

平成29年度
消費動向モニタリング調査 「消費者は何をどこで」買っているのか？
結果の概要

■調査結果

1.何にお金をかけているか

(1) 今、お金をかけているもの

「**食**べる**こ**と」が56.7%で半数を超えた。
次に「交際(飲食を含む)」が31.1%、「理美容・身だしなみ」が24.4%、「ファッション」、「教育(子供の教育)」が各21.1%、「貯金」、「車」が各18.9%と続いた。

(2) 今後、お金をかけたいもの

「**老**後の**準**備」が58.9%で一番多く、
次いで「貯金」が51.1%で、将来の生活への備えを重視している。
以下、「旅行」47.8%、「習い事・教室・資格・自己啓発」31.1%、「教育(子供の教育)」が30.0%で、「モノ」より「コト」が多い。

(3) 今後、節約していきたいもの

「**通**信(電話・インターネット)」が34.4%で最多だった。
次いで「ファッション」が33.3%、「食」べる「こ」とが26.7%、「車」が25.6%、「交際(飲食を含む)」が24.4%と続いた。
「ファッション」以下の4項目は、「今お金をかけているもの」でも挙げる割合が高いが、「通信(電話・インターネット)」は15.6%に留まり、余りお金をかけていない場合でも、さらに節約したいと考える人が多い。

2.こだわりがあれば、価格が高くても購入するか

「あてはまる」が38.8%、「ややあてはまる」が44.7%で、**合計83.5%がこだわりがあれば価格が高くても購入すると答えた。**
「どちらともいえない」は15.3%で、価格や商品・サービスの内容、こだわりなどの条件次第と思われる。

3.商品・サービスの何にこだわりをもっているか

重視する項目では、「品質の良さ」が61.8%で一番多く、
「機能性の高さ」が58.4%、「デザインの良さ」が44.3%と続いた。
やや重視するでは、「知名度」が46.0%で最多、「アフターサービスの良さ」が2.5%、「デザインの良さ」が40.9%と続いた。
以上から、**商品そのものの機能的な特徴を重視する傾向**がうかがえる。
一方、重視しない項目では、「商品がはやっていること」が15.9%で一番多く、「限定品」が13.8%、「商品の稀少性」が10.5%と続いた。
これらは小売業の販売促進でよく使われるキーワードだが、必ずしも訴求効果を期待できるとは言いがたい。

4.どの商品にこだわりを持っているか

「**こ**だわる」と「**や**や**こ**だわる」の合計では、「**食**べ物・**飲**み物」が72.2%で一番多く、「電化製品(家電・AV)」が63.4%、「外食」が61.6%と続いた。

5.商品・サービスの情報収集手段

「よく利用する」は、「インターネットサイト」が54.4%で一番多く、他の項目に比べて抜きん出ている。

また、「よく利用する」と「たまに利用する」の合計では、「インターネットサイト」が91.1%と最多で、「家族・友人・知人からの情報」が71.3%、「販売員の説明」が66.7%と続いた。

一方、「ほとんど利用しない」は、「公共交通機関・公共施設の掲示物やアナウンス」が48.9%と一番多く、次いで「SNS(twitter)」が31.5%で、この2項目が抜きん出た結果となった。

6.どこで買うのか

「店舗」で購入が一番多く、特に「乗り物(車・バイク等)」は71.7%だった。

また、全商品で「カタログ」や「インターネット」販売が利用され、特にネット販売では「衣類(ファッション)」48.8%、「電化製品(家電・AV等)」37.0%、「娯楽(カメラ・ゲーム等)」35.8%の割合が高かった。その他の商品でも、概ね2～3割の人がネット販売で購入している。

多い商品で5割、それ以外でも2～4割に上る商品が多いことから、「インターネット販売」が、実店舗の強力なライバルとなっている。

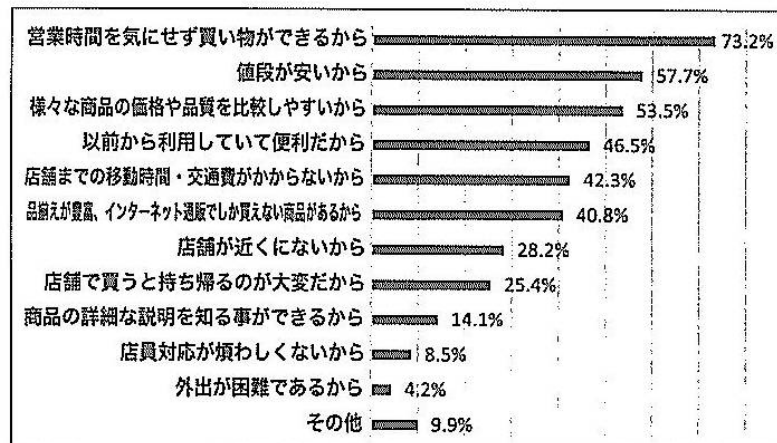
なお、「電話勧誘」は利用例がなかった。

7.インターネット通販を利用する理由

「営業時間を気にせず買い物ができる」が73.2%で一番多く、「値段が安い」が57.7%、「さまざまな商品の価格や品質を比較しやすい」が53.5%、「以前から利用していて便利」が46.5%、「店舗までの移動時間・交通費がかからない」が42.3%と続いた。

その他の理由では、「店舗には自分に合うサイズが少ないがネットには豊富にある」、「あまり普通に売っている商品ではないため」、「他の人が商品を使った評価が分かる」などの意見があった。

[インターネット通販を利用する理由]



8.利用している決済手段

「よく利用する」と「たまに利用する」の合計では、現金が97.8%、「クレジットカード」が91.1%と続き、この二つの決済手段が9割を超えている。

一方、「デビットカード」が11.8%で、他と比べて利用頻度が低かった。