

〔研究ノート〕

「新型コロナウイルス（COVID-19）流行による外出自粛中の オンライン購買行動に関する考察」

Consideration of Online Purchasing Behavior During Refraining from Going Out Due to New Coronavirus (COVID-19) Epidemic

中村学園大学 流通科学部

谷 口 亮 介

1 はじめに

新型コロナウイルスの世界的な流行により、日本でも感染を防止する為に外出を自粛するという政府から要請が出された。

これにより、消費者は普段の買い物も制限されたが、インターネット通販等の小売店に出かけることなく商品を購入できる仕組みが消費者に認知されていたため、普段の買い物の一部をインターネット通販で代用するという行動の変化が見られた。このインターネット通販の利用について考察を行う。

2 日本のインターネット通販について

日本での個人向けインターネット通販として有名な楽天市場が開設されたのが、1997年の5月、Yahoo! ショッピングが1999年9月に開設され、Amazonの日本向けウェブサイトができたのが2000年11月だった。

アップル社のiPhoneなどに代表されるスマートフォン（以下、スマホ）が2010年代に普及し、インターネットの閲覧をスマホで手軽に行えるようになったこともインターネット通販が普及した理由の一つとして挙げられている。¹（図1）

インターネット通販サイトは、使いこなせば便利な反面、デメリットもあり、例えば商品を手にとって確認することはできない。また、インターネット通販で購入しても手元に到着するまでに数日～数週間待つ場合もある。

こうしたデメリットに対して、各通販サイトはサイトに掲載する商品の画像や商品に関する情報を増やしたり、既に商品を購入した消費者から商品のレビューを書いてもらい、それを掲載することで、商品を勘違いして購入することを防ぐ工夫を行ったり、即日配送などのサービスで到着日数が短くなるようにするなどの改善が見られるが、やらせレビューや再配達といった配送業者の負担が増える問題も発生しており、解決はまだ道半ばといった状況である。

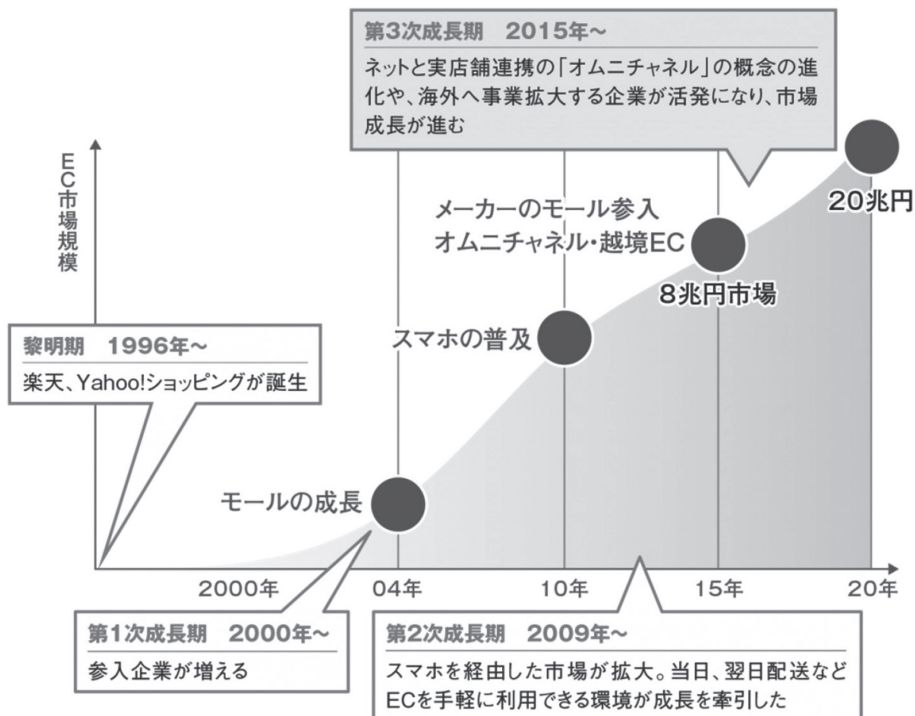
こうした問題を抱えながらもインターネット通販事業は年々成長している。総務省統計局の家計消費状況調査によるとネットショッピングの二人以上世帯の利用割合は、2018年には39.2%となっており、世帯主の年齢別に支出金額を見ると40代が最も高く、60代以上は低い水準となっている。²（図2、図3）、2020年5月の資料では、2020年3月の時点で、利用世帯の割合は43.8%まで増加している³。

1 株式会社いつも、「【EC 初心者向け】EC 業界の歴史と今後の動向をざっくり解説」より

2 総務省統計局 統計 Today No.141 「急拡大するネットショッピングと電子マネーの利用」

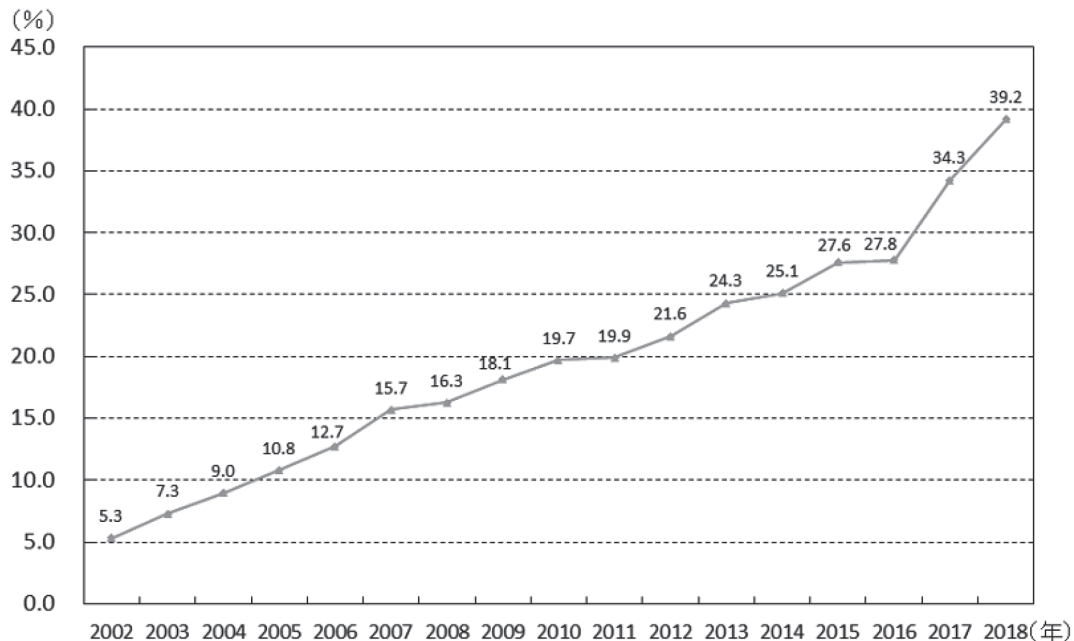
3 総務省統計局 「家計消費状況調査 ネットショッピングの状況について（二人以上の世帯）」

図1 インターネット通販業界の変遷



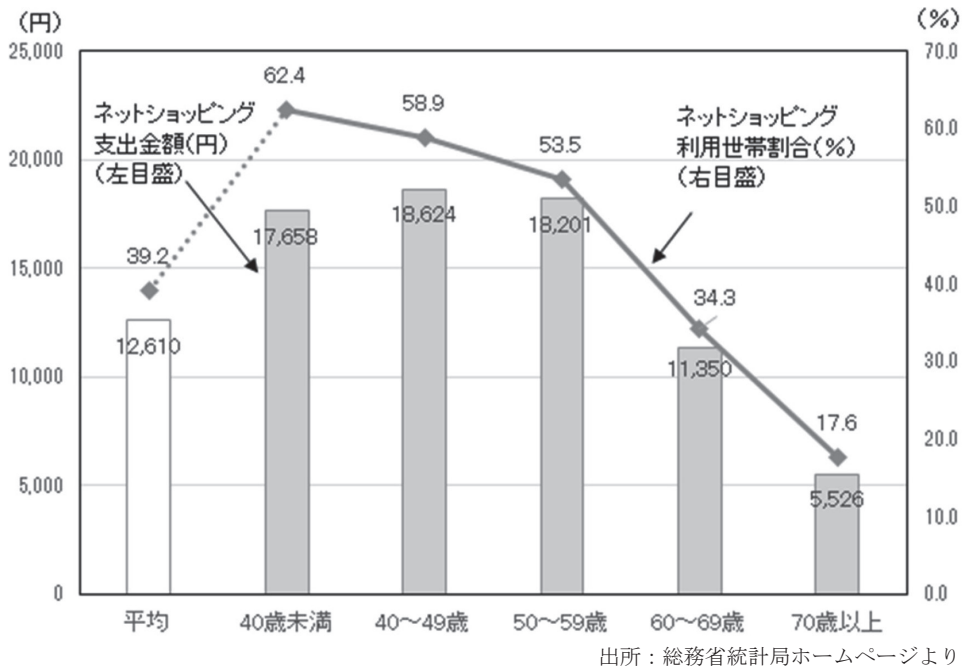
出所：株式会社いつも、ウェブサイトより

図2 二人以上世帯のインターネット利用率



出所：総務省統計局ホームページより

図3 2018年の世帯主の年齢階級別ネットショッピングの支出金額と利用世帯割合



3 現状について

3. 1 インターネット通販等の増加について

新型コロナウイルスの感染拡大を防止する目的で、2月末から様々な自粛要請が政府から出された。4月7日からは緊急事態宣言が発令され、人の移動や店舗での営業等も大きく制限された。

このため実店舗に買い物に訪れる消費者が減少し、コロナ禍とも呼ばれる実店舗への経済的なダメージは深刻なものになっている。

しかし、このような状況において、インターネット通販は、人と人との接触を避け、感染のリスクを減らせる買い物⁴というメリットや休業要請により休業している実店舗の代わりの買い物先として選ばれ、実店舗の売上減少とは逆に売上が増加している。

例を挙げると、インターネット通販大手楽天

グループの2020年度第1四半期決算資料によると、インターネットセグメントの売上収益は1906億7800万円と前年同期比12.8%増となり、4月のEC売上は前年同期比57.5%増となっている⁵。

インターネット通販が好調なため、配送を受け持つヤマト運輸の4月の宅配便取扱数も去年の同じ月と比べ13.2%の増加となっている⁶。

店舗での営業ができなくなった飲食店等は、新たにインターネット通販を開始したり、宅配サービスを行ったりするところも増えている。他にも、外出自粛により自宅で過ごす時間が増えた消費者が、読書や音楽を聴く等して家での時間を過ごしているため、こうした商品の需要が高まっていることを知った企業は、自宅で過ごすための商品の宣伝を行い、それらの売り上げを伸ばしているところもある⁷。

4 巣ごもり消費と呼ぶ

5 流通ニュース「楽天／1～3月当期損失353億円「巣ごもり消費」でEC好調」より

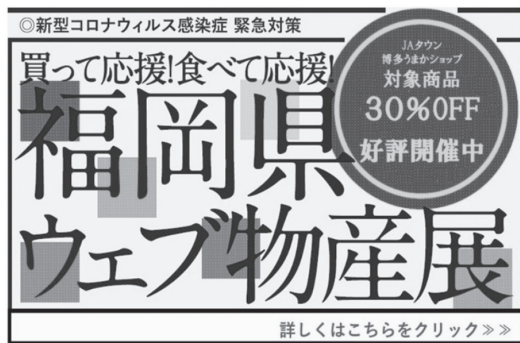
6 NHK NEWS WEB「ヤマト運輸 先月の宅配便 13%余増加 外出自粛でネット通販増」より

7 E-Commerce Magazine「ライブコマースやSNSで「巣ごもり消費」を捉える企業、Eコマースで経済危機に立ち向かう」より

これらの動きに対して、マスメディアやSNS等はコロナ禍でも頑張っている企業や店舗があるというポジティブな話題として報道されたり、インターネット上で拡散されたりしている。

また、休業している店舗を支援する目的で、各都道府県が農林水産物や加工食品、工芸品等を割引価格で販売するインターネット通販サイトを期間限定で開設している（図4）。

図4 福岡県のインターネット通販サイト



出所：J Aタウン博多うまかショップウェブサイトより

世界的にもインターネット通販等の人と人との接触を減らした販売形態は売り上げを伸ばしており、例えばアメリカの小売り大手ウォルマートは2月～4月期のインターネット通販の売上高が74%増となり、過去最高の伸びを記録した。また、新型コロナの影響による宅配サービスの需要増を見込み、商品の速達サービスを開始したり、宅配サービスの対応店舗数を増やしたりといった対応も新たに行っている⁸。

中国では、2019年には成長率が20%ほどに落ち込んでいたインターネット通販産業の消費額も2020年1月～3月は2019年の同期比4倍に増加し、宅配需要の増加に伴い配送の効率化も進んだ。例として挙げると感染防止の観点から個

人宅への宅配ボックス等の受け取り環境が整備された。

また、2010年後半に注目されていた無人コンビニは、使い勝手の悪さなどから2019年にはビジネスが成り立たなくなりつつあったが、人との接触が少ないというメリットから再注目されることになった⁹。そして、ライブコマースと呼ばれるインターネットを使った中継販売が注目されており、実店舗で営業できなかった老舗の靴店がライブコマースによって、昨年同月の半分程度も売り上げることができ、さらにライブコマースがきっかけで若い世代の購入者が増えるというメリットもあった¹⁰。

このようにインターネットを活用することで、新たな販売手法に挑戦したり、インターネット通販の体制を強化したりすることで、コロナ禍において売り上げを伸ばしている。

3. 2 年代別のインターネット通販利用割合について

先にも述べたように元々日本でのインターネット通販の利用者は、若い世代に多く、ナウキャストのクレジットカード購買履歴を基にしたインターネット通販の利用状況調査によると、4月に新たにインターネット通販を利用した年代別割合によると20代が40%以上いたのに対して、30代は30%前後、40代が20%前後となり、70代になると10%前後となっている¹¹。

また、Petrel（ペトレル）の行った10代、20代女性へのアンケート調査によると、外出自粛によりオンラインショップの利用頻度が増えたと答えた割合が55%、外出自粛により初めてオンラインショップを利用したという人も21%いたという結果になっている¹²。

8 日本経済新聞「米ウォルマート、ネット販売74%増 コロナ禍で宅配需要」より

9 JBpress「コロナ禍で中国のECと無人店舗に起きた意外な変化」より

10 NHK NEWS WEB「コロナで揺れた中国“ライブコマース”でビジネス拡大も」より

11 NHK NEWS WEB「新型コロナで外出自粛 若い世代中心にネット通販利用広がる」より

12 ネットショップ担当者フォーラム「新型コロナで若者の5割がEC利用が「増えた」、初利用は2割。最近買ったのは「服」が3割」より

これらの結果から、コロナ禍においても若い世代がインターネット通販をよく利用していることが分かる。

なお、SMBC グループのニュースリリースによると、60代、70代のインターネット通販でのクレジットカード決済利用が増加しており、2020年の1～3月の増加幅は20代、30代よりも大きくなっているというデータもある¹³。新型コロナウイルスの流行により、今までインターネット通販を利用してこなかった高齢者でさえもインターネット通販を利用する必要性があったことが伺える。

3. 3 問題点とその解決について

新型コロナウイルスによる外出自粛は解除されは始めているが、元の生活が戻ってくるには

まだ時間が必要であり、感染の第2波、第3波も来ると言われているため、そのリスクを下げるために消毒や3密¹⁴を避けるための行動は今後も続いていくと考えられる。

ポストコロナともウィズコロナとも呼ばれる今後の経済活動においては、日本だけに限らず、世界中でインターネット通販等のインターネットを活用した経済活動が加速していくと考えられる。

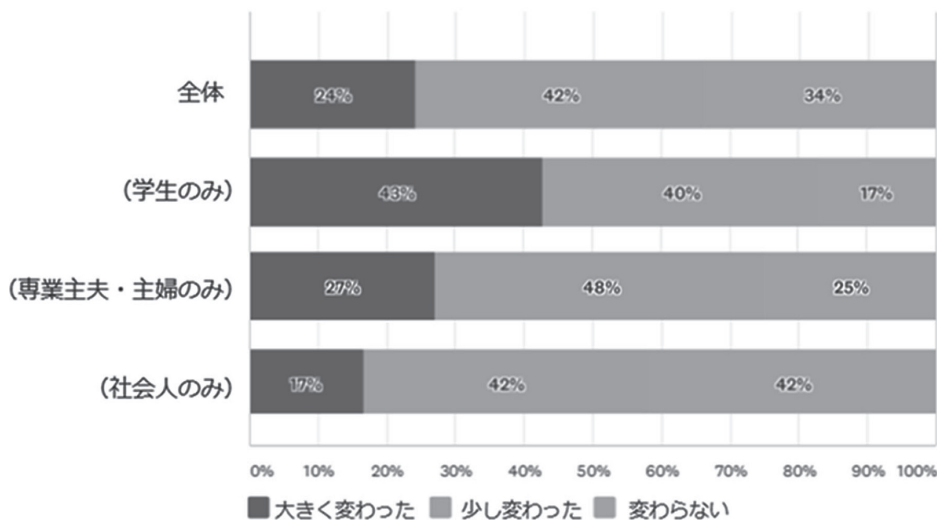
こうしたコロナ禍における生活スタイルの変化については、バンドルカード運営の『(株)カンム』が3月18日～19日にインターネット上で行った調査によると、新型コロナウイルスの影響で生活スタイルが大きく変わったと答えた割合は学生が43%と最も多い¹⁵（図5）。

この結果から、学生等の若い世代への影響を

図5 新型コロナウイルスの影響による生活スタイルの変化

新型コロナウイルスの影響で生活スタイルは変わりましたか？

Kanmu



(株) カンム「巣ごもり消費に関する意識調査」2020年3月

出所：株式会社カンムウェブサイトより

13 三井住友カード「コロナ影響下の消費行動レポート」より

14 新型コロナウイルスの集団発生（クラスター）が発生するリスクが高い、換気の悪い密閉空間、多数が集まる密集場所、間近で会話や発声をする密接場面の3つの密となる条件のこと。厚生労働省ホームページより

15 Kanmu「巣ごもり消費に関する意識調査」より

考慮していく必要があるのではないかと考えられる。

この新型コロナウイルスによるインターネット通販の利用者急増によって、今までインターネット通販において発生していた問題の解決が早まる機会になるのではないかと考えている。

例えば、マスクや消毒用アルコール等の需要が高い商品がインターネット通販上で高額転売されていたが、政府により規制が行われた。元々インターネット通販上では需要が高い商品の買い占めや高額転売が問題視されていたため、今回の規制は転売解消の大きな一歩になるのではないかと考えている。

その他にも、宅配された荷物を渡そうとした配達員に消毒用スプレーを吹きかけるといった問題や置き配¹⁶された荷物が盗難される事例が発生している。新型コロナ感染のリスクを避ける目的でこの事例が発生しているが、この解決策として、宅配ボックスの設置が必要と言われている。宅配ボックスは、元々再配達問題の解決策として登場した物で、その時は受け取り手が不在の時に配達員の負担を減らすという目的で提案されている物だった。それが、受け取る側と配達員の接触を減らすためのアイデアとして注目されている¹⁷。

また、高齢者のインターネット通販利用が、外出自粛によって増えたが、元々高齢者のインターネット通販利用は買い物弱者問題の解決策になるのではと考えていたため、これを機にインターネット通販が高齢者に利用しやすい環境を作る等の利用者を増やす工夫が必要だと考える。

4. まとめ

およそ20年前から始まった日本のインターネット通販は、およそ10年前に普及し始めたス

マホが2016年には日本人全体の56.8%が所持している¹⁸ことに比べると利用が進んでいないが、今年は新型コロナウイルスによる人と人との接触を防ぐという目的により、躍進を迎える年になるのではないかと考えている。今後、新型コロナウイルスが終息した場合にインターネット通販利用者が減少するのか、それとも更なる発展により利用者が増加するのか今後に注目したい。

また、外出自粛期間中のインターネット通販の利用に関するアンケートを本学の学生に実施する予定だったが、WEB授業の期間が延びてしまったため、どのような方法で実施するのかについては検討中である。

アンケートでは、新型コロナウイルス流行によって外出が自由にできなくなったことで購買行動にどのような変化が起きたのか等を調査したいと考えている。

参考文献

・幡鎌博 (2016) 「e ビジネスの教科書」 創成社 .

参考資料 (ウェブサイトは2020年6月2日に確認)

- ・株式会社いつも . 「【EC 初心者向け】 EC 業界の歴史と今後の動向をざっくり解説」
<https://itsumo365.co.jp/blog/post-8251/>
- ・総務省統計局「急拡大するネットショッピングと電子マネーの利用」
<https://www.stat.go.jp/info/today/141.html>
- ・総務省統計局「家計消費状況調査 ネットショッピングの状況について (二人以上の世帯)」
https://www.stat.go.jp/data/joukyou/pdf/n_joukyo.pdf
- ・流通ニュース「楽天／1～3月当期損失353億円「巣ごもり消費」でEC好調」
<https://www.ryutsuu.biz/accounts/m051323.html>
- ・NHK NEWS WEB「ヤマト運輸 先月の宅配

16 不在時や直接荷物を受け取りたくない場合に荷物を玄関先に非対面で配達するサービス

17 リフォーム産業新聞「《新型コロナ》会わずに受け取る「宅配ボックス」人気」より

18 総務省 平成29年版「情報通信白書」p.3より

- 便 13%余増加 外出自粛でネット通販増」
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200511/k10012425391000.html>
- E-Commerce Magazine「ライブコマースやSNSで「巣ごもり消費」を捉える企業、Eコマースで経済危機に立ち向かう」
<https://www.future-shop.jp/magazine/info-stayhome-ec>
 - 日本経済新聞「米ウォルマート、ネット販売74%増 コロナ禍で宅配需要」
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO59318610Z10C20A5000000/>
 - JBpress「コロナ禍で中国のECと無人店舗に起きた意外な変化」<https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/60576>
 - NHK NEWS WEB「コロナで揺れた中国“ライブコマース”でビジネス拡大も」
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200515/k10012431011000.html>
 - NHK NEWS WEB「新型コロナで外出自粛若い世代中心にネット通販利用広がる」
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200516/k10012432551000.html>
 - ネットショップ担当者フォーラム「新型コロナで若者の5割がEC利用が「増えた」、初利用は2割。最近買ったのは「服」が3割」
<https://netshop.impress.co.jp/node/7573>
 - 三井住友カード「コロナ影響下の消費行動レポート」
<https://www.smbc-card.com/company/news/news0001527.pdf>
 - Kanmu「巣ごもり消費に関する意識調査」
<https://kanmu.co.jp/news/20200326-stay-at-home-consuming-enquete/>
 - リフォーム産業新聞「《新型コロナ》会わずに受け取る「宅配ボックス」人気」
<https://www.reform-online.jp/news/manufacturer/17316.php>
 - 総務省 平成29年版「情報通信白書」p.3
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/29honpen.pdf>
 - 厚生労働省ウェブサイト
<https://www.mhlw.go.jp/index.html>