

# 通販利用者構造調査 2014

無店舗販売  
マーケットの  
実像!!

ネット調査ではないからこそ解る  
通販チャネルの使い分けの構造

70代追加

～ ネット通販 / カタログ・新聞・テレビ / 生協・ネットスーパー～

- ◎全国の20～79歳男女3,600人を対象にした、通信販売の基本調査です。
- ◎誰が、何故、何をきっかけに、どの商品を、どの形態の通販チャネルで買った？
- ◎カタログで商品が欲しくなり、店頭やクチコミで情報収集、ネットで注文といった、消費者行動のプロセスが流れで理解できる調査です。
- ◎『通販利用者構造調査2010』との時系列比較で、成長チャネルが明らかに！

## 〔R1:総合調査〕 通信販売利用者構造調査

◇全国の20～79歳男女3,600人(ネット未利用者含む)を対象に、FAX調査を実施!!

- |                |   |                                       |
|----------------|---|---------------------------------------|
| カタログ通販         | × | ・利用の有無・頻度・利用歴                         |
| 新聞・雑誌通販        |   | ・購入商品(健康食品・化粧品・飲料・食品・衣料品・家電製品...)     |
| テレビ通販          | × | ・購入パターン(タイミング・情報収集・発注メディア...)         |
| ネット通販(PC・モバイル) |   | ・その通販の商品の購入理由(品質・品揃え・通販限定・ポイント...)    |
| 生協・ネットスーパー     |   | ・その通販を利用する機会(楽しみ・時間短縮・比較・重いもの・普段用...) |

通販ブランド(千趣会・楽天・アマゾン・価格コム・ジャパネットたかた・DHC・サントリー...)の利用経験  
利用する通販メディアと、注文メディア・情報収集メディアの使い分け/ショッピングの実態

## 〔R2:健康食品〕

### 健康食品の通販利用者実態調査

サプリメント・健康食品・機能性ドリンク・トクホ等  
通販利用者対象

### 購入商品の 通販での 購買行動を探る

◇R1回答者より、  
各商品の通販利用者を抽出

- ◆商品カテゴリー別
- ・通販と店舗の使い分け
- ・ジャンル別購入通販・宅配チャネル
- ◆最多購入商品について
- ・ブランド
- ・通販購入頻度
- ・購入歴
- ・購入通販メディア
- ・購入パターン
- ・購入理由
- ・継続利用理由

## 〔R3:化粧品〕

### 化粧品の通販利用者実態調査

洗顔料・スキンケア・ヘアケア・ボディケア・メイク等  
化粧品の通販利用者対象

## 〔R4:飲料〕

### 飲料の通販利用者実態調査

水・コーヒー・野菜ジュース・ワイン等  
飲料・お酒の通販・宅配サービス利用者対象

## 〔R5:食品〕

### 食品の通販利用者実態調査

スイーツ・調味料・生鮮・冷凍・レトルト等  
食品の通販・宅配サービス利用者対象

# (R1:総合調査) 通信販売利用者構造調査 調査内容

## I. 通信販売・宅配サービスの全体像

◆通販・宅配チャネル小分類<sup>\*1</sup> × ①普段よく見ている媒体や広告 ②1年間での購入経験

- A 【カタログ通販】 カタログ通信販売/DM通信販売
- B 【新聞・雑誌通販】 新聞広告の通信販売/雑誌広告の通信販売/フリーペーパーの通信販売/チラシの通信販売
- C 【テレビ通販】 テレビのCM/テレビの通販番組/通販専門テレビ局/ラジオでのショッピング・通販番組・CM
- D 【ネット通販】 インターネットショッピング/モバイル通販(携帯電話・スマホ)/ネットオークション
- E 【生協・ネットスーパー】 生協の協同購入・個人宅配/食材の宅配サービス/ネットスーパー

## II. 各通信販売・宅配サービスの利用実態

A 【カタログ通販】	①利用の有無・頻度・利用歴
B 【新聞・雑誌通販】	②購入商品 <sup>*2</sup> ③5回以上の継続購入商品 <sup>*2</sup>
C 【テレビ通販】	④購入パターン <sup>*3</sup>
D 【ネット通販】	⑤商品購入理由 <sup>*4</sup>
E 【生協・ネットスーパー】	⑥利用したい機会 <sup>*5</sup>

- ②購入商品<sup>\*2</sup> ③5回以上の継続購入商品<sup>\*2</sup>: 【健康食品等】 サプリメント/健康茶/青汁/機能性ドリンク/ダイエット用・病人用食品 【化粧品】 洗顔/基礎化粧品/メイクアップ/男性用化粧品/ヘアケア用品/ボディケア用品 【飲料】 水・ミネラルウォーター/野菜ジュース・果物ジュース/お茶・コーヒー/ノンアルコール/アルコール 【食品】 おとり寄せグルメ/高級生鮮食材/生鮮食品/普段用の食品 【その他】 衣料品/アクセサリー・靴・かばん・時計/美容・健康機器/家具・収納用品/食器・台所用品・生活雑貨・日用品・洗剤等/家電製品・AV機器/パソコン・周辺機器/趣味・娯楽用品/スポーツ・レジャー・カー用品/医薬品<sup>\*</sup>/育児・介護用品/ペット用品/コレクション・美術品・骨董品等
- ④購入パターン<sup>\*3</sup>: 【買うタイミング】 カタログ等が届いた時/新聞・雑誌を見た時/テレビ等を見た時/メールが届いた時/商品を買いたいと思ったタイミング/買うつもりはなく見ていたら商品が欲しくなった/キャンペーン/定期的に買う・なくなったら買う 【情報収集】 電話で問い合わせ/メールや問い合わせフォームで問い合わせ/価格比較サイトで調べる/ネットの口コミ情報で調べる/店頭で実際の商品や価格を確認 【注文方法】 電話/FAXで/ハガキ等郵送/パソコンからネット/携帯電話・スマホからネット 【その他】 送料無料になるよう金額合わせ/贈答用に利用
- ⑤商品購入理由<sup>\*4</sup>: 商品の品質がいい/品揃えが豊富/お店では買えない通信販売限定の商品/この通販会社でしか買えない商品/いつも決まった商品/商品を探しやすい/ポイントがたまる・特典を受けられる/送料や代引き等の手数料が無料/割引・ディスカウントして安い/増量や他の商品との組み合わせでお得/初回は低価格のお試しセットがある/時間限定・期間限定・個数限定でお得/わけあり品でお得/他のお店や通販会社と比較して安い/使い方がわかりやすい・イメージしやすい/有名人の勧め/使った人の感想に納得/この通販会社が好き・信頼できる
- ⑥利用したい機会<sup>\*5</sup>: 楽しみたい/時間がない/手早く選びたい/時間をかけて選びたい/一度に見比べて選びたい/夜中に買い物/重いもの・かさばるもの/雨等で出かけたくない/店員がわずらわしい/組み立て・設置が必要/贈答用/試し買い/支払方法の都合/普段の買い物/ひまつぶし<sup>\*</sup>

## III. 通信販売や購買行動全般について

◆1回以上購入したことがある通信販売・宅配サービスのブランド

【総合】 カタログハウス/ジェイオーディ/スクロール/セシール/千趣会/ディノス/ニッセン/フェリシモ/ベルーナ/いきいき<sup>\*</sup> 【ネット専業】 アマゾン/価格コム/ケンコーコム<sup>\*</sup>/爽快ドラッグ<sup>\*</sup>/楽天/ヤフー 【テレビショッピング】 ショップジャパン/QVCジャパン/ジャパネットたかた/ジュピターショップチャンネル/テレビショッピング研究所/トーカ堂/日本直販/日本文化センター/メディア・プラス 【テレビ】 NTV系列/TBS系列/テレビ朝日系列/テレビ東京系列 【百貨店】 三越伊勢丹/高島屋/大丸 【化粧品・健康食品】 味の素/アデニオ/えがお/オルビス/カゴメ/ガシレンカージャパン/キューサイ/小林製薬/再春館製薬所/サニーヘルス/サントリー/サンスター/新日本製薬/大正製薬/DHC/ドクターシーラボ/ドクタープログラム/ニッスイ/日本盛/ハーバー/ハウス食品/ファンケル/富士フィルム/やずや/山田養蜂場/悠香/わかさ生活... 他 【衣料品】 オットージャパン/ZOZOタウン/丸井/無印良品<sup>\*</sup>/ユニクロ 【家電】 ソニーストア/ビックカメラ/ヤマダ電機/ヨドバシカメラ 【食品】 おいしくす/生協/大地を守る会/タイヘイ/ヨシケイ/らでいっしゅぼーや/ワタミの宅食<sup>\*</sup> 【ネットスーパー】 アイワイネット/イオンネットスーパー

◆通信販売等の実態と意識: カタログが届く/DMが届く/メルマガが届く/自動購入している/ポイント/買い物は好き/買い物の外出は面倒... 他

◆1年間で利用したことのある店 (リアル店舗18チャネルの比較) ◆買い物に行く交通手段 ◆普段利用している情報源やコミュニケーション方法

◎フェースシート: 性別/年齢/未既婚/職業/同居家族人数/家族構成/世帯年収/家族等の該当事項/住宅のタイプ/居住地域のタイプ

# (R2:健康食品) 調査内容

## I. サプリメント・健康食品・機能性ドリンク等の購入品目と通販・店舗の使い分け

- ◆健康食品等の品目<sup>\*6</sup> × 通信販売で購入/店で購入
- ◆健康食品等のジャンル<sup>\*7</sup> 別購入先 × 通販・宅配チャネル小分類<sup>\*1</sup>
- ◆健康食品購入意識
- ◆健康意識 ①健康の自覚 ②健康への気づかい ③気にしている症状

## II. 通販での最多購入の健康食品について

- ①購入品目<sup>\*6</sup>: 【サプリメント系】 <sup>\*7</sup>ビタミン・ミネラル/滋養強壮/生活習慣病予防/免疫力向上/肝機能/美肌/ダイエット/骨・関節/眼/スポーツサプリ 【ドリンク系】 <sup>\*7</sup>栄養ドリンク/肝機能<sup>\*</sup>/美肌/生活習慣病予防/健康茶/青汁 【食品系】 <sup>\*7</sup>ダイエットサポート/病人用
- ②ブランド: 【健康食品&化粧品】 オルビス/キューサイ/健康家族/再春館製薬所/サニーヘルス/サン・クロレラ/世田谷自然食品/DHC/日本アムウェイ/ファンケル/三基商事/やずや/山田養蜂場/わかさ生活 【化粧品中心】 カネボウ/資生堂/ポーラ 【医薬品系】 大塚製薬/興和<sup>\*</sup>/小林製薬/サンスター/新日本製薬/全薬工業/大正製薬/常盤薬品工業/森下仁丹/ロート製薬 【食品系】 アサヒ/味の素/伊藤園/江崎グリコ/カゴメ/カルピス/キッコーマン/キュービー/協和発酵/キリン/サントリー/J-オイルミルズ/宝ヘルスクア/ニチレイ/日清オリオ/日清製粉/ニッスイ/日本ハム/ハウス/明治/森永製菓/森永乳業/ライオン<sup>\*</sup>/ロッテ 【他】 イオン/生協/富士フィルム... 他多数

③購入頻度 ④購入歴 ⑤購入した通販・宅配チャネル小分類<sup>\*1</sup>

⑥購入通販ブランド: ブランドの会社から直接購入 【総合】 セシール/千趣会 【ネット専業】 アットコスメ/アマゾン/ケンコーコム/楽天/ロハコ<sup>\*</sup> 【テレビショッピング】 QVCジャパン/トーカ堂 【生協・ネットスーパー】 アイワイネット/イオンネットスーパー/生協... 他多数

⑦購入パターン: 【買うタイミング】 カタログ・DM・メールが届いた時/広告を見た時/電話がきた時/商品を買いたいと思ったタイミング/キャンペーン/定期的/自動購入 【情報収集】 電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/カタログ/ホームページ/価格比較サイト等/ネットの口コミ情報/ネットオークション 【注文方法】 <sup>\*</sup>電話/FAX/ハガキ等郵便/パソコン/携帯電話・スマホ 【その他】 同一通販会社に注文/毎回都合のいい方法で注文/安い通販会社を探す/店でも買う/送料等を無料に

⑧購入理由: いつも使っている/身体の調子よくなる/使って効果/自然・天然成分/新成分・評判の成分/ブランドが好き・信頼できる/医薬品メーカー/食品メーカー/化粧品メーカー/安い/納得できる価格... 他多数

⑨商品との出会い: 【出会ったきっかけ】 新聞/雑誌/テレビ/インターネット/カタログ・DM/メール/ブランドの店/その他店/友人・知人/医療関係者 【情報収集】 電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/メーカーのホームページ/通販会社のホームページ/価格比較サイト等/ネットの口コミ情報/ネットオークション/友人・知人/お店に行く/カタログ取り寄せ/無料サンプル/有料のお試しセット 【初回購入のきっかけ】 カタログ・DM・メール/広告/電話がかかってきた/広告で欲しかった/キャンペーン期間中/増量等/時間限定・個数制限等/初回購入割引

## (R3:化粧品) 調査内容

### I. 化粧品等の購入品目と通販・店舗の使い分け

- ◆化粧品等の購入品目<sup>\*8</sup> × 通販で購入/店で購入
- ◆化粧品のジャンル<sup>\*9</sup> × 通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
- ◆化粧品購入意識 ◆肌の状況 ①肌タイプ ②肌の気になること

### II. 通販での最多購入の化粧品について

- ①購入品目<sup>\*8</sup>:【洗うスキンケア】<sup>\*9</sup> 洗顔石鹸/洗顔クリーム/クレンジング【うるおすスキンケア】<sup>\*9</sup> 化粧水/乳液/クリーム/美容液/多機能ジェル【メイク】<sup>\*9</sup> ファンデーション/化粧下地等/アイメイク/口紅等【その他】<sup>\*9</sup> 男性用スキンケア化粧品/シャンプー・リンス/ヘアスタイリング剤/白髪染・育毛剤等/からだ用石鹸/ボディローション等
- ②ブランド:【化粧品・健康食品】アテニア/アベニス/アンファー★/いきいき★/エエフシー★/エイボン/SK-II/エステローダー/オルビス/花王/カネボウ/キュウサイ★/クリニーク/コーセー/ドモホルンリンクル/資生堂/JIMOS/シャネル/草花木果/ちふれ/長寿の里/DHC/ドクターシーラボ/ドクタープログラム/ナリス化粧品★/日本アムウェイ/ノエビア/ハーバー/P&G★/ファンケル/プロアクティブ/マドゥレックス/マンダム★/メイベリン/ヤマサキ★/山田養蜂場/ヤマノ★/悠香/ユニリーバ/ラッシュ/ランコム/レプロン/ロクシタン【医薬品】小林製薬/サンスター/ジョンソン・エンド・ジョンソン/全薬工業/大正製薬/バスクリン★/持田ヘルスケア★/ロート製薬【他】味の素/イオン/江崎グリコ★/サントリー★/生協/日本盛/富士フィルム/無印良品... 他多数

- ③購入頻度 ④購入歴 ⑤購入した通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
- ⑥購入通販ブランド:ブランドの会社から直接購入【総合】スクロール/セシール/千趣会/いきいき★【ネット専業】アットコスメ/アマゾン/ケンコーコム/コスメランド/ネットプライズドットコム/ヤフー/楽天/ロハコ★【テレビショッピング】ジュピターショップチャンネル【百貨店】大丸【生協・ネットスーパー】アイワイネット/生協... 他多数
- ⑦購入パターン:【買うタイミング】カタログ・DM・メールが届いた時/広告を見た時/電話がきた時/商品を買いたいと思ったタイミング/キャンペーン/定期的【情報収集】電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/カタログ/ホームページ/価格比較サイト等/ネットの口コミ情報/ネットオークション【注文方法】★電話/FAX/ハガキ等郵便/パソコン/携帯電話・スマホ【その他】同一通販会社に注文/毎回都合のいい方法で注文/安い通販会社を探す/店でも買う/送料等を無料に
- ⑧購入理由:いつも使っている/肌に合う/使って効果/無添加・低刺激/天然成分/新成分/同じシリーズで揃えている/ブランドが好き/ドクターズコスメ/医薬品メーカー/食品メーカー/安い/納得できる価格... 他多数
- ⑨商品との出会い:【出会ったきっかけ】新聞/雑誌/テレビ/インターネット/ブランドの店/友人・知人【情報収集】電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/メーカーのホームページ/通販会社のホームページ/価格比較サイト等/ネットの口コミ情報/ネットオークション/友人・知人/お店に行く/カタログを取り寄せ/無料サンプル/有料のお試しセット【初回購入のきっかけ】電話が効かっていた/広告で欲しかった/キャンペーン期間中/増量等/時間限定・個数制限等/初回購入割引... 他多数

## (R4:飲料) 調査内容

### I. 飲料等の購入品目と通販・店舗の使い分け

- ◆飲料等の購入品目<sup>\*10</sup> × 通販で購入/店で購入
  - ◆飲料等のジャンル<sup>\*11</sup> × 通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
  - ◆飲料の購買行動・習慣 ①飲料の購入重視点 ②飲料についての実態
- ### II. 通販での最多購入の飲料について

- ①購入品目<sup>\*10</sup>:【水】<sup>\*11</sup> 水・ミネラルウォーター【自然素材ドリンク】<sup>\*11</sup> 野菜ジュース/トマトジュース/天然果汁100%ジュース/牛乳/乳酸菌飲料/豆乳/お酢ドリンク【茶葉等】<sup>\*11</sup> 日本茶・緑茶/麦茶/中国茶・ウーロン茶/紅茶/レギュラーコーヒー/ドリップバッグ★/カプセルタイプのコーヒー★/インスタントコーヒー/ココア【お茶ドリンク】<sup>\*11</sup> 日本茶・緑茶/麦茶/中国茶・ウーロン茶/ブレンド茶・健康茶/紅茶/缶コーヒー・アイスコーヒー等【ジュース】<sup>\*11</sup> コーラ飲料/果汁風味の炭酸飲料/その他炭酸飲料/その他ジュース/スポーツドリンク/健康ドリンク/ノンアルコールビール【アルコール飲料】<sup>\*11</sup> ビール・ビール風味飲料/缶チューハイ等/ワイン/日本酒/焼酎/梅酒/洋酒/薬用酒/その他のお酒
- ②購入頻度 ③購入歴 ④購入した通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
- ⑤ブランド:【飲料・お酒メーカーから直接】アートコーヒー/アサヒ/味の素/伊藤園/大塚製薬/カゴメ/カルピス/片岡物産/キーコーヒー/キッコーマン/キリン/ポッカサッポロ/サントリー/サンスター/宝酒造/日本たばこ産業/ハウス/ブルボン【牛乳宅配サービス】雪印メグミルク/明治/森永乳業/ヤクルト【水専門の宅配サービス】アクアク

- ララ【酒の宅配サービス】カクヤス【食品の宅配サービス】大地を守る会/らでいっしょぼーや【生協・ネットスーパー】生協/サミットネットスーパー/SEIYUドットコム/阪急キッチンエール【飲料の通販ショップ】エノテカ/財宝/ブルックス【総合】ディノス/郵便局【ネット専業】アマゾン/楽天/ヤフー/ロハコ★【テレビショッピング】QVCジャパン【百貨店の通信販売】高島屋/大丸... 他多数
- ⑥購入理由:高級・品質/採れたて・新鮮/安心・安全/作った人/通信販売限定商品/オリジナル商品/おいしい/健康のため/重いものの配達/雨の日/好きな時間/指定時間に届く/空いた容器の回収/納得できる価格/ワケありでお得/よく行くお店の宅配/ブランドが好き... 他多数
- ⑦購入パターン:【買うタイミング】カタログ等/広告/電話/買いたいタイミング/キャンペーン/なくなったら買う/自動購入【情報収集】電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/カタログ/ホームページ【注文方法】★電話/FAX/ハガキ等郵便/パソコン/携帯電話・スマホ【購入単位】【温度帯】冷凍/冷蔵/常温【銘柄】毎回同一の銘柄/購入する度に異なる銘柄/1回に複数の銘柄を組み合わせ【他】保冷ボックス等を利用/安い通販会社を探す/お店でも買う/送料等を無料に... 他多数
- ⑧商品との出会い:【出会ったきっかけ】新聞/雑誌/テレビ/インターネット/カタログ・DM/メール/ブランドの店を見て【情報収集】電話で問い合わせ/メーカーのホームページ/通販会社のホームページ/お店に行く/カタログを取り寄せ【初回購入のきっかけ】カタログ・DM・メール/広告/電話が効かっていた/広告等を見て欲しかった/キャンペーン期間中/増量等/時間限定・個数制限等/初回購入の割引等... 他多数

## (R5:食品) 調査内容

### I. 食品等の購入品目と通販・店舗の使い分け

- ◆食品等の購入品目<sup>\*12</sup> × 通販で購入/店で購入
  - ◆食品等のジャンル<sup>\*13</sup> × 通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
  - ◆食生活について ①食嗜好・食習慣 ②調理の分担 ③食生活意識
- ### II. 通販での最多購入の食品について

- ①品目<sup>\*12</sup>:【日常使いの新鮮食材】<sup>\*13</sup> 野菜・農産物/米/果物/精肉・畜産品/畜産加工品/乳製品/鮮魚・海産物/水産加工品【日常使いの加工食品】<sup>\*13</sup> 冷凍食品/レトルト・缶詰・インスタント食品/麺類/乾物/漬物・佃煮/調味料【日常使いの菓子・デザート】<sup>\*13</sup> 菓子・スナック菓子/デザート・スイーツ・和菓子【高級新鮮食材】<sup>\*13</sup> ブランド野菜等/ブランド米等/高級フルーツ/和牛・ブランド肉等/ハム・ソーセージ・薫製等/乳製品/高級魚・カニ等/水産加工品【高級加工食品】<sup>\*13</sup> 冷凍食品/レトルト・缶詰・インスタント食品/麺類/乾物/漬物・佃煮/調味料【高級菓子・デザート】<sup>\*13</sup> 有名店の菓子等/有名店のデザート・スイーツ・和菓子等【他】メニューの材料セット
- ②購入頻度 ③購入歴 ④購入した通販・宅配チャンネル小分類<sup>\*1</sup>
- ⑤ブランド:産地の生産者・農協・組合等から直接/食品メーカーから直接【生協・ネットスーパー】生活協同組合/アイワイネット/イオンネットスーパー/エブリデイ・ドット・コム/サミットネットスーパー/SEIYUドットコム/阪急キッチンエール/イズミヤ楽楽マーケット【食材の宅配サービス】おいしくす/シュガーレディ/ショクブン/大地を守る会/タイヘ

- イ/ヨシケイ/らでいっしょぼーや/ワタミ【食品中心の通販ショップ】アマノフーズ/かぶちゃん農園/アイケイ/トクック/ふくや/やまやの食卓/もち吉/新潟味のれん本舗/ロイズ【総合】カタログハウス/フェリシモ/郵便局【ネット専業】アマゾン/ケンコーコム/ネットプライズドットコム/楽天/ヤフー/ロハコ★【テレビショッピング】日本直販【百貨店の通信販売】三越/高島屋/大丸ホームショッピング... 他多数
- ⑥購入理由:高級・品質/とれたて・新鮮/産地から直接届く/有機栽培等で安心・安全/作った人がわかる/通信販売限定商品/その会社のオリジナル/おいしい/健康/子どもがよく食べる/家族がよく食べる/重いもの/雨の日/好きな時間/指定時間/安い/納得できる価格/ワケありでお得/よく行くお店の宅配サービス/ブランドが好き/会社が好き... 他多数
- ⑦購入パターン:【買うタイミング】カタログ・DM・メール/広告/電話がきた時/買いたいタイミング/キャンペーン/なくなったら買う/自動購入/日常の買い物【情報収集】ホームページ/価格比較サイト等/ネットの口コミ情報【温度帯】冷凍/冷蔵/常温【銘柄】毎回同一の銘柄/購入する度に異なる銘柄/1回に複数の銘柄を組み合わせ【その他】保冷ボックス等を利用/同一通販会社に注文/安い通販会社を探す/送料等を無料に/贈答用/旬の時期に購入... 他多数
- ⑧商品との出会い:【出会ったきっかけ】雑誌/テレビ/インターネット/DM等/メール/店を見て/友人・知人/物産展等/おみやげ【情報収集】電話で問い合わせ/メールで問い合わせ/カタログを取り寄せ【初回購入のきっかけ】DM等/広告/電話が効かっていた/キャンペーン期間中/増量等/時間限定・個数制限等/初回購入の割引等... 他多数



## (R1:総合調査) 通信販売利用者構造調査

- ◆R1:調査概要
  - ・調査対象：全国の20～79歳の男女
  - ・調査方法：弊社モニターを利用したFAX調査
  - ・回収数：2,553人(発送3,600人・回収率70.9%)
  - ・調査期間：2014年6月19日(木)～24日(火)
- ◆R1:調査のアウトプット一式(2014年9月完成予定)
  - ①調査報告書(約50ページ) ②集計結果表(約300ページ)
  - ③CD-ROM(クロス集計、ローデータ、他一式)
- ◆R1:アウトプット一式の価格
  - ・定価350,000円(税別)・MDBメンバー価格315,000円(税別)

## (R2:健康食品) 健康食品の通販利用者実態調査

- ◆R2:調査概要
  - ・調査対象：R1回答者のうち通販等で健康食品の購入者
  - ・調査方法：弊社モニターを利用したFAX調査
  - ・サンプル数：回収見込640人
  - ・調査期間：2014年7月10日(木)～15日(火)予定
- ◆R2:調査のアウトプット一式(2014年9月完成予定)
  - ①調査報告書(約30ページ) ②集計結果表(約150ページ)
  - ③CD-ROM(クロス集計、ローデータ、他一式)
- ◆R2:アウトプット一式の価格
  - ・定価250,000円(税別)・MDBメンバー価格225,000円(税別)

## (R3:化粧品) 化粧品の通販利用者実態調査

- ◆R3:調査概要
  - ・調査対象：R1回答者のうち通販等で化粧品の購入者
  - ・調査方法：弊社モニターを利用したFAX調査
  - ・サンプル数：回収見込650人
  - ・調査期間：2014年7月11日(金)～16日(水)予定
- ◆R3:調査のアウトプット一式(2014年9月完成予定)
  - ①調査報告書(約30ページ) ②集計結果表(約150ページ)
  - ③CD-ROM(クロス集計、ローデータ、他一式)
- ◆R3:アウトプット一式の価格
  - ・定価250,000円(税別)・MDBメンバー価格225,000円(税別)

## (R4:飲料) 飲料の通販利用者実態調査

- ◆R4:調査概要
  - ・調査対象：R1回答者のうち通販等で飲料の購入者
  - ・調査方法：弊社モニターを利用したFAX調査
  - ・サンプル数：回収見込530人
  - ・調査期間：2014年7月17日(木)～22日(火)予定
- ◆R4:調査のアウトプット一式(2014年9月完成予定)
  - ①調査報告書(約30ページ) ②集計結果表(約150ページ)
  - ③CD-ROM(クロス集計、ローデータ、他一式)
- ◆R4:アウトプット一式の価格
  - ・定価250,000円(税別)・MDBメンバー価格225,000円(税別)

## (R5:食品) 食品の通販利用者実態調査

- ◆R5:調査概要
  - ・調査対象：R1回答者のうち通販等で食品の購入者
  - ・調査方法：弊社モニターを利用したFAX調査
  - ・サンプル数：回収見込770人
  - ・調査期間：2014年7月18日(金)～23日(水)予定
- ◆R5:調査のアウトプット一式(2014年9月完成予定)
  - ①調査報告書(約30ページ) ②集計結果表(約150ページ)
  - ③CD-ROM(クロス集計、ローデータ、他一式)
- ◆R5:アウトプット一式の価格
  - ・定価250,000円(税別)・MDBメンバー価格225,000円(税別)

### ※お得なセット価格をご用意しました。

〔R1+R2+R3+R4+R5〕 セット価格：定価120万円(税別)・MDBメンバー価格108万円(税別)  
 〔R1+R2〕 〔R1+R3〕 〔R1+R4〕 〔R1+R5〕 各セット：定価50万円(税別)・MDBメンバー価格45万円(税別)

本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。  
 弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。  
 本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

**連絡先・申込書ご送付先：** e-mail <info\_mlmc@jmar.co.jp> URL<http://www.jmar.biz/>

(株)日本能率協会総合研究所 消費者研究部 (担当:土井)

〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階

TEL 03-6202-1287 FAX 03-6202-1294

## 「通販利用者構造調査2014」申込書

下記にレ印を付け、必要事項をご記入の上、ご送付ください。FAXにてご送信いただいても結構です。

### 「通販利用者構造調査2014」について

購入する **R1:総合調査** **R2:健康食品** **R3:化粧品** **R4:飲料** **R5:食品**

関心がある(調査票がみたい・説明を聞きたい)

**R1 R2 R3 R4 R5**

下記所定欄にご記入いただくお客様の個人情報は、商品の発送及び小社からの新商品・調査・企画・情報提供サービスのご案内に利用させていただきます。  
 本主旨をご了承賜りご記入くださいますようお願いいたします。 20 年 月 日

フリガナ					MDBメンバーコード			
会社名					印			
部課・役職名	フリガナ							
	ご担当者名							
TEL					FAX			
郵便番号	〒	—			e-mail			
住所								
連絡事項	ご請求金額				お支払い予定日			
	円 (消費税別)				年 月 日			