

サブスクの 利用実態

福岡県居住者の「サブスクリプションサービスの利用」
に関する調査

2023年2月

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2022年12月16日（金）～12月23日（金）

4. 調査規模

400サンプル

5. 標本構成

■性	件数	構成比 (%)
男性	152	38.0
女性	248	62.0
全体	400	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20・30代	100	25.0
40代	98	24.5
50代	102	25.5
60代以上	100	25.0
全体	400	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	231	57.8
市外都市圏	86	21.5
その他福岡県	83	20.7
全体	400	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	116	29.0
公務員	10	2.5
団体職員・病院勤務	13	3.3
経営者・会社役員	11	2.8
派遣社員・契約社員	31	7.8
商工自営	18	4.5
農林漁業	-	-
自由業	7	1.8
学生	1	0.3
パート・アルバイト	63	15.8
専業主婦（主夫）	85	21.3
無職	44	11.0
その他	1	0.3
全体	400	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	101	25.3
既婚・子どもなし	46	11.5
既婚・子どもが小学生以下	95	23.8
既婚・子どもが中学生以上で扶養	54	13.5
既婚・子育て終了	104	26.0
全体	400	100.0

【報告書の見方】

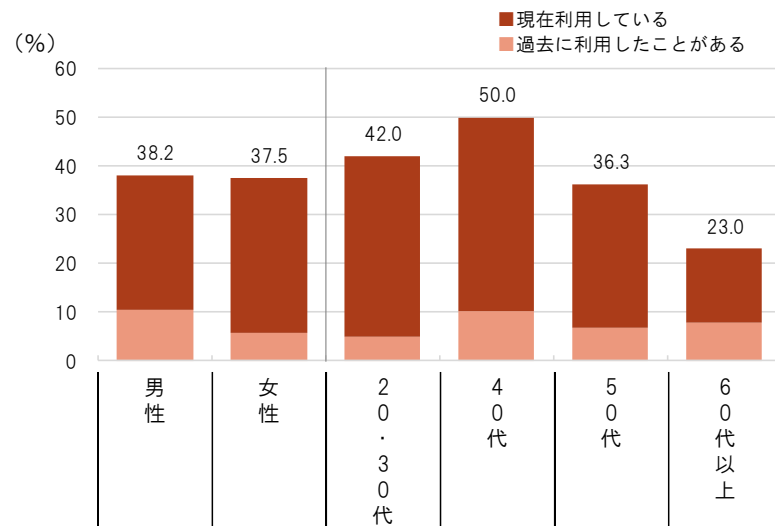
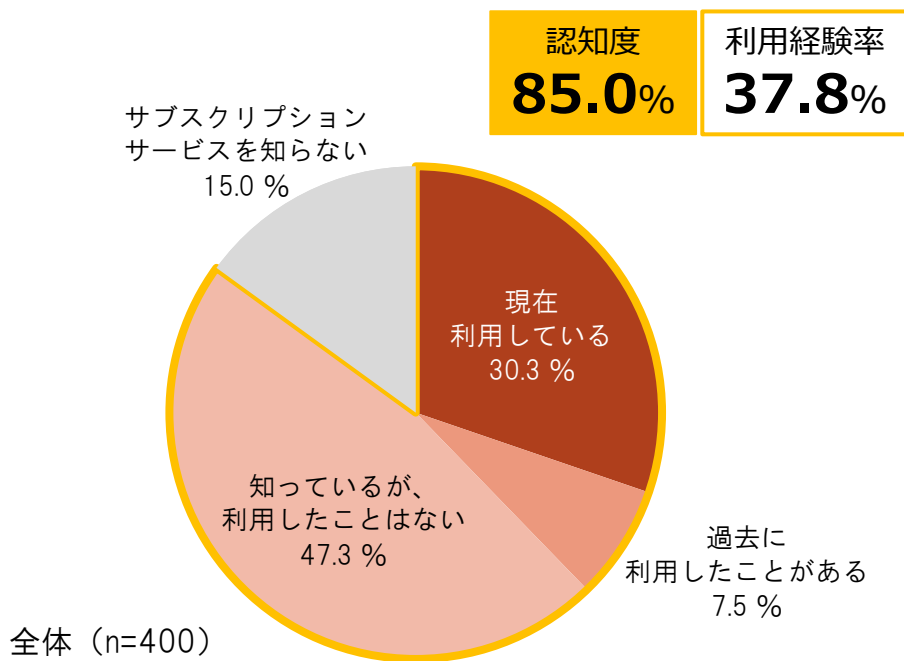
- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

継続利用を前提に、定期的に決まった料金を支払い、商品やサービスを利用または購入する定額制のサービスを意味する「サブスクリプションサービス（以下サブスク）」の認知度は85%。現在利用率30%と、過去利用率7.5%を合わせた利用経験率は38%であった。

認知度は50代以下と60代以上、利用経験率は40代以下と50代以上で差がある。

■ サブスクリプションサービスの認知・利用経験（単一回答）

■ 性別・年代別のサブスクリプションサービスの利用経験率（単一回答）



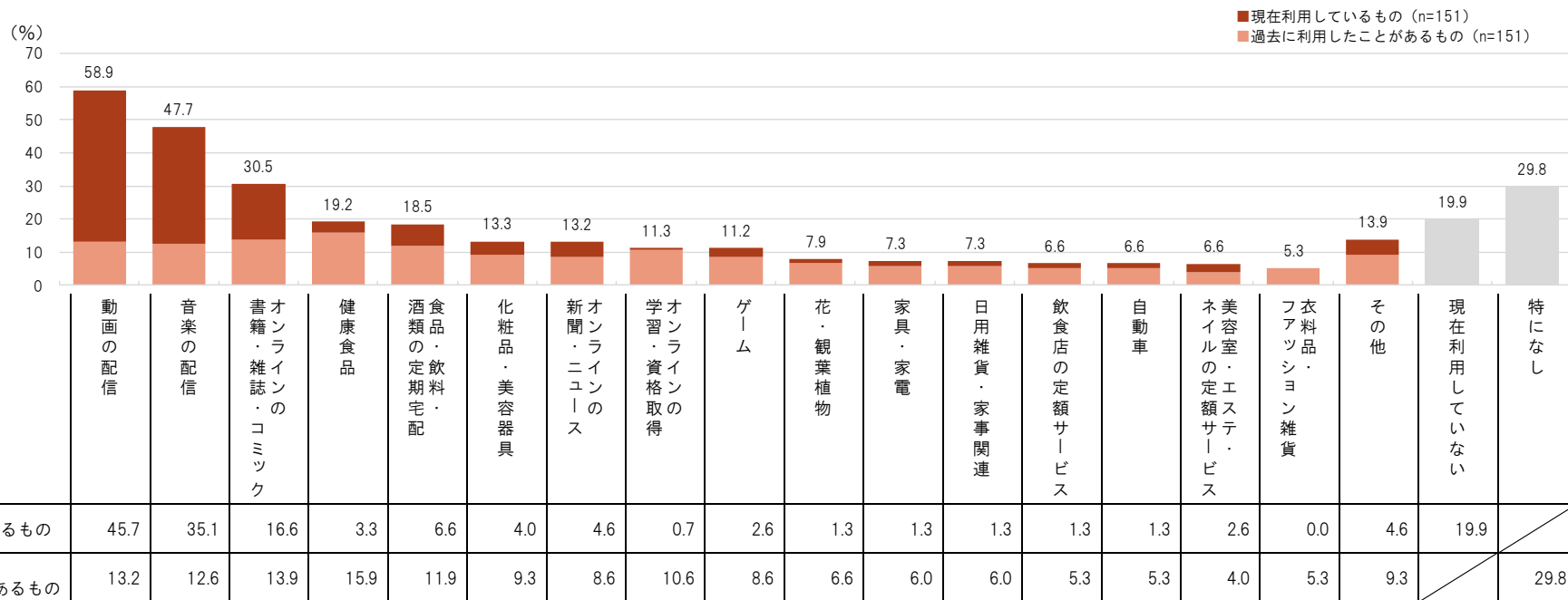
	男性	女性	20・30代	40代	50代	60代以上
調査数	152	248	100	98	102	100
現在利用している	27.6	31.9	37.0	39.8	29.4	15.0
過去に利用したことがある	10.5	5.6	5.0	10.2	6.9	8.0
認知度	81.6	87.1	86.0	90.8	90.2	73.0

認知度: 全体-「サブスクリプションサービスを知らない」
 利用経験率: 「現在利用している」+「過去に利用したことがある」

現在利用しているサブスクサービスの1位は動画配信、2位は音楽配信で、3位のオンラインの書籍・雑誌・コミックを含めて他とは大きな差がある。動画や音楽の配信サービスは、コロナ禍で伸びたイエナカ消費の1つであり、幅広い年代に利用が広がっている。

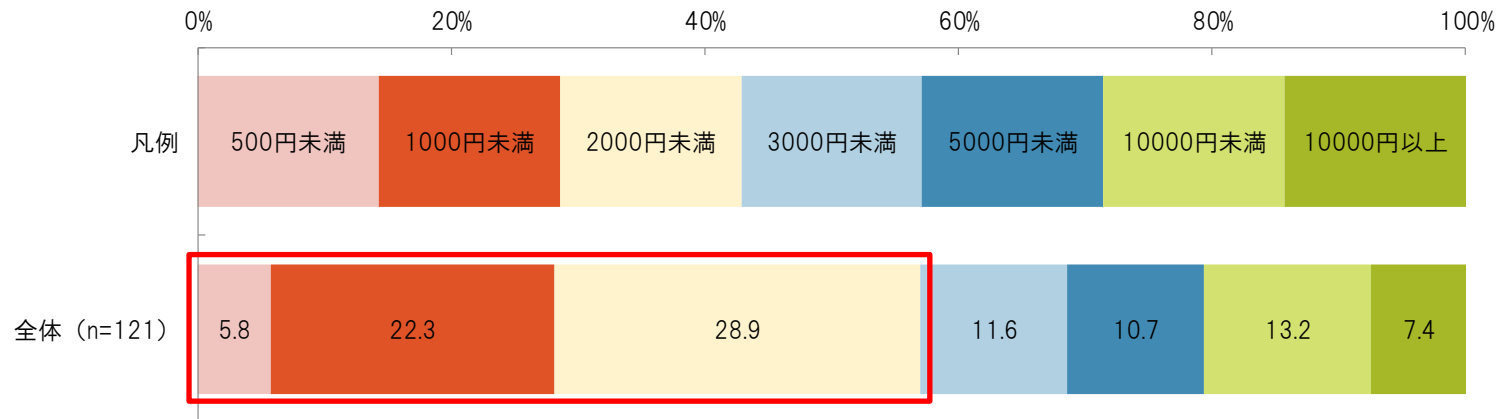
上位3項目以外は、利用率は1割前後にとどまる。また、過去利用率が現在利用率を上回っており、利用者の離反を示している。サブスクは長期継続を前提としたビジネスモデルだが、多くのサービスで継続利用の伸び悩みがうかがえる。

■ 利用経験のあるサブスクリプションサービス（複数回答）



サブスクサービスの利用月額、2,000円未満が6割近くを占める。月額5,000円以上の利用層には健康食品や化粧品・美容器具の定額購入者や美容サービスの利用者が含まれる。

■ 現利用者のサブスク利用月額合計（記述回答の事後分類）

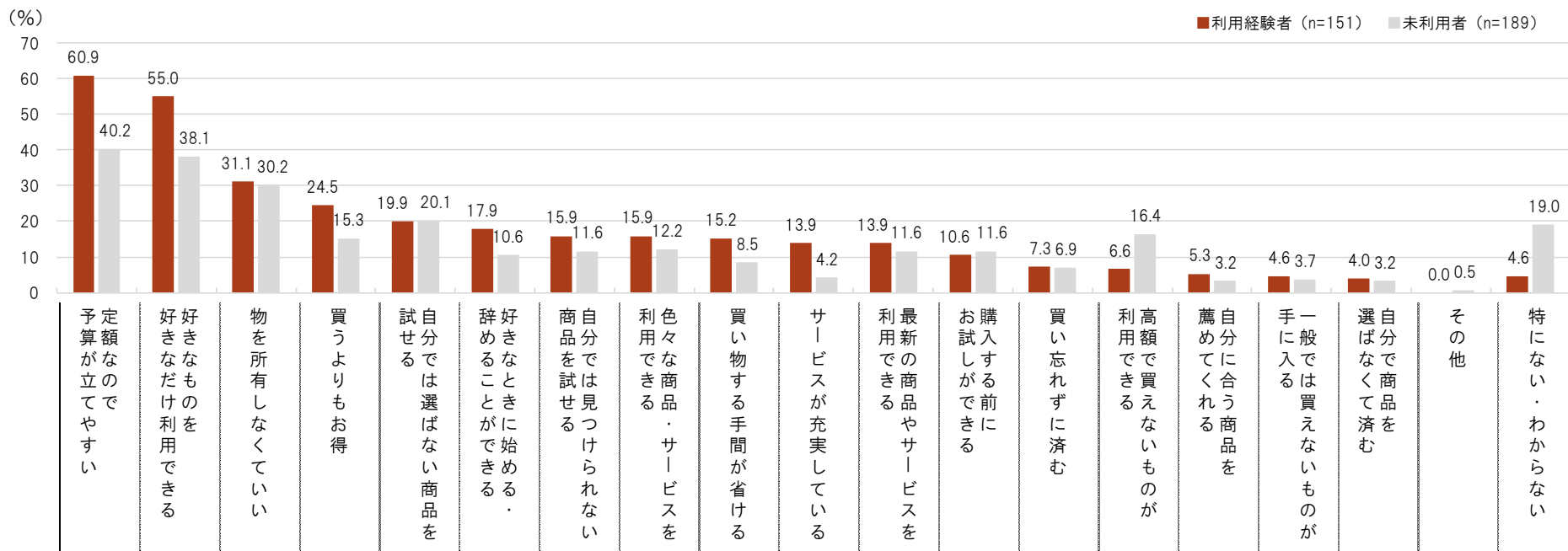


■ 利用月額別の現利用サービス（複数回答）

		調査数	家具・家電	音楽の配信	動画の配信	ゲーム	書籍・雑誌・コミック	オンラインのニュース	オンラインの資格取得	飲食店の定額サービス	食品・飲料・配	健康食品	衣料品・ファッション雑貨	日用雑貨・家事関連	化粧品・美容器具	花・観葉植物	美容室・エステ・サービス	自動車	その他
費用別	全体	121	1.7	43.8	57.0	3.3	20.7	5.8	0.8	1.7	8.3	4.1	-	1.7	5.0	1.7	3.3	1.7	5.8
	1000円未満	34	-	38.2	44.1	2.9	29.4	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11.8
	2000円未満	35	2.9	51.4	60.0	-	14.3	2.9	-	2.9	5.7	-	-	-	-	2.9	-	2.9	2.9
	5000円未満	27	3.7	44.4	77.8	-	22.2	3.7	-	-	11.1	3.7	-	3.7	3.7	-	-	-	3.7
	5000円以上	25	-	40.0	48.0	12.0	16.0	16.0	4.0	4.0	20.0	16.0	-	4.0	20.0	4.0	16.0	4.0	4.0

サブスクの魅力では、定額で予算が立てやすいこと、好きなものを好きなだけ利用できることが上位。自分では選ばない、または見つけられない商品を試すといった体験への魅力度もやや高い。継続利用には、お得感や利用利便性に加えて、「予期せぬ出会い」のようなワクワク感も重要といえる。

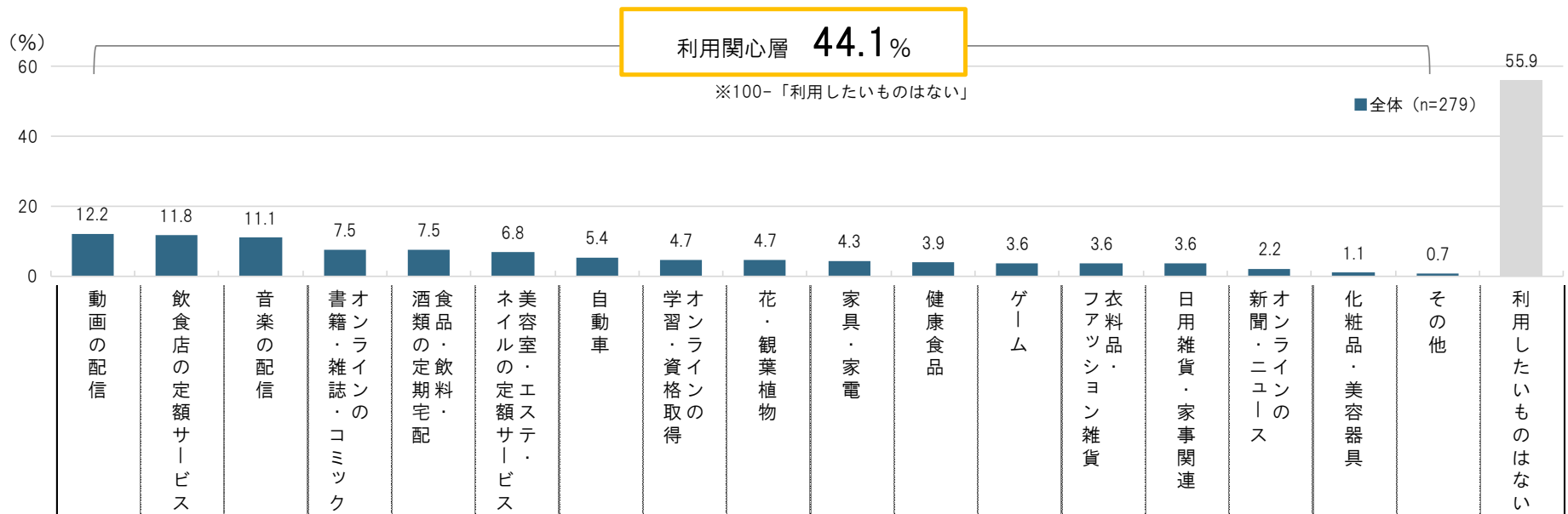
■ サブスクリプションサービスの魅力（複数回答）



サブスクを現在利用していない人の4割強が今後の利用に関心を示している。利用してみたいサービスでは、動画配信に次いで飲食店の定額サービスが2位である。

飲食店の定額サービスはP3にもあるように、利用経験率は5.3%であるのに対し、現在利用率が1.3%と継続率が低いサブスクの1つである。現在は定額での飲み放題・食べ放題などの割引サービスが主流だが、継続に寄与していない可能性がある。利用の定着につながる施策が必要と言えそうだ。

■ 今後利用してみたいサービス（複数回答）



マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp