

**第2回百貨店研究会
事務局説明資料
(消費者意識の変化と百貨店利用等
に関する調査について)**

2021年4月13日

経済産業省

商務・サービスグループ

調査概要

- 消費者へのアンケート調査（WEB調査）を通じて、以下の調査を行った。
- 調査結果については、現在、取りまとめ中（次回研究会において提示予定。）。

【調査方法】

調査手法

- WEBアンケート方式

調査日程

- 2021年3月15日～3月18日

サンプル数

- 計10,000ss（百貨店利用者：9,000ss、百貨店利用者以外：1,000ss）

割付

- 性別（2区分）×年代（7区分）×居住地域（8区分）×2019年の百貨店利用有無（2区分）計224割付
 - ・ 年代区分：10代（15歳～19歳）、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上
 - ・ 居住地域区分：北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州
- 人口構成比割にて、回収

調査項目

- 以下の内容にて、アンケート調査項目を設計した。

【調査項目一覧】

消費価値観

- 消費生活における考え方・行動
- 商品・サービスを選ぶ際の情報収集手法
- 購入場所の決定要因
- 購入場所の決定要因の変化

百貨店の利用実態

- 利用頻度(百貨店)
- 購入頻度(百貨店、その他の実店舗、インターネットショッピング)
- 購入頻度の変化(百貨店、その他の実店舗、インターネットショッピング)
- 百貨店の利用理由／利用しない理由

百貨店の在り方に対する要請

- 理想的な百貨店の開店時間／閉店時間／休業日頻度
- 百貨店において充実を期待するサービス
- 地域経済において、百貨店が果たすべき役割
- 百貨店が積極的に推進すべき取組

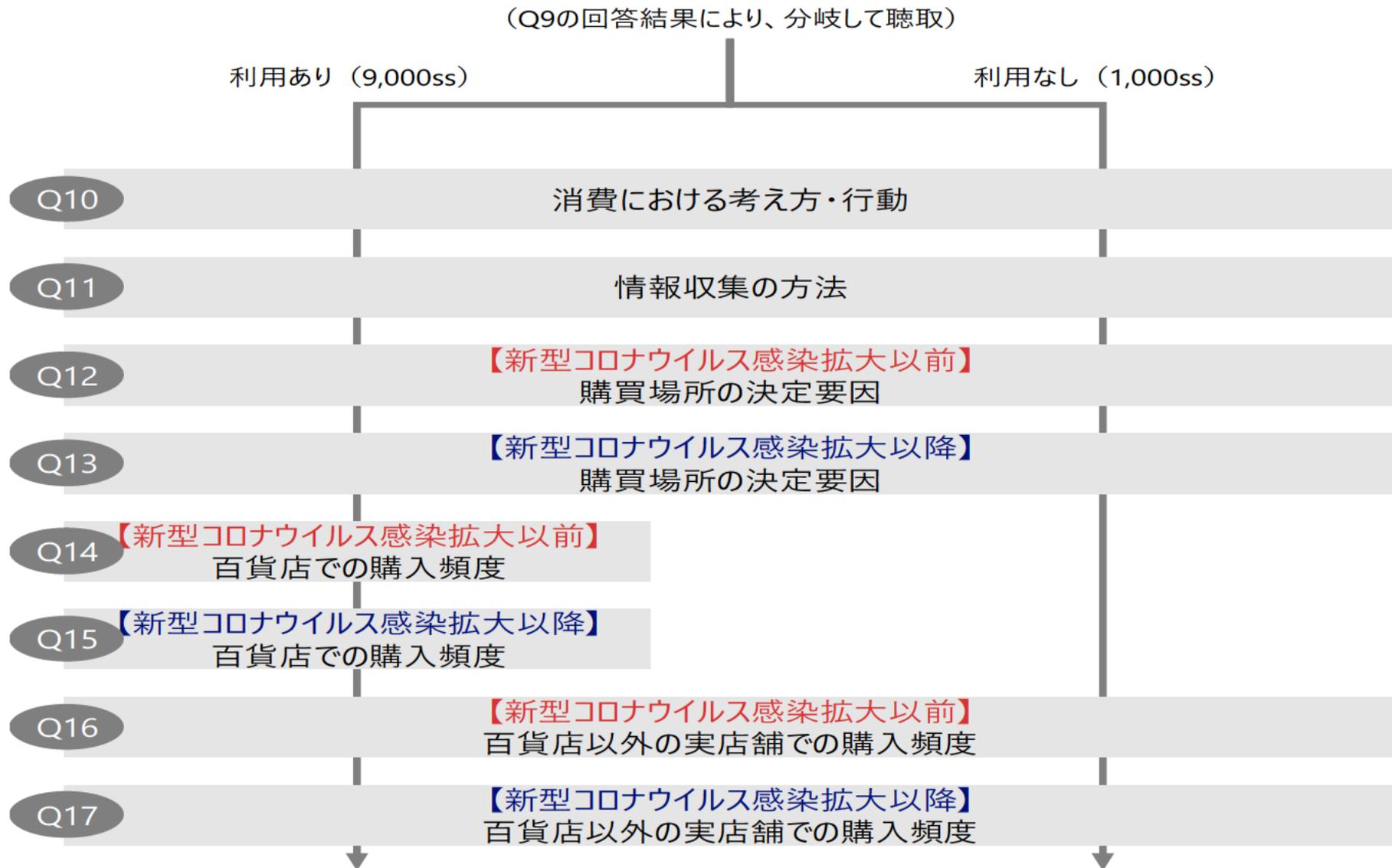
調査項目

【調査フロー(事前調査部分)】



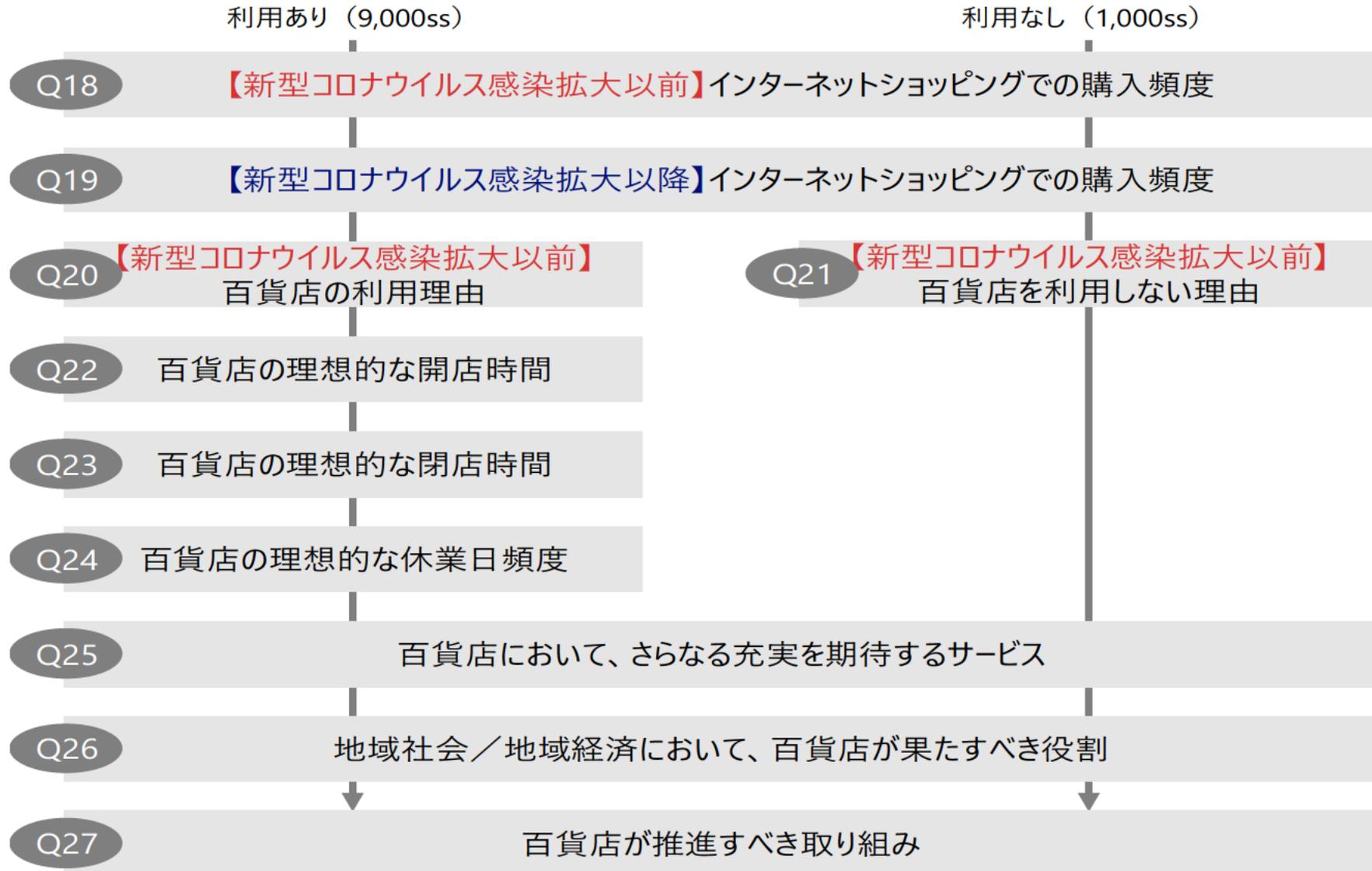
調査項目

【調査フロー(本調査部分) 1/2】



調査項目

【調査フロー(本調査部分) 2/2】



調査票 事前調査部分 (1/2)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q1	全員	あなたの性別をお答えください。	1. 男性 2. 女性	SA
Q2	全員	あなたの現在の満年齢をお答えください。	() 歳 < 調査対象外の年齢を回答の場合はここでアンケート終了 >	FA
Q3	全員	あなたの現在の世帯構成をお答えください。	1. 単身世帯 2. 夫婦のみの世帯 3. 夫婦と未婚の子供の世帯 4. 夫婦と既婚の子供の世帯 5. 三世代以上の同居世帯 6. その他 (FA)	SA
Q4	全員	あなたの現在の世帯年収をお答えください。	1. 収入はない 2. 250万円未満 3. 250万円～500万円未満 4. 500万円～750万円未満 5. 750万円～1,000万円未満 6. 1,000万円～1,500万円未満 7. 1,500万円～2,000万円未満 8. 2,000万円～3,000万円未満 9. 3,000万円～5,000万円未満 10. 5,000万円以上 11. わからない・答えたくない	SA

調査票 事前調査部分 (2/2)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q5	全員	あなたの職業は、この中のどれにあたりますか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生 2. 専業主婦・主夫 3. 自営業 4. 公務員 5. 教職員 6. 医師・医療 7. 会社役員 8. 会社員 9. フリーター 10. 無職 11. 農林・水産 12. 弁護士・税理士などの士業 13. その他 (FA) 	SA
Q6	全員	あなたがお住まいの都道府県をお答えください。	47都道府県プルダウン	SA
Q7	全員	あなたの現在の居住地をお答えください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主要10都市 (札幌市、仙台市、東京23区、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市) 1. 主要10都市以外の政令指定都市 (さいたま市、千葉市、川崎市、相模原市、新潟市、静岡市、浜松市、堺市、岡山市、北九州市、熊本市) 1. その他の地域 	SA
Q8	全員	日常的に利用できる距離に百貨店がありますか。	<ol style="list-style-type: none"> 1. ある 2. ない 	SA
Q9	全員	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）における、百貨店の来店頻度をお答えください。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 週に1回以上 2. 月に2～3回程度 3. 月に1回程度 4. 2～3ヶ月に1回程度 5. 半年に1回程度 6. 年に1回程度 7. 行ったことがない 	SA

調査票 本調査部分 (1/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q10	全員	消費生活において、あなたの考え方や行動にあてはまるものをすべてお答えください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 最新の商品を買う 2. 流行している商品を買う 3. とにかく安く経済的なものを買う 4. 多少値段が高くても品質の良いものを買う 5. 多少値段が高くても自分の好きなものを買う 6. できるだけ長く使えるものを買う 7. 同等の機能・価格なら外国製より日本製を買う 8. 無名メーカーより多少値段が高くても有名メーカーの商品を買う 9. 自分で商品を検索して情報を集めてから買う 10. 知人や口コミ情報を参考に買う 11. 事前の情報収集はあまりせず、店頭で気に入ったものを買う 12. その他 (FA) 	MA
Q11	全員	あなたが商品やサービスを選ぶ際、どのような方法で情報収集を行いますか。あてはまるものをすべてお答えください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. マスコミ等のCMを参考にする 2. メーカーやサービス提供事業者の公式サイト情報やカタログ・パンフレットなどを参考にする 3. 店舗の陳列商品を実際に見る・体験サービス等を申し込む 4. 信頼できる身近な人から情報を得る 5. SNSの商品・サービスなどの口コミを参考にする 6. その他 (FA) 	MA

調査票 本調査部分 (2/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q12	全員	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたが商品の購入場所を決める際に重視する要素は何ですか。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 価格 2. 品揃え 3. 宅配サービスの充実や受取場所の多様性 4. 商品を見たり触ったりなど体験サービスの有無 5. 過去購入時の満足度 6. 自宅や職場からの距離 7. 営業時間 8. 接客の丁寧さ 9. 店員等の商品・サービスに関する知識・情報 10. 購買行動自体の楽しさ 11. その他（ FA ） 	MA
Q13	全員	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以降についてお答えください】</p> <p>あなたが商品の購入場所を決める際に重視する要素は何ですか。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 価格 2. 品揃え 3. 宅配サービスの充実や受取場所の多様性 4. 商品を見たり触ったりなど体験サービスの有無 5. 過去購入時の満足度 6. 自宅や職場からの距離 7. 営業時間 8. 接客の丁寧さ 9. 店員等の商品・サービスに関する知識・情報 10. 購買行動自体の楽しさ 11. その他（ FA ） 	MA

調査票 本調査部分 (3/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q14	百貨店利用者	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたは、どのくらいの頻度で、百貨店で商品・サービスを購入していましたか。商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p>	<p><表側：軸></p> <ol style="list-style-type: none"> 衣料品（衣服、肌着、靴下、ハンカチなど）・身の回り品（靴、アクセサリ、鞆、財布など） 化粧品（メイクアップ商品、スキンケア商品、化粧雑貨など） 宝飾品（宝石、貴金属など） 家庭用品（家具、家電、キッチン用品、テーブルウェアなど） 食料品（生鮮食品、菓子、惣菜など） レストラン・カフェ サービス（美容・理容、教育など） その他 <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 週に1回以上 月に2～3回程度 月に1回程度 2～3ヶ月に1回 半年に1回 年に1回以下 購入したことはない 	マトリクスSA
Q15	百貨店利用者	<p>新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）と比較して、現在の百貨店での購入頻度はどのように変化しましたか。商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p>	<p><表側：軸></p> <p>Q14と同一</p> <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 増加した 変化なし 減少した 	マトリクスSA

調査票 本調査部分 (4/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q16	全員	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたは、どのくらいの頻度で、百貨店以外の実店舗で商品・サービスを購入していましたか。商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p> <p>※ 百貨店以外の実店舗とは、コンビニエンスストア、ドラッグストア、スーパーマーケット、専門店などを示します。</p>	<p><表側：軸></p> <ol style="list-style-type: none"> 衣料品（衣服、肌着、靴下、ハンカチなど）・身の回り品（靴、アクセサリ、鞆、財布など） 化粧品（メイクアップ商品、スキンケア商品、化粧雑貨など） 宝飾品（宝石、貴金属など） 家庭用品（家具、家電、キッチン用品、テーブルウェアなど） 食料品（生鮮食品、菓子、惣菜など） レストラン・カフェ サービス（美容・理容、教育など） その他 <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 週に1回以上 月に2～3回程度 月に1回程度 2～3ヶ月に1回 半年に1回 年に1回以下 購入したことはない 	マトリクス SA
Q17	全員	<p>新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）と比較して、現在の百貨店以外の実店舗での購入頻度は、どのように変化しましたか。商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p> <p>※ 百貨店以外の実店舗とは、コンビニエンスストア、ドラッグストア、スーパーマーケット、専門店などを示します。</p>	<p><表側：軸></p> <p>Q16と同一</p> <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 増加した 変化なし 減少した 	マトリクス SA

調査票 本調査部分 (5/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q18	全員	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたは、どのくらいの頻度で、インターネットショッピングで商品・サービスを購入していましたか。 商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p>	<p><表側：軸></p> <ol style="list-style-type: none"> 衣料品（衣服、肌着、靴下、ハンカチなど）・身の回り品（靴、アクセサリ、鞆、財布など） 化粧品（メイクアップ商品、スキンケア商品、化粧雑貨など） 家庭用品（家具、家電、キッチン用品、テーブルウェアなど） 食料品（生鮮食品、菓子、惣菜など） その他 <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 週に1回以上 月に2～3回程度 月に1回程度 2～3ヶ月に1回 半年に1回 年に1回以下 購入したことはない 	マトリクス SA
Q19	全員	<p>新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）と比較して、現在のインターネットショッピングでの購入頻度はどのように変化しましたか。商品別に、最もあてはまるものをお答えください。</p>	<p><表側：軸></p> <p>Q18と同一</p> <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 増加した 変化なし 減少した 	マトリクス SA

調査票 本調査部分 (6/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q20	百貨店利用者	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたの百貨店の利用理由について、あてはまるものをすべてお答えください。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品揃えが豊富だから 2. 百貨店の独自商品が魅力的だから 3. 有名なブランド・商品の取り扱いがあるから 4. 品質の高いブランド・商品の取り扱いがあるから 5. 丁寧な説明を受けられるから 6. 自分が気が付かない様々な提案を受られるから 7. 魅力的な催事・イベントが行われているから 8. ステータスがあるから 9. 品質が保証されているから 10. 新しい気付き・トレンドを得られるから 11. 長年利用しているから 12. じっくりと商品を選べるから 13. 店舗内で快適に過ごせるから 14. 小さな子供連れでも来店しやすい（ゆったりした通路、休憩所など）店舗になっているから 15. 家・職場から近いから 16. 駅・バス停など公共交通機関によるアクセスが良いから 17. 駐車場があり自動車で来店できるから 18. 遅い時間まで営業しているから 19. 休業日が少ないから 20. その他（ FA ） 21. なんとなく < 排他 > 	MA

調査票 本調査部分 (7/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q21	百貨店を利用していない回答者	<p>【新型コロナウイルス感染拡大以前（2019年）についてお答えください】</p> <p>あなたが百貨店を利用しない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品揃えが少ないから 2. 百貨店にしかない商品が少ないから 3. 流行を捉えた品揃えではないから 4. 自分の嗜好に合った品揃えではないから 5. 価格が高いから 6. 接客がしつこいから（自分で考え、自分で選びたいから） 7. 商品以外のサービスが充実していないから 8. 魅力的な催事・イベントが行われていないから 9. 敷居が高く、入店しにくいから 10. 店舗までのアクセスが悪いから 11. 行きたい曜日・時間帯に営業していないから 12. 他の店舗でも十分に欲しいものが手に入るから 13. インターネットでも十分に欲しいものが手に入るから 14. その他（ FA ） 15. 特に理由はない < 排他 > 	MA

調査票 本調査部分 (8/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q22	百貨店利用者	百貨店の開店時間について、あなたが最も適切だと思うものをお答えください。	<表側：軸> 1. 食品フロア 2. 化粧品フロア 3. アパレルフロア 4. レストランフロア 5. その他のフロア <表頭> 1. 午前10時より前 2. 午前10時 3. 午前10時30分 4. 午前11時 5. その他	マトリクス SA
Q23	百貨店利用者	百貨店の閉店時間について、あなたが最も適切だと思うものをお答えください。	<表側：軸> Q22と同一 <表頭> 1. 午後6時 2. 午後6時30分 3. 午後7時 4. 午後7時30分 5. 午後8時 6. 午後8時より遅い時間 7. その他	マトリクス SA
Q24	百貨店利用者	百貨店の休業日の頻度について、あなたが最も適切だと思うものをお答えください。	1. 週に1日程度 2. 月に2～3日程度 3. 月に1日程度 4. 2～3ヶ月に1日程度 5. 半年に1日程度 6. 年に1日以下	SA

調査票 本調査部分 (9/9)

質問番号	回答条件	質問文	選択肢	回答方法
Q25	全員	百貨店により充実してほしいサービスについて、あてはまるものをすべてお答えください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. お買い物相談サービスの充実 2. 来店や商品の事前予約サービス 3. 店頭における体験型イベント等の催事の充実 4. 地元企業や地元の製品の取扱いの充実 5. サテライト店舗の出店 6. 店頭でのデジタル化（商品紹介、決済方法など） 7. オンラインを活用したサービスの充実（EC、ライブコマースなど） 8. 商品を体験する場の提供（店頭試着サービスの体験など） 9. 食料品など、生活必需品に近い商品販売の充実 10. 外商サービスの充実（お客様向けの来店時サービスの充実など） 11. 買物に限らず、人が集まる場としての機能の充実 12. その他（FA） 13. 特にない <排他> 	MA
Q26	全員	地域社会や地域経済において百貨店が果たすべきと考える役割についてお答えください。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 街のシンボル、賑わいの中心的な施設 2. 地域の重要な買い物の場 3. 雇用の受け皿 4. その他（FA） 5. 特にない <排他> 	MA
Q27	全員	社会的環境が変化する中、百貨店が次の取組について積極的に推進すべきだと思いますか。	<p><表側></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 食品・アパレルのロス抑制やプラスチック袋の使用抑制など、社会的な要請に合った消費行動のリード 2. 百貨店に関連した従業員の勤務環境の改善など、働き方改革やワークライフバランスの充実といった社会的な要請を踏まえた経営 <p><表頭></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 積極的に推進すべきだと思う 2. どちらとも言えない 3. 積極的に推進すべきだと思わない 4. 分からない 	マトリクスSA