

～新設・ジャドマ通販研究所からの調査レポート第三弾～ **贈り物と通販に関する消費者実態調査2013**

公益社団法人 日本通信販売協会(=JADMA、事務局・東京都中央区、佐々木迅会長、正会員509社:11月末現在)では、設立30周年を記念して、「ジャドマ通販研究所(<http://www.jadma.org/tsuhan-kenkyujo/>)」を開設し、通信販売に関する調査レポートを定期的に発表しています。このたび調査レポート第三弾として、「贈り物と通販に関する消費者実態調査」をテーマに、インターネットリサーチにて、全国の15歳～69歳の男女を対象に、2013年11月8日～11月11日の4日間で調査を行い、計1,000の有効サンプルを得ました。

～贈り物購入シーンでの通販利用実態①～ 性別・年代別の通販利用率は？

2人に1人が贈り物を通販で購入した経験あり。特に30～50代女性の通販での購入経験率が高い傾向。

通販で贈り物を購入したことがある人は全体の51.8%。贈り物でも通販が幅広く利用されていることがわかります。性・年代別にみると、特に30～50代女性の通販での購入経験率が高い傾向にあります。

～贈り物購入シーンでの通販利用実態②～ イベントごとの通販利用率は？

贈り物をしたイベントNO.1は誕生日。通販で贈り物NO.1はお歳暮。毎年贈る習慣性の高い贈り物は通販で購入？

贈り物を購入したことがある割合をイベント別にみると、最も高いのは誕生日で83.2%。贈り物を通販で購入したことがある割合が最も高いのは、お歳暮で33.5%。毎年贈る習慣性の高い贈り物は商品の選択肢が豊富な通販で購入するという傾向が見られます。

～贈り物購入シーンでの通販のメリット～ 店舗購入vs通販購入、消費者が感じているメリットとは？

「時間を気にせず」「じっくり検討できる」のが、通販で贈り物の魅力。

通販で贈り物を購入することのよい点として最も多く挙げられているのは「時間を気にせず購入できる」62.2%。以下「相手が喜びそうな商品じっくり検討できる」37.2%、「ご当地や海外のものなど近くで買えない商品が買える」32.5%と続きます。相手への気持ちをより強く込めて贈れるという理由で通販を利用している人が多いことがうかがえます。

～贈り物購入シーンでのネット活用～ ネット検索やSNSをどの程度活用している？

贈り物選びでネット検索を約半数が活用。若い女性の間でSNS活用が増加の兆し。

贈り物の購入時にインターネット検索を活用する割合は約半数(52.0%)となりました。SNSを相手の好みなどの検索に活用する割合は、全体では12.2%と低かったものの、20代女性(28.5%)や10代女性(24.1%)では高くなりました。

贈り物と通販に関する消費者実態調査2013

調査結果

～贈り物購入シーンでの通販利用実態～

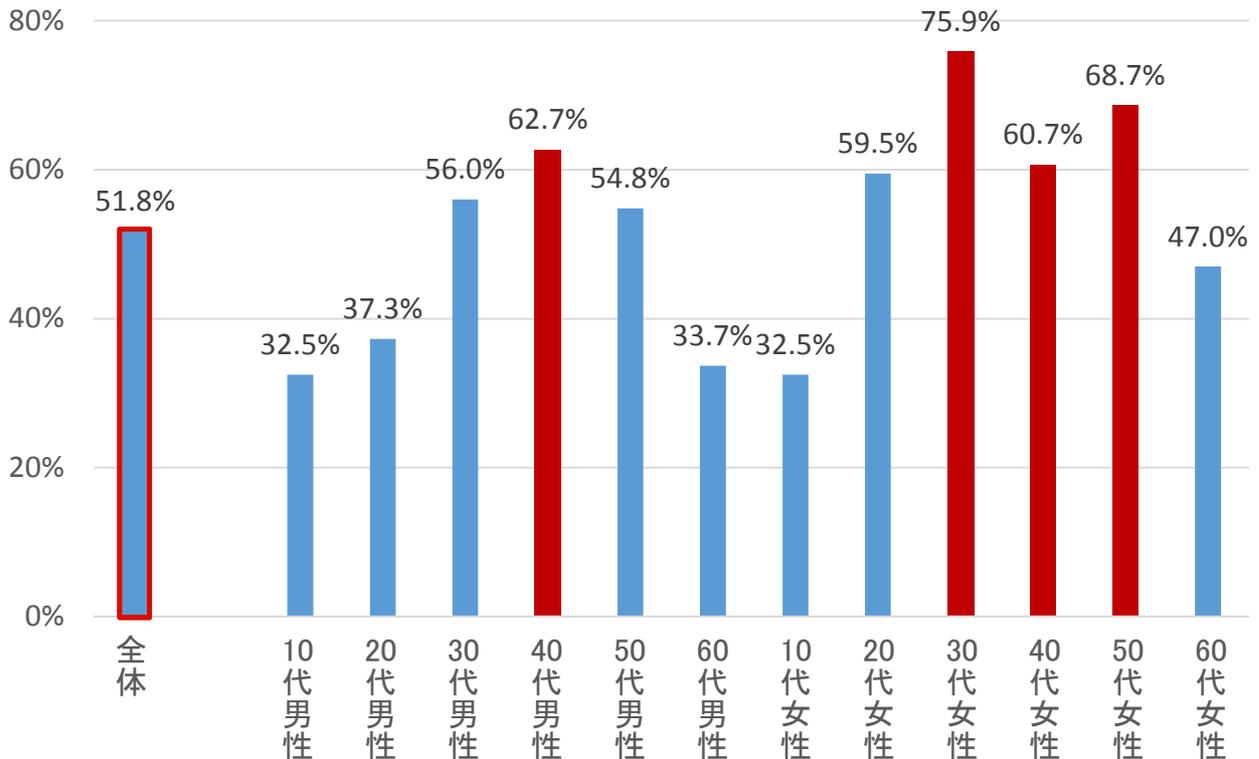
性別・年代別の通販利用率は？

“贈り物”の購入で通販を利用する人はどの程度いるのでしょうか。また、実際にどのような贈り物で通販の利用が進んでいるのでしょうか。

◆2人に1人が贈り物を通販で購入した経験あり。

全国の15歳～69歳の男女1,000名(全回答者)が贈り物を通販で購入したことがある割合をみると、2人に1人の割合(51.8%)で経験があることがわかりました。性・年代別にみると、30代女性が75.9%と最も多く、特に30～50代女性の通販での購入経験率が高い傾向にあります。また、最も低い10代男性、10代女性でも32.5%、60代男性でも33.7%となっており、通販で贈り物を購入するという行動が性・年代を問わず定着しつつあることがうかがえます。

性・年代別 通販での贈り物購入経験率



ネット通販に関する消費者実態調査2013

調査結果

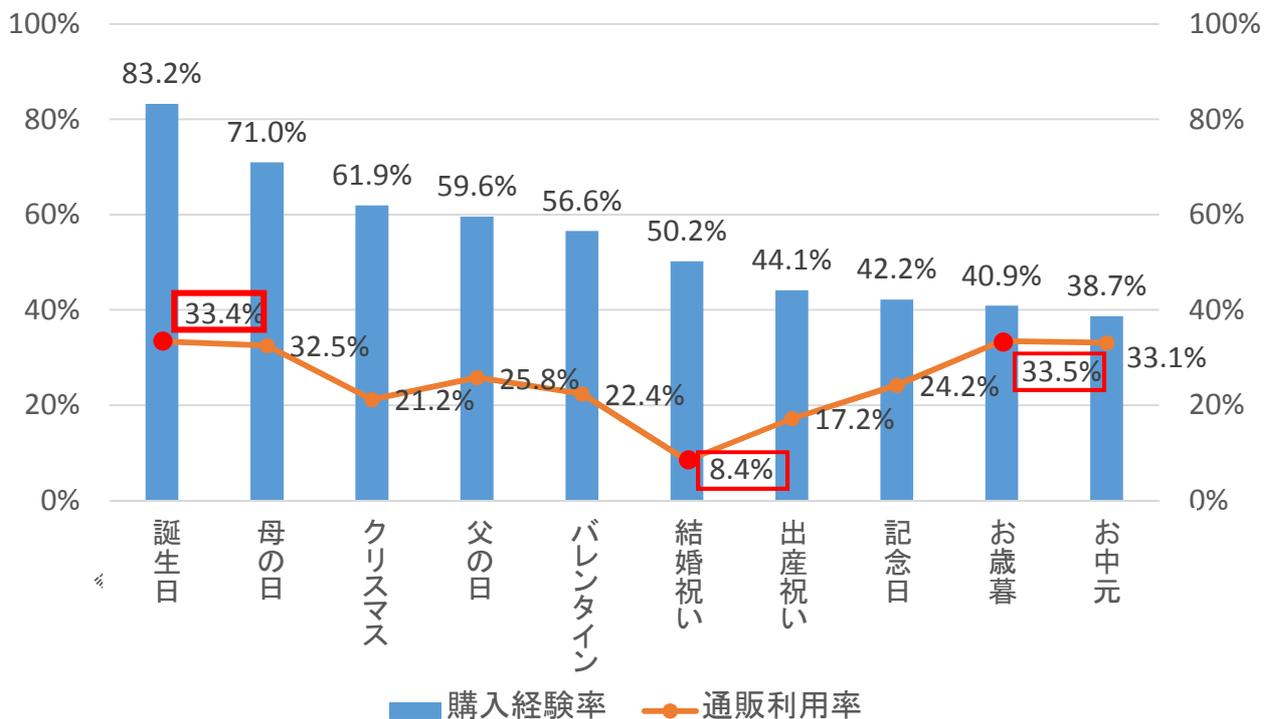
◆最も多くの方が購入したことがある贈り物は「誕生日プレゼント」。

全回答者(1,000名)に、これまでに“購入したことがある”贈り物を複数回答形式で質問したところ、「誕生日プレゼント」(83.2%)が最も高く、「母の日のプレゼント」(71.0%)、「クリスマスプレゼント」(61.9%)が続きました。

◆毎年贈る物は通販で購入？ 通販購入経験率「お歳暮・お中元」「誕生日」「母の日」で3割台。

そのうち、贈り物を通販で購入したことがある割合が最も高いのは、お歳暮で33.5%。以下、誕生日33.4%、お中元33.1%、母の日32.5%と僅差で続く一方で、結婚祝い8.4%、出産祝いは17.2%と低い傾向にあります。このように毎年贈る習慣性の高い贈り物は商品の選択肢が豊富な通販で購入し、何度もあるものではない限定感のあるイベントでの贈り物は店舗で購入するという傾向が見られます。

イベント別 通販での贈り物購入経験率



贈り物と通販に関する消費者実態調査2013

調査結果

～贈り物購入シーンでの通販のメリット～

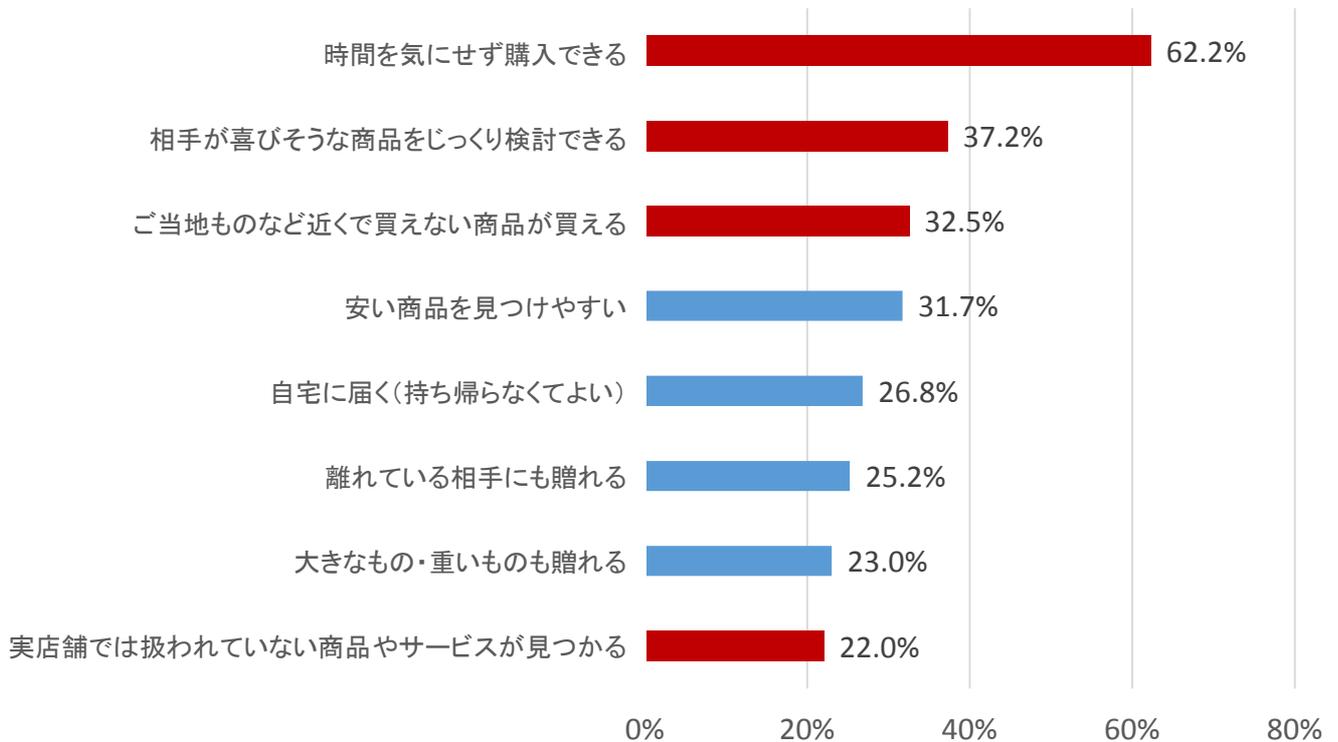
店舗購入vs通販購入、消費者が感じているメリットとは？

消費者は贈り物を通販で購入することにどのようなメリットを見出しているのでしょうか。

◆贈り物の通販購入のメリットは「時間帯が自由」「じっくり検討」「近くで買えない商品が買える」

全回答者(1,000名)に対し、贈り物を購入する際に、店舗で購入するよりも通販で購入する方が良いと感じる点を複数回答形式で質問したところ、「(深夜など)時間帯を気にせず購入できる」(62.2%)、「相手が喜びそうな商品をじっくり検討して買える」(37.2%)、「ご当地ものや海外ものなど、近くで買えない商品が買える」(32.5%)などが上位回答に挙がりました。利便性で通販を利用するだけではなく、「相手が喜ぶような商品を選ぶ時間が確保できる」「相手が喜ぶような珍しい商品を探せる」など相手への気持ちをより強く込めて贈れるという理由で通販を利用している人が多いことがうかがえます。

通販で贈り物を購入することのよい点



贈り物と通販に関する消費者実態調査2013

調査結果

～贈り物購入シーンでのネット活用～

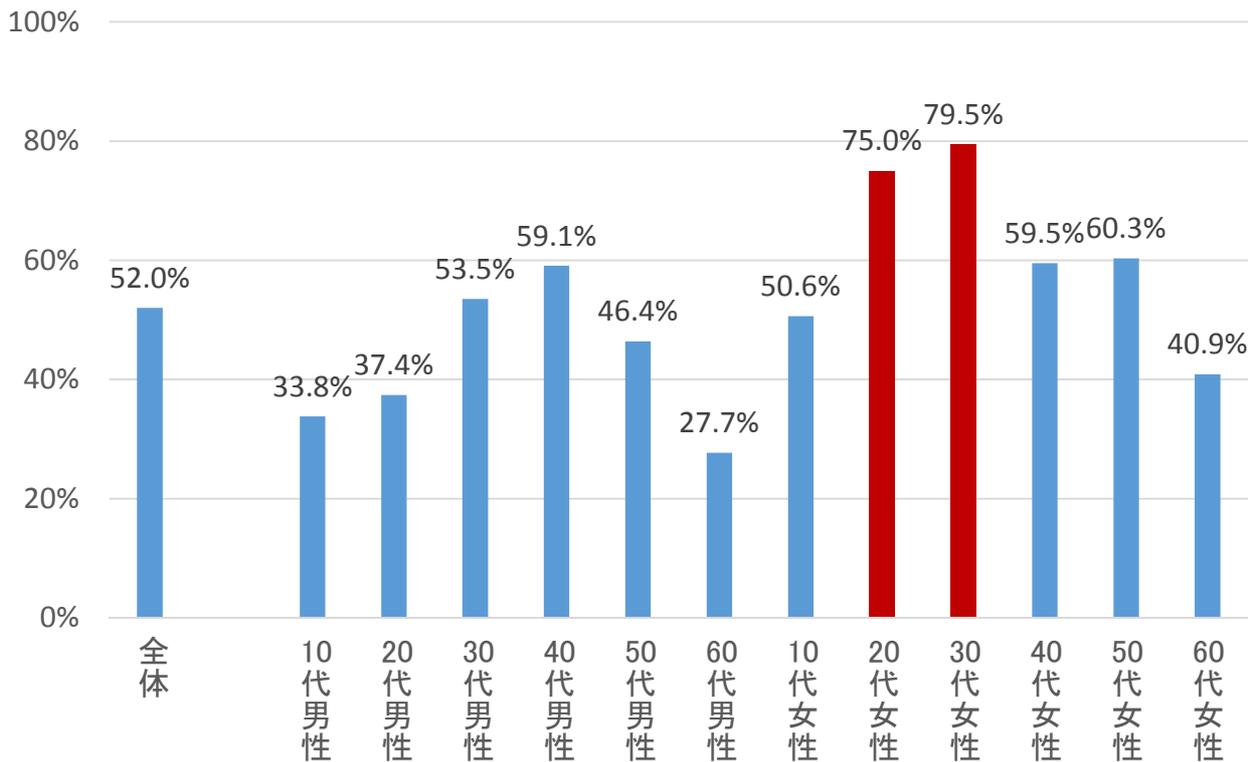
ネット検索やSNS、ネット通販をどの程度活用している？

消費者は贈り物を購入する際に、インターネット上の情報をどの程度参考にし、どの程度の人が実際に贈り物の購入にネット通販を利用しているのでしょうか。

◆贈り物選びでネット検索を約半数が活用、20代、30代女性では4人に3人以上。

全回答者1,000名に対し、《贈り物を選ぶ際、インターネットで人気商品などの検索をする》ことがあるか聞いたところ、全体の約半数(52.0%)がネット検索を『活用する』(頻繁にある+ときどきある、以下同様)と回答しました。性・年代別にみると、30代女性(79.5%)が最も高く、20代女性(75.0%)が続きました。若い女性の間では、贈り物選びにネット検索を行うのは当たり前の行動になっているようです。

性・年代別 贈り物選びでのネット検索活用率



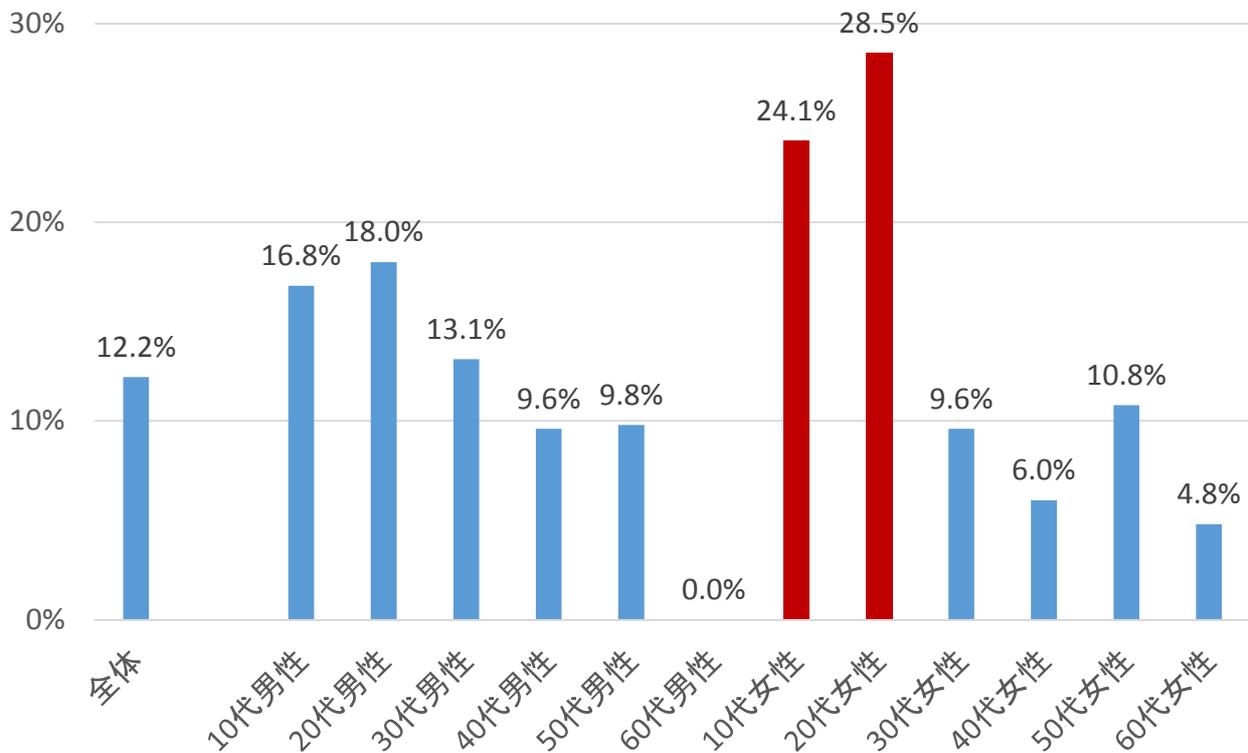
贈り物と通販に関する消費者実態調査2013

調査結果

◆「贈り物選びで相手の好みをSNSで検索」若い女性で増加の兆し。

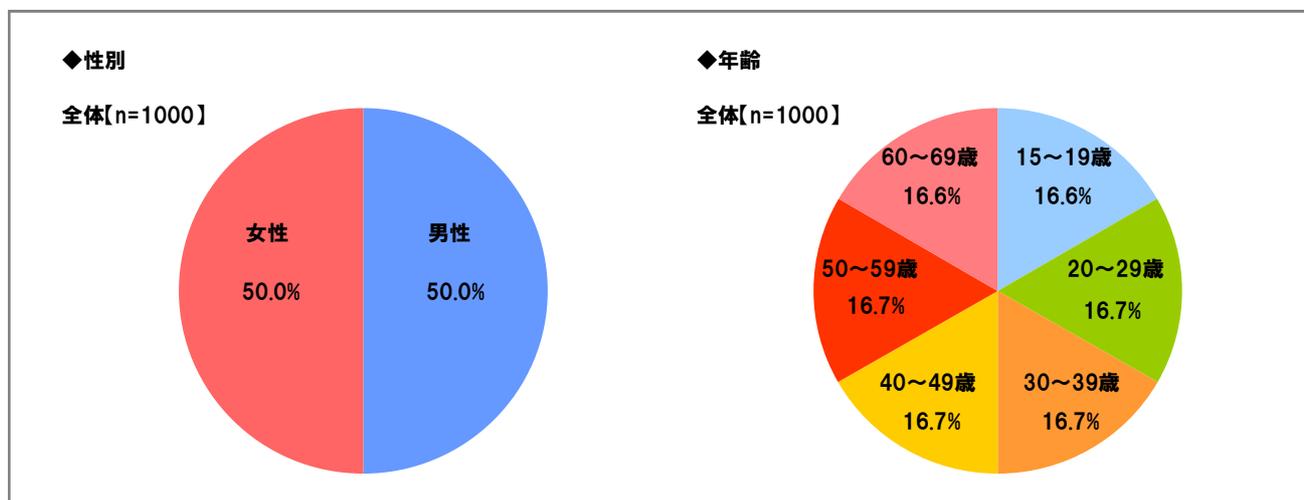
また、《贈り物を選ぶ際、SNSで相手が欲しいものなどの情報収集をする》ことがあるか聞いたところ、全体の1割強(12.2%)がSNSを『活用する』と回答しました。まだまだ一般的な行動とはいえませんが、性・年代別にみると、20代女性(28.5%)や10代女性(24.1%)での活用率が高く、今後は若い女性中心に、SNSを活用した贈り物選びの下調べが増加する兆しが見えます。

性・年代別 贈り物選びでのSNS活用率



贈り物と通販に関する消費者実態調査2013

《回答者プロフィール》



※用語の定義は、本調査内のみにおける定義です。

※本調査レポートの百分率表示は小数点第2位で四捨五入の丸め計算を行っているため、合計しても100%とならない場合がございます。また、平均値は小数点第1位で四捨五入の丸め計算を行なっているため、個別の平均値を足上げても合計の平均値と一致しない場合がございます。

《調査概要》

- ◆調査タイトル : 贈り物と通販に関する消費者実態調査
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする15歳~69歳の男女 (男性・女性 各500名、10代・20代・30代・40代・50代・60代 各166~167名)
- ◆調査期間 : 2013年11月8日~2013年11月11日の4日間
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル(有効回答から1,000サンプルを抽出)
- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

■■本調査レポートに関するお問合せ先■■

公益社団法人 日本通信販売協会(略称JADMA「ジャドマ」)
〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町3-2 リブラビル2階
Eメール: jadma@jadma.org

※本調査をご掲載される際は、「ジャドマ通販研究所 調べ」と記載頂きたく、よろしくお願い申し上げます。