

2011年12月21日

プレスリリース

(社)日本通信販売協会

## 「ネット通販 利用頻度高まる傾向」 -クチコミサイトの影響力目立つ-

～「インターネット通販利用者実態調査 2011」の結果発表～

(社)日本通信販売協会(事務局・東京都中央区、宮島和美会長、正会員518社)は、急速に拡大するインターネット通販の利用者像を把握することを目的に、インターネット通販利用者実態調査を実施しております。このほど本年度の調査がまとまりましたので、ダイジェスト版をご報告します。本年度よりサンプル数を倍増し、性別・年代によって分析が出来るようになりました。報告書の本体には、インターネット通販の実態の把握やマーケティングに役立つユーザー情報が多数盛り込まれており、12月26日に刊行を予定しています。ご希望の方は日本通信販売協会までお問い合わせください。

### ■調査結果の概要

今回の調査結果から、インターネット通販の利用頻度が、年々上昇していることが明らかになりました。特に、「週3回以上」利用しているユーザーは7.3%と前年より0.9ポイント増加しました。08年3.6%、09年5.1%、10年6.4%と右肩上がりに増加しています。

また、前回同様、インターネット通販利用者が商品を知るきっかけ、購入の決め手となる情報源について聞いたところ、ともに「クチコミサイト」が最も高く、前年比12ポイント増となった前年よりもさらに大きく増加しました。一方、前年で商品認知として最も多かったメールマガジンは、クチコミサイトよりも10ポイント低くなりました。事業者より送られる情報よりも、CGM的な情報を重視する傾向が高くなってきているといえます。

さらに、インターネット通販での購入品についてみると、1位「本・雑誌・コミック」、2位「食品/飲料(酒類を除く)」、3位「レディース ファッション・靴」となっています。しかし、1位と2位、2位と3位の差はそれぞれ10ポイント近くあり、「本・雑誌・コミック」の購入率は突出しています。調査開始以来「本・雑誌・コミック」がインターネット通販の主力商品であり続けているようです。

なお、インターネット通販利用者のデジタルコンテンツ(ダウンロードコンテンツ)の購入率は、PCからが19.6%、携帯電話22.3%であり、購入コンテンツのほとんどが音楽コンテンツとなっています。PCでの購入率は前年とほぼ同じでしたが、携帯電話からの購入率は前年の18.4%から3.9ポイント増加しています。背景には、携帯電話に占めるスマートフォンの割合が増加し、音楽コンテンツ以外にもゲームや動画などの購入が増えたことが起因しているようです。

一方で、スマートフォンを保有するインターネット通販利用者の約15%が、スマートフォンを購入してからPCや携帯電話(スマートフォン含む)でのインターネット通販利用が増えたと回答しています。

このことから、スマートフォンの普及増加は、今後の通販利用にも影響がみられると考えられます。

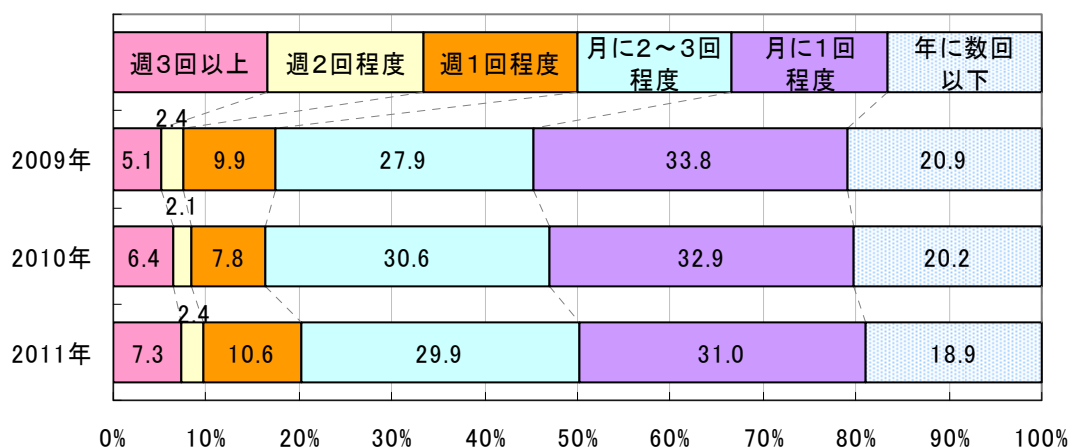
以上のように、インターネット通販は年々利用が増加してきており、消費者にとってもより身近な購入先として認知されています。毎年利用者の実態を把握することでマーケット潮流を把握し、皆様方のビジネスに役立てていただければ幸いです。

<ダイジェスト>

◆利用頻度、週3回以上利用する割合が増加

利用頻度の多さは年代による差が出ており、20代で週3回以上利用する割合は10%以上に。

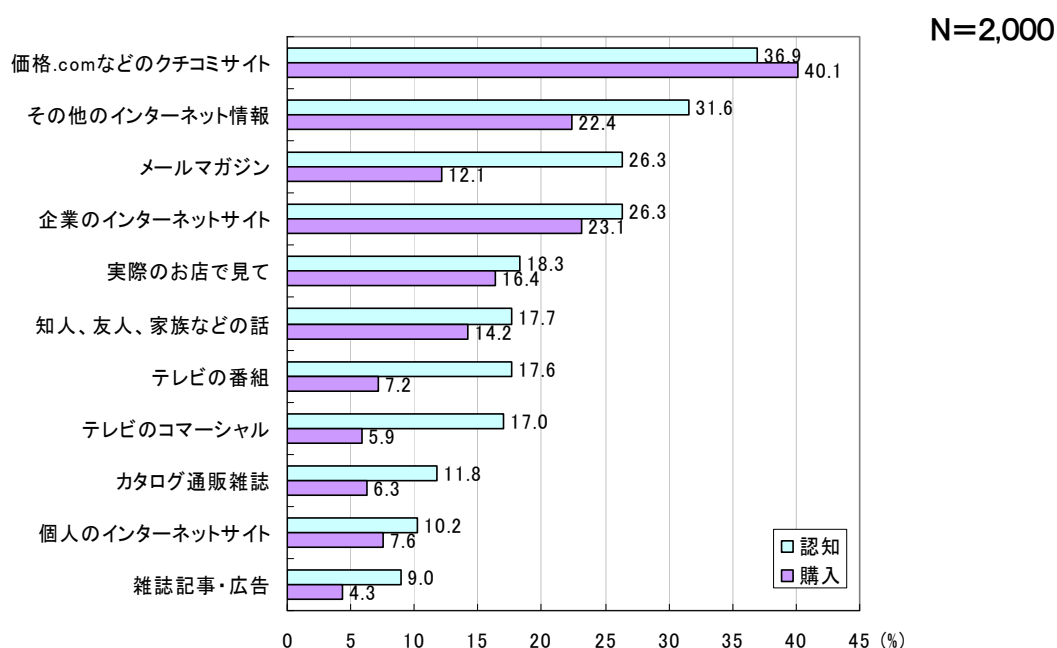
◎PC インターネット通販の購入頻度（2009～2010年 N=1,080、2011年 N=2,000）



◆認知はメルマガからクチコミへ

商品情報の認知経路は、メールマガジンからクチコミサイトへ移行。2010年のインターネット通販利用者の商品認知は、メールマガジンが30.8%と最も多くあげられていたが、2011年では26.3%に減少。一方、「価格.comなどのクチコミサイト」が36.9%と前年より17.7ポイント増加。購入の決め手となる情報源も、クチコミサイトが最も高く、前年よりも11.5ポイント上昇。

◎購入商品を認知した情報源と購入のきっかけとなった情報源(MA)

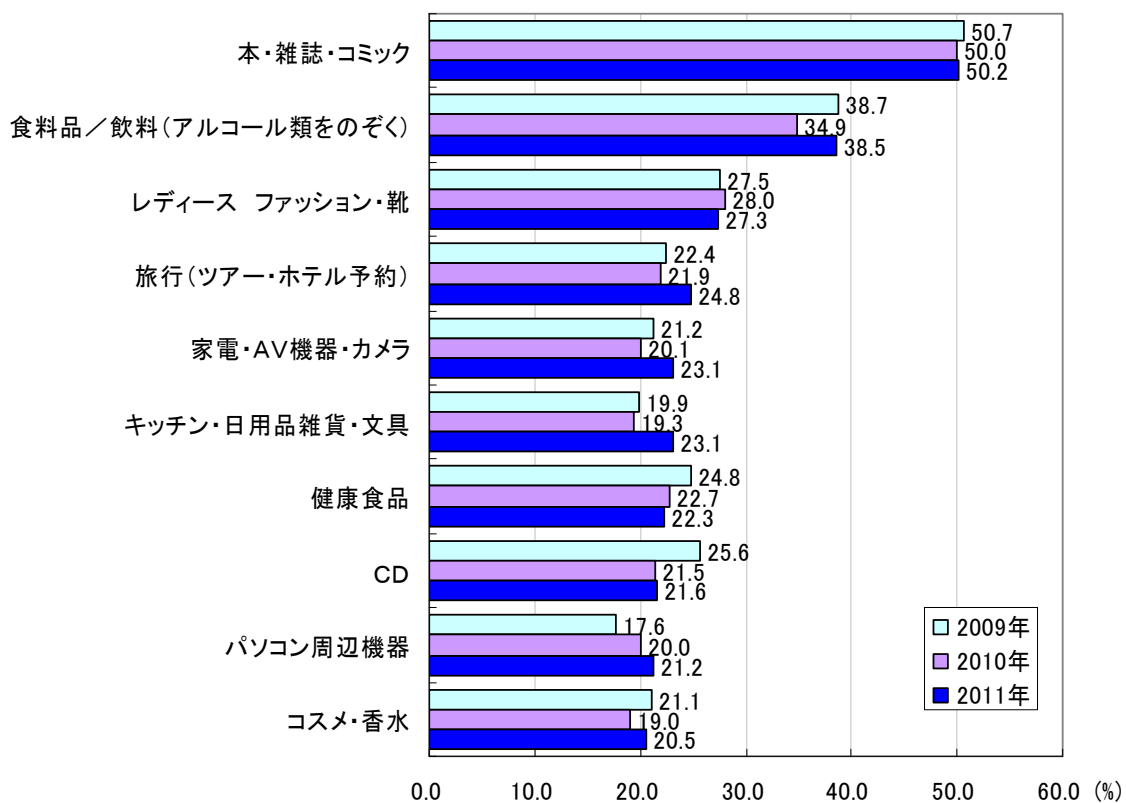


注 2011年に選択肢のワーディング変更を行なった。2011年で「価格.comなどのクチコミサイト」は、2010年では「クチコミサイト」であった。

◆インターネット通販の主役はまだまだ「本・雑誌・コミック」

「本・雑誌・コミック」は引き続きインターネット通販の主役を維持。

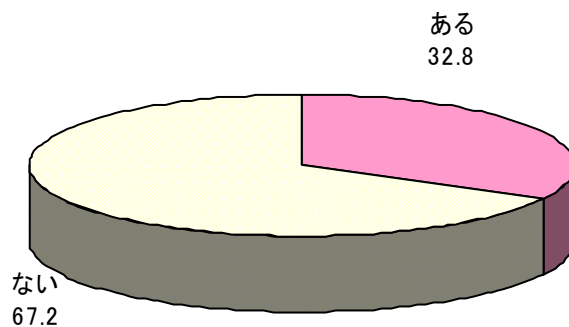
◎PC インターネット通販購入商品<トップ 10/2011 年に入ってから>



◆スマートフォンによって、モバイル通販利用率が上昇

インターネット通販利用者がモバイル通販(スマートフォン含む)を利用した割合は24・3%と前年の20・1%から増加。スマートフォン保有者の約15%が、スマートフォン購入後に携帯電話(スマートフォン含む)の通販利用が増えたと回答。また、スマートフォンによる通販の利用率は32・8%に。

◎スマートフォンによる通販利用率<N=491>



## ■調査概要

アンケート構成は、昨年までに実施したインタビュー調査およびアンケート調査の結果を踏まえ、利用に関する基本的な質問項目を継続的に設定しています。また、インターネット通販利用者が他の媒体、他の通販をどのように利用しているのかについても質問事項に加えました。

・調査手法: Webアンケート調査

・対象者: 20～59歳のインターネット通販利用者※

※通販利用者=今年(2011年1月以降)に入ってからネット通販(PC)でお買い物をした人

・対象エリア: 関東1都3県(埼玉、千葉、神奈川)

・サンプル数: 2,000

<内訳>

	計	20代	30代	40代	50代
計	2,000	500	500	500	500
男性	1,000	250	250	250	250
女性	1,000	250	250	250	250

・調査実施期間: 2011年10月29日

・調査機関: 株式会社ビデオリサーチ

・調査企画: 株式会社メディア開発綜研

※最終報告書には、この他にもインターネット通販に役立つユーザー情報が多数盛り込まれており、12月26日にレポートを刊行する予定です。ご希望の方は日本通信販売協会までお問い合わせください。日本通信販売協会では、引き続きこうした調査や分析を行い、通信販売業界の発展に寄与していきます。

本件に関するお問合せ先  
(社)日本通信販売協会事務局  
担当: 三浦(千)・柿尾  
TEL03-5651-1155 FAX03-5651-1199