

「Yahoo!ショッピング」調べ、お中元に関するアンケート結果 ～ 30代の4割以上がインターネットショッピングでお中元の購入 を予定、 お中元や帰省みやげのインターネット需要が定着 ～

2007年6月5日

ヤフー株式会社

「Yahoo!ショッピング」調べ、お中元に関するアンケート結果

～ 30代の4割以上がインターネットショッピングでお中元の購入を予定、
お中元や帰省みやげのインターネット需要が定着 ～

「Yahoo!ショッピング」のアドレス <http://shopping.yahoo.co.jp/>

Yahoo!ショッピング お中元特集のアドレス
<http://contents.shopping.yahoo.co.jp/event/summergift/>

Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社は、「Yahoo!リサーチ・モニター」のうち、全国の20歳以上の男女1175人を対象に、5月17日から5月21日にかけて、お中元に関するアンケートを実施しました。

このアンケートの結果によると、インターネットショッピングは利便性や魅力的な品ぞろえなどから消費者の心をつかみ、百貨店やスーパーと並びお中元の購入先として定着していると言えます。インターネットで今年のお中元の購入を予定している人の半数近くが「ほぼ毎年インターネットで購入している」と回答しており、インターネットショッピングの利用は年々浸透しつつあります。

また、お中元向けの商品を自宅用や帰省みやげにも購入するといった自家消費の用途も増えているようです。

インターネットショッピングでお中元を購入する際に重視している点として、「相手にとって珍しい、手に入りにくい商品か」が最も多くなっていました。これは「もらってうれしいお中元」の要素の上位「珍しい、入手困難なもの」と一致することから、今後お中元などのギフト購

入において、品ぞろえの豊富なインターネットショッピングの需要がさらに拡大すると予想されます。実際に、昨年は、ブランド肉や地元でしか買えない産地直送グルメが人気ランキングの上位となっており、今年はさらにその傾向が強くなると考えられます。

「Yahoo!ショッピング」では、今回のアンケート結果でも人気を集めた産地直送グルメやスイーツなど、お中元や夏のギフトに最適な商品を集めた特集企画お中元特集を本日から8月15日まで展開します。

<調査概要>

調査期間：2007年5月17日～5月21日

調査対象：Yahoo!リサーチ・モニター（全国の20歳以上の男女※学生を除く）

調査方法：ウェブ上でのアンケート

のべ回答者数：1175人

男女比：男性684人（58.2%）、女性491人（41.8%）

世代別構成比：

20代－17.4%、30代－25.5%、40代－23.1%、50代－20.9%、60歳以上－13.0%

<調査結果>

◆回答者のうち64.7%は今年お中元の購入を予定しており、その購入予定先としては、インターネットショッピングが31.1%と百貨店の次に多くなっています。特に30代は、4割以上がインターネットショッピングでお中元の購入を予定しており、この世代のインターネット利用への関心の高さがうかがえます。

◆今年のお中元の購入予定先としてインターネットショッピングをあげている方のうち、今年はいじめてインターネットでの購入を検討していると回答した方は約2割にものぼりました。また、ほぼ毎年インターネットで購入していると回答した方は45.3%と半数近くになり、インターネットの利用が定着していると言えます。

◆お中元向けの商品を自宅用にも買ったことがあると回答した方は全体の4割近くにのぼり、贈答目的だけではなく自家消費目的での購入も増えていることがうかがえます。

◆もらってうれしいお中元は、「珍しい、あるいは入手が難しい商品」（41.3%）がトップで、次いで「特定のお店でしか売っていない商品」（29.6%）と、希少性のある商品への関心が高まっています。

◆インターネットでお中元を購入するようになってから変わったこととしては、「買いに行く手間がはぶけて楽になった」（64.4%）、「商品の選択肢がかなり広がった」（51.9%）、「今まで現地に行かないと購入できなかった産地直送品などを贈るようになった」（38.0%）という回答が上位を占めており、利便性や商品のバリエーションを重視する消費者意識や現在の消費行動の特性にあったインターネットショッピング市場のさらなる拡大が期待できそうです。

以下、集計結果の詳細です。

結果1：お中元を贈ったことがありますか？

毎年贈っている－38.7%

ときどき贈っている－17.8%

あまり贈ったことはない－18.6%

贈ったことはない－24.9%

結果2：今年のお中元の購入予定場所（複数回答可）

※今年お中元を贈る予定の人のみ回答

- 1位 百貨店－48.7%
- 2位 インターネットショッピング－31.1%
- 3位 スーパー－17.9%
- 4位 専門店（老舗、有名店）－16.5%
- 5位 量販店（百貨店、専門店、スーパーを除く）－14.1%

結果3：お中元を贈る相手は？（複数回答可）

※今年インターネットで購入予定の人のみ回答

- 1位 親類－54.1%
- 2位 両親－50.1%
- 3位 友だち、同僚－28.3%
- 4位 上司－24.3%
- 5位 恩師、先輩－23.2%

結果4：お中元の購入にインターネットショッピングを利用している頻度

※今年インターネットで購入予定の方のみ回答

- ほぼ毎年利用している－45.3%
- いいものが見つかったときだけ利用している－34.8%
- 今まで経験がなかったが今年は利用しようと思っている－19.9%

結果5：お中元の購入にインターネットショッピングを利用して感じる変化（複数回答可）

※インターネットでお中元を購入したことがある人のみ回答

- 1位 買いに行く手間がはぶけて楽になった－64.4%
- 2位 商品の選択肢がかなり広がった－51.9%
- 3位 今まで現地に行かないと購入できなかった産地直送品などを贈るようになった－38.0%
- 4位 気に入った商品があったら、自宅用に商品を購入するようになった－36.1%
- 5位 帰省時のお土産用としてなどお中元とは違う目的で購入するようになった－13.5%

結果6：これまでにもらってうれしかったお中元（複数回答可）

- 1位 アルコール類－28.5%
- 2位 産直グルメ－27.9%
- 3位 カタログギフト－18.3%
- 4位 洗剤、せっけん－16.3%
- 5位 洋菓子－16.2%

結果7：もらってうれしいお中元はどのようなものか（複数回答可）

- 1位 珍しい、あるいは入手が難しい商品－41.3%
- 2位 特定のお店でしか売っていない商品－29.6%
- 3位 鮮度がよい商品－26.6%
- 4位 老舗の専門店の商品－22.6%
- 5位 ランキングやクチコミで評判のよい商品－22.1%
- 5位 健康によい商品－22.1%

結果8：インターネットでお中元を購入するときに重視しているポイント（複数回答可）

※インターネットでお中元を購入したことがある人のみ回答

- 1位 送料－55.3%
- 2位 相手にとって珍しい/入手しにくい商品かどうか－32.7%
- 3位 贈り物としての高級感があるかどうか－27.4%

4位 ランキングやクチコミで評判のよい商品であるかどうか－26.9%

5位 支払い方法－26.0%

結果9：お中元など季節ギフトを自分用や自宅用に購入したことはあるか（複数回答可）

自分や自宅用にギフト商品を購入したことがある－40.3%

買ったことはない－59.7%

※買ったことがあると回答した人の購入先

1位 百貨店－40.5%

2位 インターネットショッピング－38.5%

3位 専門店（老舗・有名店）－19.6%

4位 カタログショッピング－16.4%

5位 スーパー－10.9%

【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部/JASDAQ、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4746万人のユニークカスタマー数（※1）と、1日14億1000万ページビュー（※2）のアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイルなど多くのサービスを提供しています。

（※1）2007年4月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率87.7%、職場からの視聴率92.2%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約5393万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。

（※2）ページビューは、従来ウェブサーバーからの配信回数を計測した値を採用していましたが、2007年3月からブラウザでの表示回数をCSCにより計測した値を採用しています。