

プレスリリース

報道関係者各位

## 【流通経済研究所】『消費者購買行動年鑑 2025』 発刊のご案内

公益財団法人 流通経済研究所と株式会社 True Data は、ID-POS データの集計を基に、最新（2024年）の消費者の「スーパーマーケット」および「ドラッグストア」での購買行動を総合的に把握できるデータ集『消費者購買行動年鑑 2025 ～ID-POS で食品・日用品 392 カテゴリーの動向を把握～ スーパーマーケット編』および『消費者購買行動年鑑 2025 ～ID-POS で食品・日用品 436 カテゴリーの動向を把握～ ドラッグストア編』を 2025 年 4 月 1 日(火)に 2 冊同時発刊します。

### 『消費者購買行動年鑑 2025』 発行のご案内

本書は、スーパーマーケット・ドラッグストア合計全国 6,000 万人規模の消費者購買情報をもとに統計化した ID-POS データ\*を集計し、商品カテゴリーごとに購買指標を掲載しています。POS データだけではわからない「性別・年代別の購買傾向」や「リピート率」などの購買実態を ID-POS データで把握することにより、小売業の売場づくりや、メーカー・卸売業の営業活動・販促活動・新市場に向けての商品開発、さらには小売・食品・日用品向けのコンサルティングやマーケティング営業支援における業界／カテゴリー動向の確認など、多種多様な用途でご活用いただけます。

**消費者購買行動年鑑 2025**  
～ID-POSで食品・日用品392カテゴリーの動向を把握～  
スーパーマーケット編




 公益財団法人 流通経済研究所  

 株式会社 True Data

**消費者購買行動年鑑 2025**  
～ID-POSで食品・日用品436カテゴリーの動向を把握～  
ドラッグストア編




 公益財団法人 流通経済研究所  

 株式会社 True Data

2024 年は著しい「物価上昇」が消費者の生活に大きな影響を与え、食品や日用品といった消費財の値上げが顕著な年となりました。今回も前年からの変化に関するレポートを掲載し、直近のスーパーマーケットおよびドラッグストアがどのような変化あるいは状況に直面していたのかという業態の特徴、そして消費者の購買行動やカテゴリー別の購買実績にどのような特徴・変化が見られるのかを概観できるデータ集を作成いたしました。

消費者の購買行動に関し、その実態をカテゴリー別に数値で確認できることが本書の最大の特徴です。今回の最新版では、スーパーマーケット編：392 カテゴリー、ドラッグストア編：436 カテゴリーにのぼるデータを CD-ROM に収録しています。そのうちスーパーマーケット編では 80 カテゴリー+独自の「生鮮レポート」41 カテゴリー、ドラッグストア編では 100 カテゴリーについて、図表を付したレポートを冊子版にてご確認いただけます。

\*ID-POS データ：ポイントカードなど顧客 ID に基づいた、性別、年齢などが分かる POS データ（店舗、個人を特定する情報は含まれていません）

『消費者購買行動年鑑 2025』冊子+ CD-ROM (Microsoft Excel 形式データ収録)

- 2 業態セット購入 176,000 円（税込）
- スーパーマーケット編 99,000 円（税込）
- ドラッグストア編 99,000 円（税込）

■掲載内容

カテゴリーごとに 1 人当たり購買金額、購買商品単価、リピート率、購買頻度等を掲載し、それらを時間帯別、性年代別にも集計しています。

全体指標		カテゴリー指標	
基本指標 (年間、一部月次)	会員人数	基本指標	1人当たり購買金額
	レジ通過人数		1人当たり購買点数
	来店頻度		来店当たり購買金額
	購買金額		来店当たり購買点数
	購買点数		会員金額PI
	1人当たり購買金額		会員点数PI
	1人当たり購買点数		購買商品単価
	来店当たり購買金額		来店内購買回数比率
	来店当たり購買点数		会員内購買率
	会員金額PI		リピート率
	会員点数PI		購買頻度
	購買商品単価		購買間隔 (平均)
性年代別指標	性年代別会員人数	性年代別指標	性年代別購買人数構成比
	性年代別来店頻度		性年代別購買金額構成比
	性年代別1人当たり購買金額		性年代別購買点数構成比
	性年代別1人当たり購買点数		性年代別1人当たり購買金額
	性年代別来店当たり購買金額		性年代別1人当たり購買点数
	性年代別来店当たり購買点数		性年代別来店当たり購買金額
	性年代別会員金額PI		性年代別来店当たり購買点数
	性年代別会員点数PI		性年代別会員内購買率
時間帯別指標	時間帯別レシート枚数構成比	時間帯別指標	時間帯別購買人数構成比
	時間帯別購買金額構成比		時間帯別購買金額構成比
季節トレンド	週別購買金額指数	季節トレンド	週別購買金額指数
	週別購買点数指数		週別購買点数指数

■商品イメージ

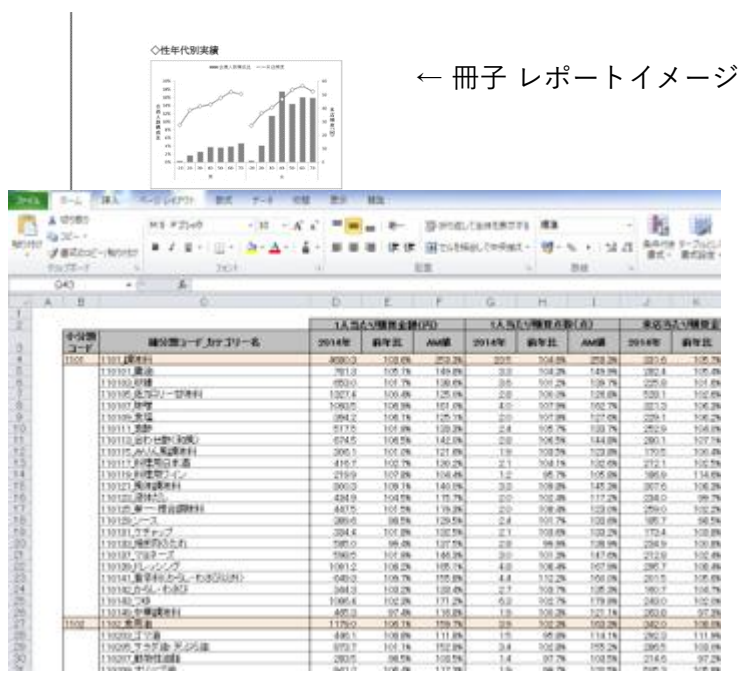
**スーパーマーケット業態**

※指標はすべて、生鮮食品およびJANコードの付いていない惣菜の実績を含まない  
 ◎基本実績

	2014年	前年比	AM値
会員人数(人)	1,850,044	101.2%	--
レジ通過人数(人)	82,749,834	95.5%	--
購買金額(円)	128,522,428,555	97.7%	--
購買点数(点)	697,587,885	99.9%	--
来店頻度(回)	48.47	95.7%	310.2%
1人当たり購買金額(円)	69,973.8	104.6%	308.8%
1人当たり購買点数(点)	377.4	105.0%	300.4%
来店当たり購買金額(円)	1,507.1	106.4%	97.3%
来店当たり購買点数(点)	8.9	109.3%	99.4%
会員客単価	1,477,611.3	105.9%	91.2%
会員点数%	8,655.0	105.6%	99.8%
購買商品単価(円)	188.8	109.2%	96.4%

スーパーマーケット業態における2014年購買実績は、1人当たり購買金額が67,508円で前年比99.5%と横ばいとなった。レジ通過人数が前年比95.9%と減少している点に課題がある。レジ通過人数を高めるために、前年比96.4%と減少した来店頻度を高めることが求められる。AM値をみると、1人当たり購買金額・点数がそれぞれ300%を越えており、継続来店する顧客の店舗実績への貢献が大きいと考えられる。しかし、来店当たり購買金額・点数のAM値はそれぞれ96.6%・100.8%であり、継続来店する顧客であっても買い物1回当たりの購買が多いわけではない。

性年代別実績の会員人数構成比では、男性よりも女性の構成比が高くなる傾向があり、特に40代の構成比が高い。男女を同年代で比較すると、多くの指標で女性が男性よりも高い値であるが、購買商品単価は全性年代で男性の方が高い。



CD-ROM データイメージ →

■ご購入方法

(公財) 流通経済研究所ホームページから詳細な情報のご確認・ご購入がいただけます。

[https://www.dei.or.jp/information/pub\\_yearbook2025](https://www.dei.or.jp/information/pub_yearbook2025)

■会社概要

- 商号 : 公益財団法人 流通経済研究所  
 代表者 : 理事長 青山 繁弘  
 所在地 : 〒102-0074 東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10 階  
 設立 : 1966 年 10 月  
 URL : <http://www.dei.or.jp/>
- 商号 : 株式会社 True Data  
 代表者 : 代表取締役社長 米倉 裕之  
 所在地 : 〒105-0012 東京都港区芝大門1-10-11 芝大門センタービル 4 階  
 設立 : 2000 年 10月10日  
 URL : <https://www.truedata.co.jp/>

《お問い合わせ先》

公益財団法人 流通経済研究所 / 担当: 松坂・田嶋・山崎  
 電話: 03-5213-4532  
 HP お問い合わせフォーム: [https://www.dei.or.jp/form/pub\\_yearbook\\_cont.php](https://www.dei.or.jp/form/pub_yearbook_cont.php)

株式会社 True Data / 広報室  
 HP お問い合わせフォーム: <https://www.truedata.co.jp/contact>