

報道関係各位

2020年12月3日
株式会社クロス・マーケティング

ブラックフライデーセール 4人に1人が利用 コロナ禍、“節約意識が強くなった”は3割弱

－ブラックフライデーセールの利用とコロナ禍の節約意識に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「ブラックフライデーセールの利用とコロナ禍の節約意識に関する調査」を実施しました。11月下旬から様々な店舗やネット通販などでブラックフライデーセールが開催されたことに伴い、今回は、ブラックフライデーセールでの買い物状況や買い物をした場所、「買いたい」という気持ちになる割引やサービス、コロナ禍における節約意識の変化について分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201203blackfriday/>

■調査結果

- ✓ ブラックフライデーセールでの買い物状況について、「買い物をした・計」が24%、「買い物はしていない」が64.3%。「ブラックフライデーを知らない」は11.6%。ブラックフライデーセールで買い物をした人の買い物先としては、「ECサイト（ネット通販）が過半数を占める。〈図1・2〉

性別にみると、男女とも「ECサイト（ネット通販）」の利用が最も高いが、特に男性は55%と半数以上が利用。女性は「駅ビル・ショッピングセンター」の利用が2割を超える結果に。

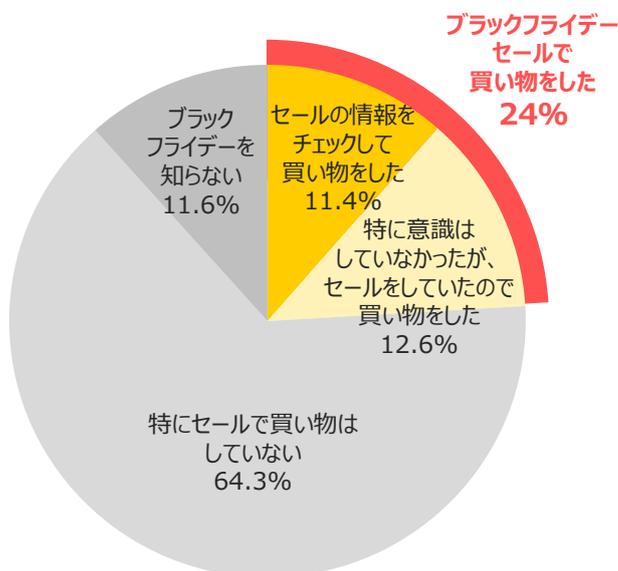
- ✓ 「買いたい」という気持ちになる割引やサービスについて聴取したところ、「〇〇%引き」が6割弱でトップに挙がる。次に「〇〇円引き」、「ポイント〇〇倍」、「〇〇ポイント付与」と続く。〈図3〉

性年代別にみると、「〇〇%引き」は女性50代が7割超と最も多い。「ポイント〇〇倍」「〇〇ポイント付与」といったポイント系は女性30-40代、「先着〇〇名様にプレゼント」「〇〇以上でノベルティプレゼント」といったプレゼント系は女性20-30代の割合が高い。

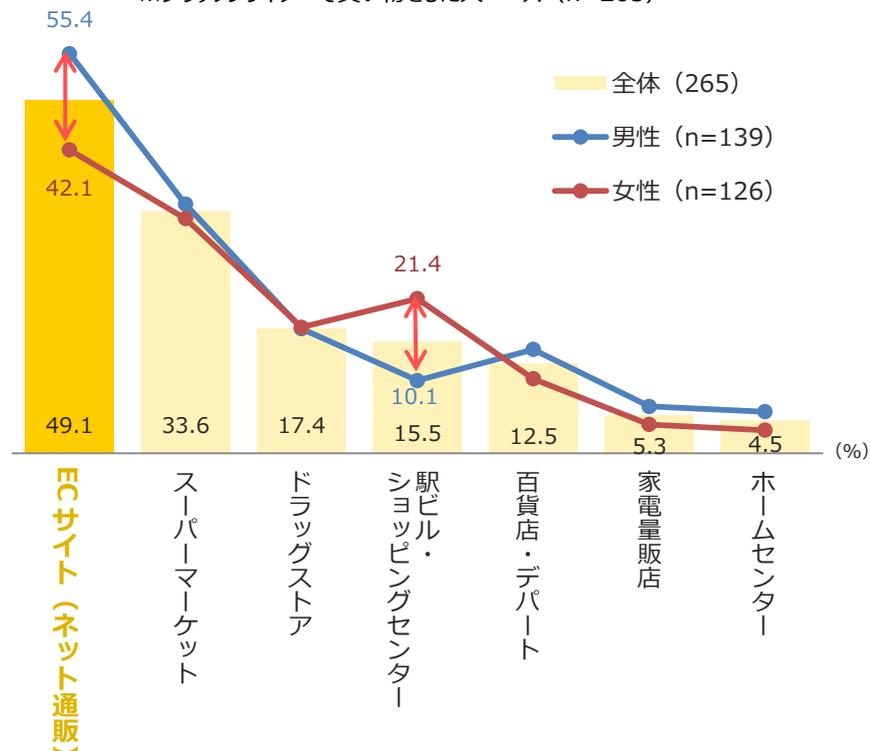
- ✓ コロナ禍で節約意識が強くなった（節約意識はあったが更に意識が強くなった+節約意識はなかったが意識が強くなった）のは3割弱。〈図4〉

性年代別にみると、「節約意識はなかったが、意識が強くなった」は女性20代が16%で最も高い。

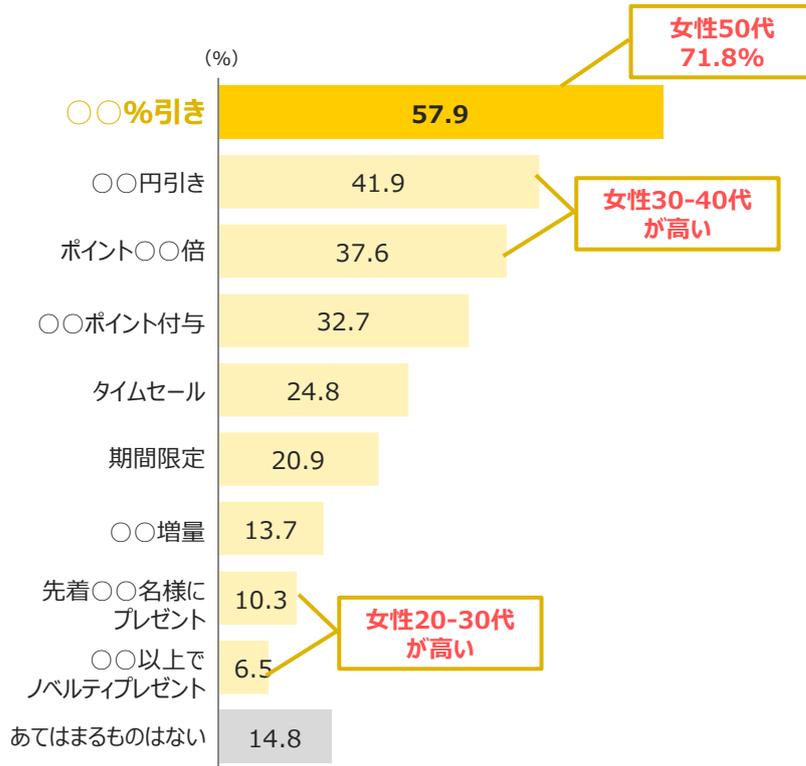
〈図1〉 ブラックフライデーセールでの買い物状況
(単一回答) (n=1,101)



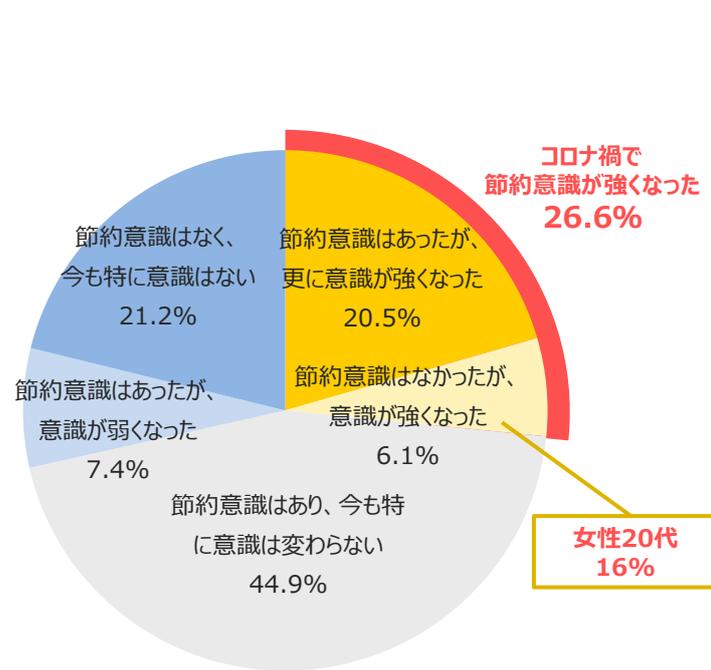
〈図2〉 ブラックフライデーセールで買い物をした場所（複数回答）
※ブラックフライデーで買い物をした人ベース (n=265)



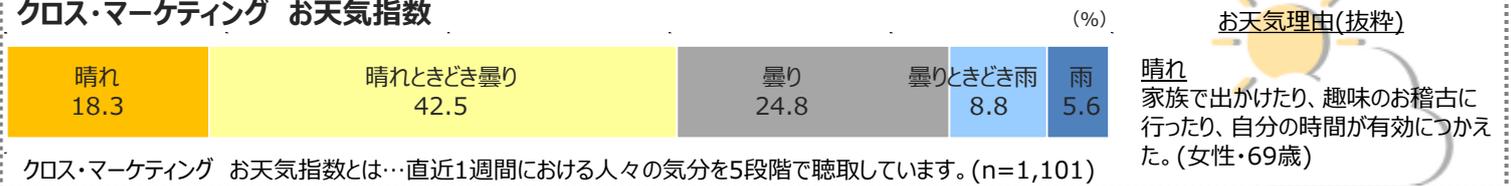
＜図3＞「買いたい」という気持ちになる
割引・サービス（複数回答）（n=1,101）



＜図4＞コロナ禍による節約意識の変化
（単一回答）（n=1,101）



クロス・マーケティング お天気指数



■ 調査項目

- 属性設問
- 直近1週間における気分とその理由
- ブラックフライデーのセールでの買い物状況
- ブラックフライデーのセールで買い物をした場所
- 「買いたい」という気持ちになる割引・サービス
- コロナ禍による節約意識の変化

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201203blackfriday/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2020年12月1日 (火)～2日 (水)
 有効回答数 : 本調査1,101サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」