

報道関係者 各位

2024年12月5日  
株式会社読売広告社  
広報部

## YOMIKO、大規模な購買履歴データを使用し 時期・年代別の「きのこ」の購入変化を分析 ～物価の優等生であるきのこの購入年代分布が明らかに～

株式会社読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：菊地英之 以下 YOMIKO）は、同社の子会社である株式会社ショッパーインサイト（本社：東京都港区 代表取締役社長：湯川孝一）が保有する食品購買状況を買物客単位で分析可能な日本最大級の食品 ID-POS 購買行動データベース「real shopper SM\*1」を活用し、食品スーパーのきのこの購入変化を分析しました。

秋の訪れとともに旬を迎える食材「きのこ」は、特徴的な香りや食感、そして栄養価の高さから多くの家庭の食卓を彩る食材として、様々な料理に使われています。今回はきのこの購買動向や年代別の分析からみえてきた傾向や兆しについてお知らせします。

### 分析結果のポイント

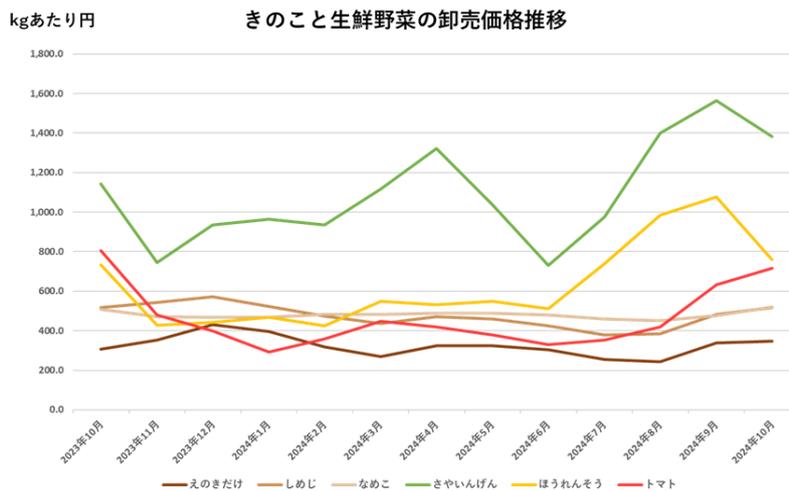
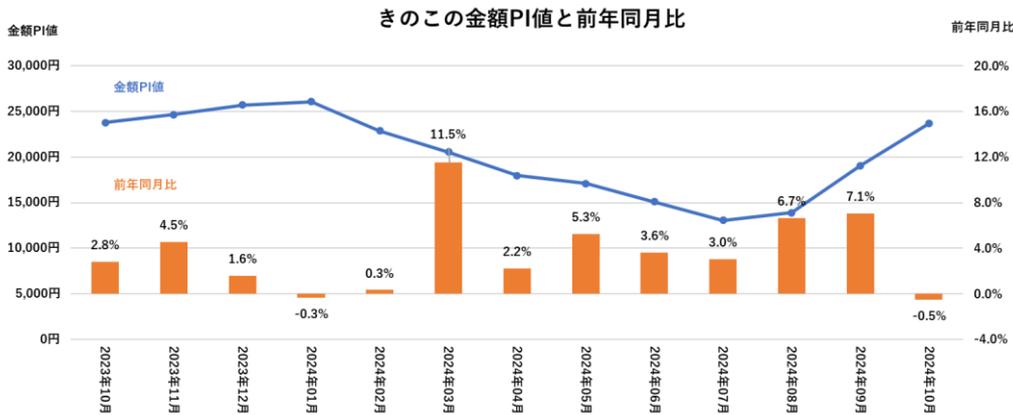
- ① 2024年春夏のきのこの金額PI値は前年同月比を上回る
- ② きのこの種類によって購入層の分布に違いがみられる
- ③ きのこの種類によって併買商品に違いがみられる

### ① 2024年春夏のきのこの金額PI値は前年同月比を上回る

比較的価格が安定しているきのこは夏の需要も高く推移

2023年10月から2024年10月のきのこ（生椎茸、しめじ、えのきだけ、エリンギ、舞茸、松茸、マッシュルーム、なめこ、生きくらげ、その他きのこも含む）の金額PI値（レジを通過したお客様1,000人あたりの販売金額指数）を見ると、金額PI値は秋から冬の時期に伸びています。しかし、前年同月比をみると2024年の春や夏の時期に伸びていることがわかりました。

通年で流通しているイメージが強いきのこですが、2024年の春や夏の時期に金額PI値の前年同月比が伸びた背景を探るために、きのこ（えのきだけ、しめじ、なめこ）と生鮮野菜（さやいんげん、ほうれんそう、トマト）の卸売価格（市場で取引されるkgあたり円）を比較しました。その結果、生鮮野菜は価格の変動が大きく、特に今年の春や夏時期に価格の高騰がみられます。一方、きのこは年間を通して横ばいで推移しており安定した価格を保っています。このことから、きのこは価格が変わりにくく物価の優等生であることがわかり、生活防衛意識が高まる中で、春や夏にもきのこの需要が高まったのではないのでしょうか。



## ② きのこの種類によって購入層の分布に違いがみられる

年代により”香り彩り”・”食感が特徴的でモダン”・”出汁と好相性” の購入傾向あり

次に2024年9月から10月の期間中の来店者1人あたりのきのこの購入金額から、きのこの種類ごとの購入者の年代分布を分析しました。その結果、年代によって購入するきのこの種類に違いがあることがわかり、分布図の形から3つのグループに分けて捉えることができました。

1つは、年代が上がるにつれて購入金額が高くなり、特に70代-80代の高齢層の購入額が高い「生椎茸」「舞茸」「松茸」。香りなど風味が豊かで彩りも楽しめるきのこたちです。そして、30代-40代の購入額が高い「えのきだけ」「エリンギ」「マッシュルーム」。食感が特徴的で洋風料理との相性がよくモダンな印象もあるきのこたちです。3つ目は、ややM字型で比較的全年代均等に分布している「しめじ」「なめこ」。汁物の出汁との相性もよいきのこたちです。このように、きのこは購入層の分布により、”香り彩り”・”食感が特徴的でモダン”・”出汁と好相性”といったグループに分けられることがわかりました。

#### 2024年9月-10月 1人あたり購入額 (非購入者含む)

| 年代    | 香り彩り |      |     | 食感が特徴的でモダン |      |         | 出汁と好相性 |      |
|-------|------|------|-----|------------|------|---------|--------|------|
|       | 生椎茸  | 舞茸   | 松茸  | えのきだけ      | エリンギ | マッシュルーム | しめじ    | なめこ  |
| 男性20代 | 17.6 | 17.0 | 0.3 | 28.9       | 11.0 | 5.0     | 38.9   | 5.6  |
| 男性30代 | 27.6 | 24.2 | 0.5 | 35.3       | 14.9 | 6.2     | 54.2   | 11.0 |
| 男性40代 | 29.1 | 23.9 | 1.0 | 33.9       | 12.3 | 5.2     | 48.7   | 9.7  |
| 男性50代 | 28.4 | 22.5 | 1.2 | 26.4       | 10.3 | 4.0     | 40.9   | 7.8  |
| 男性60代 | 35.1 | 24.8 | 1.5 | 23.9       | 10.6 | 3.6     | 41.0   | 8.3  |
| 男性70代 | 40.6 | 29.1 | 1.6 | 23.4       | 11.7 | 2.5     | 44.4   | 9.9  |
| 男性80代 | 49.5 | 33.4 | 1.8 | 24.0       | 12.4 | 2.0     | 52.1   | 13.0 |
| 男性90代 | 45.9 | 30.8 | 2.3 | 21.2       | 9.9  | 2.7     | 49.4   | 12.4 |
| 女性20代 | 25.9 | 21.1 | 0.3 | 47.9       | 15.4 | 4.7     | 50.8   | 10.7 |
| 女性30代 | 37.1 | 28.7 | 0.2 | 55.5       | 19.1 | 6.1     | 67.9   | 16.2 |
| 女性40代 | 41.1 | 32.5 | 0.4 | 57.3       | 19.1 | 6.8     | 67.6   | 14.3 |
| 女性50代 | 45.0 | 37.3 | 1.0 | 48.0       | 19.3 | 6.7     | 65.8   | 10.9 |
| 女性60代 | 52.9 | 40.9 | 1.5 | 43.6       | 19.7 | 5.7     | 68.1   | 11.2 |
| 女性70代 | 56.2 | 45.8 | 2.0 | 40.5       | 20.6 | 4.0     | 68.6   | 12.6 |
| 女性80代 | 59.8 | 46.3 | 2.0 | 35.1       | 19.0 | 3.2     | 68.4   | 12.2 |
| 女性90代 | 49.0 | 38.3 | 1.3 | 27.8       | 13.6 | 3.5     | 59.8   | 11.4 |

単位：期間中来店者あたり円

### ③ きのこの種類によって併買商品に違いがみられる

#### 鍋の定番「えのきだけ」と料理バリエーションが豊富な「しめじ」

きのこの中でも購入金額 TOP 2 の「しめじ」「えのきだけ」のデータから、それぞれの種類や時期（2024年7月-8月／2024年9月-10月）による併買商品の違いを分析しました。

「しめじ」「えのきだけ」共に併買商品上位に他のきのこ類が上位にあることから、併買傾向として複数のきのこを購入している傾向がみられます。「しめじ」は、他のきのこ類だけでなく、「人参」「ごぼう」「ピーマン」「南瓜」などの野菜のリフト値も高くなっており、「しめじ」は鍋の具材だけでなく、洋風・中華風の料理など広いバリエーションの料理に使われていることが考えられます。9月-10月は「鍋つゆ」や「シチュール」など季節性の高い料理との相性が良いこともわかります。

また「えのきだけ」は、時期に関係なく「白菜」「鍋つゆ」や「豚肉」の併買リフト値が高い傾向があります。9月-10月は「すりみ・だんご半総菜」が上位にあがっており、鍋関連の食材との結びつきが強く、「えのきだけ」は鍋の具材としての定番性が高いことがわかります。

「しめじ」「えのきだけ」併買分析（2024年7月-8月／9月-10月）

| しめじ        |      |             |      | えのきだけ      |      |             |      |      |      |            |      |
|------------|------|-------------|------|------------|------|-------------|------|------|------|------------|------|
| 2024年7月-8月 |      | 2024年9月-10月 |      | 2024年7月-8月 |      | 2024年9月-10月 |      |      |      |            |      |
| 順位         | カテゴリ | リフト値        | 順位   | カテゴリ       | リフト値 | 順位          | カテゴリ | リフト値 |      |            |      |
| 1          | 野菜   | えのきだけ       | 6.71 | 1          | 野菜   | 舞茸          | 5.32 | 1    | 調味料  | 鍋つゆ        | 9.07 |
| 2          | 野菜   | 舞茸          | 6.40 | 2          | 野菜   | エリンギ        | 5.25 | 2    | 調味料  | 鍋つゆ        | 8.62 |
| 3          | 野菜   | エリンギ        | 6.23 | 3          | 野菜   | えのきだけ       | 5.14 | 3    | 野菜   | 白菜         | 6.71 |
| 4          | 野菜   | 白菜          | 4.79 | 4          | 野菜   | 白菜          | 3.96 | 4    | 加工食品 | 白菜         | 6.64 |
| 5          | 野菜   | 小松菜         | 4.34 | 5          | 調味料  | 鍋つゆ         | 3.81 | 5    | 野菜   | 舞茸         | 6.54 |
| 6          | 野菜   | 生椎茸         | 4.30 | 6          | 野菜   | 生椎茸         | 3.78 | 6    | 野菜   | エリンギ       | 6.13 |
| 7          | 野菜   | なめこ         | 4.21 | 7          | 野菜   | なめこ         | 3.55 | 7    | 野菜   | なめこ        | 5.90 |
| 8          | 野菜   | 人参          | 3.98 | 8          | 野菜   | ごぼう         | 3.54 | 8    | 野菜   | 生椎茸        | 5.64 |
| 9          | 野菜   | ごぼう         | 3.97 | 9          | 鮮魚   | さけ切身        | 3.51 | 9    | 野菜   | 長葱・白葱      | 4.65 |
| 10         | 加工食品 | 白滝          | 3.76 | 10         | 野菜   | 人参          | 3.39 | 10   | 野菜   | ニラ         | 4.57 |
| 11         | 野菜   | ピーマン        | 3.57 | 11         | 野菜   | 小松菜         | 3.36 | 11   | 野菜   | 小松菜        | 4.34 |
| 12         | 野菜   | 南瓜          | 3.44 | 12         | 野菜   | 長葱・白葱       | 3.32 | 12   | 豚肉   | 国産豚しゃぶしゃぶ用 | 4.30 |
| 13         | 野菜   | ニラ          | 3.44 | 13         | 調味料  | シチュール       | 3.30 | 13   | 豚肉   | 輸入豚しゃぶしゃぶ用 | 4.24 |
| 14         | 野菜   | 玉葱          | 3.43 | 14         | 加工食品 | 白滝          | 3.26 | 14   | 精肉類  | 鶏ひき肉       | 4.24 |
| 15         | 野菜   | ホウレン草       | 3.38 | 15         | 野菜   | レンコン        | 3.26 | 15   | 野菜   | ごぼう        | 3.89 |
| 16         | 野菜   | 長葱・白葱       | 3.38 | 16         | 精肉類  | 国産鶏切身       | 3.10 | 16   | 野菜   | もやし        | 3.79 |
| 17         | 加工食品 | こんにゃく       | 3.34 | 17         | 野菜   | 南瓜          | 3.02 | 17   | 野菜   | 大根         | 3.55 |
| 18         | 野菜   | 大根          | 3.31 | 18         | 加工食品 | こんにゃく       | 3.01 | 18   | 野菜   | 人参         | 3.49 |
| 19         | 野菜   | なす          | 3.29 | 19         | 野菜   | なす          | 3.01 | 19   | 野菜   | おくら        | 3.46 |
| 20         | 加工食品 | 油揚げ         | 3.25 | 20         | 野菜   | ニラ          | 3.01 | 20   | 精肉類  | 国産鶏切身      | 3.37 |

今後も YOMIKO は、本サービスを始めとする購買実態に基づいた課題発見・仮説検証のサービス提供を通じてクライアント企業の事業成長に貢献してまいります。

\*1 real shopper SM：食品スーパーの ID-POS データをもとに生鮮総菜を含めた全ての食品購買状況を全国規模の買物客単位で分析できるデータベース。

#### ■調査概要

- ・集計期間：2023年10月1日～2024年10月31日
- ・エリア：日本全国
- ・対象カテゴリ：きのこ
- ・利用データ：real shopper SM データ

ショッピングインサイトのサイトでは分析結果についてのコラムを掲載しています。併せてご覧ください

URL：<https://shopperinsight.co.jp/sakiyomi/>

#### サービスに関するお問い合わせ

読売広告社 マーケットコンサルティングセンター：永井・阿部 ショッピングインサイト：西川

メール：[shoppermarketing@yomiko.co.jp](mailto:shoppermarketing@yomiko.co.jp)

#### 取材に関するお問い合わせ

読売広告社 広報部 佐々木・関原・阿久津 TEL：03-5544-7104 / メール：[koho\\_mail@yomiko.co.jp](mailto:koho_mail@yomiko.co.jp)

ショッピングインサイト 広報窓口 西川 TEL：03-6277-7030 / メール：[press@shopperinsight.co.jp](mailto:press@shopperinsight.co.jp)

<参考>

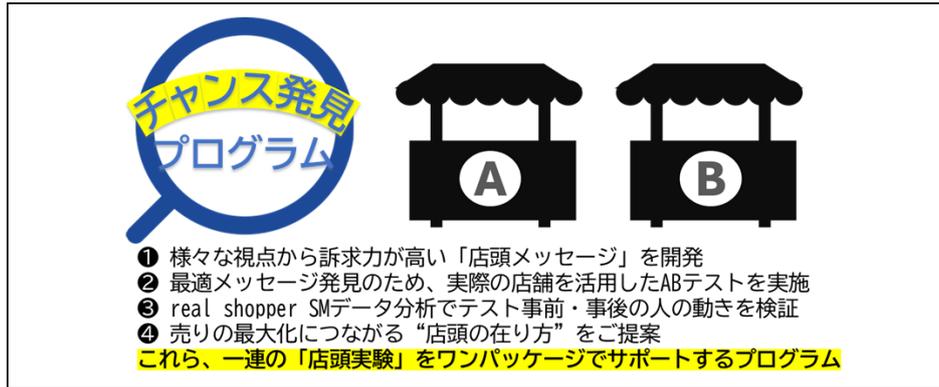
## ■トレンドや社会の動きからみる生活者の買い物行動の変化を分析後のアクションプラン

今回のようにデータ分析による購買行動の可視化を行うことは、それ自体が目的ではなく後継のアクションプランにつなげてはじめて価値があると当社は考えております。

後継となるアクションプランとして、以下のようなご支援をご用意しております。

### チャンス発見プログラム

ショッパー(買物中のお客様)に向けてどのようにアクションすれば自社ブランドの購入に至るのか、またリピートしていただけるのはどのような場合か、について、仮説を実店舗店頭で検証できるプログラムです。



① 様々な視点から訴求力が高い「店頭メッセージ」を開発  
② 最適メッセージ発見のため、実際の店舗を活用したABテストを実施  
③ real shopper SMデータ分析でテスト事前・事後の人の動きを検証  
④ 売りの最大化につながる“店頭の在り方”をご提案  
これら、一連の「店頭実験」をワンパッケージでサポートするプログラム

## ■株式会社ショッパーインサイト について

メーカーの“売り”に対し、各種データに基づいた科学的な分析と、リテール目線・ショッパー目線の営業戦略で応えるコンサルティングパートナーとして数多くの取り組みを行い、全国規模のID-POSデータを分析するクラウドサービスや、データ分析・活用に関するコンサルティング、プロモーションサービス、トレードマーケティングサービスを提案・提供しています。また、今回の調査・分析結果は一部となります。その他の年代の分析や詳細のブランドについては詳細についてはお問い合わせください。

URL：<https://shopperinsight.co.jp/>

## ■株式会社読売広告社 について

YOMIKOは、フルファネルマーケティングに基づく「コミュニケーションデザイン」を始め、市民がまちに対して持つ愛着や誇りである「CIVIC PRIDE®」視点のブランディング、生成AIやメタバースなどのテクノロジーを活用した「デジタルコンサルティング」、店頭基点の「インスタコンサルティング」などの強みを有しています。この独自性を発揮し、新たな「価値創造」に貢献することで、ビジネスと社会の持続可能な成長のために、ともに変化へ挑戦する「GAME CHANGE PARTNER」となることを目指しています。

URL：<https://www.yomiko.co.jp/>

※「シビックプライド/Civic Pride」「CIVIC PRIDE」は、株式会社読売広告社の登録商標です。