

[参考・10月（確報）]
インターネットを通じた
商品・サービスの購入に関する
意識調査結果

令和2年11月18日（水）



注) インターネットを通じた商品・サービスの購入に関する意識調査は、物価モニター調査の令和2年10月調査のみの設問であったため、令和2年10月調査から当該意識調査部分を抜粋し、確報として数値を更新した上で、参考として公表するものである。

1. 意識調査結果

インターネットを通じた商品・サービスを購入する際には、様々な購入方法があります。

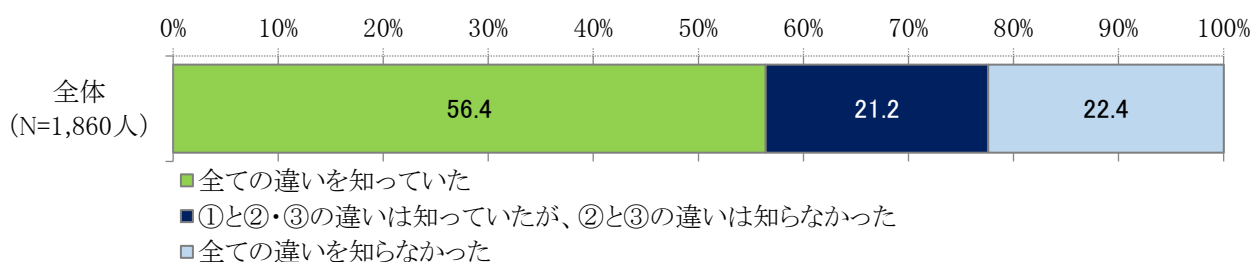
具体的には、以下のようなものがありますが、ここではその利用の状況等について伺います。

- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

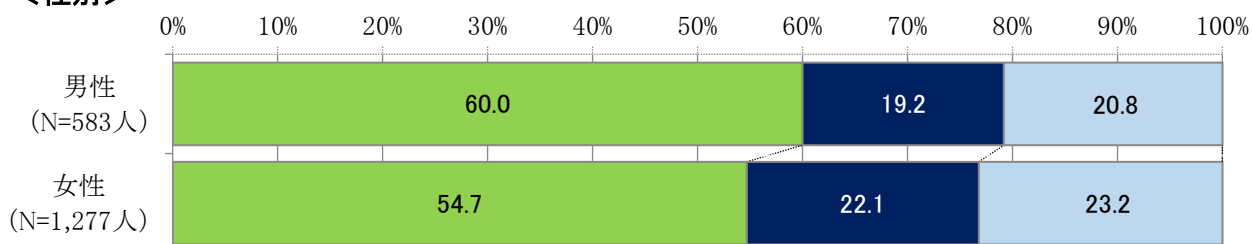
(※) デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等) やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等) など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

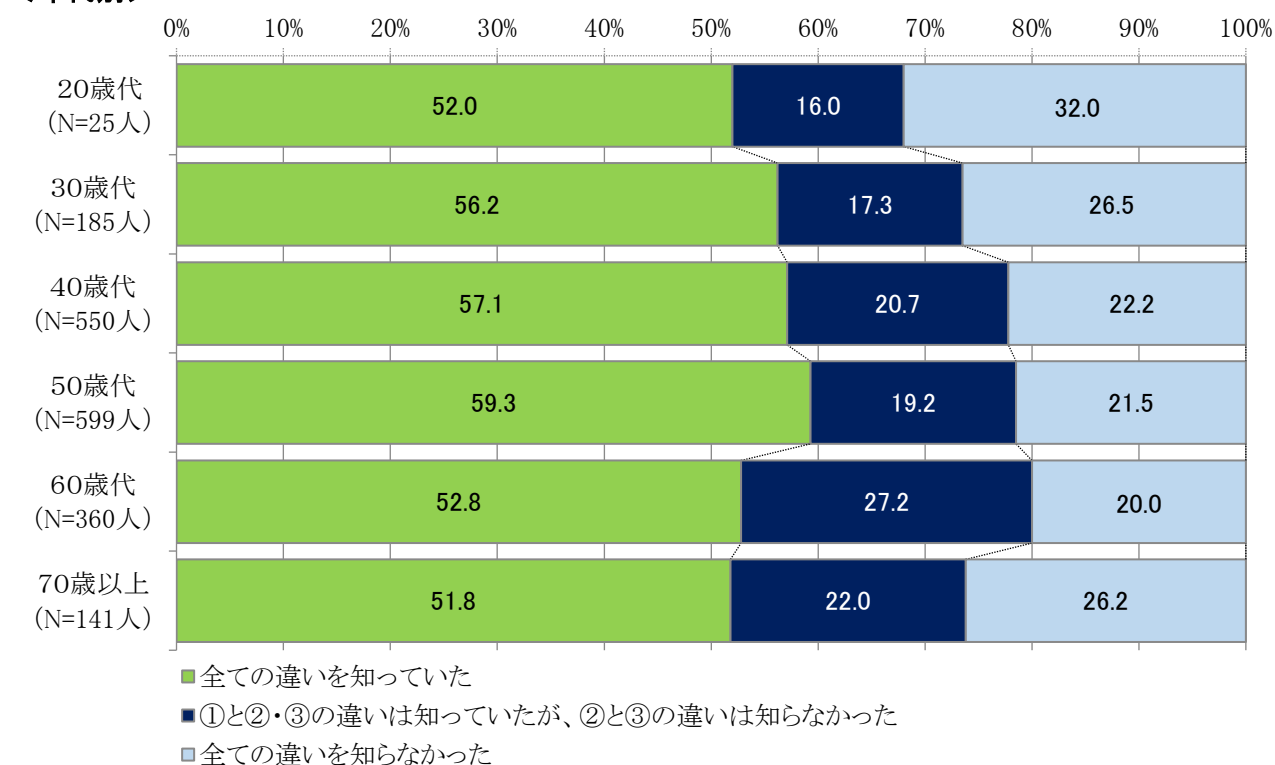
問1 インターネットを通じた商品・サービスの購入において、上記の①、②及び③の違いを御存知でしたか。当てはまるものを1つ選んでください。



<性別>



<年代別>

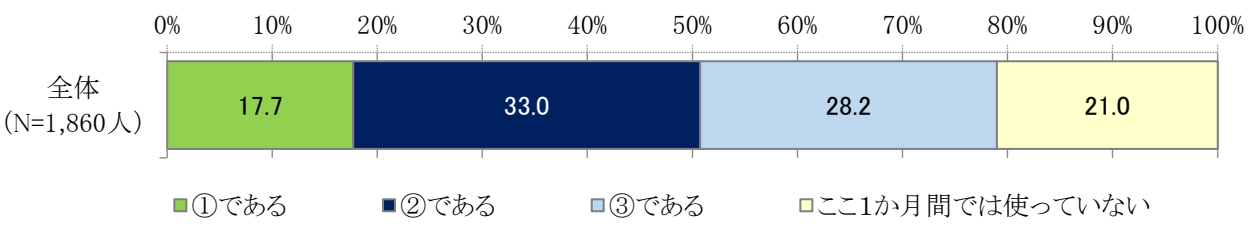


- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

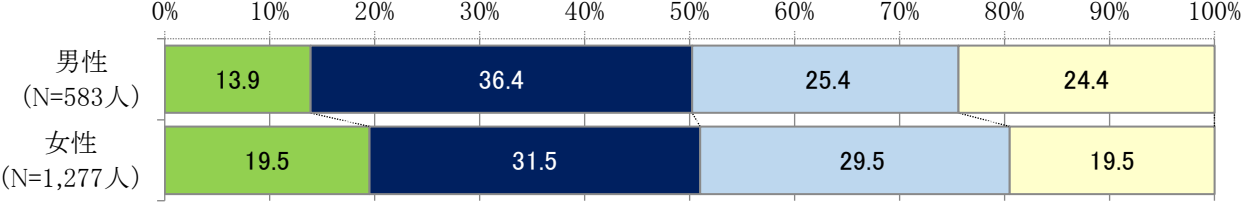
(※) デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等) やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等) など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

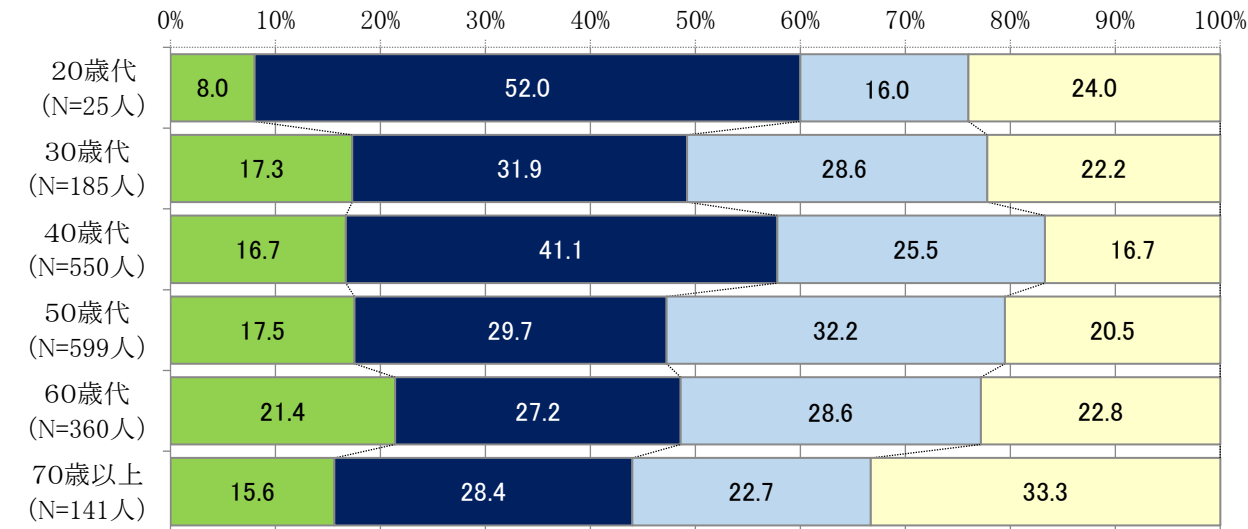
問2 ①、②及び③の方法で、ここ1か月間で最も使っているのはどの購入方法ですか。
当てはまるものを1つ選んでください。



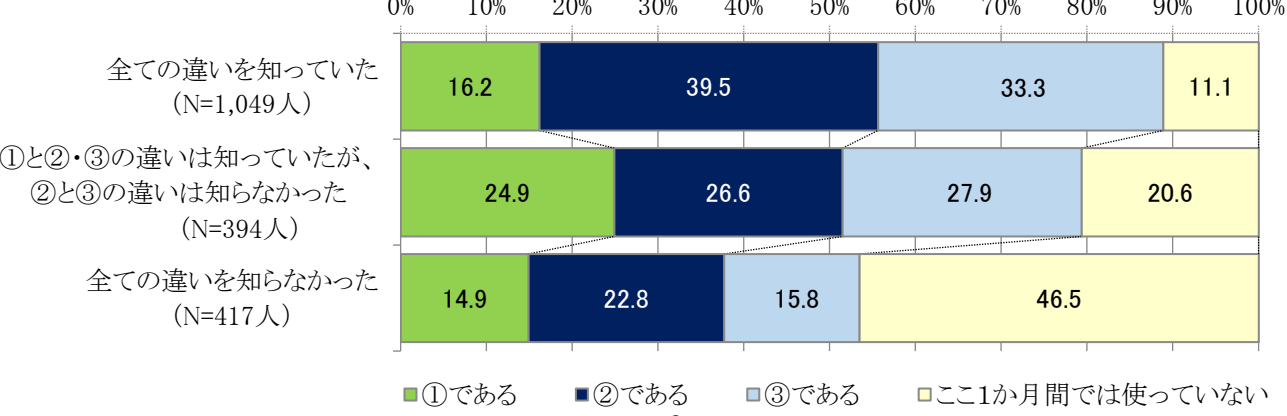
<性別>



<年代別>



<問1の回答別>



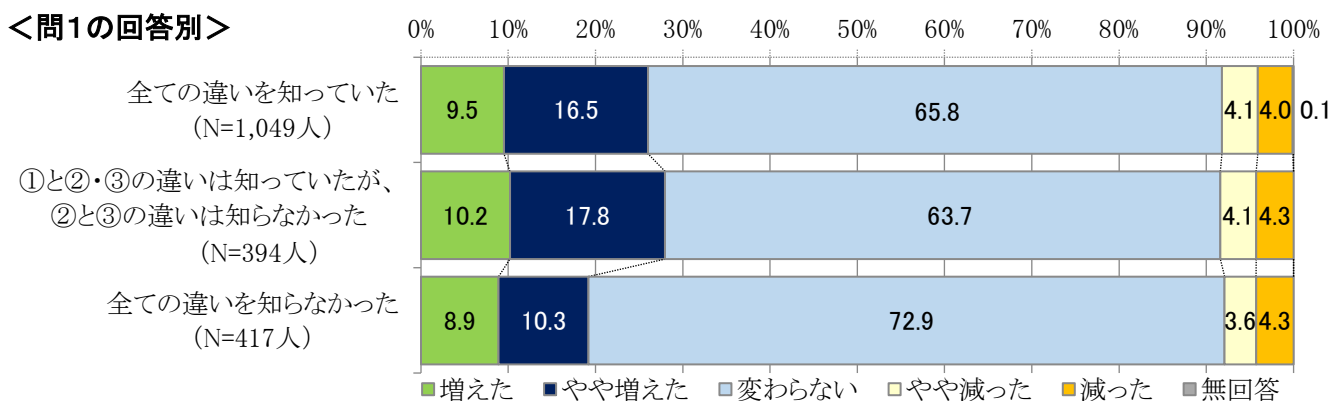
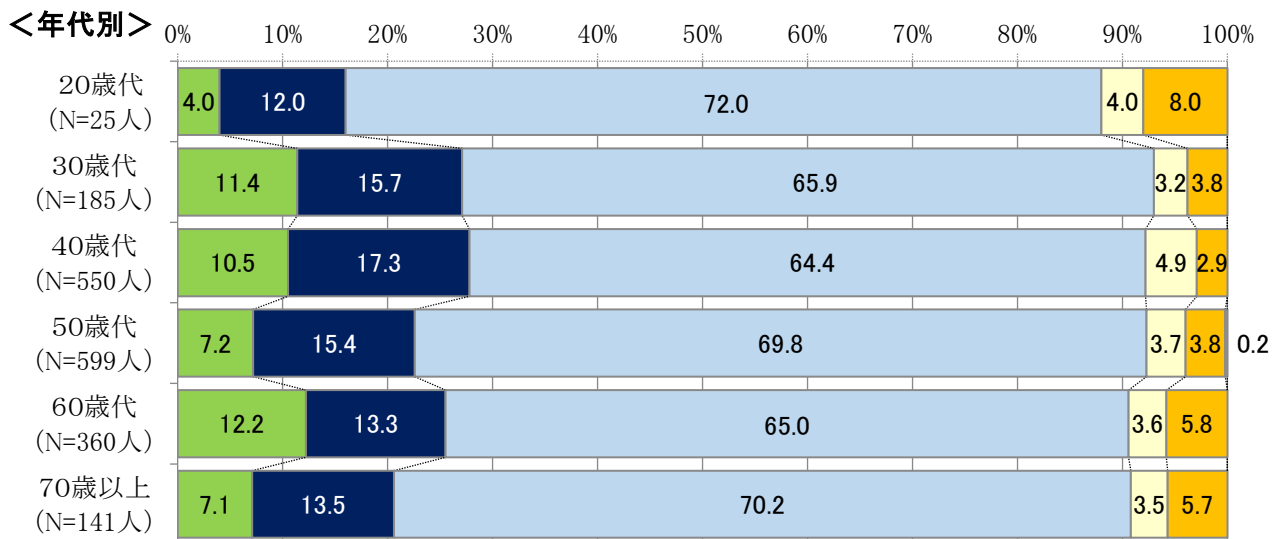
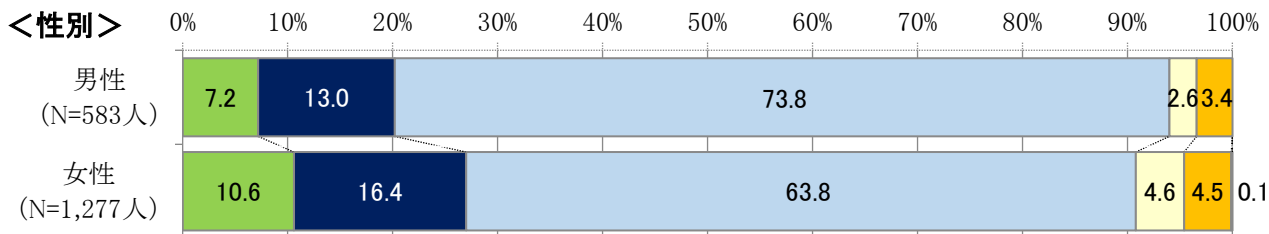
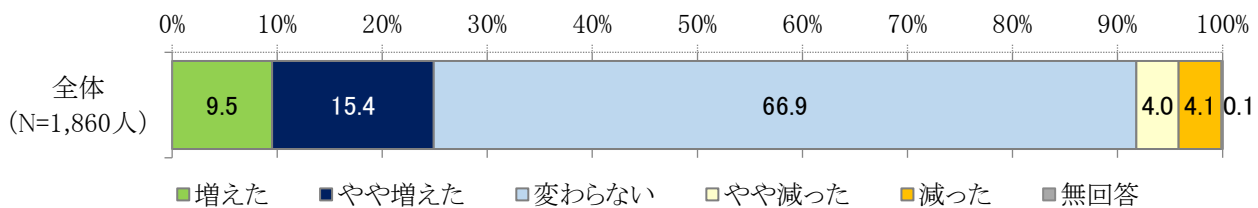
- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

(※)デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注)調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問3 1年前(2019年10月頃)と比べ、インターネットで商品・サービスを購入する回数は変わりましたか。
(1)~(2)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつ選んでください。

(1)①の方法で購入する場合



- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

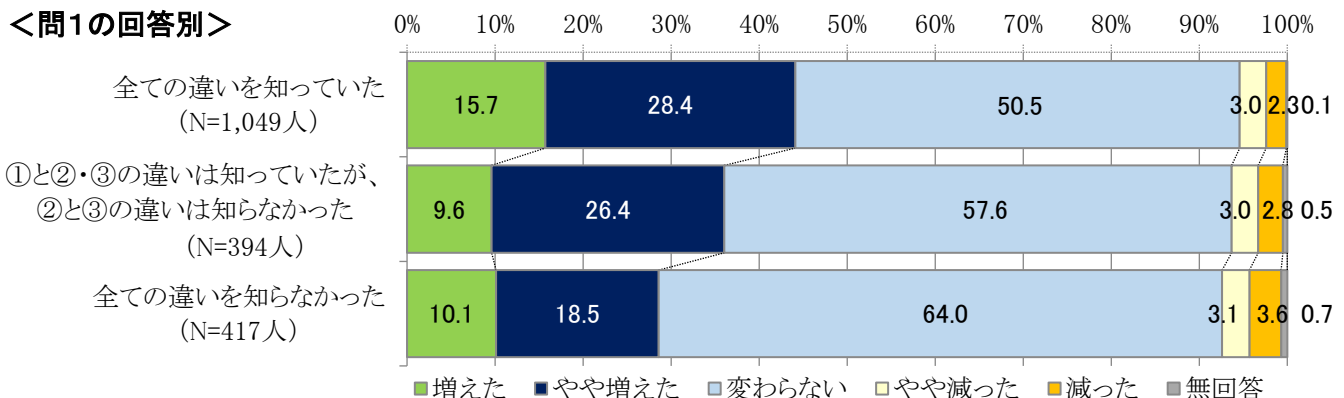
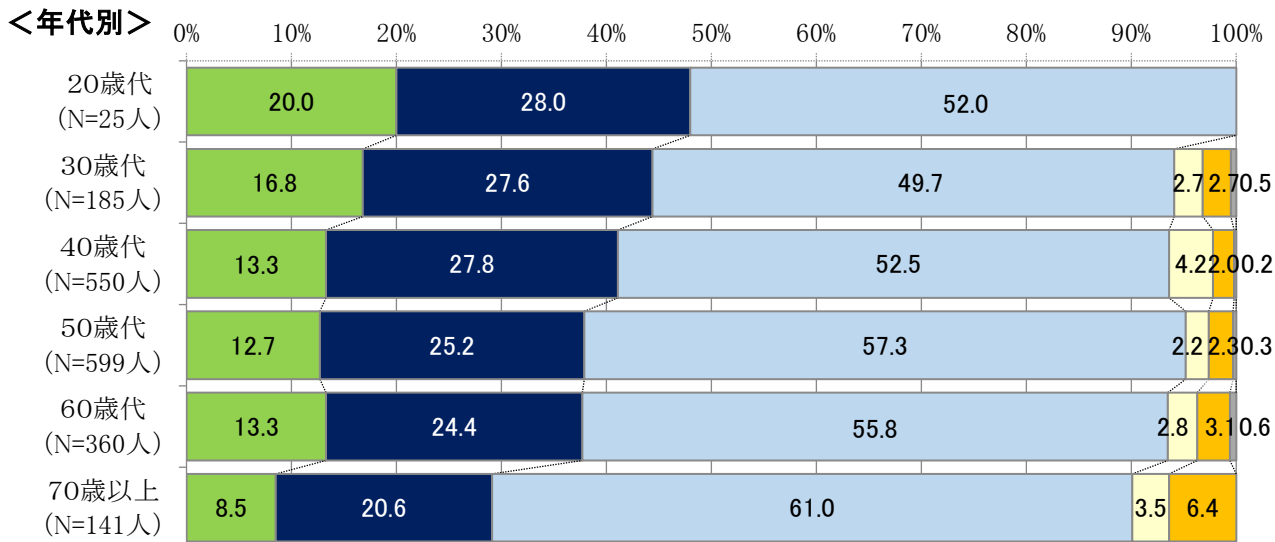
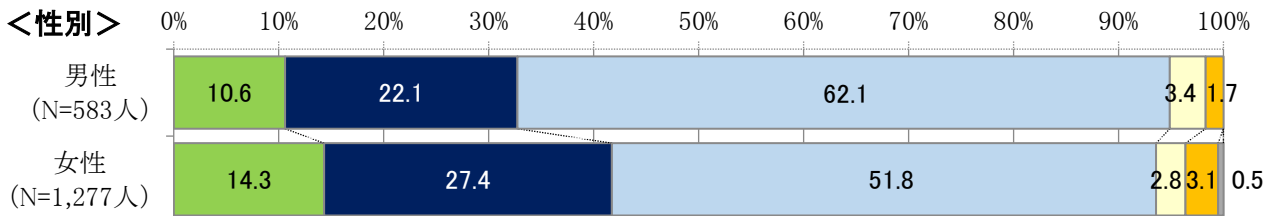
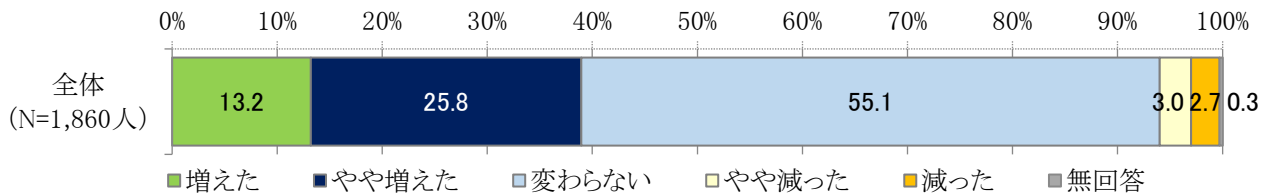
(※)デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注)調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問3 1年前(2019年10月頃)と比べ、インターネットで商品・サービスを購入する回数は変わりましたか。

(1)~(2)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつ選んでください。

(2)②及び③の方法で購入する場合



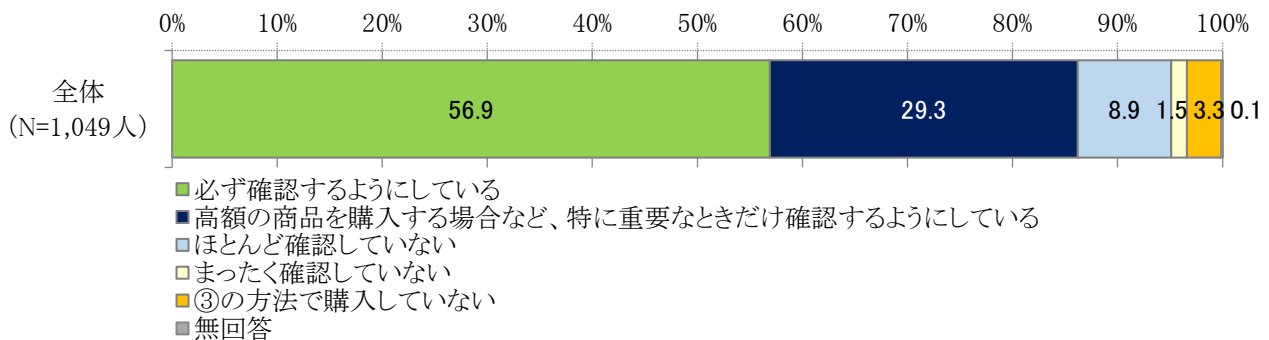
- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

(※)デジタル・プラットフォーム:インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

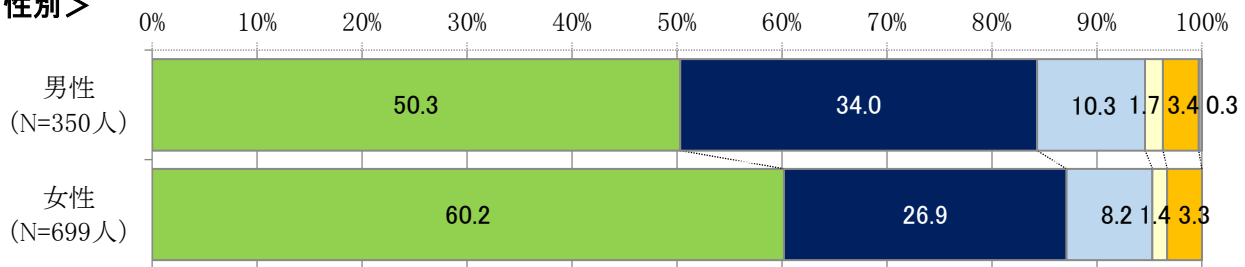
(注)調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問4 (問1で「1 全ての違いを知っていた」を選んだ方がお答えください。)

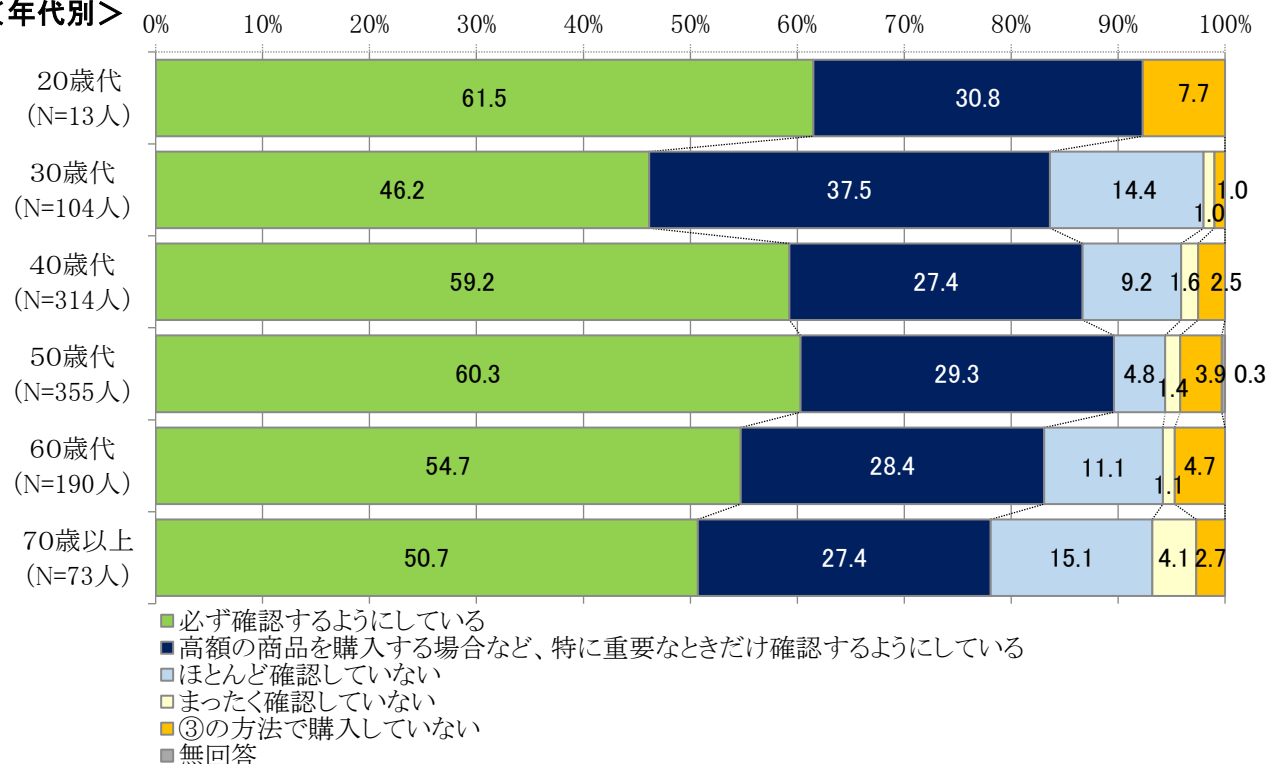
③の方法で購入する際に、個々の売主がどのような売主か(所在地、連絡先、販売者についてのレビュー等)を確認していますか。
 当てはまるものを1つ選んでください。



<性別>



<年代別>



2. 10月調査(確報)の回答者の属性

10月調査の回答者数:1,860人

①性別

男性	583人 (31.3%)
女性	1,277人 (68.7%)

②年齢

20～29歳	25人 (1.3%)
30～39歳	185人 (9.9%)
40～49歳	550人 (29.6%)
50～59歳	599人 (32.2%)
60～69歳	360人 (19.4%)
70歳以上	141人 (7.6%)

③職業

正社員	516人 (27.7%)
正社員以外の被雇用者	528人 (28.4%)
会社、団体などの役員	12人 (0.6%)
自営業	70人 (3.8%)
専業主婦・主夫	539人 (29.0%)
学生	7人 (0.4%)
無職	160人 (8.6%)
その他	28人 (1.5%)

④居住地方

北海道	80人 (4.3%)
東北地方	132人 (7.1%)
関東地方	634人 (34.1%)
北陸甲信越地方	116人 (6.2%)
中部地方	222人 (11.9%)
近畿地方	304人 (16.3%)
中国地方	116人 (6.2%)
四国地方	60人 (3.2%)
九州・沖縄地方	196人 (10.5%)

⑤居住形態

単身	140人 (7.5%)
二人暮らし	622人 (33.4%)
三人暮らし	533人 (28.7%)
四人暮らし	411人 (22.1%)
五人以上	154人 (8.3%)

⑥世帯年収

300万円未満	273人 (14.7%)
300～500万円	506人 (27.2%)
500～700万円	487人 (26.2%)
700～1,000万円	384人 (20.6%)
1,000万円以上	209人 (11.2%)