

2023年8月30日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

Ponta データで見る消費者動向「実店舗の利用状況」
コロナ 5 類感染症移行後、実店舗の利用回数はコロナ前の 9 割に回復
コロナの影響で行動が大きく変化した層は 20 代

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、新型コロナウイルス感染症による消費者動向の変化を把握するため、Ponta データの分析を行いましたので、ご報告いたします。

LM が保有するポイント変動データ（加算・減算）を分析することで、消費者の実店舗での買い物動向が、コロナ禍および 5 類感染症移行によってどのように変化したのかをまとめています。

【トピック】

・ TOPICS 1

実店舗の利用回数は、コロナ禍により大きく減少。5 類感染症移行後においては 92% と回復傾向が見られるも、コロナ前までには戻らず

・ TOPICS 2

平日・休日にかかわらず、実店舗の利用回数はコロナ禍に大きく減少し、5 類感染症移行後には回復傾向が見られる

・ TOPICS 3

実店舗の利用者数は、コロナ禍に 20 代男女、70 代女性が大きく減少。5 類感染症移行後においては全ての性年代で回復傾向が見られ、男性 30～60 代ではコロナ前と同水準以上に増加

【分析概要】

・ 分析対象期間 : 2017 年～2023 年の各年 5 月 8 日～7 月 2 日

5 類感染症に移行した 2023 年 5 月 8 日を起点に 8 週間で区切った期間で比較

・ 分析データ : Ponta ポイント変動データ（加算・減算）

※本リリースでは、買い物動向についてコロナ禍前を基準とするため、2017 年と 2019 年を比較した実店舗の利用状況を 100% として分析しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

分析結果引用・転載の際は、“ロイヤリティ マーケティング調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

TOPICS 1

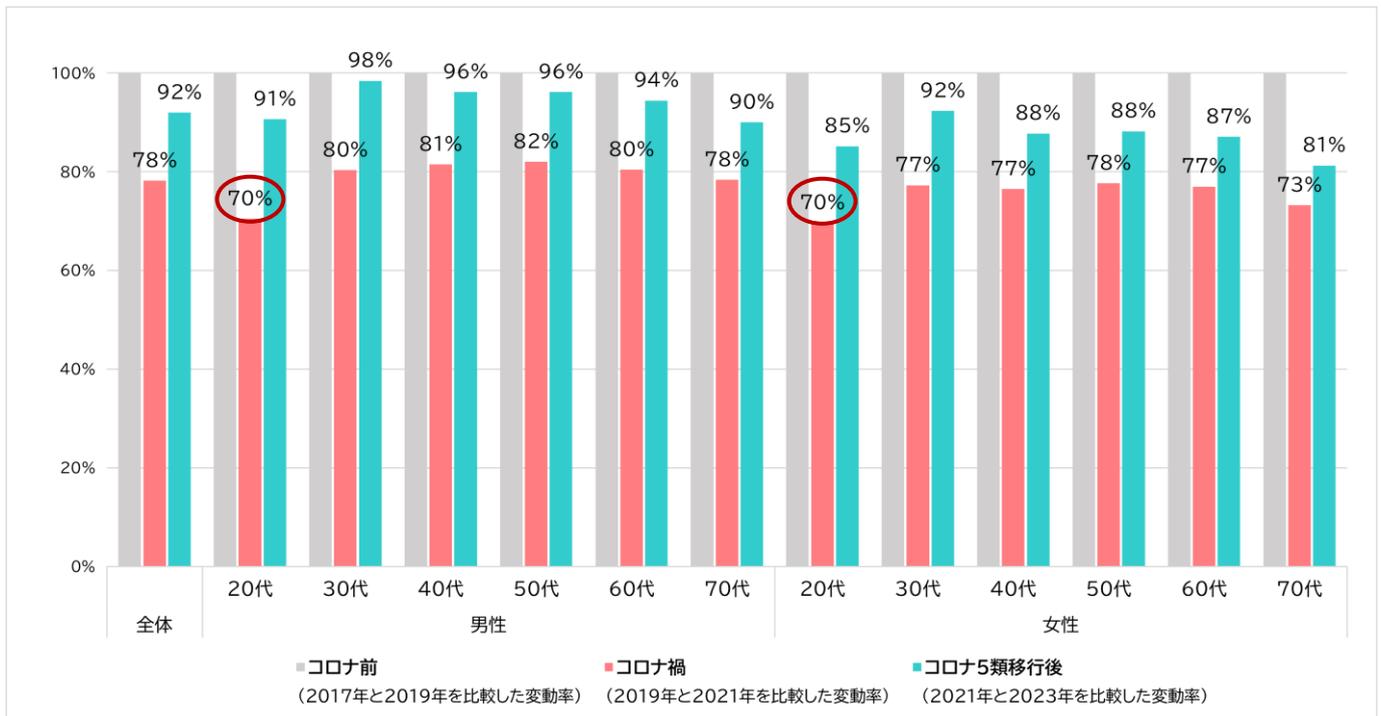
実店舗の利用回数は、コロナ禍により大きく減少。5類感染症移行後においては92%と回復傾向が見られるも、コロナ前までには戻らず

実店舗での買い物動向について利用回数の変動を比較すると、全体でコロナ禍は22ポイント減の78%となった。2023年5月8日の5類感染症移行後については、92%と回復傾向がうかがえる。

性年代別では、コロナ禍の利用回数の変動が、20代で男女問わず70%と最も減少しており、コロナ禍で行動が大きく変化した層と見られる。5類感染症移行後は、男性30～50代で95%以上となり、コロナ前とほぼ同じ水準まで回復した。一方、女性では90%に満たない年代が多く、実店舗利用の回復傾向が鈍いことがうかがえる。

▼実店舗の利用回数の変化（全体・性年代別）

※コロナ禍前を基準とするため、2017年と2019年を比較した利用回数の変動率を100%としています。コロナ禍を2019年と2021年、5類感染症移行後を2021年と2023年の期間で比較して変動率を算出し、基準値（コロナ禍前）と比べてコロナ影響を分析しています



TOPICS 2

平日・休日にかかわらず、実店舗の利用回数はコロナ禍に大きく減少し、5類感染症移行後には回復傾向が見られる

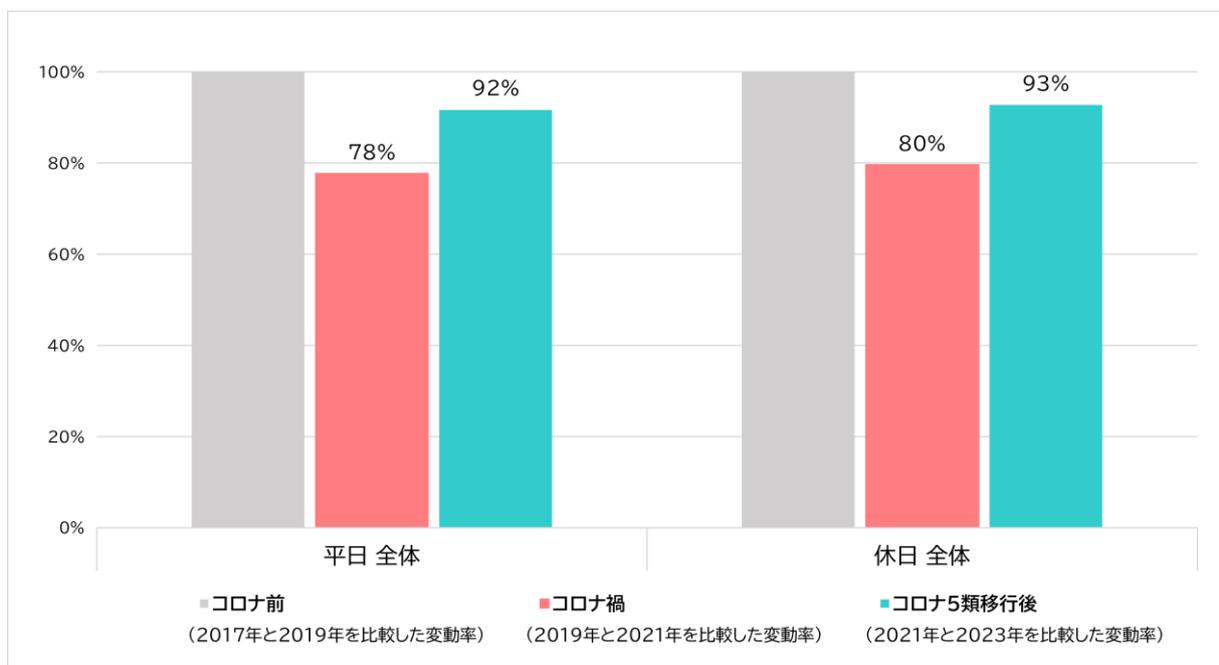
実店舗の利用回数の変動を平日・休日別に見ると、コロナ禍において平日78%、休日80%と大きく減少した。5類感染症移行後については、平日92%、休日93%と回復傾向がうかがえる。

休日にまとめ買いをして、平日は買い物を控えるなど、買い物回数の違いが見えることを予想したが、平日と休日を比べて変動の差は小さかった。平日・休日にかかわらず、新型コロナウイルス感染症が消費者の買い物回数を抑制していたことがうかがえる。

▼実店舗の利用回数の変化（平日・休日別）

※コロナ禍前を基準とするため、2017年と2019年を比較した利用回数の変動率を100%としています。コロナ禍を2019年と2021年、5類感染症移行後を2021年と2023年の期間で比較して変動率を算出し、基準値（コロナ禍前）と比べてコロナ影響を分析しています

※土・日・祝日を休日とし、それ以外を平日として分析しています



TOPICS 3

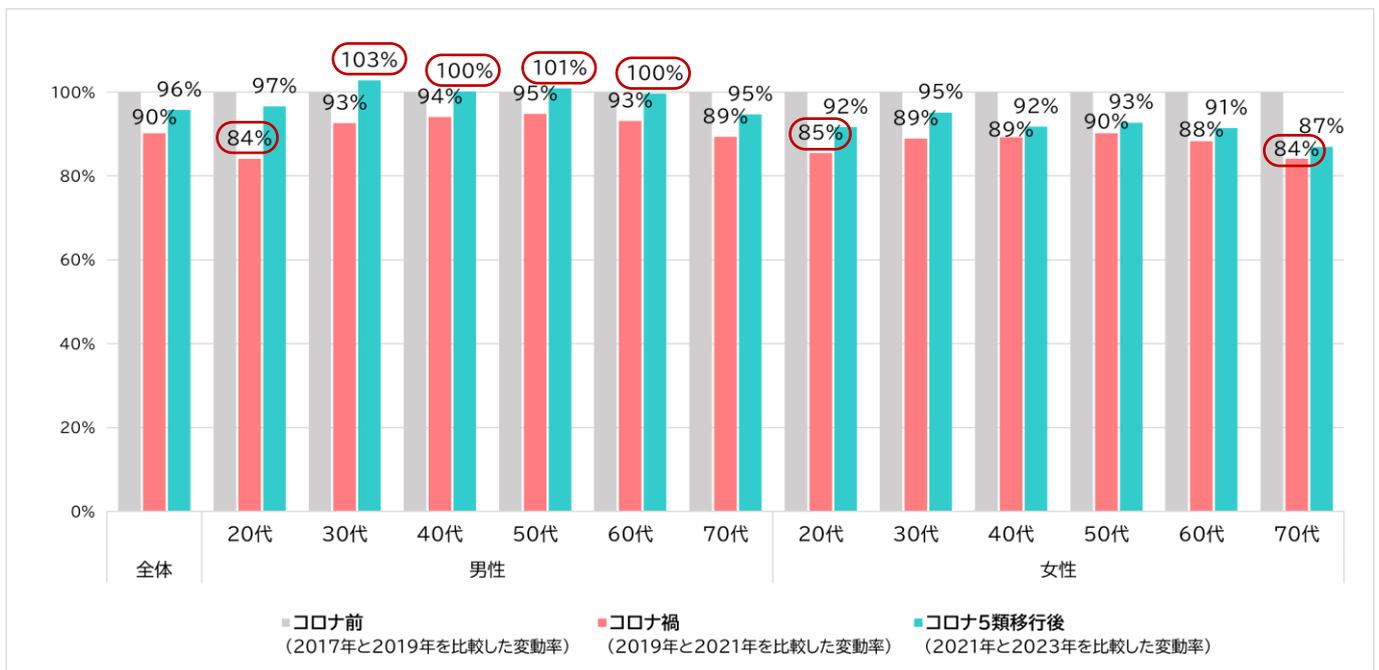
実店舗の利用者数は、コロナ禍に20代男女、70代女性が大きく減少。5類感染症移行後においては全ての性年代で回復傾向が見られ、男性30～60代ではコロナ前と同水準以上に増加

実店舗での買い物動向について利用者数の変動を比較すると、全体でコロナ禍は10ポイント減の90%となった。5類感染症移行後においては、96%と回復傾向がうかがえる。TOPICS1の利用回数と比べると減少幅が小さくなっており、コロナ禍では消費者は買い物に行く回数を減らし、まとめて買い物を済ませようとしたのではないかと考えられる。

性年代別では、コロナ禍の利用者数の変動が、20代男女、70代女性で約85%と減少しており、コロナによって行動が大きく変化した層と見られる。5類感染症移行後は、男性30～60代で100%以上となり、コロナ前と同じ水準またはそれ以上まで回復している。一方、女性では100%まで回復した年代はなかった。

▼実店舗の利用者数の変化（全体・性年代別）

※コロナ禍前を基準とするため、2017年と2019年を比較した利用者数の変動率を100%としています。コロナ禍を2019年と2021年、5類感染症移行後を2021年と2023年の期間で比較して変動率を算出し、基準値（コロナ前）と比べてコロナ影響を分析しています



以上