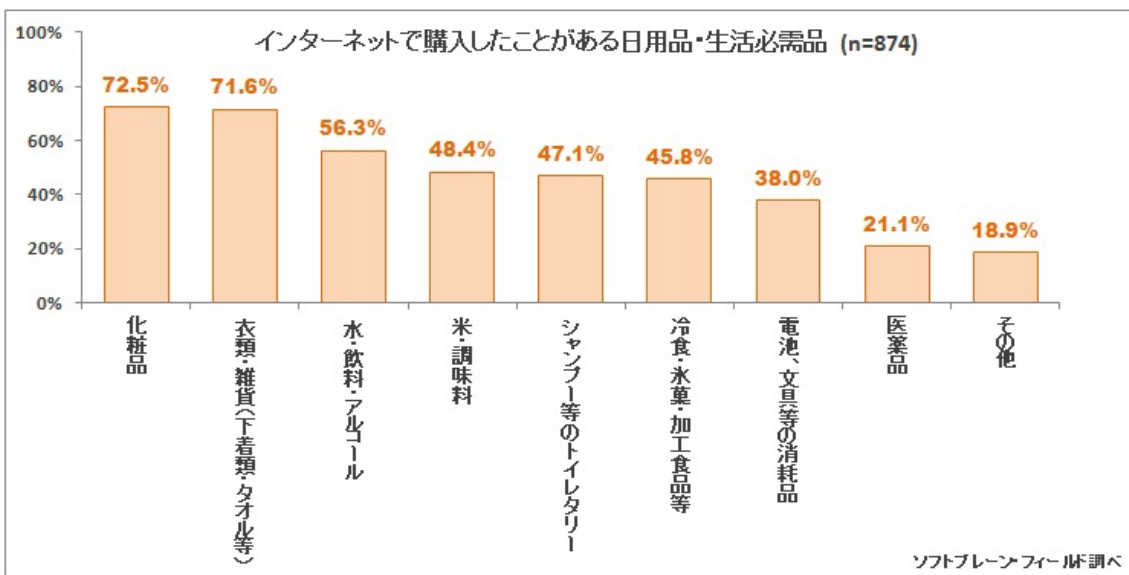
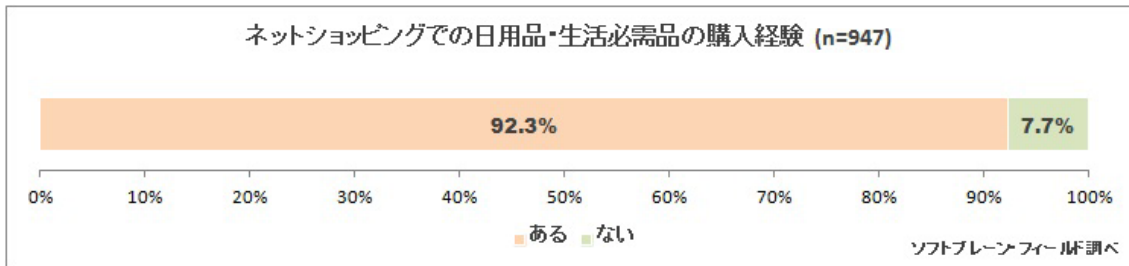


～主婦のネットショッピング事情（日用品・生活必需品編）～
9割以上の既婚女性がネットショッピングの経験有り！
10人に1人は月1万円以上ネットで注文

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イン・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、「ネットショッピング」についてのアンケートを2015年2月19日～2月25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、有効回答者数は947名（平均年齢44歳）でした。

【調査結果】

(1) ネットショッピングでの日用品・生活必需品の購入経験について



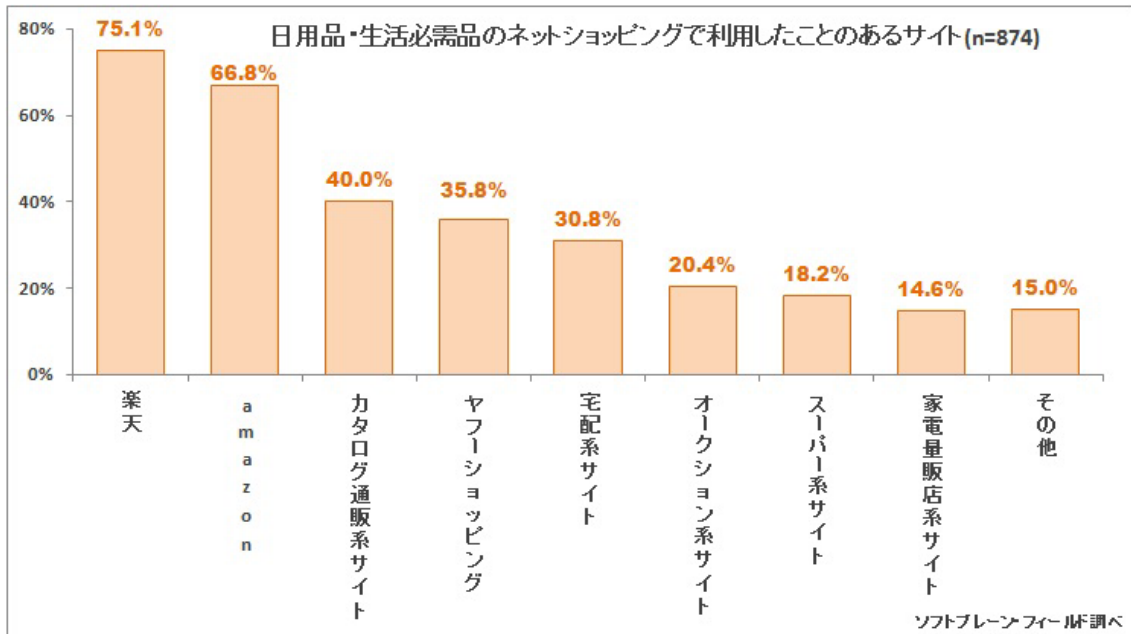
(上) 図表 1: ネットショッピングでの日用品・生活必需品の購入経験について (n=947)、(下) 図表 2: ネットショッピングで購入したことがある日用品・生活必需品【複数回答】(n=874)

アンケートではまず、ネットショッピングで日用品・生活必需品の購入経験について聞いたところ、購入経験があるとの回答が92.3%を占めました。

さらに、購入経験があると回答した874名を対象に何を購入したのかを確認したところ、

「化粧品」が 72.5%、「衣類・雑貨（下着類・タオル等）」が 71.6%、「水・飲料・アルコール」が 56.3%、「米・調味料」48.4%、「シャンプー等のトイレタリー」が 47.1%でした。

(2) ネットショッピングで利用するサイト

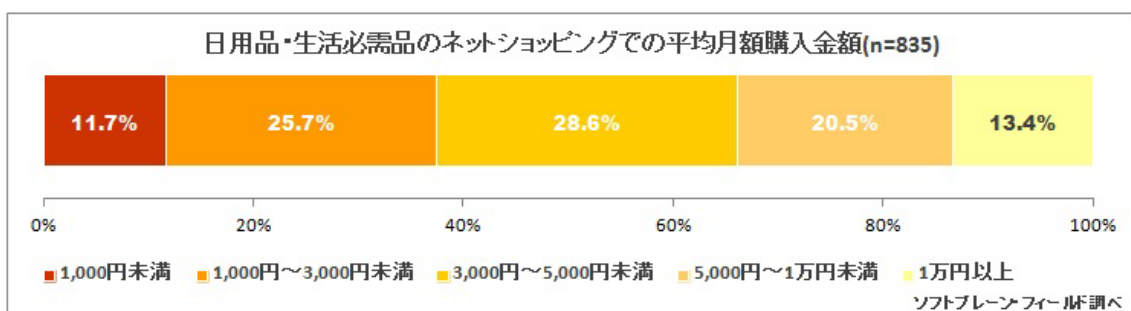
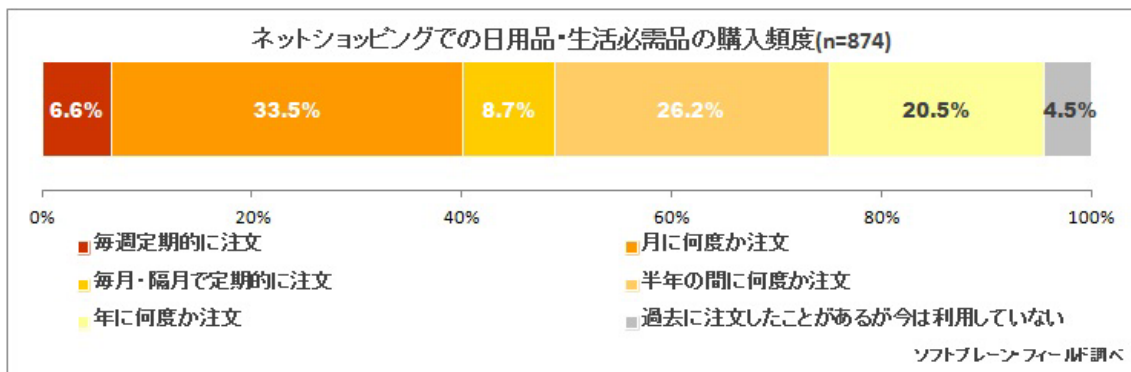


図表 3: 日用品・生活必需品のネットショッピングで利用したことがあるサイトについて【複数回答】(n=874)

日用品・生活必需品の購入で利用したことがあるサイトについては、「楽天」が 75.1%でトップ、ついで「amazon」が 66.8%、nissen やベルメゾンなどの「カタログ通販系サイト」が 40.0%、「ヤフーショッピング」が 35.8%、LOHACO やパルシステムなどの「宅配系サイト」が 30.8%と続きました。

ネットで日用品・生活必需品を購入した理由を具体的にみると「子供が小さくて買い物に中々行けなかったり、ポイントが貯まっていたので購入したりしました。」(30代)、「アルコールはワインを購入したが、店頭で買うより種類が多く、商品説明もじっくりよむことができるので良いと思った。化粧品は、いつも使っている商品を、家にいながら空いた時間で買い物をしてしまおうと思って始めた。」(40代)、「お水やお米は重いから玄関先まで運んでもらえるネット通販は便利だから。」(30代)といったように、買い物に行く手間や時間の短縮、購入した商品が家に届く便利さに関するコメントが多数見受けられました。

(3) ネットショッピングの利用頻度と購入金額について

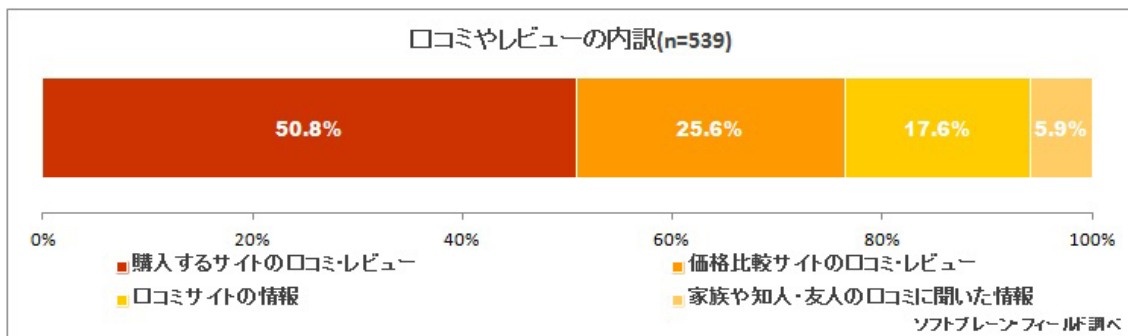
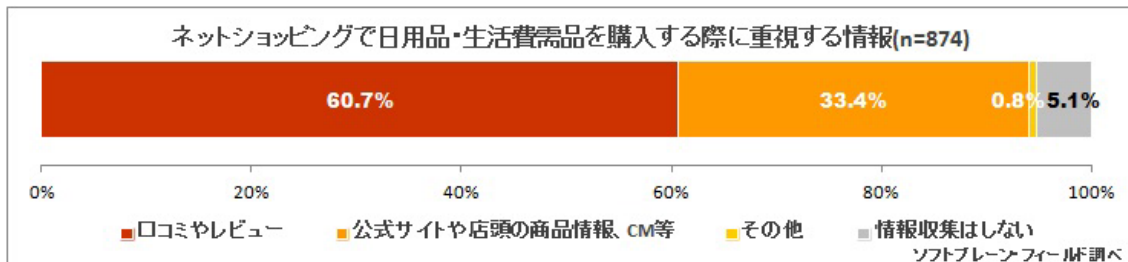


(上) 図表 4: ネットショッピングでの日用品・生活必需品の購入頻度について (n=874)、(下) 図表 5: 日用品・生活必需品のネットショッピングでの平均月額購入金額について (n=835)

ネットショッピングで日用品・生活必需品を購入する頻度については、「毎週定期的に」が 6.6%、「月に何度か」が 33.5%、「毎月・隔月で定期的に」が 8.7%、「半年の間に何度か」が 26.2%、「年に何度か」が 20.5%、「過去に注文したことがあるが今は利用していない」が 4.5%で、日用品・生活必需品の購入にネットショッピングを利用する既婚女性の 3 人に 1 人が月に何度か注文していることがわかりました。

また、「過去に注文したことがあるが今は利用していない」方を除いた 835 名に、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について聞いたところ、「1,000 円未満」が 11.7%、「1,000 円～3,000 円未満」が 25.7%、「3,000～5,000 円未満」が 28.6%、「5,000～1 万円未満」が 20.5%、「1 万円以上」が 13.4%となりました。

(4) ネットショッピングの際に重視する情報について



(上) 図表 6: ネットショッピングで日用品・生活必需品を購入する際に重視する情報について (n=874)、(下) 図表 7: 口コミやレビューの内訳 (n=539)

ネットショッピングで日用品・生活必需品を購入する際に重視する情報については「人の評価や人から得た情報」との回答が 63.4% だったのに対し、「自分で得た情報」は 30.7% にとどまりました。

さらに、「人の評価や人から得た情報」を細かく見ていくと、「購入するサイトに載っている口コミ」を重視するとの回答が 49.5%、「価格比較サイトの情報」が 24.9%、「口コミサイトの情報」が 17.1%、「家族や知人・友人に聞いた情報」が 5.8%、「DM やクーポン、CM 等の情報」が 2.7% となり、人の評価の中でもネットショッピングサイトに載っている口コミが重視されていることがわかりました。

【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：2015年2月19日～2月25日（7日間）

有効回答者数：947名

回答者（女性）の属性：20代 1%、30代 22%、40代 50%、50代 23%、60代以上 4%

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（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50,000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110,000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）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：solution@sbfield.com