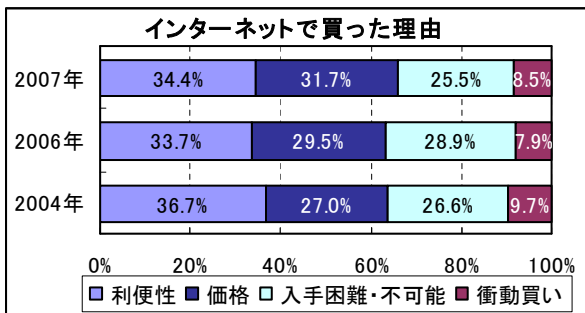


インターネットでショッピング

インターネットショッピングが登場して約10年が経過しました。市場規模の拡大はやや落ち着きを見せていますが、携帯電話からの利用増加など、まだまだ成長の余地はあります。

インターネットで買う理由

富士通総研が昨年行った調査によりますと、インターネットで買う理由は、「利便性(34.4%)」「価格(31.7%)」「入手困難・不可能(25.5%)」などとなっています。価格に関しては、調査のたびに割合が増加しており、利用者の価格志向が高まってきていることがわかります。このことは、商品の価格を簡単に比較することができるWebサイトの人気に裏付けていると言えます。



どんな商品を買うの？

では、ネットショップでどのような商品を購入するのでしょうか。

- 第1位「書籍・雑誌」(55.3%)
- 第2位「衣類・靴・バッグ・アクセサリー」(49.8%)
- 第3位「音楽CD・ビデオ・DVD」(39.5%)
- 第4位「ホテル・航空券・旅行」(33.5%)
- 第5位「健康食品・サプリ」(33.4%)
- 第6位「化粧品・美容用品」(32.5%)

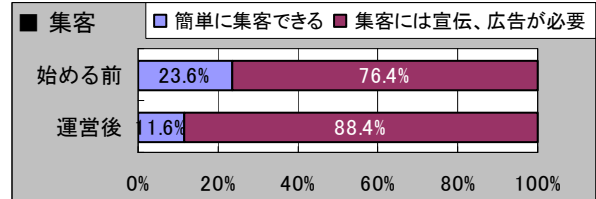
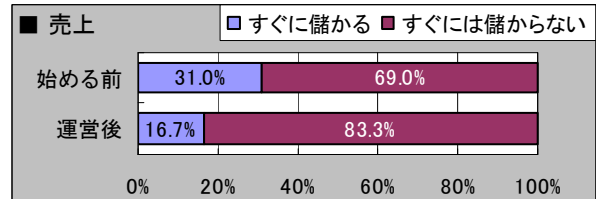
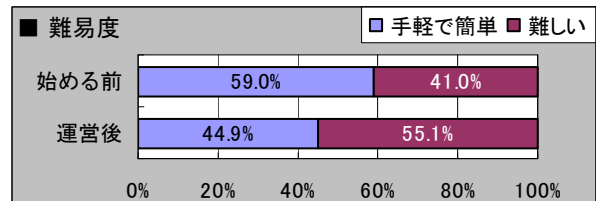
※富士通総研 2007年調査

書籍や音楽CDなどに関しては、現実の店舗では販売スペースの関係や売れ筋ではない等の理由で在庫しておけないような希少な商品をネットで買い求めるケースが多いようです(AIT通信第5号ロングテイルの項を参照)。

経営者の立場でのネットショップ

では、経営者の意見はどうでしょうか。

株式会社Eストアーが2007年5月に行った調査では、以下のようになっています。



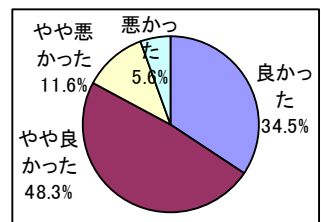
楽観してネットショップを始める人は少ないようですが、運営していくのは想像以上に厳しいようです。

また、成功に必要な知識は？との問いでは、「Webの知識(54.4%)」よりも「商売やマーケティングの知識(67.0%)」との答えの方が多かったそうです。

ネットショップも現実の店舗も、成功する秘訣は変わらないようです。

最後に、インターネットショップを運営、出店してみても感想は？との質問。

「良かった(34.5%)」「やや良かった(48.3%)」と、合計82.8%がインターネットショップを運営、出店して良かったと思っています。



※ AIT通信のバックナンバーは、本宮会計センターのホームページからご覧いただけます。

<http://www.motomiya-mcs.jp/>

編集後記 私もインターネットショップはよく利用します。主に購入するのは書籍、CD、パソコン部品。それぞれ利用する理由が違います。書籍は利便性、CDは希少品の購入、パソコン部品は価格(安さ)。最初のうちは現金引換を利用していましたが、利用し慣れたショップではクレジットカードで支払うことが多くなりました。注文確認や発送お知らせ等をまめに行ってくれるショップは次も利用したくなります。便利でお得な買物ができる時代になりました。(本田)