



# **BOJ** *Reports & Research Papers*

日本銀行大分支店 特別調査レポート

## 大分県のインターネット消費

2019年4月1日  
日本銀行大分支店

本稿は、前田佳菜実と武井北斗が作成しました。内容に関する照会は、日本銀行大分支店総務課（TEL：097-533-9106 FAX：097-538-7085）までお寄せください。

本稿はインターネット（<http://www3.boj.or.jp/oita/>）からもご覧いただけます。

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行大分支店までご相談ください。

転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

## はじめに

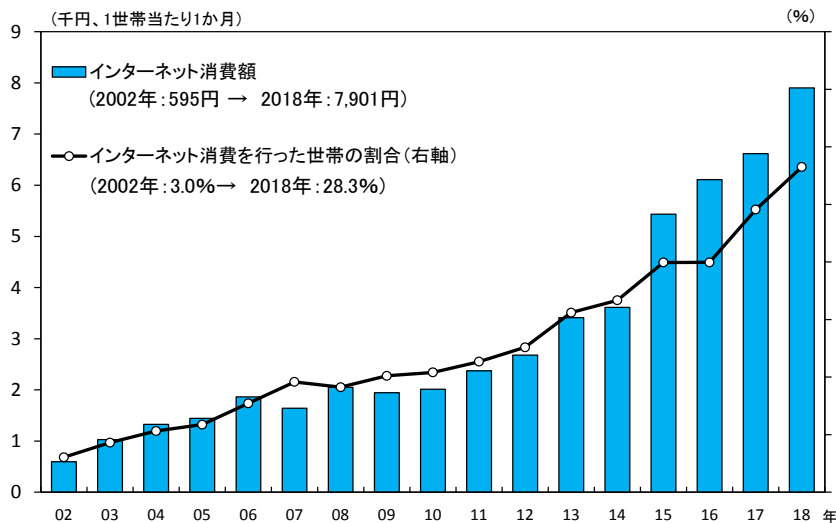
近年、スマートフォンなどの身近な通信端末が普及していることに加え、インターネット通販の利便性が高まっていることもあって、大分県内でもインターネット消費が増えているとされる。

本レポートでは、インターネット消費に関するデータ制約のもとで利用可能なデータを用いて、全国や九州と比較しつつ、県内のインターネット消費の現状を概観し、方向性について考える。

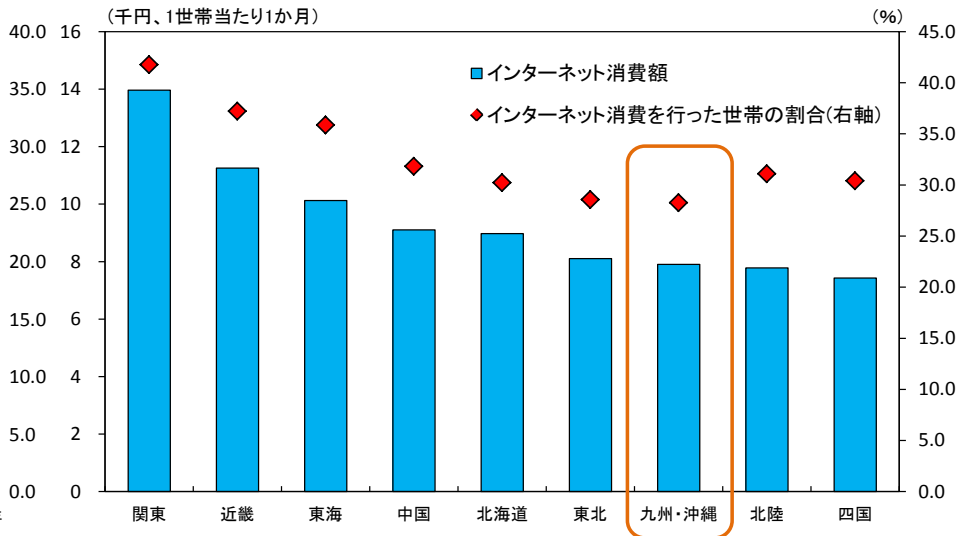
# 九州・沖縄地域のインターネット消費状況①

- 九州・沖縄地域のインターネット消費額は拡大を続けている。九州・沖縄地域における1世帯当たり1か月間のインターネット消費額は2018年には約7,900円となっており、2002年対比で13倍に増加。また、インターネット消費を行った世帯の割合は足もと3割近くまで上昇。
- もっとも、地域別にみた九州・沖縄のインターネット消費額は全国9地域の中でも低く、インターネット消費を行った世帯の割合をみても、下位に属している。

(図表1) インターネット消費額および世帯割合(九州・沖縄)



(図表2) 地域別インターネット消費額と世帯割合(2018年)



(資料)総務省「家計消費状況調査」

(注) 図表1では2015年から調査内容が変更されているため、インターネット消費額(1世帯当たり1か月)をそれ以前の結果と比較するには注意が必要。

# 九州・沖縄地域のインターネット消費状況②

- 九州・沖縄地域のインターネット消費は、物販系が約5割、サービス系が約4割という構成になっており、全国平均に近い割合となっている。
- 内訳をみると、全国平均に比べ、「化粧品・健康食品・医薬品」や「旅行関係費」の割合が高い一方、「飲食料品」や「チケット」の割合が低い。家計消費全体の構成比のほか、各品目における実店舗販売に比したインターネット通販の優位性が地域間で異なっている可能性がある。

(図表3) インターネット消費の構成比と内訳(2018年)

(円、%、%P)

	九州・沖縄		全国		九州・沖縄 と全国の ウエイト差 <a-b>
	実額	ウエイト <a>	実額	ウエイト <b>	
物販系	4,042	51.2	5,819	52.8	▲ 1.6
衣料品	830	10.5	1,169	10.6	▲ 0.1
化粧品・健康食品・医薬品	786	9.9	965	8.7	▲ 1.2
飲食料品	805	10.2	1,429	13.0	▲ 2.8
家具家電	600	7.6	862	7.8	▲ 0.2
書籍・各種ソフト	404	5.1	618	5.6	▲ 0.5
贈答品	439	5.6	475	4.3	▲ 1.2
自動車等関係用品	178	2.3	301	2.7	▲ 0.5
サービス系	2,782	35.2	3,696	33.5	▲ 1.7
旅行関係費	2,051	26.0	2,536	23.0	▲ 3.0
保険	308	3.9	422	3.8	0.1
チケット	253	3.2	494	4.5	▲ 1.3
デジタルコンテンツ	170	2.2	244	2.2	▲ 0.1
その他	1,080	13.7	1,515	13.7	▲ 0.1

(ネット消費項目の内訳)

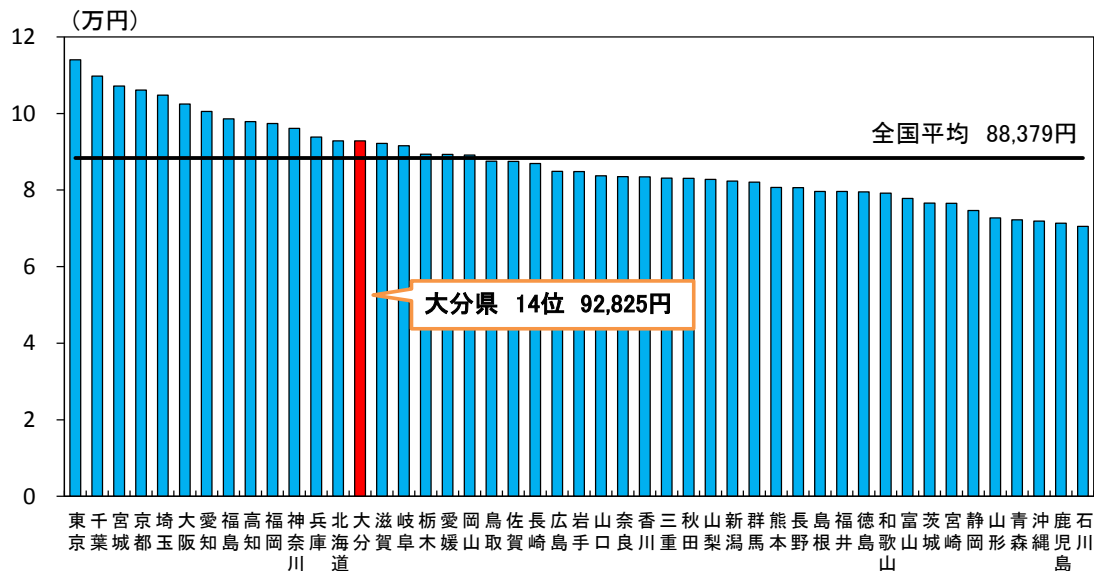
物販系	
衣料品	紳士用衣類、婦人用衣類、履物・その他の衣類
化粧品・健康食品・医薬品	化粧品、健康食品、医薬品
飲食料品	食料品、飲料、出前
家具家電	家具、家電
書籍・各種ソフト	書籍、音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト
贈答品	贈答品
自動車等関係用品	自動車等関係用品
サービス系	
旅行関係費	宿泊料、運賃、パック旅行費
保険	保険
チケット	チケット
デジタルコンテンツ	電子書籍、ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど
その他	上記に当てはまらない商品・サービス

(資料)総務省「家計消費状況調査」

# 大分県内のインターネット消費状況①

- 都道府県別の年間通販利用額をみると、大分県は全国平均を上回り、上位に属している。
- 九州地域内で比べても、大分県は福岡県に次ぐ第2位の規模となっている。

(図表4) 都道府県別年間通販利用額(2016年)



(図表5) 九州・沖縄各県の年間通販利用額(2016年)

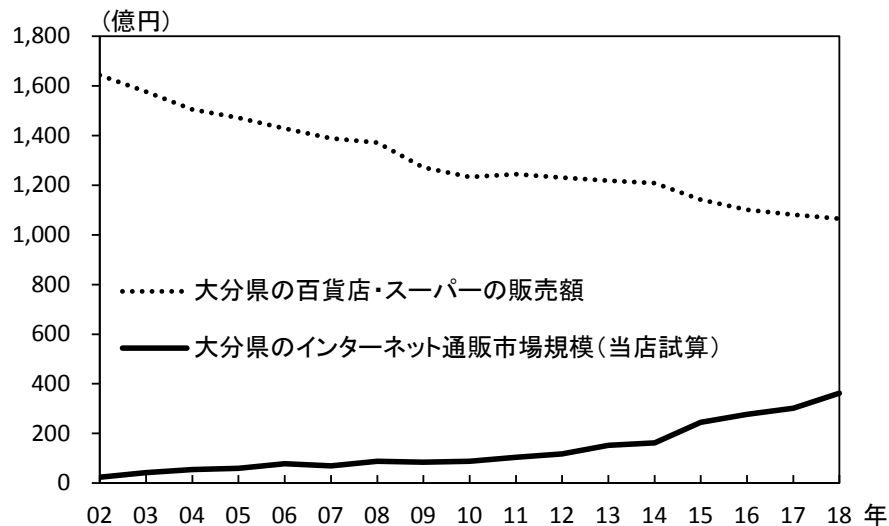
順位	都道府県	金額(円)
1	福岡県	97,400
2	大分県	92,825
3	佐賀県	87,500
4	長崎県	86,925
5	熊本県	80,663
6	宮崎県	76,550
7	沖縄県	71,875
8	鹿児島県	71,338

(資料) 日本通信販売協会「県民通販大調査」

# 大分県内のインターネット消費状況②

- インターネット通販の市場規模を把握するデータに制約はあるが、一定の仮定のもと当店で試算すると、大分県内におけるインターネット通販の市場規模は年々拡大傾向にあり、最近では、一部の小売業態(家電量販店、ホームセンター)に近い市場規模になっている可能性がある。

(図表6)大分県におけるインターネット通販市場の推移



(大分県のインターネット通販の市場規模の試算方法)

①各年の大分県の「インターネット消費額(1世帯当たり1か月)」に、②各年の大分県の世帯数を乗じた上で、年間ベースに変換(=①×②×12か月)。このうち①は、(a)各年の九州・沖縄地域の「インターネットを利用した支出総額」、(b)2014年の大分県「通販(インターネット)消費支出」/九州地方「通販(インターネット)消費支出」を用いて試算((a)×(b))。なお、九州・沖縄地域のインターネットを利用した支出総額は「家計消費状況調査」(総世帯、1世帯当たり1か月)、大分県、九州地方の通販(インターネット)消費支出は「全国消費実態調査」(2014年、1世帯当たり1か月)を利用。

(図表7)大分県の業態別年間市場規模(2018年)

業態	市場規模(億円)
百貨店・スーパー	1,065
コンビニエンスストア	1,014
ドラッグストア	610
ホームセンター	476
家電量販店	301

インターネット  
通販  
約400億円

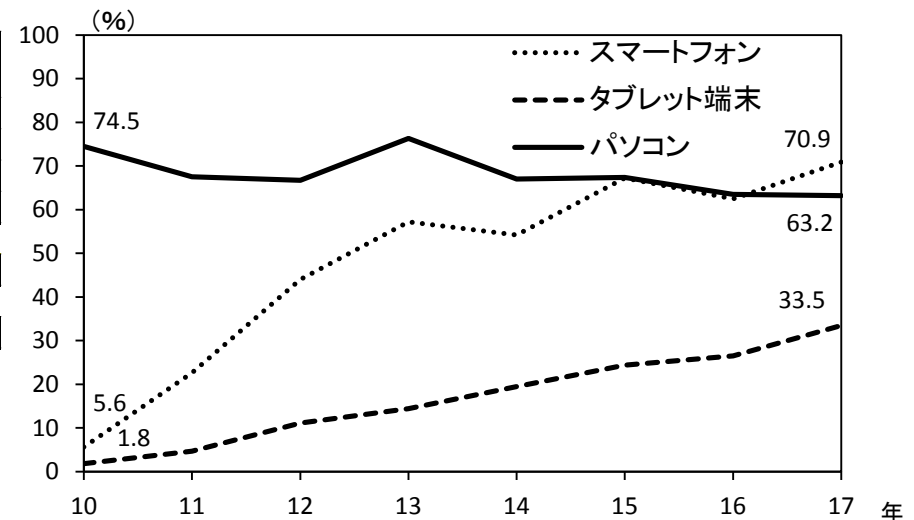
# 県内インターネット消費の方向性①

➤ 今後の県内インターネット消費の方向性を考えると、大分県のインターネット端末の普及率が現在のところ全国に比べて低位に止まっており、近年においてはスマートフォンやタブレット端末の普及率が伸びていることから、インターネット消費は一段と拡大していく余地があると考えられる。

(図表8) 都道府県別にみたインターネット端末の普及状況(2017年)

【スマートフォン】			【タブレット】			【パソコン】		
順位	都道府県	普及率	順位	都道府県	普及率	順位	都道府県	普及率
1	神奈川県	81.7	1	山梨県	46.8	1	富山県	85.3
2	東京都	81.0	2	富山県	44.3	2	愛知県	82.7
3	愛知県	80.0	3	静岡県	43.7	3	滋賀県	81.3
4	群馬県	79.8	4	東京都	41.5	4	三重県	80.5
5	山梨県	79.5	5	福井県	41.4	5	神奈川県	78.8
26	大分県	70.9	25	大分県	33.5	37	大分県	63.2
全国平均		75.1	全国平均		36.4	全国平均		72.5

(図表9) 大分県におけるインターネット端末の普及状況

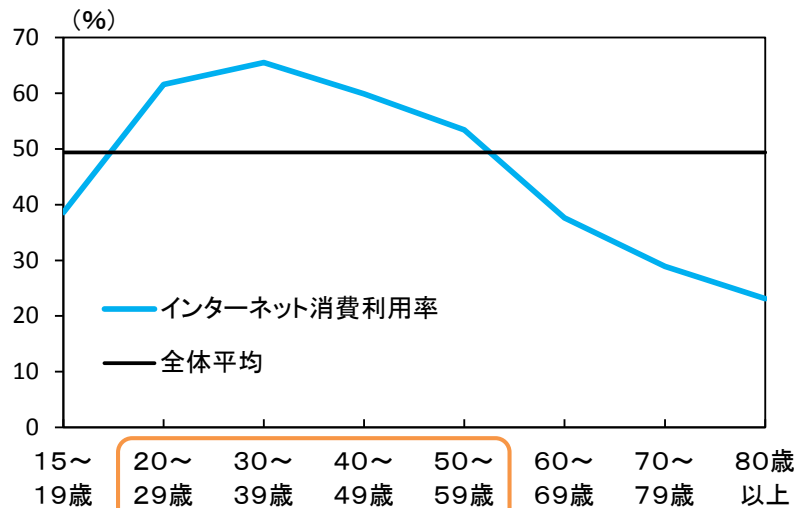


(資料) 総務省「通信利用動向調査」

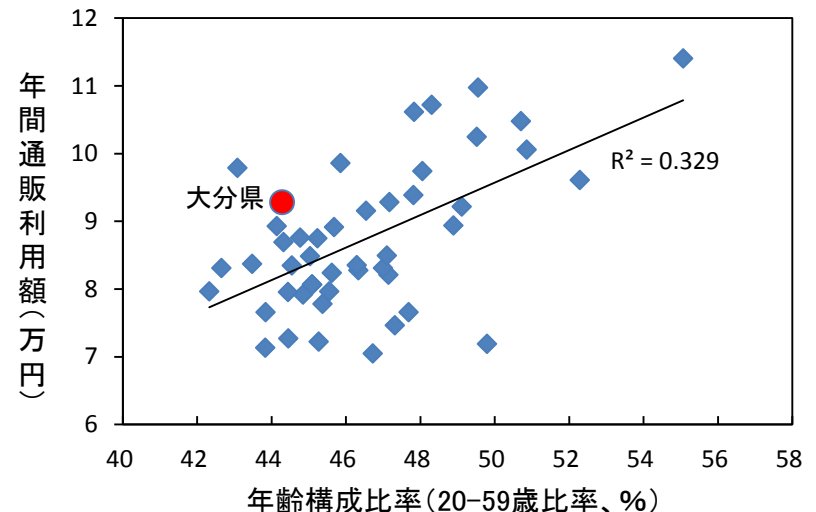
## 県内インターネット消費の方向性②

- 全国の年齢別インターネット消費をみると、20～30歳代で利用率が6割を超え、それより年齢階層が上がるにつれて利用率が低下する傾向。利用率が5割を超える年齢構成(20～59歳)の比率と年間通販利用額との関係を都道府県別にみても、同年齢構成の比率が高いほど利用額も高くなる傾向がある。そうした中でも、大分県は利用額が高め。
- 先行きインターネット消費世代が高年齢層に広がっていく中であって、現状でも年間通販利用額が高めな大分県では、インターネット消費が大きく広がる可能性がある。

(図表10) 年齢別インターネット消費利用率(全国、2017年)



(図表11) 都道府県別の年齢構成(20-59歳比率)と年間通販利用額の関係



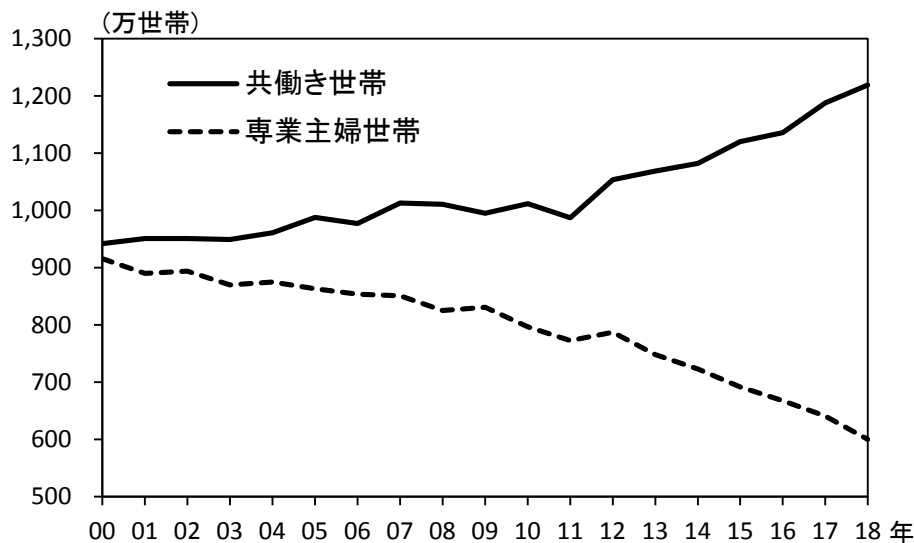
(資料)総務省「平成29年通信利用動向調査」、日本通信販売協会「県民通販大調査」、総務省「平成27年国勢調査 人口等基本集計」



# 県内インターネット消費の方向性③

- 全国共通の動きとして、近年は女性の労働参加率上昇に伴って共働き世帯数が増加。こうした共働き世帯数の増加は、時短ニーズなどから、インターネット消費を後押しする要因となっている。
- 県内の小売業でも、女性の労働参加を背景に、消費者の時短ニーズを反映した購買行動が指摘されており、こうしたニーズを満たすインターネット消費は県内でも一段と増加するとみられる。

(図表12) 共働き世帯数と専業主婦世帯数の推移(全国)



(図表13) 女性の労働参加から時短ニーズの高まりがみられる県内企業の事例

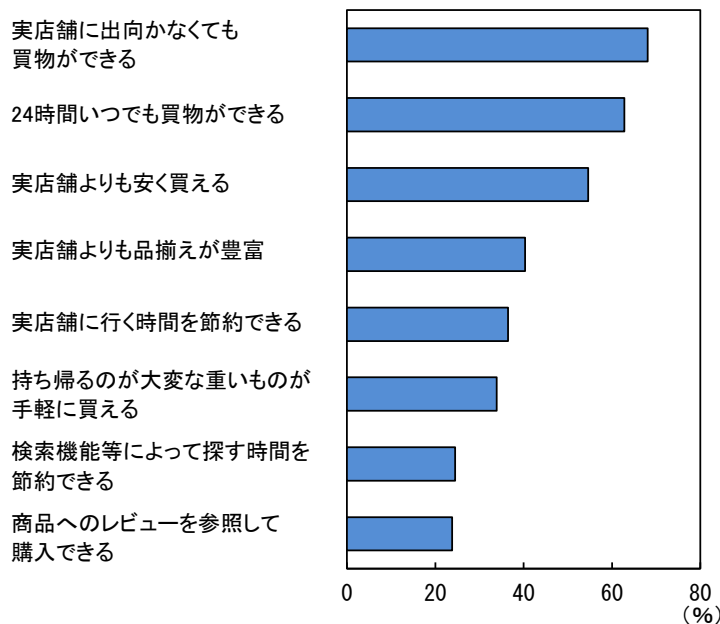
業種	企業から聞かれた声
商業施設	働く女性の増加を背景に、衣料品購入が実店舗から、時間の取られないインターネットに移ってきている。
コンビニ	手軽に調理できる食品が女性客を中心に売れている。
スーパー	女性の社会進出から、買い物に費やせる時間が減少しており、最近は1か所でまとめて購入する人が多い傾向がみられる。

(資料) 独立行政法人 労働政策研究・研修機構

# インターネットを活用した消費促進の潜在力

- 消費者がインターネット通販を利用する理由として、①購入の地理的・時間的制約から解放されること、②価格・商品選択の幅が広がること、③特に重量物において運搬を回避できることなどを挙げている。
- 最近では、インターネット通販と異なり、消費者を実店舗の購買に結び付けるなどの手段としてインターネットを活用する動きもみられている。
- こうした利点を踏まえ、県内企業がインターネットを必要十分な範囲で活用し、販路開拓・拡大や売上増加を図る余地は高まっている。

(図表14) インターネット通販の利用理由(2016年)



(図表15) インターネットを活用した消費促進の県内企業の事例

業種	企業から聞かれた声
対個人サービス	顧客にインターネットで事前に情報を入力してもらうことで、実店舗での受付時間や顧客の待ち時間が短縮され、売上増加につながった。
対事業所サービス	毎月定額でのサービス提供や商品販売を行うリアル店舗と消費者をマッチングするプラットフォーム事業をインターネット上で開始。

## 結びにかえて

大分県のインターネット消費は年々増加しており、今後も通信端末の普及、インターネット通販の利便性向上、時短ニーズの高まりなどから一段と増加していく可能性が高い。

県内企業では、インターネット通販との競合も予想される一方、インターネットの利点を機能的に活かして販路開拓・拡大や売上増加につなげていく余地があると考えられる。

当店でも、県内の景気動向を的確に把握するうえで、拡大するインターネット消費の動向を捕捉していくことが一段と重要になると考えている。

# ＜本店が公表している特別調査レポート等のご案内＞

＜WEB上でご覧になっている方は、下記レポートのタイトルをクリックするとそのレポートを閲覧することができます＞

- [大分県のインターネット消費](#) (19年4月1日公表)
- [大分県の人口減少の緩和に向けて](#) (18年11月28日公表)
- [大分県内のキャッシュレス決済に関する現状整理](#) (18年10月25日公表)
- [観光消費の促進に向けた着眼点](#) (18年10月11日公表)
- [成長力強化が期待される大分県の農業](#) (18年6月19日公表)
- [イノベーションを捉え始めた県内製造業](#) (18年4月2日公表)
- [民泊の本格解禁に向けた県内の動き](#) (18年2月21日公表)
- [事業承継は県内企業の飛躍のチャンス](#) (18年1月24日公表)
- [収益力強化に向けた設備投資の一手](#) (17年11月22日公表)
- [平成29年台風第18号による大分県経済への影響と今後の見通し](#) (17年10月18日公表)
- [付加価値拡大に向けた県内企業の取り組み](#) (17年9月14日公表)
- [平成29年7月九州北部豪雨による大分県経済への影響と今後の見通し](#) (17年8月23日公表)
- [人手不足時代を乗り切るための5本の柱 ～県内企業の対応状況と今後の課題～](#) (17年6月19日公表)
- [大分県の底力 ～熊本地震から1年を迎えた大分県観光の現状と今後の展望～](#) (17年4月18日公表)
- [原油価格に対する感応度が全国よりも低い大分市の消費者物価](#) (17年4月18日公表)

## <当店のホームページのご案内>

(当店ホームページのトップページ)

<http://www3.boj.or.jp/oita/index.html>

(大分県内の景気動向)

<http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/geppou.html>

(短観)

<http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tankan.html>

(特別調査レポートのご案内)

[http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tokubetu\\_repo.html](http://www3.boj.or.jp/oita/kohyo/tokubetu_repo.html)

(支店見学のご案内)

[http://www3.boj.or.jp/oita/tennai\\_kengaku/kenngaku\\_annai.html](http://www3.boj.or.jp/oita/tennai_kengaku/kenngaku_annai.html)