

# イー・ウーマン調査

## 通信販売に関する調査

株式会社 イー・ウーマン  
http://www.ewoman.co.jp/

働く女性たちは、忙しい中、どのような買い物の仕方をしているのでしょうか。24時間注文可能で、家まで商品を届けてくれる「通信販売」は、忙しい彼女たちにとってとても便利なものだと思います。イー・ウーマンでは、今回、「通信販売に関する調査」と題し、スマートコンシューマ(賢い消費者)たちの「通信販売利用事情」について調べてみました。

### ■ 利用しているのは「インターネット(パソコン)」と「カタログ(雑誌)」…… グラフ1

利用したことのある通信販売の媒体について聞いたところ、「インターネット(パソコン)」と回答した人が最も多く97%、次いで「カタログ(雑誌)」が96%でした。特に「インターネット(パソコン)」は、「よく利用する」「たまに利用する」の合計が9割以上と、ほとんどの人が現在も利用している、という結果でした。利用している理由を聞いたところ、「便利だから」「価格が手頃」「品数が豊富・他社製品との比較ができる」という回答が全体的に多く、また、利用している媒体に対して「他には無い商品がある」「信頼できる」「アフターフォローなどの対応がしっかりしている」といった回答も見られました。一方、通信販売を利用したことが無い人はごくわずかですが、その理由の多くは、「商品を実際に見ることができない」ということでした。

### ■ 発売元に信頼性があれば、手にとってみなくても商品を購入 …… グラフ2 グラフ3

では、どんな商品を購入しているのでしょうか。利用が多かった「インターネット(パソコン)」と「カタログ(雑誌)」について、よく購入している商品を見てみました。インターネット(パソコン)では、最も多かったのが「本・雑誌」で75.7%、次いで「旅行商品・航空券・電車の切符など」56.7%、「CD/DVD」52.3%でした。これらは商品を実際に手にとって見なくてもよいものであると言えます。一方、カタログ(雑誌)については、最も多かったのが「インナーウェア」で43.4%、次いで「収納用品」34.2%、「アウトウェア」31.8%となりました。これらは、実際に手にとって見たいと思われる商品ですが、カタログ通販の利用理由を見ると、前項にも明記しましたが、「信頼性」を自分なりに見つけて利用している方が多く、それが手にとって見なくても購入される理由と考えられます。通信販売における商品の品質判断基準を聞いたところ、「商品説明」とともに高かったのが「発売元」でした。この結果からも推測されます。

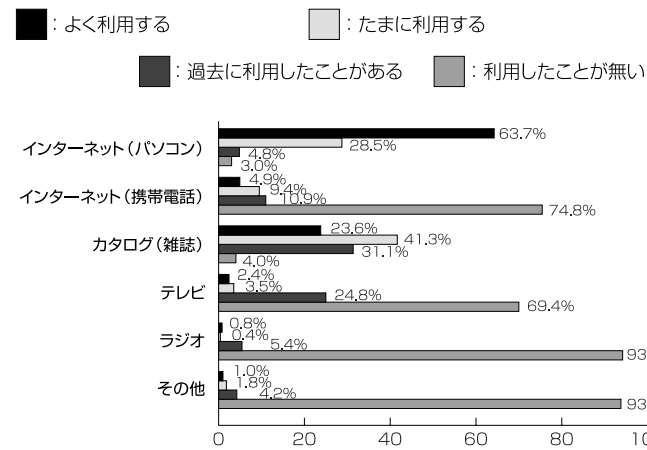
### ■ 高額商品はカード決済、少額商品はコンビニ振込みも利用 …… グラフ4

インターネット・ショッピングをするときの代金決済方法について、比較的高額(1万円以上)の場合と、少額(1万円未満)の場合に分けて聞いたところ、高額の場合はクレジットカードが圧倒的に多く73.2%でしたが、少額の場合はコンビニ振込みも22.8%の回答がありました。銀行振込みについては、高額・少額ともに利用が低い結果となりました。これは振込み手数料がかかることが理由の一つかと考えられます。

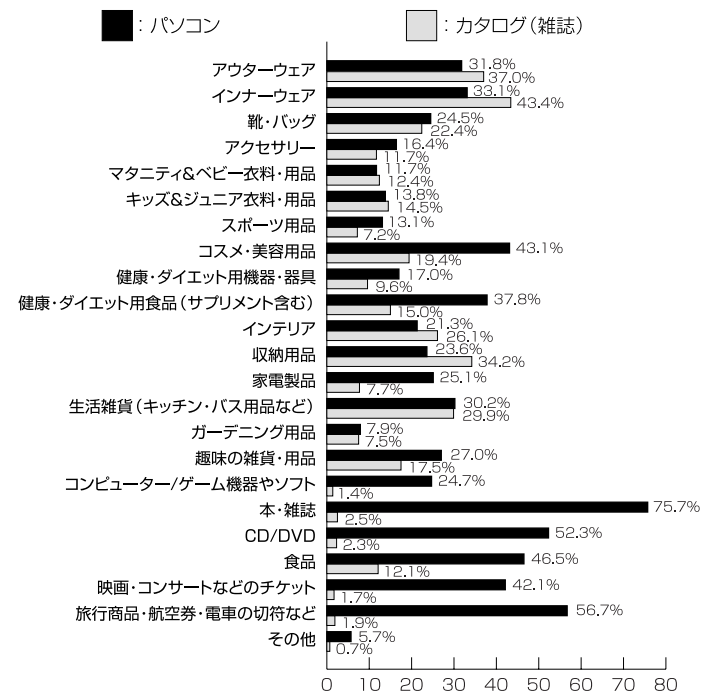
### ■ 1回あたりの購入価格に上限は無い75.7%…… グラフ5 グラフ6

「通信販売で商品を購入する場合、1回あたりの購入価格に上限がありますか?」と聞いたところ、「ある」と回答した人は24.3%であり、特に価格に上限を設定していない人のほうが多い結果となりました。また、この1年間にインターネットショッピングで買い物した金額を聞いたところ、「5万円~10万円」と「20万円以上」が多く、それぞれ約22%となりました。月平均で考えると、一月に1万円弱利用していると思っている人、一月に2万円弱利用していると思っている人がそれぞれ多かったと考えられます。

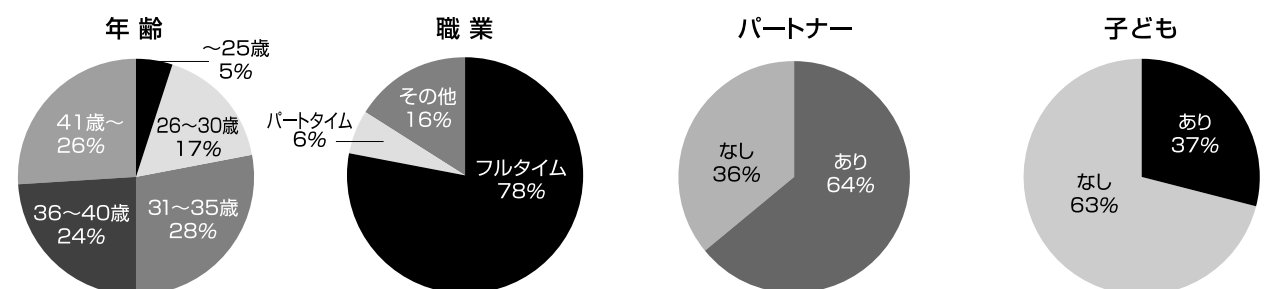
グラフ1 媒体別利用状況



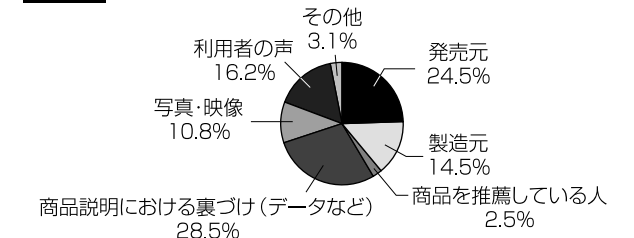
グラフ2 購入商品



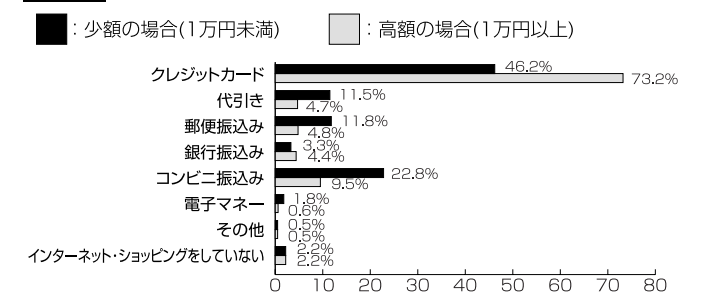
## LEADERS DATA



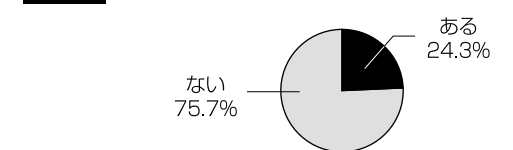
グラフ3 商品品質の判断項目



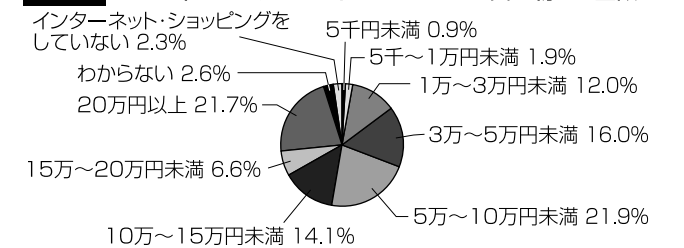
グラフ4 インターネットショッピングの際の代金決済方法



グラフ5 1回あたりの購入価格の上限



グラフ6 この1年でインターネットショッピングで買い物した金額



<調査概要>  
調査実施:2006年9月21日(木)~9月26日(火)  
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  
有効回答数:1012名