

博報堂生活総合研究所 「消費1万人調査」調査結果

第二弾「サービス利用実態・意向」編

「ネットスーパー」の利用意向、全年代で3割超え

 10～20代で「音楽や動画などのサブスクリプション」利用意向が4割弱
 10代で「フリマアプリ」利用意向が過半数

博報堂生活総合研究所はこのたび、「消費1万人調査」を行いました。この調査では、個人間取引や中古品売買の増加、所有せずに定額で利用するサービスの登場など、消費環境が大きく変化するなかで、生活者の買い物・消費に関する価値観や行動がどう変わったのか、全国の15～69歳の男女1万人に対して聴取しました。(調査概要はp.4参照)

今回の発表は、第二弾「サービス利用実態・意向」編です(第一弾「平成の消費観・消費行動に影響を与えたもの」編-2019年6月25日既報-)。近年登場した消費・買い物周りのサービスについて、「現在利用している」「今後利用したい」と回答した人の割合をお伝えいたします。

なお、本調査は博報堂生活総合研究所で進めている消費に関する研究の一環です。本調査を含む各種研究の成果については、サマーセミナー2019「消費対流～『決めない』という新・合理～」として、研究発表イベントやレポートなどで発表してまいります。

調査結果のポイント

全体の特徴 「ネットスーパー」は全年代で利用意向が3割超え。現在の利用率を大きく上回る

- 「ネットスーパー」の利用実態(利用率)は11.4%にとどまるものの、今後の利用意向では調査対象の10～60代すべての年代で3割台となっており、利用の広がりが予想されます。
- 利用意向と利用率の差をみると、「ネットスーパー(21.6ポイント)」に次いで「インターネット上の家計簿サービスやアプリ」が15.4ポイント、「フリマアプリ(出品・販売)」が14.3ポイントと伸びが大きくなっています。

年代別の特徴 10～20代で「音楽や動画などのサブスクリプション」利用意向が4割弱
10代で「フリマアプリ」利用意向が過半数

- 「フリマアプリ(購入)(出品・販売)」や「インターネット上の家計簿サービスやアプリ」、「音楽や動画などのサブスクリプションサービス」、「スマホゲームへの課金」などの新しいサービスは、若い人ほど利用率・利用意向ともに高い傾向となりました。
- 「フリマアプリ(購入)(出品・販売)」は、10～30代で利用率が約3～4割となり、利用意向では4割を上回りました。特に10代では、購入の利用意向が58.6%、出品・販売の利用意向が55.9%と、それぞれ過半数に上っています。
- 「音楽や動画などのサブスクリプションサービス」は、10～20代では2割以上が「現在利用している」と回答しており、利用意向でも4割弱と高くなっています。今後10～20代を中心に、利用が広がりそうです。

男女別の特徴 男性は「ネットオークション」、女性は「フリマアプリ」の利用率・利用意向が高い

- 男性では、「インターネットオークション(購入)」の利用率・利用意向が女性より約14ポイント高くなりました。また「インターネットオークション(販売)」も同様に、利用意向が女性よりも高くなっています。
- 一方女性では、「フリマアプリ(購入)」の利用率が男性より6.4ポイント高い25.4%、利用意向も5.1ポイント高い35.3%となっています。また「フリマアプリ(出品・販売)」は利用率が21.7%、利用意向が35.8%と男性よりそれぞれ約7ポイント高くなっており、男女で傾向の違いがみられます。

サービス利用実態・利用意向 < 全体・年代別 >

- ・「ネットスーパー」の現在の利用率は11.4%にとどまるものの、今後の利用意向では調査対象の10～60代すべての年代で3割台となっており、利用の広がりが予想されます。
- ・「フリマアプリ(購入)(出品・販売)」や「インターネット上の家計簿サービスやアプリ」、「音楽や動画などのサブスクリプションサービス」、「スマホゲームへの課金」などの新しいサービスは、若い人ほど利用率・利用意向ともに高い傾向となりました。
- ・「フリマアプリ(購入)(出品・販売)」は、10～30代で利用率が約3～4割となり、利用意向では4割を上回りました。特に10代では、購入の利用意向が58.6%、出品・販売の利用意向が55.9%と、それぞれ過半数に上っています。
- ・「音楽や動画などのサブスクリプションサービス」は、10～20代では2割以上が「現在利用している」と回答しており、利用意向でも4割弱と高くなっています。今後10～20代を中心に、利用が広がりそうです。

【現在の利用実態(利用率)】

【今後の利用意向】

【利用意向と利用実態の差】 (利用意向-利用実態)

(%)

(%) (pt)

	【現在の利用実態(利用率)】							【今後の利用意向】							【利用意向と利用実態の差】 (利用意向-利用実態)
	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	
リサイクルショップ(購入)	28.7	31.4	27.4	31.4	33.1	29.1	21.4	38.9	40.8	36.4	41.2	43.2	39.7	32.6	10.2
リサイクルショップ(販売) ※宅配サービスの利用含む	18.5	14.4	16.9	22.5	21.4	19.9	13.1	31.7	27.7	29.9	34.4	36.7	33.8	24.6	13.2
インターネットオークション (購入)	22.4	13.3	16.2	23.3	27.0	27.1	19.6	32.9	31.1	27.1	34.1	37.2	35.9	29.0	10.5
インターネットオークション (販売)	11.0	5.9	8.3	13.5	14.3	12.6	7.7	26.1	25.1	21.4	29.2	30.5	28.7	20.1	15.1
フリマアプリ(購入)	22.2	47.3	36.3	30.9	18.0	13.7	8.6	32.7	58.6	46.2	41.3	29.7	24.8	17.9	10.5
フリマアプリ(出品・販売)	18.2	38.9	33.5	27.4	14.3	9.5	5.1	32.5	55.9	47.5	41.3	29.3	24.8	17.0	14.3
オンラインコンテンツの購入	15.0	18.3	18.5	17.2	15.8	14.0	9.8	22.1	29.5	25.6	24.1	23.5	21.1	14.9	7.1
インターネット上の 家計簿サービスやアプリ	14.9	20.5	29.2	19.3	11.7	9.4	7.8	30.3	37.5	46.2	37.3	29.4	23.3	18.4	15.4
音楽や動画などの サブスクリプションサービス	13.8	22.6	26.2	14.7	11.8	9.9	7.0	22.3	37.9	37.0	24.6	20.2	16.9	11.8	8.5
ネットスーパー	11.4	10.2	8.5	13.1	11.3	12.4	11.4	33.0	31.0	30.2	36.0	32.3	34.7	32.5	21.6
スマホゲームへの課金	7.9	16.6	14.8	10.3	6.9	4.7	1.9	9.7	25.6	17.5	12.9	8.3	4.9	1.9	1.8
地域の不要品売買取を募集 できるウェブサービス(購入)	2.5	2.6	4.4	3.1	2.2	1.9	1.2	14.2	13.3	14.3	14.8	15.7	15.1	11.6	11.7
地域の不要品売買取を募集 できるウェブサービス(販売)	2.2	2.2	3.3	3.3	2.1	1.5	1.1	13.9	11.2	13.6	14.3	14.9	15.4	12.1	11.7
SNSを通じた 個人からの購入	2.1	7.5	4.9	2.0	1.1	0.9	0.5	5.5	18.2	10.3	5.9	3.7	2.7	2.1	3.4
SNSを通じた 個人への販売	1.6	4.9	3.8	1.8	0.9	0.6	0.3	5.0	15.9	8.7	5.9	3.4	2.4	1.9	3.4
ものやスペースの サブスクリプションサービス	1.1	2.4	2.3	1.0	0.9	0.5	0.4	6.4	9.4	9.1	7.0	6.9	5.4	3.5	5.3
ものやスキルなどの レンタル・シェアサービス	0.9	2.2	1.9	1.2	0.5	0.6	0.1	8.4	10.1	10.7	10.1	8.5	7.9	5.3	7.5

全体より5ポイント以上高い 全体より5ポイント以上低い 太字下線の数字：利用意向が利用実態より10ポイント以上高い

若年層ほど高く、高齢層ほど低い項目

サービス利用実態・利用意向 < 全体・男女別 >

- 男性では、「インターネットオークション(購入)」の利用率・利用意向が女性より約14ポイント高くなりました。また「インターネットオークション(販売)」も同様に、利用意向が女性よりも高くなっています。
- 一方女性では、「フリマアプリ(購入)」の利用率が男性より6.4ポイント高い25.4%、利用意向も5.1ポイント高い35.3%となっています。また「フリマアプリ(出品・販売)」は利用率が21.7%、利用意向が35.8%と男性よりそれぞれ約7ポイント高くなっており、男女で傾向の違いがみられます。

【現在の利用実態(利用率)】

【今後の利用意向】

【利用意向と利用実態の差】 (利用意向-利用実態)

	現在の利用実態(利用率)				今後の利用意向				利用意向と利用実態の差		
	全体	男性	女性	男性-女性	全体	男性	女性	男性-女性	全体	男性	女性
リサイクルショップ(購入)	28.7	29.6	27.8	1.8	38.9	39.0	38.8	0.2	10.2	9.4	11.0
リサイクルショップ(販売) ※宅配サービスの利用含む	18.5	18.1	18.9	-0.8	31.7	30.6	32.8	-2.2	13.2	12.5	13.9
インターネットオークション(購入)	22.4	29.2	15.4	13.8	32.9	39.8	25.9	13.9	10.5	10.6	10.5
インターネットオークション(販売)	11.0	14.5	7.5	7.0	26.1	31.9	20.3	11.6	15.1	17.4	12.8
フリマアプリ(購入)	22.2	19.0	25.4	-6.4	32.7	30.2	35.3	-5.1	10.5	11.2	9.9
フリマアプリ(出品・販売)	18.2	14.8	21.7	-6.9	32.5	29.1	35.8	-6.7	14.3	14.3	14.1
オンラインコンテンツの購入	15.0	17.0	13.0	4.0	22.1	24.1	20.1	4.0	7.1	7.1	7.1
インターネット上の家計簿サービスやアプリ	14.9	15.2	14.6	0.6	30.3	28.6	32.1	-3.5	15.4	13.4	17.5
音楽や動画などのサブスクリプションサービス	13.8	16.6	10.9	5.7	22.3	24.7	19.8	4.9	8.5	8.1	8.9
ネットスーパー	11.4	11.2	11.5	-0.3	33.0	28.7	37.4	-8.7	21.6	17.5	25.9
スマホゲームへの課金	7.9	9.8	5.9	3.9	9.7	12.0	7.3	4.7	1.8	2.2	1.4
地域の不要品売買取を募集できるウェブサービス(購入)	2.5	3.2	1.7	1.5	14.2	15.3	13.2	2.1	11.7	12.1	11.5
地域の不要品売買取を募集できるウェブサービス(販売)	2.2	2.8	1.5	1.3	13.9	13.9	13.8	0.1	11.7	11.1	12.3
SNSを通じた個人からの購入	2.1	2.0	2.2	-0.2	5.5	5.7	5.3	0.4	3.4	3.7	3.1
SNSを通じた個人への販売	1.6	1.7	1.4	0.3	5.0	5.3	4.6	0.7	3.4	3.6	3.2
ものやスペースのサブスクリプションサービス	1.1	1.5	0.6	0.9	6.4	7.4	5.5	1.9	5.3	5.9	4.9
ものやスキルなどのレンタル・シェアサービス	0.9	1.1	0.7	0.4	8.4	7.8	9.1	-1.3	7.5	6.7	8.4

全体より5ポイント以上高い

全体より5ポイント以上低い

太字下線の数字：利用意向が利用実態より10ポイント以上高い

「消費1万人調査」調査概要

- 調査地域：全国
- 調査対象：15～69歳の男女
- 調査人数：10,000人
国勢調査に基づき、性年代・エリアの人口構成比で割付
- 調査手法：インターネット調査
- 調査期間：2019年5月28日～6月1日
- 企画分析：博報堂生活総合研究所
- 実施集計：株式会社H.M.マーケティングリサーチ

質問文

【現在の利用実態】

あなたは現在、次に挙げるようなサービスを利用していますか。それぞれのサービスごとに、あてはまるものをひとつずつお選びください。

※「現在、頻繁に利用している」「現在、たまに利用している」「過去に利用していたが、今は利用していない」「利用したことがない」の4択。「現在、頻繁に利用している」「現在、たまに利用している」の合計値を掲載。

【今後の利用意向】

あなたは、今後、次に挙げるようなサービスを利用したいと思いますか。それぞれのサービスごとに、あてはまるものをひとつずつお選びください。

※「利用したい」「利用したいと思わない」の2択。本リリースでは利用意向として、「利用したい」の値を掲載。