

## 「通信販売」に関する調査

株式会社アドフレックス・コミュニケーションズと株式会社メディアインタラクティブ（アイリサーチ）は、全国 20 歳以上の男女、通販での購入経験者を対象に「『通信販売』に関する調査」を実施いたしました。

今回、2012 年 2 月 9 日～2 月 13 日の 5 日間に、全国の 20 歳以上の男女 1,000 名を対象に「通信販売に関する意識調査」をテーマにした、インターネットリサーチを実施いたしました。

### 【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社メディアインタラクティブの運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：全国の 20 歳以上の男女
3. 有効回答数：1,000 名
4. 調査実施日：2012 年 2 月 9 日（木）～2 月 13 日（月）

### <「通信販売」に関する調査>

- ネット通販で良く買うものは「本」。理由は買い物の手間？
- 初めての通販サイトで重要視されるのは、値段と信頼感、さらには決済方法。デザインやサイトの名前より、実用性が重視。
- 通販を使う人の 7～8 割が楽天・アマゾンジャパンの利用者。

#### ※調査でピックアップした通信企業一覧

|                |                |
|----------------|----------------|
| アマゾンジャパン       | 再春館製薬          |
| ジャパネットたかた      | オルビス           |
| ニッセン           | 山田養蜂場          |
| 千趣会            | ファンケル          |
| ジュピターショップチャンネル | 楽天             |
| ベルーナ           | やずや            |
| DHC            | エバーライフ         |
| デル             | ガシー・レンカー・ジャパン  |
| セシール           | 良品計画           |
| オークローンマーケティング  | ケンコーコム         |
| サントリーウェルネス     | ゴルフダイジェクトオンライン |
| ディノス           | ユニクロ           |
| フェリシモ          |                |

・・・本件に関するお問い合わせ先・・・

メディアインタラクティブ広報事務局 担当：小林

E-mail : pr@i-research.jp

## 1. 通信販売に関する利用実態

### ■ネット通販で良く買うものは「本」。理由は買い物の手間？

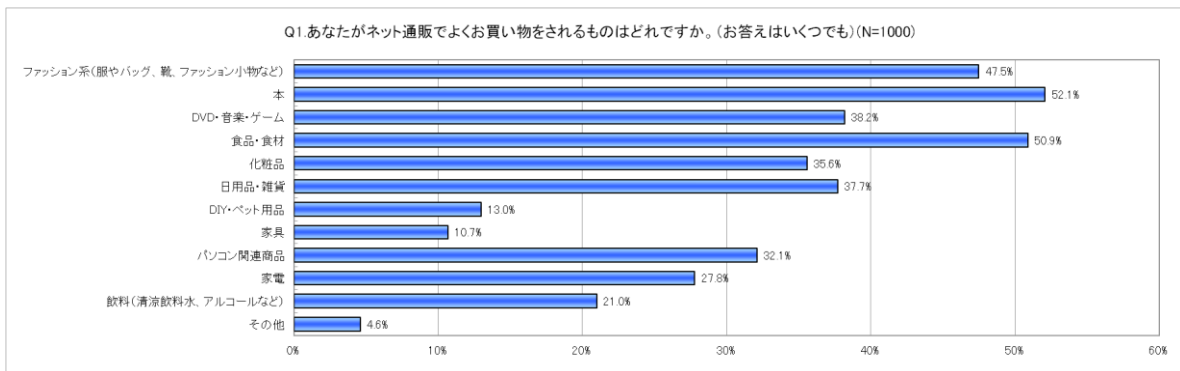
調査対象者に、よくネット通販で買うものを尋ねたところ、「本」が52.1%。続いて、「食品・食材」50.9%。「ファッション系」47.5%となっている。

また、その対象者に、ネット通販で買い物をする理由を尋ねたところ、「買い物に行く手間が省けるから」が72.2%と最も高く、次いで「安く買えるから」「いつでも好きな時（時間）に買えるから」が続いている。

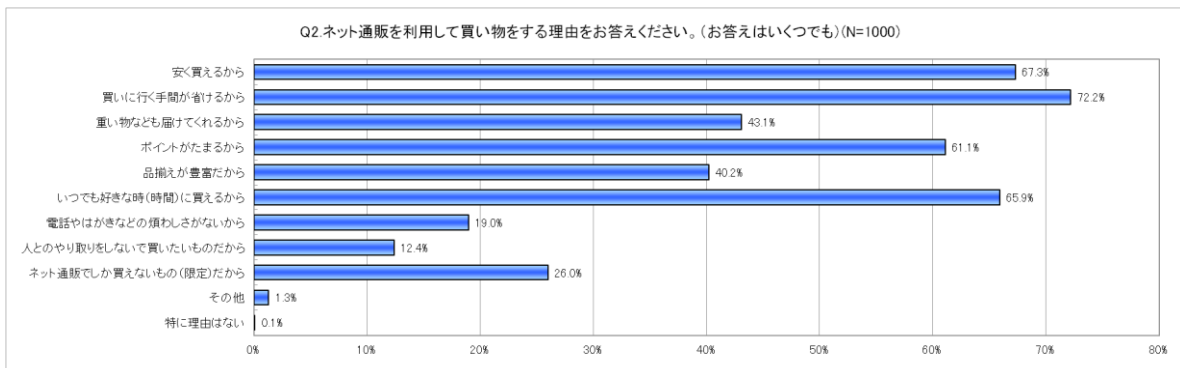
一方で、「重い物なども届けてくれる」「人とのやり取りをしないで買いたいもの」等の数値は限られており、ネット通販が以前ほど必然性を求められず、通常の買い物の延長線上にあることが伺える。

【図1】 ネット通販に関する利用実態

Q.あなたがネット通販でよくお買い物をされるものはどれですか。(お答えはいくつでも)



Q.ネット通販を利用して買い物をする理由をお答えください。(お答えはいくつでも)



**■初めての通販サイトで重要視されるのは、値段と信頼感、さらには決済方法。デザインやサイトの名前より、実用性が重視。**

調査対象者に、初めての通販サイトでの買い物で重要視するポイントを尋ねたところ、1位は「値段の安さ」。次いで「サイトの信頼感」となった。

また、3位には「決済方法の豊富さ」となっており、実用的な評価がされている。

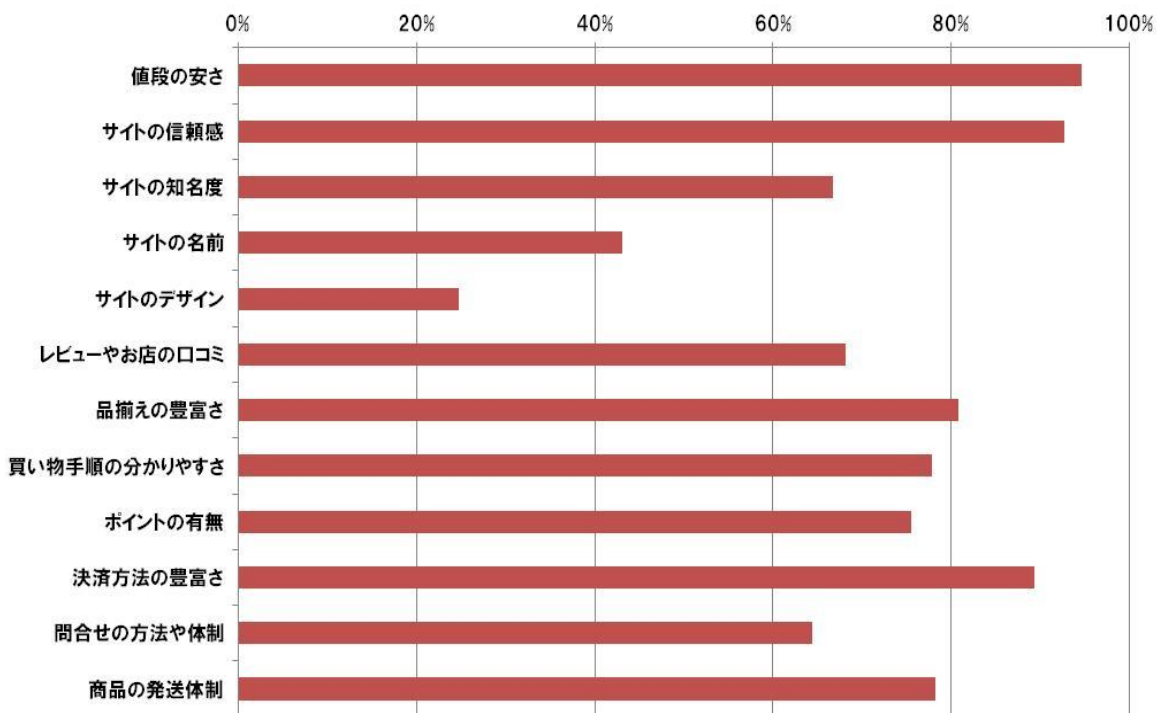
一方で、「サイトのデザイン」「サイトの名前」などは50%にも満たない数値となっている。

**【図2】 通販サイトにおける重要ポイント**

**Q.初めての通販サイトで買い物をするとき、以下の項目をどの程度重視しますか。**

**(お答えはそれぞれ1つ)**

※回答は「とても重視する」～「全く重視しない」の5段階評価。グラフはその上位評価（「とても重視する」「やや重視する」）を合算値で算出。



## 2.通販企業の実態

### ■ダントツの「アマゾンジャパン」と「楽天」。それぞれの顧客層で大きく

#### 二分

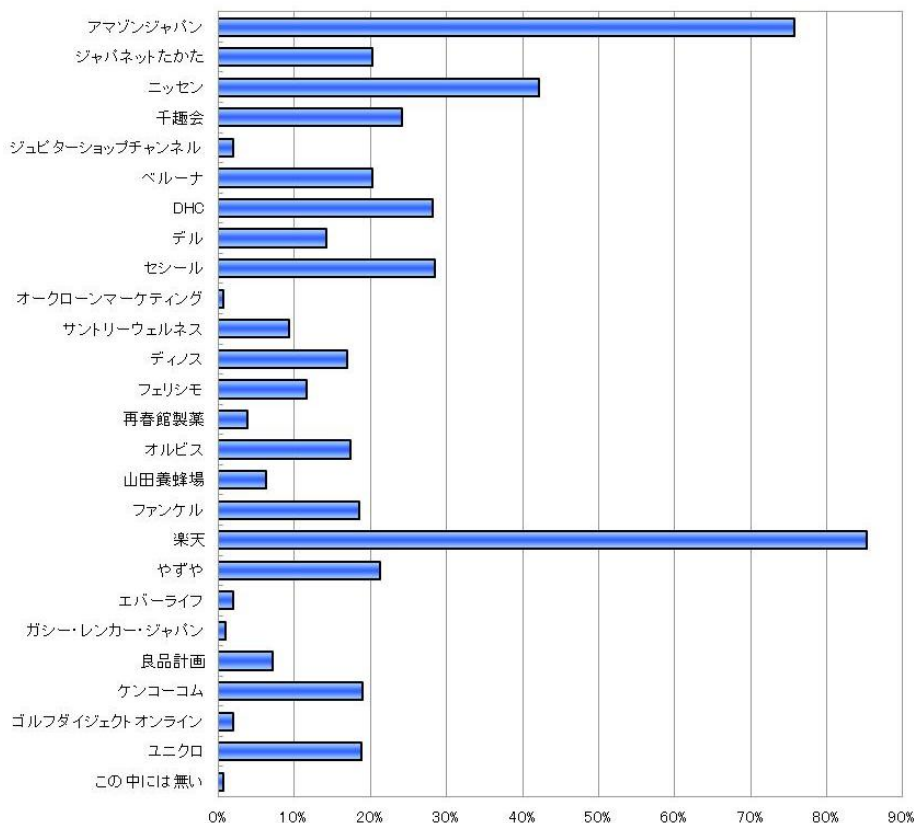
調査対象者に、今まで利用した通販企業を尋ねたところ、「楽天」「アマゾンジャパン」が圧倒的に高く、それぞれ70%を超える利用実績となっている。

尚、年代別にみた場合、「アマゾンジャパン」は20代を中心に年代が上がるにつれて実績者は減少。一方で「楽天」は、年代が上がるにつれて利用者が増えており、顧客のすみ分けのような様相を見せている。

また、社名を前面に立てていない企業の場合、消費者の企業認識にはばらつきがあり、「ジュピターショップチャンネル」「オークローンマーケティング」「ガシー・レンカー・ジャパン」などは極めて低い数値となっている。

【図3】通販企業 利用実態

Q 次のうち、利用したことがある通販企業をお答えください。(お答えはいくつでも)



【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・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例> 「インターネット調査のメディアインタラクティブが実施した調査結果によると・・・」

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社メディアインタラクティブ

広報事務局：小林

TEL 03-6826-5000 FAX 03-6419-8375

e-mail pr@i-research.jp http://www.i-research.jp

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-26-18 矢倉ビル 6F

株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ

TEL 03-6823-6781 FAX 03-5776-2648

〒105-0013 東京都港区浜松町 1-22-5 浜松町センタービル 3F

■本調査の詳細は以下より、ご確認いただけます。

<http://www.ad-flex.com/market/?p=165>