

## 令和2(2020)年度 金沢商工会議所 消費動向モニタリング調査(基礎調査) 結果概要

- 調査要点 COVID-19(新型コロナウイルス感染症/以下、新型コロナ)の感染拡大以前と比較したECでの購買行動やサブスクリプションの利用状況等を調査。
- 調査実施期間 令和3年3月時点
- 調査対象 当所議員・評議員企業に勤務する従業員115名
- 回答数 97名(男性:50名、女性:47名)
- 回答率 84.4%

※集計結果は四捨五入し、表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

### ●回答年齢層

年齢層	人数	%
20代	7	7.2%
30代	17	17.5%
40代	28	28.9%
50代	33	34.0%
60代以上	12	12.4%
合計	97	100%

### ■主な調査結果の概要

- ECでの購買経験を尋ねたところ、「ある」(91.8%)との回答が9割を超えた。  
また、新型コロナの感染拡大前と比較すると、ECでの購買頻度・購買金額はいずれも「増加した」(頻度55.1%/金額56.2%)が最も多く選択されており、5割を超える結果となった。
- 購買頻度が「増加した」理由としては、「自宅まで商品を届けてくれるのがよい(時間の節約になるため)」および「ECであれば、時間を気にせず購入できるため(実店舗の営業時間にとらわれないため)」が同率(75.5%)で最も多く選択された。  
なお、「外出して新型コロナに感染するのが怖いため」(42.9%)との回答も4割を超えており、「食料品以外での買い物をなるべく減らすため」(男性/50代)との意見も見られた。
- 購買金額が「増加した」商品は、「衣類、服飾雑貨」(54.0%)、「食料品」(40.0%)、「生活家電」・「書籍、映像、音楽、ゲーム」(いずれも36.0%)の順に多く選択された。  
一方、ECではなく実店舗で購入したい商品としても「食料品」(74.2%)、「衣類、服飾雑貨」(56.7%)は多く選択されており、この2項目は実店舗の利用希望が根強い中でも新型コロナ禍からECでの購買が進んでいることがわかった。  
ただし、実店舗にて購入したい商品として「すべて」(女性/40代)との意見が挙げられるなど、購入商品に依らずECよりも実店舗を重視する消費者も一定数、見られた。
- サブスクリプションを利用している(52.6%)との回答は5割を超えており、そのジャンルとして「動画配信」(82.0%)、「音楽配信」(40.0%)、「電子書籍(雑誌等)」(18.0%)の順に多く選択された。  
年間利用料は「5千円未満」(41.2%)、「5千円以上、1万円未満」(33.3%)、「1万円以上」(25.5%)の順に選択されたが、利用しているジャンルとして1つの項目(「動画配信」、「音楽配信」、「飲食系」)のみを選択した上で、年間の利用料が「1万円以上」と回答した方も複数名、見られた。

◆EC:電子商取引。インターネット上でモノやサービスを売買すること。

■質問1:今まで、ECでの購買経験はありますか。

□全体

項目	回答数	%
① ある	89	91.8%
② ない	8	8.2%
合計	97	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	44	45
②	6	2
合計	50	47

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	7	17	27	28	10
②	0	0	1	5	2
合計	7	17	28	33	12

■質問2:問1で「ある」と回答した方に伺います。新型コロナの感染拡大前と比較し、ECでの購買頻度・金額は変化しましたか。

□購買頻度:全体

項目	回答数	%
① 増加した	49	55.1%
② 減少した	1	1.1%
③ 変化なし	39	43.8%
合計	89	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	21	28
②	1	0
③	22	17
合計	44	45

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	3	8	17	13	8
②	0	0	0	1	0
③	4	9	10	14	2
合計	7	17	27	28	10

□購買金額:全体

項目	回答数	%
① 増加した	50	56.2%
② 減少した	0	0.0%
③ 変化なし	39	43.8%
合計	89	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	23	27
②	0	0
③	21	18
合計	44	45

□年代別(回答数)

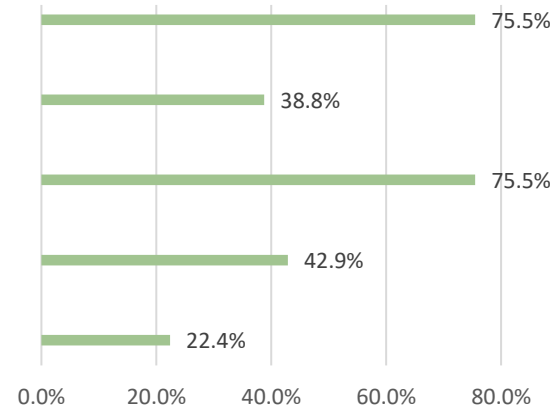
	20代	30代	40代	50代	60~
①	1	8	18	14	9
②	0	0	0	0	0
③	6	9	9	14	1
合計	7	17	27	28	10

- 新型コロナの感染拡大前と比較した購買頻度・購買金額の変化を尋ねたところ、いずれも「増加した」(購買頻度55.1%/購買金額56.2%)が最も多く選択された。
- 購買頻度・購買金額いずれもで、男性は「増加した」と「変化なし」がそれぞれ半数程度であったのに対し、女性は6割程度が「増加した」を選択している。

■質問3:問2で購買頻度が「増加した」と回答した方に伺います。増加した理由は何ですか。 \* 複数回答可

□全体

	項目	回答数	%
①	自宅まで商品を届けてくれるのがよい (時間の節約になるため)	37	75.5%
②	大きなもの、重いものを自宅まで配送してもらえるのが 便利であるため	19	38.8%
③	ECであれば、時間を気にせず購入できるため (実店舗の営業時間にとらわれないため)	37	75.5%
④	外出して新型コロナに感染するのが怖いため	21	42.9%
⑤	その他	11	22.4%
回答者数		49	—



□性別(回答数)

	男性	女性
①	16	21
②	7	12
③	15	22
④	9	12
⑤	4	7
回答者	21	28

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	2	5	13	10	7
②	0	5	6	6	2
③	2	6	13	9	7
④	1	3	8	3	6
⑤	1	1	6	2	1
回答者	3	8	17	13	8

※その他

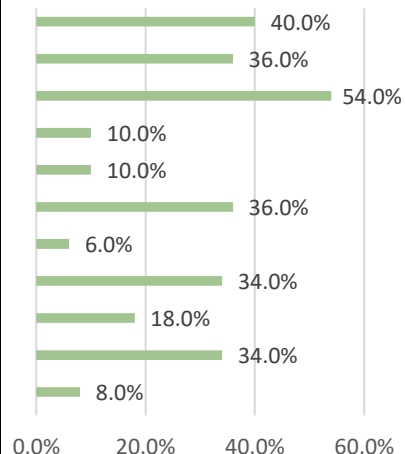
- 「安い」(男性/40代)
- 「家でゆっくりネットを見る時間が出来たため」(女性/40代)
- 「こだわりの食材(鮮魚)を購入」(男性/40代)
- 「金額を計画しながら購入できる」(女性/60代以上)
- 「EC上で多種のものを探ることができる」(女性/40代) 等

- 購買頻度が増加した理由を尋ねたところ、「自宅まで商品を届けてくれるのがよい(時間の節約になるため)」および「ECであれば、時間を気にせず購入できるため(実店舗の営業時間にとらわれないため)」が同率(75.5%)で最も多く選択された。
- なお、「外出して新型コロナに感染するのが怖いため」(42.9%)との回答も4割を超えており、特に60代以上は75%が選択した。
- また、その他として「食料品以外での買い物をなるべく減らすため」(男性/50代)との記述も見られた。

■質問4:問2で購買金額が「増加した」と回答した方に伺います。増加したのはどの商品ですか。 \*複数回答可

□全体

項目		回答数	%
①	食料品	20	40.0%
②	生活家電	18	36.0%
③	衣類、服飾雑貨	27	54.0%
④	家具、インテリア	5	10.0%
⑤	事務用品、文房具	5	10.0%
⑥	書籍、映像、音楽、ゲーム	18	36.0%
⑦	在宅ワーク用の機器(パソコン周辺機器等)	3	6.0%
⑧	日用品、生活雑貨(ティッシュペーパー、シャンプー、傘、タオル等)	17	34.0%
⑨	化粧品、常備薬(化粧水、かぜ薬等:新型コロナの流行に関わらず使用しているもの)	9	18.0%
⑩	新型コロナ関連の衛生用品(マスク、消毒液等:感染症の予防・対策を目的としたもの)	17	34.0%
⑪	その他	4	8.0%
回答者数		50	—



□性別(回答数)

	男性	女性
①	7	13
②	12	6
③	9	18
④	2	3
⑤	4	1
⑥	10	8
⑦	3	0
⑧	6	11
⑨	1	8
⑩	6	11
⑪	2	2
回答者	23	27

□年代別(回答数)

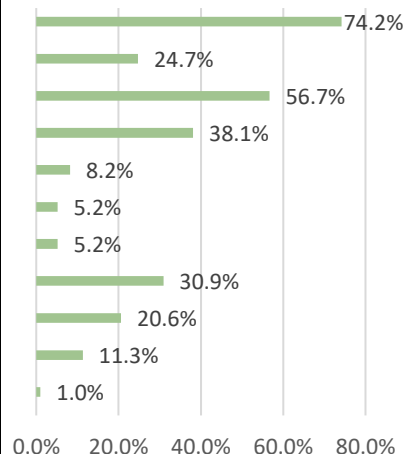
	20代	30代	40代	50代	60~
①	0	4	9	5	2
②	0	4	3	6	5
③	0	7	9	7	4
④	0	0	2	1	2
⑤	0	0	1	1	3
⑥	1	3	6	5	3
⑦	0	0	1	2	0
⑧	0	3	9	2	3
⑨	0	2	6	0	1
⑩	0	2	7	4	4
⑪	0	1	1	1	1
回答者	1	8	18	14	9

- 購買金額が増加した商品を尋ねたところ、「衣類、服飾雑貨」(54.0%)、「食料品」(40.0%)、「生活家電」・「書籍、映像、音楽、ゲーム」(同率36.0%)の順に多く選択された。
- 男女別に見ると、男性では「生活家電」、「書籍、映像、音楽、ゲーム」、「衣類、服飾雑貨」の順に、女性では「衣類、服飾雑貨」、「食料品」、「日用品、生活雑貨」・「新型コロナ関連の衛生用品」の順に、それぞれ多く選択されている。
- その他では、「自家用車用品」(女性/30代)、「贈り物」(男性/50代)、「ゴルフ用品」(男性/60代以上)等の意見が見られた。

■質問5:改めて、全ての方に伺います。ECではなく実店舗を利用したい(実店舗で購入したい)商品はどれですか。 \*複数回答可

□全体

	項目	回答数	%
①	食料品	72	74.2%
②	生活家電	24	24.7%
③	衣類、服飾雑貨	55	56.7%
④	家具、インテリア	37	38.1%
⑤	事務用品、文房具	8	8.2%
⑥	書籍、映像、音楽、ゲーム	5	5.2%
⑦	在宅ワーク用の機器(パソコン周辺機器等)	5	5.2%
⑧	日用品、生活雑貨(ティッシュペーパー、シャンプー、傘、タオル等)	30	30.9%
⑨	化粧品、常備薬(化粧水、かぜ薬等:新型コロナの流行に関わらず使用しているもの)	20	20.6%
⑩	新型コロナ関連の衛生用品(マスク、消毒液等:感染症の予防・対策を目的としたもの)	11	11.3%
⑪	その他	1	1.0%
回答者数		97	—



□性別(回答数)

	男性	女性
①	36	36
②	11	13
③	31	24
④	14	23
⑤	2	6
⑥	2	3
⑦	2	3
⑧	14	16
⑨	9	11
⑩	6	5
⑪	0	1
回答者	50	47

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	5	11	19	28	9
②	1	4	7	7	5
③	5	7	19	17	7
④	5	5	11	11	5
⑤	1	4	1	1	1
⑥	0	1	1	2	1
⑦	0	1	0	1	3
⑧	2	5	8	9	6
⑨	2	2	3	8	5
⑩	0	2	2	4	3
⑪	0	0	1	0	0
回答者	7	17	28	33	12

- ECではなく実店舗を利用したい(ECではなく実店舗で購入したい)商品を尋ねたところ、7割以上が「食料品」(74.2%)を、5割以上が「衣類、服飾雑貨」(56.7%)を選択した。
- 一方、「衣類、服飾雑貨」、「食料品」はECでの購買金額が増加した上位2商品でもあるため、これら商品は実店舗にて購入したいと考える消費者が多い中でも、コロナ禍からECでの購買が進んでいるという実態が浮き彫りとなった。
- しかしながら、その他として「すべての商品」(女性/40代)との意見があったほか、いくつかの項目(「事務用品、文房具」や「書籍、映像、音楽、ゲーム」、「在宅ワーク用の機器」等)を除いた多くの商品を選択した方(ほとんどの商品をECではなく実店舗にて購入したいと考える方)も複数名みられた。

◆サブスク(サブスクリプションモデル): 製品やサービスを一定期間毎に一定の金額で提供するビジネスモデルのこと。

■質問6: サブスクを利用していますか。

□全体

項目	回答数	%
① はい	51	52.6%
② いいえ	46	47.4%
合計	97	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	27	24
②	23	23
合計	50	47

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	6	8	16	17	4
②	1	9	12	16	8
合計	7	17	28	33	12

■質問7: 問6で「はい」と回答した方に伺います。どのようなジャンルのサブスクを利用していますか。 \* 複数選択可

□全体

項目	回答数	%
① 動画配信	41	82.0%
② 音楽配信	20	40.0%
③ 電子書籍(雑誌等)	9	18.0%
④ 教育系	0	0.0%
⑤ 飲食系	3	6.0%
⑥ ビジネス系	2	4.0%
⑦ その他	2	4.0%
回答者数	50	—

□性別(回答数)

	男性	女性
①	25	16
②	10	10
③	4	5
④	0	0
⑤	0	3
⑥	1	1
⑦	0	2
回答者	27	23

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	6	8	12	12	3
②	3	3	8	6	0
③	1	2	2	3	1
④	0	0	0	0	0
⑤	0	0	0	3	0
⑥	0	1	0	0	1
⑦	0	0	0	1	1
回答者	6	8	16	17	3

- 利用しているサブスクのジャンルを尋ねたところ、「動画配信」(82.0%)、「音楽配信」(40.0%)、「電子書籍(雑誌等)」(18.0%)の順に多く選択された。
- その他として、「ペット用品」(女性/50代)、「化粧品」(女性/60代以上)との意見が見られた。

■質問8:問6で「はい」と回答した方に伺います。サブスクの年間利用料はどの程度ですか。

□全体

	項目	回答数	%
①	5千円未満	21	41.2%
②	5千円以上、1万円未満	17	33.3%
③	1万円以上	13	25.5%
	合計	51	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	8	13
②	10	7
③	9	4
合計	27	24

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~
①	3	3	9	5	1
②	3	1	4	6	3
③	0	4	3	6	0
合計	6	8	16	17	4

- サブスクの年間利用料は、「5千円未満」(41.2%)、「5千円以上、1万円未満」(33.3%)、「1万円以上」(25.5%)の順に多く選択された。
- 男女別に見ると、女性全体の半数以上が「5千円未満」を選択しているのに対し、男性ではいずれの項目もほぼ同数程度が選択されており、「1万円以上」との回答が3割を超えている。
- なお、問7で利用しているサブスクのジャンルとして1つの項目(「動画配信」、「音楽配信」、「飲食系」)のみを選択した上で、年間の利用料が「1万円以上」と回答した方も複数名みられた。