

自主調査結果サマリー

ネット通販を利用したファッション購買行動

2012年 10月 15日



ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川2-20-7 TOKOHビル6F

TEL 03-3553-3737 FAX 03-3553-3494

URL <http://www.just-research.co.jp/>

(社)日本マーケティング・リサーチ協会正会員：会員番号20081



1. 調査目的 : ネット通販を利用したファッション購買行動の実態把握

2. 調査方法 : Web調査

3. 調査対象 : 全国在住の20～60代の男女で、下記の2つの条件を満たす者

- ①最近1年間にネット通販で「ファッション」を購入したことがある者
- ②最近1年間の「ファッション」購入金額が5万円以上の者

※今回の調査では「ファッション」は「洋服」「下着・インナー」「靴下・ハンカチなどの小物類」「靴」「ベルト」「バッグ・財布」として定義
(時計・アクセサリー・化粧品・香水は除外)

4. サンプルサイズ : 571s ※属性×年代別に均等割付を目標とし、以下の有効回収を得た

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	56	58	56	57	57	284
女性	59	57	58	57	56	287
合計	115	115	114	114	113	571

5. 調査期間 : 2012年 9月 21日(金)～ 25日(火)

1. ネット通販の利用状況

2～3年後にファッションに使う金額は、「リアル店舗」「ネット通販」共に1万円アップ。

◆ファッションの買い物に占める「ネット通販」の割合は金額ベースで見ると約1/3。

ネット通販を利用した購入では、「お店で気に入った商品が見つからなかったため、ネット通販で購入」した経験を持つ者が6割に上る。

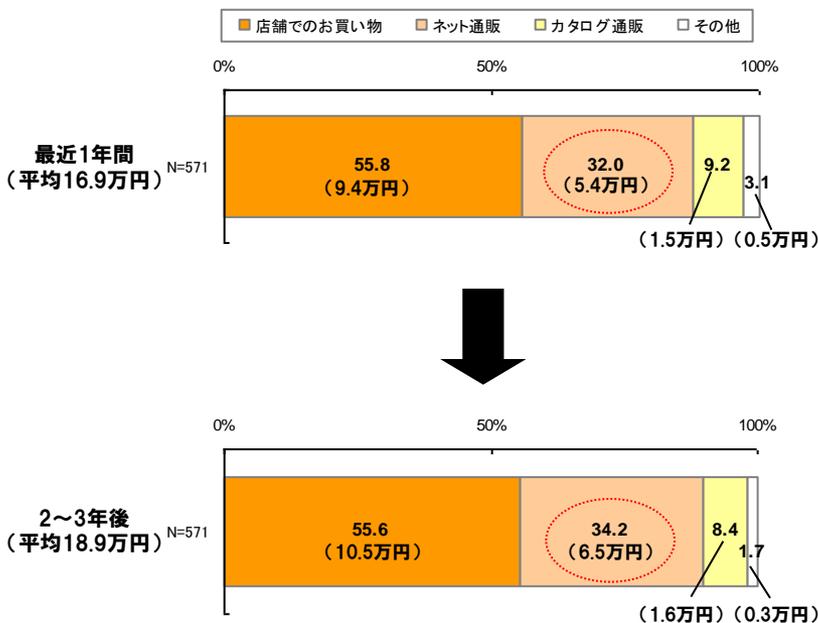
◆その他、「お店には行かないで、複数の通販サイトを見て購入」「同じ商品について、お店とネット通販を比較して安かったネット通販で購入」が5割を超える。

<ファッション購入金額チャネル別構成比>

Q. 最近1年間に【ファッション】にお使いになった金額の割合を、おおよそで教えてください。(SA)

Q. 今から2～3年後の近い将来には【ファッション】の購入方法の割合はどのようになっていると思いますか。

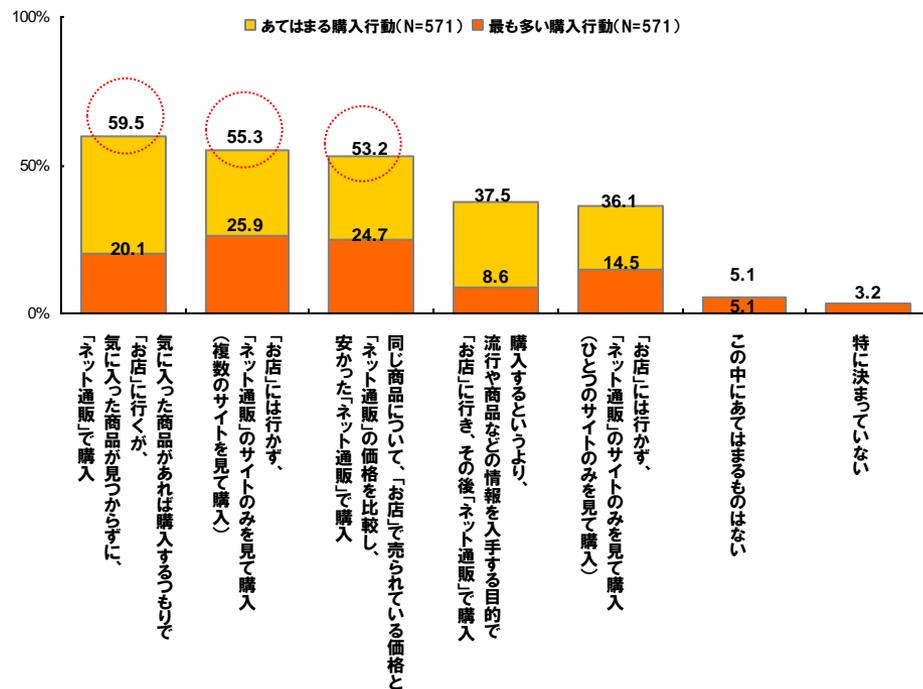
おおよそで教えてください。(SA)



<ネット通販利用時のファッション購入行動>

Q. 【ファッション】を「ネット通販」で購入する際にあてはまる行動をすべて教えてください。(MA)

Q. また、その中で最も多い行動をひとつだけ教えてください。(SA)



※各調査対象者ごとにファッション購入金額と各チャネルの構成比からチャネル別の購入金額を算出。

2. ネット通販購入アイテム・利用通販サイト

ネット通販での購入アイテムは、「Tシャツ・ポロシャツ類」「下着・インナー」「バッグ・財布」がトップ3。

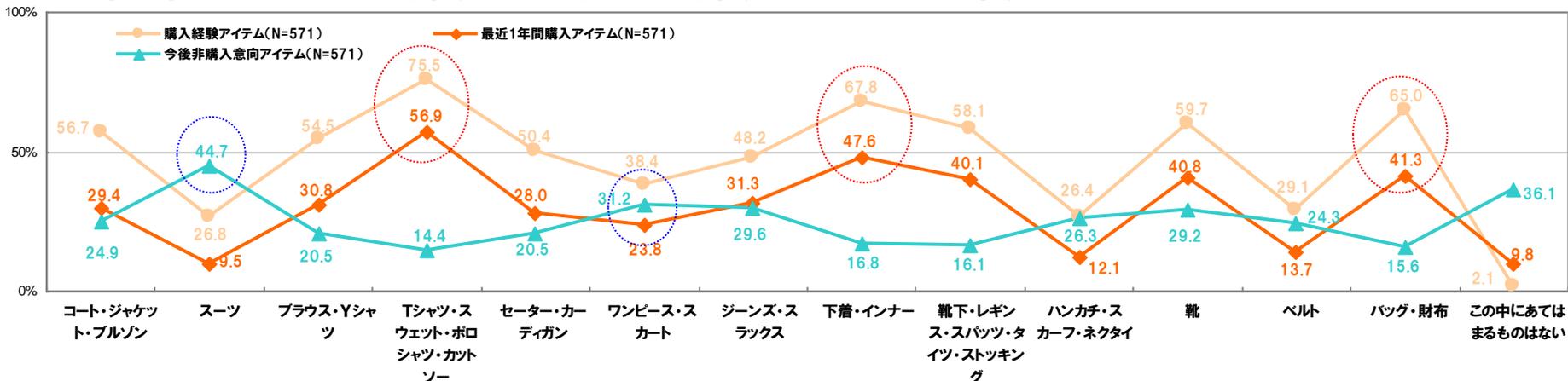
◆一方、今後購入しようとは思わないアイテムとしては、「スーツ」「ワンピース・スカート」などが目立っている。

利用通販サイトは、「楽天市場」がトップ。これに「アマゾン」、「ヤフーショッピング」が続く。

◆上位3サイト以外では、「ニッセン」「セシール」「ベルメゾン」といったカタログ通販業者が運営しているネット通販サイトが高め。また、最近1年間に「ブランド直営サイトや衣料品チェーン店の通販サイト」を利用した者も2割見られる。

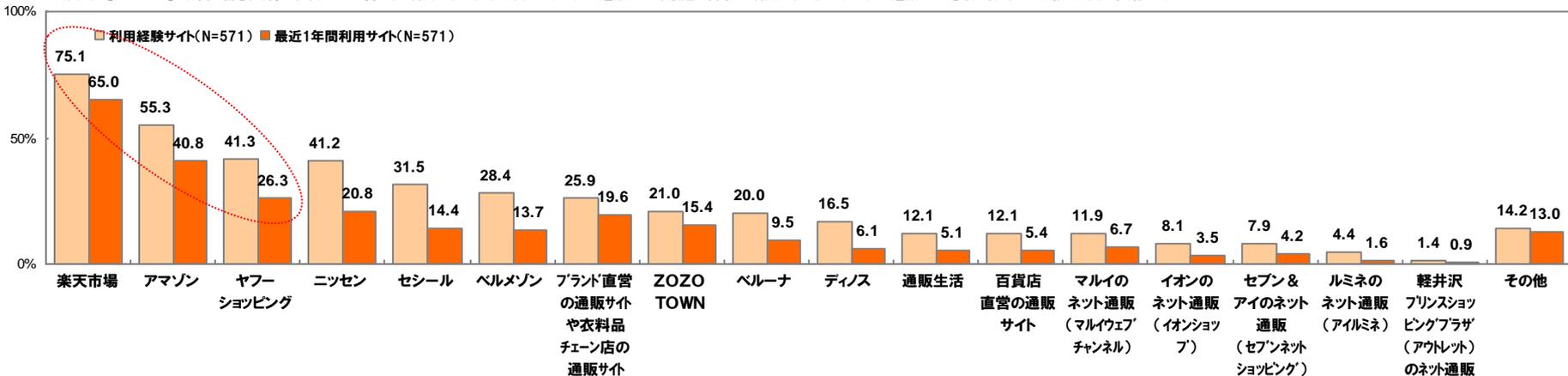
<購入経験アイテム・最近1年間購入アイテム・今後非購入意向アイテム>

Q. 以下の【ファッション】ジャンルの中から、今までに一度でも「ネット通販」で購入したことがあるもの、最近1年間に「ネット通販」で購入したことがあるもの、今後(も)「ネット通販」で購入しようとは思わないものをそれぞれすべて教えてください。(各MA)



<利用経験サイト・最近1年間利用サイト>

Q. あなたが【ファッション】のお買い物をする際に、今までに一度でもご利用になったことのあるインターネット通販サイト、最近1年間にご利用になったインターネット通販サイトをそれぞれすべて教えてください。(各MA)



3. ネット通販とリアル店舗のイメージ比較/リアル店舗への来店を促進するサービス

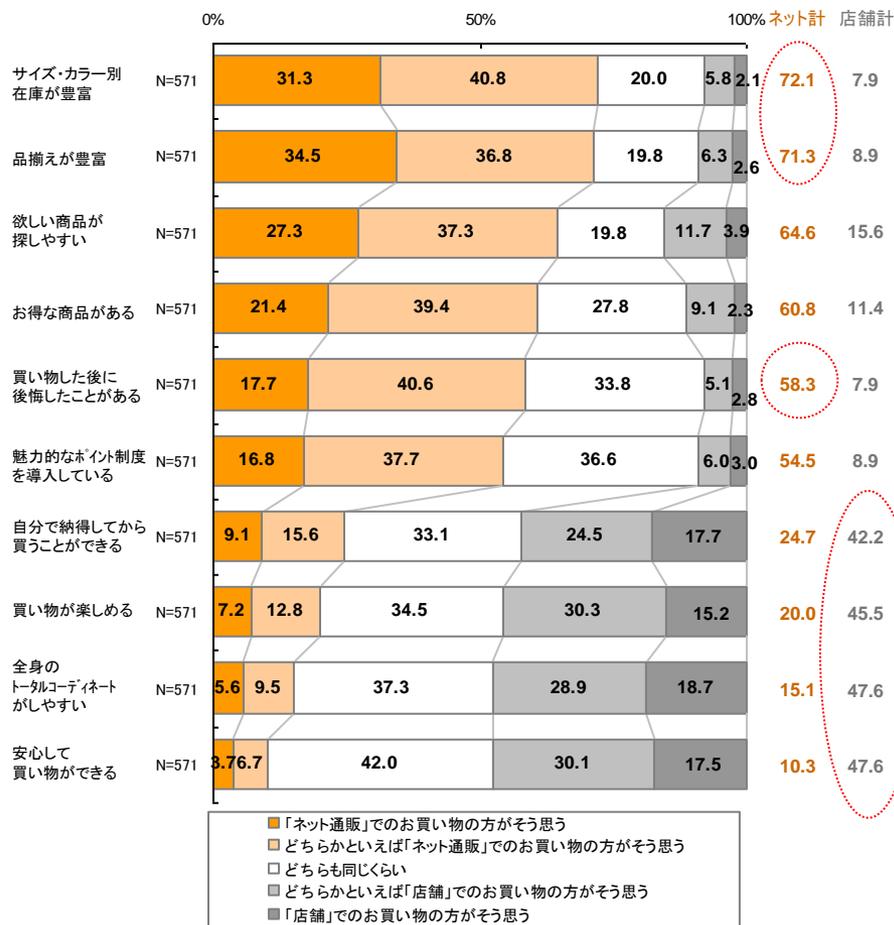
ネット通販利用者は、「サイズやカラー別の在庫」や「品揃え」が豊富といった部分でネット通販を評価している様子だが、一方で「買い物をした後に後悔したことがある」といった意見も目立つ。

◆「自分で納得してから買うことができる」「安心して買い物ができる」などといった点では、リアル店舗の評価がネット通販を上回っている。

リアル店舗への来店を促進するサービスでは、「魅力的なセール・バーゲン」や「商品のサイズ直し無料」といった価格サービスと共に「店員の接客態度の良さ」といった人的サービスも多くの人に挙げられている。

<ネット通販とリアル店舗のイメージ比較>

Q. 以下の項目に関して、「ネット通販」と「店舗」どちらにより当てはまりますか。(各SA)



<リアル店舗への来店を促進するサービス>

Q. 【ファッション】のお店で以下のサービスが行われているとしたら、お買い物したいという気持ちがどれくらい強まりますか。(各SA)

