



# 「ネットショッピングによる消費」 の詳細な調査を開始

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による消費」の実態の詳細な調査を開始。

- 「ネットショッピングによる消費」は、近年、右肩上がり増加しており、今後の我が国の経済を考える上で、その把握が極めて重要であると考えられる。
- 現状では、ネットショッピングによる消費については、「家計消費状況調査」において総額のみを把握していたが、平成27年1月から、商品・サービス別※に調査することとした。  
(初回の公表は3月6日(金)14時予定)
  - ※ 調査する商品・サービスについては、別紙参照。
- 具体的な商品・サービス別に調査することにより、世帯におけるネットショッピングによる消費の姿を包括的に把握することが可能となる。  
(具体例)
  - ・ ホテルや航空券などのネット予約(ネット決済と現地決済の双方)
  - ・ 電子書籍や音楽などのデジタルコンテンツのダウンロード
  - ・ お中元やお歳暮などの贈答品



# 調査する商品・サービスの区分

贈答品（お中元・お歳暮、他の世帯へのお祝い品など）		化粧品	
食料	食料品	自動車等関係用品（自動車、オートバイ、自転車などの本体や部品を含む）	
	飲料（酒類を含む）	書籍（雑誌などの印刷物を含む）	
	出前（弁当、宅配のピザなど）	音楽・映像ソフト（CD、DVDなど）、パソコン用ソフト、ゲームソフト	
家電（周辺機器や部品、消耗品を含む）		デジタルコンテンツ	電子書籍（新聞・雑誌などを含む）
家具（一般家具、室内装備・装飾品、寝具類など）			ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど
衣類・履物	紳士用衣類	保険（生命保険、医療保険、自動車保険、火災保険など）	
	婦人用衣類	宿泊料（ホテル、旅館など）、運賃（鉄道、航空運賃など）、パック旅行費	インターネット上での決済
	履物・その他の衣類（子供用衣類、帽子、ネクタイ、靴下など）		上記以外の決済（インターネットでは予約のみ）
保健・医療	医薬品（医薬部外品を含む）	チケット（映画、演劇、コンサート、スポーツ観戦など）	
	健康食品（サプリメントなど）	上記に当てはまらない商品・サービス（アクセサリ、家事雑貨、消耗品など）	

# ネットショッピングによる消費の動向

## ～家計消費状況調査の結果より～



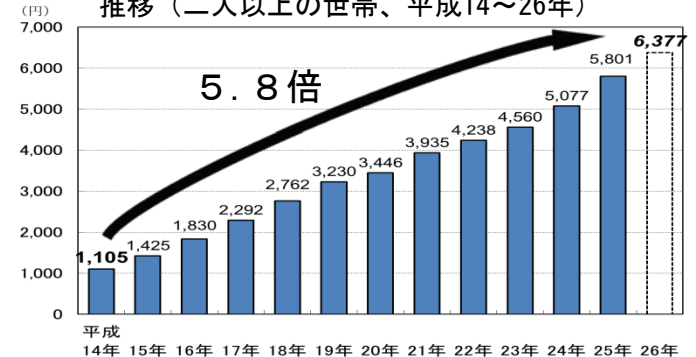
平成26年12月  
総務省統計局

スマートフォンやタブレット端末などの普及によりICTが更に身近になったこともあり、ネットショッピングによる消費は右肩上がり増加。

### 消費額は5.8倍に拡大

- 平成26年（2014年）は、二人以上の世帯における1か月当たりのネットショッピングによる消費が約6,400円※<sup>1</sup>と、調査を開始した平成14年（2002年）の約5.8倍に拡大。
- 世帯全体での消費額を推計すると約3.6兆円※<sup>2</sup>。
  - ※<sup>1</sup> 平成26年（2014年）は1月から10月までの10か月間の平均
  - ※<sup>2</sup> 1か月当たりの消費額に世帯数及び12（月数）を乗じて、単身世帯分も加えることにより推計

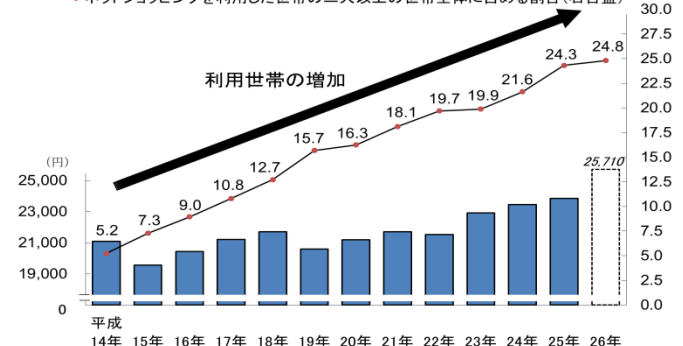
1世帯当たり1か月間のネットショッピングの消費額の推移（二人以上の世帯、平成14～26年）



### 利用世帯の割合 今や4世帯に1世帯

- ネットショッピングの利用世帯の割合は平成14年以降一貫して増加を続け、平成26年には24.8%※に到達。
- (参考) 利用した世帯に限ってみると、二人以上の世帯における1か月当たりのネットショッピングによる消費額は25,710円※。
- ※ 平成26年（2014年）は1月から10月までの10か月間の平均

■ ネットショッピングを利用した世帯当たり1か月間の消費額(左目盛)  
● ネットショッピングを利用した世帯の二人以上の世帯全体に占める割合(右目盛) (%)





# 家計消費状況調査の概要

## □ 調査の目的

個人消費動向の更なる的確な把握に資するため、購入頻度が少ない高額商品・サービスなどへの消費や近年増加が著しいICT関連消費の実態を安定的に捉え、家計調査を補完することを目的として、平成13年10月から実施。

## □ 調査の対象

全国の世帯から約30,000世帯を抽出。

(二人以上の世帯：27,000世帯、単身世帯：3,000世帯)

## □ 調査の期間

毎月実施

## □ 調査の実施方法

民間の調査機関に委託し、調査員調査及び郵送調査により実施。

(平成27年1月からは、オンラインでの回答も可能)