



Jストリームは、オンラインショッピングに関するユーザー動向調査を実施

～ 現状の掲載情報では十分でないと感じたことがあるユーザーがほぼ半数 ～

【調査の背景】

2010年、日本のBtoC向けEコマース市場規模は、前年比16.3%超の7.8兆円となり(※1)、2015年には約11.8兆円との予測がされています(※2)。Jストリームでは、今後も市場規模の拡大が予想されているオンラインショッピングと、オンラインショッピングサイトの動画に求められる役割に関し、ネットユーザーの利用動向調査を実施しました。

■調査結果概要

◆今のオンラインショッピングサイトの情報では十分でないと感じたことがあるユーザーがほぼ半数

・「掲載されている情報だけで、購入すべきか判断できなかった」とあると回答したユーザーは、49.1%と約半数を占める。次いで、「探している商品が見つけれない、見つけにくい」と感じたことがある(35.8%)、「製品の写真がない／十分ではなかった」と感じたことがある(30.9%)と続いた。

◆約半数がオンラインショッピングサイトで動画を視聴すると回答。動画を通じ深い商品理解を求める。

・動画を視聴したことが「ある」は8.5%。サイトに動画があれば視聴したいかという質問に、見たいと回答したユーザーは52.2%。

・オンラインショッピングサイトにユーザーが求める動画は、「製品の特長を解説したビデオ」(50.4%)や「使い方を説明したビデオ」(50.2%)が上位に挙げられた。

・オンラインショッピングサイトにおける動画コンテンツの役割として、「商品の理解が深まると思う」と6割近くが回答。

・購入の際に動画があると参考になりそうな商品として特に多く選ばれたのは、「家電製品・AV機器」や、「衣料品」・「靴・バックなど衣類小物、装飾品など」のアパレル関連商品。

注: ※1)2011年6月経済産業省発表資料より

※2)2010年12月野村総合研究所[東京・千代田区]発表資料より

<調査概要>

【調査対象】2011年4月1日～4月5日に、マイボイスコム株式会社によって実施された調査で、過去1年間において「オンラインショッピングの利用経験がある」と回答した人

【調査方法】パソコン端末によるインターネットリサーチ

【調査時期】2011年12月12日(月)～12月14日(水)

【調査地域】全国

【有効回答数】1,000件(性年代別に各125件を均等割付)

※注: 本調査は、インターネット調査のため、インターネットを使わない人々を含む、生活者全体の傾向とは異なる場合があります。

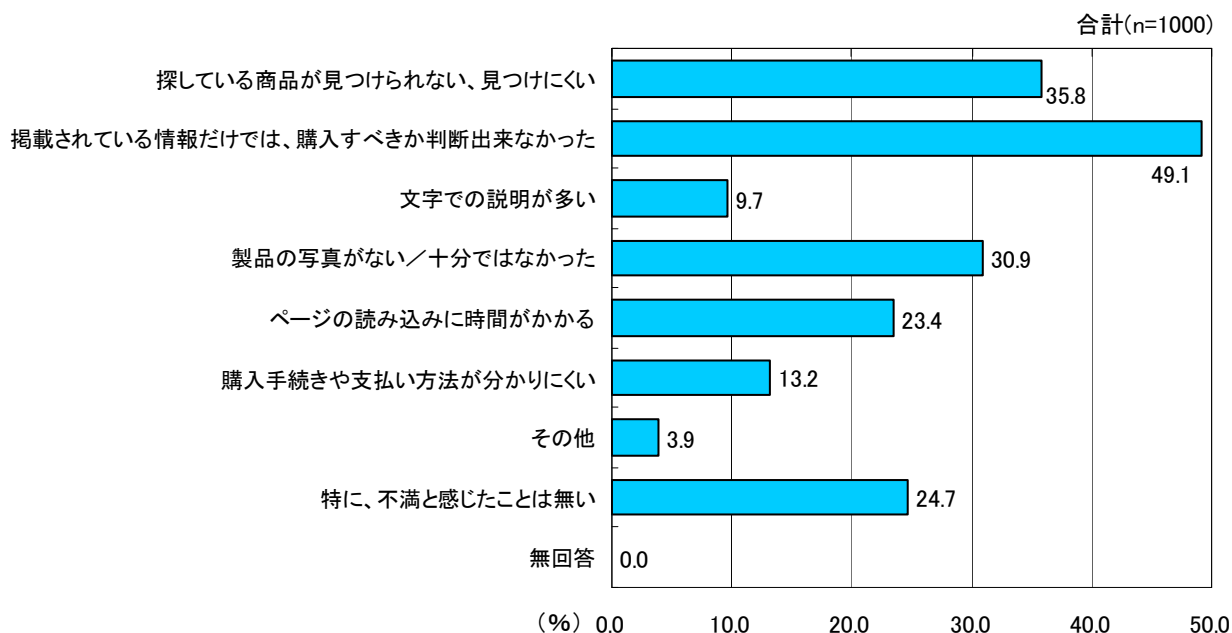
調査データ ※%は少数第二位で四捨五入。

■利用時のユーザーの不満について

ユーザーがオンラインショッピングの不満として、「掲載されている情報だけでは、購入すべきか判断ができなかった」という回答は 49.1%と約半数。そのほか、「探している商品が見つけれられない、見つけにくい」が 35.8%、「製品の写真がない／十分ではなかった」が 30.9%と続いた。

また、「不満を抱えたユーザーがとる行動」のトップ事項を性・年代別に見ると、女性20代「オンラインでの購入をやめ、店舗に行くことにした」(22.4%)、女性30代「購入後に返品しようと考えたことがある」(21.6%)、女性40代「購入前に電話、メールなどで問い合わせをしたことがある」(16.8%)、女性50代以上「購入後に返品したことがある」(13.6%)、男性では全世代で「別のオンラインショッピングで購入した」(男性20代21.6%、同30代25.6%、同40代28.8%、同50代以上20.0%)という回答結果となった。

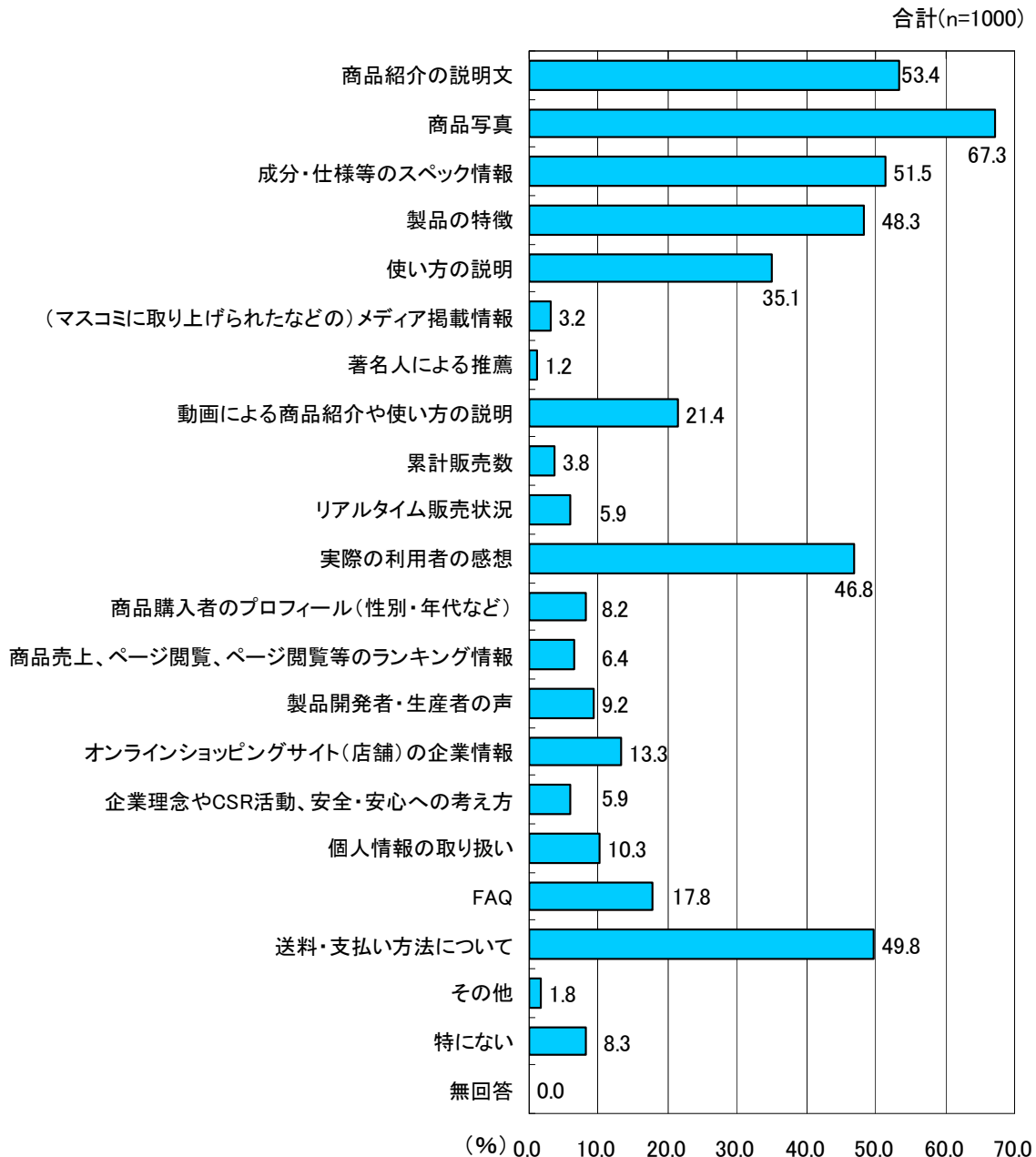
Q. これまでオンラインショッピングを利用した際、以下の点で不満と感じたことはありますか



■購入検討に役立つ情報について

オンラインショッピングサイトにあると役立つ情報としてユーザーが考えているものは、「商品写真」が 67.3% でトップ。次いで、「商品紹介の説明文」が 53.4%、「成分・仕様等のスペック情報」が 51.5%、「送料・支払方法について」が 49.8%、「製品の特長」は 48.3%の順であった。また、「動画による商品紹介や使い方の説明」については、21.4%が購入検討に際して役立つと回答。

Q. オンラインショッピングサイトに、どんな情報が充実していると、購入検討の際に役立つと思いますか

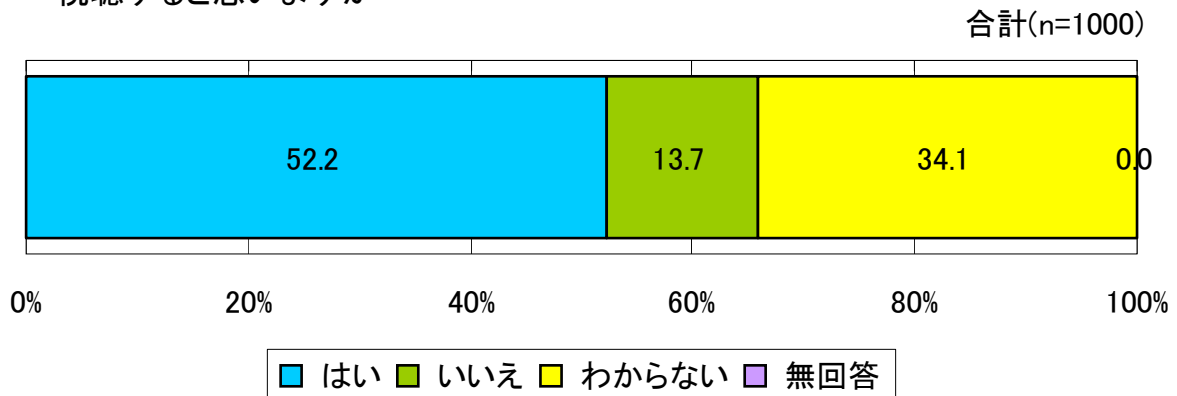


■オンラインショッピングサイトにおける動画視聴

オンラインショッピングサイトでの動画視聴経験は、「ある」は8.5%、「ない」は81.7%、「わからない」は9.8%という結果だった。

また、別の質問では、オンラインショッピングサイトに動画コンテンツがあった場合の視聴意向については、「はい」が52.2%、「いいえ」が13.7%、「わからない」が34.1%、と動画を視聴する意向があるユーザーが半数以上を占めた。

Q. オンラインショッピングサイトで製品・商品説明等の動画コンテンツがあったら、視聴すると思いますか

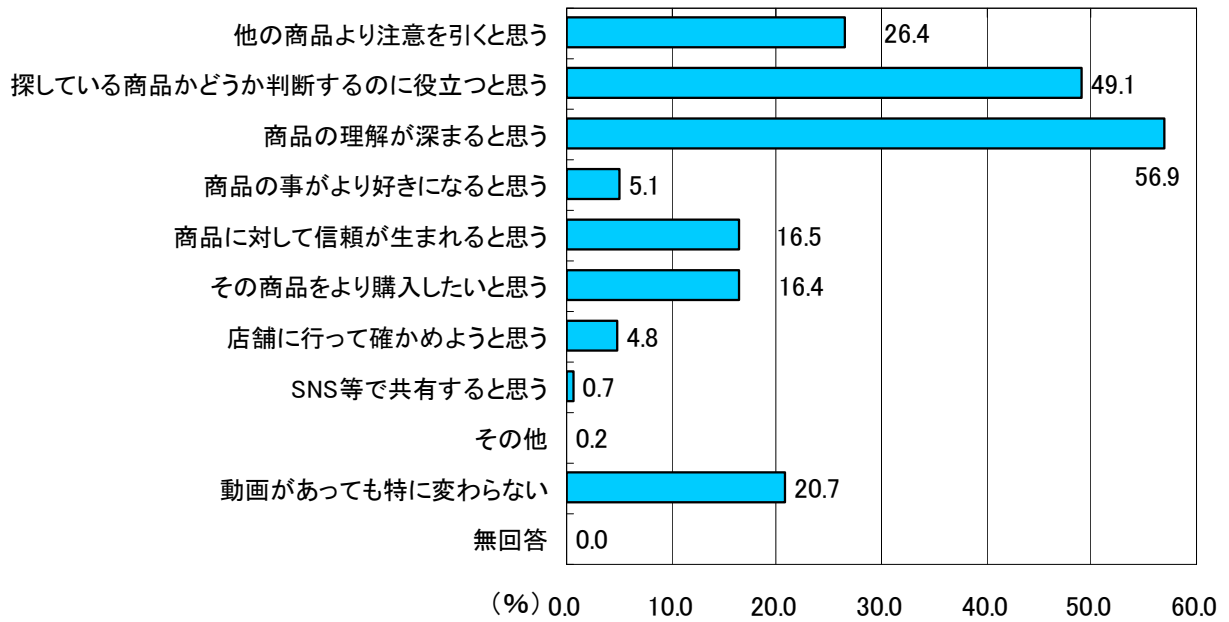


■購入検討に役立つ動画情報の要素について

オンラインショッピングサイトにあるとよいと思う動画のジャンルとしては、「製品の特長を解説したビデオ」(50.4%)、「使い方を説明したビデオ」(50.2%)とそれぞれ半数の回答を得た。また、別の質問では、オンラインショッピングサイトでの動画コンテンツの役割として、「商品の理解が深まると思う」(56.9%)、「探している商品かどうか判断するのに役立つと思う」(49.1%)が上位に挙げられた。また、商品別に動画情報の希望有無を質問したところ、「家電製品・AV 機器」(38.3%)、「衣料品」(35.5%)、「靴・バックなど衣類小物、装飾品など」(29.5%)が上位3つに挙げられた。

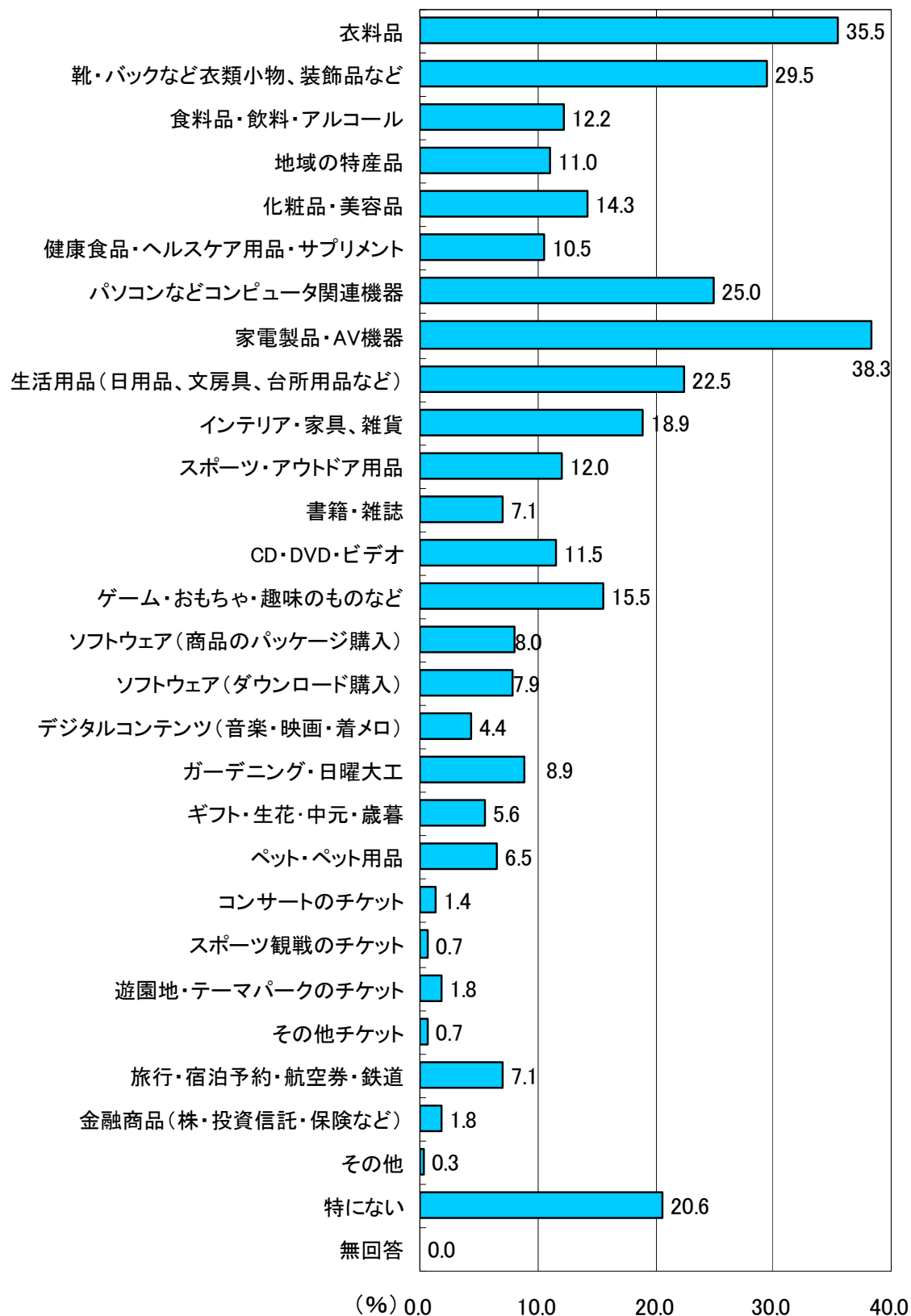
Q. オンラインショッピングサイトにおける動画コンテンツの役割で、
該当するものにチェックしてください

合計(n=1000)



Q. どのような商品を購入する際、動画があればよいと思いますか

合計(n=1000)



<質問項目>

- Q1 あなたは、1年以内にパソコンまたは携帯電話、スマートフォン、タブレット端末からオンラインショッピング(通信販売)を利用しましたか
- Q2 これまでオンラインショッピングを利用した際、以下の点で不満と感じたことはありますか
- Q3 オンラインショッピングサイトの情報量の不足が原因で、以下の様な事をした事がありますか
- Q4 オンラインショッピングサイトに、どんな情報が充実していると、購入検討の際に役立つと思いますか
- Q5 オンラインショッピングする際、どの機器を利用しますか
- Q6 オンラインショッピングサイトで製品・商品説明等の動画コンテンツがあったら、視聴すると思いますか
- Q7 オンラインショッピングサイト上にどんなジャンルの動画コンテンツがあればよいと思いますか
- Q8 どんな商品を購入する際、動画があればよいと思います
- Q9 オンラインショッピングサイトにおける動画コンテンツの役割で、該当するものにチェックしてください
- Q10 これまで、オンラインショッピングサイトを利用した際、動画を視聴した事はありますか
- Q11 ご自身が登録されている mixi、Facebook などの SNS サイト上で共有されたコンテンツで、以下のものを見ることはありますか

※ 調査内容の引用・転載に際しては、末尾に記載の問合わせ先までご連絡ください。なお、引用・転載とあわせて出典の明記をお願いします。

■株式会社Jストリームについて

社名(商号) : 株式会社Jストリーム (マザーズ:4308)

英文社名 : J-Stream Inc

設立 : 1997年5月

資本金 : 21億8,237万円(2011年9月末現在)

代表者 : 代表取締役会長兼社長 白石 清(しらいし きよし)

本社 : 〒105-0014 東京都港区芝 2-5-6 芝 256 スクエアビル 6階

Tel: 03-5765-7000 Fax: 03-5765-3520

西日本営業所 : 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島 2-1-31 京阪堂島ビル 5階

Tel: 06-4796-6160 Fax: 06-4796-6166

URL : <http://www.stream.co.jp/>

事業内容:

- (1) インターネットを利用した画像データ・音声データの提供サービス業
- (2) インターネットを利用した会員情報管理、商取引、決済処理に関する業務の受託
- (3) テレビ番組、音声・映像ソフト等のデジタルコンテンツ、出版物の企画・制作及び販売業
- (4) コンピュータに関するハードウェア・ソフトウェアの開発・販売
- (5) インターネットを利用した各種情報提供サービス業
- (6) インターネットに関する技術指導・コンサルテーション
- (7) 広告代理店業

■本件に関する報道関係お問合わせ先

株式会社Jストリーム 営業本部 営業企画部 担当:久保田、京ヶ島

TEL: 03-5765-7749

Email用コンタクトURL: <http://www.stream.co.jp/contact/pr/privacy/>