

ショートコメント vol.219 (2021年9月22日)

テーマ：コロナ禍によるネット通販への追い風は小休止か
～ただし、関西では依然として市場の拡大が継続中～

●ネット通販市場の動向

昨年春に新型コロナウイルスの感染が始まって以降、ネット通販市場は拡大が続いてきた。新たなユーザーの増加が市場の拡大につながり、特に2020年は大きな成長を遂げた。当社の推計によると、2019年の市場規模は全国で4.6兆円であったが、20年には6.2兆円へと、1.3倍に拡大したとみられる（旅行関連を除く）。ただし、ここへきて市場の動きに変化が出てきた。ネット通販の利用者数の頭打ち傾向である。図表1のとおり、全国のネット通販の利用世帯比率は、20年に入って上昇がほぼ止まった。それに伴い、市場の拡大基調も終わりを告げようとしている。

●年齢層別の動き

これは年齢層別の状況を見ても、ほぼ同じ傾向となっている。どの年齢層も、今年に入って利用率はほぼ横ばいとなった。60～69歳、70歳以上といったシニア層も例外ではなく、頭打ちとなっている。

この頭打ち傾向により、コロナ禍による追い風がひとまず止んだと判断されるが、ことさらに悲観する必要もないとみられる。そもそも一時的な利用増にとどまる可能性もあった中、新規ユーザーがしっかり定着したという、ポジティブな見方もできるからである。

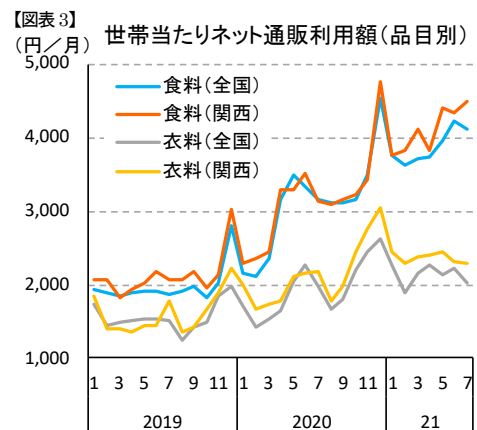
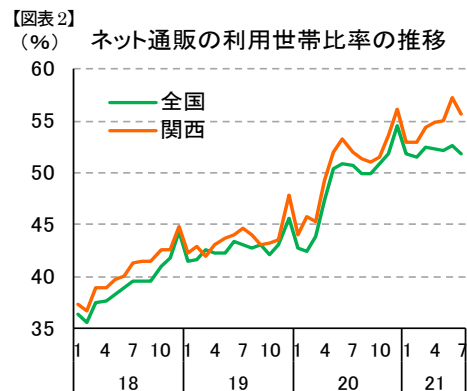
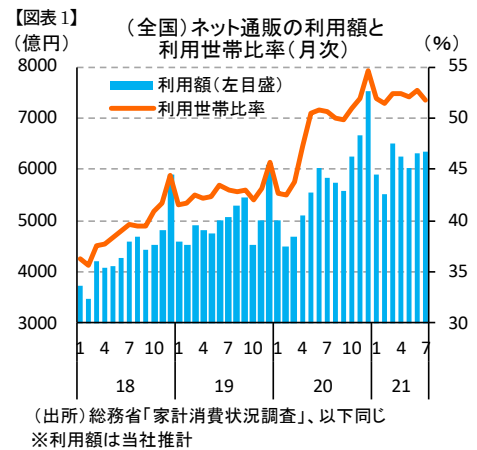
シニア層の利用率にも低下がみられないことから、ネット通販が年齢層を問わず、一度使えばリピーター化しやすい点が改めて確認されたといえよう。

●関西では市場の拡大が継続

一方、全国的な利用率が頭打ちとなる中、関西では上昇傾向が続いている（図表2）。過去の推移を見ても、関西は常に全国を上回っているが、ここへきてその差が広がっている。それに伴い、関西ではネット通販利用額も増え続ける形となっている。

これを単純にプラスと受け取るべきかは判断が難しいが、興味深い動きであることは間違いない。

ここへきて全国との差がみられるのは、食料品や衣料品であるが、何となく衣料品の動きの差が目立つ。全国、関西ともに、直近はほぼ横ばいの推移であるが、関西が全国を上回る動きが続いている（図表3）。



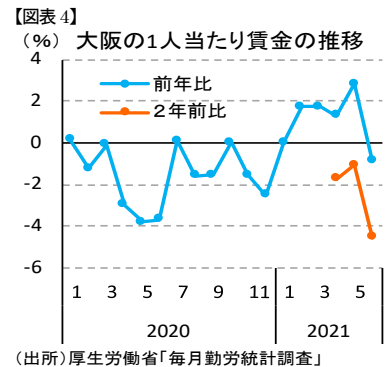
※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

●ネット通販の利用と節約志向の関係

衣料品について気になるのは、ネット通販の利用と節約志向との関連の強さである。ネット通販で安い物を探して買うという傾向は、衣料品に限ったものではないが、ZOZOをはじめとする購入サイトの充実度、安売りの規模や頻度の多さをも、特に衣料品でその傾向が強い。

関西の賃金動向をみると、依然として2年前比が大きくマイナスとなるなど、芳しくない動きが続いている(図表4)。関西の「安い物好き」も相まって、節約志向がネット通販の増加につながっていることは否定できない。

これらの見方が正しければ、関西でのネット通販利用の拡大はしばらく続く可能性が高い。賃金の動向を含め、全国とのトレンドの乖離に注目が集まろう。



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
 TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。