

急増するネットショッピングの実態

平成 28 年 3 月 3 日に総務省統計局が公表した統計トピックスNo.92「急増するネットショッピングの実態を探る」によると、ネットショッピングを利用した世帯の割合は上昇中で、平成 27（2015）年は平成 14（2002）年の 5.2 倍となっています。

1. 統計トピックスNo.92 の元データについて

総務省統計局では家計調査を補完する「家計消費状況調査」において、平成 27 年 1 月からネットショッピングの内訳についての調査を開始しました。また、5 年ごとに実施している「平成 26 年全国消費実態調査」においても、世帯が購入した商品やサービスごとの購入先を調べ、これらの調査結果をもとにネットショッピングの実態及び世帯属性別に見た特徴などをトピックスNo.92 の中で紹介しています。

※「ネットショッピング」とは、世帯がインターネットを利用しての商品・サービスの予約・購入のことをいいます。

2. 概 観

(1) ネットショッピングを利用した世帯の割合が上昇中
二人以上の世帯におけるネットショッピングを利用した世帯の割合は、家計消費状況調査が始まった平成 14（2002）年は 5.3%でしたが、以降上昇

が続き平成 27（2015）年には 27.6%と 5.2 倍になりました。（図 1）

(2) ネットショッピング利用額は、世帯主が 50 歳代の世帯が最も多く、年間で 15 万 6 千円

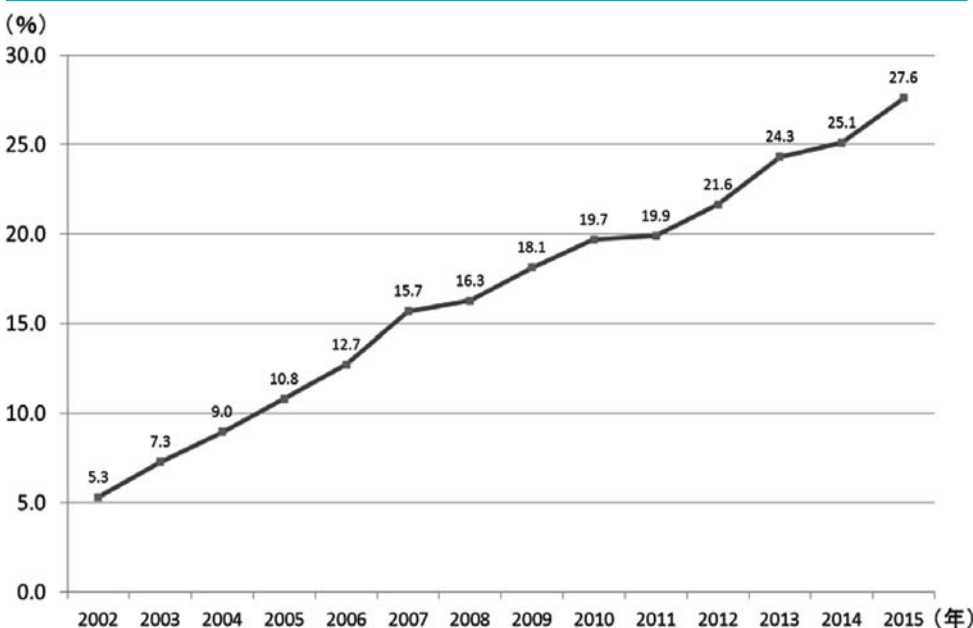
二人以上の世帯における平成 27 年 1 年間のネットショッピング利用額は、利用していない世帯も含めた 1 世帯当たり平均で 103,716 円でした。これを世帯主の年齢階級別にみると、50 歳代が 155,916 円と最も多く、次いで 40 歳代が 146,064 円となっています。

また、ネットショッピングを利用した世帯の割合は、39 歳以下が 45.2%と最も高く、年齢階級が高くなるに従い低下しています。（図表掲載省略）

3. ネットショッピングの項目別支出割合（年間）

(1) ネットショッピングで最も支出割合が高いのは「旅行関係費」で 21.8%

図 1：ネットショッピングを利用した世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



資料：総務省統計局「家計消費状況調査結果」

二人以上の世帯におけるネットショッピング利用額の内訳を見ると、「旅行関係費」の支出が 21.8%と最も高く、次いで「食料」が 14.3%、「衣類・履物」が 10.7%、書籍や音楽ソフトなどの「教育関係費」が 10.3%、「家電・家具」が 10.1%となっています。（図表掲載省略）

4. 都道府県別に見たネットショッピングによる購入割合の特徴

(1) 若年層の割合が高い都道府県ほど、おおむねネットショッピングによる購入割合が高い

都道府県別の消費支出総額に占めるネットショッピングによる購入割合をみると、神奈川県が最も高く、次いで埼玉県、東京都などとなっています。

(図2)

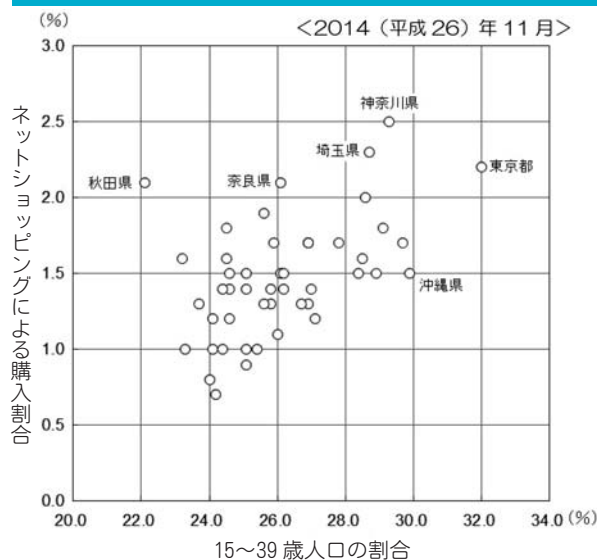
また、都道府県別にネットショッピングによる購入割合と人口に占める15~39歳の割合(注1)の分布をみると、15~39歳の人口割合が高い都道府県の方がネットショッピングによる購入割合も高くなる傾向がみられます(図3)

注1 平成26年10月1日現在の推計人口から算出

奈良県は、右図のように他府県に比べて15歳から39歳人口の割合が高いわけではありませんが、ネットショッピングによる購入割合が上位になっています。

今回ご紹介した統計トピックスNo.92の元データ「家計消費状況調査」のネットショッピングの内訳に関する調査は平成27年1月からの1年間の結果に基づくもので、年次比較はありませんが、

図3：都道府県別15~39歳人口の割合とネットショッピングによる購入割合(二人以上の世帯)



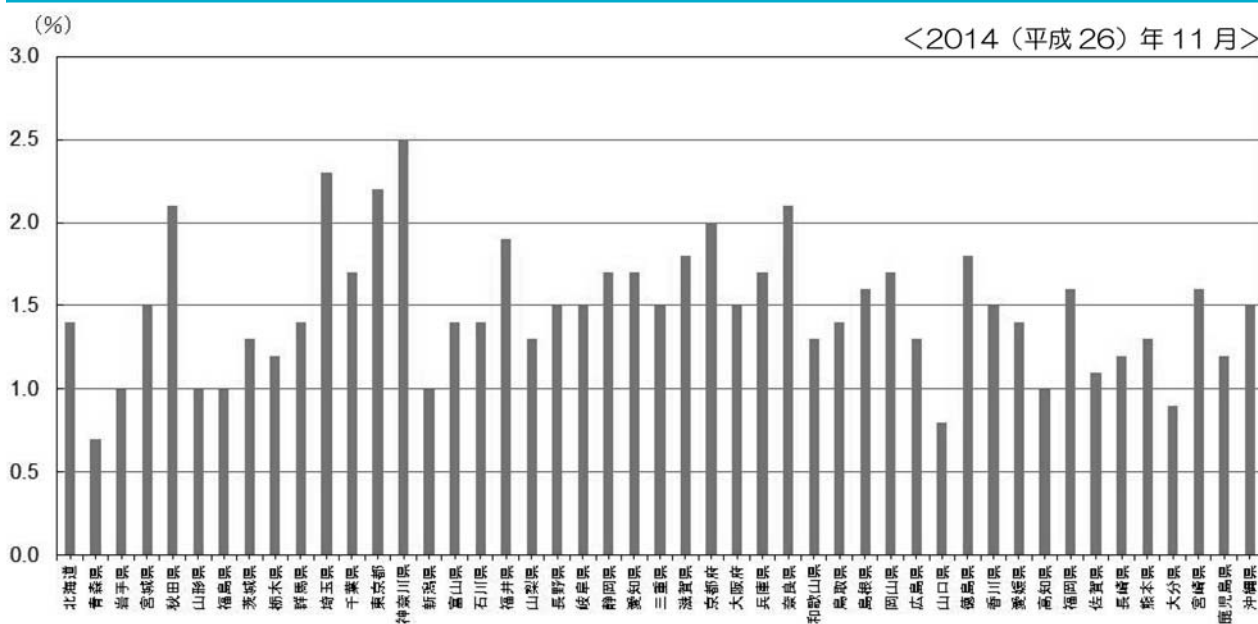
資料：総務省統計局「平成26年全国消費実態調査結果」、「人口推計」

平成28年1月分の結果以降は前年同月との比較が可能となります。

同調査の結果が蓄積され、都道府県別の購入者年齢階級別、購入内訳がわかるデータなど、より詳細な情報があれば、県内店舗の販売戦略のヒントとなり、県内消費の活性化につながるものと考えます。

(黒田真子)

図2：都道府県別消費支出総額に占めるネットショッピングによる購入割合(二人以上の世帯)



資料：総務省統計局「平成26年全国消費実態調査結果」