

ネット・ショッピング全盛!

カタログ通販を始め、TVショッピング、インターネットショッピングなどの通販市場の拡大が続いている。果たして、イー・ウーマンに集うスマート・コンシューマーたちは、どのような“通販生活”を送っているのか、探ってみた。

■7割以上がネットショッピング

1ヶ月に1回以上の頻度で利用している通販の割合は、カタログ通販では19%、ネットショッピングでは34%であった。半年に1回以上の利用頻度で見ると、カタログ通販は65%、ネットショッピングは73%に達する。スマート・コンシューマーではネットショッピングが優勢である。一方、巷を騒がせているTVショッピングを見ると、半年に1回以上の利用割合で見ても4%と、彼女達にはかなり縁遠い様子である。自分の好きな時間にサクサク検索したり、ページをめくって、比較検討を重ねた結果、お目当てのものを探して注文するネットショッピングやカタログ通販に比べて、ある程度決まった時間見ていなければならず、また比較検討もままならないTVショッピングは、ある種のエンターテインメント性があるとはいえ、スマコンたちのショッピングツールとは認められていないようである。尚、ネットオークションは月1回以上の利用率は12%、半年に1回以上では27%と、1/4のイー・ウーマンリーダーズが利用していた。

■購入商品によって使い分け

カタログ通販で購入している商品ベスト5は「インナーウェア」「生活雑貨(キッチン・バス用品)」「アウターウェア」「収納用品」「コスメ・美容用品」など、まさに通販カタログの目次を見ているようである。これらの商品カテゴリーは、生活必需品ながらもページを繰りながら色々と比較検討する楽しさを女性に与える商品である。一方、ネットショッピングの購入商品ベスト5は「本・雑誌」「食品」「CD/DVD」「コスメ・美容用品」「旅行商品・航空券・電車の切符」であった。これらの商品カテゴリーは、色々ビジュアルを比較検討して選ぶというよりは、ショッピングサイト以外の情報源(マスメディア、口コミなど)から様々な情報が入手できる、タイトルやジャンルなどの言語情報でカテゴライズしやすい、膨大な数の商品数が世の中に存在する、といった共通点を持っている。つまり「検索」向きの商品なのである。ネットの検索機能を上手に使うと、街中の店舗でも手に入る商品を居ながらにして手中に収め、カタログ通販と商品によって使い分けをする、これが時間マネジメントに長けたスマコンのいまどきの通販生活である。

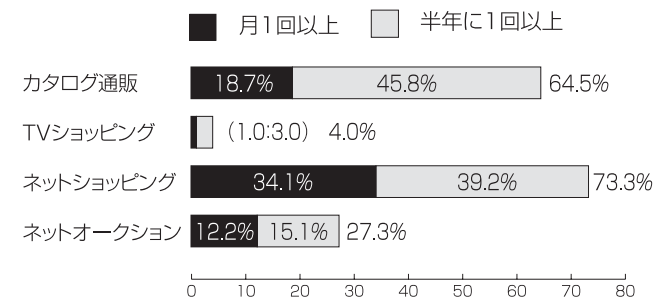
■旅も世につれ

昨年海外旅行(ビジネス・プライベート問わず)に行った人のうち、インターネットを利用してチケットやホテル、旅行パッケージの予約・購入をした割合は54%と半数を超え、国内旅行に至っては69%がネットを利用していた。旅行前の情報収集を含め、もはやインターネットと旅は切っても切れない関係となっている。また、旅行の予約・購入に利用したウェブサイトは、海外旅行の場合「ホテル・宿泊施設の個別のサイト」(利用率54%)、「航空会社のサイト」(同48%)、国内旅行の場合は「Yahoo!トラベルのようなネット専門の総合予約サイト」(同55%)、「ホテル・宿泊施設の個別のサイト」(同52%)となっており、「旅行代理店のサイト」(海外旅行30%、国内旅行21%)を完全に凌駕していた。ネットを通じての購入が進んでいくと、どこかに活路を見出さない限り旅行代理店の存在価値はかなり薄いものとなる危険性がある。

これは何も旅行業界に限った話ではない。情報の宝庫であるネットを縦横無尽に駆け巡り、自分なりの視点で情報を収集し、判断し、購買行動に結び付けていくスマート・コンシューマーにとって、ネットは意思決定のサポートのみならず、その後の実際の購買行動をも包括する大きな販売チャネルとなっているのである。

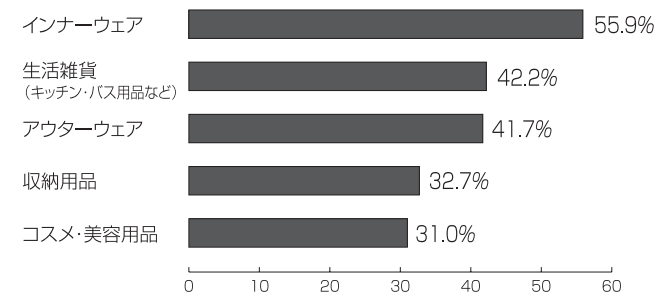
イー・ウーマン調査「通販、ネット・ショッピング調査」
http://www.ewoman.co.jp/

● 通販利用頻度 <グラフ1>

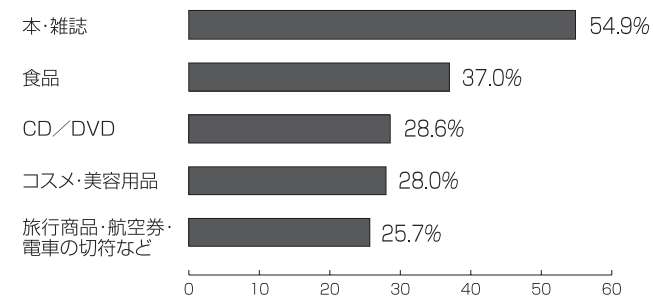


● 通販購入商品ベスト5 <グラフ2>

カタログ通販(半年に1回以上カタログ通販を利用している人 535名中)

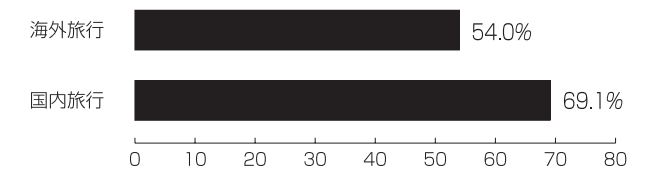


ネットショッピング(半年に1回以上ネットショッピングを利用している人 608名中)



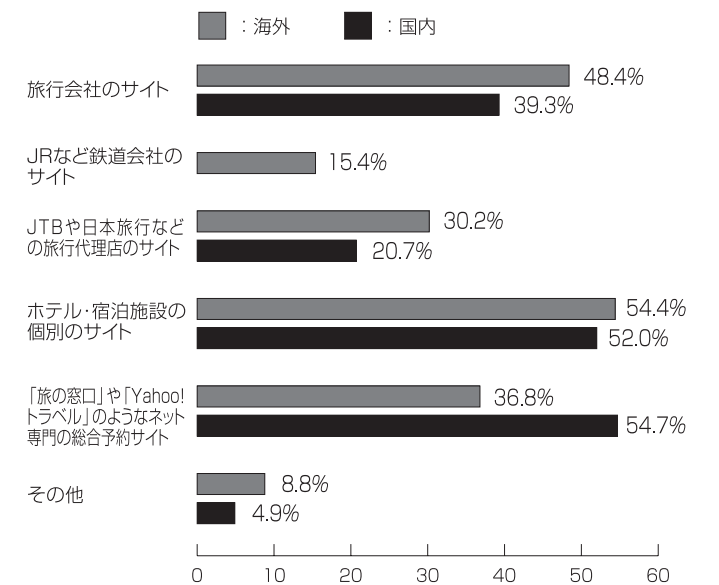
● 旅行者のうちのインターネット予約・購入者の割合 <グラフ3>

(過去1年間の海外旅行経験者337名、国内旅行経験者706名中)



● 旅行時に利用したウェブサイト <グラフ4>

(インターネットでチケット・ホテル・旅行パッケージを予約した海外旅行者182名、国内旅行者488名中)



<調査概要>

調査実施:2003年8月21日~26日
調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
対象:イー・ウーマンリーダーズ
有効回答者数:830名

LEADERS DATA

