

米の購入で「店頭以外」の利用が3割 ネット利用は20歳代で少なく50歳代が多い

— 日本公庫・平成25年度上半期消費者動向調査（特別設問） —

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が7月に実施した平成25年度上半期消費者動向調査で、自宅用の食品購入の方法や食品購入におけるインターネット利用について調査したところ、米の購入において店頭以外のネット利用が浸透していることがわかりました。送料を含めて値段が少し割高でも、自宅まで運んでもらえる便利さを求めた動きといえそうです。詳細は以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

○ 米、飲料、酒類でネット購入の利用進む(図1)

自宅用として購入する食品について、品目ごとに「どのような方法で購入しているか」を聞いたところ、ほとんどの品目で「店頭」での購入が95%を超える回答となった。一方で、「店頭以外」で購入するとした回答は、米（30.0%）、飲料（19.1%）、酒類（15.7%）で多く、特に米は「店頭」で購入の回答も79.7%にとどまっており、店頭以外での購入が多い実態が明らかとなった。

また、店頭以外で購入する場合の注文方法は、どの品目においても「パソコン」、「注文用紙を郵送・回収」の回答が多く、「電話・ファックス」、「携帯端末」の回答は少数にとどまった。なかでも、「パソコン」の回答が米（18.4%）、飲料（14.3%）、酒類（12.2%）において高く、ネット購入の浸透が目立つ結果となった。

○ ネット購入の理由は便利さ優先(図2、3)

「店頭」のみで購入と回答した者の割合は全体で57.6%となり、年代ごとにみると20歳代が69.3%と最も高い回答割合となった。「店頭」のみで購入する理由としては、「実物を確かめて購入したい」（67.7%）、「買い物に行くことに不便を感じない」（45.1%）の回答が多かった。

次に、パソコンや携帯端末を利用して購入する、「インターネット」での購入を回答した者の割合を年代ごとにみると、50歳代が19.5%と最も高く、この年代で食品購入におけるネット利用が活発であることがうかがえる結果となった。一方で、20歳代は7.2%にとどまり、他の年代と比べても突出して低い回答割合となった。

「インターネット」で購入する理由としては、「自宅まで届けてもらえる」（75.2%）、

「買い物に出かけずに済む」(58.2%)、「好きな時間に購入できる」(57.7%)の回答が特に高かった。送料が加算され少し割高になっても、便利さを優先する傾向といえる。

○ 夜間に多いネットでの注文、受け取り(図4、5、6)

注文する時間帯、商品を受け取る時間帯について、「電話・ファックス等」での購入と、パソコンや携帯端末を利用した「インターネット」での購入とで比較すると、注文する時間帯では「電話・ファックス等」が「9時～12時」と「12時～17時」までの日中に集中している一方、「インターネット」では「21時～24時」とする回答が40.1%と突出して多い回答となった。

受け取る時間帯についても、「インターネット」では「19時～21時」の回答が20.9%と、「9時～12時」(27.7%)、「12時～17時」(26.0%)に次いで多い回答となり、昼夜を問わない購買行動が浮き彫りとなった。

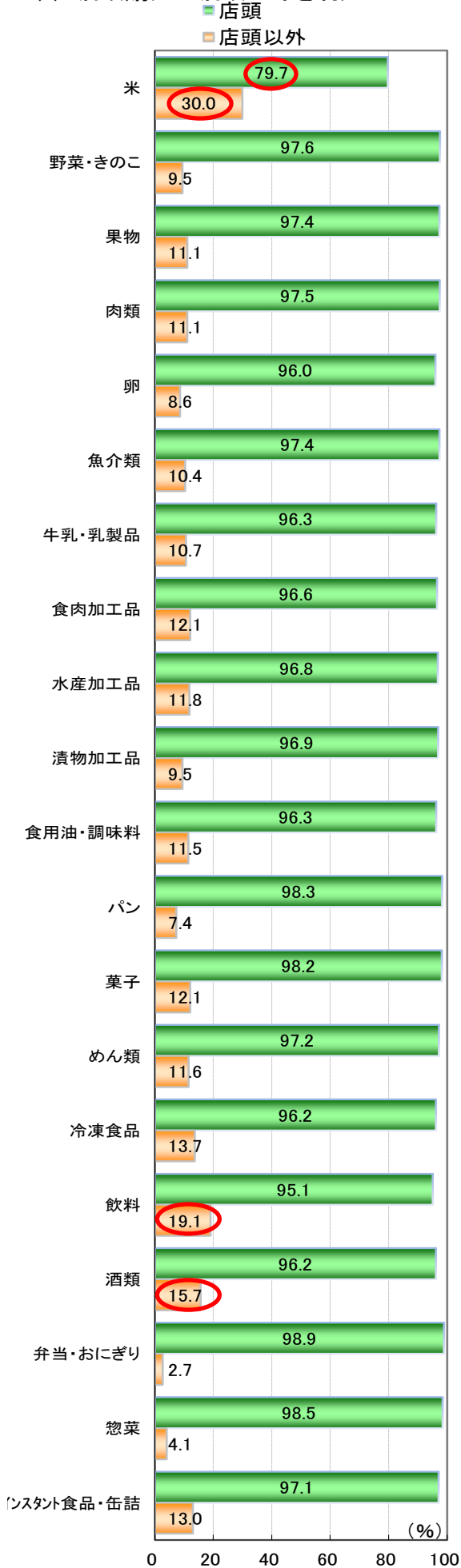
インターネットでの購入の利用頻度については、「月2～3回」とする回答が33.4%と最も多く、「週1回」から「毎日」までとする回答も含めると7割に上った。

インターネットでの購入の満足度については、「注文方法」、「配達方法」では「満足している」の回答が約半数を占めるなど満足度が高い一方で、「送料」については「やや不満である」が26.0%、「不満である」も6.3%と店頭購入では発生しない送料負担への不満が目立つ結果となった。

調査時期	平成25年7月1日～7月10日
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	全国の20歳代～70歳代の男女2,000人(男女各1,000人)

図1 自宅用の食品をどのような方法で購入するか（2つまで回答可）

(1) 店頭購入か店頭以外を利用か



(2) 「店頭以外」の購入方法の内訳

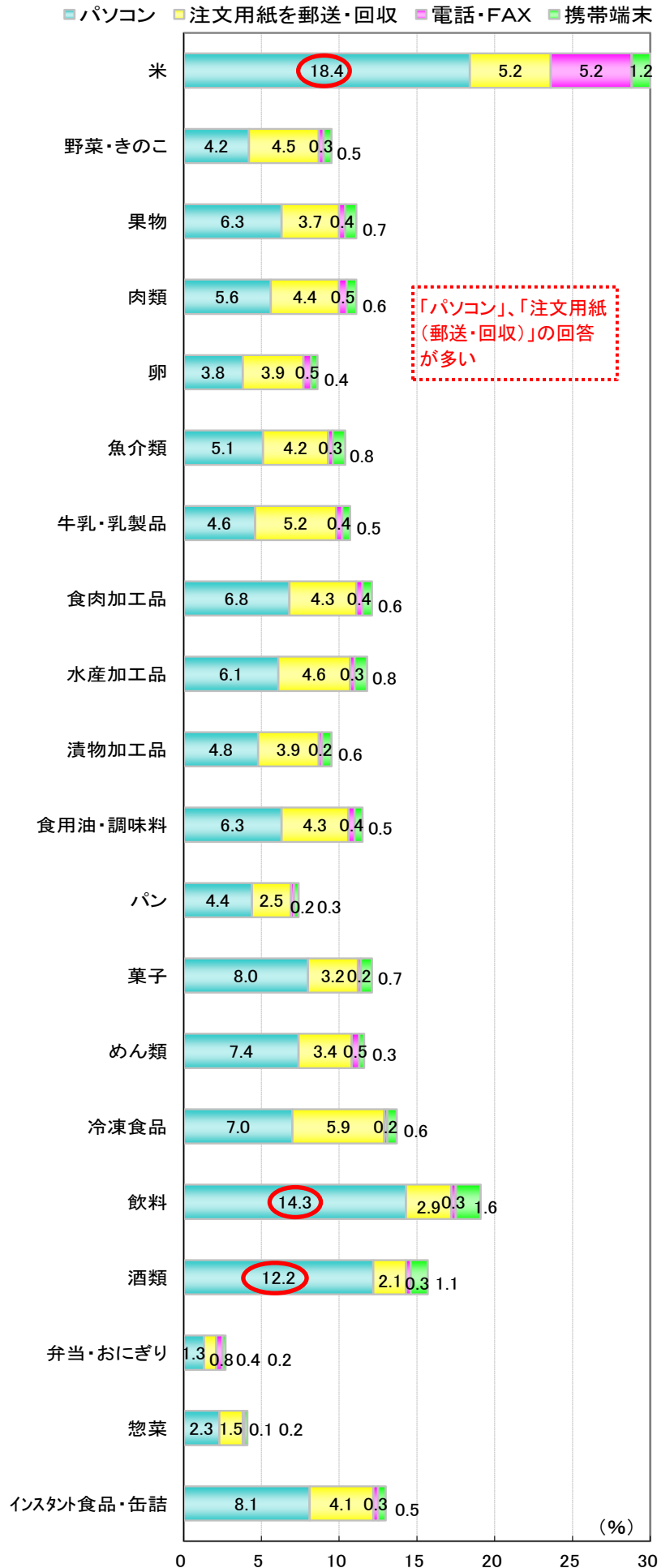
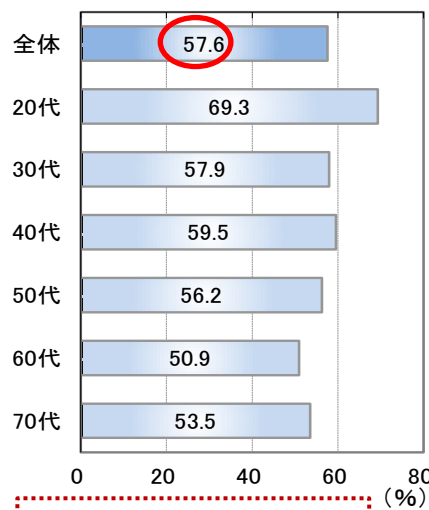


図2 店頭のみで食品を購入する者の割合・理由

(1) 店頭のみで食品を購入する者の割合※1 (年代別)



※1 全ての食品項目において、「店頭」のみを選択した者

(2) 店頭のみで食品を購入する理由

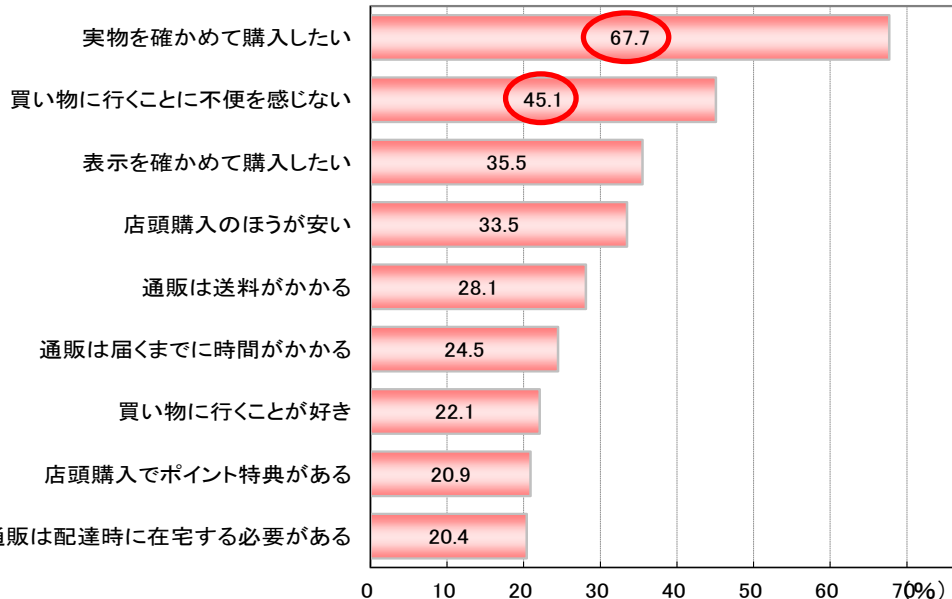
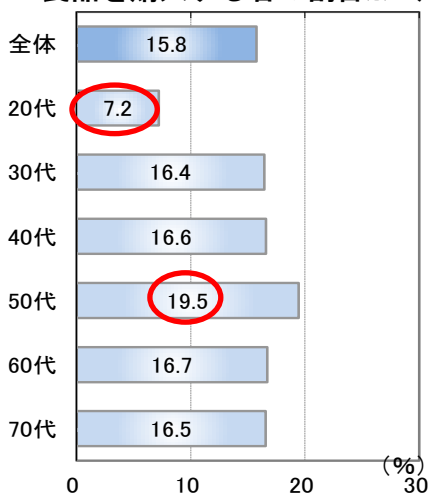


図3 インターネット (パソコン・携帯端末) で食品を購入する者の割合・理由

(1) インターネット (パソコン・携帯端末) で食品を購入する者の割合※2 (年代別)



※2 いずれかの食品項目において、「パソコン」又は「携帯端末」を選択した者

(2) インターネット (パソコン・携帯端末) で食品を購入する理由

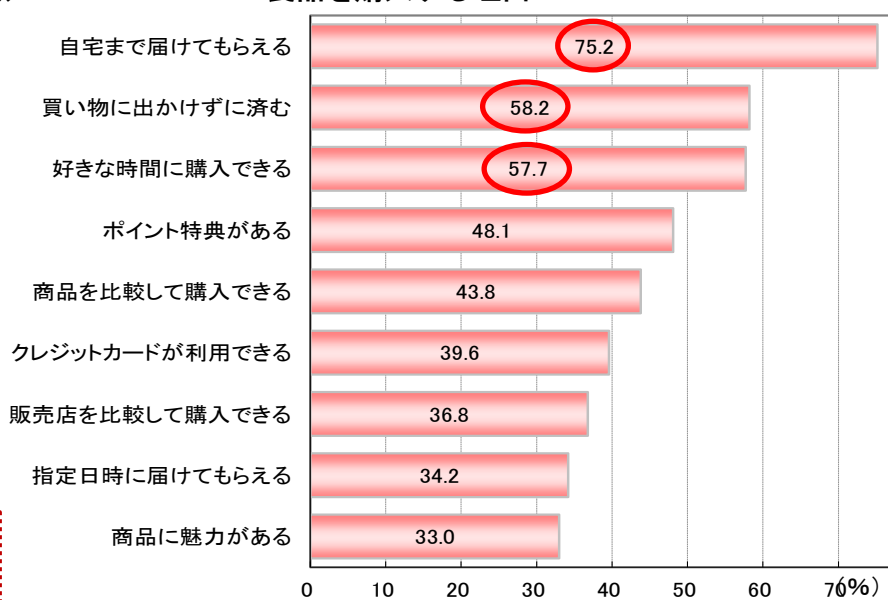


図4 買い物をする時間帯

■朝5時～9時 ■9時～12時 ■12時～17時 ■17時～19時 ■19時～21時 ■21時～24時 ■24時～翌朝5時 ■不在受け取り

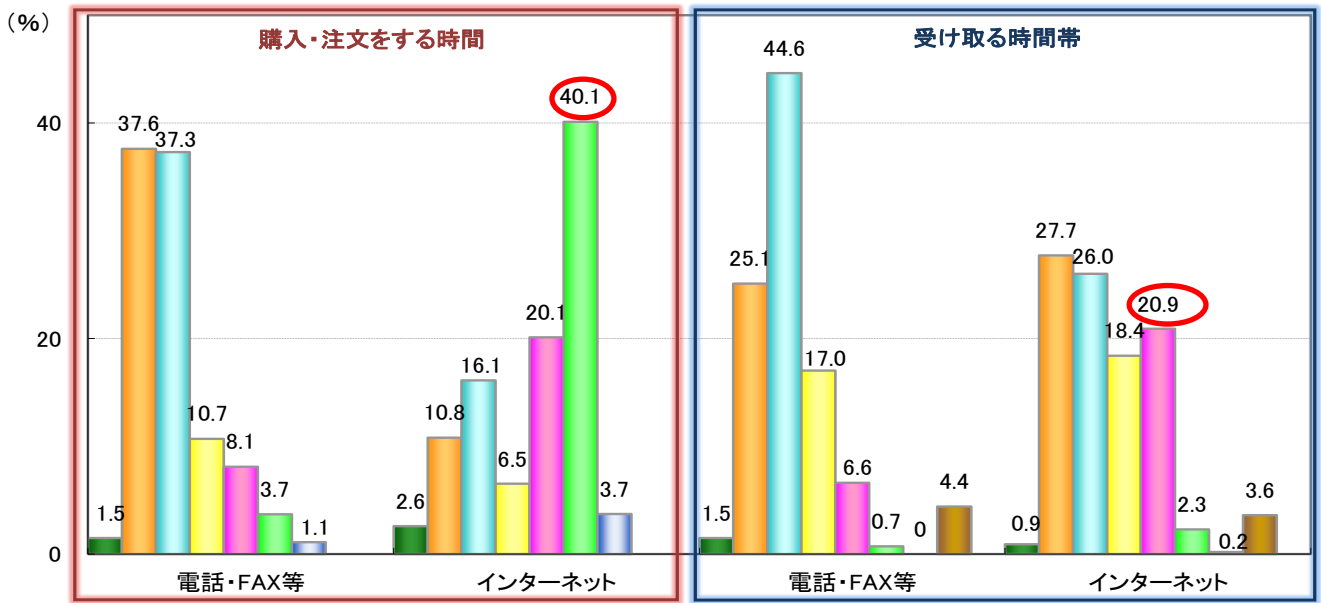


図5 インターネットでの購入を利用する頻度

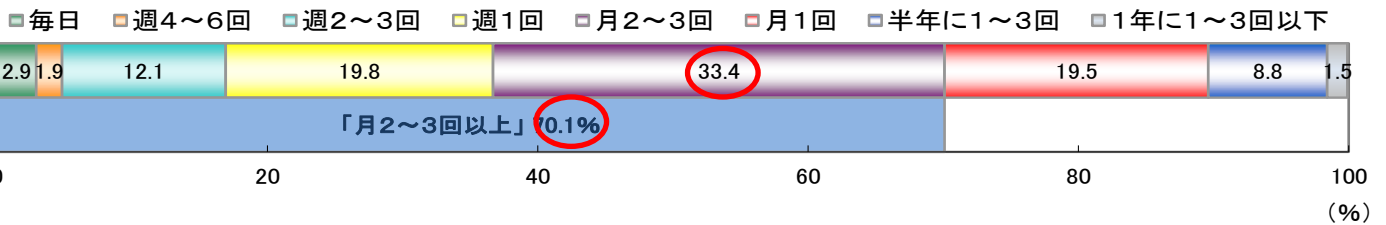


図6 インターネットでの購入の満足度

