

報道関係者各位
プレスリリース

2020年5月28日
ソフトブレン・フィールド株式会社

働く主婦の“巣ごもり消費”、エンタメと料理テイクアウトが人気 家計の見直し、半数が検討

—新型コロナ感染拡大後の消費行動に関するアンケート結果—

新型コロナ感染拡大による全国を対象とした緊急事態宣言は、およそ1か月半ぶり全国で解除され、新たな日常が始まりました。外出自粛やテレワーク、家で過ごすことが中心となった新しいライフスタイルにより、働く女性の消費行動はどのように変化したのでしょうか。

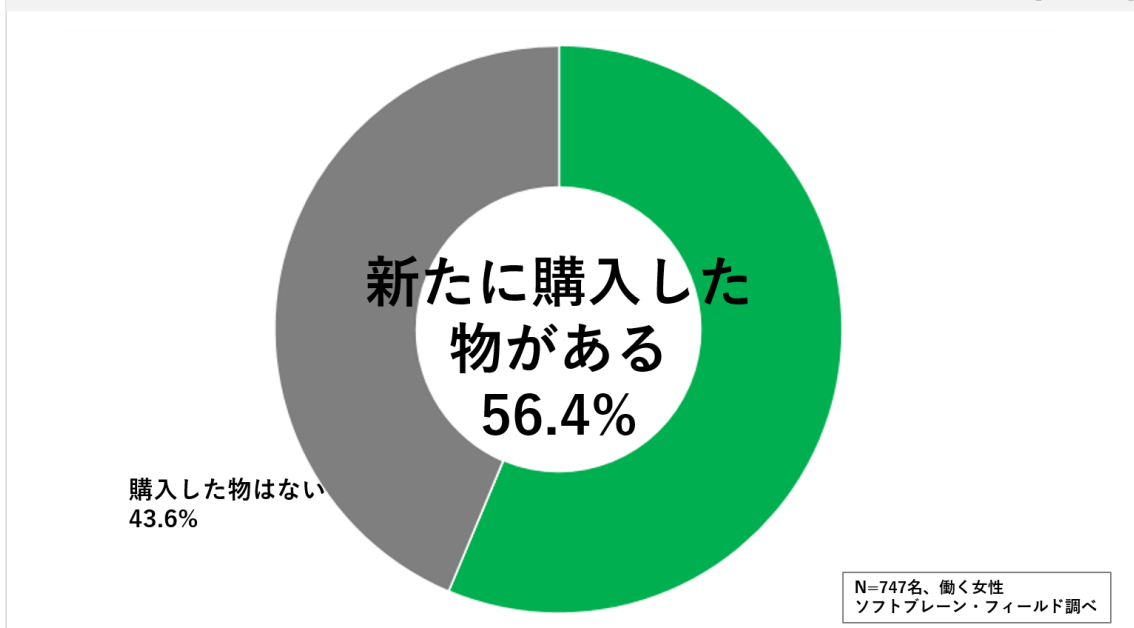
そこで今回は、フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、20代～60代の当社に登録する全国のキャスト会員747名（平均年齢48歳/働く主婦）を対象に、「新型コロナ感染拡大<働く女性>の消費行動」に関するアンケートを調査しました。実施期間は2020年5月12日～5月18日です。

調査結果では、新型コロナ感染拡大の影響により、働く女性が新たに購入した物やサービス、お金の使い方の変化などが表れていました。

まず最初に、新型コロナウィルス感染拡大による自粛生活を過ごすために、生活必需品以外で、新たに購入した物があるか調査をしました。

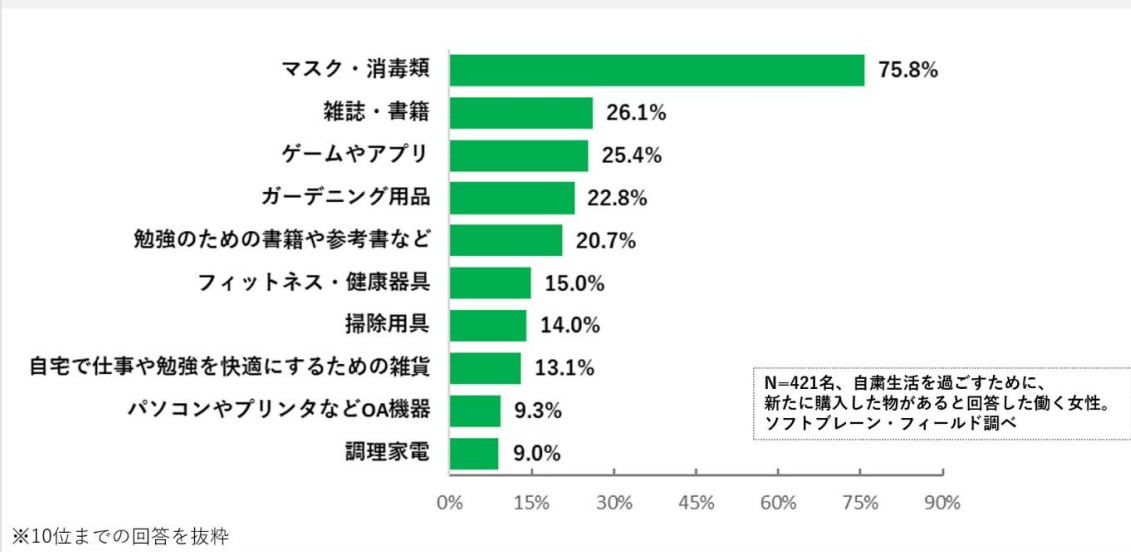
図表1) 新型コロナ感染拡大の影響による自粛生活を過ごすために、新たに購入した物がありますか？

[単一回答]

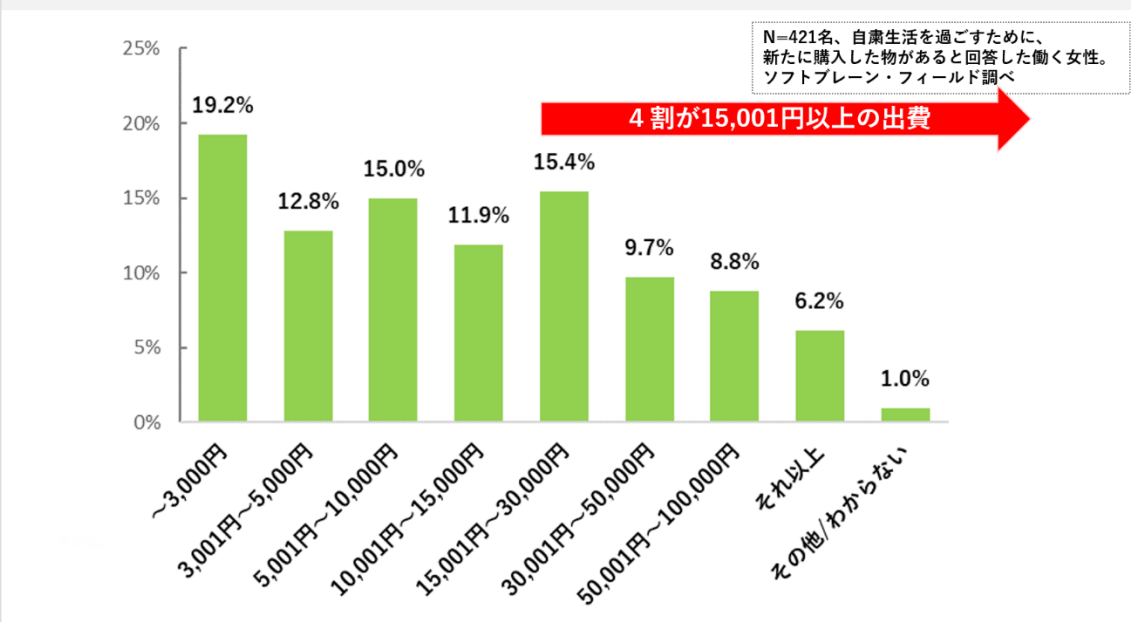


新型コロナウイルス感染拡大による自粛生活を過ごすために、生活必需品以外で、新たに購入した物があるか尋ねると、半数以上の方が「新たに購入した物がある（56.4%）」と回答しました。

図表2) 新型コロナ感染拡大の影響による自粛生活を過ごすために、新たに購入した物を次の中からすべてお選びください。 [複数回答]



図表3) 新型コロナ感染拡大の影響による自粛生活を過ごすために、新たに購入した物の合計金額を次の中からもっとも近いものをお選びください。 [複数回答]



その方々（N=421名）を対象に、選択肢で購入した物を尋ねると、1位は「マスク・消毒類（75.8%）」が8割近くとなりほとんどの方が、新たに購入していました。

2位以下は、「雑誌・書籍（26.1%）」、「ゲームやアプリ（25.4%）」、「ガーデニング用品（22.8%）」、「勉強のための書籍や参考書など（20.7%）」が続き、2割を超えており、「子ども用に、Nintendo Switchと勉強用教材を購入（40代女性）」、「子ども用の参考書とオンライン授業用の机（40代女性）」、「子どものオンライン授業用のパソコン（30代女性）」といった、子育て世代の方は、自粛生活を楽しむためのゲーム機本体や、休校や習い事の休止措置に対応した家庭学習をする機器や家具といった、高額商品の購入が見受けられました。

また、1人でも複数でも楽しめる「ボードゲーム」や「カードゲーム」などを購入したというコメントが年代問わず書かれていました。

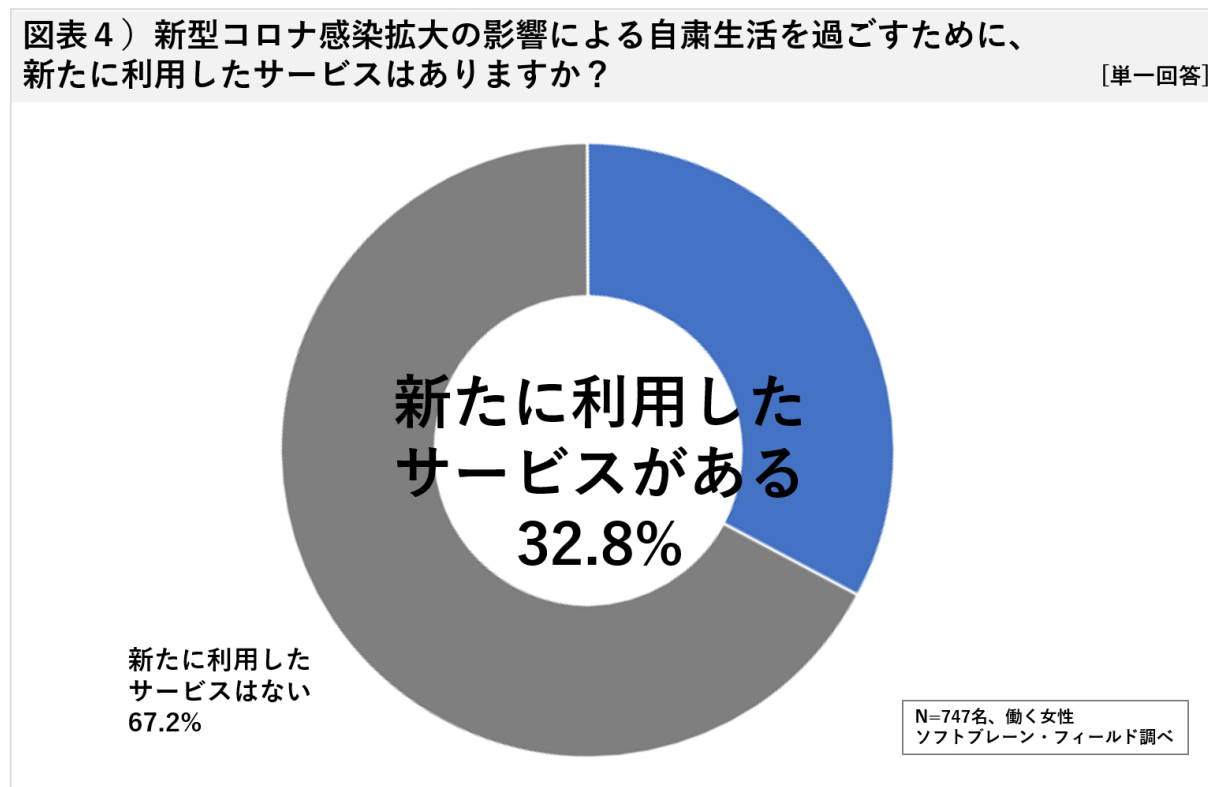
「フィットネス・健康器具（15.0%）」では、「家族で使うストレッチポール」、「大人用の縄跳び」、「ジョギング用のシュ

ーズとウェア」、「ダンベル」といった商品。「調理家電（9.0%）」では、「ホームベーカリー」、「ヨーグルトメーカー」、「圧力鍋」、「ホットプレート」といった商品を購入したという声がありました。（図表2）

新たに購入した物の合計金額について尋ねると、「～3,000円（19.2%）」が最多となり、「15,001円～30,000円（15.4%）」、「5,001円～10,000円（15.0%）」と続きました。

15,001円以上購入したと回答した方が、（※、「15,001円～30,000円（15.4%）」、「30,001円～50,000円（9.7%）」、「50,001円～100,000円（8.8%）」、「それ以上（6.2%）」の合計値）4割を超える結果であったことがわかりました。（図表3）

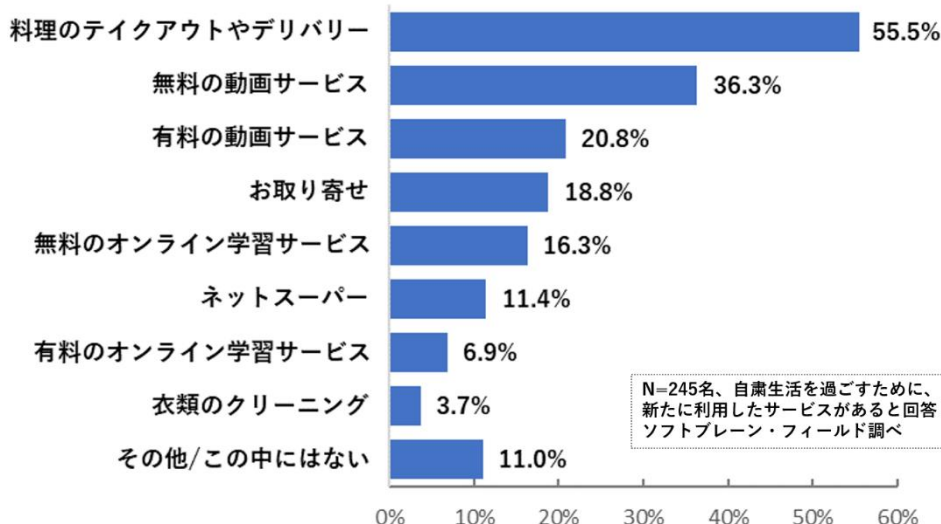
次に、新型コロナウイルス感染拡大による自粛生活を過ごすために、新たに利用したサービスがあるか調査をしました。



新型コロナウイルス感染拡大による自粛生活を過ごすために、新たに利用したサービスがあるか尋ねると、3人に1人が「新たに利用したサービスがある（32.8%）」と回答しました。

図表5) 新型コロナ感染拡大の影響による自粛生活を過ごすために、新たに購入したサービスを次の中からすべてお選びください。

[複数回答]



N=245名、自粛生活を過ごすために、新たに利用したサービスがあると回答した働く女性。ソフトブレン・フィールド調べ

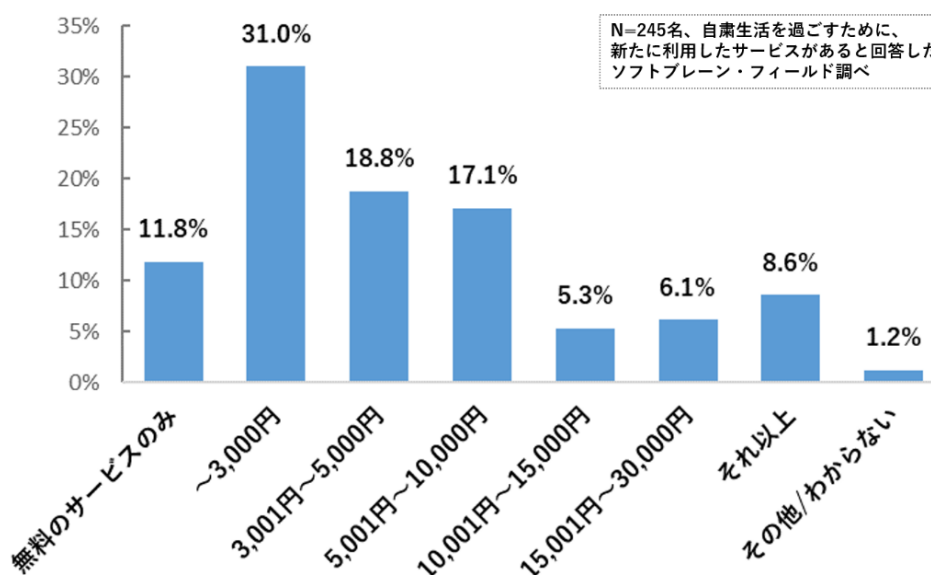
その方々（N＝245名）を対象に、選択肢で新たに利用したサービスを尋ねると、「料理のテイクアウトやデリバリー（55.5%）」が最多で半数以上の方が新たに利用した経験があり、同じく食品関連のサービスである「お取り寄せ（18.8%）」や「ネットスーパー（11.4%）」よりも、大きく利用意欲が高まっていたことがわかりました。

他にも動画配信サービスでは、YouTubeなどの「無料の動画配信サービス（36.3%）」が、Amazonプライム・ビデオやHulu(フルー)などの「有料の動画配信サービス（20.8%）」を15.5ポイント上回っていたことから、「無料で利用する」方のほうが多い結果となりました。

無料の動画配信サービスについては、子どもが通う塾などの「オンライン授業」や、自治体などで実施している「学習支援動画配信サービス」、NHKが放送した様々なジャンルの学習番組を楽しむことができる「NHK for School」、こどもチャレンジの「オンライン幼稚園」などの学習コンテンツが、子育て世代の方のコメントには書かれていました。

図表6) 新型コロナ感染拡大の影響による自粛生活を過ごすために、新たに利用したサービスの合計金額を次の中からもっとも近いものをお選びください。

[複数回答]



N=245名、自粛生活を過ごすために、新たに利用したサービスがあると回答した働く女性。ソフトブレン・フィールド調べ

新たに利用したサービスの合計金額について尋ねると、「無料のサービスのみ（11.8%）」と回答した方はわずか1

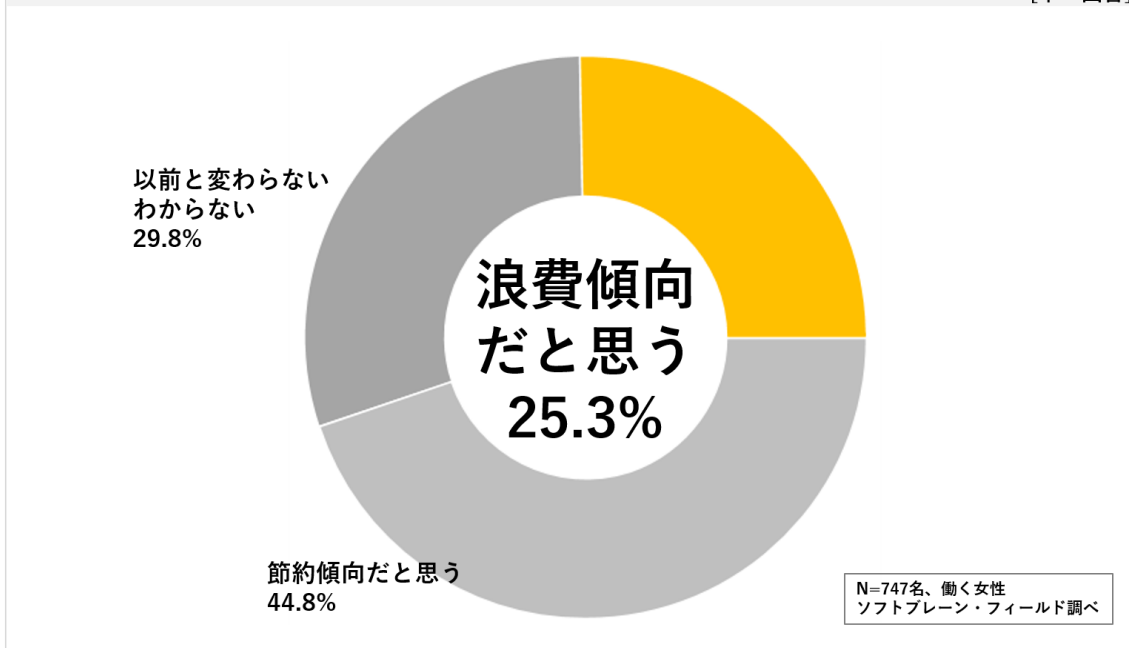
割となり、「～3,000円（31.0%）」が最多で、「3,001円～5,000円（18.8%）」、「5,001円～10,000円（17.1%）」と続き、無料で楽しめるサービスがある中でも、ほとんどの方が何らかのサービスを有料で利用していたことがわかりました。

これまでの調査結果から、ここ1～2か月程度の急激なライフスタイルの変化により、新たに購入した物やサービスの利用など、思いもよぬ出費が重なっていたことがわかりました。

次からは、お金の使い方に対する考え方の変化について調査をしました。

図表7) 新型コロナ感染拡大の影響で、あなたのお金の使い方について、次の中からもっとも近いものをお選びください。

[単一回答]



まず、新型コロナ感染拡大の影響によるお金の使い方を尋ねると、4人に1人の方が「浪費傾向だと思う（25.3%）」と回答したことがわかりました。

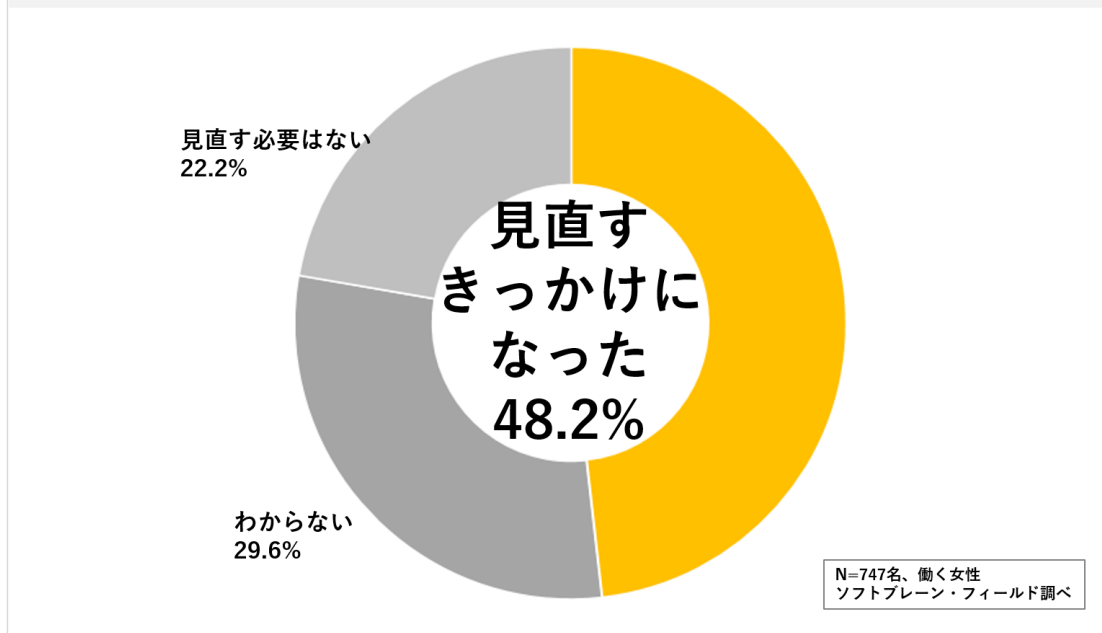
理由として「まとめ買いをするようになったので余分な食料を買うことが増えた（40代女性）」や「家で快適に過ごせる必要な物を買ったため（40代女性）」といった声が多くみられましたが、「外出できないため、高額と思っている商品でも今なら手を出してしまっていると思う（40代）」といった金銭感覚の変化を感じている方もいました。

一方で「節約傾向だと思う（44.8%）」と回答した方からは、「家の中にいるので、ガソリンも使わず、外食もしない、服も買ってないので節約できていると思う（40代女性）」や「旅行や娯楽費がかかっていないので節約になっている（50代女性）」といった、外出自粛を理由として挙げる方や、「何が起こるか分からないから節約している（40代女性）」や「世の中が不景気になってときのための備えとして節約気味（40代女性）」といった、本格的にやってくるのが予想されるコロナ不況への備えのためといった声が多くみられました。

最後に、新型コロナ感染拡大の影響により、お金の使い方を見直すきっかけとなったか調査をしました。

図表8) 新型コロナ感染拡大の影響は、お金の使い方を見直すきっかけになりましたか？

[単一回答]



新型コロナ感染拡大の影響により、お金の使い方を見直すきっかけとなったか尋ねると、「見直すきっかけになった（48.2%）」と回答の方が半数近くとなりました。

具体的には、「家計の管理を以前よりするようになった（40代）」、「家計簿アプリを使うようになった（30代女性）」などの家計管理の方法の見直しや、「日頃から貯金を意識して、有事に備える（30代女性）」、「貯金をさらに増やそうと思う（40代女性）」といった、貯金の増額などがコメントに書かれていました。

今回の調査結果からは、新型コロナの感染拡大の影響により、新たに購入した物として、「マスク・消毒液」以外では、「雑誌や書籍」、「ゲームやアプリ」、「ガーデニング用品」などが人気を集めていました。また、「料理のテイクアウトやデリバリー」を新たに利用したという方が半数以上を占め、飲食業界に新たな市場が生まれようとしています。

また、お金の使い方については、「浪費傾向だと思う」と感じている方が4人に1人という結果となり、ライフスタイルの変化で思いもよらぬ出費が増えたという声が見られましたが、半数近くの方が「節約傾向だと思う」と感じており、「本当に必要な物かどうかを見極める、いいきっかけになった(30代)」や「必要な物とそうでない物は何であるか慎重に考える(50代)」といった消費行動の意識の変化が表れていました。

回答者の年齢と職業 (N=747名、働く女性)

職業	(%)	年齢	人数	(%)
SBF	40.3%	20代	21	2.8%
パートタイムで働くアルバイト形態	23.3%	30代	97	13.0%
フルタイムで働く社員形態	10.4%	40代	264	35.3%
派遣社員等の派遣形態	8.6%	50代	298	39.9%
スキルを活かしたフリーランス形態	5.2%	60代	67	9.0%
その他仕事	12.2%	平均年齢48歳	747	100.0%

調査期間：2020年5月12日～5月18日
調査対象) 全国の当社に登録するキャスト会員

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 石井 (いしい) /山室 (やまむろ)

TEL : 03-6328-3883 FAX : 03-6328-3631 MAIL: press@sbfield.co.jp

- 消費者目線を持つ30代～60代の主婦が中心。商品やサービスにおいて適切なフィールドマーケティングが可能。
- 地域に暮らす多様な人々と付き合い、地域独自の課題やニーズを理解している。
- 企業で働いた経験がありビジネスマナー・社会常識を有する。任された仕事をやり遂げる基本的な達成意欲を持つ。



登録キャスト数

全国 **約9.2万人** ※2019年12月現在
92,555名(女性8：男性2)



取引実績業種

138カテゴリー 350社以上 ※2019年12月現在

ラウンダー・店頭/店舗調査他、自分の生活圏の（Dgs,GMS,SM,CVS他）で全国のキャストが活動中

当社へのキャスト登録は、
Cast support system

ぶちっとな



<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】URL : <https://www.sbfield.co.jp/>

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ92,555名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など187,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」URL : <https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

ソフトブレン・フィールドは、2004年創業当初より長年にわたり、働く意欲ある主婦を中心とした女性達に「年齢・時間・場所の制約がない柔軟な働き方＝フィールド・クラウドソーシング」を提供している背景から、2018年5月31日に「サステナブル∞ワークスタイルプロジェクト」を発足しました。国連で採択された2030年までの国際目標「SDGs（Sustainable Development Goals／持続可能な開発目標）」の考えに基づき、企業および働く人にとって、無理・無駄なく、持続可能な働き方こそ、企業の生産性が向上し、本当の働き方改革の推進につながると考えます。



Work Story Award 2019「働きがい・モチベーション・エンゲージメント」部門受賞

一般社団法人at Will Workが主催する「Work Story Award 2019（※）」において、当社が提供する「フィールド・クラウドソーシング」が評価され、「働きがい・モチベーション・エンゲージメント」のテーマ部門賞を受賞しました。

（※）働き方を選択できる社会づくりの実現を目指す一般社団法人at Will Workが主催するアワードで、働く"ストーリー"を集める5年間限定のアワードプログラムです。

<https://www.puchittona.jp/sbf/view/sustainable/award2019/index>