

活用広がるネット通販

～購入時に最重視するのは“価格”、男性が“食品・飲料”より買っているのは…？～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるピックスをお届けする『Fromプラネット』の第167号として、ネット通販に関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

■ 9割がネット通販を“利用したことがある”

インターネット、さらにはスマホやタブレットの普及で近年、買い物の仕方が大きく変わってきています。通信販売（以下、通販）も、以前は電話やハガキで注文し品物が届くまで数日から1週間程度かかったものですが、今やインターネットの通販サイトで夜に注文すれば翌日に届く、というも珍しいことではなくなりました。ネットがあれば“いつでも、どこでも”買い物ができる現在、どのようにネット通販を利用しているのか、今回は色々と探ってみました。

まず基本的なこととして、ネット通販を利用したことがあるかをきいた結果が図表1です。「利用したことがあり、今後も利用するつもり」の人は実に89.8%にのぼり、「利用したことはないが、今後利用したい」と合わせると9割超に。一方で、利用経験の有無にかかわらず「今後利用しないつもり」の人は約8%と少数派にとどまりました。利用状況には年代による大きな差はみられなかったことから（図表非掲載）、ネット通販は老若男女を問わず広く浸透していることがわかりました。

図表1 「ネット通販を利用したことがありますか」
についての回答

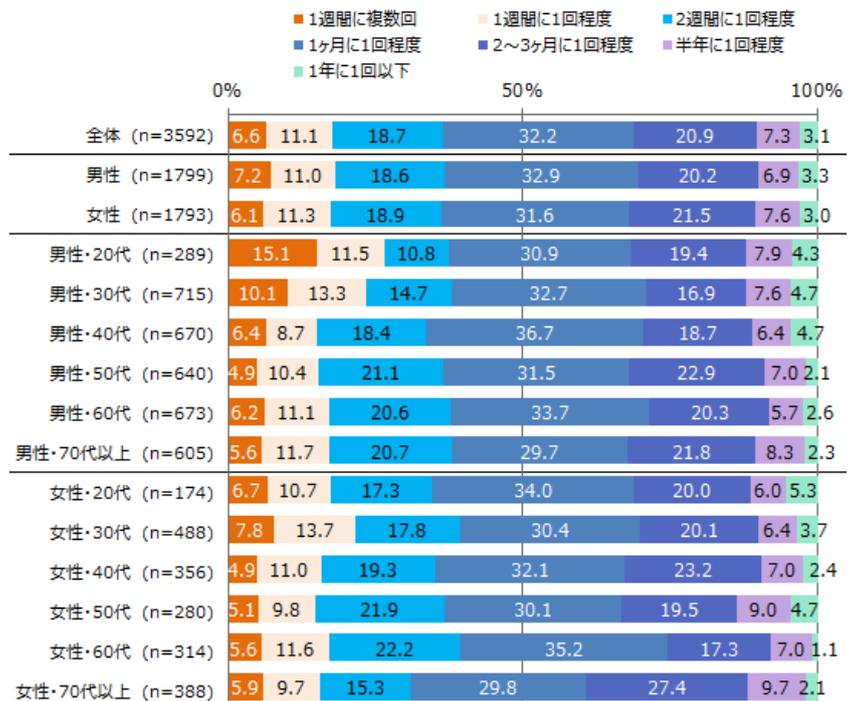


■ “ヘビーユーザー”は意外に？少ない

次にネット通販の利用頻度をたずねたところ（図表2）、「1ヶ月に1回程度」が32.2%と最多、これに20.9%の「2～3ヶ月に1回程度」が続き、双方を合わせて過半数を占めました。一方で、「2週間に1回程度」は18.7%ですが、「1週間に1回程度」11.1%、そして「1週間に複数回」というヘビーユーザーは6.6%にとどまり、意外と利用頻度が少ない印象です。実店舗での買い物の補完としてネット通販を利用し、セールやポイントアップの日を狙って“まとめ買い”、という人が多いのかもしれませんが、また「半年に1回以下」（「半年に1回」+「1年に1回以上」）と限定的な利用にとどまる人は約1割と少数派でした。

性年代別にみると、「1週間に複数回」が男性では20代15.1%・30代10.1%、「週に1回程度」と合わせると約4分の1にのぼり、若年男性で頻回利用者が多くなっています。片や女性は、「週に1回以上」（複数回+1回程度）が20代で全体平均並みにとどまりますが、30代は2割超に向上しています。子育てや仕事で多忙ななか、ネット通販を使って効率的に買い物をしよう、という人が多いのかもしれませんが。

図表2 「どれくらいの頻度でネット通販を利用しますか」
についての回答

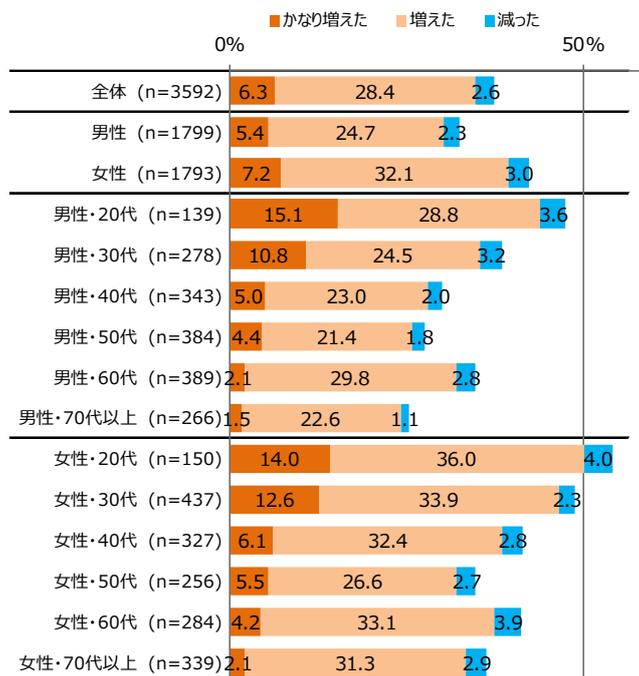


■ 若年層中心にコロナ後に“利用増”

ネット通販はいつでも・どこでも買い物ができることから、新型コロナの流行で外出が制限された際に大いに活用した人も少なくないでしょう。そこで、コロナ前後でネット通販利用に変化があったかを聞いてみました(図表3)。最も多かったのは「変化はない」62.6%(図には非掲示)と、過半数の人はコロナでネット通販利用は左右されなかったようです。“変化があった”人にフォーカスすると、「かなり増えた」6.3%、「増えた」28.4%と、3割以上で“増加”。“置き配”が普及し非接触で荷物を受け取ることにメリットを感じた人も少なくないでしょう。「減った」(「かなり減った」を含む)は2.6%にとどまりました。

性年代別では、男女とも20・30代で「かなり増えた」が1割を超え、特に20代女性では「増えた」との合計は50%にのぼります。在宅時間が増えてネットサーフィン中に「つい、購入してしまった」人が若年層中心に多いのかもしれませんが。また年代が上がるほど「かなり増えた」「増えた」の比率は低下するものの、男女とも60代で再び向上しているのが目を引きます。新型コロナの重症化リスクが高いとされた高齢層では、“外出を控えてネット通販で買い物をしよう”という意識が働いたことの現れでしょうか。

図表3 「コロナ禍でネット通販の利用に変化がありましたか」についての回答(変化があった、性年代別)



■ 男性は“デジモノ”、女性は“ファッション関連品”をネットで買う

次に、ネット通販でどんなものを買っているのかをたずねてみました(図表4)。その結果、「食品・飲料」が68.9%とトップ、以下、「衣料品、衣料雑貨」「家電製品」「本」「日用品」と続きました。実物を見て・触って買い物ができないネットショップで「衣料品、衣料雑貨」が2位というのは少し意外ですね。性別にみると、男性は「家電」「食品・飲料」「パソコン、周辺機器」「本」、女性は「食品・飲料」「衣料品、衣料雑貨」「本」「化粧品」が上位に。男性は“デジモノ”、女性は“ファッションアイテム”をネットで買う傾向がみられました。

性年代別に詳しくみると、男性で上位の「家電製品」と「パソコン、周辺機器」は40代以上で6~7割にのぼるほか、「デジタル機器、カメラ、周辺機器」も同年代で全体に比べてと高値に。型落ち品も入手しやすいネット通販で、高額商品をお得に購入しているようです。女性は「衣料品、衣料雑貨」「化粧品」、さらに「靴」「バッグ」のファッション関連品が30代以上で平均を大きく上回ります。「食品・飲料」「キッチン用品、家庭用品」は高齢女性、「スポーツ・アウトドア用品・用具」、「音楽、映像、ゲームなどソフトウェア」は壮年男性で高値というのも納得できますね。

図表4 「ネット通販で買ったことがあるものは何ですか」への回答(複数回答、性年代別)

	n=	食品・飲料	衣料品、衣料雑貨	家電製品	本	日用品	パソコン、周辺機器	靴	バッグ	デジタル機器、カメラ、周辺機器	キッチン用品、家庭用品	化粧品	音楽、映像、ゲームなどソフトウェア	家具、インテリア用品	スポーツ・アウトドア用品・用具	文房具
全体	3662	68.9	61.5	59.4	57.0	51.9	46.9	45.4	40.0	38.1	37.4	36.8	36.6	36.0	26.6	25.6
性別																
男性	1834	64.0	52.7	64.1	55.7	46.9	61.0	41.1	32.8	49.0	28.6	15.5	40.5	32.6	33.4	25.3
女性	1828	73.9	70.3	54.8	58.3	57.0	32.7	49.8	47.2	27.1	46.3	58.1	32.7	39.4	19.8	25.8
性年代別																
男性・20代	143	45.5	30.1	37.8	43.4	27.3	36.4	18.2	14.7	28.0	11.2	11.9	37.1	17.5	12.6	10.5
男性・30代	290	60.0	45.5	52.1	62.4	41.0	48.3	38.3	30.7	41.7	23.8	17.6	51.0	27.9	26.9	21.4
男性・40代	350	63.1	56.9	66.3	60.0	48.9	60.3	49.7	37.7	49.4	28.9	13.7	47.1	35.7	35.1	26.3
男性・50代	389	67.4	61.4	71.0	59.6	53.0	69.9	47.6	39.8	53.5	33.2	18.5	48.6	36.8	41.4	29.0
男性・60代	390	66.2	57.2	69.7	54.9	47.2	70.5	40.3	34.9	58.2	32.1	14.1	34.1	37.7	37.4	28.2
男性・70代以上	272	71.3	48.2	69.9	45.2	51.8	62.1	36.8	25.4	47.8	31.3	15.1	19.9	27.9	32.0	26.5
女性・20代	157	49.7	53.5	33.1	46.5	43.9	14.6	33.1	35.7	15.9	24.2	44.6	36.9	27.4	10.2	18.5
女性・30代	449	68.4	71.0	47.2	61.9	59.9	26.1	53.9	50.6	30.7	45.0	58.1	43.2	41.2	16.7	27.8
女性・40代	331	71.6	77.9	56.5	61.0	57.7	34.7	59.5	56.2	30.2	43.5	58.3	38.4	44.1	22.7	29.3
女性・50代	258	75.6	74.8	61.2	68.6	60.5	37.6	54.7	53.5	29.1	46.1	61.2	38.8	41.1	20.9	29.8
女性・60代	286	83.6	68.5	62.9	57.7	59.8	37.8	46.9	46.2	27.6	57.0	59.1	29.0	45.5	24.8	28.3
女性・70代以上	347	84.7	67.7	61.4	49.0	53.6	39.8	41.8	35.4	22.5	51.9	60.8	10.4	32.0	20.5	18.2

全体より、■ +10ポイント以上 ■ +5ポイント以上 ■ -5ポイント以上 ■ -10ポイント以上

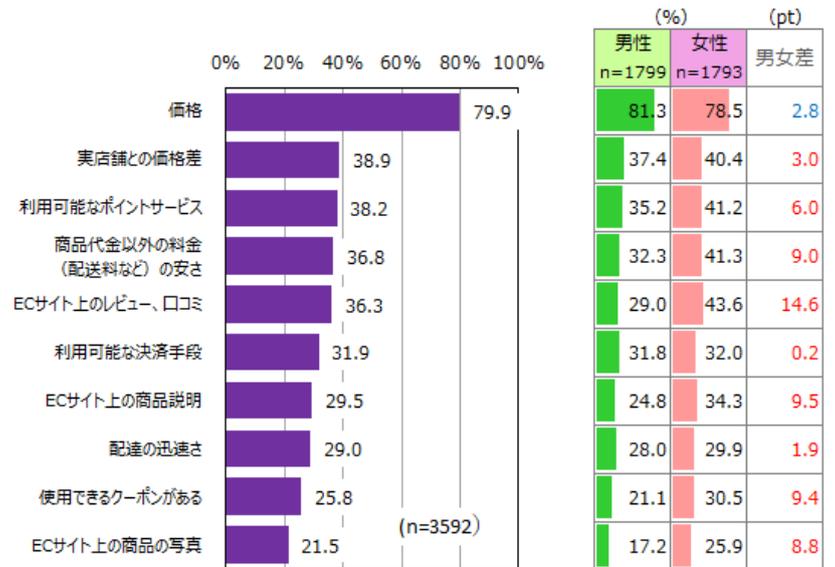
■ ネット通販は“価格”重視、女性は情報収集を怠らない？

“商品を手にとって見て…”ができないのが、ネット通販のネックと言えます。そうしたなか、買い物の判断を下す際に何を重視しているのをたずねた結果が図表5です。79.9%と断トツなのが「価格」。以下、「実店舗との価格差」38.9%、「利用可能なポイントサービス」38.2%、「商品代金以外の料金(送料など)の安さ」36.8%と続き、商品本体やそれ以外の料金、ポイントサービスなどを勘案しながら、お得に買い物しようとしている様子がうかがわれます。

一方でネット通販は、価格や類似商品を比較しながらじっくり検討できるメリットもあります。これを反映してか、「ECサイト上のレビュー、口コミ」36.3%のほか、「同、商品説明」29.5%、「同、商品の写真」21.5%と、ECサイト上の情報を参考に買い物をしている人が一定数いるようです。一方で、同じネット上の情報でも「ECサイト外(メーカーサイトなど)の商品説明」や「同、写真」は1割前後、「新聞・雑誌などの紙媒体の情報」は3%にとどまり、手近なところで情報収集していることがうかがわれます。

性別では、男女とも最重視しているのは「価格」ですが、女性では「ECサイト上のレビュー、口コミ」が2位となり男性より14.6ポイントも上回りました。「価格」以外の項目で男性より女性が上回ることから、「女性は情報収集をしたうえで慎重にネットでの買い物をしている」と言えそうです。

図表5 「ネット通販で買い物をする際に何を重視しますか」への回答(複数回答、上位10項目、男女別)



男女差青字・・・男性の方が数値が高い
男女差赤字・・・女性の方が数値が高い

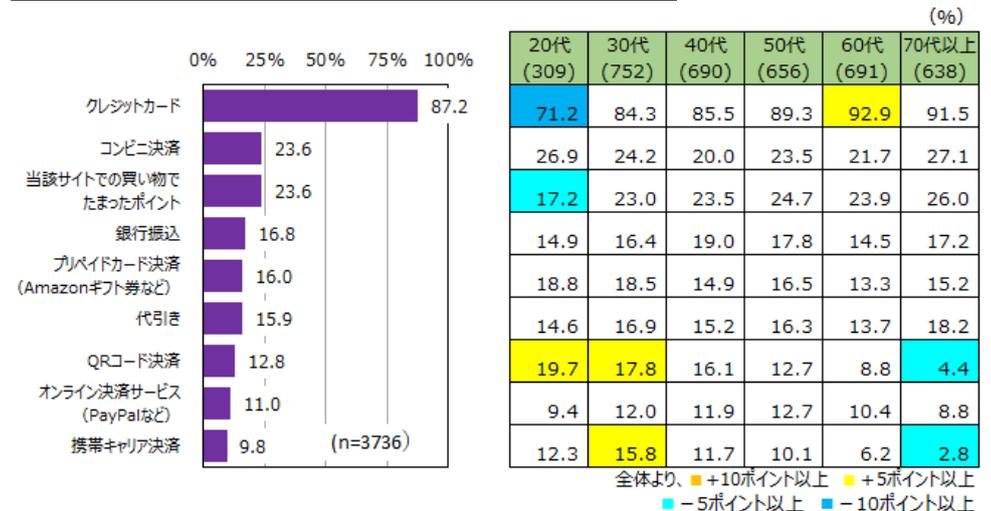
■ 決済は“クレジットカード”が主流、“コンビニ決済”も各年代が利用

前項の図表5で、3割強の人がネット通販を利用する際に「利用可能な決済手段」を重視していましたが、多様な決済手段のなかで何を使っているのかも聞いてみました(図表6)。87.2%と断トツだったのが「クレジットカード」。一度サイトに登録すれば、次回から同じカードで決済できるサイトも多く、手軽さが背景にありそうです。年代別では、20代が71.2%と全体より16ポイント低位にあるものの、年代が上がるほどに上昇し、60代以上では9割超の人が利用していました。とはいえ、“カード情報を入力するのは、セキュリティの観点から抵抗がある…”という人も少なくないでしょう。こうした人も含めて23.6%と2番目に多かったのが「コンビニ決済」。今や“生活インフラ”とも言えるコンビニは、自宅や職場周辺に1軒はあるでしょう。こうした利便性もあってか、年代を問わず幅広く支持を集めました。同率2位の「当該サイトでの買い物でたままったポイント」も“ポイ活”という言葉があるように、クレジットカードや日常の買い物でためたポイントも使ってお得に買い物をする人が少なくないようです。スタンダードな「銀行振込」は壮年層、「代引き」も高年層でそれぞれ多い傾向がみられます。

スマホによる「QRコード決済」と「携帯キャリア決済」はともに若年層で高く、特に前者は20代で3位に。一方で高齢層ではそれぞれ4.4%・2.8%と振るわず、普及はいまひとつのようです。

スタンダードな「銀行振込」は壮年層、「代引き」も高年層でそれぞれ多い傾向がみられます。

図表6 「ネット通販で以下の決済手段のうち、どれを利用したことがありますか/利用したいと思えますか」への回答(複数回答、年代別)



全体より、■ +10ポイント以上 ■ +5ポイント以上
■ -5ポイント以上 ■ -10ポイント以上

■ 失敗やトラブルはあっても、利便性は魅力

最後に、ネット通販の利用方法やこだわり、失敗談などを自由に書いてもらいました。ポイント倍増の日や定期的なセールを狙って上手に買い物をしている、との回答が多数。また、買い過ぎを防ぐために一旦カートに入れて一晩置く、実店舗や複数の通販サイトで入念に比較をする、などは多くの人実践しているようです。一方、個人情報悪用された、不良品を送られた、はたまた商品が送られてこなかった、などのトラブルに見舞われた体験談も…。こんな経験をすると利用に慎重になってしまいそうですが、やはり幅広い選択肢から商品を選び、自宅まで配達してもらえる利便性はネット通販の大きな魅力。セキュリティに気を付けつつ、便利に・お得に活用したいものです。

《 ネット通販の活用法、失敗・トラブルなど 》

【便利に使っています】

- なかなか実店舗では扱いがなかったり、あっても品揃えが少ない時も、ネットなら見つけやすいのがいい。(男性・40代)
- 基本買い物に時間を費やすのが嫌なので、好きな時間に好きなだけ比較検討ができるネット通販は自分に合っている。元々、定期的にカタログ通販もしていたので、あまり抵抗なく移行できた。(女性・60代)
- 書籍は実店舗で探すのが大変な事が多い。ネットで買うと探す手間と時間が省けるので、特に便利に利用している。(男性・60代)

【ネット通販活用法、あれこれ】

- 基本的に“ポイ活”で貯めたポイントやギフト券で、実質無料で買う。(女性・30代)
- 洗剤などの消耗品はセールの際にクーポンなどを使ってまとめ買いする。家電などは実店舗で実物を見て、サイズや機能などを確認してから店舗より安く買えるサイトを調べてから買う。商品の最安価格がわかるブラウザのアドオンを入れている。(男性・40代)
- 基本的に口コミを見るときはネガティブな話を見るようにしている。良いことばかりは信用できないし、サクラの場合もあるから。デメリットも知りたい。(女性・30代)
- 不正使用を防ぐため、支払いはQR決済かデビットカードで、必要な分だけ入金して支払うようにしています。面倒ですが、安心感があります。(男性・50代)
- 夜に通販サイトを見ているといろいろ欲しくなってしまうので、一旦買い物かごに入れたらその日には決済せず、翌朝もう一度確認してから決済するようにしている。(男性・40代)

【ネット通販 失敗談】

- タイムセールやポイント増量キャンペーンなどで沢山食料品を購入してしまい、冷蔵庫に入りきらなかったことがあります。(女性・30代)
- 「楽天経済圏」が話題になっていたので、楽天市場で安く買おうと思って利用していたが、ポイントを多くもらうためにサービスをたくさん利用し、クーポンを探してエントリーし、買う日も考え、安い店を選ばなくてはならず、結局手間がかかり疲れてしまった。(男性・40代)
- オンラインで服を購入したら、イメージと全く異なる色合い、素材のものが届いた。返品も受け付けてもらえず失敗だった。以来、無難な色・素材のみ選ぶようにしている。(女性・40代)
- サイトが多すぎてパスワードを忘れる。(女性・20代)
- 「一定の金額以上を買うと送料が無料」という言葉に弱く、ほとんどの場合あまり使わないものまで買ってしまい、得したのかわからないことが多い。(女性・60代)

【トラブルの経験も…】

- カード決済しか利用出来ない詐欺サイトで購入してしまい、商品も届かなかったし身に覚えのない高額な買い物をされて、慌ててカードを止めたり再発行の手続きをしなければならなかった。(女性・20代)
- 瓶入りのお酒を注文することが多いが、破損により手元に届かないことが2回あった。補償範囲内で後日届けてもらったが、連絡や手続きなどがとても面倒だった。(男性・60代)

《 「ネット通販」に関する意識調査 質問一覧 》

- Q1.あなたはネット通販を利用したことがありますか。(お答えは1つ)
※Amazon、楽天市場、Yahooショッピングなど。メルカリなどのオークション・フリマサービスを除く
- Q2.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」「利用したことはあるが、今後は利用しないつもり」「利用したことはないが、今後利用したい」と回答した方にお伺いします。買ったことがあるもの/買いたいと思うものをお答えください。(お答えはそれぞれいくつでも)
- Q3.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」と回答した方にお伺いします。あなたはどれくらいの頻度でネット通販を利用しますか。(お答えは1つ)
- Q4.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」と回答した方にお伺いします。あなたはネット通販で定期購入している商品はありますか。(お答えはいくつでも)
- Q5.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」と回答した方にお伺いします。あなたはコロナ前後でネット通販の利用に変化がありましたか。(お答えは1つ)
- Q6.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」と回答した方にお伺いします。あなたはネット通販で買い物をする際に何を重視しますか。(お答えはいくつでも)
- Q7.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」と回答した方にお伺いします。あなたが今まででネット通販で購入した商品の1点当たりの単価で最低・最高額はそれぞれいくらですか。送料・決済手数料は除いてお答えください。(お答えはそれぞれ1つ)
- Q8.ネット通販を「利用したことがあります、今後も利用するつもり」「利用したことはあるが、今後は利用しないつもり」「利用したことはないが、今後利用したい」と回答した方にお伺いします。あなたはネット通販で以下の決済手段のうちどれを利用したことがありますか。または今後利用したいと思いますか。(お答えはいくつでも)
- Q9.ネット通販を「利用したことはあるが、今後は利用しないつもり」「利用したことがなく、今後も利用しないつもり」と回答した方にお伺いします。あなたがネット通販を利用しない/利用するのをやめた理由は何ですか。(お答えはいくつでも)
- Q10. ネット通販について、あなたの利用方法、こだわり、失敗談やネット通販に対するイメージなどについて、自由にお書きください。(自由回答)

調査機関:株式会社プラネットによる調査企画のもとに、株式会社ネオマーケティングにて「ネット通販」に関する意識調査を実施。

期間:2021年9月16日～9月22日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html (バックナンバーもご覧になれます)

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、角田)

E-mail: koho-pr@planet-van.co.jp