

2014年3月3日

報道関係各位



## 宅配サービスに関する消費者実態調査2014

### 調査結果のトピックス一覧

#### == 宅配サービスの利用実態 ==

宅配サービスを利用したきっかけ 20代の3割「妊娠・出産」、50代の3割弱「ご近所さんのクチコミ」  
宅配サービス利用頻度 現在利用中の人では「週に1回以上」が7割強  
宅配サービス利用者の7割弱が「冷凍食品を毎月購入」  
ママが宅配サービスで購入するご褒美商品 「スイーツ」「衣類」「化粧品」  
収入アップなら購入頻度が増加しそうな商品 2位に「肉類」

#### == 宅配サービスのメリット ==

宅配サービスの3大メリットとは？ 「買い物の時短化」「玄関先まで配達」「じっくり品定め」  
宅配サービス利用者の3割半が「ネットやアプリで注文」の利便性を評価  
店頭販売より宅配サービスの食品の方が魅力的だと実感するポイント 「安全・安心」「国産の食品」  
“宅配サービスがあって良かった”と感じたシーンは？ 「子育て・妊娠」「体調不良」「悪天候」「仕事が多忙」

#### == 消費税増税、応援消費・絆消費 ==

“今年4月の消費税増税は仕方ないと思う”約4割、そう思わない層が約6割  
増税後は家計の引き締め不可避？ 「財布の紐が固くなる」9割強  
“東北復興応援消費を増やしたい”50代の8割  
“絆消費を増やしたい”20代の8割

#### == 宅配サービス事業者への期待 ==

宅配サービス事業者に「大地震など災害時に地域での助け合い支援」を期待 4割  
20代ママが期待する生活支援は「育児支援」「節約支援」「子どもの教育支援」「貯蓄支援」  
宅配サービスの配達員だったらママのデンシヨンが上がるタレント 1位「向井理」さん

このたび、日本生活協同組合連合会(略称:日本生協連、会長:浅田克己)は、2014年2月5日～2月7日の3日間、宅配サービスの利用経験があり、子どもと同居している20歳～59歳の女性に対し、「宅配サービスに関する消費者実態調査2014」をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)で実施し、1,000名の有効サンプルの集計結果を公開しました。(調査協力会社:ネットエイジア株式会社)

※ここでいう「宅配サービス」とは、指定した場所(自宅や職場など)へ食材・生活用品などを配達してくれるサービス(食材配達サービス、ネットスーパー、生協の宅配など)を指します。出前・デリバリー(宅配ピザや宅配寿司など)、通販サイトなどでの名産品・スイーツ、本・CDなどの取り寄せは除きます。

## 調査結果のレポート

### ==宅配サービスの利用実態==

◆ **宅配サービスを利用したきっかけ 20代の3割「妊娠・出産」、50代の3割弱「ご近所さんのクチコミ」**

◆ **宅配サービス利用頻度 現在利用中の人では「週に1回以上」が7割強**

宅配サービスの利用経験があり、子どもと同居している20歳～59歳の女性(全対象者:1,000名)に、宅配サービスを利用したきっかけを聞いたところ、最多は「チラシ・パンフレット」(31.1%)で、以下、「妊娠・出産」(20.2%)、「ご近所の方のクチコミ」(16.6%)、「営業担当の熱意」(14.1%)、「家族に勧められた」(13.6%)が続きました。

年代別にみると、若い年代では「妊娠・出産」が高く、20代30.0%、30代27.2%となっています。また、「ご近所の方のクチコミ」の割合は年代が上がるほど高く、20代9.2%、30代10.4%、40代19.6%、50代27.2%となりました。50代の3割弱は、近所の方のクチコミをきっかけに宅配サービスを利用し始めたようです。

続いて、宅配サービスの利用頻度を聞いたところ、宅配サービスを現在利用している人(479名)では「週に1回以上」が7割強(72.9%)となりました。

◆ **宅配サービス利用者の7割弱が「冷凍食品を毎月購入」**

◆ **ママが宅配サービスで購入するご褒美商品「スイーツ」「衣類」「化粧品」**

◆ **収入アップなら購入頻度が増加しそうな商品 2位に「肉類」**

宅配サービスを利用する際、どのような商品を定番として購入しているのでしょうか。また、自分にご褒美をあげたい時にはどのような商品を購入しているのでしょうか。

宅配サービスを現在利用している人(479名)に、《毎月購入しているもの》を聞いたところ、「冷凍食品」(68.7%)や「加工食品(瓶詰、缶詰、調味料、即席麺、レトルト食品など)」(50.9%)といった食品は過半数の人が毎月購入していることがわかりました。また、「肉類」(45.9%)、「野菜・キノコ類」(43.8%)、「魚介・海藻類」(42.8%)といった食材類は4割台で続きました。毎日の生活に必要な食品・食材が、宅配サービスの“定番商品”となっているようです。

次に《自分へのご褒美として購入したことがあるもの》を聞いたところ、「デザート・スイーツ・菓子」が7割弱(67.8%)で最多となりました。以下、「衣類」(24.0%)や「化粧品」(16.1%)、「酒類」(10.9%)、「果物」(6.7%)が“ご褒美商品”の上位となりました。

また、《世帯収入が増加したら、購入頻度が増加傾向になりそうなもの》では、「デザート・スイーツ・菓子」(35.7%)、「衣類」(24.0%)、「果物」、「酒類」(ともに18.0%)など、“ご褒美商品”が上位回答に挙がりました。また、2位には“定番商品”上位の「肉類」(31.3%)がランクインしました。

### ==宅配サービスのメリット==

◆ **宅配サービスの3大メリットとは? 「買い物の時短化」「玄関先まで配達」「じっくり品定め」**

◆ **宅配サービス利用者の3割半が「ネットやアプリで注文」の利便性を評価**

◆ **店頭販売より宅配サービスの食品の方が魅力的だと実感するポイント「安全・安心」「国産の食品」**

◆ **“宅配サービスがあって良かった”と感じたシーンは? 「子育て・妊娠」「体調不良」「悪天候」「仕事が多忙」**

宅配サービスを利用している人は、どのようなメリットを実感しているのでしょうか。宅配サービスを現在利用している人(479名)に、便利だと感じている点を聞いたところ、「買い物に行く時間・手間を省ける」(65.8%)、「玄関先まで運んでくれて、重いものを持ち運ばなくてよい」(64.1%)、「自宅でじっくり品定めができる」(60.3%)が6割台でトップ3となりました。これらは“宅配サービスの3大メリット”と言えるのではないのでしょうか。

以下、「不在時でも受け取れる」が4割(40.9%)、「インターネットやスマホアプリで注文できる」が3割半(36.7%)、「定期的に配達してくれる」(32.2%)が3割強で続き、利便性を高めるサービスにも支持が集まりました。また、4人に1人(26.1%)が「品揃えが豊富である」ことのメリットを実感しているようです。食品から衣類、化粧品まで、多岐にわたる商品を購入できることも、宅配サービスの便利なところと考えられているようです。

宅配サービスの“定番商品”の上位を食品が占めていますが、利用者はどのような点に魅かれているのでしょうか。

全対象者(1,000名)に、店頭販売で扱っている食品と比べて、宅配サービスで購入する食品はどのようなところが魅力的か聞いたところ、最も多かったのは「安全・安心」で、3人に1人の割合(32.5%)となりました。他にも、「国産の食品が揃

## 調査結果ニュースリリース



っている」(23.9%)、「無添加・無農薬のものが選べる」(16.7%)、「生産地・加工工場などの情報が分かる」(14.4%)といった食の安全に関する魅力や、「おいしい」(22.8%)や「新鮮」(17.7%)など、食品の品質に関する魅力が上位に挙がりました。

就業状況別にみると、フルタイム勤務をしている人は利便性に魅力を感じるようで、「調理方法や食べ方が分かる」(30.9%)や「レシピに合わせたセットがある」(21.8%)、「お弁当に使いやすいセットがある」(16.4%)といった項目で割合が高くなっています。手軽に手作りができるように料理をサポートしてくれるところが、ワーキングママにとって魅力的なようです。

では、宅配サービスの良さを実感する場面とはどのような時なのでしょう。

全対象者(1,000名)に、宅配サービスがあつて良かったと感じたのはどのようなシーンか聞いたところ、「子どもが小さい時」が6割(60.2%)で最も高く、次いで「出産後」が4割半(43.3%)、「体調不良時」(38.8%)、「悪天候時」(37.8%)、「妊娠中」(35.0%)、「仕事が忙しい時」(34.4%)が3割台で続きました。

出産前後や乳幼児をかかえる時期など、買い物に行くこと自体が負担になりやすい場面では、“宅配サービスの3大メリット”や食の安全・安心の重要性をより実感するのかもしれない。

==消費増税、応援消費・絆消費==

### ◆ “今年4月の消費増税は仕方ないと思う”約4割、そう思わない層が約6割

#### ◆ 増税後は家計の引き締め不可避？「財布の紐が固くなる」9割強

全対象者(1,000名)に、今年4月に迫った消費増税に関する意識について聞きました。

《2014年4月消費増税は仕方ないと思う》について、『そう思う(計)』(非常に+やや)割合は約4割(41.3%)、『そう思わない(計)』(全く+あまり)割合は約6割(58.7%)となりました。消費増税に対して納得できない層が多数派のようです。

次に、《2014年4月消費増税後は財布の紐が固くなる》については、『そう思う(計)』割合は9割強(92.3%)となり、増税後は家計を引き締めようと思っている人が大多数となりました。

では、宅配サービスの利用者は、増税後、具体的にどのような商品の購入を控えようと思っているのでしょうか。

宅配サービスを現在利用している人(479名)に対し、2014年4月消費増税後、宅配サービスでの購入頻度が減少傾向になりそうなものを聞いたところ、最多回答は「デザート・スイーツ・菓子」(25.3%)、次いで「衣類」(22.3%)と、“ご褒美商品”として1位・2位となっていた商品が挙がりました。

### ◆ “東北復興応援消費を増やしたい”50代の8割

#### ◆ “絆消費を増やしたい”20代の8割

2014年3月11日で、東日本大震災の発生から3年が経過します。そこで、“東北復興応援消費”や“絆消費”に関する意識について聞きました。

まず、《東北復興応援消費を増やしたい》について、『そう思う(計)』割合は7割半(74.3%)となりました。

年代別にみると、高い年齢層で『そう思う(計)』割合は高く、20代66.8%、30代75.6%、40代74.4%、50代80.4%となっています。

《家族や大切な人とのつながりを大事にするための絆消費(誕生日プレゼント・家族行事など)は増やしたい》については、『そう思う(計)』割合は7割(70.9%)となりました。

年代別にみると、こちらは若い年代で『そう思う(計)』割合が高い傾向で、20代80.4%、30代73.6%、40代66.0%、50代63.6%となっています。

どの世代も絆を大切に考えていることがわかりました。世代ごとの特徴としては、若年層は身近な人とのつながりを大切にしていきたいという意識がより高く、年代が高い層は社会全体のつながりにも意識を向けている傾向が高いようです。

==宅配サービス事業者への期待==

### ◆ 宅配サービス事業者に「大地震など災害時に地域での助け合い支援」を期待 4割

#### ◆ 20代ママが期待する生活支援は「育児支援」「節約支援」「子どもの教育支援」「貯蓄支援」

全対象者(1,000名)に、暮らしに役立つ支援やサービスとして、宅配サービス事業者に今後期待することは何か聞いたところ、最も支持を集めたのは「安全・安心な食品が届くサービス」で、4人に3人の割合(75.2%)となりました。宅配サービスの食品は安全・安心が魅力という結果になっていましたが、これからもそれが継続・発展することを消費者は期待し

## 調査結果ニュースリリース



ているようです。その他には、「節約ができるサービス」(41.9%)や「貯蓄ができるサービス」(24.5%)といった家計のやりくり支援や、「大震災などの災害時に地域で助け合えるサービス」(40.1%)や「防災支援」(25.5%)といった災害対策支援、「育児支援」(35.9%)や「高齢者支援」(29.8%)といった福祉面での支援などが上位に挙がりました。宅配サービス事業者は、様々な場面で消費者の生活を支える取り組みを期待されているようです。

年代別にみると、20代では「育児支援」(64.0%)や「節約ができるサービス」(42.4%)、「子どもの教育支援」(40.4%)、「貯蓄ができるサービス」(32.0%)といった項目の割合が高くなっています。駆け出しママが多い20代は、出産前後に重宝した宅配サービス事業者が教育面や家計面でもアシストしてくれることを求めているのかもしれません。

### ◆ 宅配サービスで配達員だったらママのテンションが上がるタレント 1位「向井理」さん

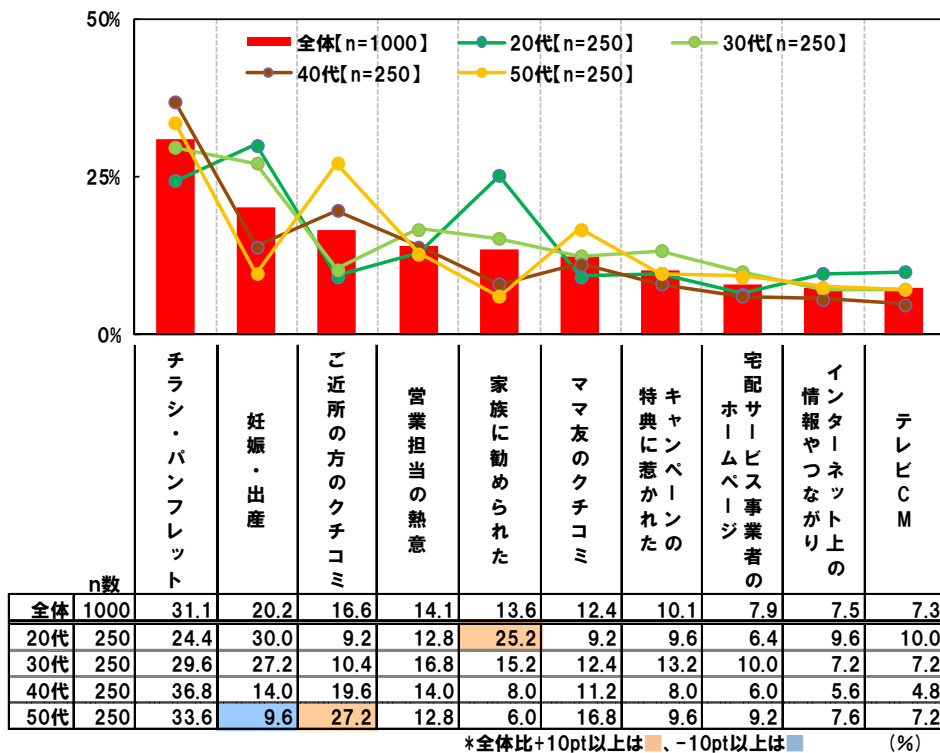
最後に、宅配サービスの配達員として来てくれたらテンションが上がるタレントを、自由回答形式で募ったところ、1位は「向井理」さん(49件)、2位は「福山雅治」さん(37件)、3位は「三浦春馬」さん(31件)となりました。

年代別にみると、20代では「三浦翔平」さん(10件)や「三浦春馬」さん(9件)、「佐藤健」さん、「生田斗真」さん(ともに6件)といった、同世代のタレントが多く挙げられていました。また、「向井理」さんは全ての年代で1位となり、世代を問わない人気の高さが窺える結果となりました。

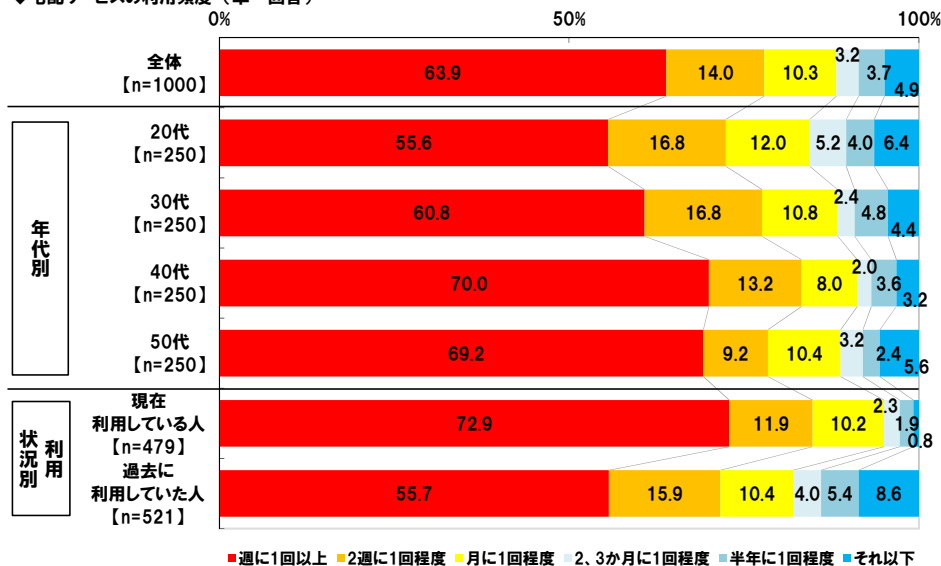
## 調査結果のグラフ・図表

◆宅配サービスを利用したきっかけ（複数回答）

※上位10位まで抜粋



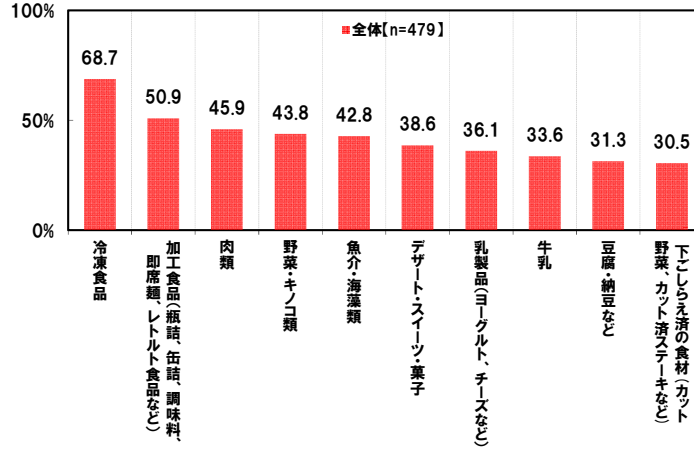
◆宅配サービスの利用頻度（単一回答）



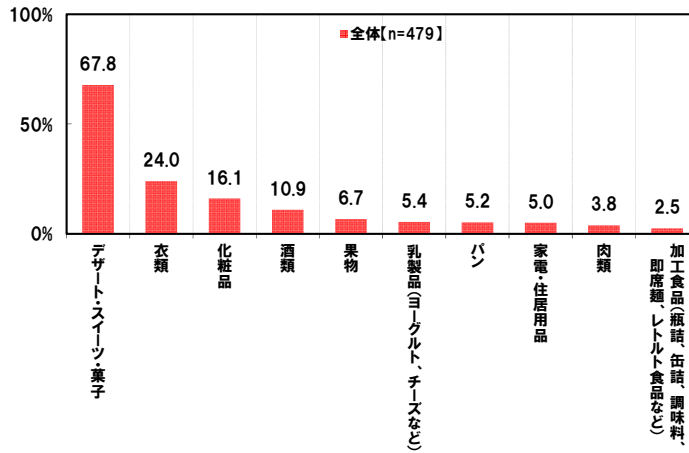
# 調査結果ニュースリリース



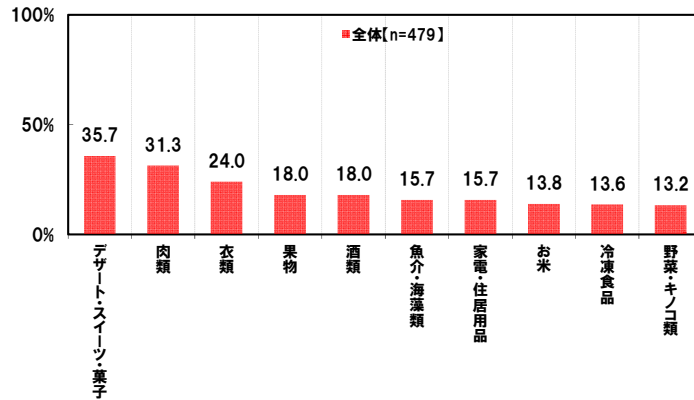
◆毎月購入しているもの（複数回答）  
※対象：宅配サービスを現在利用している人【n=479】 ※上位10位まで抜粋



◆自分へのご褒美として購入したことがあるもの（複数回答）  
※対象：宅配サービスを現在利用している人【n=479】 ※上位10位まで抜粋



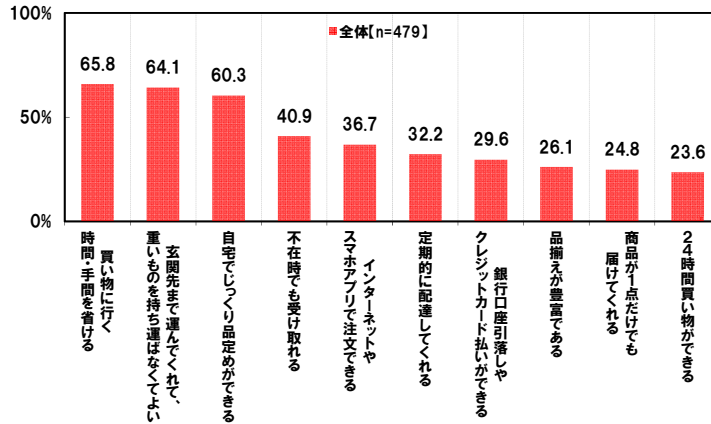
◆世帯収入が増加したら、購入頻度が増加傾向になりそうなもの（複数回答）  
※対象：宅配サービスを現在利用している人【n=479】 ※上位10位まで抜粋



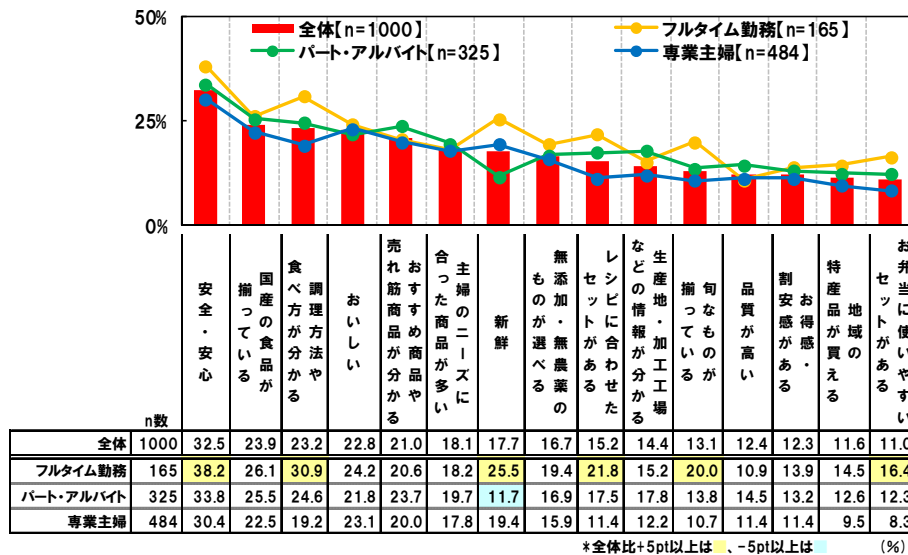
# 調査結果ニュースリリース



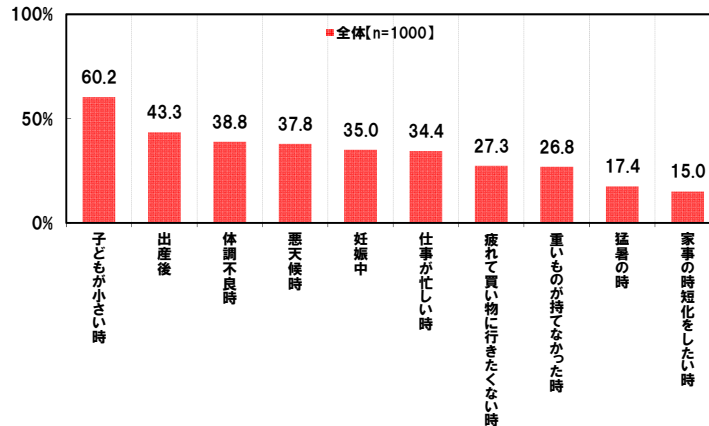
◆宅配サービスのどのような点を便利だと感じているか（複数回答）  
※対象：宅配サービスを現在利用している人【n=479】 ※上位10位まで抜粋



◆店頭販売で扱っている食品と比べて、宅配サービスで購入する食品はどのようなところが魅力的か（複数回答） ※上位15位まで抜粋



◆宅配サービスがあつて良かったと感じたのはどのようなシーンか（複数回答）  
※上位10位まで抜粋

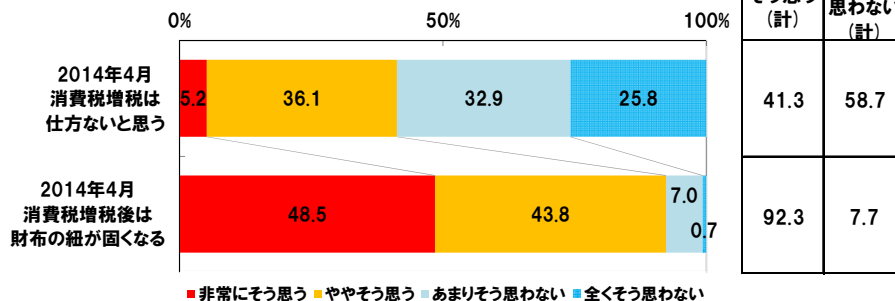


# 調査結果ニュースリリース



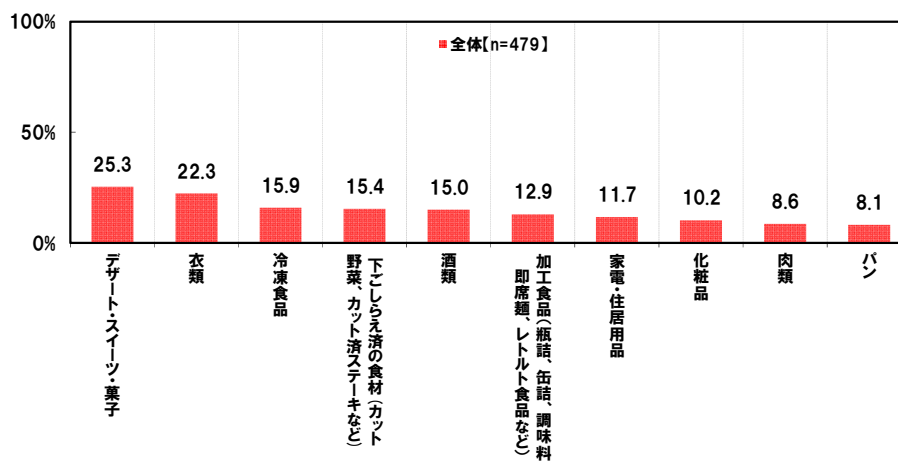
## ◆消費税増税に関する意識（項目ごとに単一回答）

※対象：全体【n=1000】



## ◆2014年4月消費税増税後、宅配サービスでの購入頻度が減少傾向になりそうなもの（複数回答）

※対象：宅配サービスを現在利用している人【n=479】 ※上位10位まで抜粋

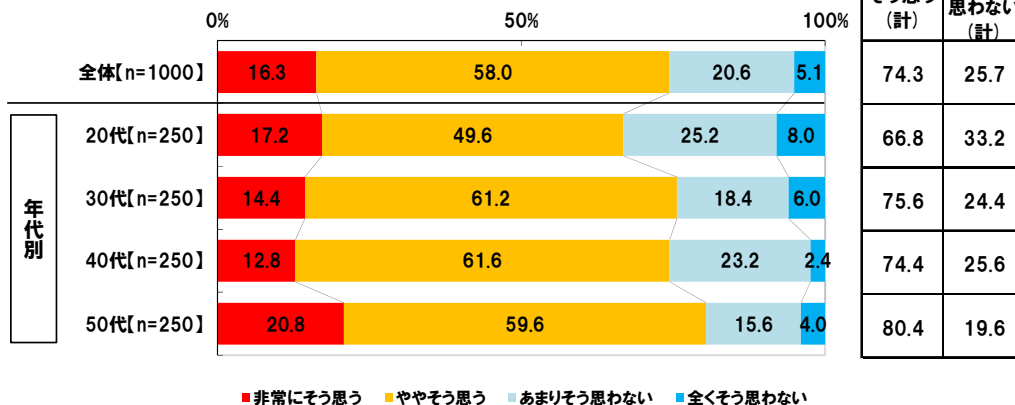




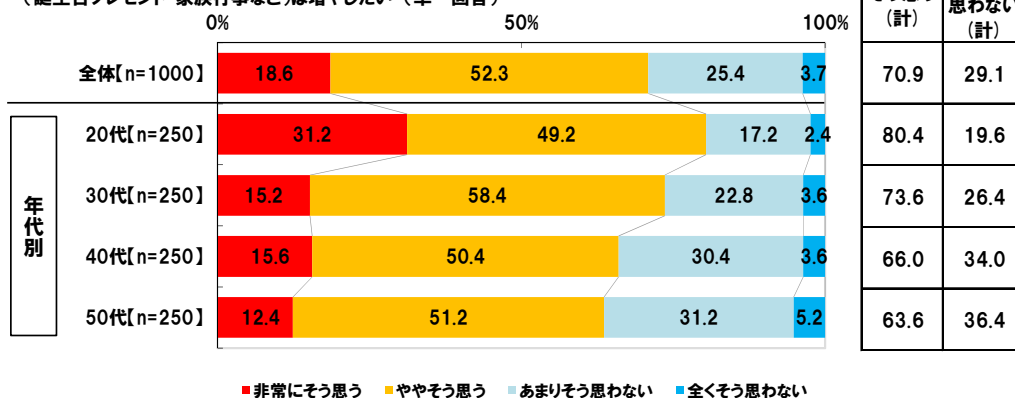
# 調査結果ニュースリリース



## ◆東北復興応援消費は増やしたい（単一回答）



## ◆家族や大切な人とのつながりを大事にするための絆消費 (誕生日プレゼント・家族行事など)は増やしたい（単一回答）

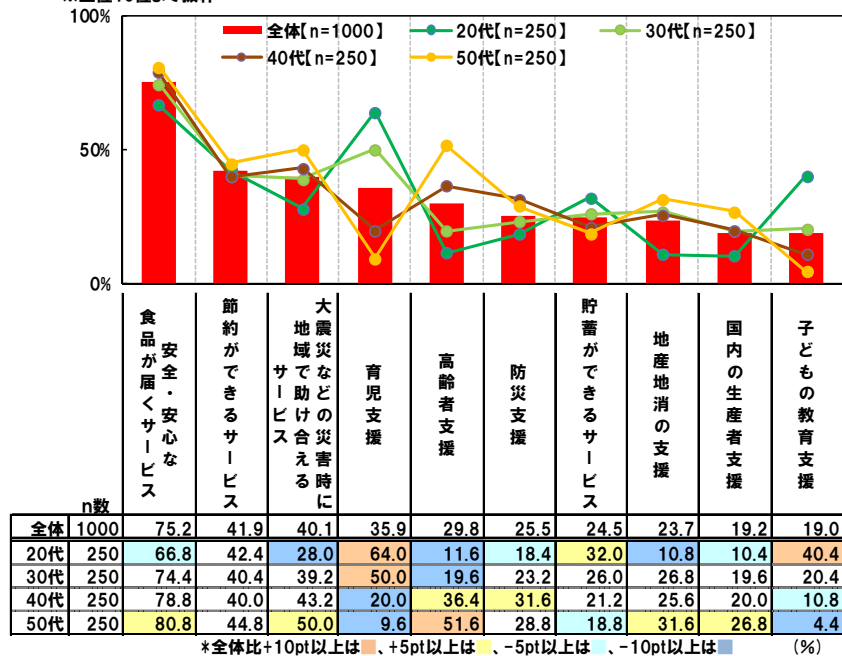


# 調査結果ニュースリリース



◆暮らしに役立つ支援やサービスとして、宅配サービス事業者に今後期待することは何か  
(複数回答)

※上位10位まで抜粋



◆宅配サービスの配達員として来てくれたらテンションが上がるタレント (自由回答)

※全体[n=1000] ※上位10位まで抜粋

順位	タレント名	件数
1位	向井理	49
2位	福山雅治	37
3位	三浦春馬	31
4位	速水もこみち	30
5位	香取慎吾	27
6位	木村拓哉	23
7位	櫻井翔	22
8位	相葉雅紀	20
9位	竹野内豊	18
10位	三浦翔平	17

◆宅配サービスの配達員として来てくれたらテンションが上がるタレント (自由回答)

※上位5位まで抜粋

20代[n=250]			30代[n=250]			40代[n=250]			50代[n=250]		
順位	タレント名	件数	順位	タレント名	件数	順位	タレント名	件数	順位	タレント名	件数
1位	向井理	13	1位	向井理	11	1位	向井理	15	1位	向井理	10
2位	三浦翔平	10	2位	福山雅治	10	2位	福山雅治			福山雅治	
3位	三浦春馬	9	3位	三浦春馬	8	3位	速水もこみち	8		速水もこみち	
4位	香取慎吾	8		香取慎吾		木村拓哉	8	木村拓哉			
5位	佐藤健	6		斎藤工		6	竹野内豊	6	櫻井翔		
	生田斗真		GACKT								

## ■■調査概要■■

- ◆調査タイトル : 宅配サービスに関する消費者実態調査2014
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
宅配サービスの利用経験があり、子どもと同居している20歳～59歳の女性
- ◆調査期間 : 2014年2月5日～2月7日
- ◆調査方法 : インターネット調査(モバイルリサーチ)
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル  
\*有効回答から各年代が均等になるよう1,000サンプルを抽出
- ◆調査協力会社 : ネットエイジア株式会社

## ■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、  
「日本生協連調べ」と付記のうえ  
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

## ■■本調査に関するお問合せ窓口■■

日本生活協同組合連合会 広報部 広報グループ  
TEL : 03-5778-8106

## ■■日本生活協同組合連合会 概要■■

名称 : 日本生活協同組合連合会  
代表者名 : 会長 浅田 克己  
創立 : 1951年3月20日  
本部所在地 : 東京都渋谷区渋谷 3-29-8 コーププラザ

コーポレートサイト : <http://jccu.coop/>  
宅配サービス紹介サイト : <http://www.coop-takuhai.jp/cm/>