

## 販路拡大のキモ(第8回)

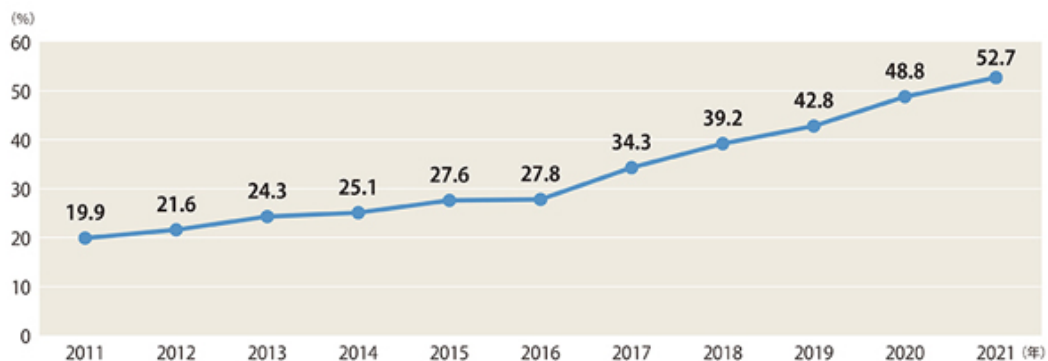
## 2年間で変容。消費形態のキャッチアップ不可欠

2022.03.23



2019年から2021年にかけて、消費行動が大きく変化した。新型コロナウイルスによる社会の変化は生活を変え、消費にもその影響は色濃く出ている。例えば、総務省統計局のデータによれば、ネットショッピングの利用世帯は2019年の42.8%から2021年には52.7%へと10ポイント近く増えた。支出額も、2019年の2人以上の世帯では月平均1万4000円台だったが、2020年に1万6000円台半ばに、2021年には1万9000円に迫るまでに増加している。これまでネットショッピングをしなかったシニア層でも、利用が増加したり食料品の購入が急増したりと、内容も変化しているようだ。

【ネットショッピング利用世帯の割合推移】



出所:家計消費状況調査(総務省統計局)を基に作成

外出や外食に自粛が求められたり、在宅勤務で通勤しなくなったりすると、食の消費行動も変わってくる。かつては昼時の行列や夜の酔客が集まったオフィス街の飲食店から人が減った。一方で住宅街では、テイクアウトできるファストフード店には列ができ、フードデリバリーの自転車やバイクが縦横無尽に駆け抜けるようになった。食の消費行動の1つとしてフードデリバリーが市民権を得たといえるだろう。NPD Japan(エヌピーディー・ジャパン)の調査によれば、2019年から2021年にデリバリー(出前)の市場規模が4183億円から7909億円へと2倍近くに膨らんだ。

デリバリーへの変化にビジネスモデルの検討が急務… 続きを読む