

平成 27 年（2015 年） 結果の概況

インターネットを利用した支出の状況

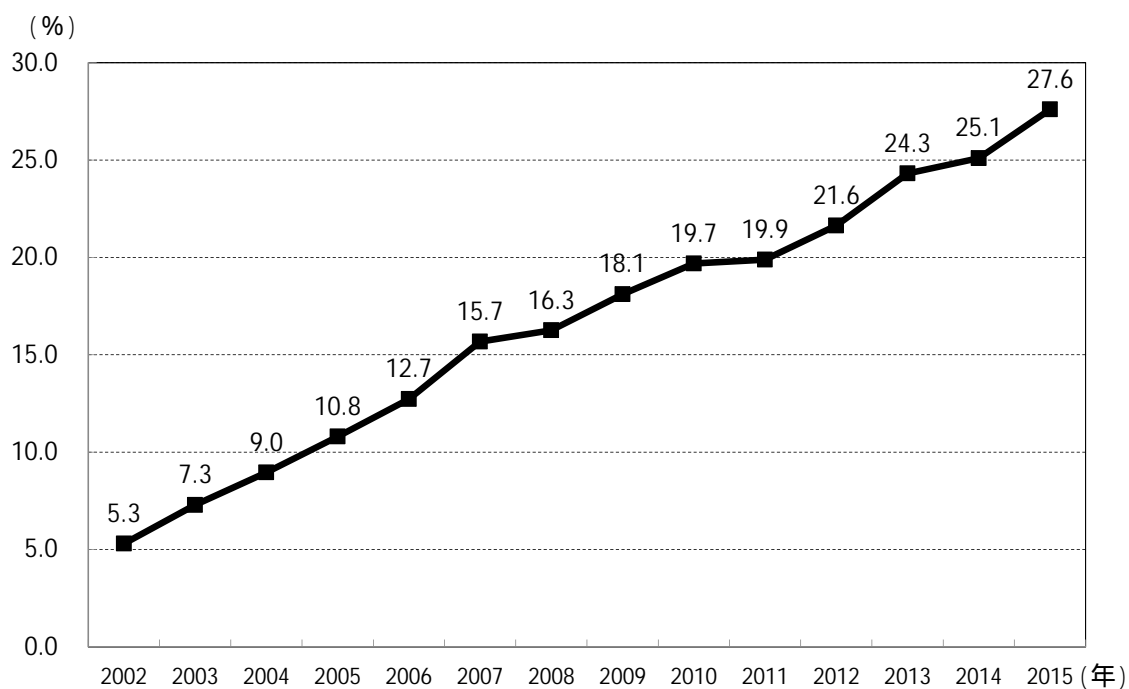
家計消費状況調査では、世帯におけるインターネットを通じた財（商品）やサービスの購入（以下「ネットショッピング」という。）の増加状況を踏まえ、ネットショッピングの実態を正確かつ詳細に把握するため、2015 年 1 月からネットショッピングの内訳についての調査を開始した。

そこで、これらの調査結果を基にネットショッピングの実態及び世帯属性別にみた特徴などについて見てみる。

1 ネットショッピングを利用した世帯の割合は 27.6%

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 2002 年は 5.3% だったが、2015 年には 27.6% と 5.2 倍となっている。また、前年に比べ、割合は 2.5 ポイントの上昇となっている。（図 - 1）

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） - 2015 年



2 ネットショッピングを利用した支出総額は，世帯主が 50 歳代の世帯が最も高く，年間で 15 万 6 千円

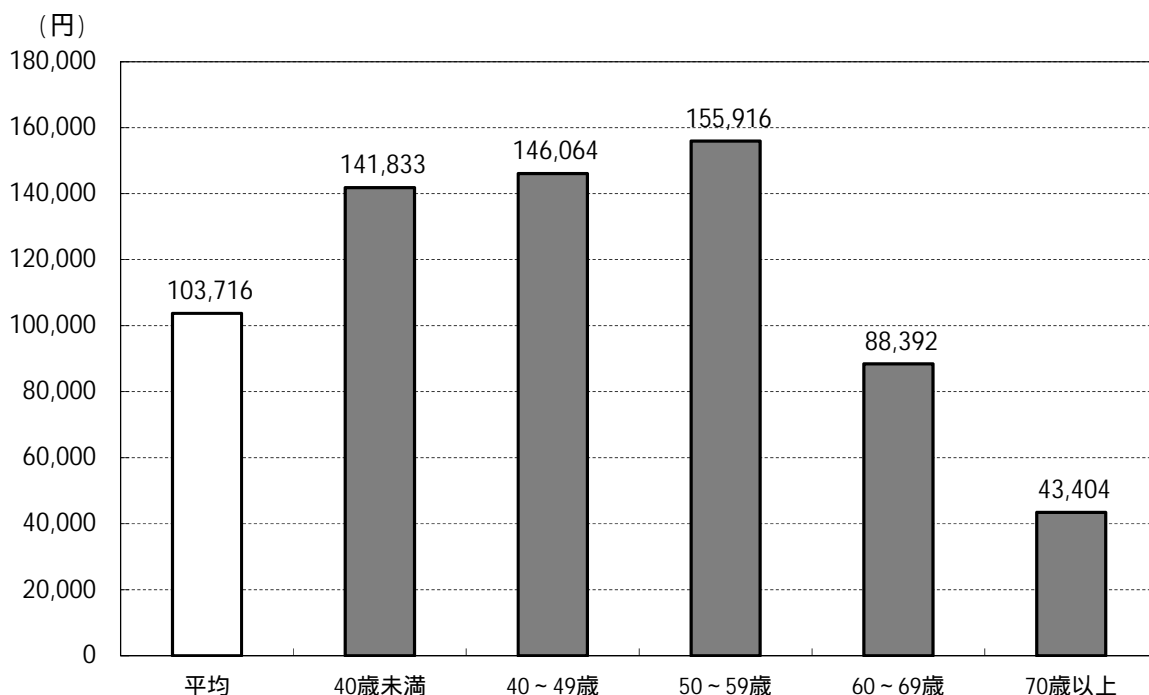
二人以上の世帯における 2015 年 1 年間のネットショッピングを利用した支出総額は 1 世帯当たり平均で 103,716 円となった¹。これを世帯主の年齢階級別に見ると，50 歳代が 155,916 円と最も高く，次いで 40 歳代（146,064 円）などとなっており，60 歳未満では 15 万円前後となっている。

一方，60 歳以上の高齢層は 60 歳代が 88,392 円，70 歳以上が 43,404 円と 60 歳未満の世帯に比べて低くなっている。（図 - 2）

この違いの主たる要因は，ネットショッピングを利用した世帯の割合の違いによるもので，同割合は 40 歳未満が 45.2%と最も高く，年齢階級が高くなるに従って低下しており，70 歳以上では 11.1%と 1 割程度に過ぎない。（図 - 3）

ただし，ネットショッピングを利用した世帯に限定した 1 年間のネットショッピングを利用した支出総額を計算してみると，70 歳以上は 387,804 円で，最も多い 50 歳代（407,988 円）とほぼ同水準の支出となっている。（図 - 4）

図 - 2 世帯主の年齢階級別 1 世帯当たりの年間のネットショッピングを利用した支出総額
（二人以上の世帯） - 2015 年



1 家計消費状況調査では，ネットショッピングについて，調査開始以降 2014 年 12 月までは「1 世帯当たり平均の支出総額のみ」を調査してきたが，2015 年 1 月に調査内容及び調査票を変更し，その内訳（22 区分の財・サービス）も把握できるようにした。

これにより，それまでは調査世帯の回答者の意識に入りにくかったものも含めインターネットによる購入について広く把握できるようになったため，ネットショッピングの 1 世帯当たり平均の支出総額については 2014 年 12 月以前の結果と時系列で比較する際は注意が必要である。

図 - 3 世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した世帯割合
 (二人以上の世帯) - 2015年

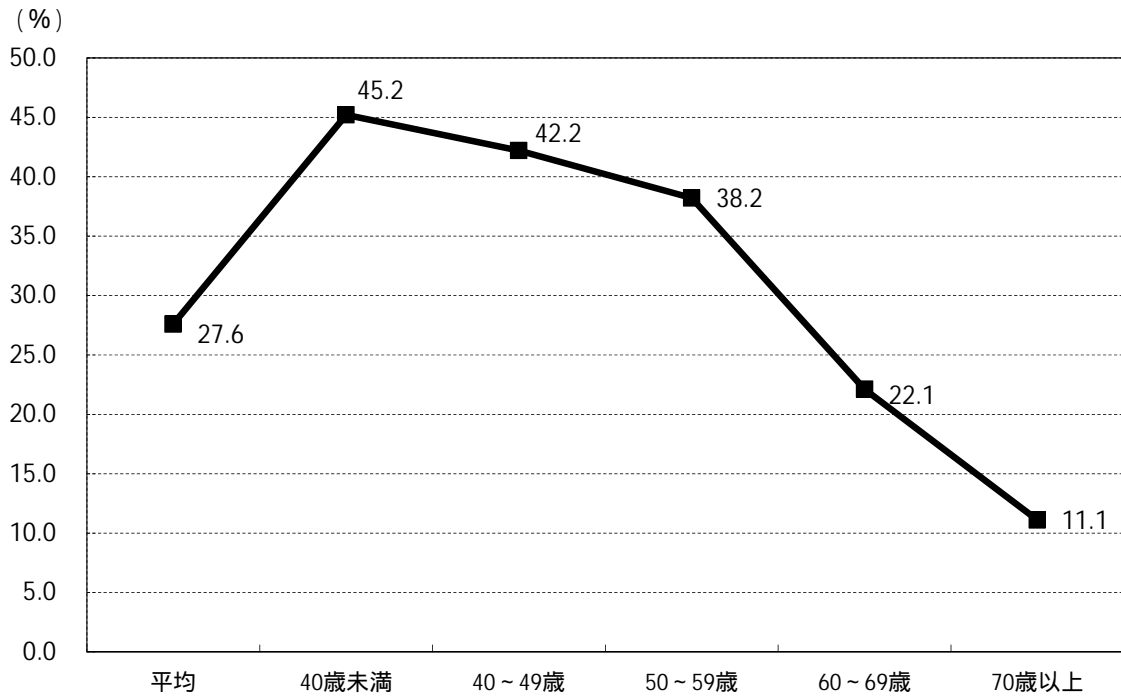
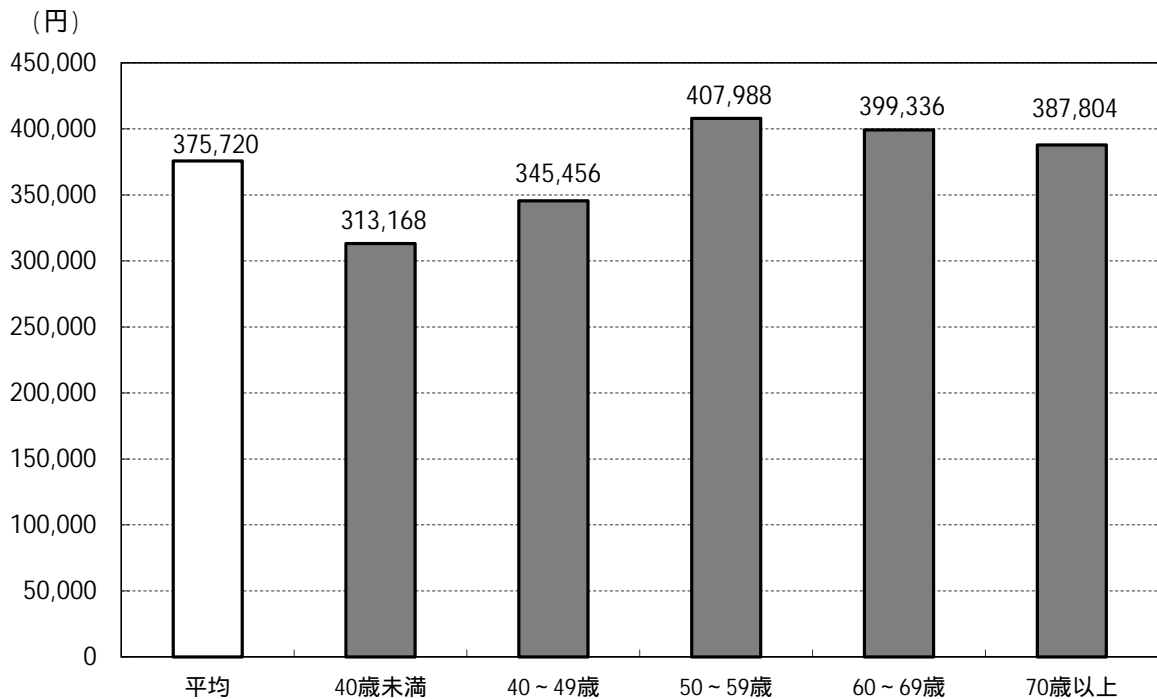


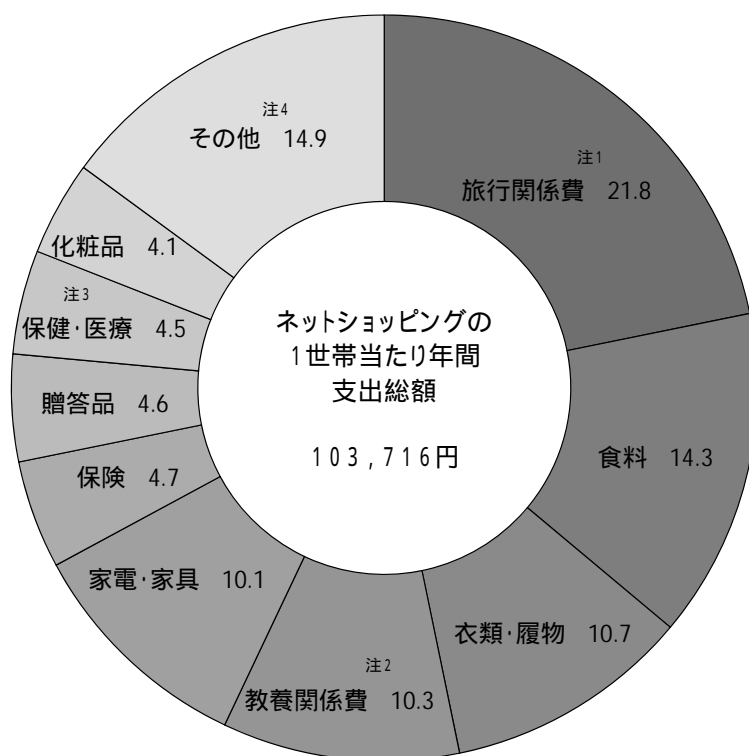
図 - 4 ネットショッピングを利用した世帯における世帯主の年齢階級別1世帯当たりの年間のネットショッピングを利用した支出総額(二人以上の世帯) - 2015年



3 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%

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支出総額の内訳を見ると、「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「教養関係費」が10.3%、「家電・家具」が10.1%などとなっている。(図 - 5)

図 - 5 ネットショッピングの項目別支出割合(%)
(二人以上の世帯) - 2015年



注1 旅行関係費：「宿泊料」、「運賃」及び「パック旅行費」の合計

注2 教養関係費：「書籍」、「音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト」、「デジタルコンテンツ」及び「チケット」の合計

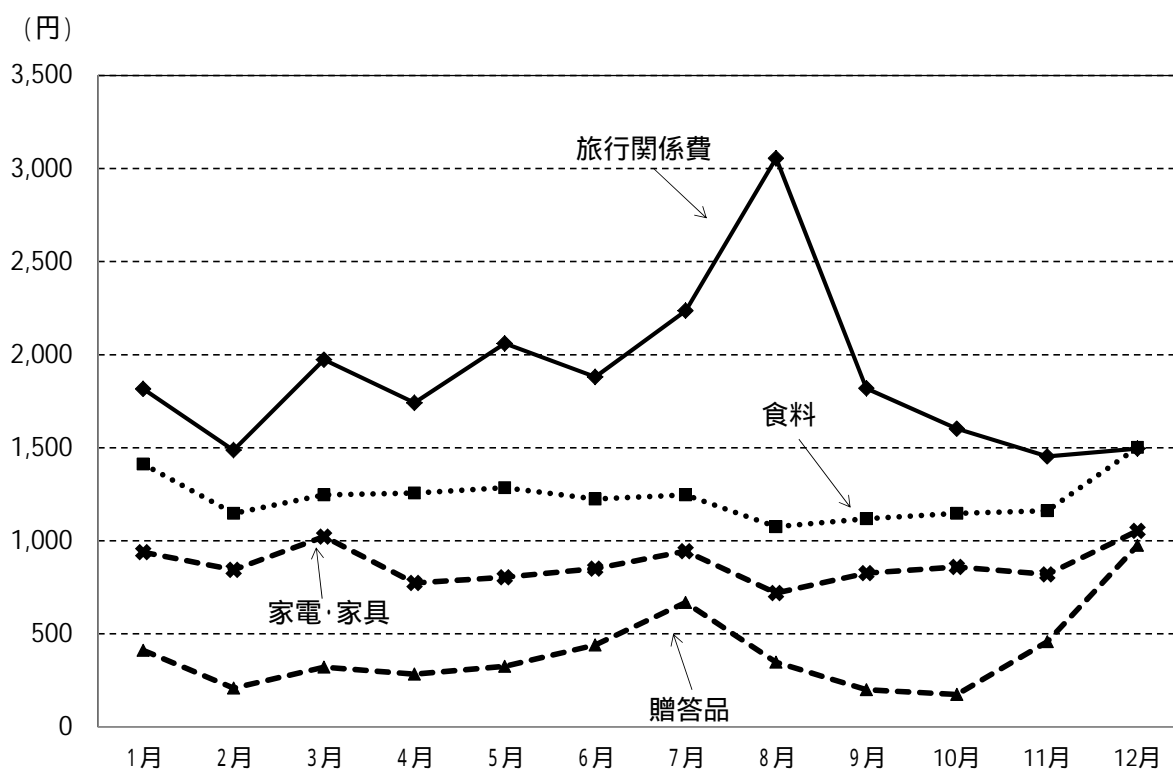
注3 保健・医療：「医薬品」及び「健康食品」の合計

注4 その他：「自動車等関係用品」及び「上記に当てはまらない商品・サービス」の合計

4 ネットショッピングでも「旅行関係費」は夏休み時期の8月の支出が最も高い

二人以上の世帯におけるネットショッピングの月別支出金額を見ると、「旅行関係費」は夏休み時期の8月が最も高くなっている。また、「食料」は年末の12月が高く、「家電・家具」はボーナスシーズンの12月、7月のほか、年度末の3月が、「贈答品」はお歳暮やお中元シーズンの12月と7月の支出が高くなっている。(図 - 6)

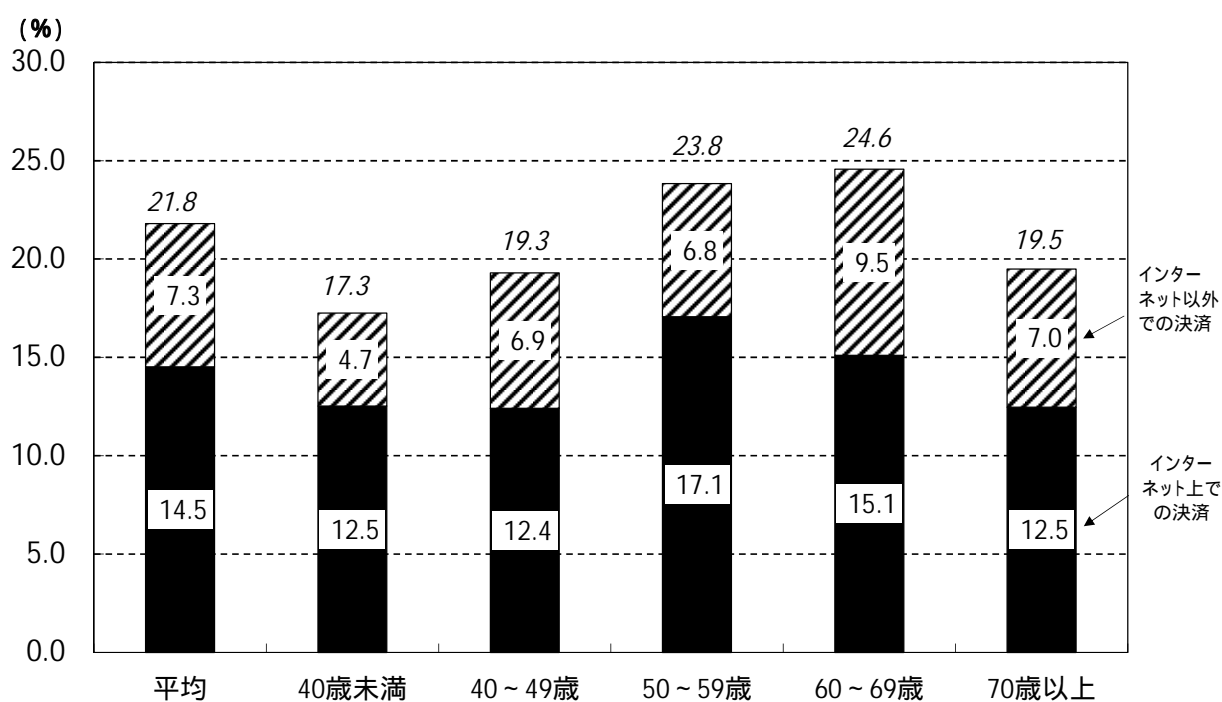
図 - 6 主な項目のネットショッピングを利用した月別支出金額
(二人以上の世帯) - 2015年



5 リタイア前後の60歳代で高い「旅行関係費」の割合

世帯主の年齢階級別に「旅行関係費」、「衣類・履物」、「保健・医療」の各項目について、ネットショッピング利用支出総額に占める割合について見てみると、「旅行関係費」（二人以上の世帯全体の平均は21.8%）では、60歳代が24.6%と最も高く、次いで50歳代が23.8%などとなっており、世帯主が職場から一度リタイアする前後で高くなっている。（図 - 7）

図 - 7 世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した支出総額に占める「旅行関係費」の割合（二人以上の世帯） - 2015年

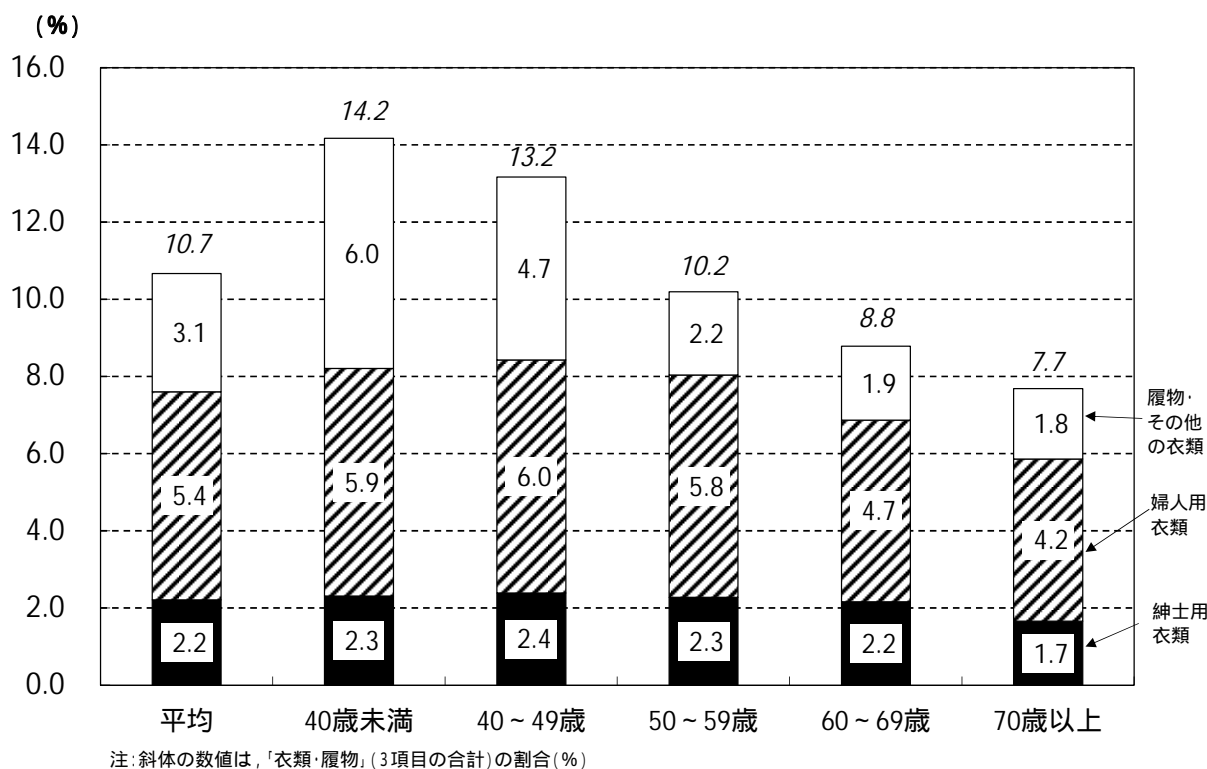


6 40歳未満の若年層で高い「衣類・履物」の割合

次に「衣類・履物」(二人以上の世帯全体の平均は10.7%)では、40歳未満が14.2%と最も高く、次いで40歳代が13.2%などとなっている。一方、高齢層では60歳代が8.8%、70歳以上が7.7%で、若年層の5～6割程度となっている。

さらに、「衣類・履物」の内訳(3項目)を見てみると、「履物・その他の衣類」において若年層と高齢層の差が大きく、40歳未満が6.0%となっているのに対して、60歳代と70歳以上は共に2%未満となっている。これは、「履物・その他の衣類」には子供用の衣類などが含まれていることによるもので、若年層ではこれらを中心にインターネットで購入している割合が高くなっているとみられる。(図 - 8)

図 - 8 世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した支出総額に占める「衣類・履物」の割合(二人以上の世帯) - 2015年

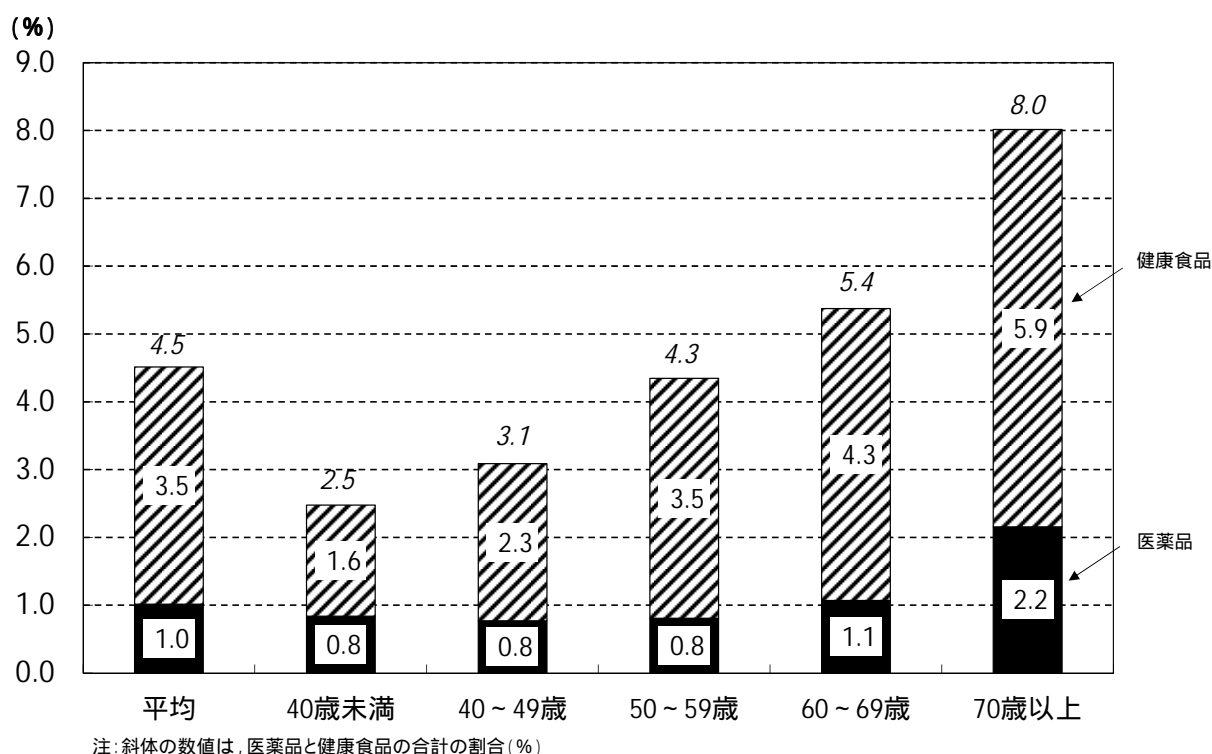


7 70歳以上の高齢層で高い「保健・医療」の割合

最後に、「保健・医療」(二人以上の世帯全体の平均は4.5%)では、70歳以上が8.0%と最も高く、次いで60歳代が5.4%などとなっている。一方、40歳未満は2.5%と70歳以上の3分の1未満で、「保健・医療」は高齢層と若年層の差が大きくなっている。

また、「医薬品」と「健康食品」に分けて見てみると、年齢間の差は「医薬品」に比べて「健康食品」の方が大きくなっている。(図 - 9)

図 - 9 世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した支出総額に占める「保健・医療」の割合(二人以上の世帯) - 2015年



8 ネットショッピングを利用した支出総額は、世帯主が153,144円

二人以上の世帯における2015年1年間のネットショッピングを利用した支出総額について見てみると、世帯主が153,144円と最も高く、次いで世帯主の配偶者が128,340円、その他の世帯員が55,548円となっている。