

【2023年冬のボーナスの使用傾向と、お試し購入サービスの実態についての調査】

コロナ5類以降初となる冬のボーナス、6割以上が「貯金」へ ボーナス購入は予算内に収める“堅実使い派”が多数

物価高続く昨今、さらに期待度高まる
“納得感”と“安心感”のある買い物が叶う「お試し購入」サービス
利用経験者の8割が満足しリピートを希望

パーソナルスタイリングサービス「DROBE（ドローブ）」を展開している株式会社DROBE（代表取締役 CEO：山敷守）は、全国の20歳～59歳の男女600人を対象に「2023年冬のボーナスの使用傾向と、お試し購入サービスの実態についての調査」を行いました。

今回の調査では、2023年の冬のボーナスは消費傾向が低く、“堅実使い派”が多いことが分かりました。さらに、直近のお買い物傾向についても調査を実施。近年続々と登場している、商品の購入までにお試し期間のある「お試し購入」サービスは、実際に利用した人の8割以上が満足感を持っており、新たな買い物方法として注目が集まっていることが分かりました。

【主な調査トピックス】

- ◆ **2023年冬のボーナスは消費傾向が低く6割以上の人「貯金」に消費する場合も、事前に決めた予算内に収める“堅実使い派”が多数**
 - 貯金額として4割の人が支給額の半分以上を貯金すると回答し、買い物も決めた予算内に収める“堅実使い派”が多数
 - 購入予定品としては、ボーナスが自分自身に支給される人は自己投資アイテム、世帯に支給される人は実生活に紐づくアイテムが上位に入り、違いが出る結果に
- ◆ **5人に1人は過去にボーナス購入で失敗経験あり！その理由は“衝動買い”**
 - ボーナスを使って買い物をした際、商品を吟味せずに“衝動買い”をしてしまい、購入後に後悔したといった経験談が多数
- ◆ **衝動買いを防げる「お試し購入」サービスは利用者の8割以上が満足**
 - サービスの利用経験者は2割と少ないものの、利用経験者の8割がサービスに満足しており、再利用の意向も高い結果に
- ◆ **「お試し購入」サービスの魅力は買い物に“納得感”と“安心感”が持てる点**
サービスと相性が良いアイテムの一つとして「ファッションアイテム」も上位に
 - サービス利用者・非利用者ともに「お試し購入」サービスを魅力的だと思うポイントが合致し、“納得感”と“安心感”のある買い物が出来る点が魅力だと回答
 - 「お試し購入」サービスを利用してみたい商品ジャンルとして5人に1人が「ファッションアイテム」と回答。試着をせずに購入し失敗した経験がある人や、実店舗での試着にハードルを感じている人が、特にサービスに対して魅力を感じている結果に

【調査概要】

調査名 : 2023年冬のボーナスの使用傾向と、お試し購入サービスの実態についての調査
調査エリア : 全国
調査対象 : 20歳～59歳の男女
サンプル数 : 600名
調査期間 : 2023年10月31日（火）
調査方法 : インターネット調査

※本調査を活用する際は、必ず「DROBE」調べ と記載ください。

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入しているため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

【調査項目詳細】

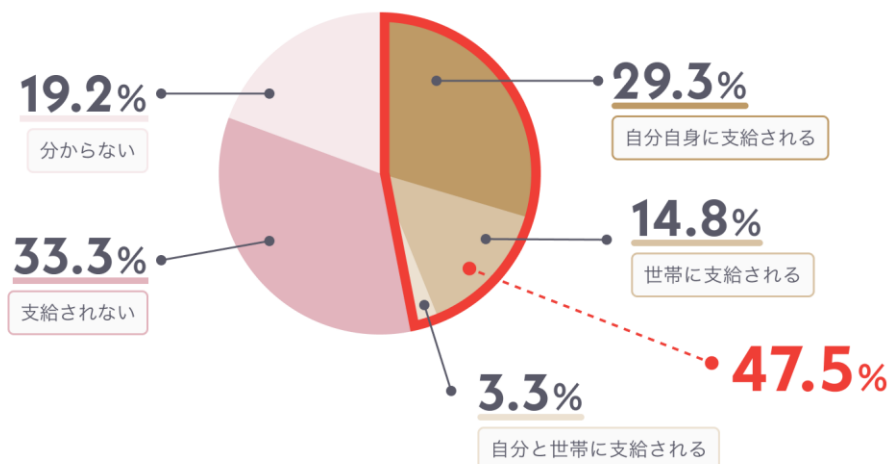
◆2023年冬のボーナスは、消費傾向が低く6割以上の方が「貯金」へ消費する場合も、事前に決めた予算内に収める“堅実使い派”が多数

今年の冬のボーナス支給有無について質問したところ、全体の約5割の人が自分もしくは世帯に支給されると回答し、そのうち6割の人がボーナスを「貯金」に充てるという回答結果に。さらに貯金をすると回答した人に支給額の何割を貯金に充てる予定か聞いたところ、4割以上の方がボーナスの半分以上を充てることが明らかになりました。

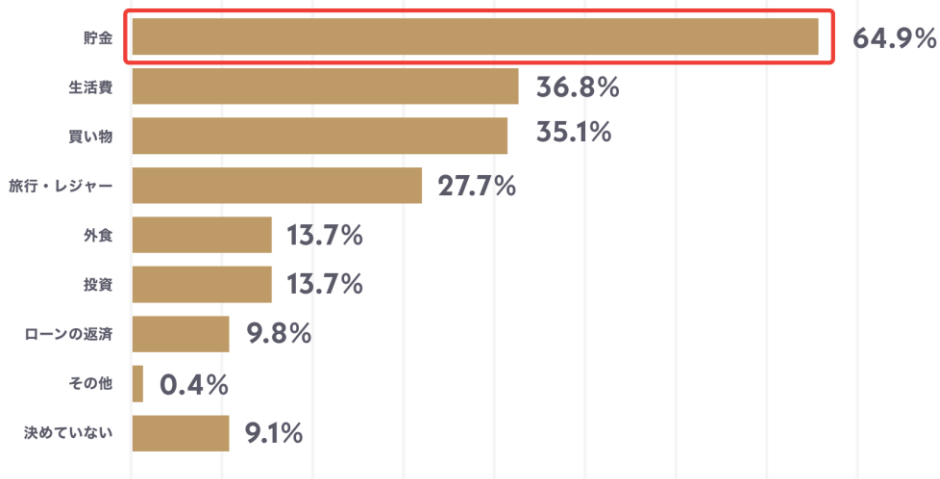
一方でボーナスを消費する場合も、4割以上の方が「予算を決めて、その中で堅実に使う」と回答。2023年はコロナ5類移行後初の冬のボーナス支給となりますが、消費傾向は低く、使う際もしっかりと予算を決めて使う“堅実使い派”が多い結果となりました。

全体としてボーナスの消費傾向が低い中、3割の人はボーナスを使って買い物をするという結果に。購入予定の物について聞いたところ、自分に支給されるか、世帯に支給されるかで違いが現れました。自分自身に支給される人は1位「ファッションアイテム」2位「美容品・コスメ」3位「家電」という結果に。一方で、世帯に支給されると回答した人は1位「家電」2位「生活用品」3位「ファッションアイテム」となり、自身にボーナスが支給される人は“自己投資を目的としたアイテム”が上位に、世帯としてボーナスを使う人は、実生活に紐づくアイテムが上位にランクインしました。

2023年冬のボーナス支給有無

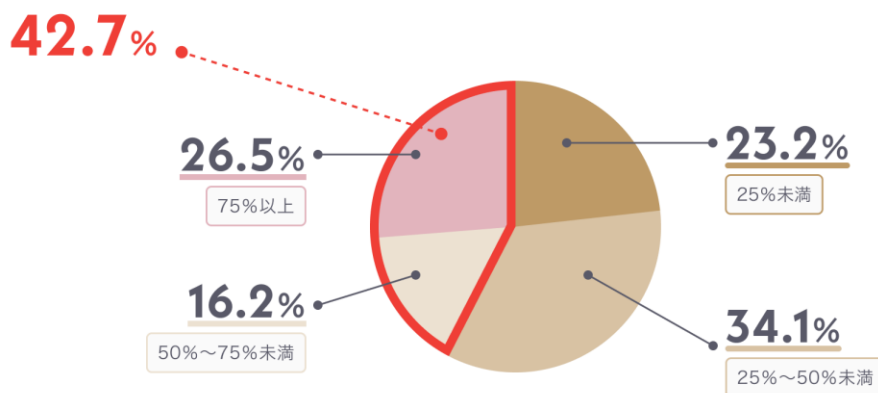


2023年冬のボーナスの使い道



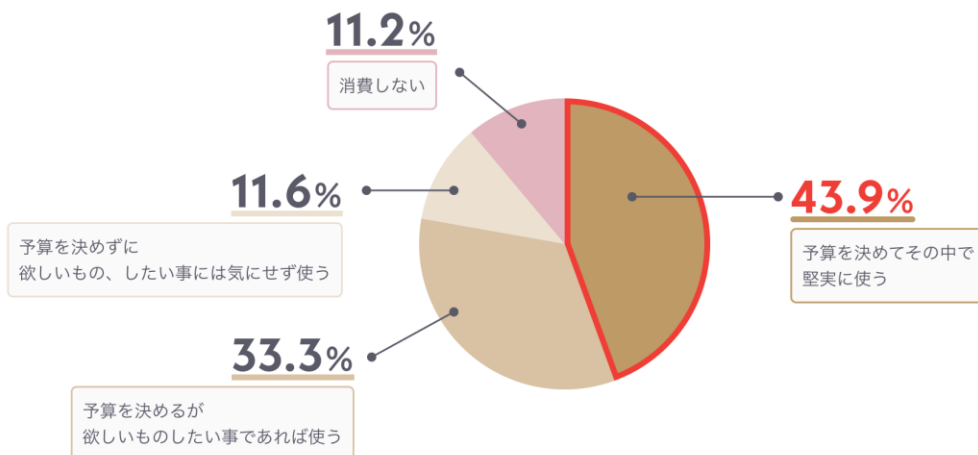
(N=285)

2023年冬のボーナス、貯金に充てる金額の割合

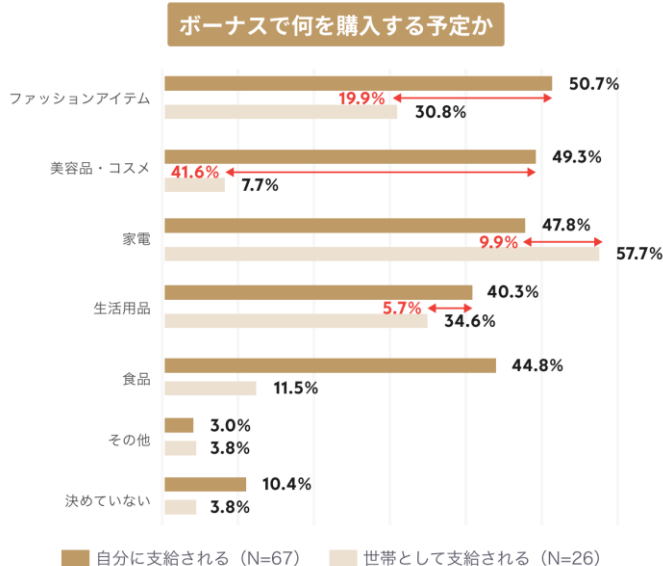


(N=185)

ボーナスを消費する際の使い方

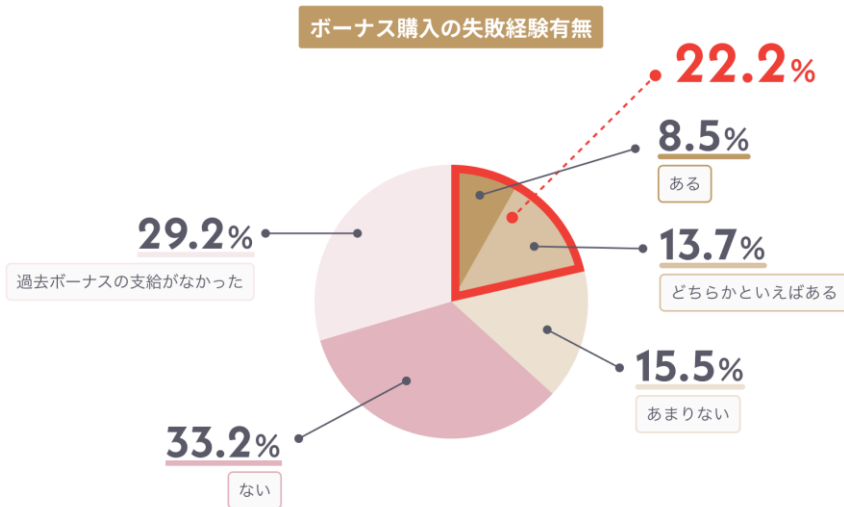


(N=285)



◆5人に1人は過去にボーナス購入で失敗！その理由は“衝動買い”にあり

“堅実使い派”が多い今年の冬のボーナスですが、5人に1人が過去にボーナスを使いすぎて失敗した経験があることが明らかに。具体的には「高級品を衝動買いして後悔した」「高級化粧品をせっかく買ったのに、自分の敏感肌に合わなく、アレルギー反応がでて、結局化粧品を無駄にした」「あまり着る機会のない洋服を買ってしまった」といった経験談が集まり、多くの人が商品を吟味しないまま“衝動買い”をしてしまい、後悔をした経験があることが分かりました。



(N=600)

<ボーナスを使いすぎて失敗した具体的なエピソード>

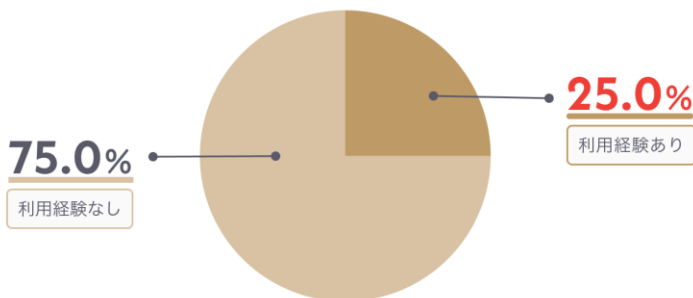
- ・高級品を衝動買いして後悔した
- ・使い道を決めておらず欲しいものを買っていたらどんどん無くなってしまった
- ・ろくに使いもしない音楽プレイヤーを購入してしまった
- ・高級化粧品をせっかく買ったのに、自分の敏感肌に合わなくアレルギー反応がでて、結局化粧品を無駄にした
- ・あまり着る機会のない洋服を買ってしまった
- ・なんとなくほしいものを買っていたらほぼ残っていなかった

◆“堅実使い派”におすすめな「お試し購入」サービスは利用者の8割以上が満足

勢いで買い物をしてしまう“衝動買い”を防ぐことができるのが、商品を試してから購入できる「お試し購入」サービスです。今年の傾向としても出ている、ボーナスの“堅実使い派”にもおすすめのサービスで、「より商品を吟味して納得感のある買い物をしたい」という意向を叶えられます。

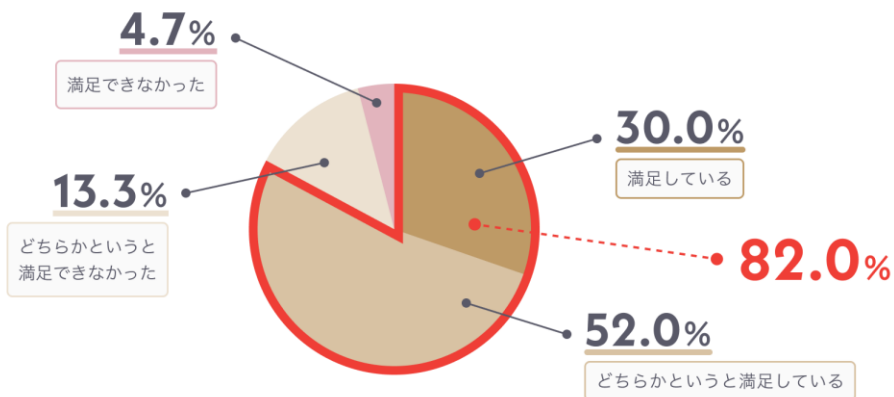
そんな「お試し購入」サービスについて聞いたところ、利用したことがある人は全体の2割という結果になり、大半の人がまだサービスの利用経験が無いことが分かりました。一方で「お試し購入」サービスを実際に利用したことがある人は、8割もの人がサービスに満足感を持っており、今後サービスを再度利用したいと回答。利用者数自体は低いものの、実際に利用したことがある人の評価が非常に高く、今後ますます期待されるサービスであることが伺えます。

「お試し購入」サービスの利用有無



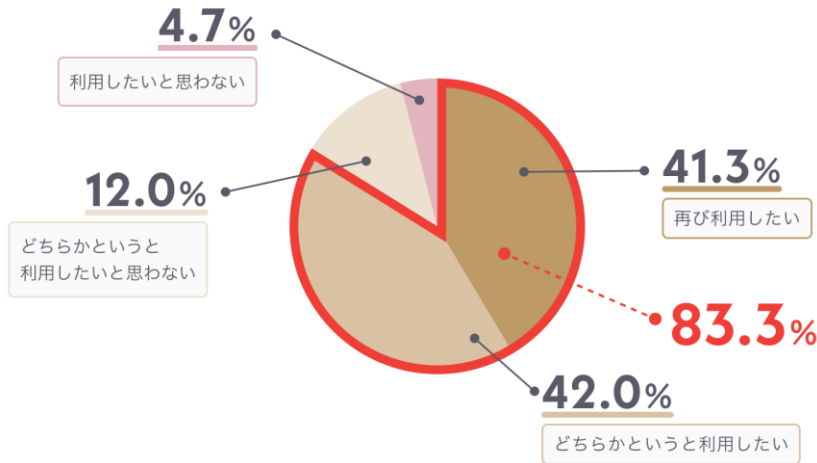
(N=600)

「お試し購入」サービス利用者の満足度



(N=150)

「お試し購入」サービスのリピート希望



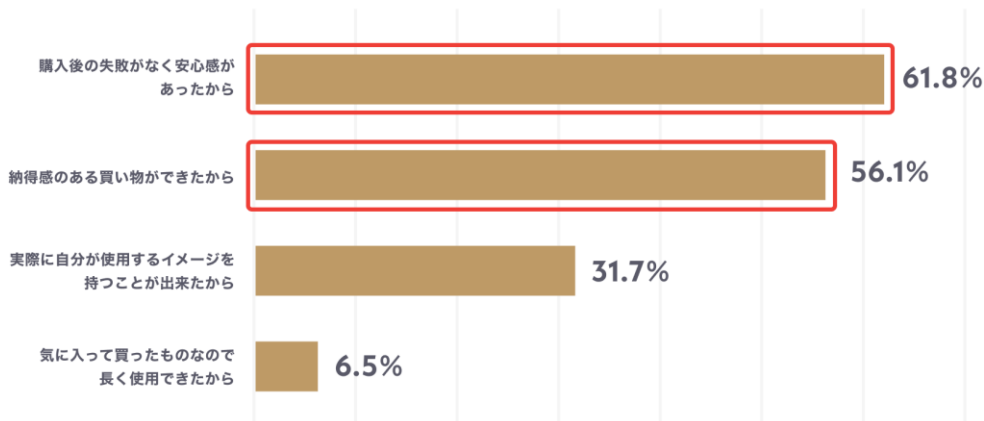
(N=150)

◆ 「お試し購入」サービスの魅力は買い物に“納得感”と“安心感”が持てる点
サービスと相性が良いアイテムの一つとして「ファッションアイテム」も上位に

「お試し購入」サービスを利用したことがある人ない人それぞれに、サービスの魅力について聞いたところ、両者とも魅力的だと感じている点が一一致。購入後の失敗が防げる点と、納得感のある買い物ができる点が理由として上位にあがり、消費者にとって事前に現物を試せるからこそ得られる“納得感”と“安心感”がサービスの最大の魅力となっていることが分かりました。

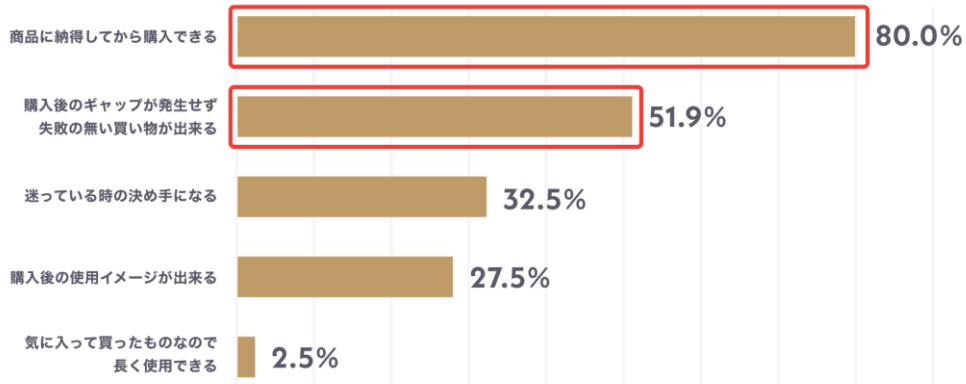
さらに「お試し購入」サービスを利用したことがない人に、今後サービスを利用してみたい商品を聞いたところ、5人に1人が「ファッションアイテム」と回答。その理由として「ネット購入で失敗した経験があるから」が最も多く6割、次いで「実物を見たいが店舗に行くのが嫌、面倒だから」が5割、「実店舗での試着が苦手だから」が3割となり、試着をせずに購入し失敗した経験がある人、実店舗での試着にハードルを感じている人が、サービスに魅力を感じていることが明らかになりました。素材や色合い、サイズ感といった実際に物を見てみないと本当に自分に合うのか判断が難しいファッションアイテムだからこそ、「お試し購入」サービスを利用するのに適しているのかもしれない。

利用経験者が考える「お試し購入」サービスの魅力



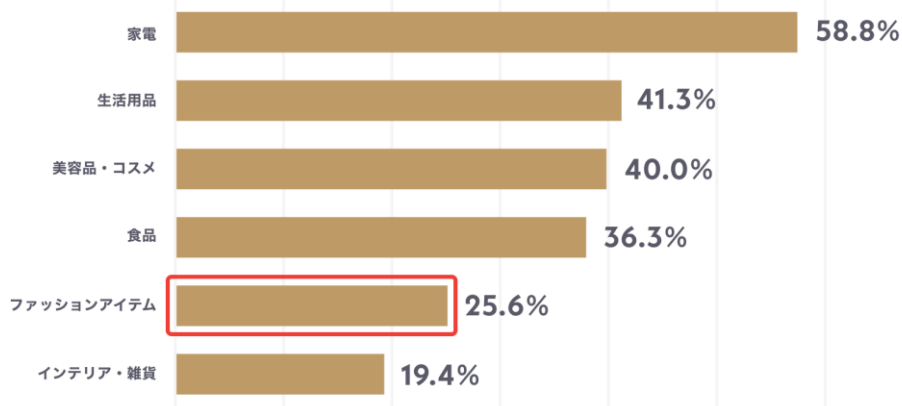
(N=123)

利用したことがない人が考える「お試し購入」サービスの魅力



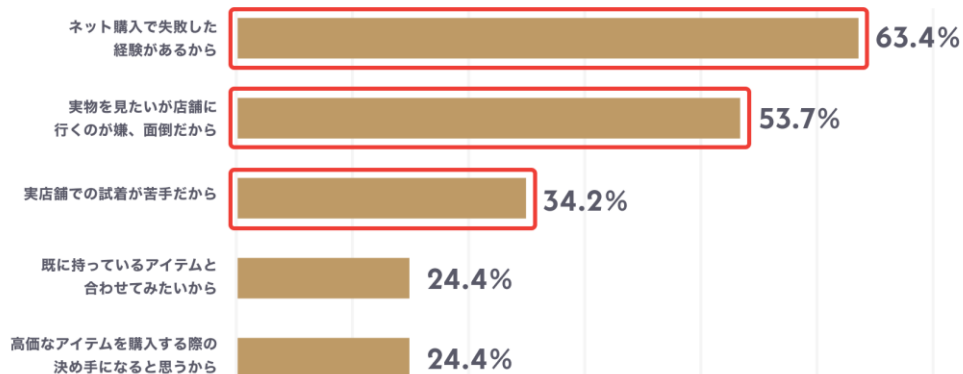
(N=160)

「お試し購入」サービスを利用したいアイテム



(N=160)

「ファッションアイテム」で「お試し購入」サービスを利用したい理由



(N=41)

物価高が続く中で消費者の節約志向は一層、高まっています。今回の調査でも、ボーナスの使い道は貯金が圧倒的に多く（約65%）、次に生活費が続き（約4割）、度重なる生活必需品の値上がりによって家計の負担感が増している様子がかがえます。また、ボーナスを消費する場合も予算を決めて堅実に使う人が4割を超えていました。現在、物価の上昇率が賃金の上昇率を上回ることによって収入が減っているため、消費者は、お金を使うことに、とても慎重になっているのでしょうか。

調査では「お試し購入」サービスの利用経験者の満足度が8割以上と高いことも特徴的でした。サービスの魅力には「（失敗のない）安心感」や「納得感」があたり、リピート希望は8割を超えていました。この背景には、物価高に加えて、ネットショッピングの進展もあげられます。近年、コロナ禍の影響も相まってEC市場が拡大し、ネットで気軽に買い物を楽しめる環境が広がっています。しかし、商品を実際に目で見て触って確認しているわけではないため、買い物に失敗した経験も増えているのではないのでしょうか。

現在のところ、「お試し購入」サービスを提供している商品は限られるため、利用経験者は約4分の1にとどまります。一方で、商品を吟味して納得のいく買い物をしたい、買い物に失敗したくない、という消費者は今後とも増えていくと見られます。今、消費者は、様々なジャンルに「お試し購入」サービスが広がることを期待しているのではないのでしょうか。



DROBEとは

「ファッションから、日々を楽しもう。」をコンセプトにした、オンラインで完結するパーソナルスタイリングサービスです。ファッション誌や芸能人のスタイリング、店頭での販売などを経験したプロのスタイリストとDROBE独自の「スタイリング AI」が、お客さまの嗜好や体型、予算に応じた商品（洋服、靴、ファッション雑貨）を協働でスタイリングし、セレクトした商品を定期的にお届けします。届いた商品は自由に試着でき、気に入った商品のみを購入できます。

好きになれる服
探さず、買える



DROBEの特徴

①スタイリストはプロフェッショナルのみで構成

「DROBE」には150名（2023年4月時点）のスタイリストが在籍しており、雑誌や芸能人のスタイリング等の担当経験や、大手百貨店などでパーソナルスタイリングを提供していたプロフェッショナルのみで構成しています。プロフェッショナルだからこそ、お客さまそれぞれに適したファッションのご提案ができます。

②200以上の取り扱いブランド

BEAMS・トゥモローランド・ナノ・ユニバースを始めとする200以上のブランドを取り扱っています。また、ブランド数は順次拡大してまいります。

③様々なシチュエーションに合わせたご提案が可能

プロのスタイリストがお客さまお一人おひとりにあったアイテムをご提案するため、年齢や出産などによる体型の変化や、ライフステージに合わせたアイテムのご提案が可能です。

株式会社DROBE 概要

会社名：株式会社DROBE

代表：代表取締役CEO 山敷守

設立：2019年4月1日

会社URL：<https://drobe.co.jp/>