

消費者：ネット通販

平成 28 年 3 月 7 日
株式会社日本政策金融公庫

約3割がインターネット通販で農林水産物等を購入

～米、魚介類が主体、今後は肉類などの購入も増加の可能性～

<平成27年度下半期消費者動向調査>

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が平成 28 年 1 月に実施した平成 27 年度下半期消費者動向調査で、インターネットの通信販売（以下、「ネット通販」という。）を利用した農林水産物や加工品の購入について調査しました。その結果、農林水産物等をネット通販で購入したことがある消費者は約 3 割で、「米」や「魚介類」などの購入経験が多いことがわかりました。また、購入未経験者の約 3 割が今後「購入してみたい」と回答するなど、増加に向かう可能性があることもわかりました。

詳細は、以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

○ ネット通販による購入経験は若い世代の方が少ない(資料:図1、2)

ネット通販で農林水産物等を購入したことがあるかを聞いたところ、「購入したことがある」は 31.8%で、おおよそ 3 割が購入経験者であることが分かった。年代別では、20 代、30 代が約 2 割であるのに対し、40 代以上は 3 割以上となっており、若い世代の購入経験者が比較的少ないという結果となった。

また、購入経験者にネット通販で購入する理由を聞いたところ、男性では「価格が安いから」が 44.2%で最多回答であるのに対し、女性では「店頭まで買いに行く必要がなく楽だから」が 48.3%と最多だったほか、「そこでしか購入できないものがあるから」が 41.5%と高い割合を示した。

○ 情報入手手段、20 代は友人や SNS から、高齢世代は自ら入手(資料:図3、4)

購入経験者に主な購入元を聞いたところ、「インターネットのショッピングモール」が 71.0%で最も多かった。次にネット通販に関する情報を主にどこから入手しているかについては、「インターネットの検索サイト」が 55.0%で最多となっている。

情報入手先について年代別にみると、20 代は「友人等からの情報」（25.0%）、「SNS 等」（23.3%）が他の世代と比べて突出しており、一方、70 代では「インターネットの検索サイト」（63.4%）、「生産者の HP（ホームページ）」（41.6%）、「会社、個人の HP」（45.5%）が高い割合となるなど、情報入手手段として、20 代は、友人や SNS などを頼りにしている一方、高齢世代は、主に自らホームページを検索したり、関連するページを閲覧しているなどの傾向がみられる。

○ ネット通販での購入品「米」「魚介類」「果物」の順(資料:図5)

購入経験者に購入したことがある品目について聞いたところ、全体で「米」44.6%、「魚介類」38.6%、「果物」36.5%の順で高い割合となっている。男女で比べてみると、女性では「米」(48.9%)、「米加工品」(29.2%)、「野菜」(31.7%)、「果物」(42.8%)、「お茶」(34.2%)などが男性より高くなっている。

○ ネット通販、経験者の9割が今後も利用の意向(資料:図6、7、8)

ネット通販による農林水産物等の、今後の購入意向について購入経験者と購入未経験者に分けて質問したところ、購入経験者では、「増やしたい」が15.1%、「現状維持」が79.5%となり、9割以上が今後とも利用したいという意向を持っていることがわかった。購入未経験者では、今後「購入してみたい」が約3割(28.1%)という結果となった。

さらに、購入経験者で今後「購入をやめたい」を選択した者と、購入未経験者で今後「購入しない」を選択した者を除いた「購入希望者」に、今後ネット通販で購入したい品目を聞いたところ、購入経験者と同様に「米」「果物」「魚介類」などが高い割合となった。また、「牛肉」「牛肉加工品」「豚肉」「豚肉加工品」「鶏肉」「鶏肉加工品」などの品目が、図5の結果よりも高く選択されており、今後に向けては、これら品目に対する購入意向が高いことがうかがえる。

○ 女性は商品価格よりも配送料の値下げを希望(資料:図2、図9)

最後に消費者に対し、ネット通販で商品を提供している事業者などに何を期待したいか聞いたところ、「生産者や商品の情報をもっと提供して欲しい」が34.7%で最多回答となった。

男女別では、男性は、「商品の価格をより安くして欲しい」という要望が女性よりも高いことに対し、女性は、「配送料を安くして欲しい」という要望が男性よりも高い結果となっている。女性がネット通販で購入する理由として「そこでしか購入できないものがあるから」が高い割合となっていること(図2参照)も踏まえると、女性は、価格の安さだけではなく、商品そのものの価値を評価した上で、より経済的に買い物をするため、配送料の引き下げを求めていることがうかがえる。

調査時期	平成28年1月1日～1月19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)

※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。

図1 農林水産物やその加工品をインターネットの通信販売で購入したことがあるかどうか

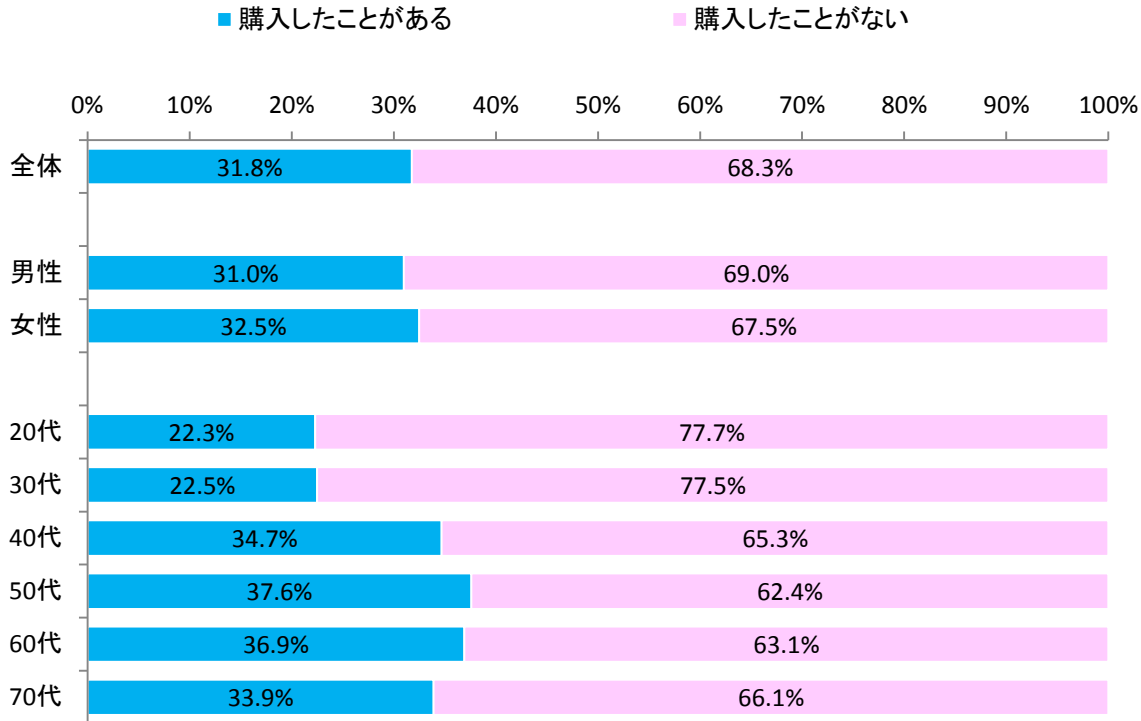


図2 インターネットの通信販売で農林水産物等を購入する理由(購入経験者・複数回答)

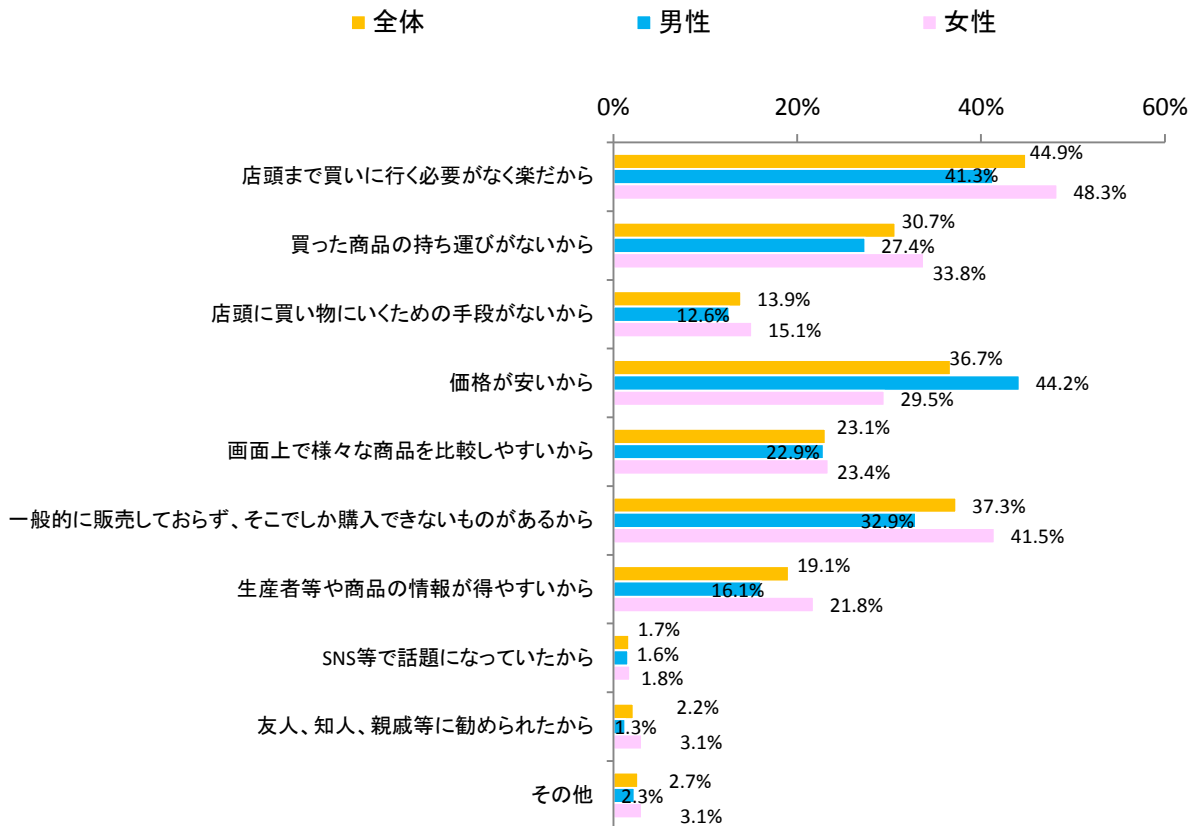


図3 インターネット通販による主な購入元(購入経験者・複数回答)

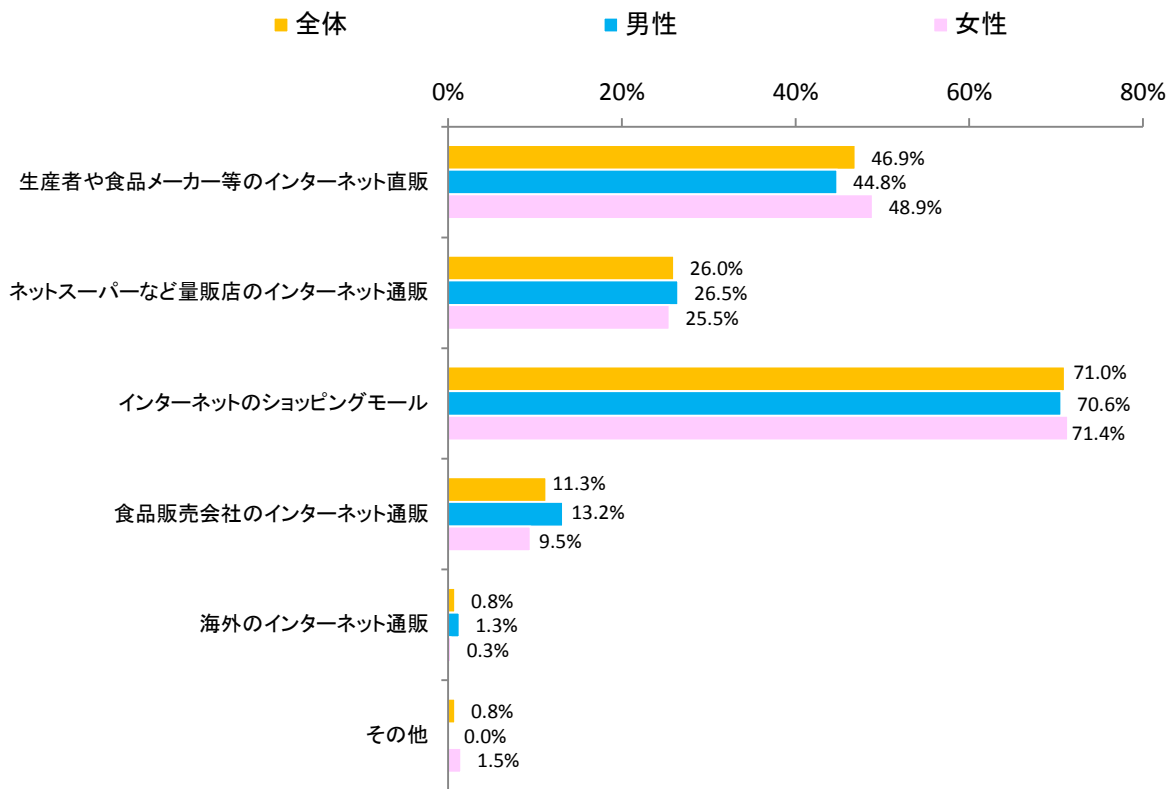


図4 インターネット通販に関する情報入手先(購入経験者・複数回答)

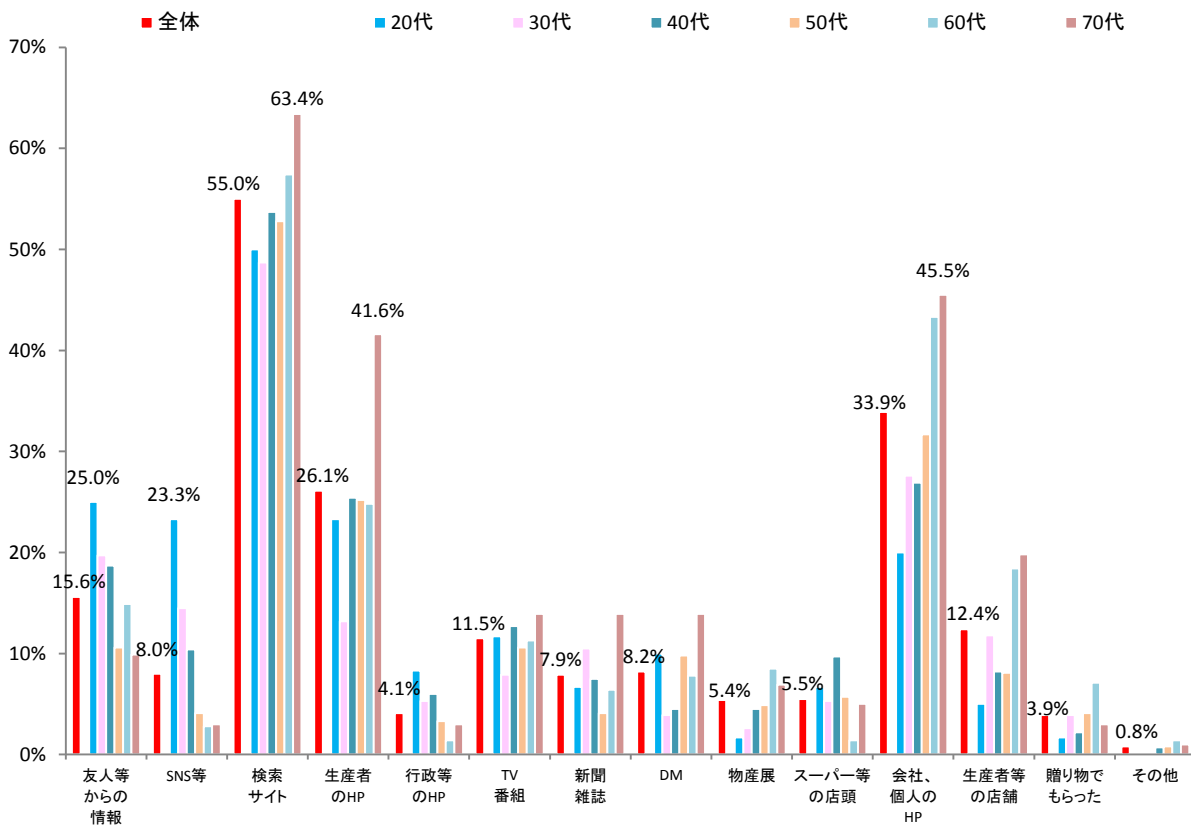


図5 インターネット通販で購入したもの(購入経験者・複数回答)

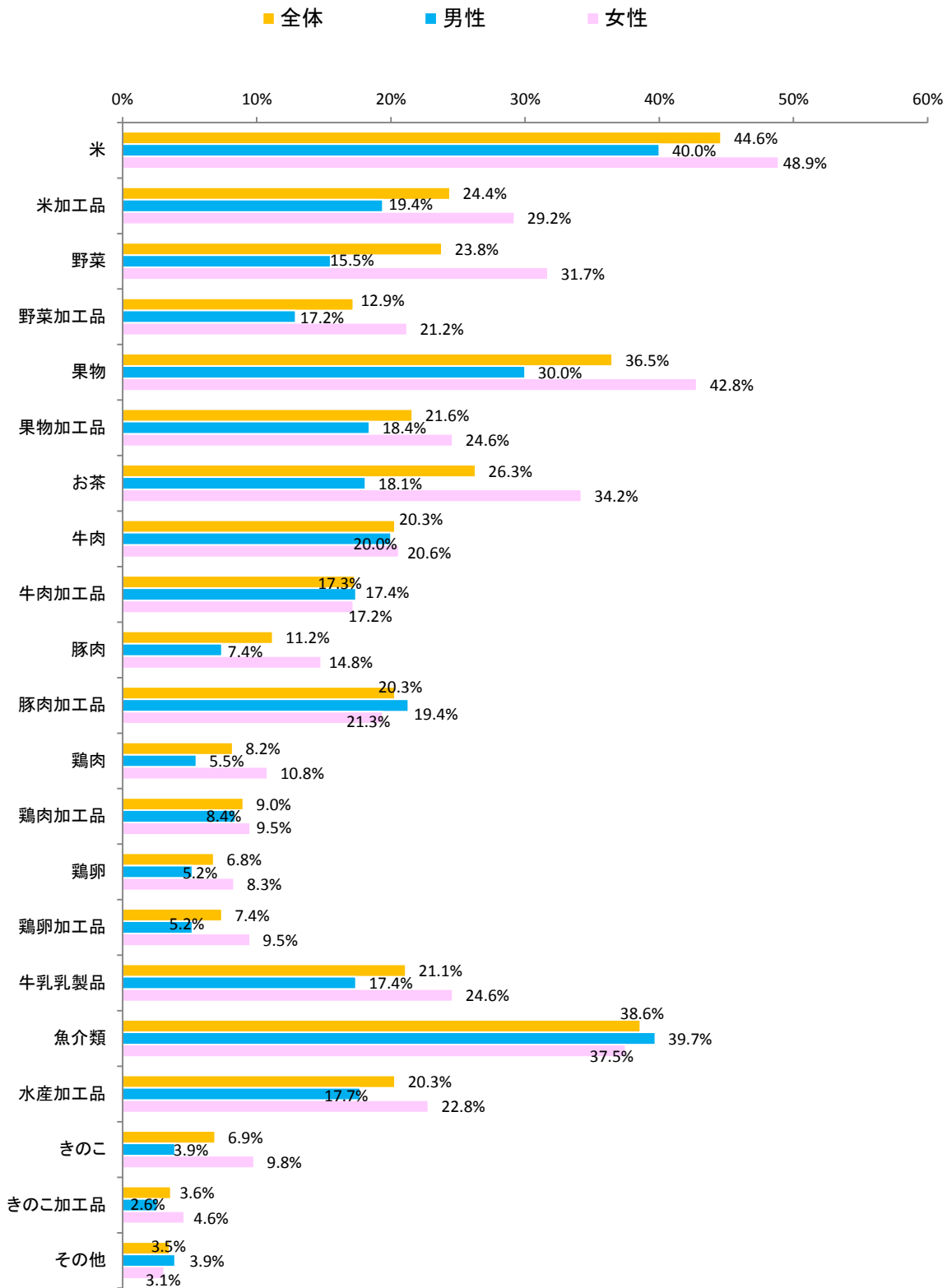


図6 今後のインターネット通販による農林水産物等の購入意向(購入経験者)

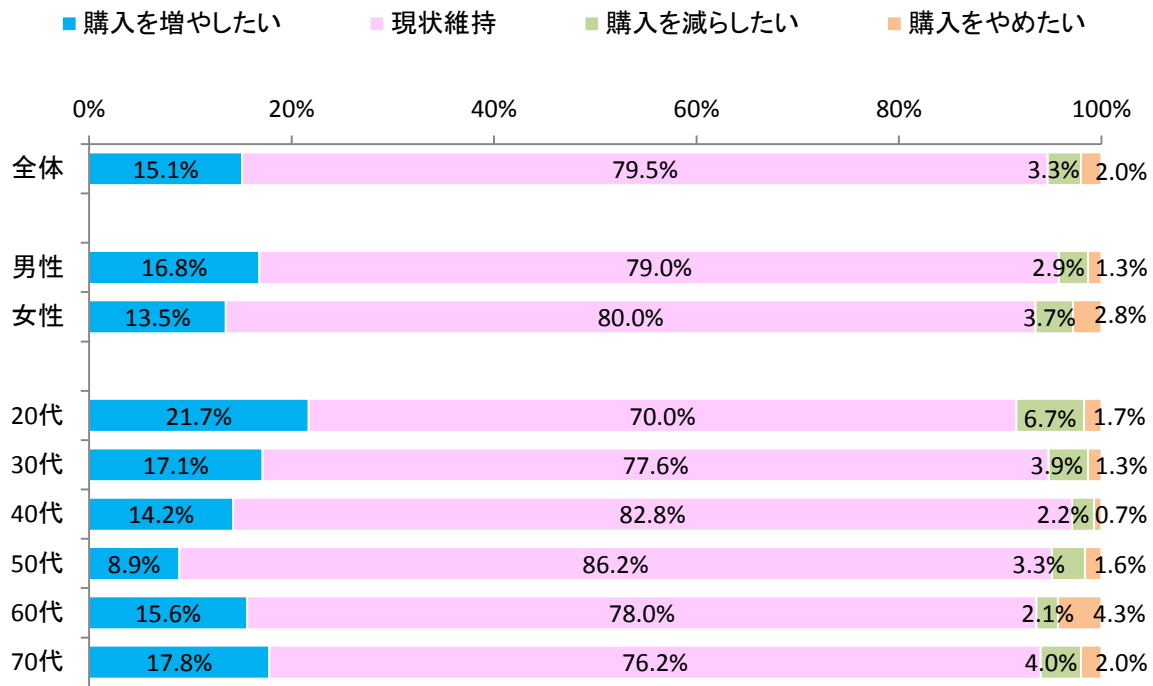


図7 今後のインターネット通販による農林水産物等の購入意向(購入未経験者)

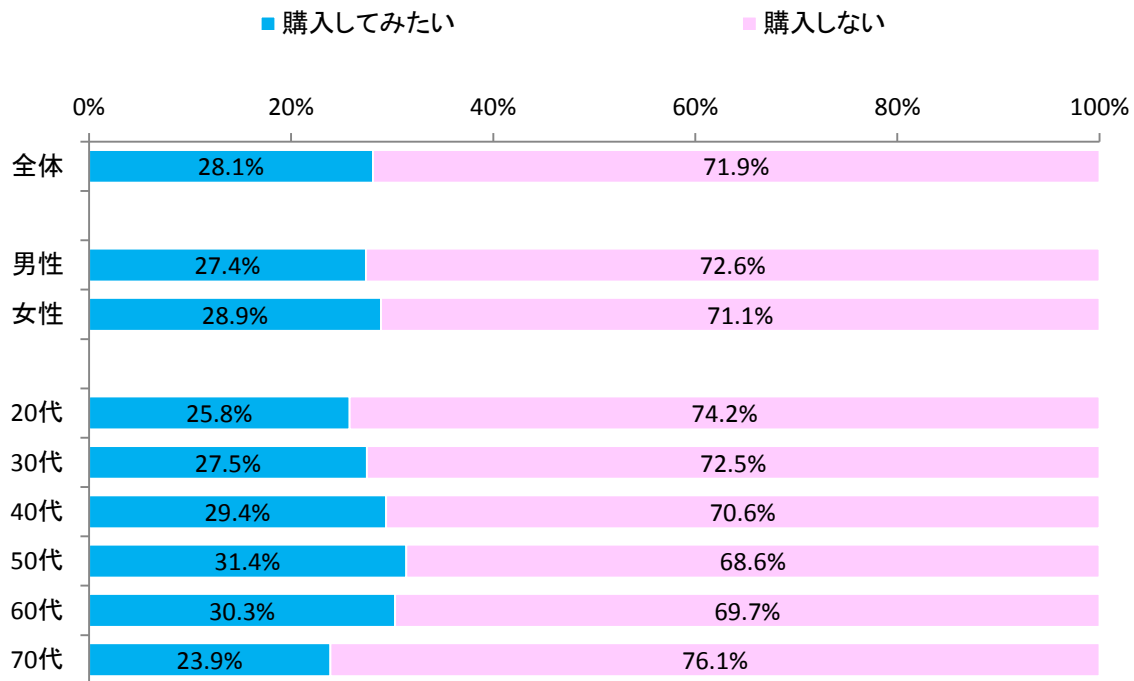


図8 今後インターネット通販で購入したいもの(購入希望者・複数回答)

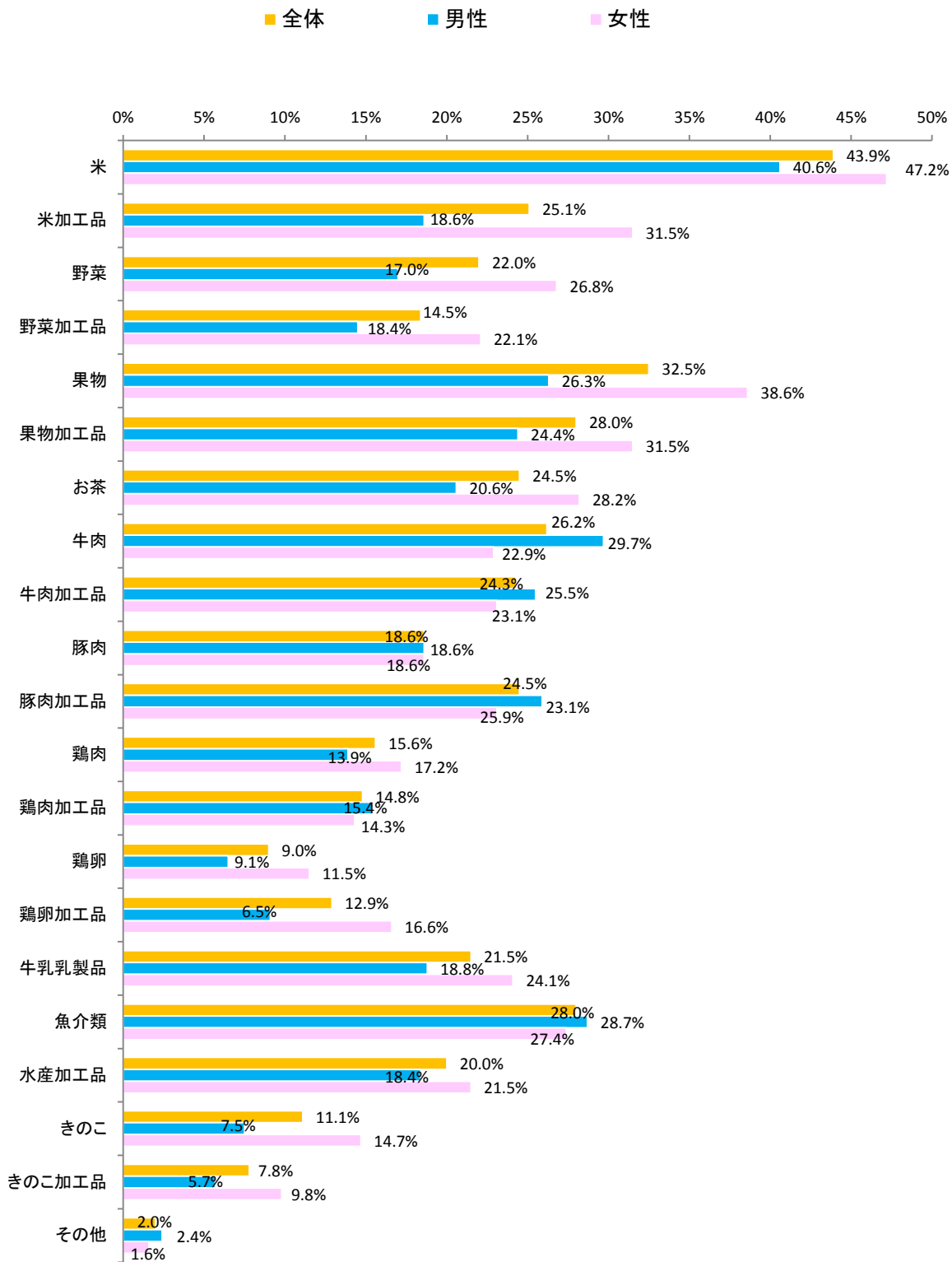


図9 インターネット通販の事業者に期待すること

