

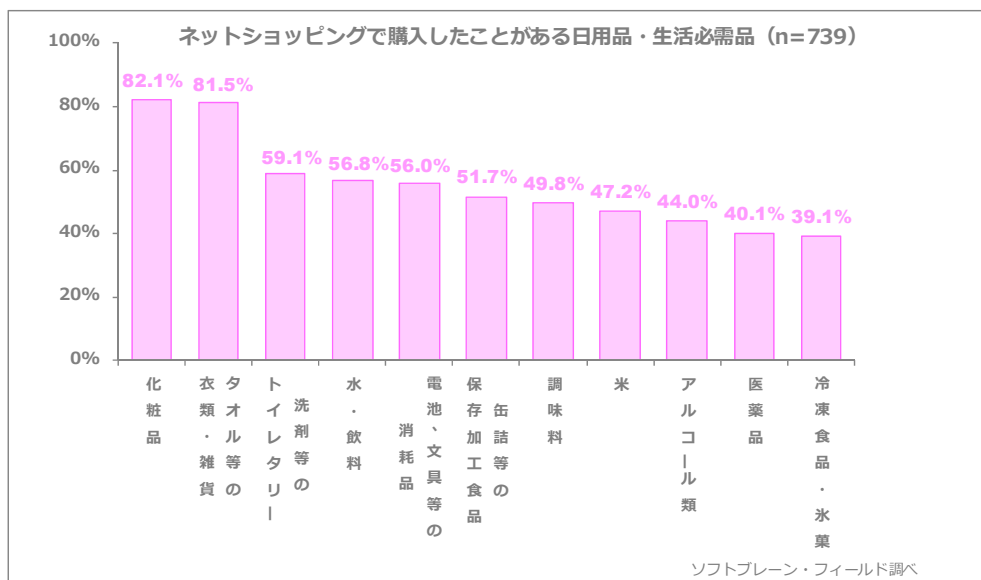
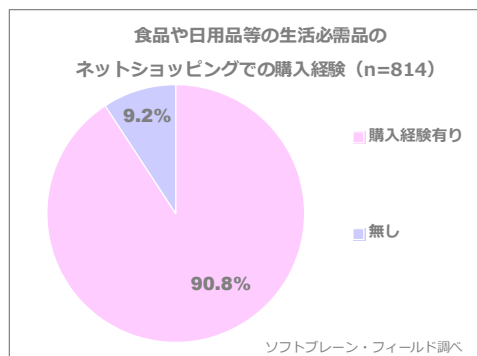
既婚女性の9割がネットショッピングを利用！
約半数が21時～24時の間に注文！

～2016 主婦のネットショッピング事情（日用品・生活必需品編）～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、「日用品・生活必需品のネットショッピング」についてのアンケートを2016年2月9日～2月15日に実施しましたので、その結果を報告します。アンケートの対象は、30代～40代の主婦を中心とする当社サービス登録の既婚女性会員で、有効回答者数は814名（平均年齢46歳）でした。

【調査結果】

(1) 食品や日用品等の生活必需品のネットショッピングについて



(上) 図表 1:食品や日用品等の生活必需品のネットショッピングでの購入経験 (n=814)、(下) 図表 2: ネットショッピングで購入したことがある日用品・生活必需品 (n=739)

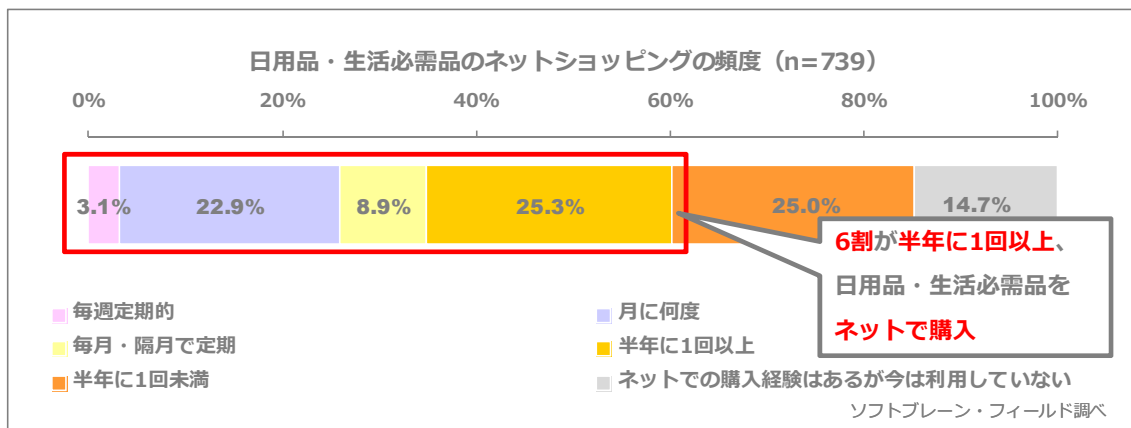
アンケートではまず、米や加工食品、水・飲料、洗剤・シャンプー等のトイレタリーと

いった日用品・生活必需品（以下、日用品・生活必需品）についてネットショッピングの経験があるかを聞きました。

その結果、「購入経験有り」が90.8%と9割以上を占めました。

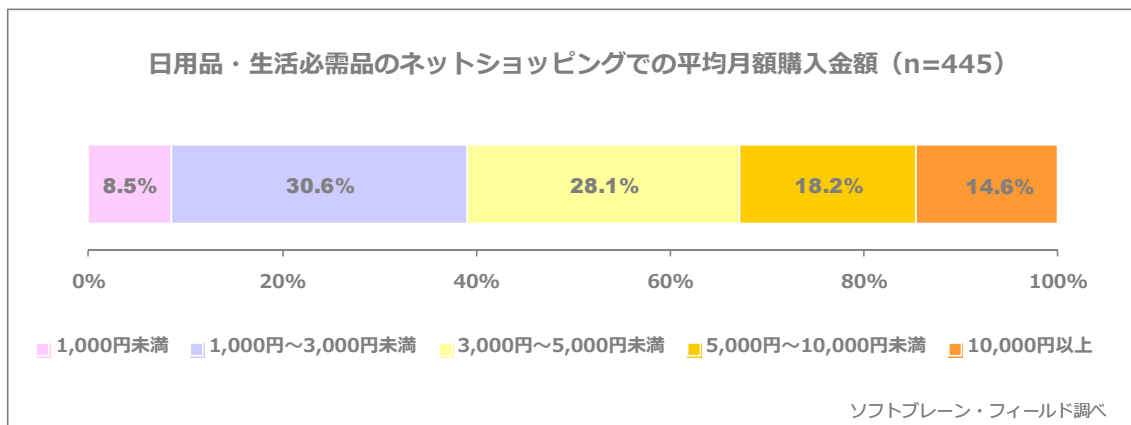
さらに、購入経験がある739名を対象に、何を購入したかを質問したところ、「化粧品」が82.1%、タオルやハンカチ、下着類等の「衣類・雑貨」が81.5%、洗剤、シャンプー等の「トイレタリー」が59.1%、「水・飲料」が56.8%、電池、文具等の「消耗品」が56.0%と続きました。

(2) ネットショッピングの頻度について



図表3: 日用品・生活必需品のネットショッピングの頻度 (n=739)

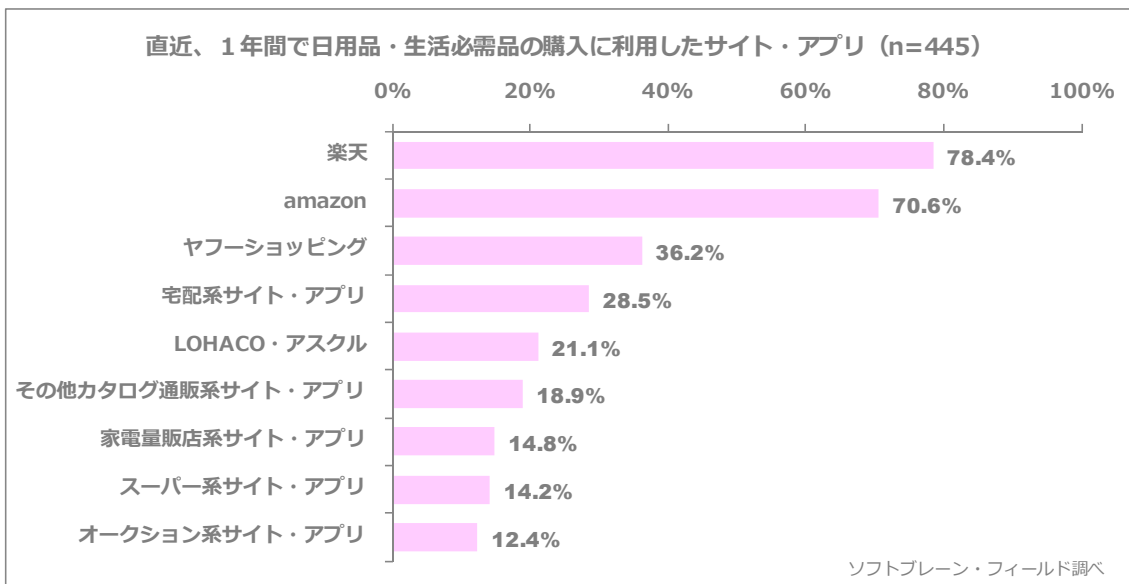
日用品・生活必需品をネットショッピングで購入する頻度については、「毎週定期的」が3.1%、「月に何度か」が22.9%、「毎月・隔月で定期」が8.9%、「6ヶ月に1回以上」が25.3%と、半年に1回以上の頻度で何らかの日用品・生活必需品を購入する方が6割を超えました。



図表4: 日用品・生活必需品のネットショッピングでの平均月額購入金額 (n=445)

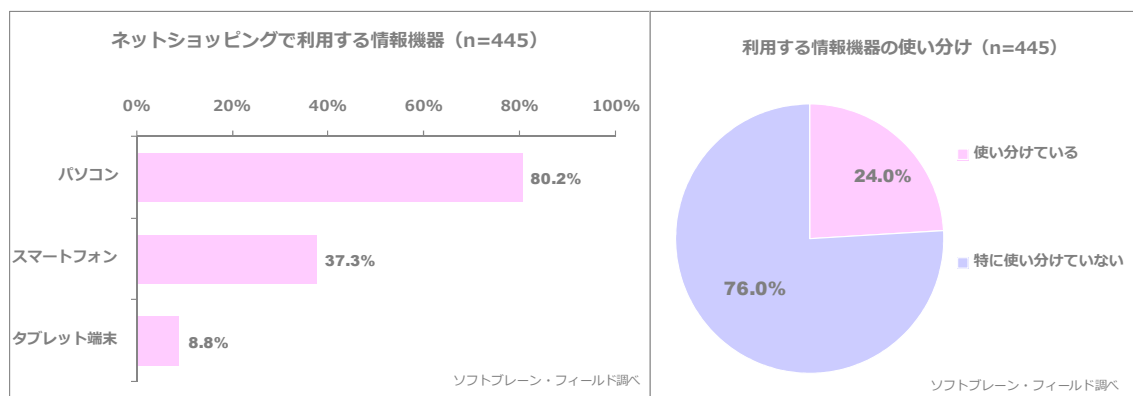
半年に1回以上の頻度で何らかの日用品・生活必需品を購入している445名を対象に、月額の購入金額を聞いたところ、「1,000円未満」が8.5%、「1,000円～3,000円未満」が30.6%、「3,000円～5,000円未満」が28.1%、「5,000円～10,000円未満」が18.2%、「10,000円以上」が14.6%となりました。

(3) 日用品・生活必需品の購入に利用するサイト・アプリについて



図表 5: 直近、1年間で日用品・生活必需品の購入に利用したサイト・アプリ【複数回答】(n=445)

直近、1年間で日用品・生活必需品の購入に利用したサイト・アプリについて聞いたところ、「楽天」が78.4%で1位、「amazon」が70.6%で2位でした。3位は離れてヤフーショッピングで36.2%でした。

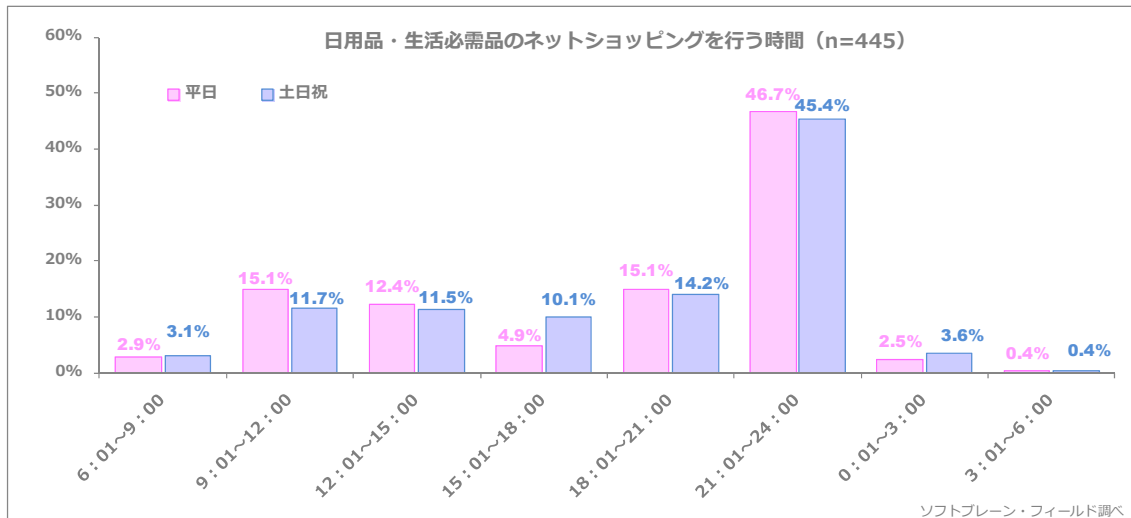


図表 6: ネットショッピングで利用する情報機器【複数回答】(n=445)

日用品・生活必需品のネットショッピングで利用する情報機器については「パソコン」が80.2%、「スマートフォン」が37.3%、「タブレット端末」が8.8%でした。

また、パソコンとスマートフォン、スマートフォンとタブレット端末というようにシーンによって使い分けしている方は24.0%で約4人に1人。具体的には、「たくさん検索して、比較する時はパソコン。急いで買い物したり、アプリでのポイント増がある時はスマートフォン」(30代)、「パソコンはゆっくり選びたい時で、スマホは買うものが決まっている時や、外出先で時間が取れて注文できる時」(30代)というようにシーンや用途に応じて使い分けしている様子が見られました。

(4) ネットショッピングの時間について



図表 7:日用品・生活必需品のネットショッピングを行う時間 (n=445)

日用品・生活必需品のネットショッピングを最も利用する時間については、平日・土日祝とも 21:01~24:00 が最も多く、それぞれ 46.7%、45.4%でした。

日用品・生活必需品のネットショッピングについての具体的なコメントを見ると「近くの店舗にない商品だったり、商品があってもネットの方が価格が安い場合はネットを利用する。また子供が小さいので家まで届けてもらえた方が便利なのが多い。」(30代)、「お水などの重いものは、玄関まで運んでもらえるのでネットで買う事が多いです。」(40代)、「米を購入することが多いのですが、自宅まで運んでくれる便利さはありがたいです。」(50代) というように、買い物に割く時間を減らせることや、水、米等の重い物を家まで運ばなくてよい便利さに関するコメントが多数見られました。

【調査実施概要】

対象：当社登録の会員

調査方法：当社リサーチサイト「リサれば！」を活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査期間：2016年2月9日~2月15日 (7日間)

有効回答者数：814名

回答者(既婚女性)の属性：30代以下21%、40代48%、50代27%、60代以上5%

【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約53,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など115,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 (URL : <http://www.sbfield.co.jp/column/>)

本社所在地 : 東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立 : 2004年7月

資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博

URL : <http://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL : <https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL : <https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

広報室 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）/矢治（やじ）

TEL : 03-6328-3630 FAX : 03-6328-3631

MAIL : solution@sbfield.com