

新型コロナウイルス感染症の影響による シニアの消費動向変化に関する意識調査 -第二弾-

コロナ以降の生活について

株式会社ペンシル

SFOラボ

2020年5月7日



NETWORK



STRATEGIC



CREATIVE



COMMUNICATION

ペンシルがエイジングテックに取り組む理由

超高齢社会を インターネットの力で革新する。 エイジングテックで 事業と雇用を創造し、日本を元気に。

超高齢社会である日本において、高齢者が働き手として関わることで、高齢者と社会のつながりを創出し、企業にとってもメリットのある新たなエイジングテックサービスを生み出すプロジェクトを推進しています。

このプロジェクトのひとつとして「シニアにとって使いやすいWEBサイトになっているか？」をペンシルのシニアスタッフが診断するSFOサービス「シニア対応サイト診断サービス」を提供します。

目次

調査概要	・・・P.3	株式会社ペンシルについて	・・・P.14
1) 生活状況とその変化について		シニア対応サイト診断サービスについて	・・・P.21
1-1) デバイス利用・支払方法の変化	・・・P.4		
1-2) 収入・勤務状況の変化	・・・P.5		
1-3) 買物時間・周期・買い方の変化	・・・P.6		
1-4) 食事方法、健康食品利用の変化			
2) 今後の個人の活動について（概要）	・・・P.8		
2-1) 活動状況意向	・・・P.7		
2-2) 収束後にむけた準備			
2-3) 期待する事業分野			
3) 今、企業に期待すること（概要）	・・・P.8		
3-1) 印象に残っている企業の活動			
3-2) イメージの変化			
3-3) 今後企業に期待すること			

※フリーダウンロード版は一部のみの公開となります。
全体詳細を確認されたい場合は、ペンシルへお問い合わせください。

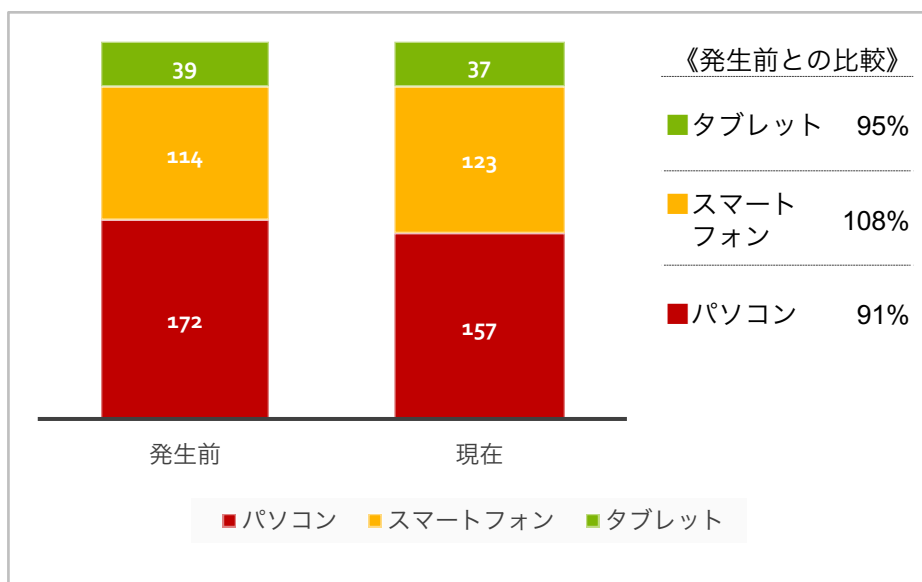
調査概要

- 調査の目的：日本のシニアの消費行動特性の把握
- 調査期間：2020年4月30日～2020年5月6日
- 調査対象：株式会社ペンシルの全国シニアモニター登録者 351名
性別：男性 189名（54%）、女性 162名（46%）
年齢：51歳～69歳 240名（68%）、70歳以上 111名（32%）
- 回答数：203名
性別：男性 103名（51%）、女性 97名（48%）、選択なし 3名（1%）
年齢：51歳～69歳 144名（71%）、70歳以上 59名（29%）
- 調査方法：インターネットによるアンケート調査
- 設問項目の概要
 - ・生活状況とその変化について
 - ・今後の個人の活動について
 - ・今、企業に期待すること

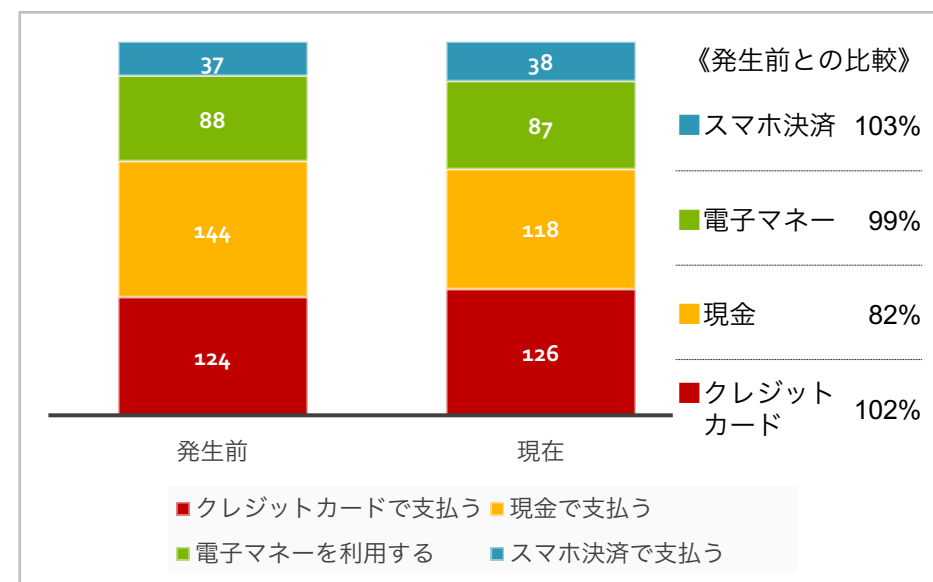
1-1) 生活状況の変化について：デバイス・支払方法

- コロナ発生以前との比較において、利用デバイスについては「スマートフォン」がやや増加。「パソコン」「タブレット」は若干減少している。情報入手頻度が上がっており、スマホ閲覧に移行していると思われる。
- 決済手段は「現金」利用が20%減となり、「クレジットカード」「スマホ決済」利用が若干増加している。増加率の差を鑑みると、これまでも「現金」と「カード」や「スマホ決済」を併用されていたと考えられるが、現金利用に対する意識が変わっていることがわかる。

デバイス利用状況



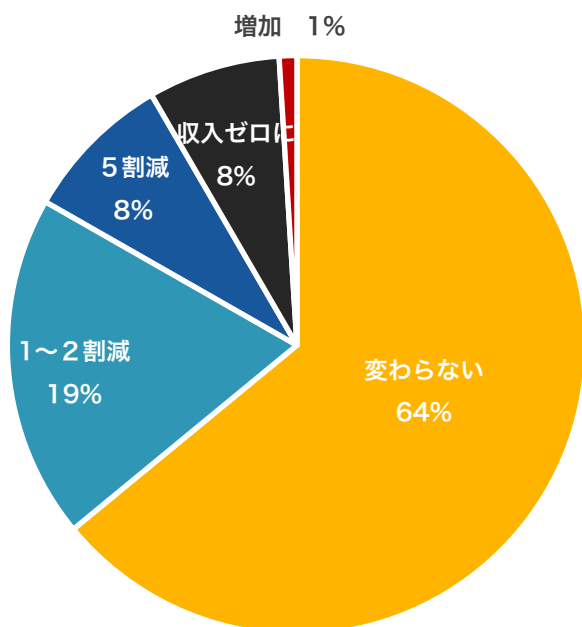
決済手段



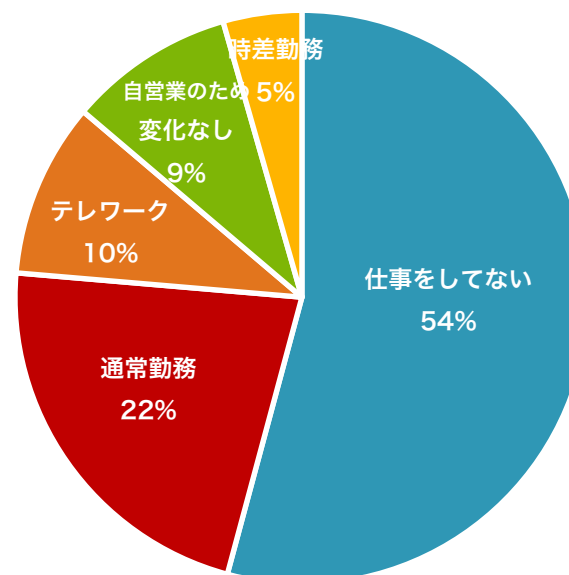
1-2) 生活状況の変化について：収入・勤務状況の変化

- 収入状況は「変わらない」「若干減」で83%となり、大多数が大きな収入減少は発生していない。
- 勤務状況についても、「仕事をしていない」が5割を超えている。年金受給により、収入面では外部影響を受けづらいことが見て取れる。
- 働いている場合も、業務状況の変化を感じているのは15%ほどであり、収入・勤務状況については、シニアはほぼ変化を感じていない。

収入の変化



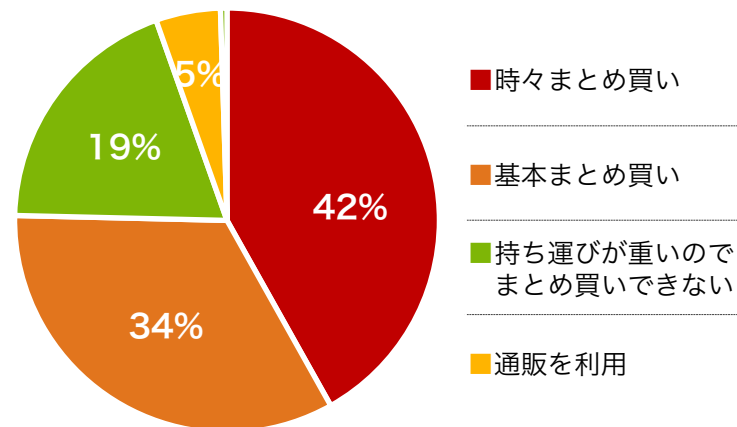
勤務状況の変化



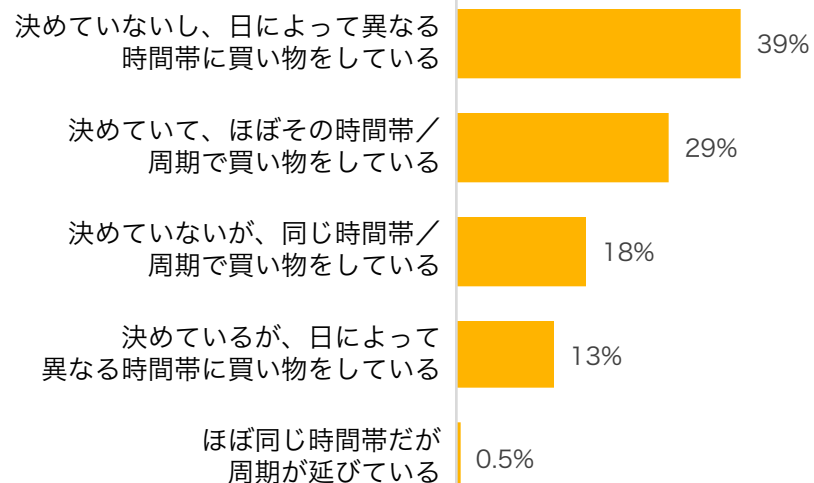
1-3) 生活状況の変化について：買物時間・周期・買い方の変化

- 買い物の周期に関しては「決めている」との回答は42%、「決めていない」が57%。
「ほぼ同じ時間に買物をしている」が47%となった。
- 買い方としては以前に比べまとめ買いが増加傾向。
- 気をつけていることとしては、「人との距離」や「すいている時間を選ぶ」が上位に上がっており、ソーシャルディスタンスの意識が見て取れる。

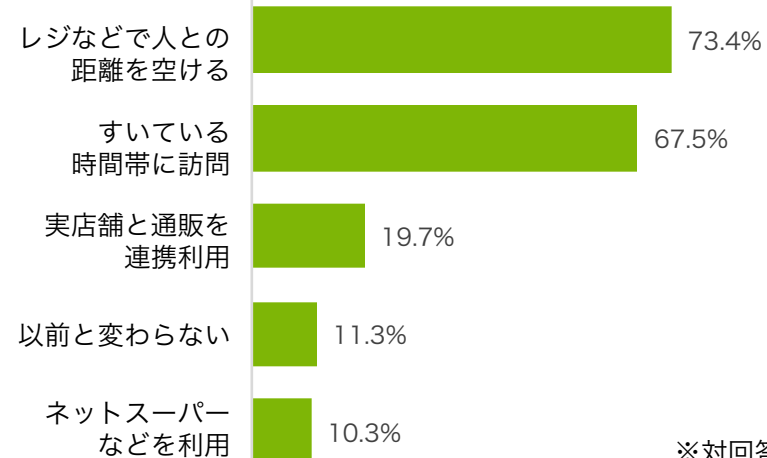
買い方の変化



買物をする周期



買物時に気をつけていること

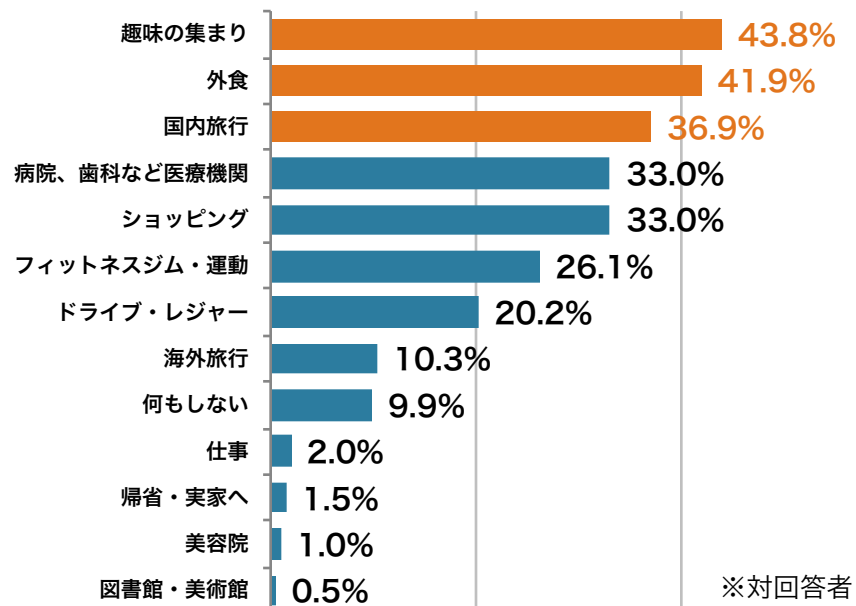


※対回答者

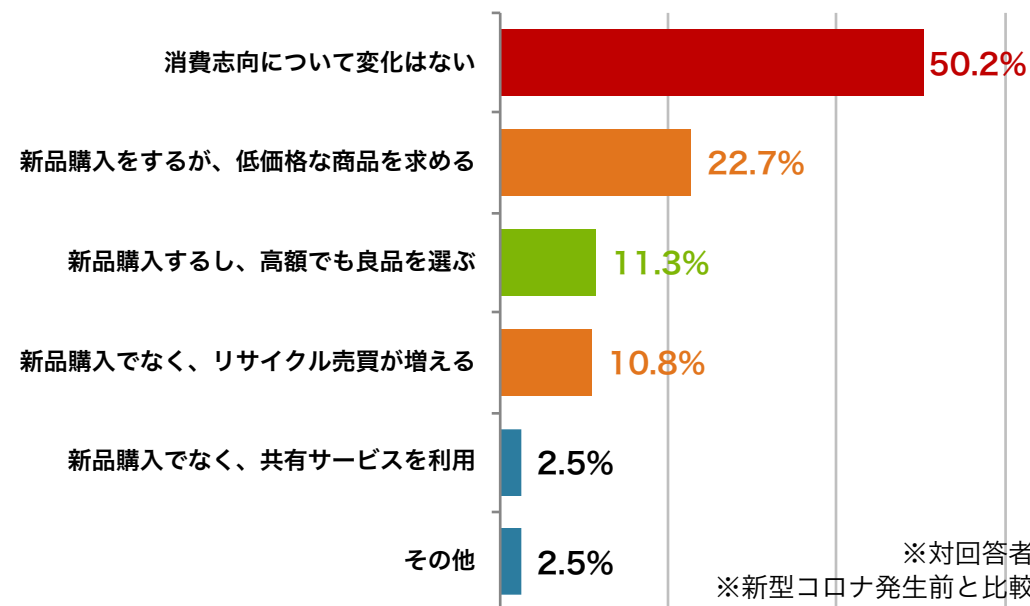
2-1) 今後の個人の活動について：活動状況・意向

- 個人の活動意向としては、「趣味の集まり」「外食」などが高く、人とのコミュニケーションの再開を求めている様子が見られる。
- また、「国内旅行」への期待が「医療機関の訪問」や「ショッピング」よりも高まっている。
- 消費意向としては、コロナ前後で変化はないとし、収束後には元の消費に戻ると回答している方が多数。だが、低価格品やリサイクル売買の意向もやや高まっている。

収束後再開したいこと



消費意向の変化



2) 個人の活動について

- 収束後の準備としては、趣味関連の情報収集や、一時的な貯蓄などが上位項目として上がった。
- キャッシュレス決済への期待も高まっており、ネット利用・通販利用の増加への期待も見られる。
- 解除後にまず行いたいこととしては、身近なところからの再開意向が見られたが、
「外食」「ショッピング」等に関しては、景気回復のためにも積極的に利用していきたいとの声も多く、業績不安になっている状況に対して協力したいという意見が多く見られた。

3) 企業に期待すること

- 印象に残っている企業の活動は、「異業種への進出」や、「宅食への転換」「医療現場への物資支援」など、自社のできる領域を活かした形での、社会貢献に対する積極的な取り組みが多く上がっていた。
- 取り組みがある企業と、取り組みがない企業に対する好感度については顕著な差がでている。
- 印象に残っている取り組みについては、自社発信したものよりも、テレビニュース・新聞や、ネットニュース経由で情報を得ている。第三者発信によって情報を得ているため、PRの重要さも読み取れる。
- 今後にむけての企業に期待する活動内容としては、個人に対する支援や活動よりも、より社会全体に関わるような支援や活動を期待されていることがわかる。

株式会社ペンシルについて

会社概要

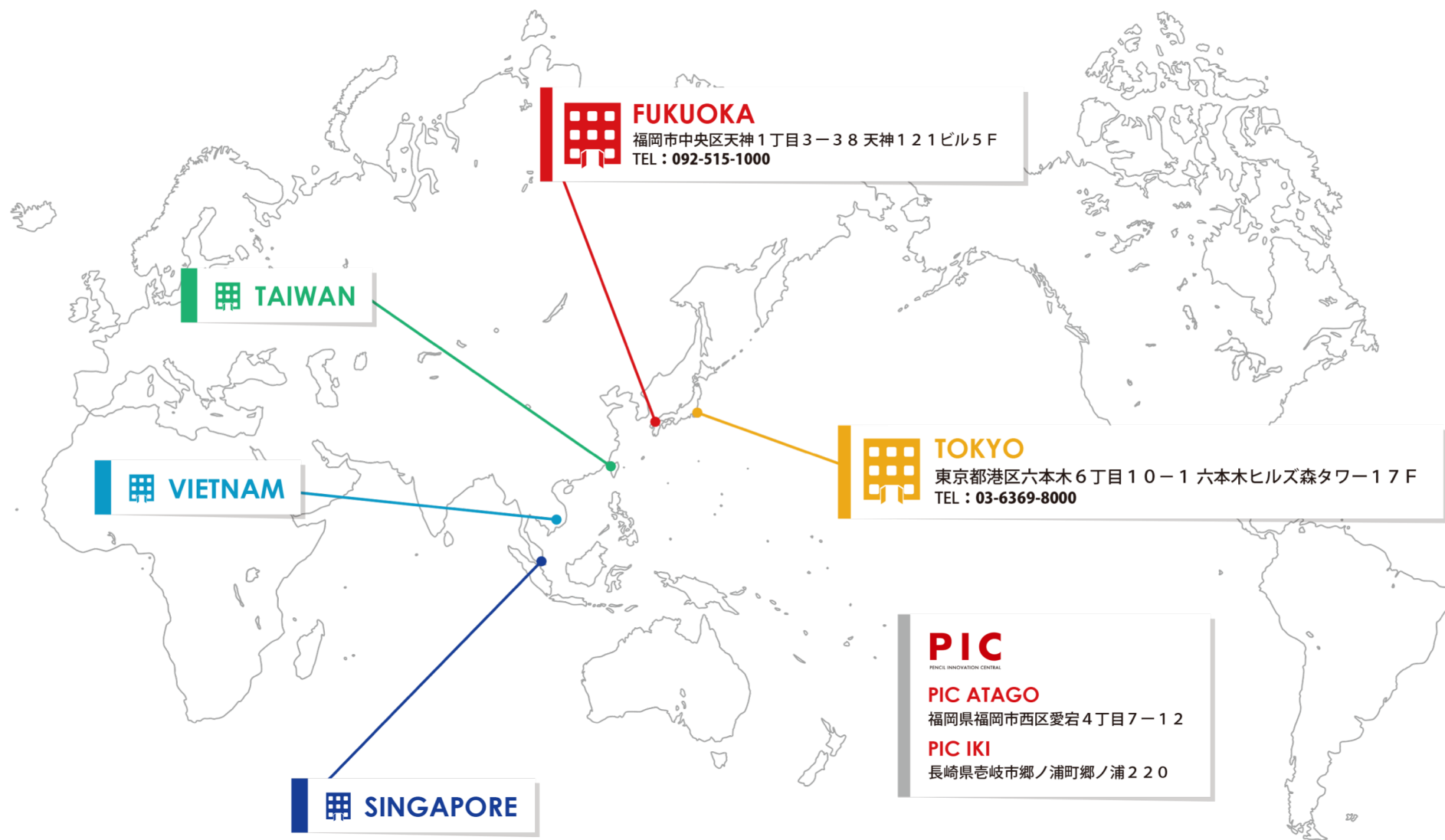


WEB戦略でクライアントの売上をあげる 研究開発型WEBコンサルティング会社

社名	株式会社ペンシル		
役員	代表取締役社長	COO	倉橋 美佳
	取締役会長		覚田 義明
	取締役副社長		橋口 洋和
	取締役		森田 和靖
	取締役 (社外)		緒方 芳伸
	執行役員	CKO	小財 治
	執行役員	CSO	佐藤 元泰
	執行役員	CCO	安田 智美
	執行役員		平川 寿江
	執行役員		馬場 孝一
設立	1995年2月10日		
売上	23億0140万円		
資本金	5000万円		
スタッフ数	140人		



拠点展開



主要な取引先企業

※順不同・過去の取引先企業も含む

今日を愛する。
LION

自然を、おいしく、楽しく。
KAGOME

おいしさと健康
Glico

Otsuka

小林製薬

Rinnai

Panasonic

Eisai

Ohta 太田胃散

Kowa

House

吉野家
YOSHINOYA

未来は、ミルクの中にある。
雪印メグミルク

STARFLYER

Budget®
バジェット・レンタカー

Domohorn
Wrinkle
朵茉莉蔻
抗皺淨斑專家

ORIX
Rent-A-Car

やずや

everlife
株式会社 エバーライフ

大地の恵みに真心をのせて
健康家族

BULK HOMME

MADE IN JAPAN
Knott®
premium wrist-wear only for yourself

TAKAMI

JAL CARD



シオノギヘルスケア

富士産業株式会社

KYORITSU
HOTELS & DORMITORIES

DeAGOSTINI

取引先一覧

東京

ライオン株式会社
カゴメ株式会社
資生堂ジャパン株式会社
大塚製薬株式会社
エーザイ株式会社
雪印メグミルク株式会社
ハウス食品株式会社
キリン株式会社
株式会社伊藤園
株式会社富士フイルム
ヘルスケア ラボラトリー
株式会社タカミ
エステー株式会社
オリックス自動車株式会社
株式会社デアゴスティーニ・
ジャパン
ザ・プロアクティブ
カンパニー株式会社
株式会社太田胃散
興和株式会社
株式会社バルクオム
株式会社グロービス
株式会社ヴァージニア
京王電鉄株式会社
株式会社東急ハンズ
株式会社JALカード
株式会社JALUX
株式会社トウ・キューピー

全日本空輸株式会社
全日空商事株式会社
スカパーJ S A T株式会社
株式会社リクルート
株式会社K n o t
株式会社アクタス
株式会社NEC情報システムズ
株式会社世田谷自然食品
株式会社共立メンテナンス
株式会社イービーエム
日本中古自動車販売
商工組合連合会
株式会社プリンセス
スクウェア
株式会社テラジマアーキテクツ

関西

江崎グリコ株式会社
小林製薬株式会社
フジッコ株式会社
オムロン株式会社
パナソニック株式会社
シオノギヘルスケア株式会社
株式会社アテックス
株式会社ECC
株式会社アイウエル

名古屋

リンナイ株式会社
株式会社未来
名古屋鉄道株式会社
株式会社松坂屋
株式会社オークローンマーケティング
トヨタ自動車株式会社
株式会社トヨタケラム
株式会社アルカンシエル

中国・四国

富士産業株式会社
加茂繊維株式会社

東北

株式会社アマタケ

※順不同・過去の取引先企業も含む

九州

株式会社スターフライヤー
株式会社イデックスオート・ジャパン
株式会社エバーライフ
株式会社やずや
株式会社再春館製薬所
株式会社健康家族
福岡地所株式会社
株式会社ふくや
キューサイ株式会社
株式会社JIMOS
富士ゼロックス株式会社
富士ゼロックス長崎株式会社
壱岐市役所
一般社団法人 壱岐みらい創りサイト
福岡銀行
株式会社三好不動産
総合メディカル株式会社
株式会社シノケンプロデュース
株式会社シノケンハーモニー
株式会社リフィード
橋本興産株式会社

ヒューマナライズ・プラットフォーム「スマートチーター」

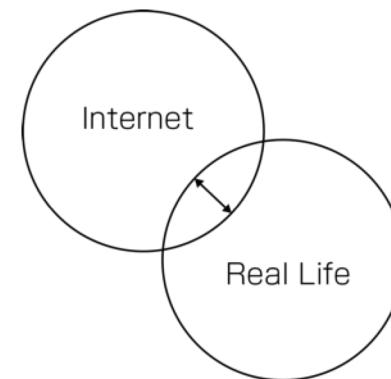
インターネットと生活の接触面が拡大する今、ネットとリアルという垣根なく「人とその生活」を数値化し分析することが重要です。

「Human + Analyze = ヒューマナライズ」

このプラットフォームとなるもの。

それが2006年に自社開発をはじめた、ヒューマナライズ・プラットフォーム「スマートチーター」です。

「スマートチーター」は、クライアントのビジネスを革新し、成功へと導き続けるために不可欠なメニューを揃えています。



「戦略的WEBサイト 成功シート」



これこそが、ネットと生活の接触面であり、ヒューマナライズ・プラットフォーム「スマートチーター」が今後数値化し分析していく「人とその生活」です。



成功実績

通販成功事例

今日を愛する。
LION ネット通販コンサルティングで
売上1700倍!

おいしさと健康
Glico 通販売上2年で3.5倍!

Rinnai 売上3.4倍を達成!

吉野家
YOSHINOYA クロスセル商品の売上4.1倍!

KAGOME 3ヶ月で購入率20%アップ!

everlife
株式会社エバーライフ 2ヶ月で購入率が1.9倍!

やずや 最大2.4倍の購入率を達成!

Ohita 太田胃散
売上1.6倍!
CVRは13.6倍!

DeAGOSTINI
定期エントリー率
3.3倍!

ETVOS
翌日から
購入率が1.5倍!

BULK HOMME CVRが大幅に改善!
台湾マーケットでの事業展開がスムーズに!

交通・旅行成功事例

ORIX
Rent-A-Car 売上が約3.4倍!
年間売上目標を128%達成!

STARFLYER 通常施策の
2.72倍の予約率を達成!

認知拡大成功事例

雪印メグミルク
未来は、ミルクの中にある。
SEO対策で
目標84.37倍達成!

KEIO
独自ポータルサイトで
目標を大幅達成!

不動産成功事例

PRINCESS SQUARE
株式会社プリンセススクエア
問合せ50倍、
成約数100倍!

大阪府住宅供給公社
ユーザービリティ向上!
2週間で申込率126%、
1ヶ月で申込率141%達成!

BtoB 成功事例

Panasonic
購入相談件数が
3.25倍に増加!

OMRON
資料請求数、
目標1.4倍達成!

シニア対応サイト診断サービス

シニア対応の重要性

- 日本は世界一の超高齢社会に突入
- シニアのインターネット利用率は90%以上へ
- インターネット通販の利用率は増加の一途
- 国内市場で消費が伸びているのは60歳以上のみ
- インターネット通販年間利用額、
60代女性は20代女性のおよそ4倍

シニアのデジタル対策が重要度を増していく

シニア対応サイト診断サービス 成功事例



株式会社 エバーライフ

SFO（シニアフレンドリー最適化）を意識した、スマートフォンサイトの導線・UI改善リニューアルを実施！
2ヶ月で購入率が1.9倍にアップ！

リニューアル前

商品詳細ページへ直接遷移させるバナーがただ並んでいるだけのトップページで、たくさんの小さなバナーの中から、目的の商品を見つけ出すのが困難な構成だった



シニアにも見やすい導線・UIコンサル

- シリーズ別や注目商品など、商品をいくつかのカテゴリに分類
- たくさんの商品から、迷うことなく欲しい商品にたどり着ける導線に変更
- **社内シニアスタッフの使用感レポートを反映させ、シニア層にもわかりやすいUIに改善**

リニューアル後

- トップページリニューアル直後から、スマートフォンサイトの購入率が**1.5倍**に！
- その後、段階的に商品カテゴリ別のページを公開し、最終的に購入率が**リニューアル前の1.9倍**まで改善！



新着情報

- キャンペーン** 2018.05.08
 艶肌美人 100% UV スキンプロテクター
 期間限定販売 艶肌美人 UV スキンプロテクター
- 新商品** 2018.03.30
 艶肌美人チェンジBBファンデーションの販売を開始しました！
- 新商品** 2018.01.17
 エバーライフ[血圧・血糖]の販売を開始しました！

シニア対応サイト診断サービスの概要

健康食品など今後需要がさらに高まるシニア向け商品。

そのWebサイトにおいて、シニアにとっての「**使いにくい**」や「**わかりにくい**」を洗い出し、SFO（シニアフレンドリー最適化）を行うための診断サービスとなります。



企業Web担当者

今後重要な市場となるシニア層に自社の商品・サービスが受け入れられやすくなる

ご依頼



 PENCIL®

ペンシルのシニア調査員

シニアにとっての「**使いにくい**」や「**わかりにくい**」を項目に沿って診断

レポート
改善案

詳しくは「ペンシル SFO」で検索、pencil.co.jpをご覧ください



ペンシルの研究開発
PENCIL Research and Development

株式会社ペンシル > ペンシルの研究開発 > シニア対応サイト診断サービス (SFO)

2019.01.18

**ペンシルのエイジングテック。
高齢者にも使いやすいWebサイトへ。**

https://www.pencil.co.jp/rd/20190118_04/