



2022年働く独身女性の 消費行動白書

2022.12

eBay Japan G.K.

コロナ禍3年目となる2022年。
活動自粛が緩和され、
より自由な元の生活に戻りつつあります。
買い物や食べ物、お出かけなどを楽しむ
20～30代の女性たちが今
どのような意識や考えを持っているのか、
消費の観点から明らかにしていきます。

「贈り物に関する調査」

調査期間：2022年2月7日（月）～2月9日（水）
調査対象：全国の、20代～30代の働く独身女性500名
調査方法：インターネット調査
調査会社：株式会社ネオマーケティング

「お出かけに関する調査」

調査期間：2022年5月12日（木）～5月14日（土）
調査対象：全国の、20代～30代の働く独身女性500名
調査方法：インターネット調査
調査会社：株式会社ネオマーケティング

「働く女性の食に関する調査」

調査期間：2022年8月17日（水）～8月19日（金）
調査対象：全国の、20～30代の働く独身女性500名
調査方法：インターネット調査
調査会社：株式会社ネオマーケティング

「商品のお試しに関する調査」

調査期間：2022年10月27日（木）～10月28日（金）
調査対象：全国の、20～30代の働く独身女性500名
調査方法：インターネット調査
調査会社：株式会社ネオマーケティング

「働く女性の社会貢献意識調査」

調査期間：2022年8月31日（水）～9月1日（木）
調査対象：全国の20～30代の働く女性500名
調査方法：インターネット調査
調査会社：株式会社ネオマーケティング

第1章：お買い物・贈り物	05
第2章：食べ物	14
第3章：お出かけ	18
Appendix：社会貢献と買い物	23
総括 ～2022年の消費行動を振り返る～	28

Chapter 1

第1章 お買い物・贈り物

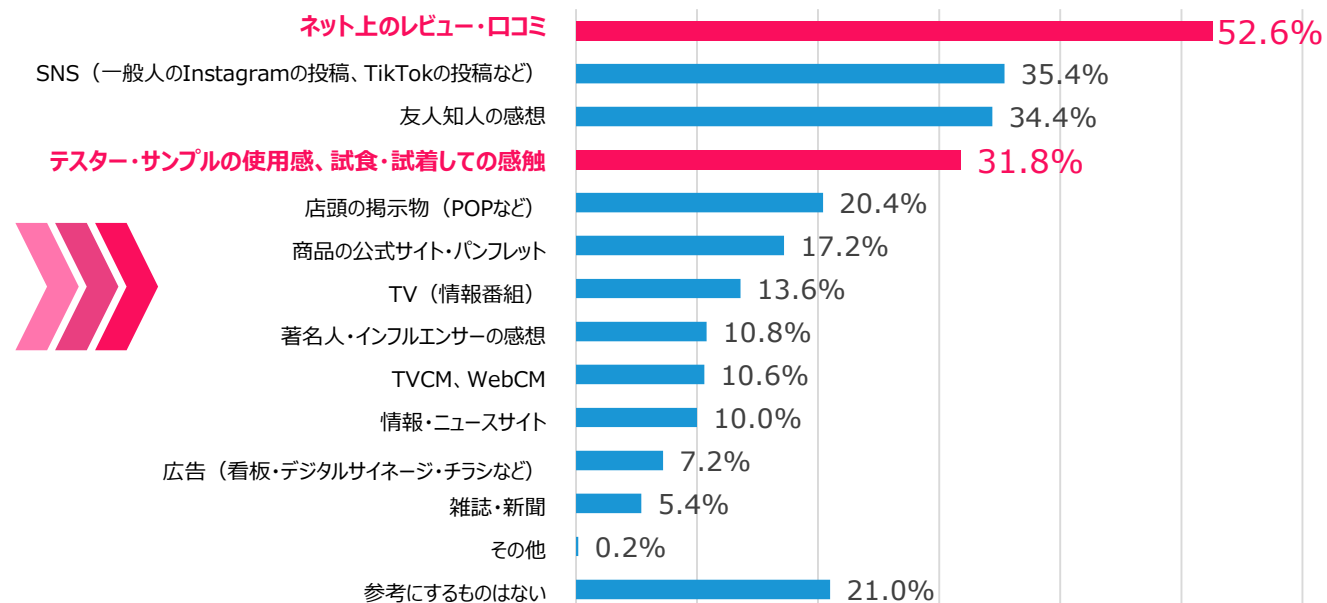
お買い物時のお試し事情や、贈り物について調査しました。
お買い物時に参考に行っていることや、贈り物、もらいたいプレゼントなどリアルな結果が明らかになりました。

半数以上の女性が、商品購入の際にレビュー・口コミを参考にする！ 7割以上が、レビュー・口コミの内容を見て商品の購入を決めた経験あり。

レビュー・口コミの内容を見て
商品の購入を決めた経験はありますか？

75.6%
ある

買い物をする際に参考にするもの
(複数回答)



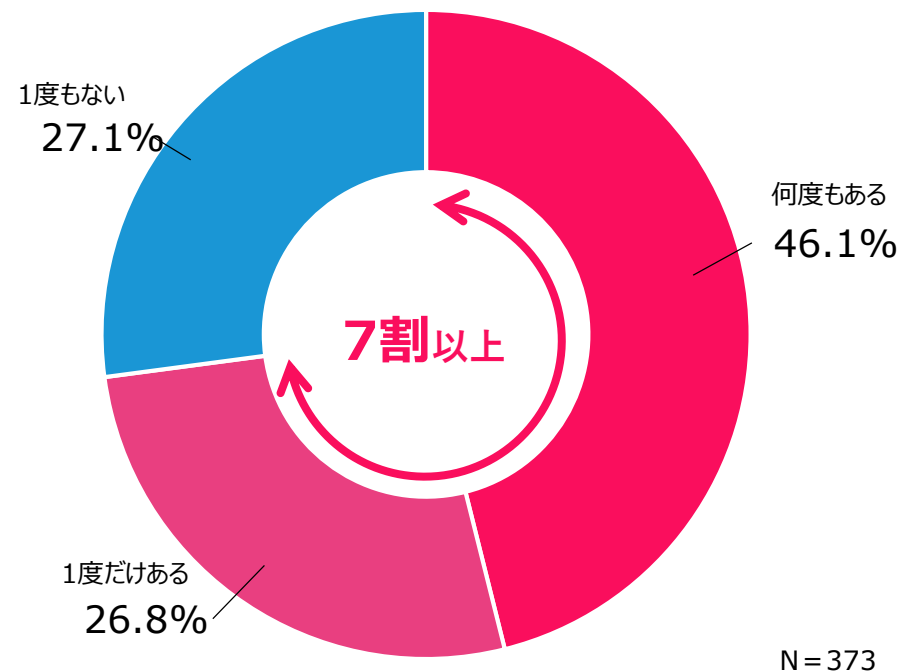
N = 500

お試し経験のあるジャンル1位「コスメ」 7割の女性が、お試しをしたことで購入を決めた経験あり。

購入前にお試しをした経験がある商品

	コスメ (メイクアップ商品)	53.0%
	基礎化粧品	43.8%
	シャンプー・トリートメント	36.8%
4位	日焼け止め	34.2%
5位	クレンジング	33.8%

商品を購入するつもりはなかったが、
お試しをしたことで購入を決めた経験はありますか？



試して良かった商品&試さずに購入したことがある商品 エピソード

試して良かった商品&エピソード

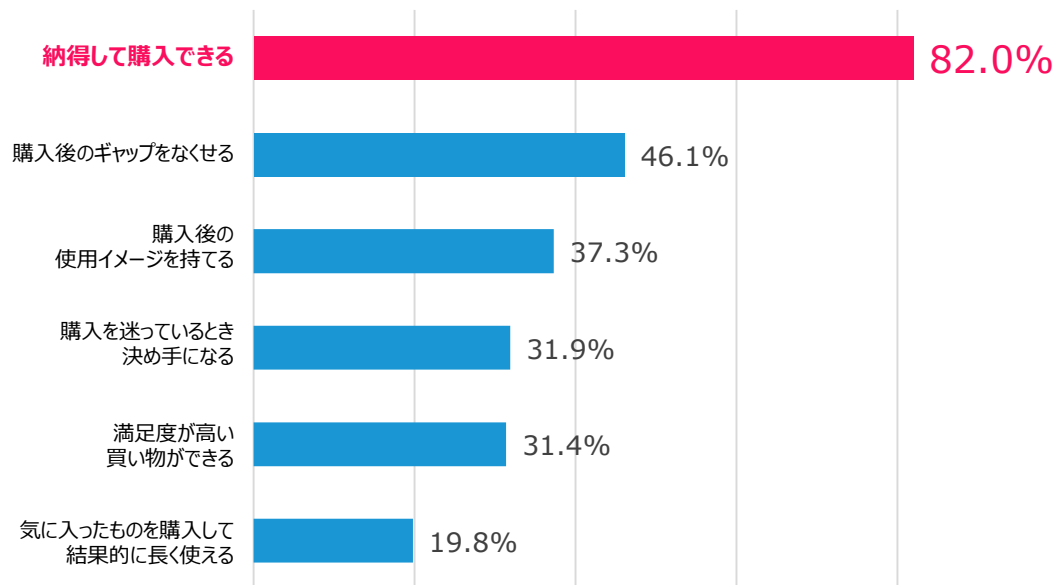
- ・化粧水のキャンペーンで当たったものを使ってみたところ、使用感がとても良く買いたくなった（島根県・26歳）
- ・コスメをテスターで実際に使用してみると、想像とは違い似合わなかったり、逆に意外とじっくりきたり、新しい発見ができる（茨城県・29歳）
- ・ベースメイク品は崩れ方なども見れるので試して良かった。香水は香りが時間の経過によって変わるので、購入前に試せるならありがたい（東京都・37歳）
- ・日焼け止め。同じSPFでも焼け方が違ったり、テクスチャーが違ったりするので自分の肌に合うものを選ぶためにも試しておいて良かった（東京都・34歳）
- ・シャンプー。1日分の使いきりサイズのお試しを使用することで、匂いも自分の頭皮に合うのかも試せたので良かった（福岡県・25歳）

試さずに購入したことがある商品&エピソード

- ・試さずに口紅を買ったがつけても似合わなくて、結局使わずに仕舞ってしまっている（千葉県・32歳）
- ・マスカラが崩れやすかった（東京都・34歳）
- ・ヘアオイル！ベトベトが強くて髪がぺたんこに…。（鳥取県・35歳）
- ・ロングブーツ。サイズは合っていたけど長さが自分に合っていなかった（埼玉県・21歳）

商品をお試しすることのメリットは「納得して購入できる」。
9割以上の女性が、お試しをすることで買い物の満足度が「高まると思う」。
7割以上「どんな商品も試せるなら試したい」。

購入前に商品のお試しをすることのメリット (複数回答)



N = 373



購入前に商品のお試しをすることで
買い物の満足度が高まると思う？

92.2%

高まると思う

どんな商品も、お試しできるのであれば
試したいと思う？

74.6%

試せるなら試したい

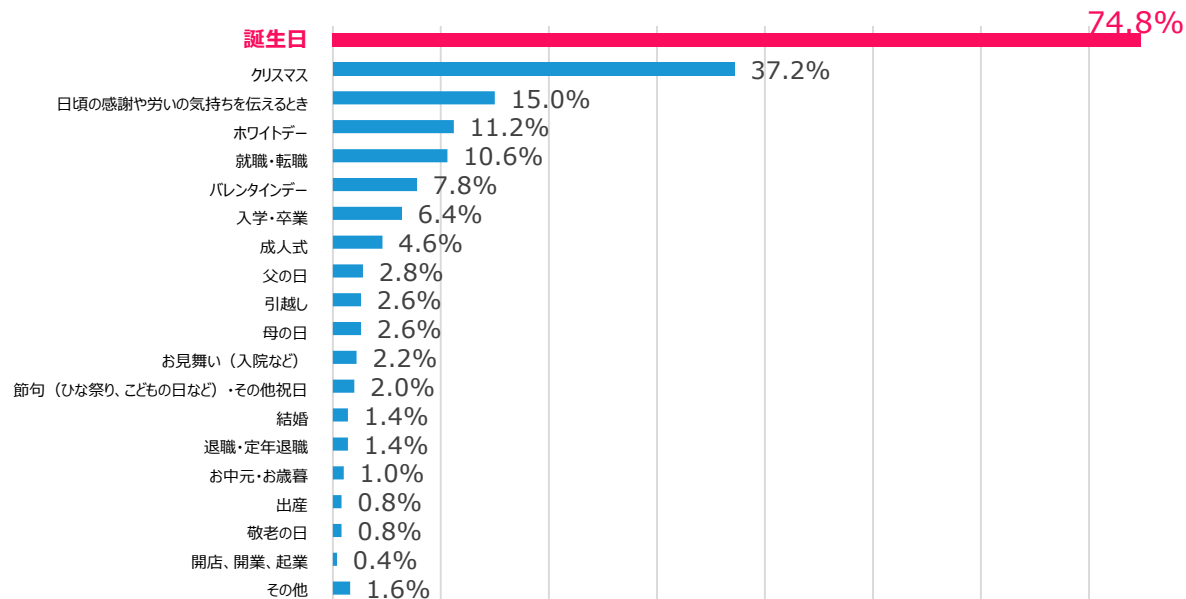
9割以上の女性が、贈り物をもらうと嬉しい。 もらって嬉しいタイミング1位「誕生日」 もらいたい贈り物1位「アクセサリー」、2位「食べ物」

贈り物をもらったら嬉しいですか？

91.2%

9割以上が「嬉しい」

贈り物をもらって嬉しかったタイミング (複数回答)



N=432

もらいたい贈り物※複数回答



アクセサリー

45.2%



食べ物

39.0%



現金

34.2%

4位

コスメ

33.4%

5位

ギフト券

31.4%

贈り物をもらって嬉しかったタイミングについては「誕生日 (74.8%)」「クリスマス (37.2%)」に次いで「日頃の感謝や労いの気持ちを伝えるとき (15.0%)」と回答した人が多い結果に。特別なイベントの日だけでなく、「なんでもない日」にももらうプレゼントを嬉しく思っている女性もいることが分かりました。もらいたい贈り物については、「現金 (34.2%)」「ギフト券 (31.4%)」と回答した人も多く、20代~30代女性の本音が垣間見える、リアルな調査結果に。

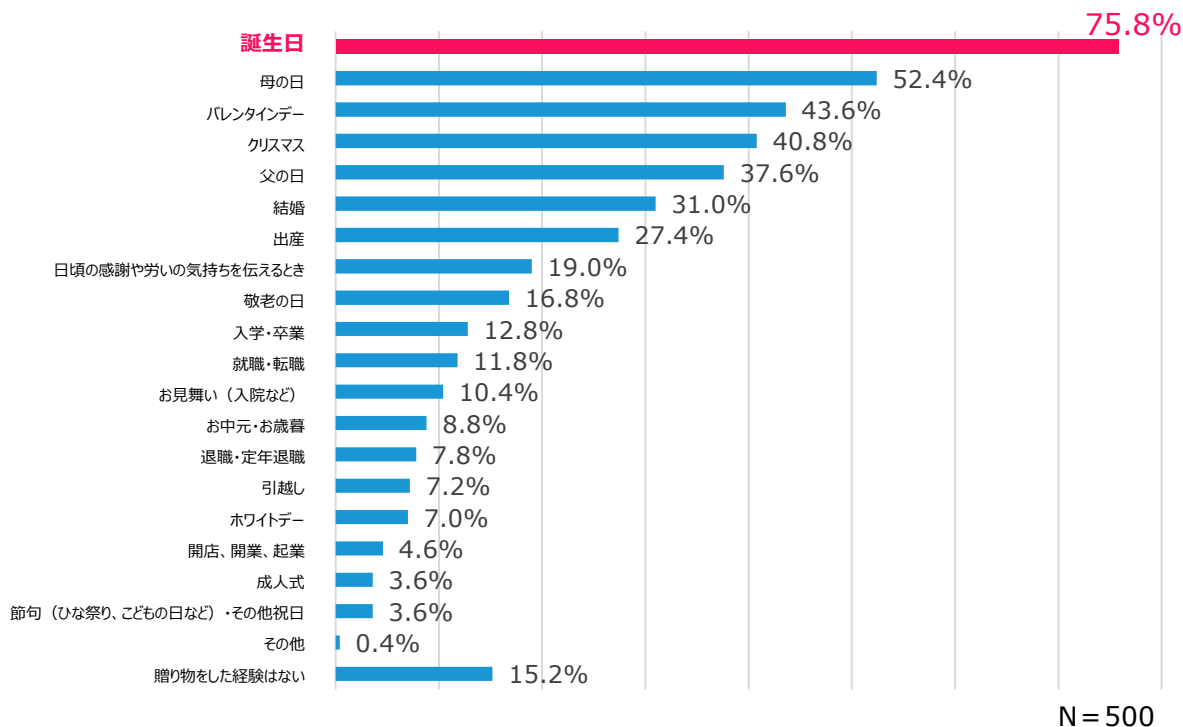
＼嬉しかった&喜べなかった贈り物エピソード／

これまでで一番嬉しかった&喜べなかった贈り物エピソード

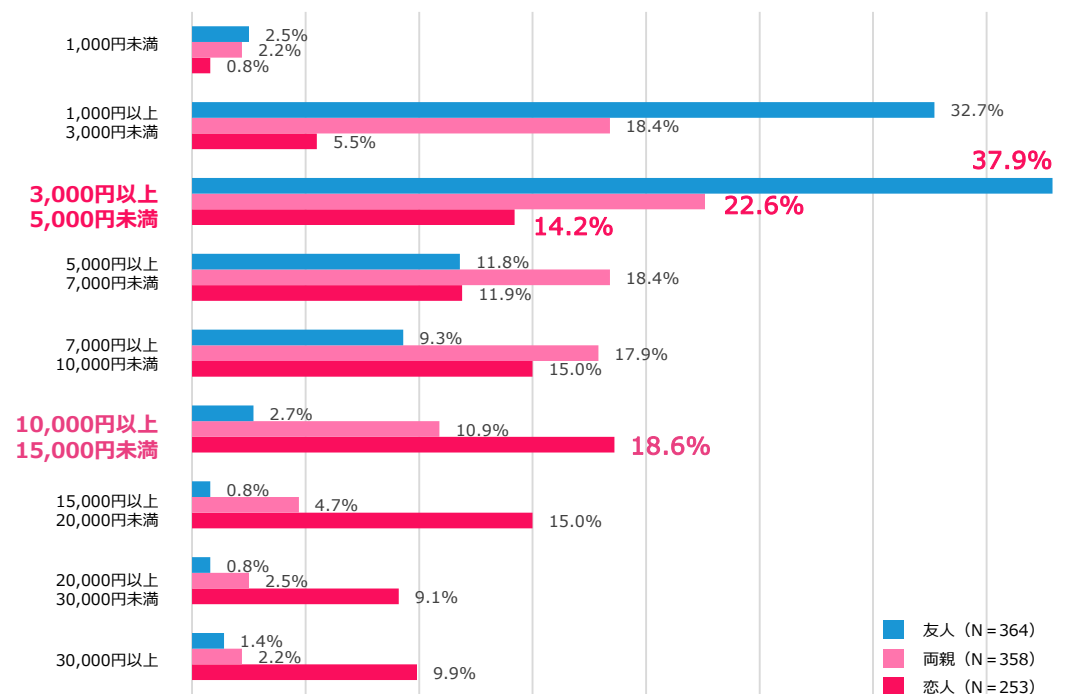
- 嬉しかったものは、自分の欲しいものをイメージして買ってくれ、目づ手紙も添えてくれたこと。
喜べなかったことは、私はプレゼントを用意したのに、相手は用意しなかったこと（埼玉県・30歳女性）
- 嬉しかったのは、欲しかったけど自分で買うのをずっと迷っていたスカート。ネットの友人からお祝いで送ってもらった時はとても嬉しかった。喜べなかったものは、自分の誕生日に彼氏からもらった花束。嬉しくないわけじゃないけど、プレゼントが花束だけだったので私の欲しいものくらい聞いてほしかった…（神奈川県・30歳女性）
- 嬉しかったものは、何も無い日に恋人からもらったお菓子。喜べなかったものは異性の友人からもらった旧五百円札（愛知県・27歳女性）
- 嬉しかったものはボディケア用品。自分では何を買えばいいか分からなかったけど、もらったものが肌に合っていて効果を感じられたから。
喜べなかったものはない（大阪府・37歳女性）
- 嬉しかったものは誕生日に彼氏からもらった花束。嬉しくなかったものは思い出せない。何でももらえて祝ってもらえたら嬉しい（千葉県・30歳女性）
- 嬉しかったのは、友達と彼氏が連絡を取り合ってリサーチしてくれたこと。
喜べなかったのは彼氏には結構な値段のものをあげたのに、自分の時は安かったこと（東京都・27歳女性）
- 好きなアイドルの自筆のサインとコンサートのチケットが一番うれしかったです（東京都・38歳女性）
- 一番嬉しかったのは、プレミアがついていた舞台のチケット（京都府・36歳女性）
- 一番嬉しかったのは文具関係のセットです。友人が私が好きな文具の系統を知っていたので、それを参考にセレクトしてくれたことがとても嬉しかった。
また手作りの推しのグッズもプレゼントしてくれたのがうれしかった（北海道・25歳女性）
- 友達から大好きな番組のブルーレイディスクのセットをもらって、嬉しかった。どの回のものを買うか一緒に考えてくれた。
喜べなかったものは、母からもらったお弁当箱。お弁当を作らないため、10年ほど経つが、未だに未開封（大阪府・28歳女性）
- ダイエット中に生菓子をもらい、食べることを我慢しているのに食べなくてはいけなかったときは喜べなかった（茨城県・37歳女性）

贈り物をする機会は「誕生日」が最多。 誕生日プレゼントの予算は友人・両親へ：「3,000円以上5,000円未満」 恋人へ：「10,000円以上15,000円未満」と高い傾向。

どんな機会に贈り物をしますか？（複数回答）



相手別誕生日プレゼントの予算



※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

友人・両親への誕生日プレゼントの予算は「3,000円以上5,000円未満（友人：37.9%／両親：22.6%／恋人：14.2%）」と回答した人が最多に。20,000円未満の範囲に、ある程度の回答が集まりました。一方で、恋人への誕生日プレゼントの予算は「10,000円以上15,000円未満（18.6%）」が最多。友人・両親への誕生日プレゼントと比べると、予算を高めめに設定している人が多いという傾向が明らかになりました。

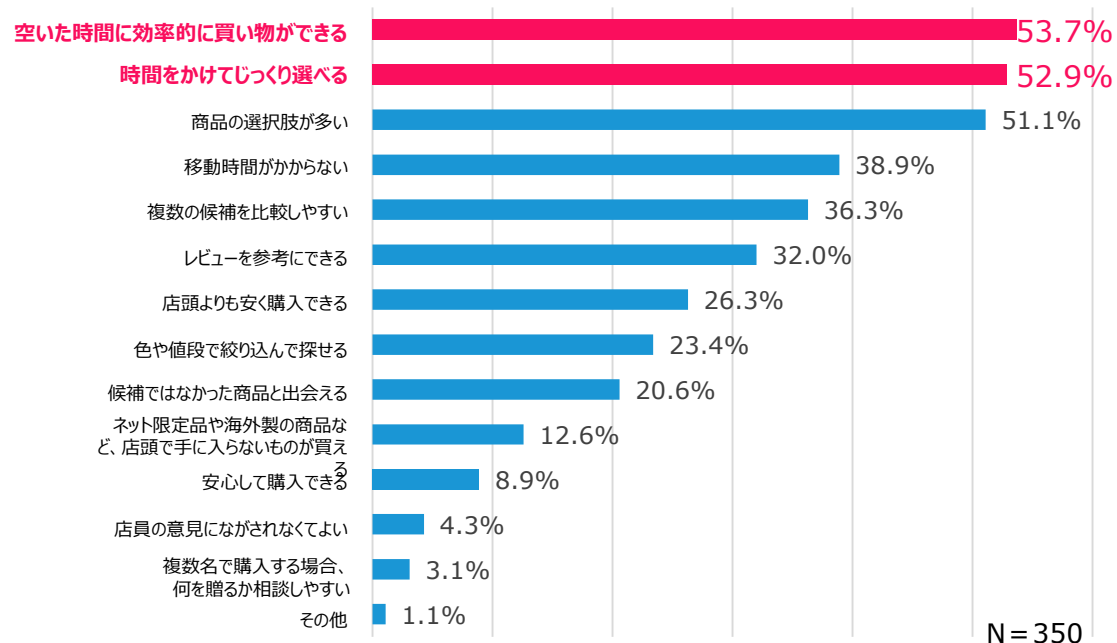
7割が贈り物をネット購入した経験あり。
 メリットは「効率的」「じっくり選べる」。
 注意点「レビューを確認する」「配送日数」「公式ショップで買う」。

贈り物をネット購入した経験はありますか？

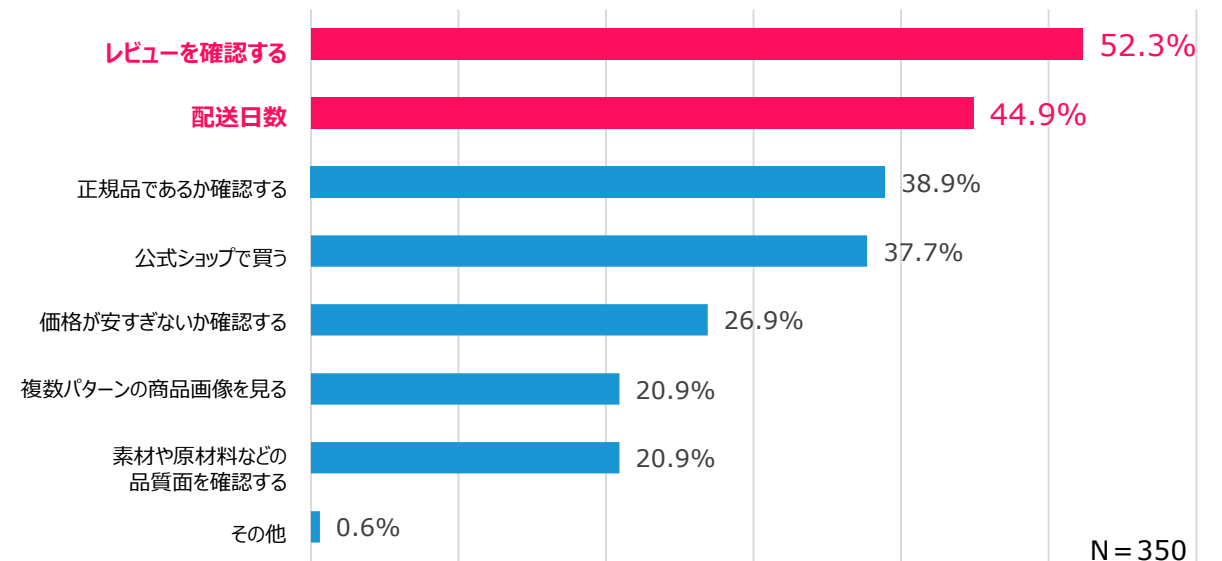
70.0%

贈り物をネット購入した経験“あり”

贈り物をネット購入することのメリット（複数回答）



贈り物をネット購入する時に気を付けていること（複数回答）



ネット購入のメリットとしては「空いた時間に効率的に買い物ができる（53.7%）」「時間をかけてじっくり選べる（52.9%）」「商品の選択肢が多い（51.1%）」などに回答が集まりました。相手に喜んでもらえる贈り物をじっくり選ぶために、短い時間でより多くの商品と比較検討できる、ネット購入を選択している人も多いと考えられます。

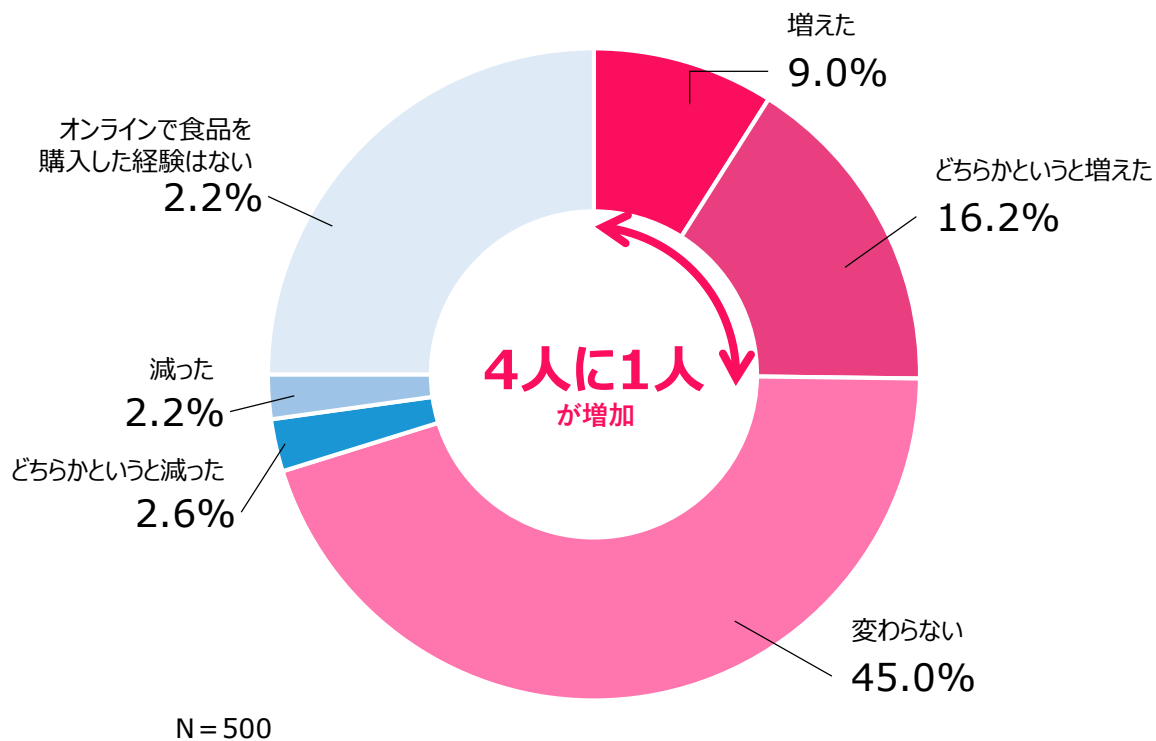
Chapter 2

第2章 食べ物

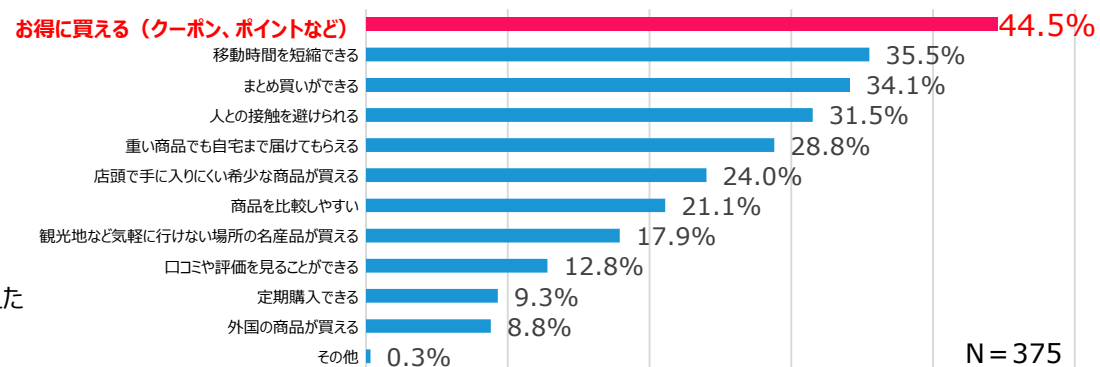
コロナ禍での食べ物の購入について調査を実施。
コロナ禍でのオンラインショッピング事情や、仕事中的お菓子について調査しました。

コロナ禍で食品をオンライン購入する機会、約4人に1人が増加。 メリット「クーポン・ポイントでお得に」、気を付けていること「値段が適正か」

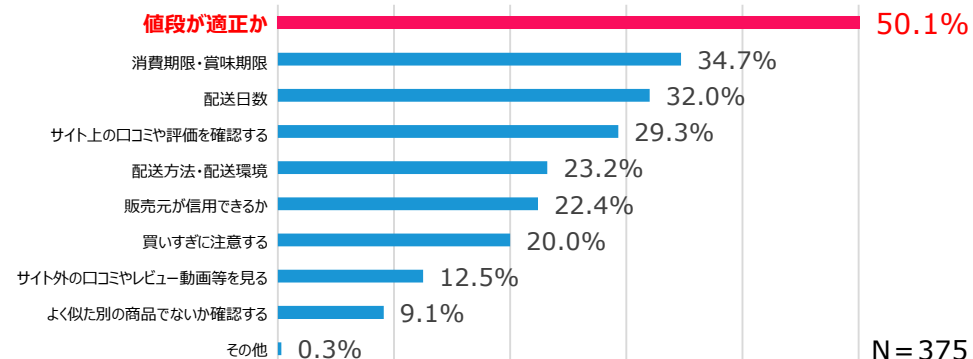
あなたはコロナ前と比べて、オンラインで食品を購入する機会は変化しましたか？



オンラインで食品を購入するメリット（複数回答）

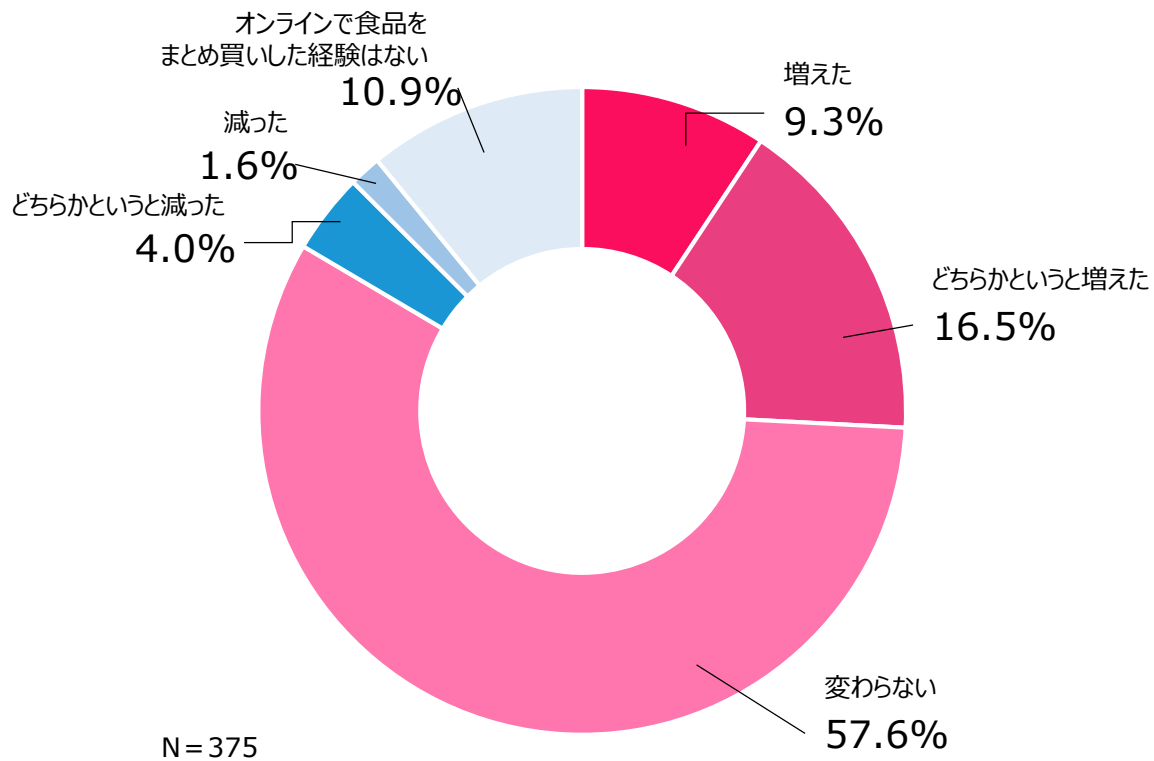


食品をオンラインで購入するときに気を付けていること（複数回答）



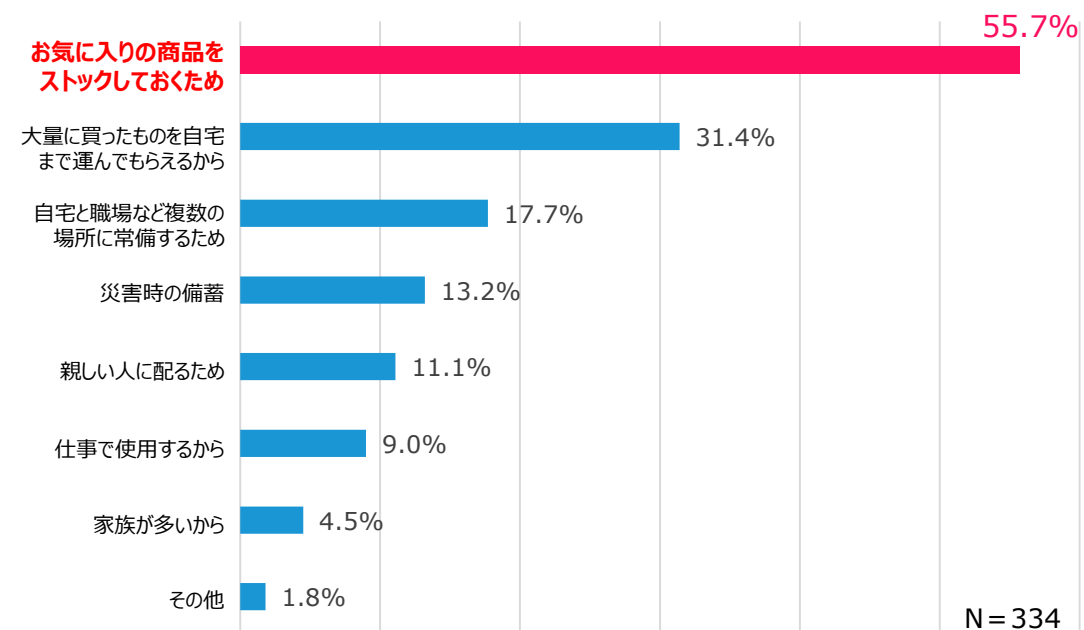
約4人に1人が、コロナ禍で食品をまとめ買いする機会増加。 目的「お気に入りの食品をストック」

あなたはコロナ前と比べて、オンラインで食品をまとめ買いする機会は変化しましたか？



※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

こういった用途でオンラインで食品をまとめ買いしますか？（複数回答）

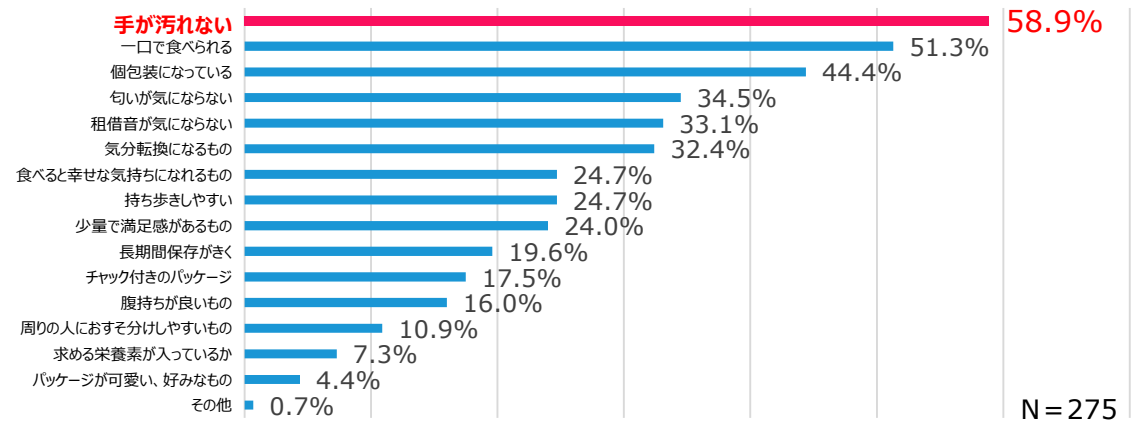


デスクに常備しているお菓子1位「チョコレート」 4割が常備。
 デスクに置いておくお菓子の条件「手が汚れない」
 約半数は美容・健康を考慮した商品を選ぶ。

工作中、デスクや手の届くところに
常備しているお菓子※複数回答

	チョコレート	40.0%
	キャンディー	25.4%
	クッキー類	22.0%
4位	グミ	18.4%
5位	ガム	15.4%

工作中、デスクや手の届く場所に置いておく
お菓子の条件 (複数回答)



お菓子を購入する際に、意識的に
美容や健康に考慮された商品を選んでいきますか？

47.8%

約半数「美容・健康に考慮した商品を選ぶ」

デスク周りに置いておくお菓子の条件としては「手が汚れない (58.9%)」「一口で食べられる (51.3%)」「個包装になっている (44.4%)」と回答した人が多く、仕事をしながらつまみやすいお菓子選ばれていると考えられます。「気分転換になるもの (32.4%)」「食べると幸せな気持ちになれるもの (24.7%)」と回答した人もおり、お菓子は忙しい仕事の合間の癒しや、リフレッシュするためのアイテムにもなっているようです。

第3章 お出かけ

外出自粛が緩和された2022年のお出かけ事情について調査を実施。
お出かけや旅行を楽しみたいという女性が多いことがうかがえました。

約4割の女性が、2021年と比べ外出の機会が増えた。
(調査を行った5月時点) 2022年の夏、出かけたいたいと思っていた女性は6割以上。
昨年から今年にかけての嬉しい変化「外出しやすくなった」「人と会える機会が増えた」

2021年と比べて、
2022年は外出の機会が増えていますか？

38.0%

約4割が「増えた」

—変わらない：45.0%

—減った：17.0%

2022年の夏、
積極的に出かけたしたいと思いますか？

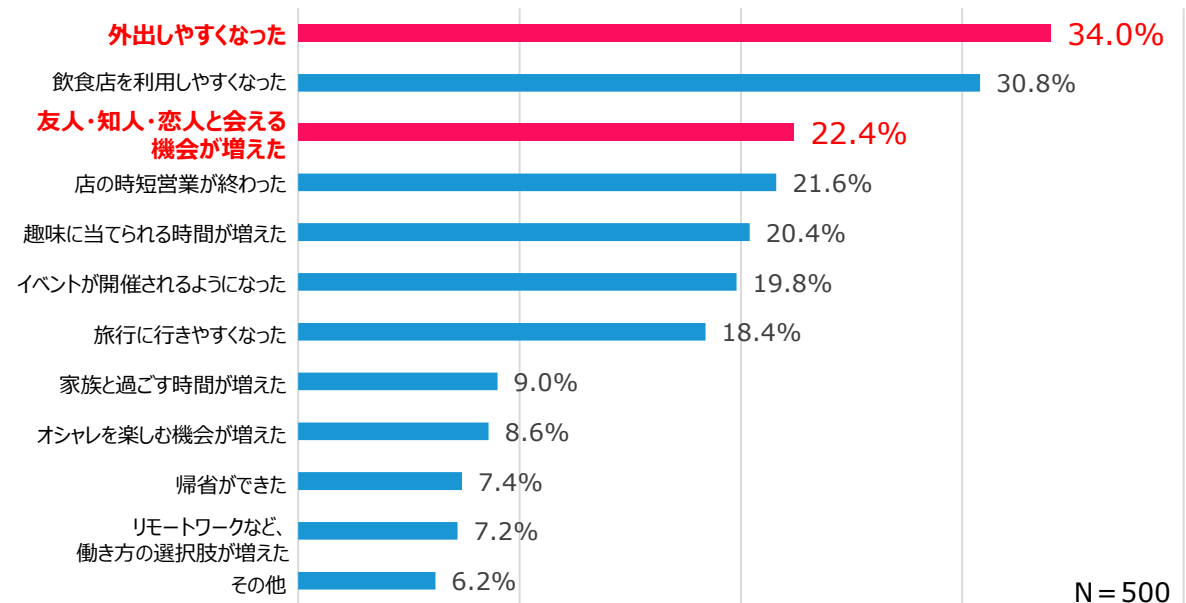
61.8%

6割以上が「出かけたいたい」

積極的に出かけた理由

「昨年と比べるとコロナウイルスの流行が落ち着いてきたから（47.2%）」「ワクチン接種により安心感が生まれたから（33.7%）」と回答した人が多く、新型コロナウイルスの感染状況について、昨年と比べると安心感を覚えている人は増えていると考えられます。「これまで我慢してきたから（32.7%）」と回答した人も多く、今年は感染症対策を行いつつも外出を楽しみたいと考えている人は多いことがうかがえます。

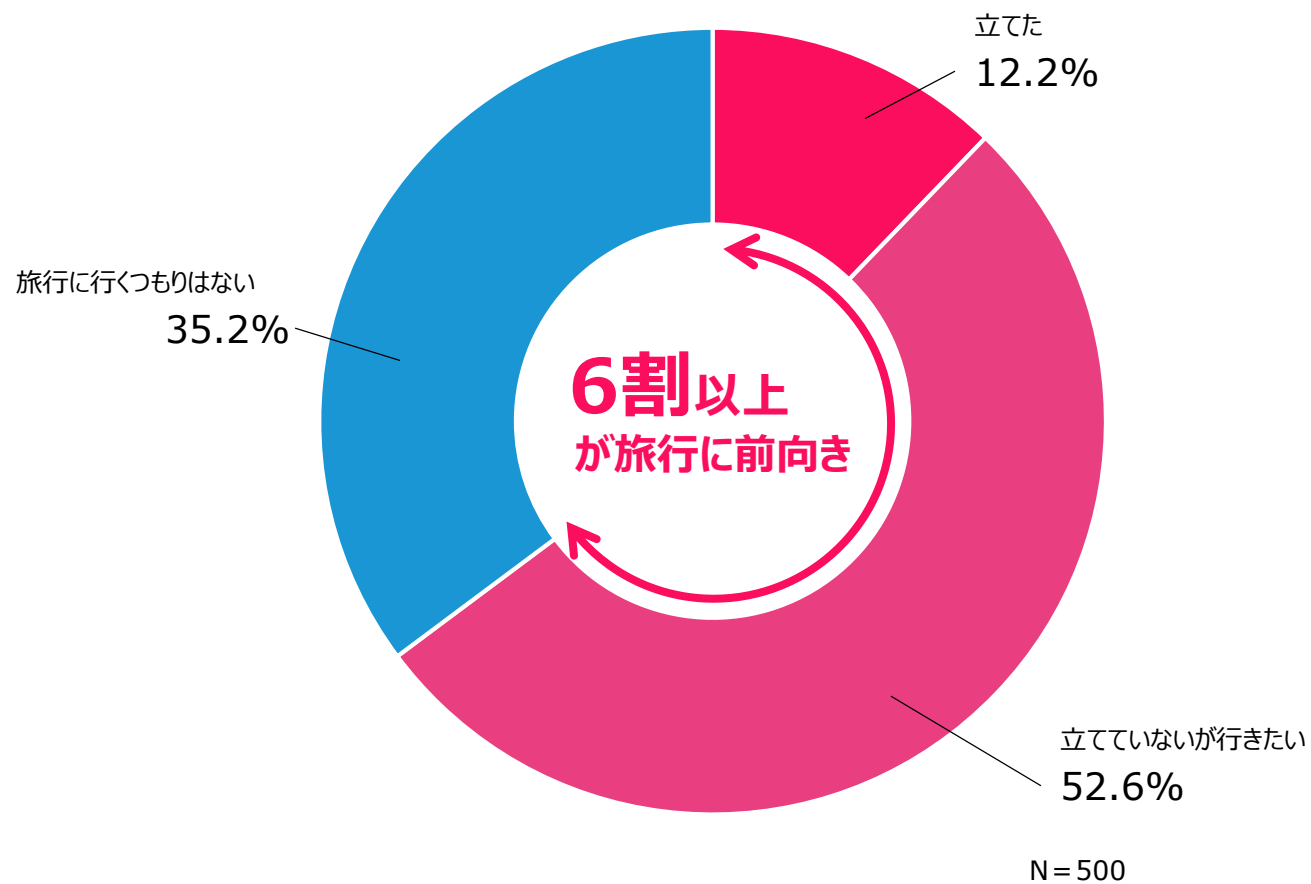
2021年から2022年にかけての嬉しい変化（複数回答）



新型コロナウイルスの感染状況の変化に伴って生じた変化を「嬉しい」と感じている人が多いことが分かりました。「友人・知人・恋人と会える機会が増えた（22.4%）」と回答した人も多く、人と会いやすくなったことで、気持ちが上を向いている人も一定数いることが分かります。

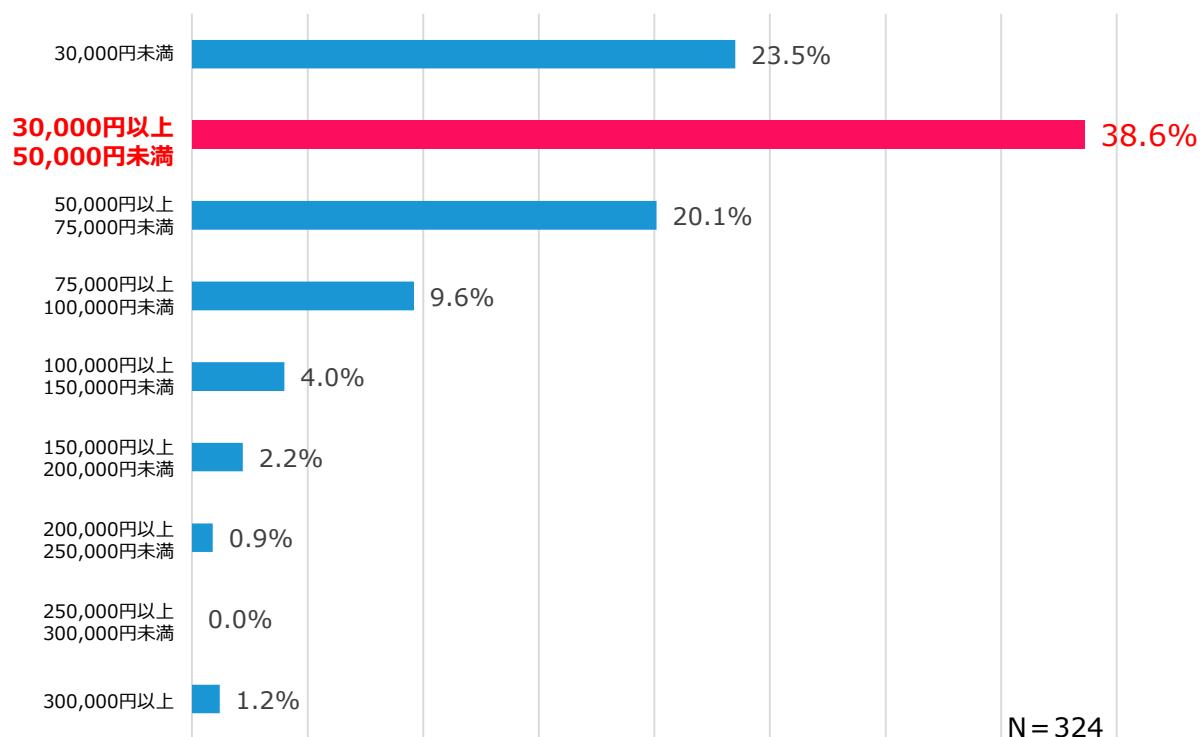
6割以上の女性が2022年は旅行に前向きな意向。

2022年の夏、旅行に行く予定は立てましたか？



予算「30,000円以上50,000円未満」が多数派。 旅行に向けて新たに準備したい物「日焼け止め」「洋服」「下着」

2022年の夏に旅行に行く場合の予算



※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

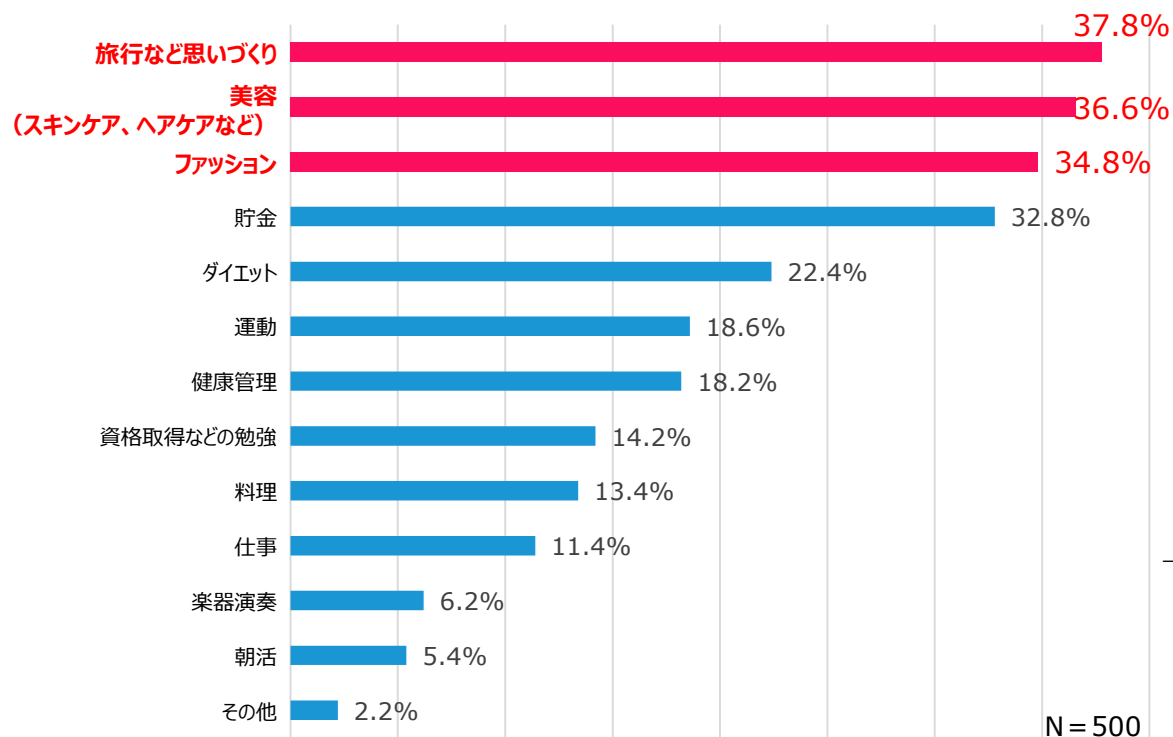
2022年夏の旅行に向けて 新たに購入して準備したい物※複数回答

	日焼け止め	44.4%
	洋服	43.5%
	下着	18.8%
	日傘	18.8%
5位	サングラス	16.0%

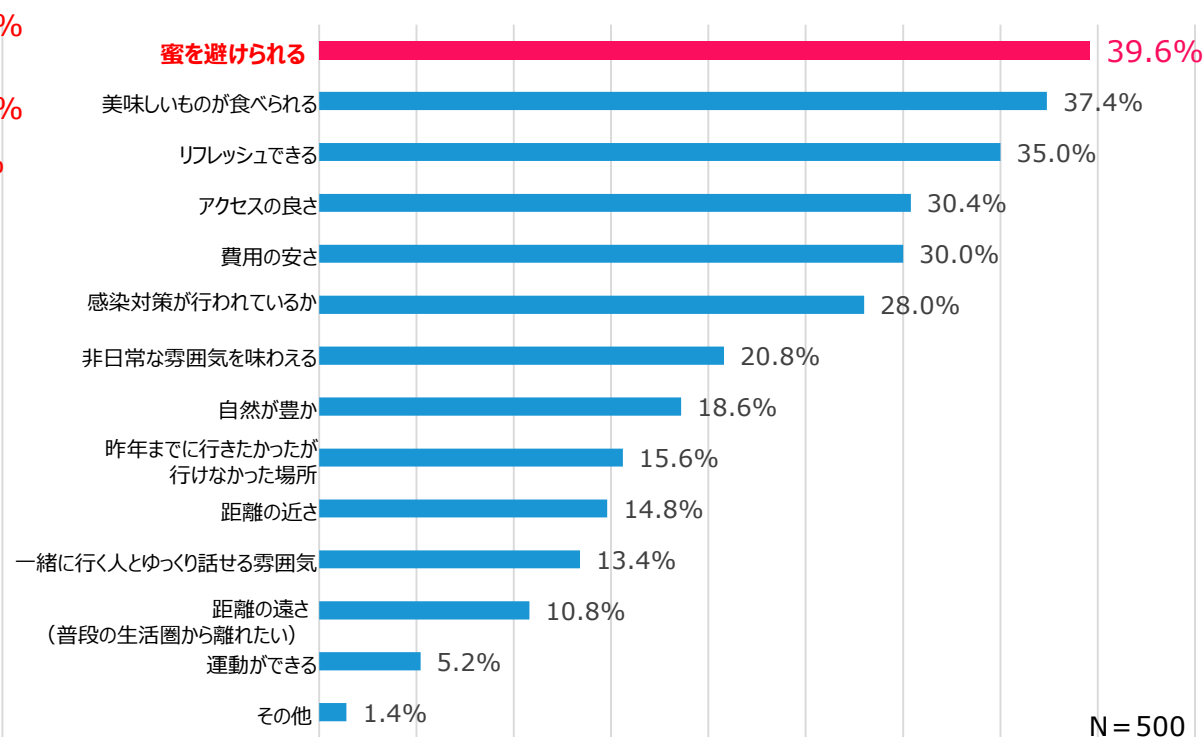
夏のお出かけの必需品である日焼け対策グッズに一定数の回答が集まりました。「洋服（43.5%）」「下着（18.8%）」など、ファッションアイテムの新調を検討する人も比較的多いことが分かりました。

楽しみたいこと・力を入れたいこと「旅行など思い出づくり」「美容」「ファッション」 行先の条件1位「密を避けられる」

2022年の夏に楽しみたいことや、力を入れたいこと (複数回答)



2022年の夏、出かける場所を選ぶ基準 (複数回答)



Appendix

社会貢献と買い物

社会問題に対する意識や、それに対する行動について調査しました。
問題視している社会課題がある女性は多く、貢献したい気持ちはある一方で行動には移せていない女性も多いことが判明。
買い物をするとき、約半数の女性が「販売元が社会課題に取り組んでいるか」を意識していることも分かりました。

6割以上の女性、問題意識を持っている社会課題がある。
約3割の女性、社会課題に面している人の話を直接見聞きした経験あり。

関心・問題意識を持っている
社会課題はありますか？

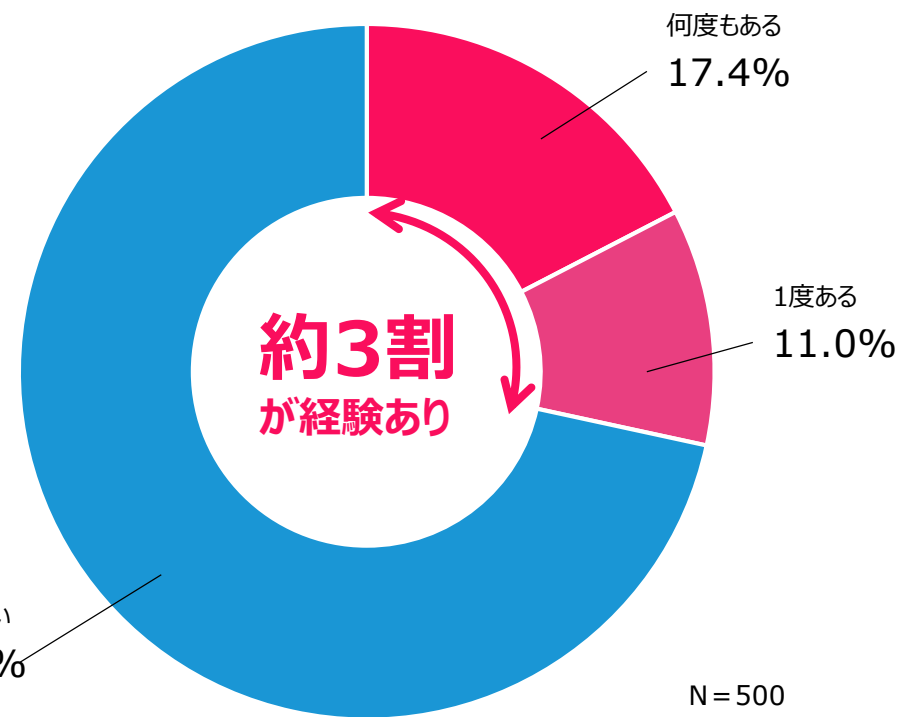
66.2%

ある

関心・問題意識を持っている社会課題

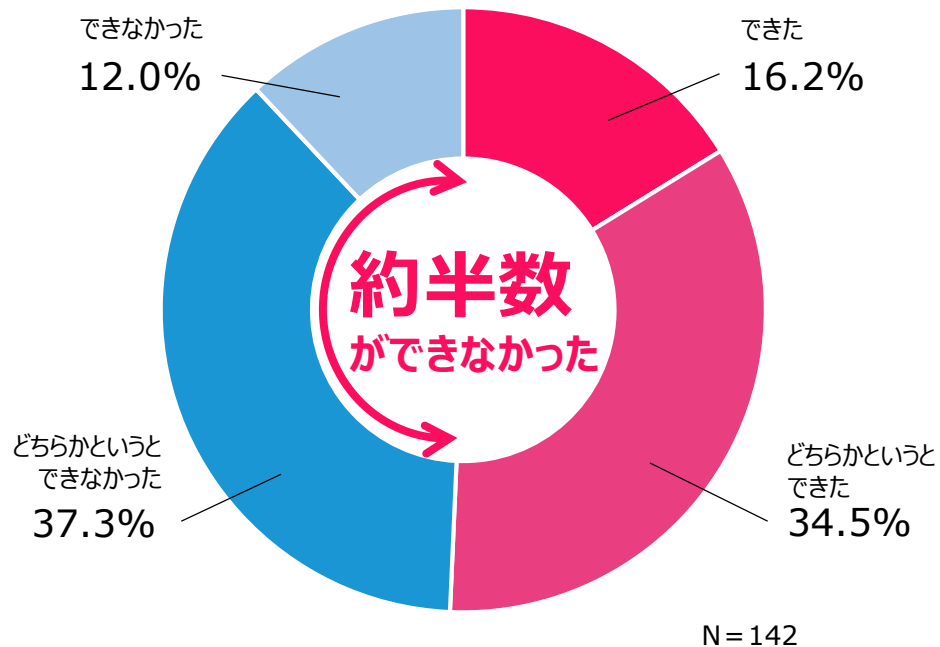
具体的には「子育て問題（児童虐待、ネグレスト、育児ノイローゼ、待機児童、補助金制度など）（31.6%）」「労働・雇用問題（男女平等、児童労働、ワーキングプア、若年層の失業など）（29.8%）」に関心を持っている人が多いことが分かりました。

社会課題に面している人の話を
直接見聞きしたことがありますか？

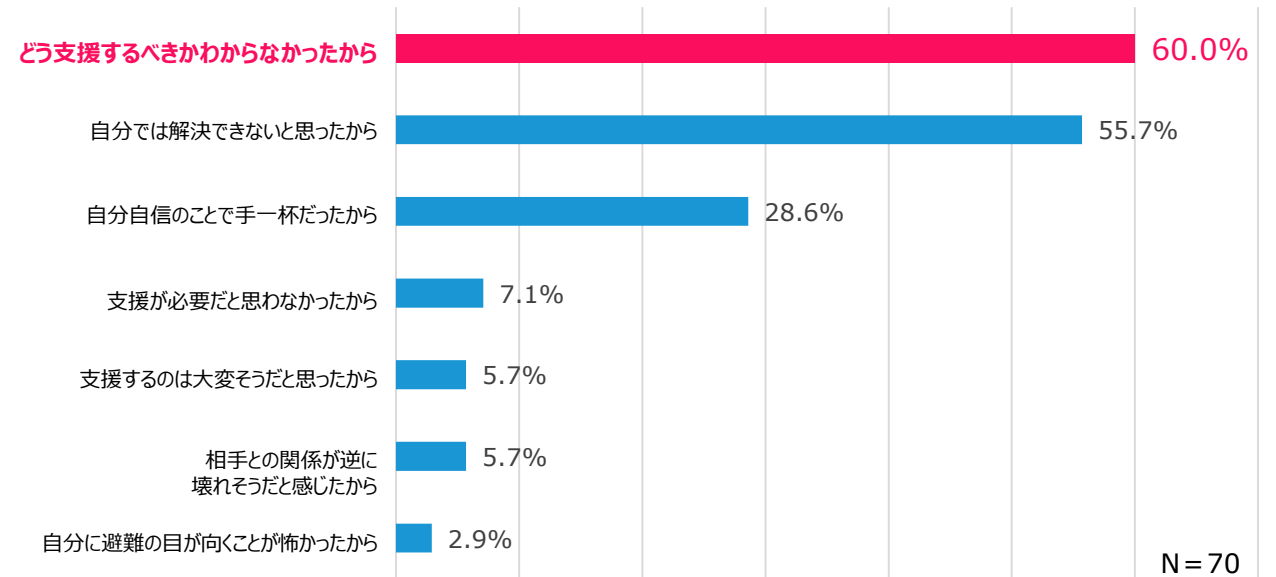


一方、相手を支援・協力できなかった人は約半数。 理由「どう支援するべきか分からなかった」

社会課題に面している人に対して
何か支援・協力することはできましたか？



社会課題に面している人に対して
行動を起こせなかった理由（複数回答）

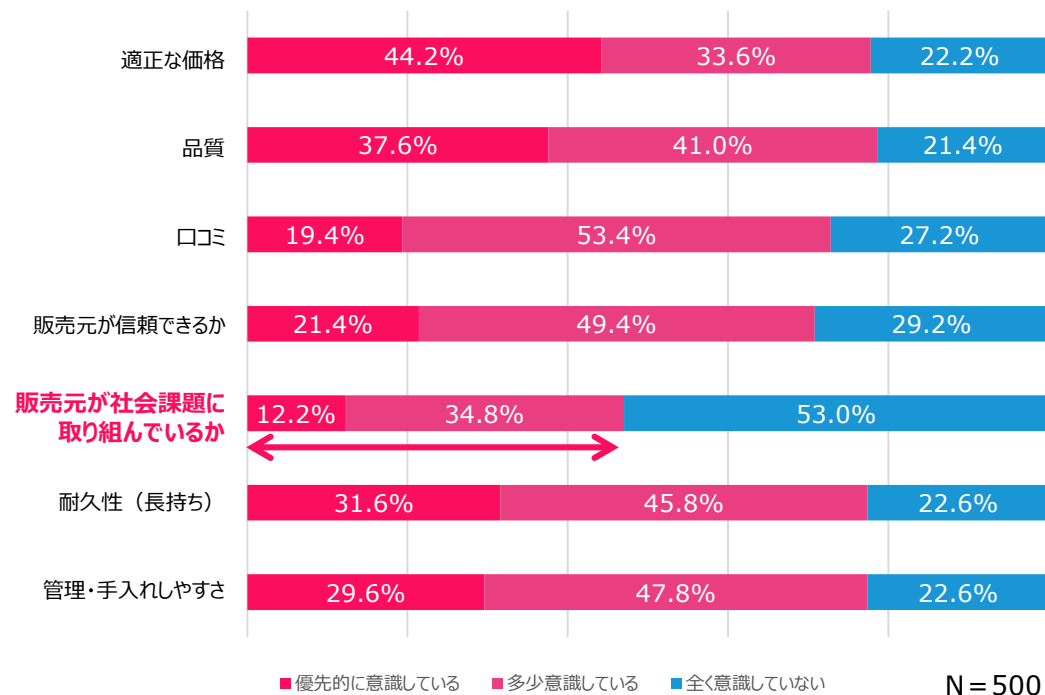


今後社会課題に面している人と接したとき、どんな行動を起こしたいか

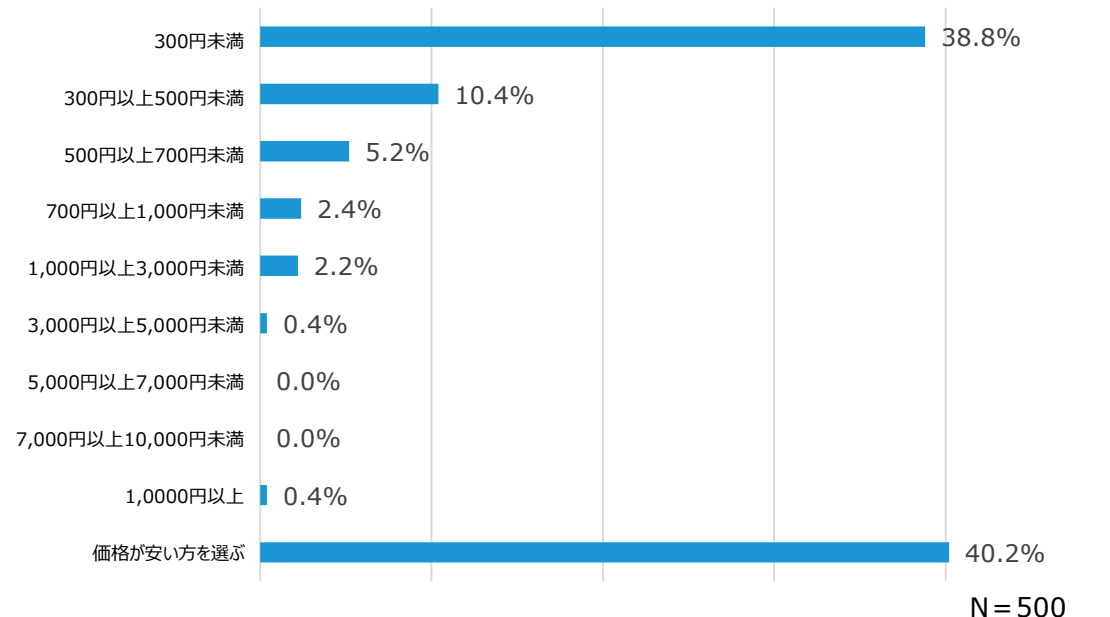
「行動を起こしたいとは思わない（15.7%）」と回答した人を除いて8割以上が何か行動したいと考えていることが分かりました。具体的には、「相談に乗る（58.6%）」と半数以上の人が回答。「日々の行動を変える（31.4%）」、「身近な人にどう支援すべきか相談する（30.0%）」にも3割の人が回答しました。

買い物をするとき、約半数の女性が「販売元が社会課題に取り組んでいるか」を意識。 約6割の女性が、値段が高くても社会貢献している企業の商品を選ぶ。

買い物をするとき意識している基準



同じ商品で社会貢献している企業と していない企業の商品があった場合、 何円差までなら、高くても社会貢献している 企業の商品を選びますか？



同じ品質で社会貢献している企業としない企業の商品があった場合、何円差までなら高くても社会貢献している企業の商品を選ぶかも聞きました。その結果、約6割が、値段が高くても社会貢献している企業の商品を選ぶと分かりました。

総括 ～2022年の消費行動を振り返る～

第1章まとめ

- ・商品購入時にレビュー・口コミを確認する人は多数。
 - ・商品購入前にお試ししたい女性がほとんど。
 - ・お試したことで購買に繋がるケースもあった。
- ・贈り物をネットで購入した経験のある女性は多数。
 - ・一方で、レビューを確認する等、注意も必要。



自分の物だけでなく人への贈り物もネットで購入する時代に。
お試しできない場合が多いネットショッピングで売られている商品も、
お試しの機会があることで購入に繋がる可能性も。
商品購入の際、他の人の意見がより重要視される。

第2章まとめ

- ・コロナ禍で食品をオンライン購入する機会が増加傾向。
まとめ買いの機会も増加。
- ・お菓子においても美容や健康に配慮。



オンラインでのショッピングの需要が高まり、お得にまとめ買いできることがより重要に。
オンラインショップの活用の幅が広がったことで、
ライブショッピングや動画を使ったオンラインショッピングなど、テキストレビュー以上に
事前に商品への理解が深まるサービスの需要が高まる可能性。

第3章まとめ

- ・コロナ禍3年目はお出かけしたい女性が増加。
- ・密を避けながらも「旅行など思い出作りがしたい」「美容・ファッションを楽しみたい」など、お出かけや人と会うこと、自分磨きを楽しみたい女性が多数。



昨年外出自粛で積極的にお出かけができなかったが、今年はお出かけ意欲が上昇。
全国旅行支援などの導入や海外渡航緩和により、お出かけを楽しむ女性が増える。
人と会う機会が増えることで、ファッション・美容などへの意識も向上。

Appendixまとめ

- ・問題意識を持っている社会課題がある女性は多数。
- ・社会課題に直面している人の話を見聞きしたことがある一方で、行動できなかった人も多く、その知識や方法は浸透していない。
- ・買い物時「販売元が社会課題に取り組んでいるか」を重視する人も多く、社会貢献意識がある女性も多い傾向。



自分のことだけでなく社会の状況を判断して、行動できる人が増える。
企業は社会課題に取り組んでいることで、
消費者からより選ばれる可能性も。



2022年働く独身女性の 消費行動白書

2022.12

eBay Japan G.K.