

スーパー（実店舗）vs ネットスーパー、便利で得なのはどちら？

～ “実店舗のように商品が選べ、ネットスーパーのように配達してもらえる” が理想～

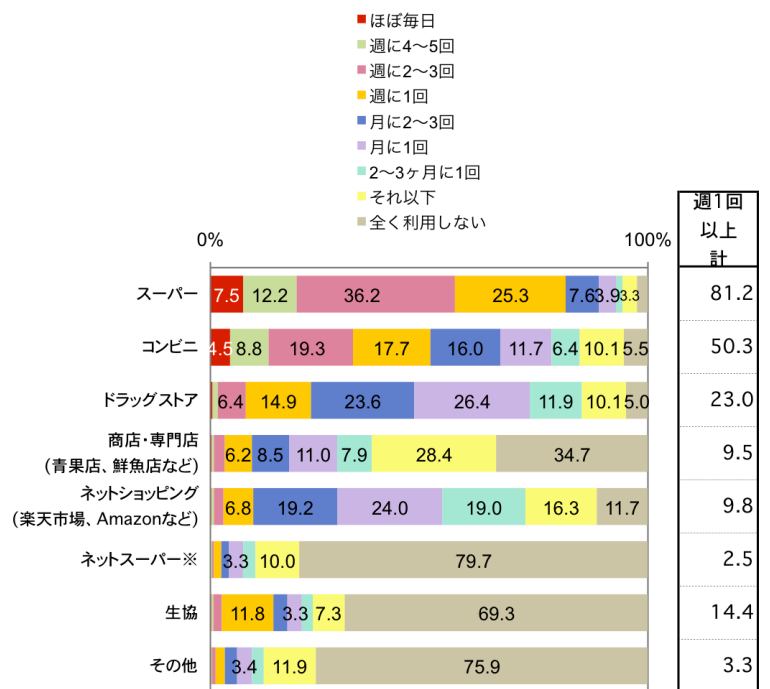
国内1,300社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は、消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第93号として、ネットスーパーに関する意識調査の結果をご紹介します。バックナンバー https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

■ ふだんの買い物に「ネットスーパー」を利用する人は2割

スーパーマーケットで売っている商品をインターネットを通じて注文し、配達してもらうネットスーパー。食料品や日用品など、生活に必要な商品を広く扱っていて便利です。今回はネットスーパーをテーマにアンケートを行い、店舗形態別の利用頻度やネットスーパーのメリット・デメリット、利用したい買い物サービスなどについてまとめました。

はじめに、店舗の種類や形態別に、買い物をする頻度を尋ねました。「ほぼ毎日」から「週に1回」までの数値を合わせた“週1回以上”計で比べると、最も高かったのは「スーパー」81.2%、次いで「コンビニ」50.3%、「ドラッグストア」23.0%、「生協」14.4%、「ネットショッピング（楽天市場、Amazonなど）」9.8%の順になりました。利用頻度が高いのはやはり「スーパー」「コンビニ」などの実店舗で、「ネットスーパー」は2.5%と最下位。「ネットスーパー」を「全く利用しない」は79.7%と8割で、逆算すると、（頻度にかかわらず）ふだんの買い物に「ネットスーパー」を利用するという人は約2割。まだ身近な存在ではないようです。

表1 「ふだん買い物をする店舗について、それぞれ頻度を教えてください」 についての回答



※ ネットスーパー：スーパーマーケットが自社の店舗で販売している食料品などを、インターネットや携帯から注文を受け付け、配達してくれるサービス

■ ネットスーパーを最も利用しているのは若年層？ 高齢層？

“週1回以上”計を性年代別に見ると、性年代によって異なる傾向がうかがえました。

「スーパー」は男性に比べて女性のほうが高く、また、若年層より中高齢層で高くなっていました。女性の60代・70代以上では9割を超えています。一方、「コンビニ」は、女性の70代以上では15.1%と最低でしたが、女性の20代、男性の50代以下では6割超。「コンビニ」の利用頻度が女性に比べて男性で高く、また、若い人ほど高いことがわかります。

「ネットスーパー」は男女ともに30代で最も高く、男性で6.9%、女性で5.9%。一方、男性の60代では0.9%、女性の70代以上では0.0%で、中高齢層にはほとんど利用されていないことがわかります。「ネットショッピング」も同様に若年層で高く、ネットでの買い物になじんだ若い世代から、「ネットスーパー」の利用機会が広がっている様子が見えました。

《 性年代別 》

週1回以上計	合計(n)	スーパー	コンビニ	ドラッグストア	商店・専門店	ネットショッピング	ネットスーパー	生協
全体	3498	81.2	50.3	23.0	9.5	9.8	2.5	14.4
男性	2115	76.7	54.8	20.4	8.6	10.1	2.4	11.8
女性	1383	88.2	43.3	27.0	11.0	9.3	2.5	18.4
男性-20代	17	41.2	58.5	23.6	5.9	5.9	5.9	5.9
男性-30代	131	71.8	66.4	32.8	12.9	16.0	6.9	9.1
男性-40代	425	72.2	65.7	22.8	9.0	11.8	4.6	7.4
男性-50代	703	76.3	60.0	18.8	6.9	10.3	2.0	8.4
男性-60代	539	79.6	49.9	18.9	8.6	8.6	0.9	15.8
男性-70代以上	300	83.2	31.3	17.6	10.4	8.0	1.0	20.4
女性-20代	34	85.4	61.8	44.1	11.7	23.5	5.8	11.7
女性-30代	183	79.1	53.0	32.1	11.5	14.1	5.9	14.8
女性-40代	436	89.1	51.6	28.3	9.6	8.2	1.8	14.7
女性-50代	454	89.2	39.0	26.2	9.1	8.6	2.4	17.8
女性-60代	196	91.9	33.6	22.9	15.2	6.6	1.5	28.0
女性-70代以上	80	91.2	15.1	16.3	17.6	7.5	0.0	28.8

※n=30未満は参考値

全体 +10% +5% -5% -10% (%)

調査機関：インターネットワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』実施のアンケート「ネットスーパー」。

期間：2018年7月20日～8月10日、DIMSDRIVE モニター3,498人が回答。表2～表7、自由回答も同アンケートです。

■ 中高年齢層の女性ほど「自分で商品を選びたい」

最初の調査の結果、8割の人はネットスーパーを利用していないことがわかりました。そこで、ネットスーパーを利用していない人に、その理由を聞きました。すると、1位は「実際に自分で商品を選びたい」38.7%、2位が「送料が高い」38.4%と、僅差で並びました。男女別では、どちらの項目も女性が男性より高く、特に「実際に自分で商品を選びたい」は男女差が最大で、女性が男性を8.1ポイント(以下、pt)上回っていました。女性のほうが実際に商品を手に取り、目で確かめたい傾向が強く、商品選びに厳しいことがうかがえます。

3位には「ネットスーパーをよく知らないから、なじみがないから」22.0%が入りました。認知度の低さも、利用頻度の低さにつながっていることがわかります。

性年代別では、「実際に自分で商品を選びたい」は年代が高いほど高くなる傾向が、「送料が高い」は、年代が低いほど高くなる傾向が見られました。ネットショッピングになじんでいる若年層ほど、実物を見ないまま購入することに抵抗がないと想像されます。若年層にとっては、実物を見ずに買うことより、送料の出費のほうに痛みとなるようです。男性の50代以下、女性の40代以下では、「実際に自分で商品を選びたい」よりも「送料が高い」のほうが高く、1位と2位とが逆転していました。

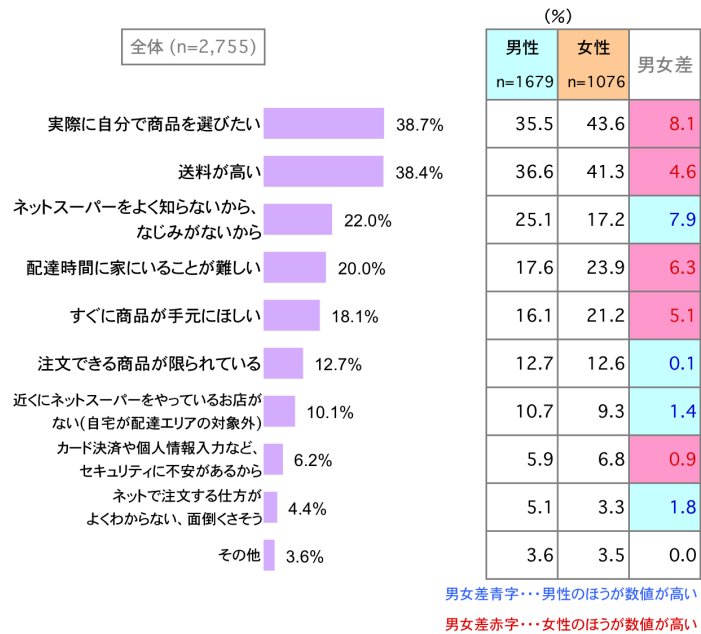
さらに、「その他」の自由回答には、「時間帯による割引商品が買えない」(女性・70代以上)、「その日の安い物が買えない」(女性・60代)などのコメントが見られました。タイムセールや見切り品など、実店舗の割引サービスを受けられないこともネットスーパーを敬遠する一因にあるようです。

■ 「重い荷物を自分で運ぶのが大変」…男性では4割、女性では？

今度は、店舗での買い物にどんな不満や不便を感じるかを聞きました。すると、1位は「重い荷物を自分で運ぶのが大変」47.7%、2位「天候の悪い日にお店まで行くのが大変」42.9%。上位2項目は40%を超え、またこの2つは、女性の数値が男性を上回りました。さらに、3位「店舗が遠い、近所に店舗がない」18.3%、4位「買い物をする時間がない」13.4%、5位「お店で買い物するのが面倒」12.7%という結果でした。この3項目は男性のほうが女性より高くなっていました。

1位の「重い荷物を自分で運ぶのが大変」は特に男女差が大きく、女性が19.4ptも上回っていました。男性40.0%に対し、女性では59.4%と約6割。多くの女性が日常の買い物で、重い荷物を運ぶのに苦労していることがわかります。

表2 「ネットスーパーを利用しない理由は何ですか」についての回答

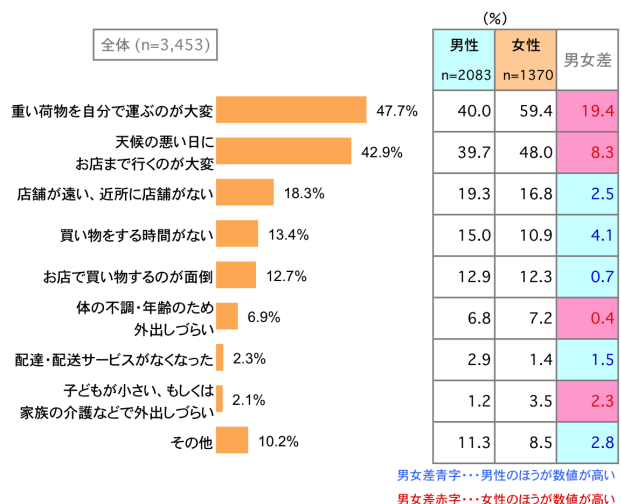


《性年代別》

	合計	実際に自分で商品を選びたい	送料が高い	ネットスーパーをよく知らないから、なじみがないから	配達時間に家にいることが難しい	すぐに商品が手元にほしい	注文できる商品が限られている	近くにネットスーパーをやっているお店がない	カード決済や個人情報入力など、セキュリティに不安があるから	ネットで注文する仕方がよくわからない、面倒くさそう
全体	2755	38.7	38.4	22.0	20.0	18.1	12.7	10.1	6.2	4.4
男性	1679	35.5	36.6	25.1	17.6	16.1	12.7	10.7	5.9	5.1
女性	1076	43.6	41.3	17.2	23.9	21.2	12.6	9.3	6.8	3.3
男性-20代	10	0.0	40.0	40.0	10.0	50.0	10.0	10.0	0.0	10.0
男性-30代	92	25.0	47.8	26.1	15.2	15.2	16.3	15.2	3.3	7.6
男性-40代	332	28.3	43.4	23.2	17.8	17.2	11.1	12.3	3.6	5.1
男性-50代	561	34.8	36.2	24.4	21.7	13.7	10.9	10.5	5.5	4.6
男性-60代	440	41.1	33.9	23.2	18.0	19.3	15.2	8.2	6.8	4.8
男性-70代以上	244	42.2	29.1	31.6	8.2	13.1	13.5	11.5	9.4	5.7
女性-20代	28	14.3	53.6	32.1	17.9	17.9	14.3	17.9	7.1	7.1
女性-30代	127	33.1	43.3	23.6	24.4	19.7	11.0	12.6	5.5	5.5
女性-40代	345	41.4	47.8	17.4	27.8	23.5	12.8	10.7	7.2	3.8
女性-50代	352	49.1	39.8	12.2	25.6	21.6	13.4	6.8	7.1	2.3
女性-60代	159	49.7	31.4	21.4	15.7	15.7	14.5	8.2	5.7	1.9
女性-70代以上	65	43.1	29.2	13.8	15.4	24.6	6.2	7.7	7.7	4.6

※n=30未満は参考値
全体 ■+10% ■+5% ■-5% ■-10% (%)

表3 「店舗での買い物で、不便な点、もしくは困っている点は何ですか」についての回答



■ 若年層ほど「お店で買い物するのが面倒」

表3の調査の結果を性年代別に見てみました。「重い荷物を自分で運ぶのが大変」と「天候の悪い日にお店まで行くのが大変」は、特に女性では年代によって変動が見られました。2項目とも20代で最も低いものの、「重い荷物を自分で運ぶのが大変」は30代で65.1%、「天候の悪い日にお店まで行くのが大変」は40代で52.0%と最も高く、以降は年代が上昇すると低くなる傾向がありました。重い荷物や悪天候で苦勞しているのは高齢層かと思いましたが、意外にも30代～50代で高くなっていました。子育てや家事を担う女性が増え、家族のため、買い物の質量が多くなる年代なのかもしれません。

一方で、「買い物をする時間がない」「お店で買い物するのが面倒」は、男

女ともに若年層で高く、高齢層ほど低い傾向がありました。「お店で買い物するのが面倒」は、男女の30代で最も高く、男性では20.3%、女性では18.9%といずれも約2割。最初の調査の結果(表1)で、若年層ほど「ネットショッピング」「ネットスーパー」が高くなっていましたが、その背景には“時間がない”“店で買うのが面倒”といった若い世代の特性もあると考えられそうです。

■ ネットスーパーなら重いものも届けてくれる！

今度は、ネットスーパーを利用している人に、ネットスーパーで買い物をする理由やメリットを聞きました。

最も多かったのは「重たいものを届けてくれる」の62.2%で、圧倒的1位。次いで、2位「買い物に行く時間を節約できる」36.4%、3位「天候が悪い日でも届けてくれる」34.7%、4位「夜間や早朝など、時間を気にせず注文できる」32.1%と並びました。4位までの項目はいずれも女性の数値が男性を上回りましたが、特に1位と3位は男女差が大きく、「重たい物を届けてくれる」は17.7pt差、「天候が悪い日でも届けてくれる」は10.3pt差。「天候が悪い日でも届けてくれる」は女性では40.6%で、「買い物に行く時間を節約できる」38.6%を上回り、2位と3位が逆転していました。

店舗での買い物で不便なことを聞いた前の調査の結果でも、「重い荷物を自分で運ぶのが大変」「天候の悪い日にお店まで行くのが大変」が特に女性で高くなっていましたが、ここでの結果はそれと合致しています。店舗での買い物で不満だったり不便だったりする問題点が、ネットスーパーでは解消されていることがわかります。

表4 「店舗での買い物で、不便な点、もしくは困っている点は何ですか」
についての回答（性年代別）

	合計 (n)	重い荷物を 自分で運 ぶのが大 変	天候の悪 い日にお店 まで行くの が大変	店舗が遠 い、近所に 店舗がない	買い物を する時間 がない	お店で 買い物する のが面倒	体の不調・ 年齢のため 外出しづ らい
全体	3453	47.7	42.9	18.3	13.4	12.7	6.9
男性	2083	40.0	39.7	19.3	15.0	12.9	6.8
女性	1370	59.4	48.0	16.8	10.9	12.3	7.2
男性-20代	13	38.5	23.1	46.2	46.2	23.1	7.7
男性-30代	123	41.5	37.4	21.1	27.6	20.3	4.1
男性-40代	417	38.6	40.0	18.9	20.4	15.6	6.0
男性-50代	699	40.3	39.6	19.9	19.7	14.2	5.9
男性-60代	536	39.7	40.1	17.0	8.2	9.1	6.2
男性-70代以上	295	41.4	40.0	20.7	1.7	9.5	12.2
女性-20代	33	45.5	36.4	24.2	21.2	15.2	0.0
女性-30代	175	65.1	48.6	17.1	9.1	18.9	5.1
女性-40代	435	60.7	52.0	17.2	12.9	14.7	7.4
女性-50代	451	59.9	46.6	15.5	12.2	10.9	7.8
女性-60代	196	55.1	45.9	16.8	6.6	6.1	5.1
女性-70代以上	80	53.8	42.5	17.5	2.5	6.3	15.0

※n=30未満は参考値

全体 ■ +10% ■ +5% ■ -5% ■ -10% (%)

表5 「ネットスーパーで購入する理由、利点は何ですか」
についての回答

	全体 (n=707)		
	男性 n=409	女性 n=298	男女差
重たいものを届けてくれる	54.8	72.5	17.7
買い物に行く時間を節約できる	34.7	38.6	3.9
天候が悪い日でも届けてくれる	30.3	40.6	10.3
夜間や早朝など、 時間を気にせず注文できる	30.8	33.9	3.1
送料が安い、もしくは割引などがある	21.5	21.1	0.4
家にあるものを確認しながら買える	13.2	15.1	1.9
お店が遠い	12.7	8.4	4.3
生鮮食品が買える	10.3	9.4	0.9
鮮度や品質の点で、(知っている)店舗 から送られてくるので安心だから	8.8	6.7	2.1
病気などで外出しづらい	3.9	9.1	5.1
子どもが小さい、もしくは 家族の介護などで外出しづらい	3.9	6.4	2.5
ネットショッピングで 食料品を買うのは不安	6.4	3.0	3.3
その他	2.0	2.7	0.7

男女差青字・・・男性のほうが数値が高い

男女差赤字・・・女性のほうが数値が高い

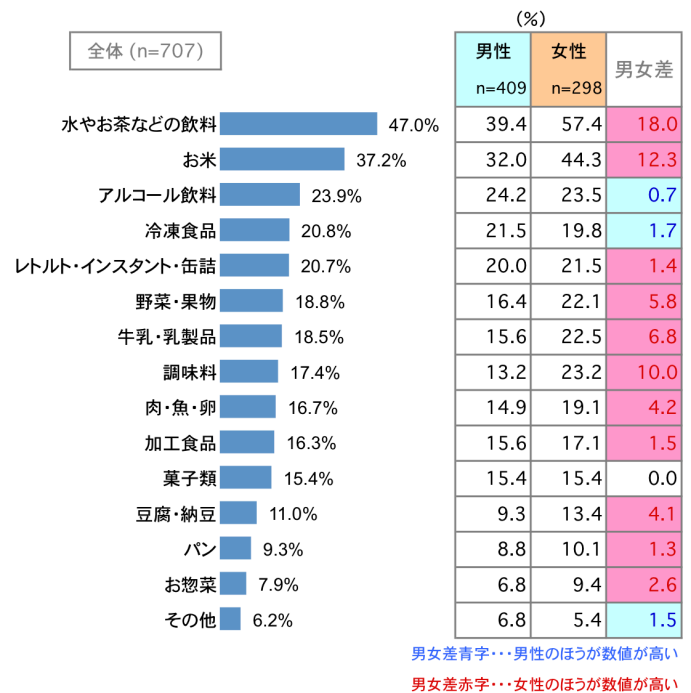
■ ネットスーパーでよく買う、男性11位・女性4位の食料品とは？

さらに、ネットスーパーでよく買う食料品は何かを聞きました。1位は「水やお茶などの飲料」47.0%、次いで2位「お米」37.2%、3位「アルコール飲料」23.9%という結果でした。4位に「冷凍食品」20.8%、5位「レトルト・インスタント・缶詰」20.7%と続きました。水や米、飲料、缶詰など、重いことに加え、消費期限があまり気にならない、日もちのする食品を購入している人が多いようです。

6位「野菜・果物」18.8%、7位「牛乳・乳製品」18.5%、9位「肉・魚・卵」16.7%など、鮮度の気になる食品は、やはり水や米より低くなっていました。とはいえ、2割近い人が野菜や牛乳を購入しています。利用機会が増えれば、生鮮食品の購入にも抵抗がなくなっていくのかもしれませんが。

男女差に注目すると、ほとんどの項目で女性のほうが高くなっていました。最も差が大きかったのは「水やお茶などの飲料」で18.0pt差。次いで、「お米」の12.3pt差、「調味料」の10.0pt差でした。「調味料」は女性では23.2%で、3位の「アルコール飲料」23.5%に僅差で続いています。男性では13.2%で11位なので、大きな違いです。醤油、みりん、酢など、調味料には実は重いものも多く、また鮮度も気にならないため、ネットスーパーを利用しやすいと考えられます。

表6 「ネットスーパーでよく注文する食料品は何ですか」 についての回答

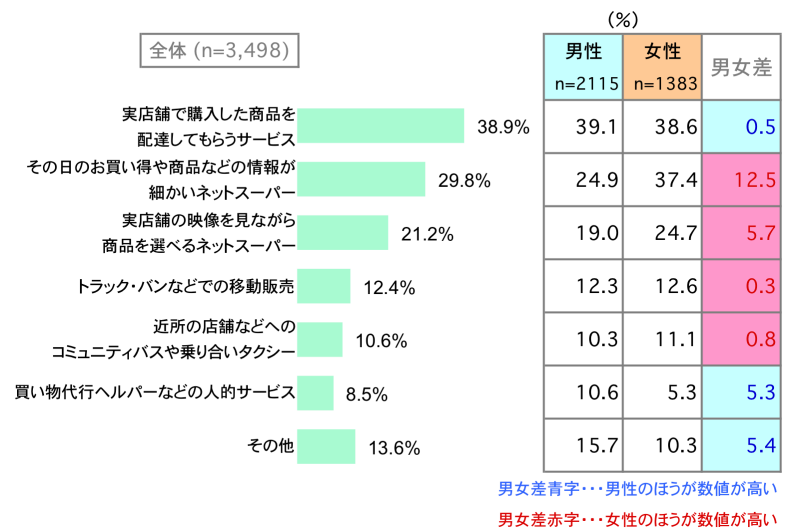


■ 食料品の買い物に求める理想のサービスは

最後に、食料品の買い物で利用したいサービスは何かを聞きました。1位は「実店舗で購入した商品を配達してもらうサービス」38.9%、2位「その日のお買い得や商品などの情報が細かいネットスーパー」29.8%、3位「実店舗の映像を見ながら商品を選べるネットスーパー」21.2%という結果でした。今回の調査から、ふだんの買い物に求める最大のポイントは、「自分で商品を選べる」「重いものを配達してもらえる」の2点だとわかりましたが、その2点がクリアされたものが理想の買い物スタイルであるようです。

男女別では、「その日のお買い得や商品などの情報が細かいネットスーパー」が最も男女差が大きく、女性のほうが12.5pt高くなっていました。その日の特売品やタイムセールなど、お得な商品情報や割引サービスが実店舗並みに受けられるなら、ネットスーパーはより幅広く利用されることになりそうです。

表7 「ふだんの食料品の買い物で、どんなサービスがあれば利用したいですか」 についての回答



株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先
(感想や取り上げてもらいたいテーマなどもお寄せください)
株式会社プラネット 広報部(角田、河合)
Tel : 03-6432-0482 / E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp