

	ツルハHD		ウェルシアHD		コスモス薬局		マツキヨHD	
	金額 (百万円)	前年同四 半期(%)	金額 (百万円)	前期比 (%)	金額 (百万円)	前年同四 半期(%)	金額 (百万円)	前年同四 半期(%)
医薬品	137,879	107.0	177,637	108.5	77,921	—	180,028	102.1
調剤	医薬品に調剤含む (内：63,545)		155,452	119.8	—	—	医薬品に調剤含む (内：49,981)	
化粧品	104,470	101.9	149,897	110.0	51,543	—	226,204	99.3
家庭用雑貨	169,215	108.2	127,803	109.6	80,191	—	107,003	109.5
食品	140,430	107.7	191,927	111.0	277,380	—	53,426	103.1
その他	70,920	107.8	65,562	109.8	5,839	—	18,946	106.6
	625,608	106.7	868,280	111.4	492,877	—	585,609	102.5
	2020年5月期第3四半期決算 説明資料 (2019.5.16~2020.5.15)		2020年2月期決算短信 (2019.3.1~2020.2.29)		2020年5月期第3四半期 決算短信 (2019.6.1~2020.2.29)		2020年3月期決算短信 (2019.4.1~2020.3.31)	

各社決算短信等を参考に杉本作成

ドラッグストア主要10社4月度売上高（前年同月比）



引用：ダイヤモンド・リテイルメディア 流通マーケティング局データを杉本が加工

新型コロナウイルス大流行によるドラッグストア業界の今後

【各社の2020年度動向】

* ツルハホールディングス

- 2024年5月期には3,000店舗**売上高1兆円を目指す**
- 「**くらしリズム**」新PBの認知度向上
- 精肉・青果の展開、カネボウ「リサーチ」取扱店増

* ウェルシアホールディングス

- 地域に向けたドラッグストアが果たす社会的機能の拡大が期待されている
- 調剤併設店舗の増加による調剤売上の伸長により、既存店の売り上げは総じて堅調に推移
- 2019年6月岡山県を基盤とする**金光薬品株式会社（31店舗）を子会社化**
- 23年2月期、ウェルシアHDは**売上高1兆800億円を目指す**
- 調剤については、**最終年に調剤併設率80%以上**を目標にする。

* マツモトキヨシホールディングス

- 厚生労働省が進める健康サポート薬局の認可を受けた34店舗において、**地域医療連携を推進**する
- **調剤サポートプログラムの契約**を全国に拡大する

* アイホールディングス

- **かかりつけ薬剤師・薬局としての機能を発揮**すべく、地域医療連携、お薬様手帳等を活用した情報一元化。
- ジェネリック医薬品の使用促進と大手薬局の積極的な出店とM&A基準の引き上げ



引用：News&Analysis, President,決算説明会書類等から杉本作成

新型コロナウイルス大流行によるドラッグストア業界の今後

【大手各社がM&Aを繰り返し首位争いをしている】

- 15年までは、マツキヨHDが売り上げ規模で21年間業界首位
- 16年度にウェルシアがM&Aで首位奪取
- 18年度には、ツルハHDがM&Aで首位、2024年売り上げ1兆円目指す
- 21年度にはマツキヨHDとココカラファインの統合により、売上げ約1兆円が見込まれ首位を目指す
- 23年2月期、ウェルシアHDは売上1兆800億円を目指し、首位奪還を狙う

【地域包括ケアシステムの構築】

- 政府は、2025年をめどに自宅などで必要な医療・介護サービスが受けられる体制（地域包括ケアシステム）の構築を目指しており、ドラッグストアは地域の拠点として一翼を担うことが期待されている。各企業は、新たな需要を取り込む考えか。

引用：News&Analysis, President,決算説明会書類等から杉本作成

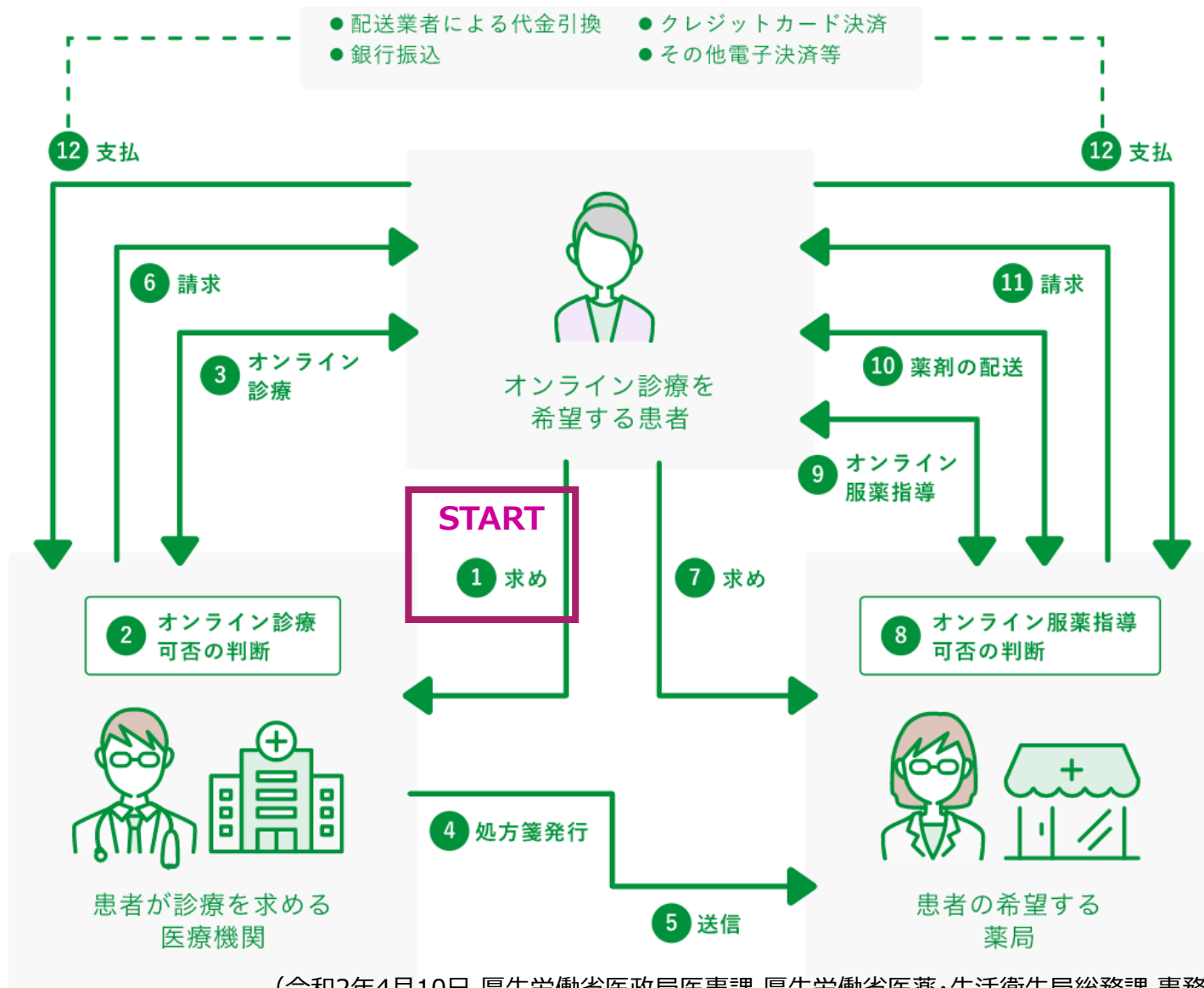


オンライン診療、オンライン服薬指導について

【オンライン診療と服薬指導】

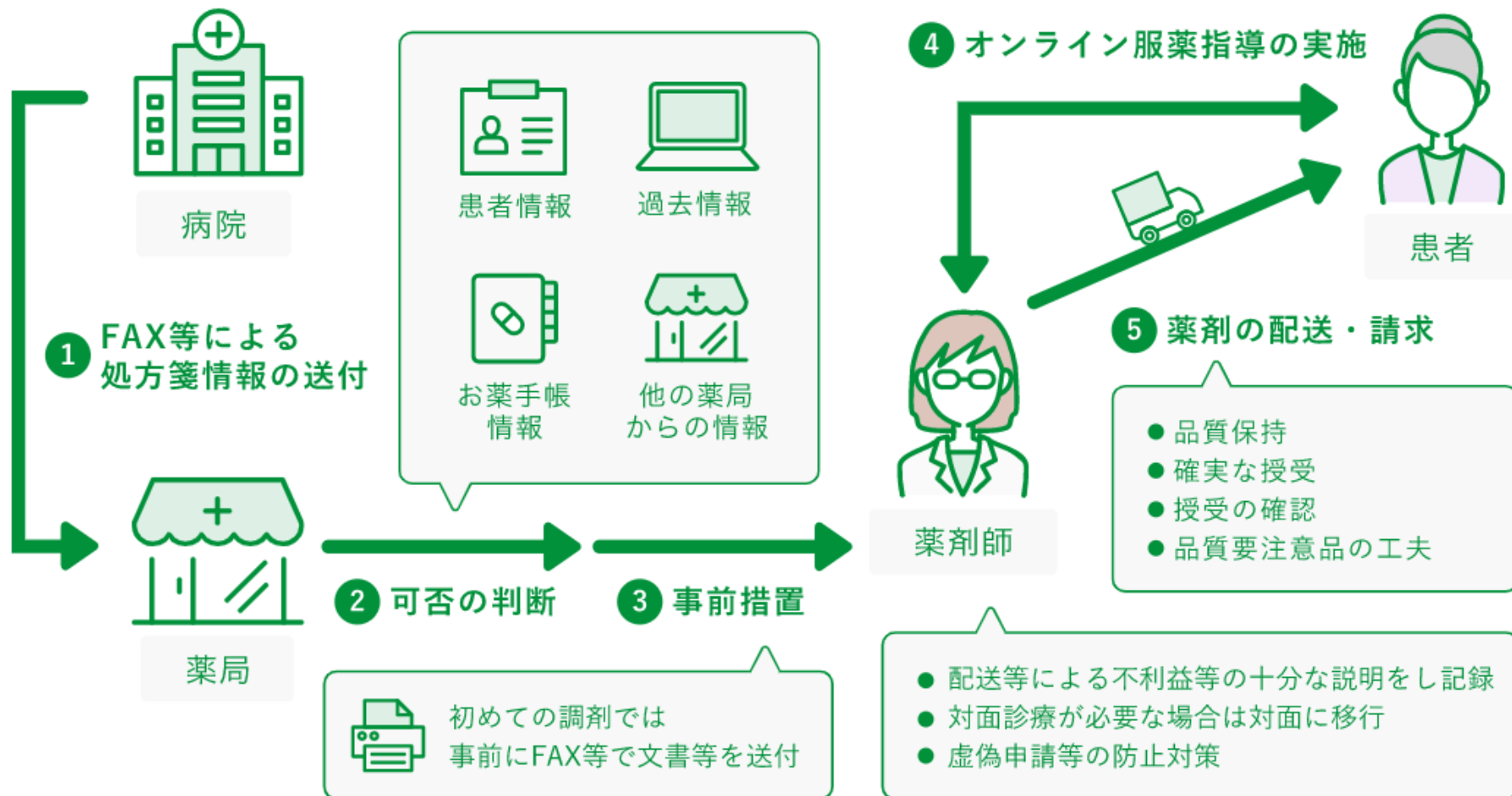
- 診療報酬改定で実施可能となっていた、**オンライン診療と服薬指導**は、新型コロナの大流行に伴い、**時限的措置により、内容緩和で4月より実施**された

患者がオンライン診療・服薬指導を受ける場合の流れ



(令和2年4月10日 厚生労働省医政局医事課 厚生労働省医薬・生活衛生局総務課 事務連絡)

オンライン服薬指導等の流れ



(令和2年4月10日 厚生労働省医政局医事課 厚生労働省医薬・生活衛生局総務課 事務連絡)

オンライン服薬指導の方法

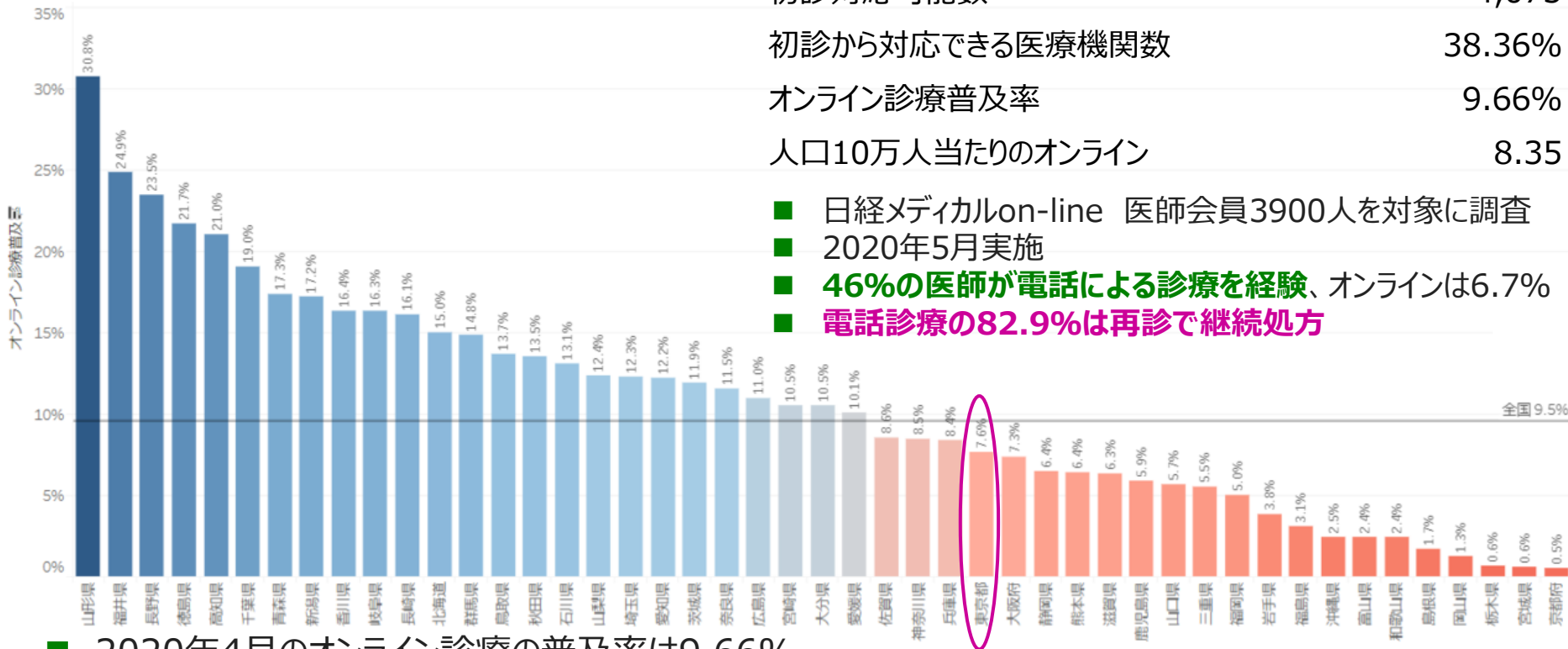
- **オンライン服薬指導を行うための情報機器**
(電話、FAX、携帯電話、スマートフォン、LINE、アプリケーション等)
- **処方箋の受付方法**
(FAX、メール、アプリケーション等)
- **薬剤の配送方法**
(書留郵便、クール宅急便、チルドゆうパック、飛脚クール便等)
- **支払方法**
(代金引換サービス、クレジットカード、LINEpay等)
- **服薬期間中の服薬状況の把握に関する機器**
(電話、アプリケーション、LINE等)
- **配送費**
(患者の自己負担。薬剤師が届ける場合には必要経費等)



オンライン診療の普及率（2020年4月）

オンライン診療対応医療機関数	10,617
初診対応可能数	4,073
初診から対応できる医療機関数	38.36%
オンライン診療普及率	9.66%
人口10万人当たりのオンライン	8.35

- 日経メディカルon-line 医師会員3900人を対象に調査
- 2020年5月実施
- **46%の医師が電話による診療を経験**、オンラインは6.7%
- **電話診療の82.9%は再診で継続処方**



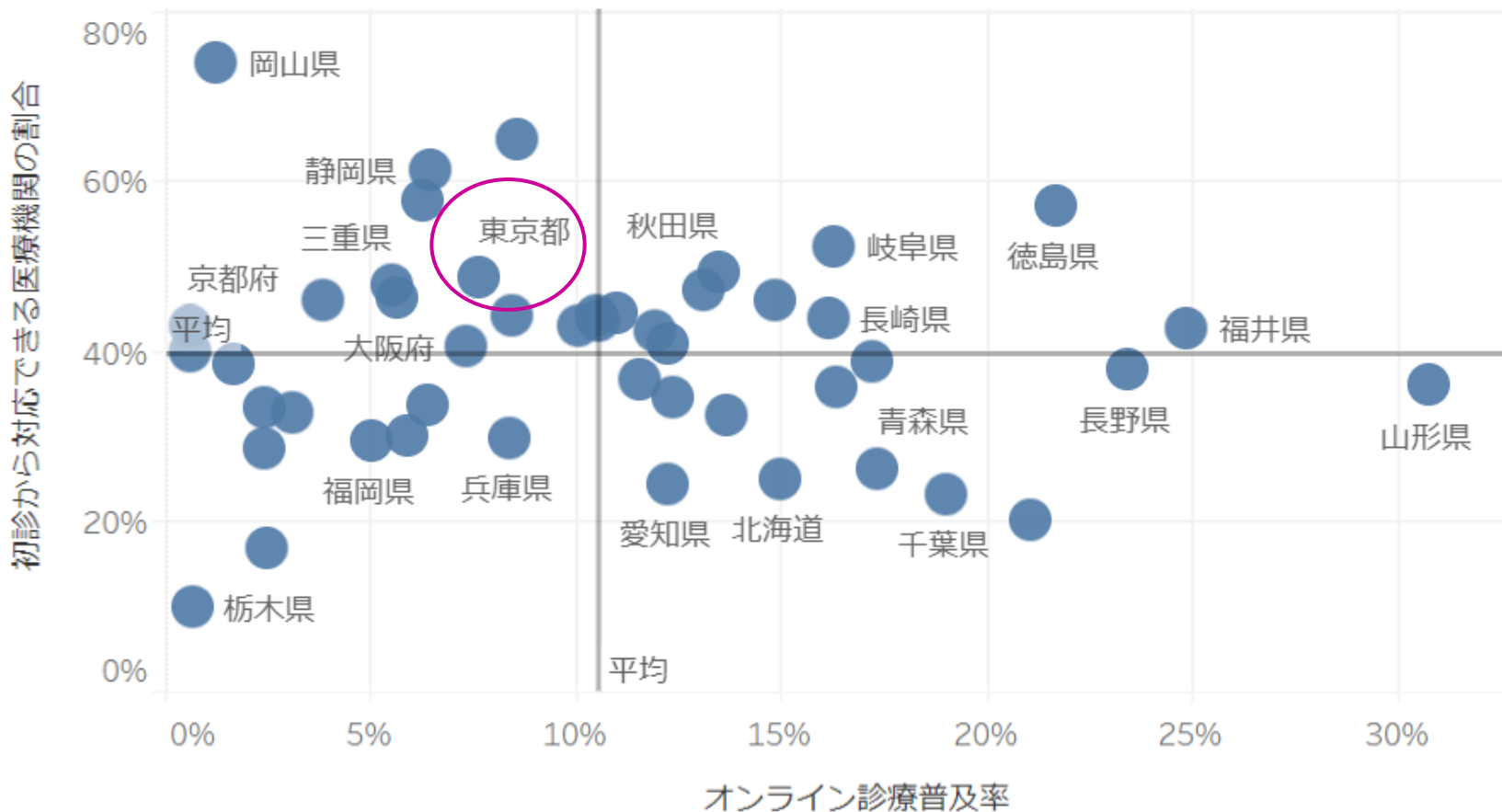
- 2020年4月のオンライン診療の普及率は9.66%
- 3月の月初時点の普及率は1.68%、1か月で大きく普及が進む
- オンライン診療対応医療機関の内、初診から対応できる医療機関は38.36%
- 限定的なオンライン診療に限っている医療機関は多い
- **都道府県別のオンライン診療普及率トップは山形県の30.8%**

引用：https://public.tableau.com/profile/.40357797#!/vizhome/21295/sheet2_1

※出典1：オンライン診療対応医療機関 厚生労働省オンライン診療対応医療機関リスト（4/24公表時点）

※出典2：2015年人口、市区町村別医療機関数 株式会社ウェルネス 地域包括ケア版基礎データVer4.0.1

オンライン診療の普及状況分布



※出典1：オンライン診療対応医療機関 厚生労働省オンライン診療対応医療機関リスト（4/24公表時点）

※出典2：市区町村別医療機関数 株式会社ウェルネス 地域包括ケア版基礎データVer4.0.1

引用：https://public.tableau.com/profile/.40357797#!vizhome/21295/sheet2_1

アフターコロナにおける オンライン診療・服薬指導とドラッグストアの今後 【まとめ】

【オンライン診療と服薬指導】

- 今回の感染症拡大防止施策の中でオンライン診療の安全性・有用性が評価されれば、医療アクセス問題の解消、医療サービスの利便性向上を支えるインフラとして受け入れられる
- 今後も、オンライン診療・服薬指導は、再診を中心として、増加していく



【ドラッグストア】

- 健康増進や疾病予防などの製品の品ぞろえ、調剤業務への拡大などの強化
- ドラッグストアの集約が調剤業務を含めてさらに進み、スケールメリットが拡大
- 仮に、オンライン診療・服薬指導が進むと、病院・診療所に近い門前薬局に処方箋を持ち込む必然性が低下する
- リモートワークが進み、労働生産性の可視化が進み、消費者が雇用リスクを意識し、生活防衛色がさらに強まる
- 感染予防を考え、ワンストップでの買い物行動が増える
- オンライン調剤による宅配とオンラインでの買い物を一緒に：ついで買いが始まる
* 調剤併設型ドラッグストア
- ドラッグストアは、地域包括ケアシステムにより、医療福祉の拠点となる
- ドラッグストア大手3社は各々1兆円を超え、規模拡大する



アフターコロナにおけるドラッグストアの今後

【結論】

- **ドラッグストアの集約**は、さらに**進む**
 - ドラッグストアが**調剤薬局**を取り込む
 - **調剤併設型ドラッグストア**は、**競争力を早急に強める**
 - 消費者の**ワンストップ**による**買い物が増える**
 - 業態間の**パワーバランス**が**変化**する
-
- コロナへの対策は、1.2年耐えられるシミュレーションが必要か？
 - 新型コロナはCommon Disease（日常的に高頻度で遭遇する疾患）になる



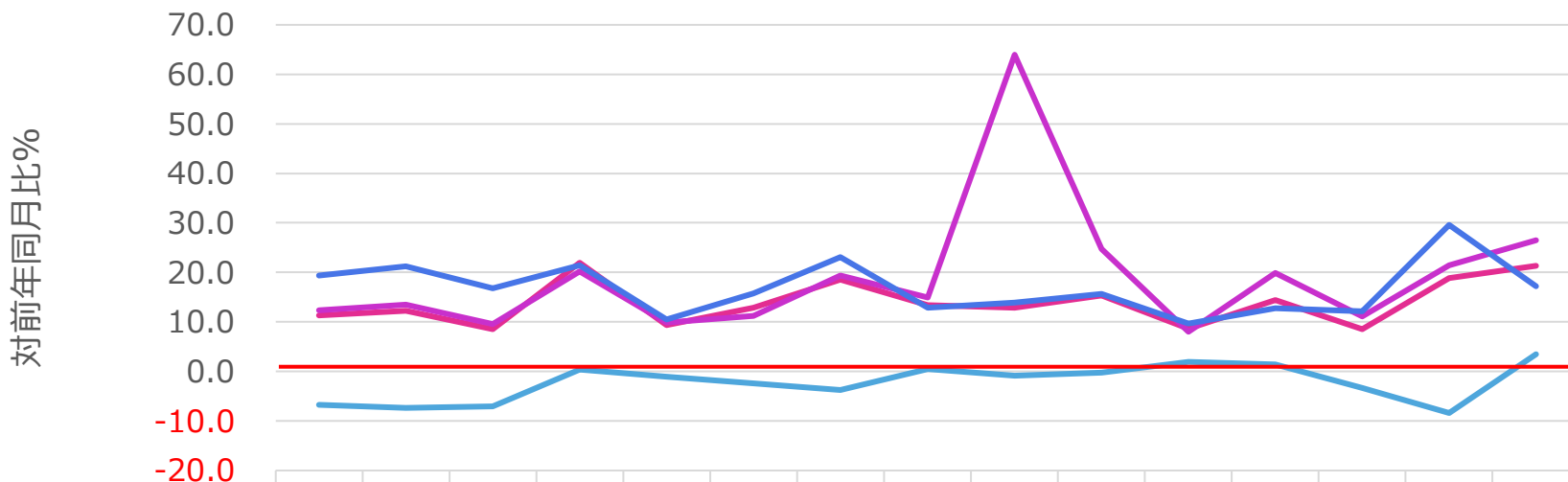


ご清聴ありがとうございました

ASIA SHOPPER INSIGHT INSTITUTE @ CHUO BUSINESS SCHOOL
SUGIMOTO YUKARI

【参考資料】

スーパーマーケット主要15社4月度売上高（前年同月比）

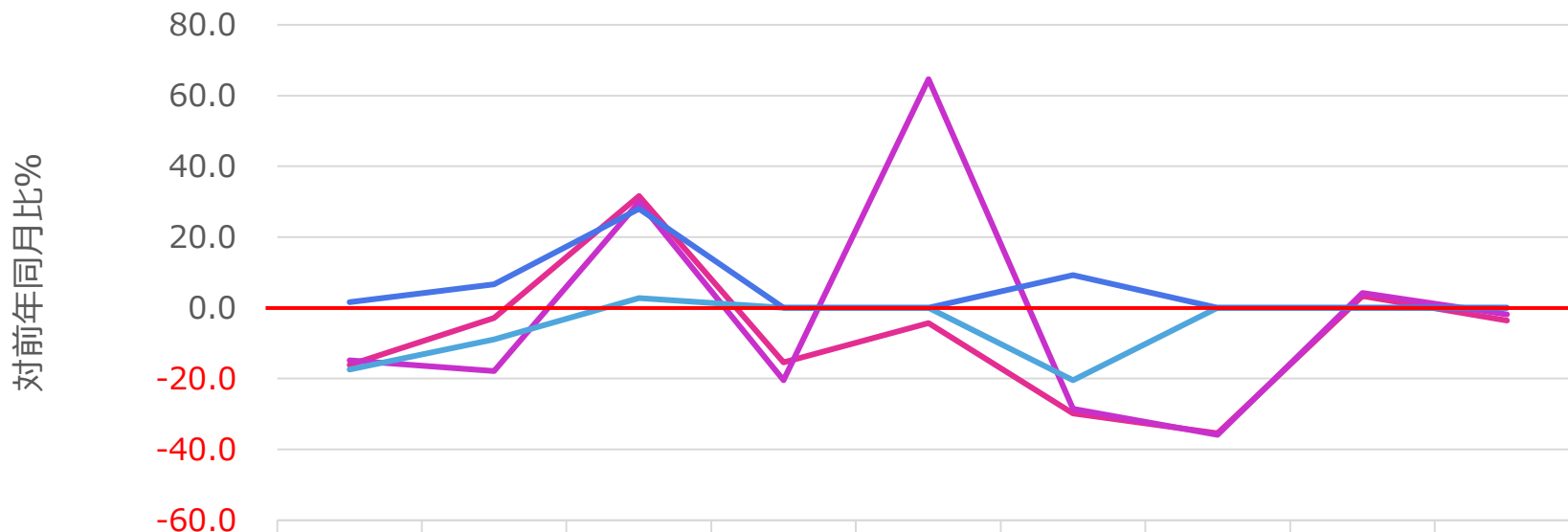


	U.S. M.H	マルエツ	カスミ	マックスバリュ関東	アークス	バローホールディングス	いなげや	アクシアル・リテイリング	マック斯巴リュ東海	マック斯巴リュ九州	ヤマザワ	ハローズ	ヨークベニマル	ヤオコー	ベルク
既存店売上高	11.3	12.2	8.5	21.9	9.4	12.9	18.5	13.4	12.9	15.3	8.6	14.4	8.5	18.8	21.3
全店売上高	12.3	13.5	9.6	20.2	9.9	11.2	19.4	14.9	64.0	24.7	8.0	19.9	11.1	21.4	26.5
既存店客数	-6.8	-7.4	-7.1	0.4	-1.1	-2.4	-3.8	0.5	-0.9	-0.3	1.9	1.4	-3.3	-8.4	3.5
既存店客単価	19.4	21.2	16.8	21.4	10.5	15.8	23.1	12.9	13.9	15.6	9.7	12.8	12.1	29.6	17.2

引用：ダイヤモンド・リテイルメディア 流通マーケティング局データを杉本が加工

【参考資料】

総合スーパー主要9社4月度売上高（前年同月比）

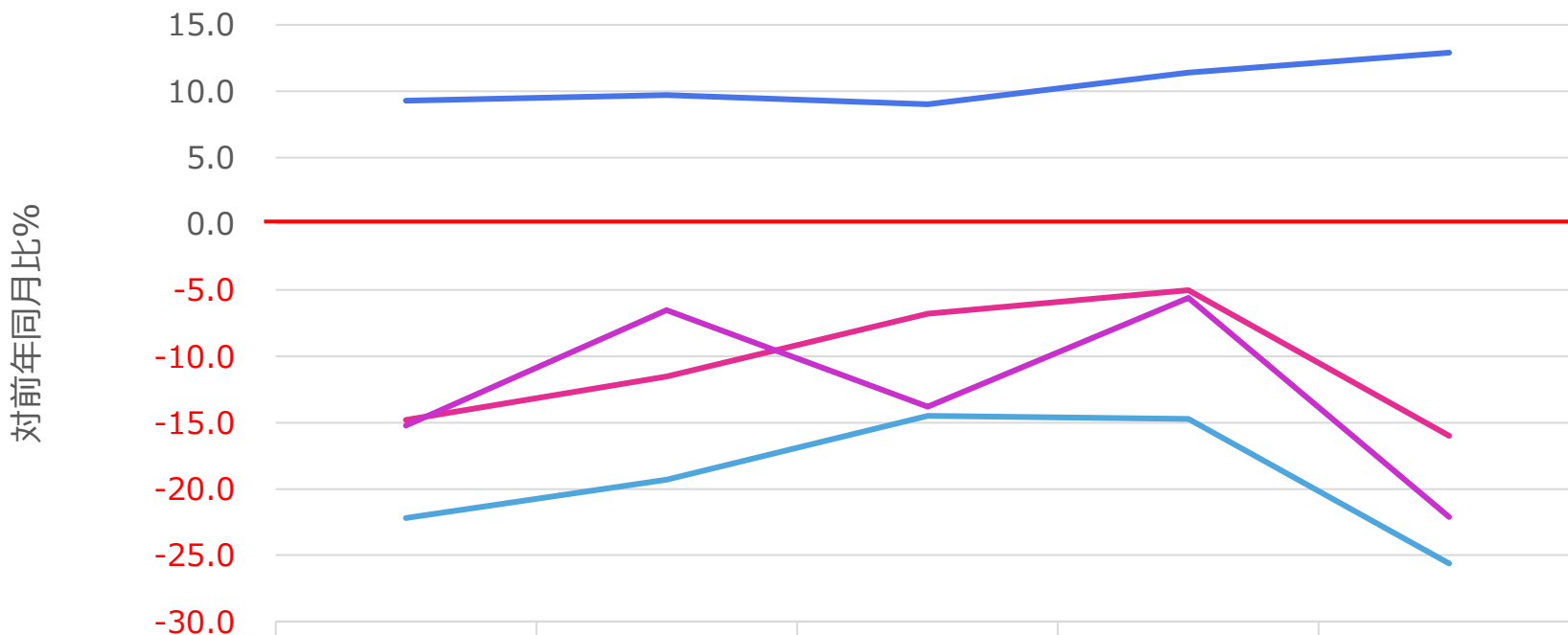


	イオン九州	ユニー (URL変更)	オリンピック	イオンリテール	イオン北海道	イトーヨーカドー	イズミ	平和堂	サンエー
既存店売上高	-16.1	-2.8	31.6	-15.4	-4.3	-29.9	-35.4	3.3	-3.6
全店売上高	-14.9	-17.9	29.9	-20.5	64.7	-28.5	-35.9	4.2	-1.8
既存店客数	-17.4	-8.9	2.8	0.0	0.0	-20.5	0.0	0.0	0.0
既存店客単価	1.6	6.7	28.0	0.0	0.0	9.2	0.0	0.0	0.0

引用：ダイヤモンド・リテイルメディア 流通マーケティング局データを杉本が加工

【参考資料】

コンビニエンスストア主要4社+1 4月度売上高（前年同月比）



	ファミリーマート	ローソン	ミニストップ	セブン-イレブン	ポプラ
既存店売上高	-14.8	-11.5	-6.8	-5.0	-16.0
全店売上高	-15.2	-6.5	-13.8	-5.6	-22.1
既存店客数	-22.2	-19.3	-14.5	-14.7	-25.6
既存店客単価	9.3	9.7	9.0	11.4	12.9

引用：ダイヤモンド・リテイルメディア 流通マーケティング局データを杉本が加工

2020年4月10日現在のオンライン服薬指導等のポイント

【POINT1】

- 保険薬局において、**保険医療機関から送付された処方箋**情報に基づき調剤を行い、オンライン服薬指導等を行うことができる。
- 処方箋の備考欄に「**0410 対応**」との記載有りの場合、**対面診療、オンライン診療を問わず、オンライン服薬指導等を行う**ことができる。



【POINT2】

- **全ての薬局において、薬剤師が、患者、服薬状況等に関する情報を得た上で、オンライン服薬指導等を適切に行うことが可能と判断した場合**には、当該オンライン服薬指導等を行うことができる。



【POINT3】

- **患者に初めて調剤した薬剤については、患者の服薬アドヒアランス（薬を決められた時間に飲む、最後まで飲み切るなど）の低下等を回避して、薬剤の適正使用を確保する対応を行う**必要がある。

2020年4月10日現在のオンライン服薬指導等のポイント

【POINT4】

- オンライン服薬指導等が困難と薬剤師が判断し、対面での服薬指導を促すことは、薬剤師法の調剤応需義務違反には当たらない。



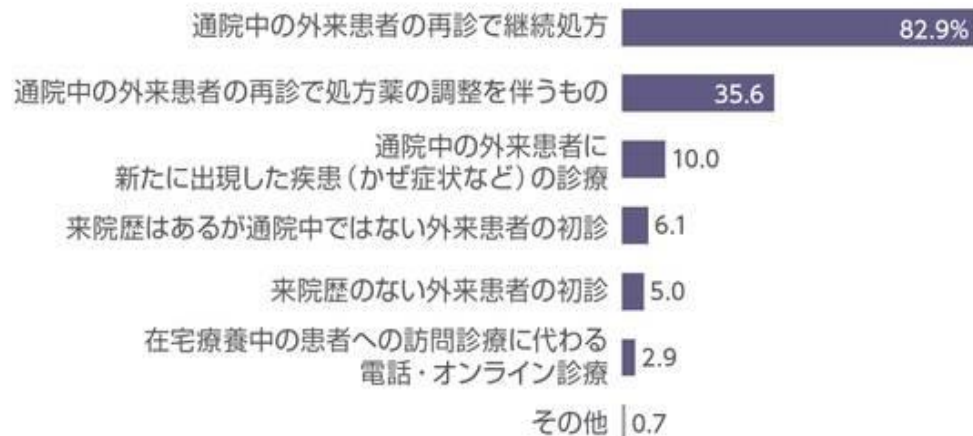
【POINT5】

- 4月10日事務連絡に基づき調剤を実施した場合、**調剤技術料、薬剤料及び特定保険医療材料料を算定することができる。**
- 同事務連絡にて規定するオンライン服薬指導を行った場合、**その他の要件を満たせば、薬剤服用歴管理指導料等を算定することができる。**



【参考資料】

電話のみ (n=1793)



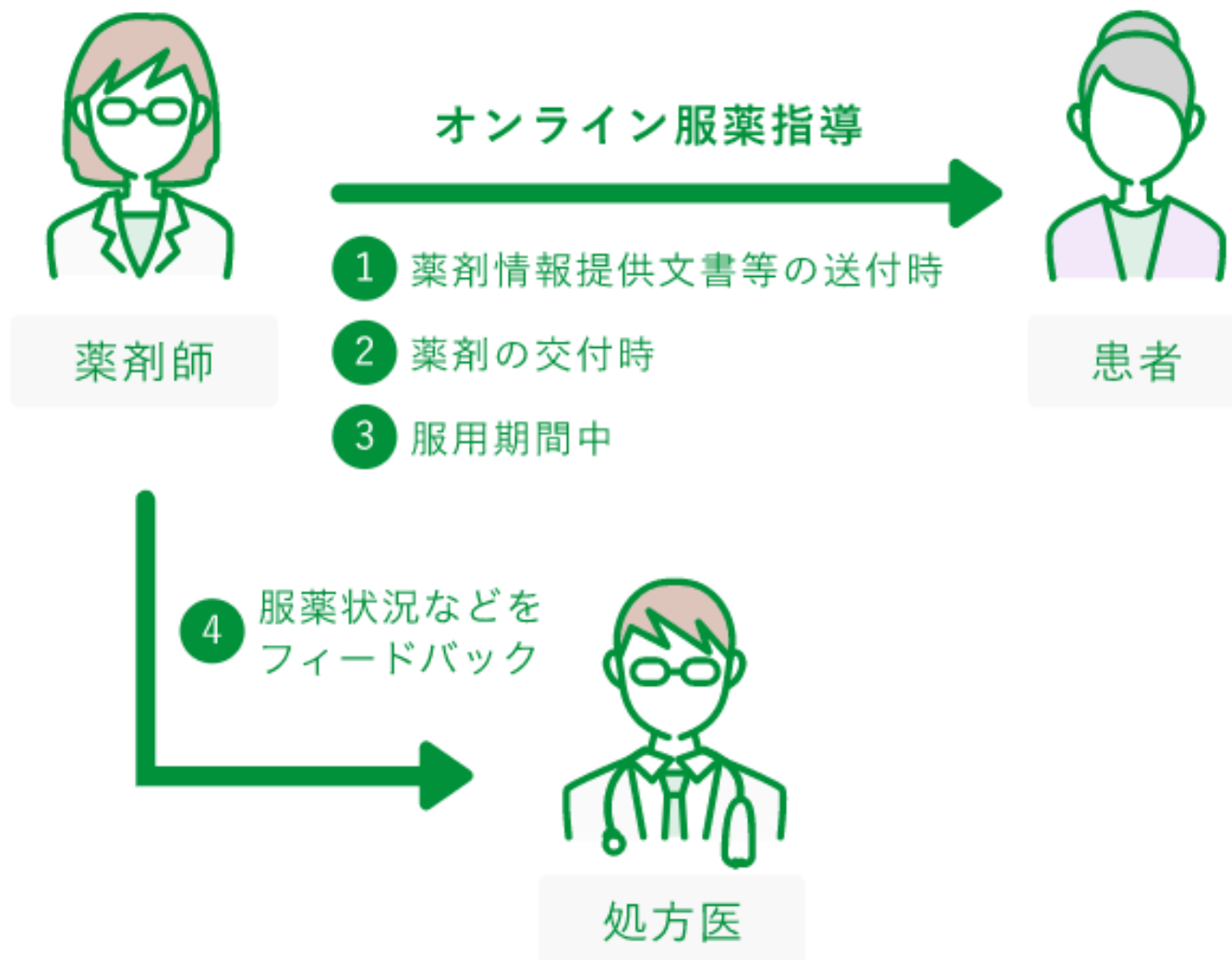
汎用テレビ電話・オンライン診療システム (n=262)



- 日経メディカル Onlineでは、医師会員3900人を対象に2020年5月14日～21日にかけてウェブアンケートを実施した。
- その結果によると、今年に入って46.0%の医師が視覚情報のない電話による診療を経験しており、汎用テレビ電話や専用のオンライン診療システムを用いた医師は6.7%、対面診療しかしていない医師は47.3%だった。
- 半数の医師が何らかのデバイスを用いて非対面診療を経験しており、そのうち87.3%が電話を用いていることになる。

引用：日経メディカル Online

オンライン服薬指導等を実施する場合の留意点について



(令和2年4月10日 厚生労働省医政局医事課 厚生労働省医薬・生活衛生局総務課 事務連絡)

オンライン服薬指導等を実施する場合の留意点について



(令和2年4月10日 厚生労働省医政局医事課 厚生労働省医薬・生活衛生局総務課 事務連絡)

処方箋の取り扱い医療機関

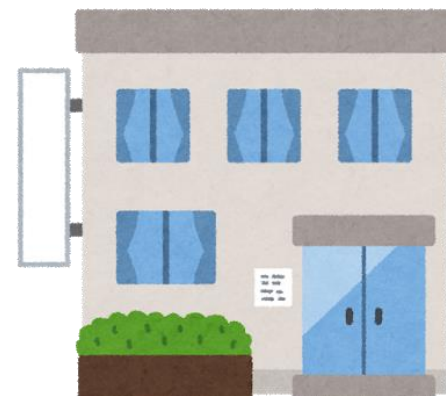
患者が、薬局においてオンライン服薬指導等を希望する場合

- 患者の同意を得て、**医療機関から患者が希望する薬局にFAX等により処方箋情報を送付**する
- 処方箋の備考欄に「**0410対応**」と記載する
- その際、**医師は診療録に送付先の薬局を記載**する
- 処方箋原本を保管し、処方箋情報を送付した**薬局に当該処方箋原本を送付**する
- オンライン診療により処方を行う際、診療録等により患者の基礎疾患を把握できていない場合は、処方箋の備考欄にその旨を明記する。



調剤薬局

- 医療機関から処方箋情報の送付を受けた薬局は、医療機関から処方箋原本を入手するまでの間は、FAX等により送付された処方箋を、**処方箋原本とみなして調剤等を行う。**
(薬剤師法第23条～第27条、医機法律第49条における処方箋)
- 薬局は、**可能な時期に医療機関から処方箋原本を入手し、以前にFAX等で送付された処方箋情報とともに保管する。**



オンライン服薬指導等の実施について

- 全ての薬局において、**薬剤師が**、患者、服薬状況等に関する情報を得た上で、**オンライン服薬指導等を適切に行うことが可能と判断した場合**には、当該オンライン服薬指導等を行うことができる。

【患者、服薬状況等に関する情報】

- ① 患者のかかりつけ薬剤師・薬局として有している情報
- ② 当該薬局で過去に服薬指導等を行った際の情報
- ③ 患者が保有するお薬手帳に基づく情報
- ④ 患者の同意の下、患者が利用した他の薬局から情報提供を受けて得られる情報
- ⑤ 処方箋を発行した医師の診療情報
- ⑥ 患者から電話等を通じて聴取した情報



※ただし、**注射薬や吸入薬など、服用に当たり手技が必要な薬剤**については、①～⑥の情報に加え、受診時の医師による指導の状況や患者の理解に応じ、**薬剤師がオンライン服薬指導等を適切に行うことが可能と判断した場合に限り実施**することができる。

※なお、当該薬剤師がオンライン服薬指導等を適切に行うことが困難であると判断し、対面での服薬指導等を促すことは薬剤師法第21条に規定する調剤応需義務に違反には該当しない。

オンライン服薬指導等を実施する場合の留意点について

オンライン服薬指導等を行う場合は、以下 4 条件を満たした上で行うこと。

【条件 1】

- 薬剤の配送に関わる事項を含む、生じうる不利益等のほか、配送及び服薬状況の把握等の手順について、**薬剤師から患者に対して十分な情報を提供し、説明した上で、当該説明を行ったことについて記録すること。**

【条件 2】

薬剤師は、オンライン服薬指導等を行うに当たり、当該患者に**初めて調剤した薬剤**については、患者の服薬アドヒアランスの低下等を回避して薬剤の適正使用を確保するため、調剤する薬剤の性質や患者の状態等を踏まえ、下記4点を実施。



- 必要に応じ、**事前に薬剤情報提供文書等を患者にFAX等により送付してから服薬指導等を実施。**
- 必要に応じ、薬剤の交付時に（配送した場合は**薬剤が患者の手元に到着後、速やかに**）、**電話等による方法も含め、再度服薬指導等**を行う。
- 薬剤交付後の服用期間中に、**電話等を用いて服薬状況の把握や副作用の確認**などを実施。
- 上記で得られた患者の服薬状況等の**必要な情報を処方医にフィードバック**する等の対応を実施。
当該患者に初めて調剤した薬剤でない場合であっても、必要に応じて実施。

オンライン服薬指導等を実施する場合の留意点について

【条件3】

- 電話や情報通信機器を用いた服薬指導等を行う過程で、**対面による服薬指導等が必要と判断される場合は、速やかに対面による服薬指導に切り替える。**

【条件4】

- 患者の**なりすまし**防止の観点から措置を講じる
(オンライン診療における措置に準じる)



薬剤の配送等について

- 調剤した薬剤は、患者と相談の上、当該薬剤の**品質の保持**（温度管理を含む）や、**確実な授与等がなされる方法**（書留郵便等）で患者へ渡す。
- 薬局は、薬剤の発送後、当該薬剤が確実に患者に**授与されたことを電話等により確認**する。
- また、品質の保持（温度管理を含む）に特別の注意を要する薬剤や、早急に授与する必要のある薬剤については、適切な配送方法を利用する、薬局の従事者が届ける、患者又はその家族等に来局を求める等、工夫して対応する。



支払いについて

- 患者が支払う配送料及び薬剤費等については、配送業者による代金引換の他、銀行振込、クレジットカード決済、その他電子決済等の支払方法により実施する。



その他

- オンライン服薬指導等を行う場合であっても、患者の状況等によっては、対面での服薬指導等が適切な場合や、次回以降の調剤時に対面での服薬指導等を行う必要性が生じ得るため、**かかりつけ薬剤師・薬局や、当該患者の居住地内にある薬局により行われることが望ましい。**
- **医師がオンラインで受診勧奨を実施した場合であって、患者に対して一般用医薬品を用いた自宅療養等の助言をした場合には、当該患者が薬局等に来局せずに、インターネット等を経由した一般用医薬品の購入を行うことが想定される。**
- 薬局等においては、**適切な医薬品販売方法に従って対応してほしい。**
- この際、**当該医薬品に係る適切な情報提供及び濫用等のおそれのある医薬品の販売方法について留意する必要がある。**



診療報酬上の取り扱いについて

【保険薬局において、保険医療機関から送付された処方箋情報に基づき調剤を行い、オンライン服薬指導等を行う場合】

- 新型コロナウイルスの感染拡大を防止するため、4月10日事務連絡に基づき調剤を実施した場合、調剤技術料、薬剤料及び特定保険医療材料料を算定することができる。
- また、4月10日事務連絡にて規定するオンライン服薬指導を行った場合、その他の要件を満たせば、薬剤服用歴管理指導料等を算定することができる。



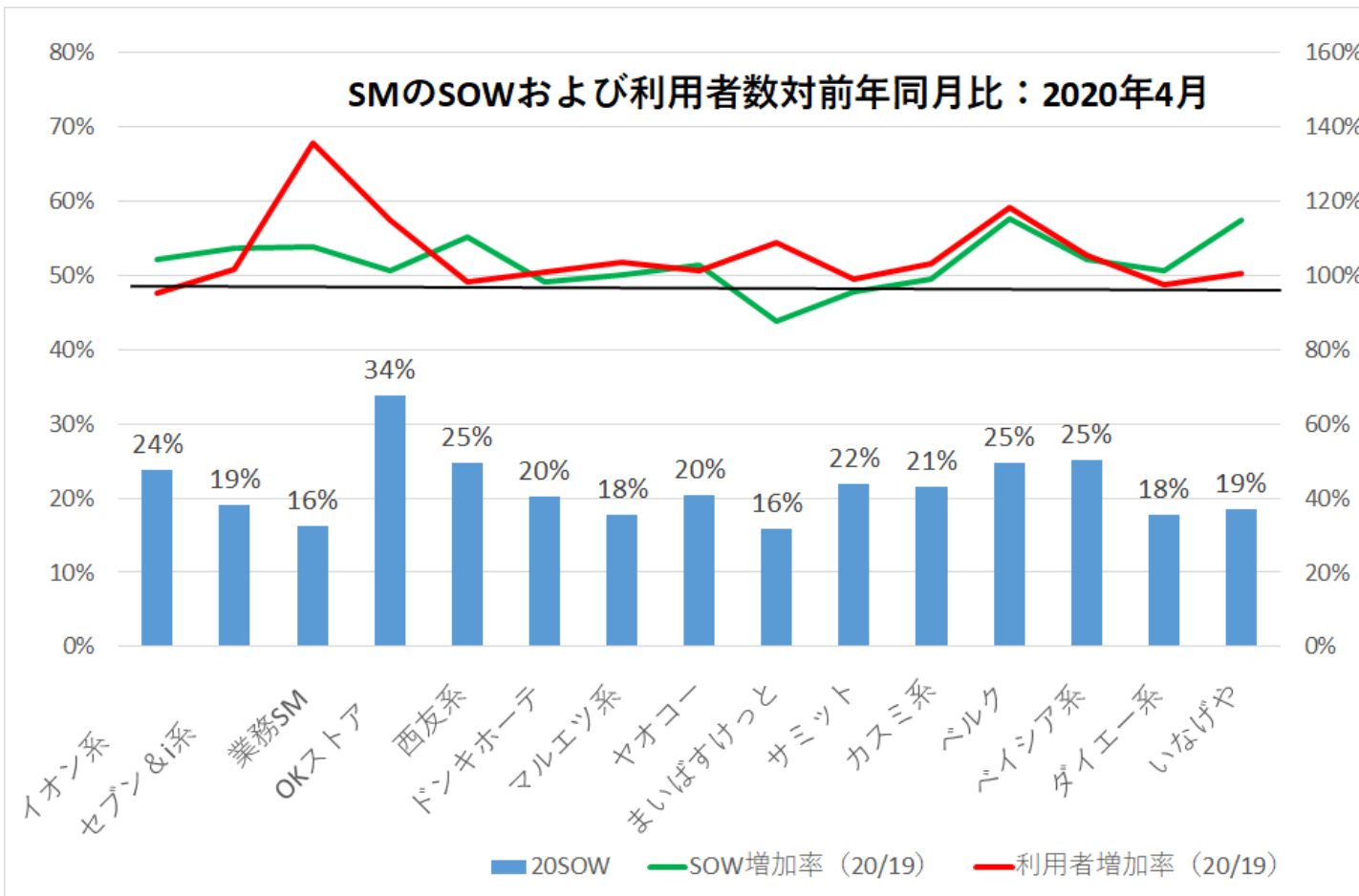
Corona & AmazonのDouble Effectへの対応



ビジネススクール

中央大学ビジネススクール アジアショッパーインサイト研究会

- 1) 蜜をさけるために購買頻度減少、まとめ買いが増加している。
- 2) 中でも、SMについては買い回りが減少し、特定店舗に行動上ロイヤル化している(SOWが増加)。
- 3) とくに低価格小売業に顕著(例:OKストア、西友系、業務スーパー、ベイシアなど)



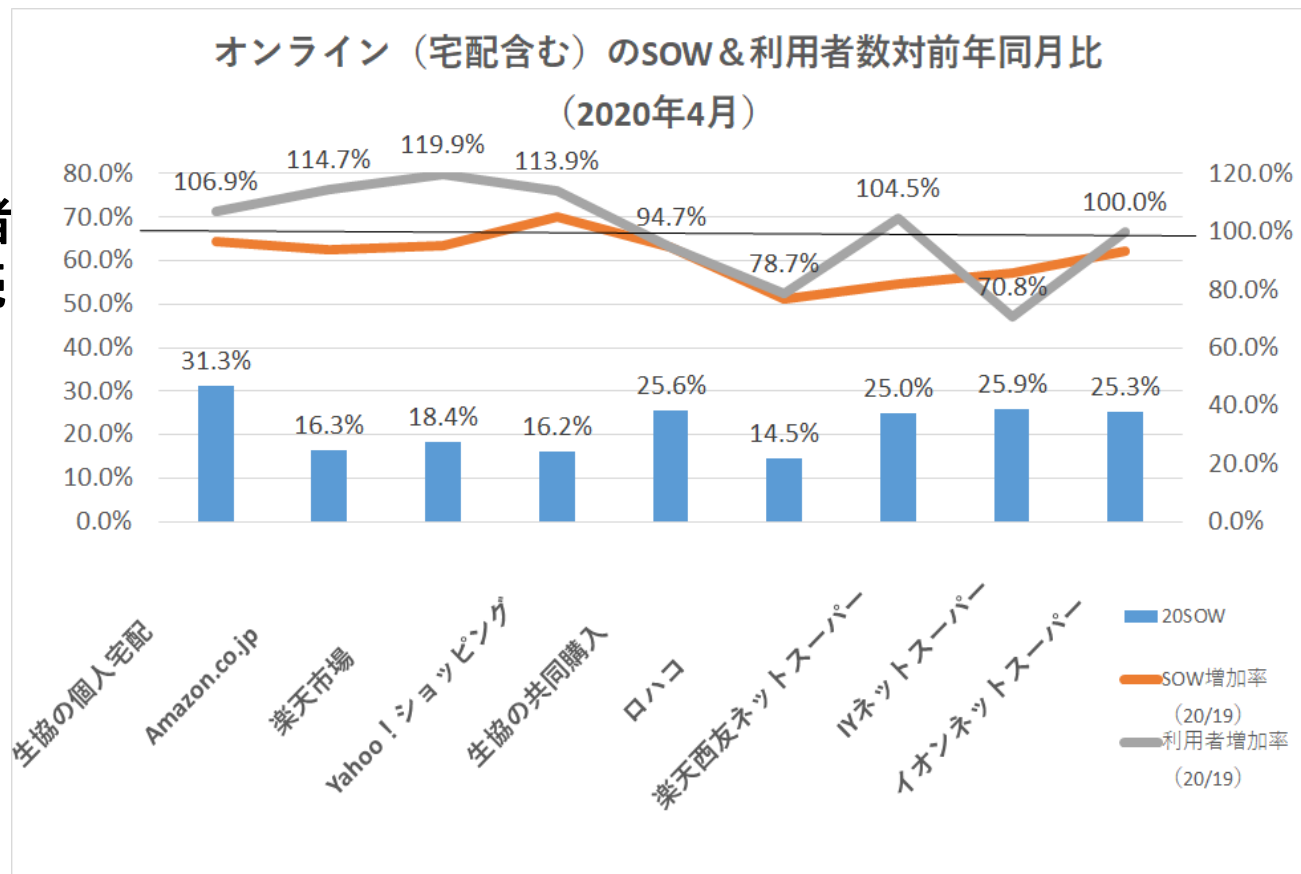
企業別に利用者数およびSOW (Share Of Wallet) の対前年同月比増加率をみると、OKストア、西友系、業務スーパー、ベルク、ベイシアの低価格企業が高い。アフターコロナに伴い他の小売はチラシ等による価格競争を再開させる(デジタル投資に影響するが)。

5) 蜜回避、巣ごもり消費でオンライン購買が増加し、オンライン購買体験が全世代で増加している。オンライン小売の利用に対する抵抗感はなくなり、OnとOffの両方を使いわけるショッパーが増加していくと予想される。

コロナ禍では、楽天、アマゾン、

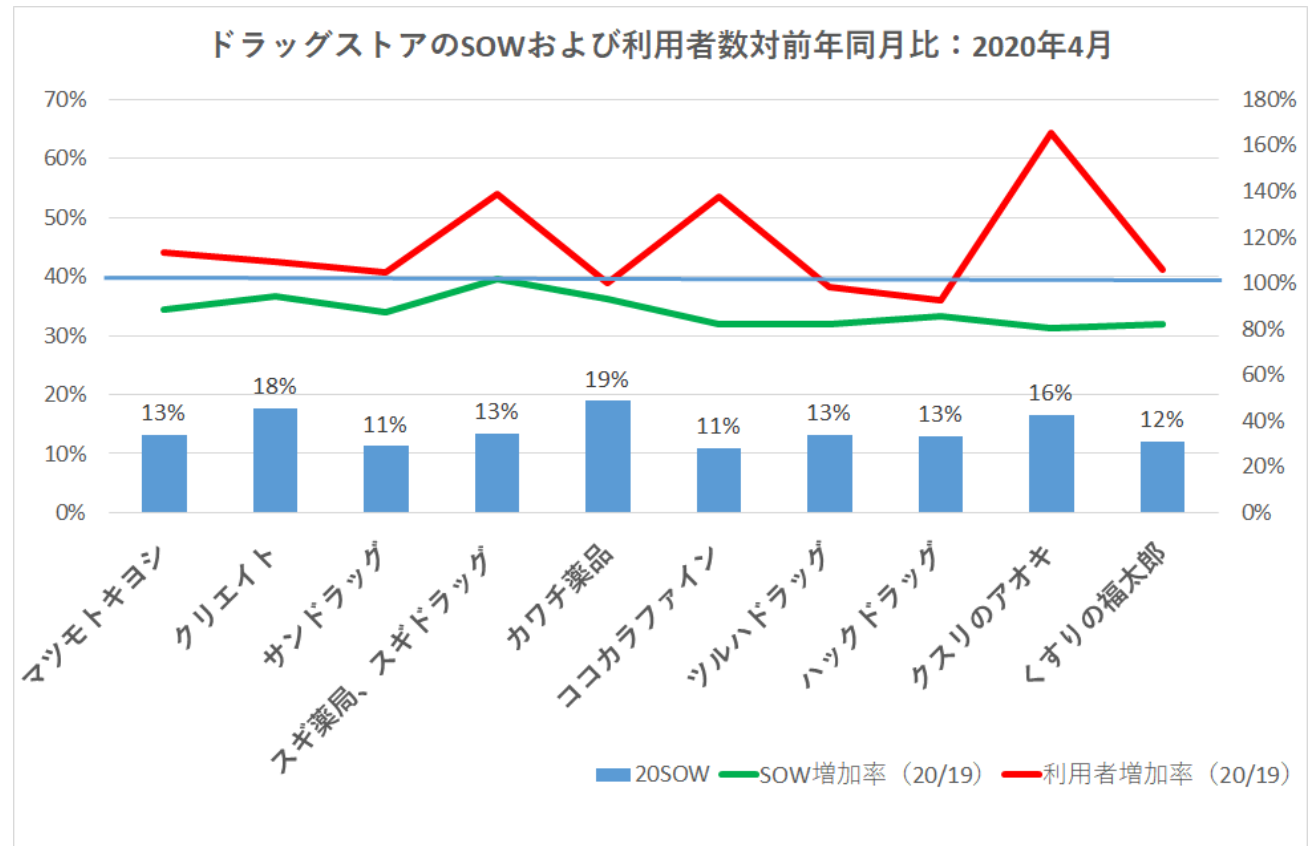
Yahoo!ショッピングの利用者数が増加。

生協のSOWは高く安定しているが、高齢者も含めてオンライン小売の利用者数が増加するので、デジタル化への対応は必須。



6)コロナ禍ではドラッグストアのSOWはどの小売業も対前年比低下しており、買い回りが増加している傾向にある。コロナ禍でマスクなどの商品を探しているためと思われる。一方、利用者数は増加している(グラフを参照)。

コロナ禍でリモートワークなどによって化粧品の売上が減少している中でオンライン診療・服薬指導で、マツキヨやココカラファインなどの化粧品型ドラッグは、DX化の一環で調剤併設に資源投入すると同時にオンライン・ストアを積極的に展開する。



7) ショッパーの蜜や従業員と顧客の接触をさけるため、そして、Amazon Effectに対応するためにオフライン・ストアのデジタル活用(DX化)が促進

- ・レジで現金の受け渡しを避けたいのでレジでのキャッシュレスが加速する
現在、110万店がキャッシュレス利用店舗で今後ともに増加傾向(注1)

注1) 日本経済新聞, キャッシュレス手数料開示義務, 2020年6月3日.

- ・レジ待ちの行列をさけたいのでトライアルにみられるスマートカート(注1)やUSMHのScan & Go(注2)のようなレジが不要の支払いシステムが展開されてくる

注1) スマートカートについては、リテールAI研究会(2018), リアル店舗の逆襲, 日経BP社, 36-56.

注2) USMHのScan & Goについては、毎日新聞, 買い物「レジいらず」, 2020年6月6日を参照

- ・スマホやオンライン・サイネージによる店内の混雑情報(密情報)の提供(注1)

注1) 日本経済新聞, 電子看板で密集回避, 2020年6月3日

- ・究極は従業員がいない無人店舗(カスミやAmazon Go Groceryなど)の展開など

1) 商品開発の視点

コロナ禍、巣ごもり消費、蜜回避が継続すれば、

- ・巣ごもりで、子供や他の家族と一緒に楽しみたいという検索が増加傾向にあり、ホットプレート、たこ焼き、もんじゃなどのレシピがよく検索されている。このために砂糖・バター・小麦粉・生クリーム、牛乳などの商品が多くの消費者に多くの量購買される。
- ・飲料系の中容量の商品がまとめ買いされる傾向にあると考えられる。中容量であるのは、大容量であれば持ち帰りが重く、中容量になっているのではないか？
- ・健康系、なかでも腸内に効果的に作用するヨーグルトや乳酸菌飲料などの購買量が増加している。
- ・抗菌効果のある商品(パッケージなど)の可能性
手洗い習慣が定着し、商品との接触についても注意が向けられるが、商品との機会を減らすことはむずかしいので、抗菌効果のあるパッケージ開発はニーズがあると考えられる。

SM/GMSの食品売場で多くのショッパーが購入した商品

SM・GMSで対前年と比べ購入者数が増加した商品は麺類(簡単に小腹を満たせる)、砂糖・バター・小麦粉・生クリーム(ホットプレート?)、日配品、値下げ商品。

順位	商品名	細分類名	メーカー	2020年4月						
				人数	数量	金額	単価	単価上昇率	購入者数増加率	1人当購入数増加率
1	森永 板チョコアイス 70ml	パーソナル	森永製菓	122	295	30029	102	95%	1743%	121%
2	味の素 コンソメ 顆粒 袋 50g	調理用スー	味の素	262	335	39,582	118	103%	1456%	100%
3	神戸物産 徳用ウインナー 1kg	畜肉ソーセ	神戸物産	116	153	66,889	437	84%	430%	99%
4	日清 おいしいカップヌードル 57g	カップ麺	日清食品	136	211	21,630	103	109%	349%	71%
5	秦 冷凍さぬきうどん 200g X 5P	冷凍麺	秦食品	118	192	20,730	108	64%	347%	135%
6	日新製糖 三温糖 1kg	砂糖	日新製糖	101	124	19,352	156	87%	337%	72%
7	日清 おいしいカップヌードルシーフード 6	カップ麺	日清食品	125	194	19,973	103	109%	313%	107%
8	西友 みなさまのお墨付き 極小粒納豆 3P	納豆	(同) 西友	104	180	14,483	80	108%	306%	63%
9	イセ食品 てるたま 10個	その他畜産	イセ食品	233	309	64,063	207	103%	295%	115%
10	マルちゃんマルちゃんの生ラーメン味噌3人前	生麺・ゆで	東洋水産	129	160	32,580	204	110%	287%	91%
11	タカナシ 特選・北海道純生クリーム35 2	ホイップク	高梨乳業	186	261	87,249	334	104%	274%	99%
12	よつ葉 よつ葉バター 加塩 150g	バター	よつ葉乳業	130	148	49,360	334	101%	271%	101%
13	秀月 ちくわ 25g	竹輪	秀月	170	317	20,124	63	81%	270%	111%
14	ムラカワ エヌシーエル ブレンドチーズ 袋	チーズ	ムラカワ	101	123	45,831	373	95%	266%	110%
15	日清 カメリヤ チャック付 1kg	小麦粉	日清フーズ	100	130	42,105	324	105%	263%	90%
16	くらこん お徳用塩こんぶ(大) 60g	佃煮	くらこん	209	230	41,397	180	96%	252%	89%
17	マスゼン ちょっと大きめの板こんにやく 袋	コンニャク	マスゼン	169	373	17,988	48	108%	245%	115%
18	モランボン お徳用餃子の皮 50枚	生地・皮	モランボン	164	227	39,616	175	103%	245%	97%
19	水戸フーズ 国産中粒納豆 40g X 3	納豆	水戸フーズ	138	256	25,027	98	106%	238%	87%
20	ハウス 特選 本香り生しょうが 40g	香辛料(か)	ハウス食品	110	128	14,705	115	103%	229%	110%

SM/GMSの食品売場でショッパーの購入量が増加した商品

SM、GMSでは、対前年(2019年4月)と比べ、主としてお茶系党の500ml、牛乳、乳飲料系(いずれも健康的な飲料)、ヨーグルト、デザート菓子等の購入量が増加

順位	商品名	細分類名	メーカー	2020年4月							
				人数	数量	金額	単価	単価上昇率	購入者数増加率	1人当購入数増加率	
1	伊藤園 お〜いお茶 濃い茶 ペット 525	日本茶・麦	伊藤園	112	437	35,889	82	106%	114%	145%	
2	キリン 午後の紅茶ミルクティー PET 5	紅茶ドリン	キリンビバレ	101	274	22,805	83	97%	74%	136%	
3	秦 冷凍さぬきうどん 200g X 5P	冷凍麺	秦食品	118	192	20,730	108	64%	347%	135%	
4	カットトマト 缶 400g	野菜缶詰	海外メーカー	145	339	22,877	67	102%	201%	135%	
5	ダノン ヨーグルト プレーン加糖 75g X	ヨーグルト	ダノンジャバ	142	327	36,617	112	103%	95%	133%	
6	森永 マミー 900g	乳酸菌飲料	森永乳業	127	237	25,039	106	103%	141%	129%	
7	明治 ヨーグルトR-1ドリンクタイプ 11	ヨーグルト	明治	252	1,597	196,419	123	102%	140%	129%	
8	Yes! ヤオコー 常総のこだわり白たまご	その他畜産	ヤオコー	105	203	42,992	212	103%	118%	128%	
9	達人の珈琲クリームロールケーキ(ミニスト	半生菓子	山崎製パン	109	309	21,626	70	100%	131%	127%	
10	ヤマザキ 北海道産牛乳のカスタード&ホイッ	生菓子	山崎製パン	109	309	21,626	70	100%	131%	127%	
11	エクセラ ボトルコーヒー 甘さひかえめ 9	コーヒード	ネスレ日本	110	300	28,942	96	100%	104%	125%	
12	伊藤園 お〜いお茶 緑茶 ペット 525m	日本茶・麦	伊藤園	102	277	22,052	80	99%	71%	124%	
13	ヤツレン 酪農牛乳 パック 1000ml	牛乳	ヤツレン	156	520	95,934	184	101%	122%	124%	
14	TV ベストプライス 成分無調整牛乳 10	牛乳	イオントップ	212	671	120,277	179	102%	139%	124%	
15	森永 あじわい便り 1L	その他乳飲	森永乳業	183	476	79,424	167	101%	154%	124%	
16	明治 ミルクプリン超Big 200g	デザート類	明治	111	197	29,780	151	100%	146%	124%	
17	明治 ブルガリアヨーグルト 芳醇苺 75g	ヨーグルト	明治	111	197	29,780	151	100%	146%	124%	
18	グリコ ジャイアントコーン アソート 14	パーソナル	江崎グリコ	209	539	55,451	103	108%	139%	124%	
19	相模屋 ふっくら油あげ5枚	油揚げ	相模屋食料	107	151	16,171	107	106%	160%	123%	
20	森永 パリパリバー<バナラ> 48ml X 8	ファミリー	森永製菓	102	163	38,319	235	103%	121%	122%	

ドラッグ・ストアで購買者数・購入量が増加した商品(日用品のみ)

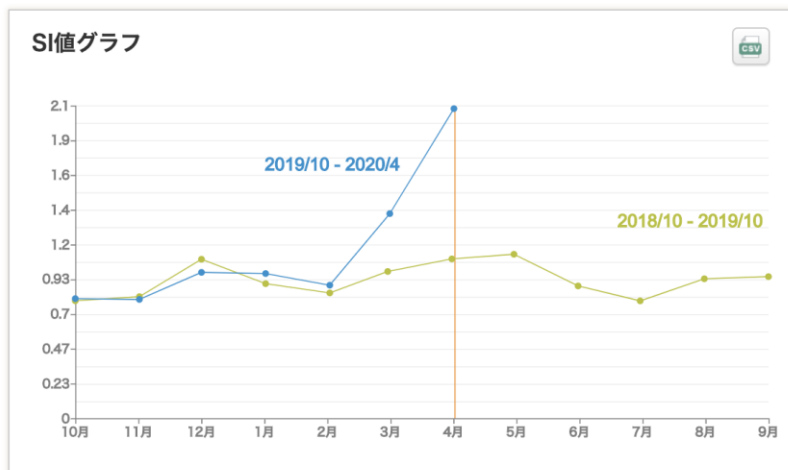
ドラッグストアで購買金額上位の商品は、風邪薬などの薬、衣料用洗剤(洗濯物が増えるため)、ハンドソープ(手洗い)、トイレトペーパーやラッピングなどの家庭雑貨が多い。

順位	商品名	細分類名	メーカー	2020年4月						
				人数	数量	金額	単価	単価上昇率	購入者数増加率	1人当購入数増加率
1	パブロンゴールドA微粒 44包	かぜ薬	大正製薬	35	44	55,410	1,259	102%	125%	104%
2	アタック抗菌EX Sクリアジェル かえ 1	衣料用合成	花王	110	146	53,100	364	100%	193%	101%
3	大幸 クレベリン 置き型 150g	その他住居	大幸薬品	16	25	52,624	2,105	98%	1600%	156%
4	NEWクレラップ ミニ 22cm×50m	ラッピング	クレハ	134	156	43,832	281	100%	134%	102%
5	薬用シュミテクト歯周病ケア 1450ppm	歯磨き	アース製薬	61	79	42,775	541	99%	165%	120%
6	花王 キッチン泡ハイター つけかえ用 40	台所用漂白	花王	175	210	40,796	194	105%	158%	108%
7	アリエールイオンPGサイエンスP替超特大1	衣料用合成	プロクター・	74	103	39,828	387	100%	110%	108%
8	花王 ビオレu 泡ハンドソープ 詰替 45	ハンドソー	花王	100	116	37,246	321	121%	345%	112%
9	イブA錠 60錠	解熱鎮痛薬	エスエス製薬	42	56	34,858	622	104%	120%	99%
10	アレジオン20 24錠	鼻炎用薬	エスエス製薬	9	9	34,404	3,823	101%	180%	100%
11	アリエールリビングDイオンPG替超特大 1	衣料用合成	プロクター・	70	91	34,382	378	99%	179%	108%
12	NEWクレラップ レギュラー 30cm×5	ラッピング	クレハ	65	78	30,703	394	103%	100%	113%
13	鶴見製紙 シエスタ トイレトペーパー ダ	トイレト	鶴見製紙	36	74	30,654	414	129%	189%	122%
14	ビオレu 泡ハンドソープ 詰替 800ml	ハンドソー	花王	44	55	30,314	551	112%	200%	120%
15	シンプルバランス うるおいローション 22	化粧水	ウテナ	40	46	30,106	654	100%	2000%	115%
16	トイレクイックル 詰替 ジャンボパック 2	使い捨て紙	花王	81	88	29,499	335	109%	119%	96%
17	バンテーン EDCシャンプー 替特大 66	シャンプー	プロクター・	39	53	28,377	535	96%	205%	117%
18	ワイドハイターEXパワー 大つめかえ用 8	漂白剤	花王	64	83	27,756	334	104%	168%	97%
19	エリエール トイレトティッシュ ダブル	トイレト	大王製紙	55	62	27,720	447	108%	157%	74%
20	エビオス錠 2000錠	健胃・消化	アサヒグルー	15	16	26,933	1,683	106%	75%	102%

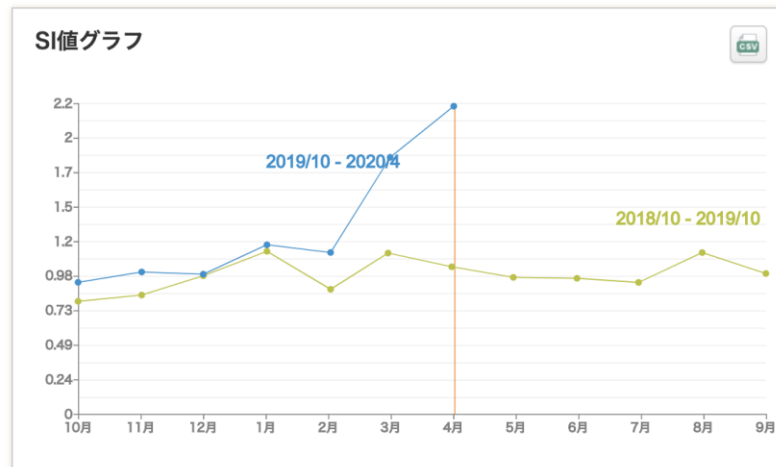
「新型コロナウイルス」の影響による検索行動の変化について

盛り上がるメニュー（ホットプレートなど）家族で楽しめる「ホットプレート」調理が全体的に大きく伸長

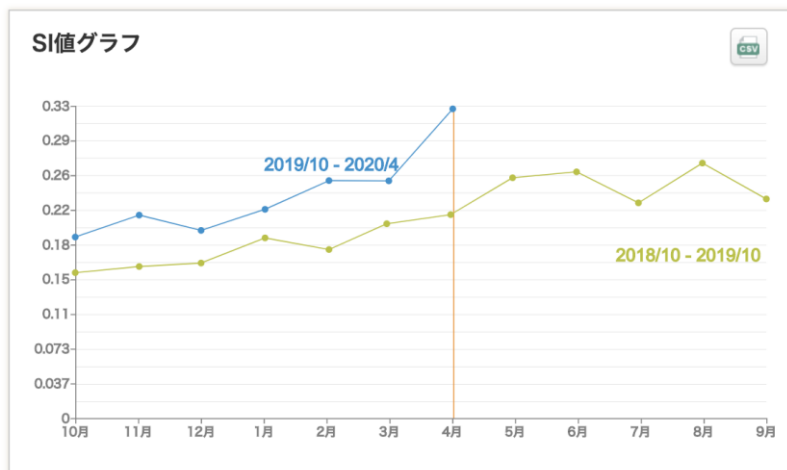
「ホットプレート」のキーワード分析 - 2020年04月



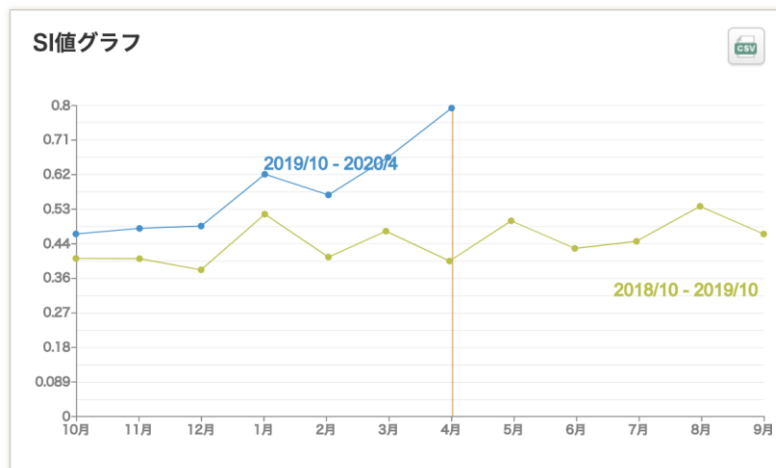
「たこ焼き」のキーワード分析 - 2020年04月



「サムギョプサル」のキーワード分析 - 2020年04月



「もんじゃ」のキーワード分析 - 2020年04月



出所) 村上雅洋(2020), 「新型コロナウイルス」の影響による検索行動の変化, 3期第8回いASI研究会報告

Copyright by Asia Shopper Insight

Copyright© cookpad All Rights Reserved.

2) オンライン・ストア・チャネルは、

- ・コロナ禍およびDX化、オフラインへの参入で成長継続するので、チャネルとしては有望
- ・コロナ禍では、飲料や酒類のケース買いがみられる。
- ・薬の購入は少ないが、ドラッグの調剤のM&A、オンライン診療・服薬指導が増加すれば、ドラッグのオンライン・ストア化が加速する。Amazonや楽天はすでにOTC医薬品を販売している。

AMAZON(上表)や楽天(下表)で購入された商品(購買人数上位)

順位	商品名	カテゴリー	メーカー名	2019年4月			2020年4月			
				人数	数量	金額	人数	数量	金額	単価
1	さらさ 柔軟剤 詰替え 480ml	柔軟剤	プロクター・	3	8	2,021	6	25	6,676	267
2	DHC ビタミンC Hカプセル 90日 1	健康食品	ディーエイチ	4	4	1,956	6	6	3,193	532
3	ネスカフェ ゴールドブレンド エコ&シス	インスタン	ネスレ日本	2	4	2,806	5	14	10,768	769
4	コカ・コーラゼロOTG PET 500ml	コーラ	日本コカ・コ	2	3	5,747	5	5	10,520	2,104
5	ルックおふろの防カビくん煙剤 せっけん 1	カビ防止剤	ライオン	3	3	2,934	5	5	5,645	1,129
6	3層フィルター 不織布マスク 大人用 10	マスク	ビトウコーポ	.	.	.	5	5	2,868	574
7	クリニカアドバンテージ ハミガキ クールミ	歯磨き	海外メーカー	.	.	.	5	5	2,359	472
10	ウル・オス 薬用スキンウォッシュ替 420	ボディシャ	大塚製薬	.	.	.	4	6	5,736	956
11	J&J リステリン トータルケアプラス ク	洗口液	ジョンソン・	.	.	.	4	4	4,311	1,078
13	食洗機用キュキュット ウルトラクリーン替	台所用洗剤	花王	1	2	1,096	4	5	2,987	597
16	食洗機用キュキュットウルトラCSハーブ本体	台所用洗剤	花王	1	1	459	4	6	2,340	390
17	麒麟 本麒麟 缶 350ml×24	リキュール	麒麟麦酒	.	.	.	3	6	16,336	2,723

	商品名	カテゴリー	メーカー名	2019年4月			2019年4月			
				人数	数量	金額	人数	数量	金額	単価
1	ハンドジェルポンプ式 500ml	ハンドソー	東亜産業	.	.	.	9	19	41,535	2,186
2	九南 こなゆきコラーゲン 袋 100g	健康食品	九南サービス	.	.	.	7	11	10,447	950
5	キュキュット クリア除菌 替 1380ml	台所用洗剤	花王	1	1	728	4	5	3,543	709
6	ネスレ日本 キットカットミニ 14枚	チョコレート	ネスレ日本	.	.	.	4	37	11,830	320
7	アサヒ 生くるみ 1kg	農産珍味	アサヒ物産	.	.	.	4	5	8,940	1,788
9	コーヒー豆・粉 2kgまで	レギュラー	バーコードブ	1	2	6,468	4	4	10,370	2,593

3) PB開発とNBの価格対応

- ・PBの中でも低価格PBのシェアが短期的には増加する.
- ・PBシェアが増加すれば、NBはPBとの価格差を考慮すべき。
PBの価格は変化しないので、NBの特売等が減少し、NBとPBの価格差が増加すると、PBのシェアが増加する.

3) PB開発とNBの価格対応(イオンの牛乳、食パンのケース)

イオンはコロナ禍でもEDLP戦略によってTVおよびNBの価格を維持していると思われるが、NBによっては上昇しているブランドもある。NBとPBの価格差の大小によってNBの売上の明暗は分かれる。

商品名	人数	数量	金額	単価	単価上昇率	購買人数増加率	1人当り数量増加率
TV 成分無調整牛乳 パック 1L	104	303	53950	178	102%	101%	97%
ベストプライス 低脂肪 1L	41	196	20481	104	103%	114%	141%
明治 おいしい牛乳 900ml	27	49	11550	236	101%	117%	71%
森永 森永のおいしい牛乳 1L	16	31	7427	240	109%	70%	89%
2020年4月							
商品名	人数	数量	金額	単価	単価上昇率	購買人数増加率	1人当り数量増加率
TVBP やわらか仕込み 6枚	73	109	12167	112	98%	135%	87%
ベストプライス 毎日の食卓 6枚	84	200	16932	85	103%	156%	133%
パスコ 超熟 食パン 6枚	78	135	19172	142	99%	124%	124%
ヤマザキ ロイヤルブレッド 6枚	26	36	5812	161	104%	186%	97%

ご清聴ありがとうございました！



‘The head of arrow’ 経営の先端をいく者。

Naka_hi@tamacc. chuo-u. Ac. Jp