

平成 29 年度消費動向モニタリング調査(基礎調査) 結果の概要

金沢商工会議所

- 調査の目的 小規模事業者の経営計画策定や新商品開発、販売促進を支援するため、消費者の具体的な消費行動、ニーズ、商品・サービスへの要望等の把握・提供を行うことを目的に調査を実施した。
- 調査実施時期 平成 29 年 12 月時点
- 調査対象 当所議員企業に勤務する従業員 120 名
- 調査方法 郵送による
- 回答数 90 名
- 回答率 75%

※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。

| | 男性 | | 女性 | | 総計 | |
|------|----|--------|----|--------|----|--------|
| | 実数 | % | 実数 | % | 実数 | % |
| 20 代 | 6 | 14.0% | 5 | 10.6% | 11 | 12.2% |
| 30 代 | 2 | 4.7% | 15 | 31.9% | 17 | 18.9% |
| 40 代 | 18 | 41.9% | 14 | 29.8% | 32 | 35.6% |
| 50 代 | 11 | 25.6% | 11 | 23.4% | 22 | 24.4% |
| 60 代 | 5 | 11.6% | 0 | 0.0% | 5 | 5.6% |
| 70 代 | 0 | 0.0% | 1 | 2.1% | 1 | 1.1% |
| 不明 | 1 | 2.3% | 1 | 2.1% | 2 | 2.2% |
| 総計 | 43 | 100.0% | 47 | 100.0% | 90 | 100.0% |

■調査結果の概要

1. 5 割超が「食べること」にお金をかけているが、今後は「老後の準備」に約 6 割。「通信(電話・インターネット)」は節約していく
2. 8 割超が「自分のこだわりがあれば多少価格が高くても購入」
3. 9 割超が「品質の良さ(耐久性)」や「機能性の高さ」を重視
4. 7 割超が「食べ物・飲み物」にこだわりを持つ
5. 9 割超が「インターネットサイト」で商品知識や情報を収集
6. 11 品目全てで「店舗で購入」が 1 位。台頭する「インターネット販売」
7. 7 割超がインターネット販売を「営業時間を気にせず買い物できる」と評価
8. 決済手段は「現金」と「クレジットカード」が主流

■ 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%で半数を超える回答となった。「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%で一番回答が多く、次いで「貯金」が 51.1%と将来の生活への備えを重視している。以下、「旅行」が 47.8%、「習い事・教室・資格・自己啓発」が 31.1%、「教育(子供の教育)」が 30.0%と**“モノ”ではなく、“コト”にお金をかけたいと回答している。**

(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%で一番回答が多かった。「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 4 項目は、“今、お金をかけているもの”として回答率が高い消費項目であったが、「通信(電話・インターネット)」は 15.6%であり、それほどお金をかけていない場合であっても、今後、節約したいと考える人が多い消費項目であると言える。

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した。「どちらともいえない」が 15.3%であったが、価格の程度や商品・サービスの内容、こだわりの程度などによって、ケース・バイ・ケースの考え方であると思われる。

3. 商品・サービスの何にこだわりを持っているか

項目ごとで「重視する」との回答では、「品質の良さ」が 61.8%で一番回答が多く、「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」との回答では、「ブランド・ネームバリュー(知名度)」が 46.0%で一番回答が多く、「アフターサービスの良さ」が 42.5%、「デザインの良さ」が 40.9%と続いた。

「重視する」と「やや重視する」の回答の合計では、「品質の良さ(耐久性)」が 93.3%で一番回答が多く、「機能性の高さ」が 93.2%、「デザインの良さ」が 85.2%と続いた。

以上から、消費者は商品そのものの機能的な特徴を重視する傾向がわかる。

一方、「重視しない」との回答では、「商品がはやっていること」が 15.9%で一番回答が多く、「限定品」が 13.8%、「商品の稀少性」が 10.5%と続いた。

「あまり重視しない」との回答では、「限定品」が 31.0%で一番回答が多く、「商品がはやっていること」が 30.5%、「新商品」が 28.4%と続いた。

「重視しない」と「あまり重視しない」の回答の合計では、「商品がはやっていること」が 46.4%で一番回答が多く、「限定品」が 44.8%、「新商品」が 37.5%と続いた。これらの用語は小売業が販売促進を行う際にキーワードとしてよく使われるが、必ずしも訴求効果を期待出来る用語とは言いがたいのかもしれない。

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」の回答の合計では、「食べ物・飲み物」が 72.2%で一番回答が多く、「電化製品(家電・AV)」が 63.4%、「外食」が 61.6%と続いた。

一方、「あまりこだわらない」と「こだわらない」の回答の合計では、「娯楽品(カメラ・ゲーム等)」が 56.1%で一番回答が多く、「嗜好品(タバコ・お酒等)」が 46.0%、「日用雑貨(キッチン・トイレ等)」が 45.5%と続いた。

5. 商品・サービスの情報収集手段は何か

「よく利用する」は、「インターネットサイト」が 54.4%で一番多い回答であり、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」の回答の合計では、「インターネットサイト」が **91.1%と一番回答が多く**、「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%と一番回答が多く、次いで「SNS(twitter)」が 31.5%であり、この 2 項目が抜きん出た結果となった。

「あまり利用しない」と「ほとんど利用しない」の回答の合計では、「公共交通機関・公共施設の掲示物やアナウンス」が 73.3%と一番回答が多く、「SNS(twitter)」が 58.5%、「テレビ・ラジオ番組」が 50.6%と続いた。

6. どこで買うのか

11 の商品すべてで「店舗」が一番多い回答となった。概ね 8 ～ 9 割の人が「店舗」を挙げている商品が多いが、「乗り物(車・バイク等)」は 71.7%であった。

また、どの商品にも「カタログ販売」、「インターネット販売」を挙げる人がいたが、特に「インターネット販売」は、「衣類(ファッション)」が 48.8%、「電化製品(家電・AV 等)」が 37.0%、「娯楽(カメラ・ゲーム等)」が 35.8%と高く、その他の多くの商品も概ね 2～3 割の人が挙げている。

商品によって多少バラつきはあるものの、多い商品で 5 割、それ以外でも 2～4 割程度の回答がある商品が多いことから、「インターネット販売」が、現時点において実店舗の有力なライバルとなっている実態が見られるとともに、今後の動向が注目される。

「電話勧誘による販売」はこの調査では利用例がなかった。

7. なぜインターネット通販を利用するのか

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

「その他」の理由としては、「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わかる」などの意見があった。

8. どのような決済手段を利用しているか

「よく利用する」との回答では「現金」が 65.2%で一番回答が多く、次いで「クレジットカード」が 34.4%であった。

「よく利用する」と「たまに利用する」の回答の合計では、「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 割超の回答となった。

一方、「デビットカード」が 11.4%、「分割払い」が 11.8%と他の決済手段と比べて利用頻度が低かった。

「あまり利用しない」との回答では、「デビットカード」が 59.1%と一番回答が多かった。