

無店舗販売
マーケットの
実像!!

通販利用者構造調査 2010

ネット&非ネットユーザーの使い分けの構造を探る

～生活者の買い物行動における通信販売のポジショニングは?～

急拡大したネット通販⇔従来型の紙媒体・電波メディア通販⇔リアル店舗

- ◎誰が、何故、何をきっかけに、どの商品を、どの形態の通信販売で買ったのか。何を
何を見て、何を信用し購入? 店頭⇔カタログ⇔インターネット⇔クチコミ
- ◎全国の20～69歳男女3,000人を対象にした、通信販売の基本調査です。

〔R1:総合調査〕 通信販売(ネット&非ネット)利用者構造調査

◇全国の20～69歳男女3,000人(ネット未利用者含む)を対象に、8月上旬FAX調査を実施!!

- ①カタログ通販 ・利用の有無・頻度・利用歴
- ②新聞・雑誌通販 ・購入金額・購入商品(健康食品・化粧品・飲料・食品・衣料品・家電製品...)
- ③テレビ通販 × ・利用のパターン(きっかけ・タイミング・情報収集...)
- ④ネット通販(PC・モバイル) ・注文方法・支払い方法・受取方法・購入時間帯・出会ったきっかけ
- ⑤生協・ネットスーパー ・利用の理由(商品の購入理由・通販を利用したい機会)
・非利用理由(阻害要因)

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...)の認知・利用
リアル店舗(スーパー・コンビニ・デパート・家電量販店...)の利用と使い分け/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

◇R1回答者より、サプリメント・健康食品・機能性ドリンク・トクホ等の通信販売・宅配サービス利用者対象

〔R3:化粧品〕 化粧品の通販利用者実態調査

◇R1回答者より、洗顔料・スキンケア・ヘアケア・ボディケア・メイク等の化粧品の通信販売・宅配サービス利用者対象

〔R4:飲料〕 飲料の通販利用者実態調査

◇R1回答者より、水・コーヒー・野菜ジュース・ワイン等飲料・お酒の通信販売・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

◇R1回答者より、スイーツ・調味料・生鮮・冷凍・レトルト等食品の通信販売・宅配サービス利用者対象

該当商品の通販購入頻度/購入履歴/きっかけ/利用理由/利用メディア/継続利用理由/店舗との使い分け

〔R1:調査概要〕

- ・調査対象: 全国の20～69歳の男女
- ・調査方法: 「モニターリサーチシステム」を利用したFAX調査
- ・有効回収数: 2,167人(発送3,000人・回収率72.2%)
- ・調査期間: 2010年8月5日(木)～8月11日(水)

〔調査のアウトプット〕

- ・R1～R5それぞれ: ①調査報告書 ②集計結果表 ③集計データ (CD-ROM)

〔調査の参加・購入費用〕

- ・R1～R5セット 定価130万円(税別)・MDBメンバー価格117万円(税別)
- ・R1: 総合調査 定価500,000円(税別)・MDBメンバー価格450,000円(税別)
- ・R2: 健康食品 定価280,000円(税別)・MDBメンバー価格252,000円(税別)
- ・R3: 化粧品 定価280,000円(税別)・MDBメンバー価格252,000円(税別)
- ・R4: 飲料 定価200,000円(税別)・MDBメンバー価格180,000円(税別)
- ・R5: 食品 定価200,000円(税別)・MDBメンバー価格180,000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。

〔R2～R5:調査概要〕

- ・調査対象: R1の回答者で各商品の通販利用者
- ・調査方法: FAX調査
- ・サンプル数: R2 530人、R3 583人、R4 340人、R5 342人
- ・調査期間: R2 2010年8月26日(木)～9月1日(水)
R3 2010年8月28日(土)～9月1日(水)
R4 2010年9月3日(金)～9月8日(水)
R5 2010年8月8日(水)～9月14日(火)

(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

◆通信販売・宅配サービスの種類 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/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 1年の購入頻度・過去の利用 |
| B 【新聞・雑誌通販】 | ②購入月額 |
| C 【テレビ通販】 × | ③購入商品*1 |
| D 【ネット通販】 | ④購入パターン*2 |
| E 【生協・ネットスーパー】 | ⑤注文等の方法*3 |
| | ⑥商品購入理由*4 |
| | ⑦利用したい機会*5 |
| | ⑧購入・利用しない理由*6 |

③購入商品*1: 【健康食品等】 サプリメント/健康茶/青汁/機能性ドリンク/その他食品(ダイエット用・病人用等) 【化粧品】 洗顔(石鹸・洗顔クリーム・クレンジング等)/基礎化粧品(化粧水・乳液・クリーム等)/メイクアップ(ファンデーション・目元用・口元用等)/男性用化粧品/ヘアケア用品(シャンプー・発毛剤等)/ボディケア用品(ボディウォッシュ等) 【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/その他の飲料(ノンアルコール)/アルコール飲料(ワイン・日本酒・焼酎等) 【食品】 おとり寄せグルメ(地方の特産品・産直品・名産品・スイーツ)/高級生鮮食材(カニ・和牛・高級フルーツ等)/普段用の生鮮食品(野菜・果物・魚介類・食肉等)/普段用の食品(加工食品・チルド・調味料・惣菜・米等) 【その他】 衣料品(紳士服・婦人服・下着・子供服等)/アクセサリ・靴・かばん・時計/美容・健康機器・健康用品/家具・収納用品・インテリア/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(カメラ・日曜大工・花・ガーデニング・玩具・ゲーム・書籍・CD等)/スポーツ・レジャー・カー用品/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*2: 【買い物しようと思ったきっかけ】 無料で自宅に届くカタログ/有料のカタログ/DM (ダイレクトメール) /新聞の広告/雑誌の広告/フリーペーパー/新聞の折込チラシ/ポストに配布されたチラシ/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/パソコンでインターネットを見て/パソコンでみる商品のメーカーのホームページ/パソコンでみる通販業者のホームページ/パソコンでみる価格比較サイト・その商品を扱っている他の販売サイト/パソコンに届いたメール・メルマガ/携帯電話でインターネットを見て/携帯電話からみる商品のメーカーのホームページ/携帯電話からみる通販業者のホームページ/携帯電話からみる価格比較サイト・その商品を扱っている他の販売サイト/携帯電話に届いたメール・メルマガ/ネットオークション 【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・メルマガが届いた時/届いた・見た時ではなく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 (お買い得・送料無料・ポイント〇倍等) の時期/時間制限や個数制限があり急いで買う/注文の制限時間・締め切り日に合わせる/定期的に買う・なくなったら買う 【買うまでの情報収集・見たもの】 電話で商品について問い合わせる/メールで商品について問い合わせる/商品のメーカーのホームページで調べる/通販会社のホームページで調べる/価格比較サイト・その商品を扱っている他の販売サイトで調べる/インターネットの口コミ情報・ブログ・ツイッターで調べる/ネットオークションで調べる/テレビ・テレビ広告/友人・知人に聞く/店頭で実際の商品や価格を確認しに行く

④注文等の方法*3: 【注文方法】 電話をかけた/携帯電話をかけた/FAXで/ハガキ等郵送で/パソコンのメールで/パソコンのインターネットの注文画面で/携帯電話のメールで/携帯電話のインターネットの注文画面で 【支払方法】 クレジットカード/振込み (ATM・窓口) /振込み (コンビニ) /振込み (インターネット・ネットバンキング) /口座からの自動引き落とし/代引き・配達時に現金 【受取方法】 宅配業者から直接/宅配ボックスで/宅配業者の営業所に取りに行く/コンビニでの受け取り 【買い物の時間帯】 平日の昼間/平日の夕方・夜/平日の朝・深夜/休日 【利用している通販会社に出会ったきっかけ】 新聞・新聞広告/雑誌・雑誌広告/テレビ・テレビ広告/インターネット/カタログ・DMが届いた/メールが届いた/友人・知人に聞いた/その会社のお店 (店頭) 【その他】 一度に複数の商品を注文する/送料無料になるよう金額合わせをする/贈答用に利用する

⑤商品購入理由*4: 商品の品質がいいから/品揃えが豊富だから (色・サイズ等を選択できる) /お店では買えない通信販売限定の商品だから/この通販会社でしか買えない商品だから/いつも決まった商品や以前に満足した商品を買うから/商品を探しやすいから/ポイントがたまる・特典を受けられるから/送料や代引き等の手数料が無料になるから/割引・ディスカウントして安いから/増量や他の商品との組み合わせでお得だから/初回は低価格のお試しセットがあるから/時間限定・期間限定・個数限定でお得だから/わけあり品でお得だから/他のお店や通販会社と比較して安いから/使い方がわかりやすい・イメージしやすいから/有名人やタレントが勧めているから/使った人の感想に納得がいくから/この通販会社が好き・信頼できるから

⑥利用したい機会*5: 買い物を楽しみたいとき/買い物に行く時間がないとき/手早く商品を選びたいとき/時間をかけて商品を選びたいとき/色々な商品を一度に見比べて選びたいとき/夜中に買い物をしたいとき/重いもの・かさばるものを買うとき/雨等で、出かけたくないとき/お店の店員がわずらわしいと思うとき/組み立て・設置が必要とき/贈答用のとき/試しに買いたいとき(返品が可能等)/支払方法の都合があうとき/普段の買い物にいつも

⑦購入・利用しない理由*6: 商品を実際に見ないと不安/商品を試着・触る・持つなどして確認したい/商品の鮮度・見た目を確認したい/お店の方が品質がいい/お店の方が品揃えがいい/お店の方が便利/お店の方が安い/他の方法の通信販売の方が品質がいい/他の方法の通信販売の方が品揃えがいい/他の方法の通信販売の方が便利/他の方法の通信販売の方が安い/別の商品をしつこく勧められないか心配/必要以上の利用や衝動買い等が心配/商品を探すのが面倒だから/注文するのが面倒だから/受け取りが面倒だから (留守がち・ご近所への預かり等) /送料・手数料がかかる/クレジットカード払いが不安/そのサービス形態・媒体を元々利用しないから

Ⅲ. 通信販売や購買行動全般について

◆通信販売・宅配サービスのブランド ①名前だけでも知っている ②1回以上購入したことがある

- 【総合】イマージュ/カタログハウス(通販生活)/ジェイオーディ(メルシー)/スクロール(旧ムトウ)/セシール/千趣会(ベルメゾン等)/ディノス/ニッセン/フェリシモ/ペルーナ
- 【インターネット専業】アマゾン(Amazon)/価格コム/ネットプライスドットコム/楽天/ヤフー
- 【テレビショッピング】オークローンマーケティング(ショップジャパン)/QVCジャパン/ジャパネットたかた/ジュビターショップチャンネル/テレビショッピング研究所/トーカー堂/日本直販/日本文化センター/メディア・プライス
- 【テレビ:キー局系列】NTV系列(日本テレビ放送網)/TBS系列(グランマルシェ)/テレビ朝日系列/テレビ東京系列(テレビ東京ダイレクト)
- 【百貨店の通信販売】三越/高島屋/大丸ホームショッピング
- 【化粧品・健康食品】アイム(ライスフォース)/アサヒ緑健/味の素(ジーノ、グリナ)/アスカコーポレーション/アテナ/えがお/エバーライフ/オルビス/カゴメ/ガシーレンカージャパン(プロアクティブ)/キューサイ/健康家族/小林製薬/再春館製薬所(ドモホルンリンクル)/サニールヘルス/サントリーの健康食品/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/ニッピコラーゲン/日本盛(米ぬか美人)/ハーバー/ハウス食品/ファンケル/富士フイルム(アスタリフト他)/やずや/山田養蜂場/悠香/わかさ生活
- 【衣料品中心】オットージャパン(旧住商オットー)/ZOZOタウン/丸井(マルイヴォイ)/ユニクロ
- 【家電製品】ソニースタイル・ジャパン/ビックカメラ/ヤマダ電機/ヨドバシカメラ
- 【食品中心】おいしくす(Oisix)/生活協同組合(生協・コープ)/大地を守る会/タイハイ/ヨシケイ/らでいっしょぼーや
- 【ネットスーパー】アイワイネット(イトーヨーカ堂)/イオンネットスーパー

◆通信販売や買い物について、あなたにあてはまるもの

- ・この1年で、通信販売の利用が増えた
- ・この1年で、通信販売の利用が減った
- ・いつも通信販売のカタログが届く
- ・いつも通信販売のDMが届く
- ・いつも通信販売のメルマガが届く
- ・通信販売で自動購入している商品がある
- ・水曜日に通信販売を利用することが多い
- ・どうせならポイントをためている通販会社を利用したい
- ・どうせなら社会貢献や環境対策等に熱心な通販会社を利用したい
- ・なるべく1つの通販会社で買い物を済ませたい
- ・同一通販会社を複数の媒体で注文している
- ・通販を利用する時は特定のサービス形態でしか購入しない
- ・通信販売で利用する商品ジャンルは限られている
- ・形態を問わず、通信販売の広告をみて新製品をウォッチングしている
- ・ネットオークションに出品して不要な物を売ることがある
- ・送料や手数料を支払ってまで通信販売を利用したくない
- ・安い通信販売を探すのは面倒である
- ・買い物することは好きである
- ・買い物のために外出することは面倒だと思う
- ・コンビニ等の食品・日用品の買える店が自宅から徒歩5分以内にある
- ・食品・日用品を買う店が自宅から遠く、行くのは一苦勞である
- ・昼間は自宅に誰もいないことが多い

◆1年間で利用したことのある店: 大型スーパー/食品中心スーパー/生協の店舗/コンビニエンスストア/ドラッグストア/100円ショップ/バラエティショップ/駅売店/駅ナカ/個人商店・専門店/自動販売機/ホームセンター/ディスカウントストア/家電量販店/デパート/駅ビル・ファッションビル/大型ショッピングセンター/アウトレットモール

◆買い物に行く交通手段: 電車/バス/自家用車(自分で運転)/自家用車(家族が運転)/オートバイ(原動機付き自転車含む)/電動自転車/自転車/徒歩のみ/交通手段がないので、買い物に行かない・できない/必要がないので、買い物に行かない

◆普段利用している情報源やコミュニケーション方法: 地上波のテレビ/BS・CS放送のテレビ/ケーブルテレビ/AMラジオ/FMラジオ/雑誌/新聞/チラシ/フリーペーパー(無料配布の新聞・雑誌)/電話(一般回線・通話で)/FAX/携帯電話(通話で)/携帯電話での電子メール/携帯電話でのインターネット(iモード・EZweb等)/パソコンでの電子メール/パソコンでのインターネット(ホームページ)/自分のブログ・ツイッター・ホームページを公開/ソーシャルネットワークサービス(ミクシィ等)への参加/利用しているものはない

◎フェースシート: 性別/年齢/未婚/職業/同居家族人数/家族構成/世帯年収/家族等の該当事項(乳幼児/保育園児/幼稚園児/小学校低学年/小学校高学年/中学生/高校生/大学生等/65歳以上の方/ペットの犬/ペットの猫/犬・猫以外のペット)/住宅のタイプ/居住地域のタイプ(住宅地/繁華街・商業地域/オフィス街/工場の多い地域/農村・田園地域)/居住都道府県

「通販利用者構造調査2010」●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2010」について

参加・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、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 (消費税込)			年 月 日			

通販利用者構造調査 2010

〔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・機能性飲料の通販での購買行動を探る～
性・年代別、メディアの使い分け・初回購入のきっかけ・継続理由は？

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

- ◆健康食品等の購入品目*1 ①通信販売・宅配サービスでの購入 ②お店（ドラッグストア・デパート・スーパー・コンビニ等）での購入
- ◆健康食品購入意識 ◆健康意識 ①健康な方か ②健康に気づかっているか ③気にしている症状

II. 通販での最多購入の健康食品 / III. 通販での最新購入の健康食品

- ①品目*1:【サプリメント系】各種ビタミン・ミネラル配合/滋養強壮/生活習慣病予防/免疫力向上/肝機能改善/美肌サプリメント/ダイエット/骨・関節サポート/アイケア/スポーツサプリメント/その他のサプリメント・健康食品
【ドリンク系】栄養ドリンク/美肌ドリンク/生活習慣病予防ドリンク/健康茶/青汁
【食品系】ダイエットサポート食品（ドリンク・スープ・ゼリー・シェイク等）/病人用食品（糖尿病食・介護食・アレルギー除去食品等）
- ②ブランド:【健康食品・化粧品メーカー】アサヒ緑健/アスカコーポレーション/えがお/DMJえがお生活/エバーライフ/オルビス/キューサイ/協和/健康家族/健康コーポレーション/再春館製薬所/サニーヘルス/さわやか元気/サン・クロレラ/世田谷自然食品/DHC/ティーライフ/長瀬産業/ナチュラルグループ本社/ニッピコラーゲン/日本アムウェイ/ニューウエイズ/ニュースキン/ハーバー研究所/ファンケル/フォーエバーリビングプロダクツジャパン/三基商事/やずや/八幡物産/山田養蜂場/リフレ/わかさ生活 【化粧品中心のメーカー】カネボウ/資生堂/ポーラ
【医薬品系メーカー】大塚製薬/小林製薬/サンスター/新日本製薬/全業工業/大正製薬/常盤薬品工業/森下仁丹/ロート製薬
【食品系メーカー】アサヒの健康食品（アサヒフードアンドヘルスケア）/味の素/伊藤園/江崎グリコ/カゴメ/カルピス/キッコーマン/キューピー（トウ・キューピー）/協和発酵工業/キリンホールディングス/サントリーの健康食品/Ｊ-オイルミルズ/宝ヘルスケア/ニチレイ/日清オイリオ/日清製粉/ニッスイ/日本ハム/ハウス食品/明治製菓/明治乳業/森永製菓/森永乳業/ロッテ健康産業
【その他】イオン（トップバリュ等）/生活協同組合（生協・コープ）/富士フイルム
- ③購入頻度 ④購入歴 ⑩満足度・継続意図
- ⑤購入通販チャネル:カタログ通信販売/DM通信販売/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/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/インターネットショッピング/モバイル通販/ネットオークション/生協の協同購入・個人宅配/ネットスーパー
- ⑥購入通販ブランド:【健康食品メーカー等】ブランドの会社から直接購入 【総合通販】セシール/千趣会（バルメゾン等）/ディノス/ニッセン
【インターネット専業】アットコスメ（コスメ・コム）/アマゾン/ケンコーコム/ネットプライズドットコム/ヤフー/楽天
【テレビショッピング】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/オークローンマーケティング（ショップジャパン）/トーカ堂/日本直販/メディア・プライス（はびねすくらぶ） 【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/生活協同組合
- 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
【買うときの情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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
【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/お店で買うこともある/送料・手数料が無料になるようまとめ買い
- ⑧購入理由:いつも使っている/身体の調子がよくなる/使って効果がある/自然・天然成分だから/新成分・評判の成分配合だから/同じシリーズで他の健康食品を揃えている/その健康食品のブランドが好き・信頼できる/医薬品メーカーが作った健康食品/食品メーカーが作った健康食品/化粧品メーカーが作った健康食品/安いから/納得できる価格/その通販を行っている会社やシステムが好き・信頼できる/通信販売限定商品だから/通信販売で買えるので便利だから/なんとなく
- 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/カタログを取り寄せ/無料のサンプル/有料のお試しセット
【最初に購入したきっかけ】カタログ・DM・メール/広告/電話がかかってきた/広告等を見ていたら欲しくなった/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

〔R2:調査概要〕

- ・調査対象：R1の回答者(全国の20～69歳の男女)のうち通販等での健康食品の購入者
- ・有効回収数：530人（発送715人・回収率74.1%）
- ・調査方法：「モニターリサーチシステム」を利用したFAX調査
- ・調査期間：2010年8月26日(木)～9月1日(水)

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書(A4判・39ページ・2010年10月発行) ②集計結果表(A4判・205ページ・2010年10月発行) ③集計データ(CD-ROM)

【調査の参加・購入費用】

- ・R1～R5セット：定価1,300,000円（税込1,365,000円）・MDBメンバー価格1,170,000円（税込1,228,500円）
- ・R2:健康食品：定価280,000円（税込294,000円）・MDBメンバー価格252,000円（税込264,600円）

※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。



株式会社日本能率協会総合研究所【お問い合わせ先】

<http://www.jmar.biz/hot/>

●東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 〒100-0004

TEL：03-6202-1287 FAX：03-6202-1294

（株）日本能率協会総合研究所 「生活者HOTアンケート」事務局 e-mail：<info_mlmc@jmar.co.jp>

通販利用者構造調査 2010

〔R3:化粧品〕化粧品の通販利用者実態調査

～通販化粧品愛用者の購買行動と理由を探る～

年代別、メディアの使い分け・初回購入のきっかけ・継続理由は？

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*1 ①通信販売・宅配サービスでの購入 ②お店（ドラッグストア・デパート・スーパー・化粧品店等）での購入
- ◆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 / III. 通販での最新購入の化粧品

- ①品目*1:【スキンケア系】洗顔石鹸/洗顔クリーム/クレンジング/化粧水/乳液/クリーム/美容液/多機能ジェル・クリーム/男性用スキンケア化粧品【メイク系】ファンデーション/化粧下地・コンシーラー・BBクリーム・日焼け止め等/アイメイク（マスカラ・アイシャドー等）/リップメイク（口紅等）【ヘアケア・ボディケア系】シャンプー・リンス/ヘアスタイリング剤（ヘアワックス・ヘアスプレー・ヘアクリーム等）/ヘアケア剤（カラーリング剤・白髪染・育毛剤・発毛剤等）/からだ用石鹸（固形石鹸・液体ボディウォッシュ等）/からだ用化粧品（ボディローション・ミルク等）
- ②ブランド:【化粧品・健康食品メーカー】アム（ライスフォース）/アスカコーポレーション/アテナ/アベンヌ/EBM/イヴ・サン・ローラン/イオナ/伊勢半/井田ラボラトリーズ/ヴァーナル/ウテナ/エイボン/SK-II/エステローダー/M・A・C/オルビス/カネボウ/カパーマーク/クリスチャン・ディオール/クリニック/クレージュ/ゲラン/コーセー/再春館製薬所（ドモホルンリンクル）/ザ・ボディショップ/さわやか元気/資生堂/ジバンシイ/JIMOS（マキアレイベル）/シャネル/シウウエムラ/草花木果（キナリ）/ちふれ化粧品/長寿の里（つかってみんしゃいよか石けん等）/DHC/ドクターシーラボ/ドクタープログラム（トリニティーライン）/ニッピコラーゲン/日本アムウェイ/日本ロレアル/ニューウェイズ/ニュースキン/ノエビア/ハーバー研究所/パパウォッシュ/ファンケル/プロアクティブ/ヘレナ ルビンスタイン/マードゥレクス（エクスポーテ）/マックスファクター/マリークアント/ミシャ/メイベル/メナード/山田養蜂場/悠香（茶のしずく）/ユニリーバ/ラッシュ/ランコム/レブロン/ロクシタン/花王【医薬品メーカー】小林製薬/サンスター/ジョンソン・エンド・ジョンソン/新日本製薬/全業工業/大正製薬/ロート製薬【その他】味の素（ジーン）/イオン（トップリユ）/生活協同組合（コープ）/日本盛（米ぬか美人）/富士フィルム（アスタリフト）/無印良品
- ③購入頻度 ④購入歴 ⑩満足度・継続意向
- ⑤購入通販チャネル:カタログ通信販売/DM通信販売/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/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/インターネットショッピング/モバイル通販/ネットオークション/生協の協同購入・個人宅配/ネットスーパー
- ⑥購入通販ブランド:【化粧品メーカー等】ブランドの会社から直接購入 【総合通販】カタログハウス（通販生活）/ジェイオーディ（メルシー）/スクロール（旧トウ）/セシール/千趣会（ベルメゾン等）/ディノス/ニッセン/フェリスモ【インターネット専業】アットコスメ（コスメ・コム）/アマゾン/ケンコーコム/コスランド（イノベート）/ネットプライドットコム/ヤフー/楽天【テレビショッピング】QVCジャパン/ジュピターショップチャンネル/トーカー堂/日本直販/日本文化センター/メディア・プライス（はびねすくらぶ）【百貨店の通信販売】三越/高島屋/大丸ホームショッピング 【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/生活協同組合
- 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/なくなったから買う【買うときの情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/カタログ/ホームページ/価格比較サイト等/ネットのロコミ情報/ネットオークション【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/お店で買うこともある/送料・手数料が無料になるようまとめ買い
- ⑧購入理由:いつも使っている/肌に合う/使って効果がある/無添加・低刺激だから/自然・天然成分だから/新成分・評判の成分配合だから/同じシリーズで他の化粧品を揃えている/その化粧品のブランドが好き・信頼できる/ドクターズコスメ（医者や医療機関が作った）/医薬品メーカーが作った化粧品/食品メーカーが作った化粧品/安いから/納得できる価格/通販を行っている会社やシステムが好き・信頼できる/通信販売限定商品だから/通信販売で買えるので便利だから/なんとなく
- 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【情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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/ネットのロコミ情報/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/無料のサンプル/有料のお試しセット【最初に購入したきっかけ】カタログ・DM・メール/広告/電話がかかってきた/広告等を見ていたら欲しくなった/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

〔R3:調査概要〕

- ・調査対象：R1の回答者(全国の20～69歳の男女)のうち通販等での化粧品の購入者
- ・有効回収数：583人（発送850人・回収率68.6%）
- ・調査方法：「モニターリサーチシステム」を利用したFAX調査
- ・調査期間：2010年8月28日(土)～9月1日(水)

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書(A4判・43ページ・2010年10月発行) ②集計結果表(A4判・212ページ・2010年10月発行) ③集計データ(CD-ROM)

【調査の参加・購入費用】

- ・R1～R5セット：定価1,300,000円（税込1,365,000円）・MDBメンバー価格1,170,000円（税込1,228,500円）
- ・R3:化粧品：定価280,000円（税込294,000円）・MDBメンバー価格252,000円（税込264,600円）

※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。



株式会社日本能率協会総合研究所【お問い合わせ先】

<http://www.jmar.biz/hot/>

●東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 〒100-0004

TEL：03-6202-1287 FAX：03-6202-1294

（株）日本能率協会総合研究所 「生活者HOTアンケート」事務局 e-mail：<info_mlmc@jmar.co.jp>

通販利用者構造調査 2010

〔R4:飲料〕飲料の通販利用者実態調査

～飲料・お酒の通販・宅配サービス利用者の購買行動を探る～

性・年代別、メディアの使い分け・店舗との差・初回購入のきっかけは？

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*1 ①通信販売・宅配サービスでの購入 ②お店（スーパー・コンビニ・酒屋・ホームセンター等）での購入
- ◆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 ③1日に飲む量

II. 通販での最多購入の飲料 / III. 通販での最新購入の飲料

①品目*1:【水】水・ミネラルウォーター

【自然素材ドリンク】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(飲むヨーグルト等)/豆乳/お酢ドリンク

【茶葉・ティーバッグ・粉末等】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/インスタントコーヒー/ココア

【お茶ドリンク】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

【炭酸飲料・ジュース】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】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(ウイスキー等)/薬用酒/その他のお酒

②購入頻度 ③購入歴 ④満足度・継続意向

④購入通販チャネル:カタログ通信販売/DM通信販売/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/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/インターネットショッピング/モバイル通販/ネットオークション/牛乳の宅配サービス/水専門の宅配サービス/酒の宅配サービス/生協の協同購入・個人宅配/ネットスーパー/食材の宅配サービス

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(アサヒビール・アサヒ飲料)/味の素(カルピス)/伊藤園/大塚製薬グループ/カゴメ/片岡物産/キヨーヒー/キッコーマン(デルモンテ)/キリン(キリンビール・キリンバレッジ・メルシャン)/サッポロ(サッポロ飲料)/サントリー/サンスター/宝酒造/ナガノトモ/日本たばこ産業/ハウス食品(ハウスウェルネスフーズ)/ブルボン/ポッカ/UCC上島珈琲【牛乳宅配サービス】日本ミルクコミュニティ(メグミルク)/明治乳業/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】おいしくす(Oisix)/大地を守る会/ヨシケイ/らでいっしゅぼーや【生協・ネットスーパー】生活協同組合(生協・コープ)/アイワイネット(イトーヨーカ堂)/イオンネットスーパー/エブリディ・ドット・コム/サミットネットスーパー/西友ネットスーパー/阪急キッチンエール/楽楽マーケット(イズミヤ)【飲料の通販ショップ】市川園/宇治田原製茶場/エノテカ/財宝/佐藤園/ティーライフ/ブルックス【総合通販】ジェイオーディ(メルシー)/ディノス/ニッセン/フェリシモ/郵便局の通販ショップ(ふるさと小包等)【インターネット専業】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【テレビショッピング】QVCジャパン/ジュビターショップチャンネル/メディア・プライス(はびねすくらぶ)

【百貨店の通信販売】三越/高島屋/大丸ホームショッピング

⑥購入理由:高級・品質がいい/採れたて・新鮮/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商品/おいしい/健康のためにいい/子どもがよく飲む/家族がよく飲む/重いものを配達してもらえる/雨の日出かけずに済む/好きな時間に買い物できる/指定時間に届けてもらえる/空いた容器を回収してもらえる/定期的に送られてくる/定期的に電話・メール・DM等の案内が来る/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・信頼できる/会社が好き・信頼できる/なんとなく

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

【買うときの情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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

【購入単位】小容量1本/小容量のパック/小容量のケース/中容量1本/中容量のケース/大容量1本/大容量のケース/特大容量

【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る 【その他】保冷ボックス等を利用/同一通販会社に注文/都合のいい方法で注文/安い通販会社を探す/お店で買うこともある/送料無料になるようまとめ買い

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/ブランドの店で見て/その他店で見て/友人・知人【情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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 【最初に購入したきっかけ】カタログ・DM・メール/広告/電話が訪かかってきた/広告等を見ていたら欲しくなった/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

【R4:調査概要】

- ・調査対象: R1の回答者(全国の20～69歳の男女)のうち通販等での飲料等の購入者
- ・有効回収数: 340人(発送500人・回収率68.0%)
- ・調査方法: 「モニターリサーチシステム」を利用したFAX調査
- ・調査期間: 2010年9月3日(金)～9月8日(水)

【調査のアウトプット】

①調査報告書(A4判・約40ページ・2010年10月発行) ②集計結果表(A4判・233ページ・2010年10月発行) ③集計データ(CD-ROM)

【調査の参加・購入費用】

- ・R1～R5セット: 定価1,300,000円(税込1,365,000円)・MDBメンバー価格1,170,000円(税込1,228,500円)
- ・R4:飲料: 定価200,000円(税込210,000円)・MDBメンバー価格180,000円(税込189,000円)

※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。



株式会社日本能率協会総合研究所【お問い合わせ先】

<http://www.jmar.biz/hot/>

●東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 〒100-0004

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

(株)日本能率協会総合研究所 「生活者HOTアンケート」事務局 e-mail: <info_mlmc@jmar.co.jp>

通販利用者構造調査 2010

〔R5:食品〕食品の通販利用者実態調査

～食品の通販・宅配サービス・ネットスーパーでの購買行動を探る～
性・年代別、おとり寄せグルメ・普段使いの食品宅配の実態は？

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*1 ①通信販売・宅配サービスでの購入 ②お店（スーパー・コンビニ・デパート・八百屋・肉屋・魚屋等）での購入
- ◆食品の購買行動について ①食べ物の好みや食習慣 ②調理の分担 ③食生活の意識

II. 通販での最多購入の食品 / III. 通販での最新購入の食品

- ①品目*1:【日常品・生鮮等】野菜・農産物/米/果物/精肉・畜産品（牛肉・豚肉・鶏肉等）/畜産加工品（ハム・ソーセージ・薫製等）/乳製品（ヨーグルト・チーズ等）/鮮魚・海産物（切り身魚・冷凍シーフード・干物等）/水産加工品（明太子・かまぼこ・珍味・缶詰等）
【日常品・加工食品】冷凍食品（フライ・お弁当用等）/レトルト・缶詰・インスタント食品（カレー・スープ・シチュー等）/麺類（そば・うどん等）/乾物（干しいたけ・のり等）/漬物・佃煮/調味料/菓子・スナック菓子/デザート・スイーツ・和菓子/メニューの材料セット
【高級品・生鮮等】野菜・農産物（ブランド野菜・有機栽培等）/米（ブランド米等）/果物（高級フルーツ等）/精肉・畜産品（和牛・ブランド肉・味噌漬等）/畜産加工品（ハム・ソーセージ・薫製等）/乳製品/鮮魚・海産物（高級魚・カニ・活貝・干物等）/水産加工品
【高級品・加工食品】冷凍食品（餃子・飲茶・コロッケ等）/レトルト・缶詰・インスタント食品（カレー・スープ・シチュー等）/麺類/乾物/漬物・佃煮/調味料（地方特産品等）/菓子（有名店のもの等）/デザート・スイーツ・和菓子（有名店のもの等）/メニューの材料セット
- ②購入頻度 ③購入歴 ④満足度・継続意向
- ④購入通販チャネル:カタログ通信販売/DM通信販売/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/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/インターネットショッピング/モバイル通販/ネットオークション/生協の協同購入・個人宅配/ネットスーパー/食材の宅配サービス
- ⑤ブランド:【生産者・食品メーカーから直接】産地の生産者・農協・組合等/食品メーカー 【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/西友ネットスーパー/阪急キッチンエール/楽楽マーケット（イズミヤ）
【食材の宅配サービス】おいしくず（Oisix）/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/らでいっしゅぼーや/ワタミタクシヨク
【食品中心の通販ショップ】天野実業/かぶちゃん農園/アイケイ/トドクック/ふくや/やまやの食卓/もち吉/新潟のれん本舗/ロイズ
【総合通販】カタログハウス（通販生活）/ジェイオーディ（メルシー）/スクロール（旧ムトウ）/セシール/千趣会（バルマン等）/ディノス/ニッセン/フェリシモ/郵便局の通販ショップ（ふるさと小包等）【インターネット専業】アマゾン/ケンコーコム/ネットプライスドットコム/楽天/ヤフー
【テレビショッピング】QVCジャパン/ジュビターショップチャンネル/テレビショッピング研究所/トカ堂/日本直販/日本文化センター/メディア・ブライズ（はびねすくらぶ）【百貨店の通信販売】三越/高島屋/大丸ホームショッピング
- ⑥購入理由:高級・品質がいい/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/健康のためにいい/子どもがよく食べる/家族がよく食べる/重いものを配達してもらえる/雨の日出かけずに済む/好きな時間に買い物できる/指定時間に届けしてもらえる/空いた容器を回収してもらえる/定期的に送られてくる/定期的に電話・メール・DM等の案内が来る/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・信頼できる/会社が好き・信頼できる/なんとなく
- 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
【買うときの情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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
【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る
【その他】保冷ボックス等を利用/同一通販会社に注文/都合のいい方法で注文/安い通販会社を探す/お店で買うこともある/送料無料になるようまとめ買い/贈答用に利用/旬の時期に購入
- 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/店で見て/友人・知人/物産展等/おみやげ
【情報収集】電話問い合わせ/メール問い合わせ/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 【最初に購入したきっかけ】カタログ・DM・メール/広告/電話がかかってきた/広告等を見ていたら欲しくなった/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

〔R5:調査概要〕

- ・調査対象：R1の回答者(全国の20～69歳の男女)のうち通販等での食品の購入者
- ・有効回収数：342人（発送500人・回収率68.4%）
- ・調査方法：「モニターリサーチシステム」を利用したFAX調査
- ・調査期間：2010年9月8日(水)～9月14日(火)

【調査のアウトプット】

- ①調査報告書(A4判・約40ページ・2010年10月発行) ②集計結果表(A4判・282ページ・2010年10月発行) ③集計データ(CD-ROM)

【調査の参加・購入費用】

- ・R1～R5セット：定価1,300,000円（税込1,365,000円）・MDBメンバー価格1,170,000円（税込1,228,500円）
- ・R5:食品：定価200,000円（税込210,000円）・MDBメンバー価格180,000円（税込189,000円）

※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。



株式会社日本能率協会総合研究所【お問い合わせ先】

<http://www.jmar.biz/hot/>

●東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル2階 〒100-0004

TEL：03-6202-1287 FAX：03-6202-1294

（株）日本能率協会総合研究所 「生活者HOTアンケート」事務局 e-mail：<info_mlmc@jmar.co.jp>