

◆NEW

ネット通販に関する調査で、「やはり」という結果が出た。アドフレックス・コミュニケーションとメディアインタラクティブが、20歳以上の男女の通販での購入経験者を対象に行った調査が、それだ。

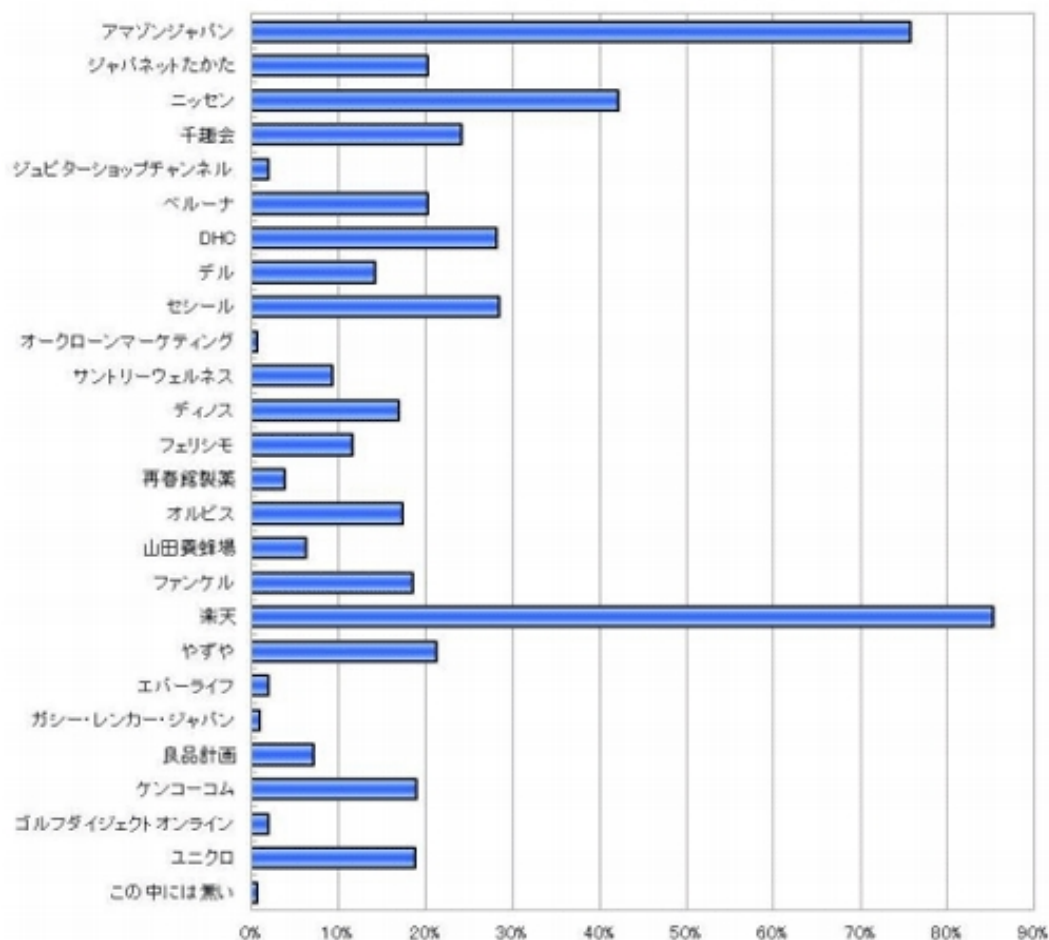
この調査結果の記事は、「マーケジン」(MarkeZine)に出ている。<http://markezine.jp/article/detail/15359>

以下は、その記事からの抜粋引用。

《ネット通販でよく買うもの1位は「本」で、「食品・食材」「ファッション系」が続いている。ネット通販で購入する理由としては、「買い物に行く手間が省けるから」が72.2%と最も高く、次いで「安く買えるから」「いつでも好きな時(時間)に買えるから」が続いている。

一方、「重い物なども届けてくれる」「人とのやり取りをしないで買いたいもの」などの数値は限られており、同レポートでは、ネット通販が以前ほど必然性を求められず、通常の買い物の延長線上にあることが伺えると指摘する。》

利用したことがある通販企業(複数回答)



《調査対象者に、はじめての通販サイトでの買い物で重要視するポイントをたずねたところ、1位は「値段の安さ」で、「サイトの信頼感」「決済方法の豊富さ」が続いている。こうした実用的な評価がされている一方で、「サイトのデザイン」「サイトの名前」などは50%にも満たない結果となった。》

ここでのポイントは、ネット通販で買い物するユーザー「サイトのデザイン」「サイトの名前」などほぼどうでもよく、とにかく「安いもの」を探しているということだろう。

《また、今まで利用した通販企業をたずねたところ、「楽天」「アマゾンジャパン」が圧倒的に高く、それぞれ70%を超える利用実績となっている。「アマゾンジャパン」は20代が中心となっており、年代が上がるにつれて実績者は減少している。「楽天」は、年代が上がるにつれて利用者が増加しており、顧客のすみ分けのような様相を見せている》

ということだから、紙の書籍、DVDなどは「アマゾン」、それ以外の日常品は「楽天」とい

うこと。つまり、この2社が日本のネット通販を独占しているとみていい。