

ECプロモーション別 消費行動調査

2016年 10月 25日
株式会社ジャストシステム

ECプロモーション別 消費行動調査

- 調査期間 : 2016年10月14日（金）
- 調査対象 : 直近1年間に、ECサイトでファッションアイテムを購入した20～50代の男女1,110名

- ※ 調査方法は、株式会社ジャストシステムのセルフ型ネットリサーチ「Fastask（ファストアスク）」でのアンケート調査。
- ※ 本調査結果に記載された会社名、サービス名等は各社の登録商標もしくは商標です。

回答者属性 (n=1,110)

性別

	n	男性	女性
総数	1110	554	556
(%)	100.0%	49.9%	50.1%

年齢

	n	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳
総数	1110	278	276	278	278
(%)	100.0%	25.0%	24.9%	25.0%	25.0%

地域

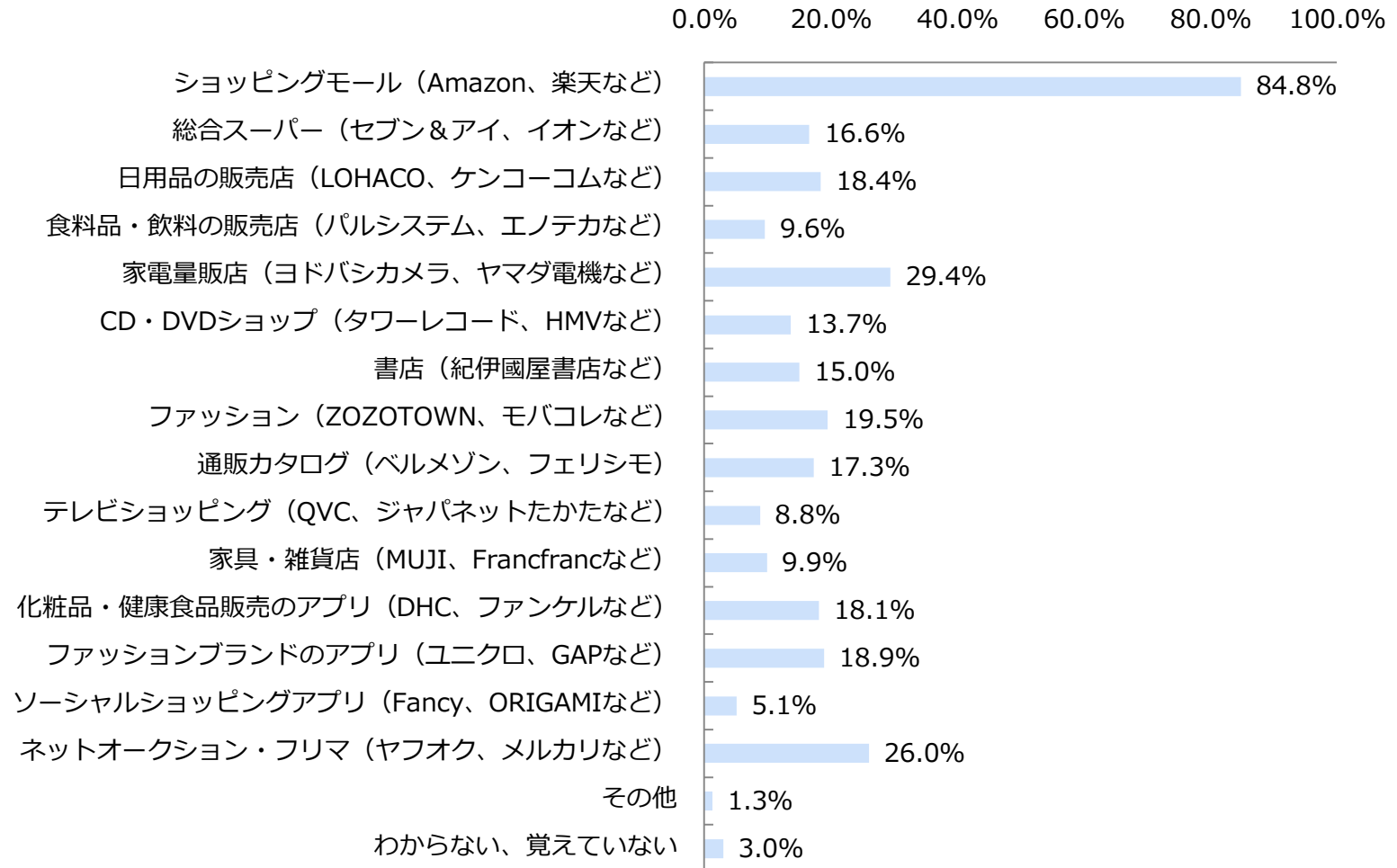
	n	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
総数	1110	40	61	464	165	216	52	22	90
(%)	100.0%	3.6%	5.5%	41.8%	14.9%	19.5%	4.7%	2.0%	8.1%

職業

	n	公務員	経営者・ 役員	会社員 (事務系)	会社員 (技術系)	会社員 (その他)	自営業	自由業	専業主婦 (主夫)	パート・ アルバイト	学生	その他
総数	1110	37	26	210	121	146	69	28	167	140	57	109
(%)	100.0%	3.3%	2.3%	18.9%	10.9%	13.2%	6.2%	2.5%	15.0%	12.6%	5.1%	9.8%

直近1年間で利用したECサイト (n=1,110)

- Q1 あなたが直近1年間で利用したECサイトを全てお選びください。

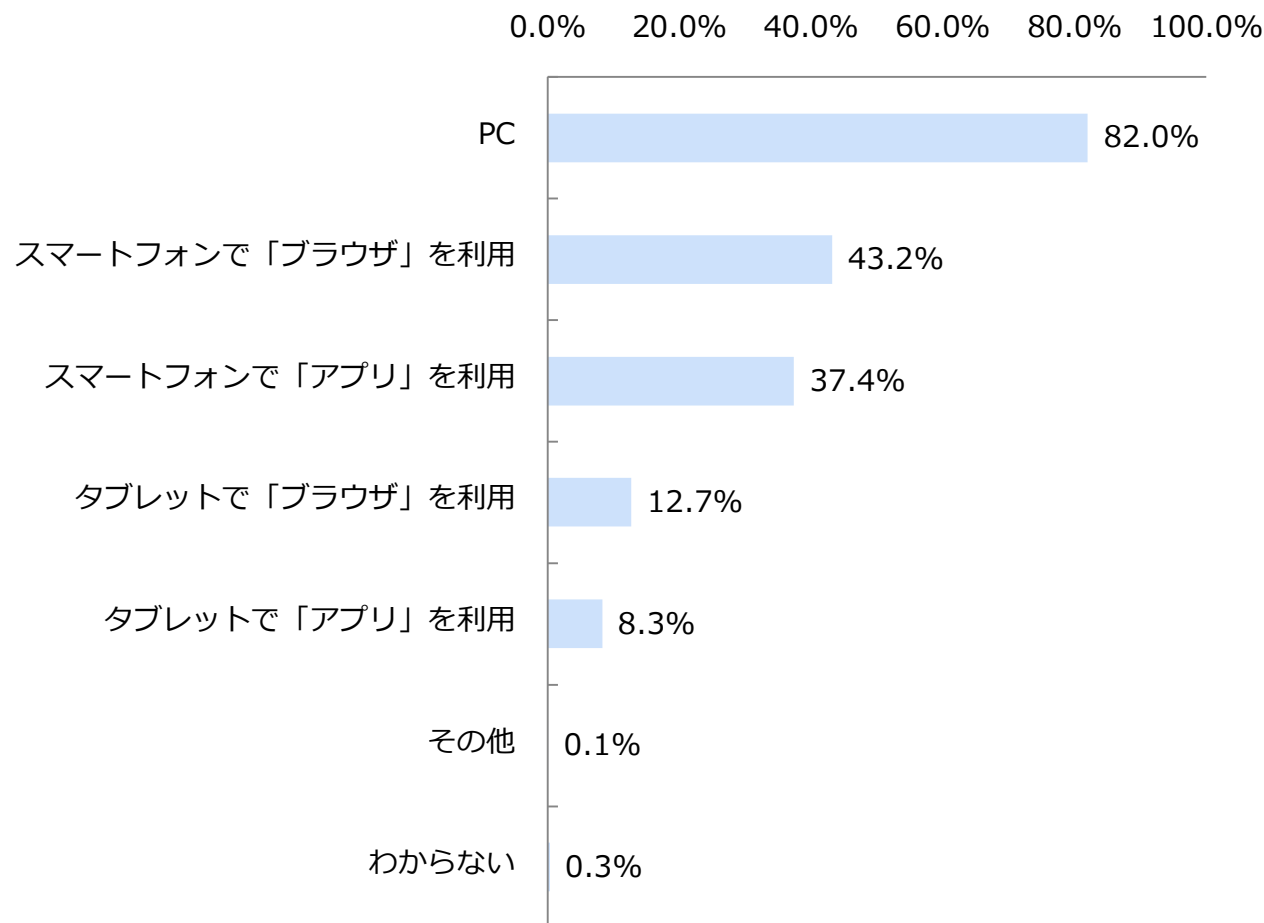


直近1年間で利用したECサイト (n=1,110)

- Q1 あなたが直近1年間で利用したECサイトを全てお選びください。

		n	Q1																
			ショッピングモール (Amazon、楽天など)	総合スーパー (セブン&アイ、イオンなど)	日用品の販売店 (LOHACO、ケンコーコムなど)	食料品・飲料の販売店 (パルシステム、エノテカなど)	家電量販店 (ヨドバシカメラ、ヤマダ電機など)	CD・DVDショップ (タワーレコード、HMVなど)	書店 (紀伊國屋書店など)	ファッション (ZOZOTOWN、モバコレなど)	通販カタログ (ベルメゾン、フェリシモ)	テレビショッピング (QVC、ジャパネットたかたなど)	家具・雑貨店 (MUJI、Francfrancなど)	化粧品・健康食品販売のアプリ (DHC、ファンケルなど)	ファッションブランドのアプリ (ユニクロ、GAPなど)	ソーシャルショッピングアプリ (Fancy、ORIGAMIなど)	ネットオークション・フリマ (ヤフオク、メルカリなど)	その他	わからない、覚えていない
全体		1110	84.8%	16.6%	18.4%	9.6%	29.4%	13.7%	15.0%	19.5%	17.3%	8.8%	9.9%	18.1%	18.9%	5.1%	26.0%	1.3%	3.0%
性別	男性	554	86.1%	17.1%	15.3%	10.1%	39.5%	15.2%	18.8%	16.2%	12.1%	9.7%	9.7%	11.2%	15.5%	5.8%	28.7%	0.9%	2.3%
	女性	556	83.5%	16.0%	21.4%	9.2%	19.2%	12.2%	11.2%	22.7%	22.5%	7.9%	10.1%	25.0%	22.3%	4.5%	23.4%	1.6%	3.6%
年齢	20代	278	79.5%	21.6%	20.1%	13.3%	29.1%	21.6%	19.4%	27.7%	18.3%	10.4%	12.9%	17.3%	27.7%	11.9%	34.5%	0.4%	4.0%
	30代	276	85.5%	19.2%	15.9%	10.9%	28.3%	15.6%	15.2%	28.3%	14.9%	10.1%	13.8%	17.4%	18.8%	6.5%	27.5%	1.1%	3.3%
	40代	278	87.8%	11.5%	17.3%	6.1%	27.7%	9.0%	12.2%	12.2%	17.3%	9.0%	7.6%	16.5%	15.5%	1.8%	21.9%	0.7%	2.9%
	50代	278	86.3%	14.0%	20.1%	8.3%	32.4%	8.6%	12.9%	9.7%	18.7%	5.8%	5.4%	21.2%	13.7%	0.4%	20.1%	2.9%	1.8%

- Q2 あなたが、ECサイトにアクセスする際に利用している環境について、あてはまるものを全てお選びください。



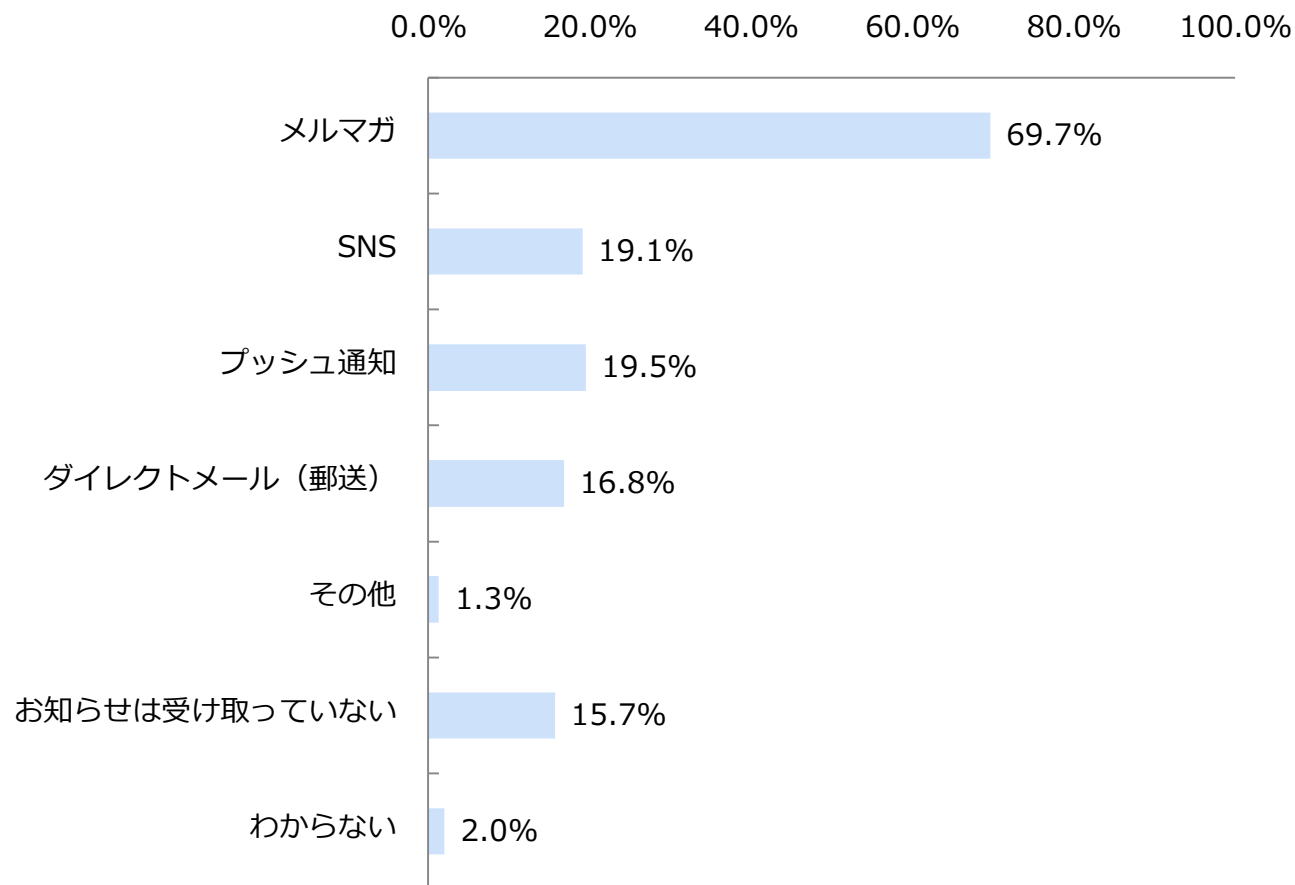


- Q2 あなたが、ECサイトにアクセスする際に利用している環境について、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q2						
			PC	スマートフォンで「ブラウザ」を利用	スマートフォンで「アプリ」を利用	タブレットで「ブラウザ」を利用	タブレットで「アプリ」を利用	その他	わからない
全体		1077	82.0%	43.2%	37.4%	12.7%	8.3%	0.1%	0.3%
性別	男性	541	87.8%	44.5%	39.4%	15.2%	10.7%	0.2%	0.0%
	女性	536	76.1%	41.8%	35.4%	10.3%	5.8%	0.0%	0.6%
年齢	20代	267	68.5%	65.2%	51.3%	13.9%	11.2%	0.4%	1.1%
	30代	267	78.3%	49.4%	41.6%	14.2%	8.2%	0.0%	0.0%
	40代	270	87.8%	38.1%	34.8%	14.8%	9.3%	0.0%	0.0%
	50代	273	93.0%	20.5%	22.3%	8.1%	4.4%	0.0%	0.0%

ECサイトからのお知らせの受け取り方法 (n=1,110)

- Q3 あなたは、ECサイトが発信するお知らせをどのように受け取っていますか？あてはまるものを全てお選びください。

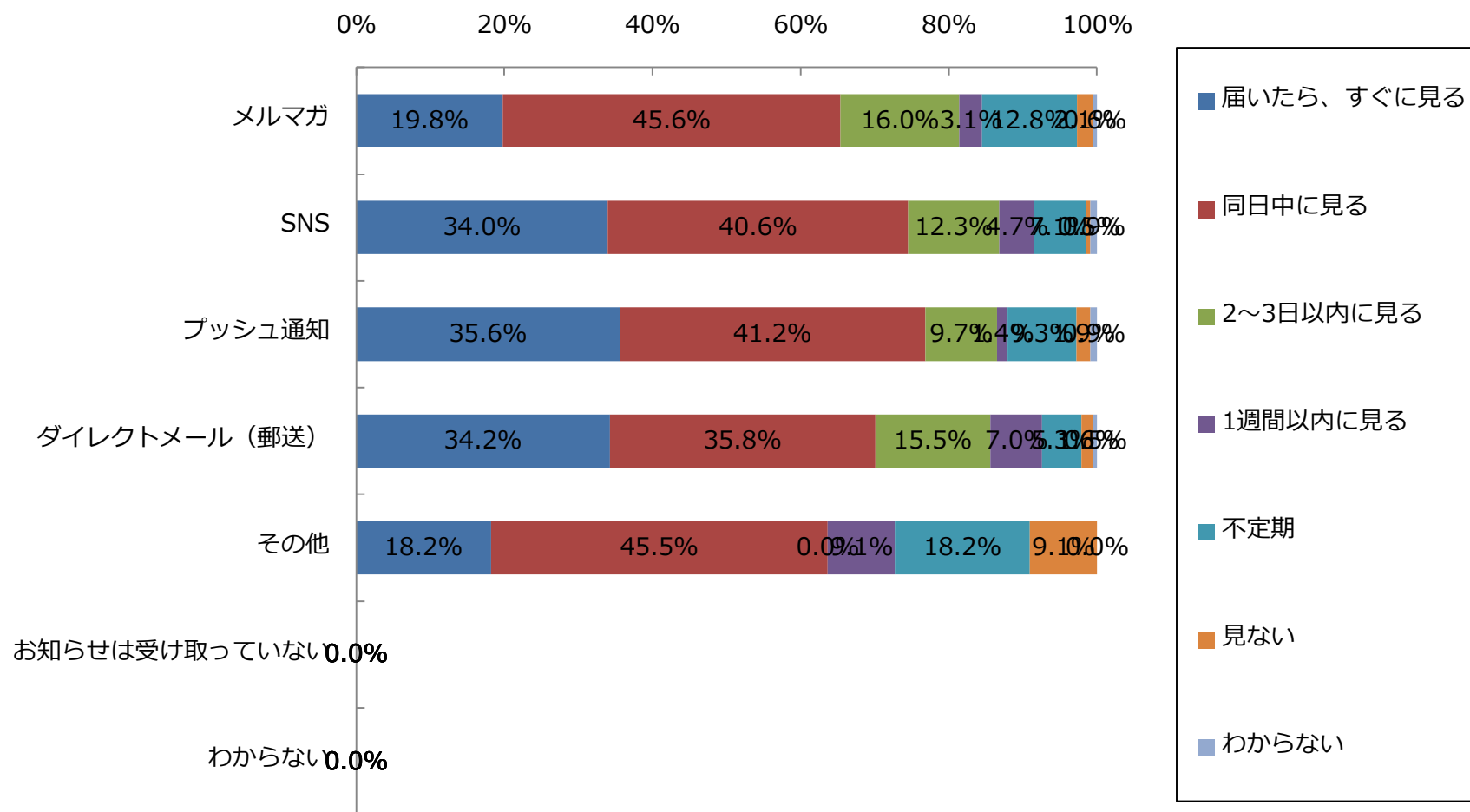


ECサイトからのお知らせの受け取り方法 (n=1,110)

- Q3 あなたは、ECサイトが発信するお知らせをどのように受け取っていますか？あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q3						
			メルマガ	SNS	プッシュ通知	ダイレクトメール（郵送）	その他	お知らせは受け取っていない	わからない
全体		1110	69.7%	19.1%	19.5%	16.8%	1.3%	15.7%	2.0%
性別	男性	554	70.8%	20.0%	22.4%	18.2%	1.3%	14.8%	1.8%
	女性	556	68.7%	18.2%	16.5%	15.5%	1.3%	16.5%	2.2%
年齢	20代	278	57.9%	33.5%	34.5%	21.2%	1.4%	18.0%	1.4%
	30代	276	65.2%	21.0%	21.0%	14.5%	0.7%	21.4%	1.8%
	40代	278	73.4%	13.3%	13.7%	12.9%	1.8%	14.4%	3.6%
	50代	278	82.4%	8.6%	8.6%	18.7%	1.1%	9.0%	1.1%

- Q4 あなたがECサイトからお知らせを受け取った際、どのようなタイミングで内容を見ていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- Q4 あなたがECサイトからお知らせを受け取った際、どのようなタイミングで内容を見えていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q4 メルマガ						
			届いたら、 すぐに見る	同日中に見 る	2～3日以 内に見る	1週間以内 に見る	不定期	見ない	わからない
全体		774	19.8%	45.6%	16.0%	3.1%	12.8%	2.1%	0.6%
性別	男性	392	19.9%	48.5%	14.5%	2.8%	12.0%	1.5%	0.8%
	女性	382	19.6%	42.7%	17.5%	3.4%	13.6%	2.6%	0.5%
年齢	20代	161	32.9%	39.1%	11.2%	2.5%	11.8%	1.9%	0.6%
	30代	180	17.2%	46.1%	17.2%	3.9%	12.8%	1.7%	1.1%
	40代	204	17.6%	45.6%	19.6%	2.0%	12.7%	2.5%	0.0%
	50代	229	14.4%	49.8%	15.3%	3.9%	13.5%	2.2%	0.9%

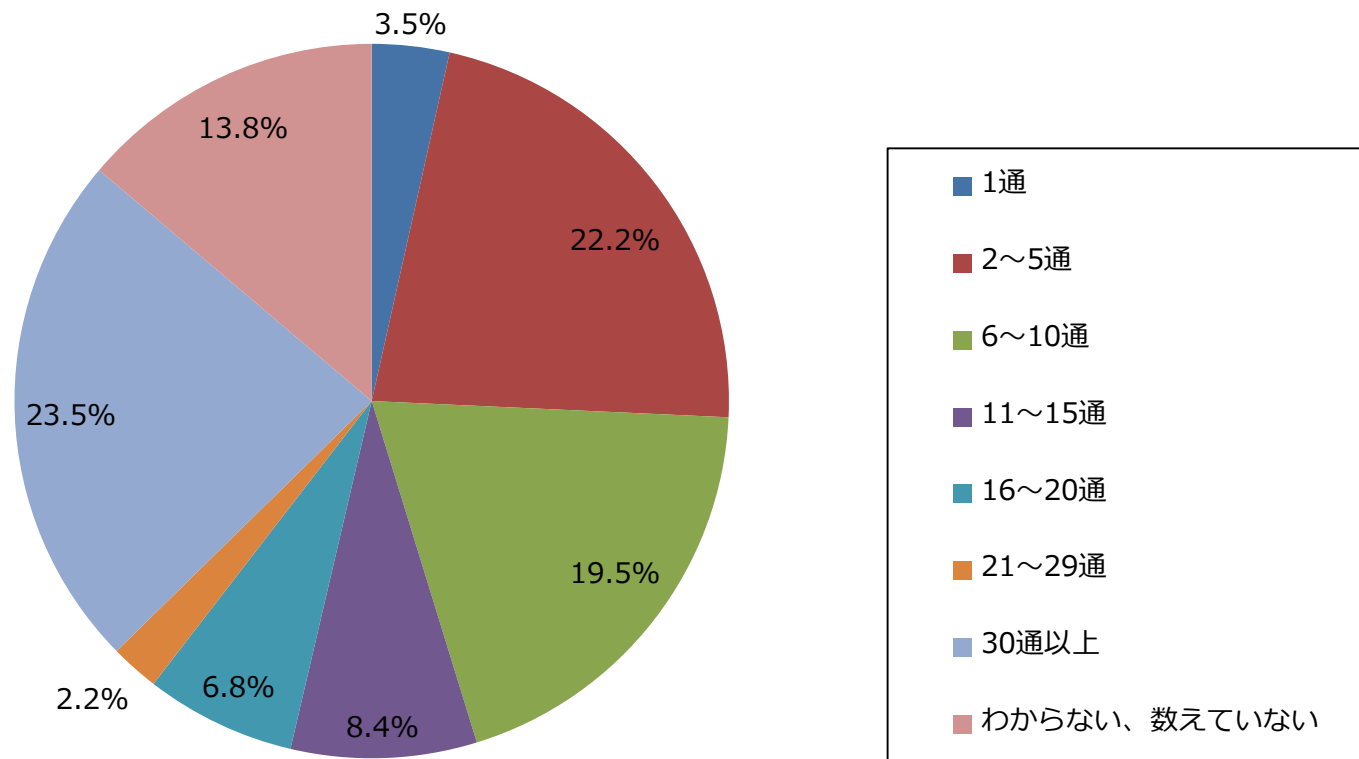
		n	Q4 SNS						
			届いたら、 すぐに見る	同日中に見 る	2～3日以 内に見る	1週間以内 に見る	不定期	見ない	わからない
全体		212	34.0%	40.6%	12.3%	4.7%	7.1%	0.5%	0.9%
性別	男性	111	33.3%	43.2%	14.4%	4.5%	2.7%	0.9%	0.9%
	女性	101	34.7%	37.6%	9.9%	5.0%	11.9%	0.0%	1.0%
年齢	20代	93	31.2%	45.2%	10.8%	4.3%	7.5%	0.0%	1.1%
	30代	58	32.8%	43.1%	12.1%	6.9%	5.2%	0.0%	0.0%
	40代	37	45.9%	24.3%	16.2%	2.7%	8.1%	2.7%	0.0%
	50代	24	29.2%	41.7%	12.5%	4.2%	8.3%	0.0%	4.2%

- Q4 あなたがECサイトからお知らせを受け取った際、どのようなタイミングで内容を見えていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q4 プッシュ通知						
			届いたら、 すぐに見る	同日中に見 る	2～3日以 内に見る	1週間以内 に見る	不定期	見ない	わからない
全体		216	35.6%	41.2%	9.7%	1.4%	9.3%	1.9%	0.9%
性別	男性	124	34.7%	42.7%	9.7%	1.6%	8.9%	1.6%	0.8%
	女性	92	37.0%	39.1%	9.8%	1.1%	9.8%	2.2%	1.1%
年齢	20代	96	40.6%	34.4%	13.5%	2.1%	6.3%	2.1%	1.0%
	30代	58	34.5%	39.7%	8.6%	1.7%	13.8%	1.7%	0.0%
	40代	38	34.2%	60.5%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%
	50代	24	20.8%	41.7%	12.5%	0.0%	16.7%	4.2%	4.2%

		n	Q4 ダイレクトメール（郵送）						
			届いたら、 すぐに見る	同日中に見 る	2～3日以 内に見る	1週間以内 に見る	不定期	見ない	わからない
全体		187	34.2%	35.8%	15.5%	7.0%	5.3%	1.6%	0.5%
性別	男性	101	29.7%	40.6%	16.8%	8.9%	4.0%	0.0%	0.0%
	女性	86	39.5%	30.2%	14.0%	4.7%	7.0%	3.5%	1.2%
年齢	20代	59	33.9%	28.8%	22.0%	8.5%	3.4%	3.4%	0.0%
	30代	40	30.0%	42.5%	12.5%	7.5%	5.0%	0.0%	2.5%
	40代	36	47.2%	25.0%	11.1%	2.8%	11.1%	2.8%	0.0%
	50代	52	28.8%	46.2%	13.5%	7.7%	3.8%	0.0%	0.0%

- Q5 あなたが1週間に受け取っている、ECサイトから届くメルマガの数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。

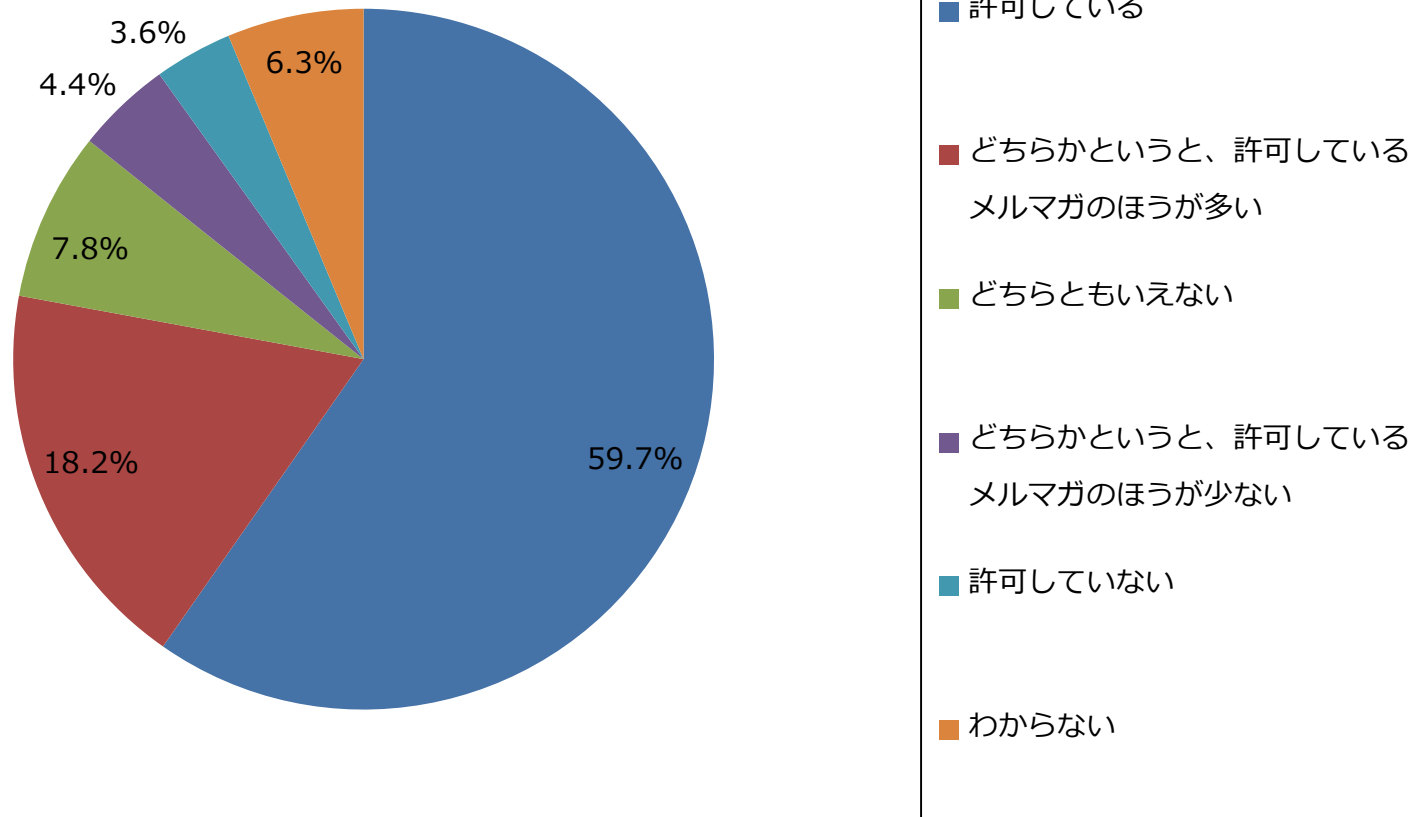




- Q5 あなたが1週間に受け取っている、ECサイトから届くメルマガの数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q5							
			1通	2～5通	6～10通	11～15通	16～20通	21～29通	30通以上	わからない、数えていない
全体		774	3.5%	22.2%	19.5%	8.4%	6.8%	2.2%	23.5%	13.8%
性別	男性	392	3.6%	24.0%	20.7%	8.4%	8.4%	1.8%	23.7%	9.4%
	女性	382	3.4%	20.4%	18.3%	8.4%	5.2%	2.6%	23.3%	18.3%
年齢	20代	161	6.8%	27.3%	23.6%	8.1%	3.7%	0.6%	16.8%	13.0%
	30代	180	5.0%	30.6%	22.8%	6.7%	6.1%	2.2%	13.9%	12.8%
	40代	204	3.4%	15.7%	14.7%	9.3%	11.8%	2.5%	27.9%	14.7%
	50代	229	0.0%	17.9%	18.3%	9.2%	5.2%	3.1%	31.9%	14.4%

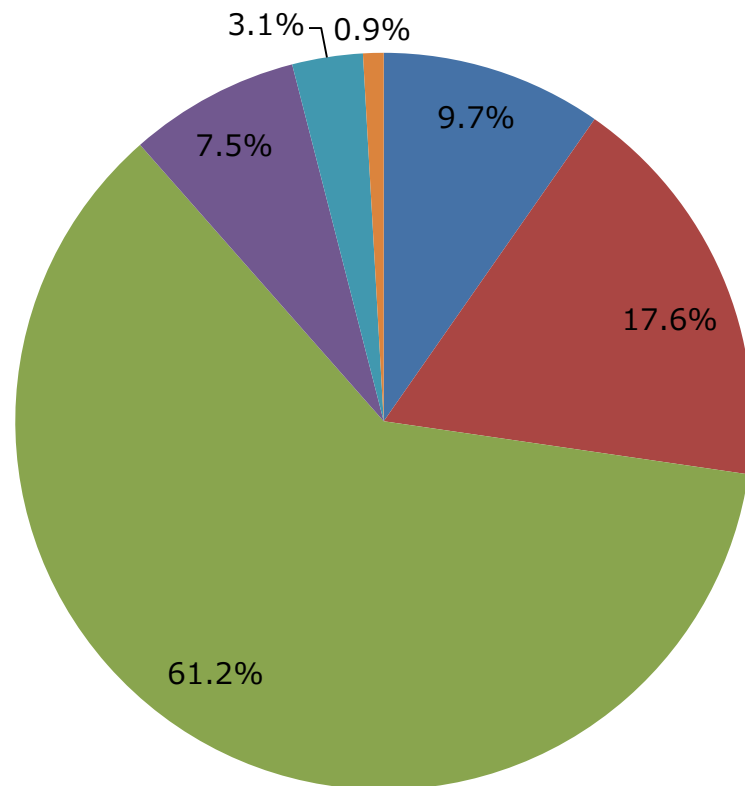
- Q6 あなたはECサイトから届くメルマガのなかでも、HTMLメールの受信を許可していますか最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- Q6 あなたはECサイトから届くメルマガのなかでも、HTMLメールの受信を許可していますか最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q6					
			許可している	どちらかという と、許可している メルマガの ほうが多い	どちらとも いえない	どちらかという と、許可している メルマガの ほうが少ない	許可して いない	わからない
全体		774	59.7%	18.2%	7.8%	4.4%	3.6%	6.3%
性別	男性	392	65.6%	17.3%	7.1%	4.1%	3.6%	2.3%
	女性	382	53.7%	19.1%	8.4%	4.7%	3.7%	10.5%
年齢	20代	161	62.1%	19.3%	6.2%	1.9%	1.9%	8.7%
	30代	180	61.1%	19.4%	5.6%	3.9%	5.0%	5.0%
	40代	204	58.3%	17.6%	8.3%	6.4%	2.9%	6.4%
	50代	229	58.1%	17.0%	10.0%	4.8%	4.4%	5.7%

- Q7 あなたが1週間に受け取っているECサイトのメルマガのうち、内容を読んでいるのはどれくらいですか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



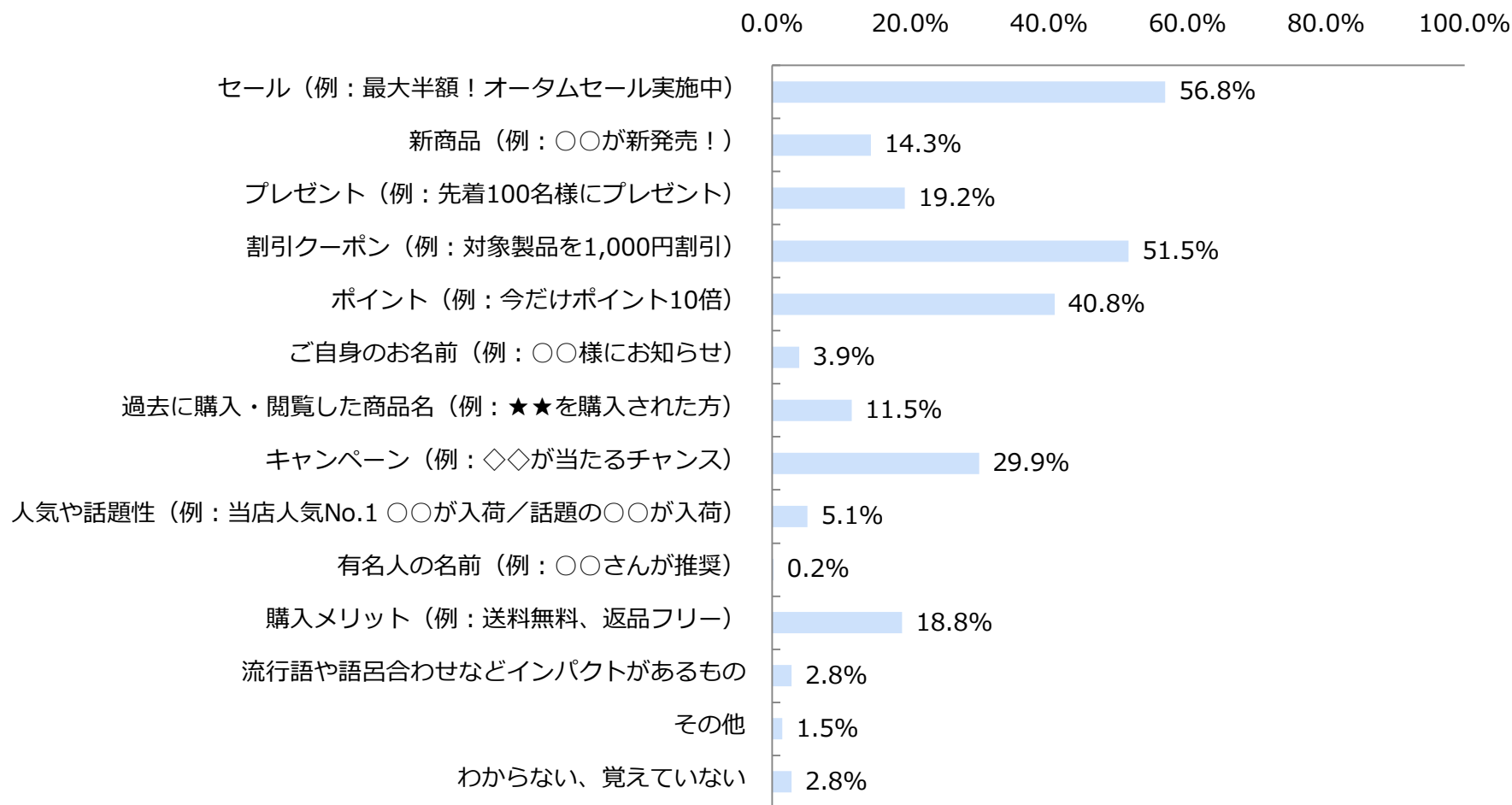
- 全てのメルマガを読んでいる
- ほとんどのメルマガを読んでいる
- 見出しを見て、気になるものだけを読んでいる
- 見出しだけに注目し、内容はほとんど読んでいない
- 見出しも内容も、ほとんど見ていない
- 見出しも内容も、全く見ていない



- Q7 あなたが1週間に受け取っているECサイトのメルマガのうち、内容を読んでいるのはどれくらいですか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q7					
			全てのメルマガを読んでいる	ほとんどのメルマガを読んでいる	見出しを見て、気になるものだけを読んでいる	見出しだけに注目し、内容はほとんど読んでいない	見出しも内容も、ほとんど見ていない	見出しも内容も、全く見ていない
全体		774	9.7%	17.6%	61.2%	7.5%	3.1%	0.9%
性別	男性	392	10.2%	20.4%	58.2%	8.4%	2.3%	0.5%
	女性	382	9.2%	14.7%	64.4%	6.5%	3.9%	1.3%
年齢	20代	161	19.3%	22.4%	47.8%	6.2%	3.1%	1.2%
	30代	180	13.3%	18.3%	53.3%	9.4%	4.4%	1.1%
	40代	204	5.4%	17.2%	67.2%	5.9%	3.4%	1.0%
	50代	229	3.9%	14.0%	71.6%	8.3%	1.7%	0.4%

- Q8 あなたが注目するメルマガの見出しは、どのような内容が記載されたものですか？あてはまるものを3つまでお選びください。

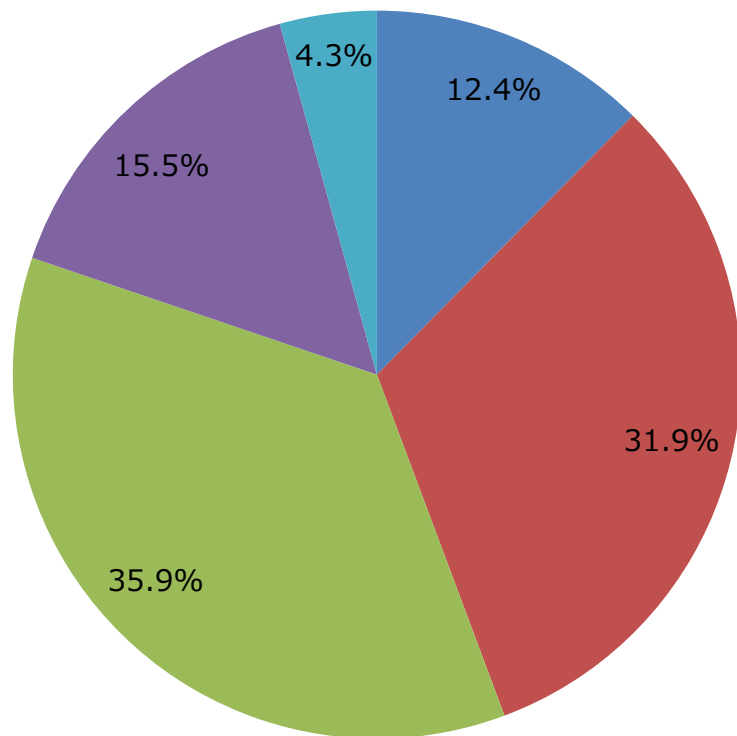


- Q8 あなたが注目するメルマガの見出しは、どのような内容が記載されたものですか？あてはまるものを3つまでお選びください。

		n	Q8													
			セール （例：最大半額！ オータム セール実施中）	新商品 （例： 〇〇が新 発売！）	プレゼン ト（例： 先着100 名様にプ レゼン ト）	割引クー ポン （例：対 象製品を 1,000円 割引）	ポイント （例：今 だけポイ ント10 倍）	ご自身の お名前 （例： 〇〇様 にお知 らせ）	過去に購 入・閲覧 した商品 名（例： ★★を購 入された 方）	キャン ペーン （例： ◇◇が当 たるチャ ンス）	人気や話 題性 （例：当 店人気 No.1 〇〇が入 荷／話題 の〇〇が 入荷）	有名人の 名前 （例： 〇〇さん が推奨）	購入メ リット （例：送 料無料、 返品フ リー）	流行語や 語呂合わ せなどイ ンパクト があるも の	その他	わからない、覚えていない
全体		532	56.8%	14.3%	19.2%	51.5%	40.8%	3.9%	11.5%	29.9%	5.1%	0.2%	18.8%	2.8%	1.5%	2.8%
性別	男性	261	50.2%	17.6%	18.0%	44.8%	39.8%	5.4%	14.9%	32.2%	5.0%	0.0%	16.5%	2.3%	1.9%	3.8%
	女性	271	63.1%	11.1%	20.3%	57.9%	41.7%	2.6%	8.1%	27.7%	5.2%	0.4%	21.0%	3.3%	1.1%	1.8%
年齢	20代	87	64.4%	17.2%	23.0%	59.8%	37.9%	9.2%	9.2%	26.4%	5.7%	1.1%	14.9%	8.0%	0.0%	0.0%
	30代	113	59.3%	19.5%	14.2%	37.2%	42.5%	1.8%	13.3%	29.2%	4.4%	0.0%	23.0%	5.3%	0.9%	1.8%
	40代	149	61.1%	10.7%	22.8%	56.4%	40.3%	3.4%	11.4%	31.5%	5.4%	0.0%	16.8%	0.7%	1.3%	1.3%
	50代	183	48.1%	12.6%	17.5%	52.5%	41.5%	3.3%	11.5%	30.6%	4.9%	0.0%	19.7%	0.5%	2.7%	6.0%

メルマガが購入のきっかけになる割合 (n=774)

- Q9 あなたにとって、メルマガは購入のきっかけになっていますか？
最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- 購入のきっかけとなることが多い
- どちらかというと、購入のきっかけになることが多い
- どちらともいえない
- どちらかというと、あまり購入のきっかけにならない
- 購入のきっかけになることはない

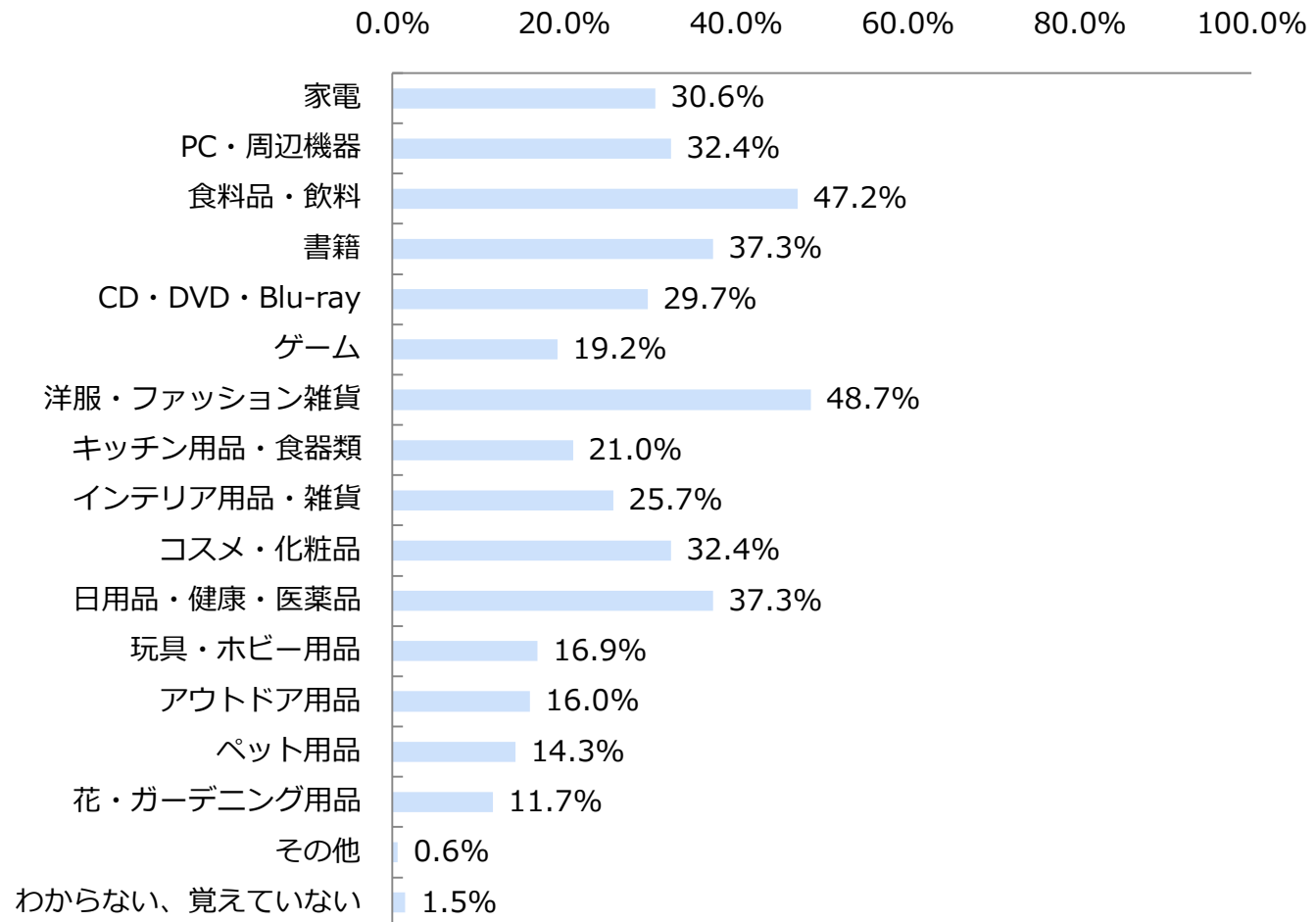
メルマガが購入のきっかけになる割合 (n=774)

- Q9 あなたにとって、メルマガは購入のきっかけになっていますか？
最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q9				
			購入のきっかけとなることが多い	どちらかという、購入のきっかけになることが多い	どちらともいえない	どちらかという、あまり購入のきっかけにならない	購入のきっかけになることはない
全体		774	12.4%	31.9%	35.9%	15.5%	4.3%
性別	男性	392	11.7%	27.8%	39.0%	17.6%	3.8%
	女性	382	13.1%	36.1%	32.7%	13.4%	4.7%
年齢	20代	161	21.1%	34.8%	26.7%	14.9%	2.5%
	30代	180	11.7%	30.6%	32.8%	17.2%	7.8%
	40代	204	9.8%	32.8%	40.2%	12.7%	4.4%
	50代	229	9.2%	30.1%	41.0%	17.0%	2.6%

メルマガがきっかけで購入した商品 (n=343)

- Q10 あなたが、ECサイトから送られたメルマガがきっかけで購入したことがある商品について、あてはまるものを全てお選びください。



メルマガがきっかけで購入した商品 (n=343)

- Q10 あなたが、ECサイトから送られたメルマガがきっかけで購入したことがある商品について、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q10								
			家電	PC・周辺機器	食料品・飲料	書籍	CD・DVD・Blu-ray	ゲーム	洋服・ファッション雑貨	キッチン用品・食器類	インテリア用品・雑貨
全体		343	30.6%	32.4%	47.2%	37.3%	29.7%	19.2%	48.7%	21.0%	25.7%
性別	男性	155	44.5%	52.3%	54.8%	45.8%	39.4%	25.2%	36.8%	25.2%	29.0%
	女性	188	19.1%	16.0%	41.0%	30.3%	21.8%	14.4%	58.5%	17.6%	22.9%
年齢	20代	90	30.0%	27.8%	41.1%	32.2%	34.4%	27.8%	48.9%	24.4%	26.7%
	30代	76	31.6%	31.6%	47.4%	46.1%	39.5%	30.3%	52.6%	27.6%	28.9%
	40代	87	28.7%	29.9%	44.8%	34.5%	20.7%	16.1%	54.0%	14.9%	21.8%
	50代	90	32.2%	40.0%	55.6%	37.8%	25.6%	4.4%	40.0%	17.8%	25.6%

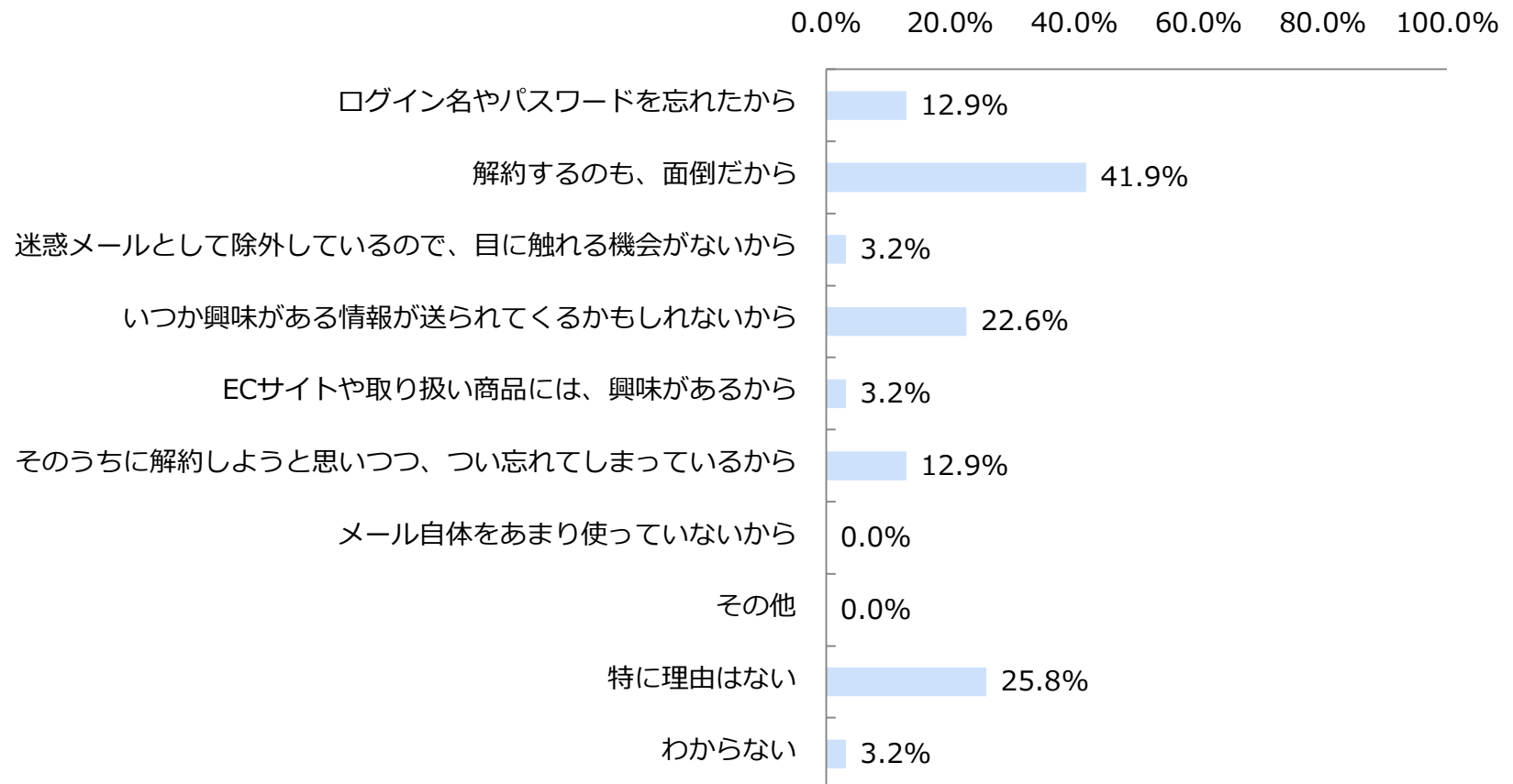
コスメ・化粧品	日用品・健康・医薬品	玩具・ホビー用品	アウトドア用品	ペット用品	花・ガーデニング用品	その他	わからない、覚えていない
32.4%	37.3%	16.9%	16.0%	14.3%	11.7%	0.6%	1.5%
18.1%	36.8%	21.3%	22.6%	12.3%	14.8%	1.3%	0.6%
44.1%	37.8%	13.3%	10.6%	16.0%	9.0%	0.0%	2.1%
31.1%	31.1%	17.8%	18.9%	13.3%	13.3%	1.1%	1.1%
30.3%	40.8%	27.6%	26.3%	18.4%	18.4%	1.3%	1.3%
32.2%	33.3%	10.3%	4.6%	14.9%	9.2%	0.0%	2.3%
35.6%	44.4%	13.3%	15.6%	11.1%	6.7%	0.0%	1.1%

ECサイトからのメルマガを解約しない理由 (n=31)



Marketing
Research Camp

- Q11 あなたはECサイトからのメルマガを見ていないにもかかわらず、解約していないのはなぜですか？あてはまるものを全てお選びください。



ECサイトからのメルマガを解約しない理由 (n=31)



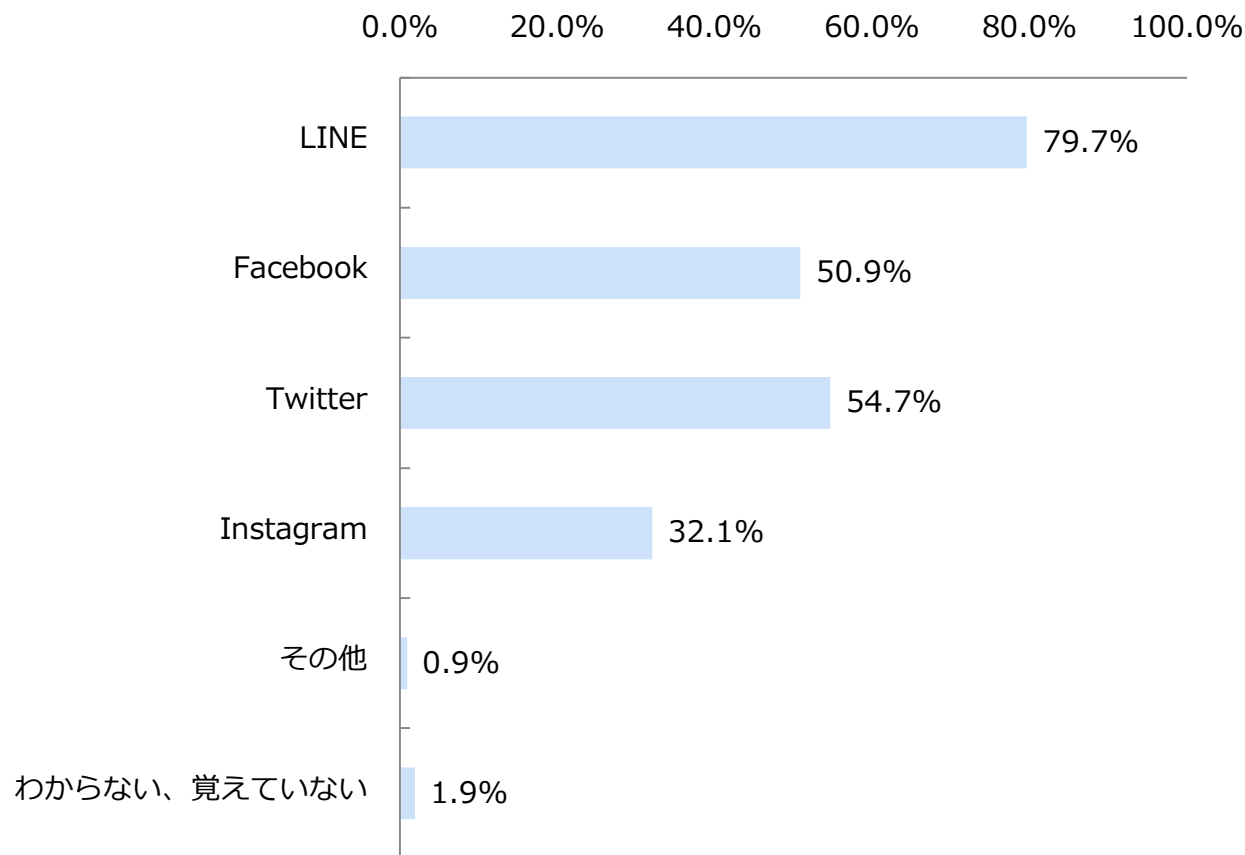
Marketing
Research Camp

- Q11 あなたはECサイトからのメルマガを見ていないにもかかわらず、解約していないのはなぜですか？あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q11									
			ログイン名やパスワードを忘れたから	解約するのも、面倒だから	迷惑メールとして除外しているの、目に触れる機会がないから	いつか興味がある情報が送られてくるかもしれないから	ECサイトや取り扱い商品には、興味があるから	そのうちに解約しようと思いつつ、つい忘れてしまっているから	メール自体をあまり使っていないから	その他	特に理由はない	わからない
全体		31	12.9%	41.9%	3.2%	22.6%	3.2%	12.9%	0.0%	0.0%	25.8%	3.2%
性別	男性	11	0.0%	45.5%	9.1%	27.3%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%
	女性	20	20.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	15.0%	0.0%	0.0%	25.0%	5.0%
年齢	20代	7	0.0%	14.3%	0.0%	28.6%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%
	30代	10	20.0%	60.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	0.0%
	40代	9	22.2%	55.6%	0.0%	22.2%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	22.2%	0.0%
	50代	5	0.0%	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%

ECサイトからのお知らせを受け取るSNS (n=212)

- Q12 あなたが、ECサイトからのお知らせを受け取っているSNSについて、あてはまるものを全てお選びください。



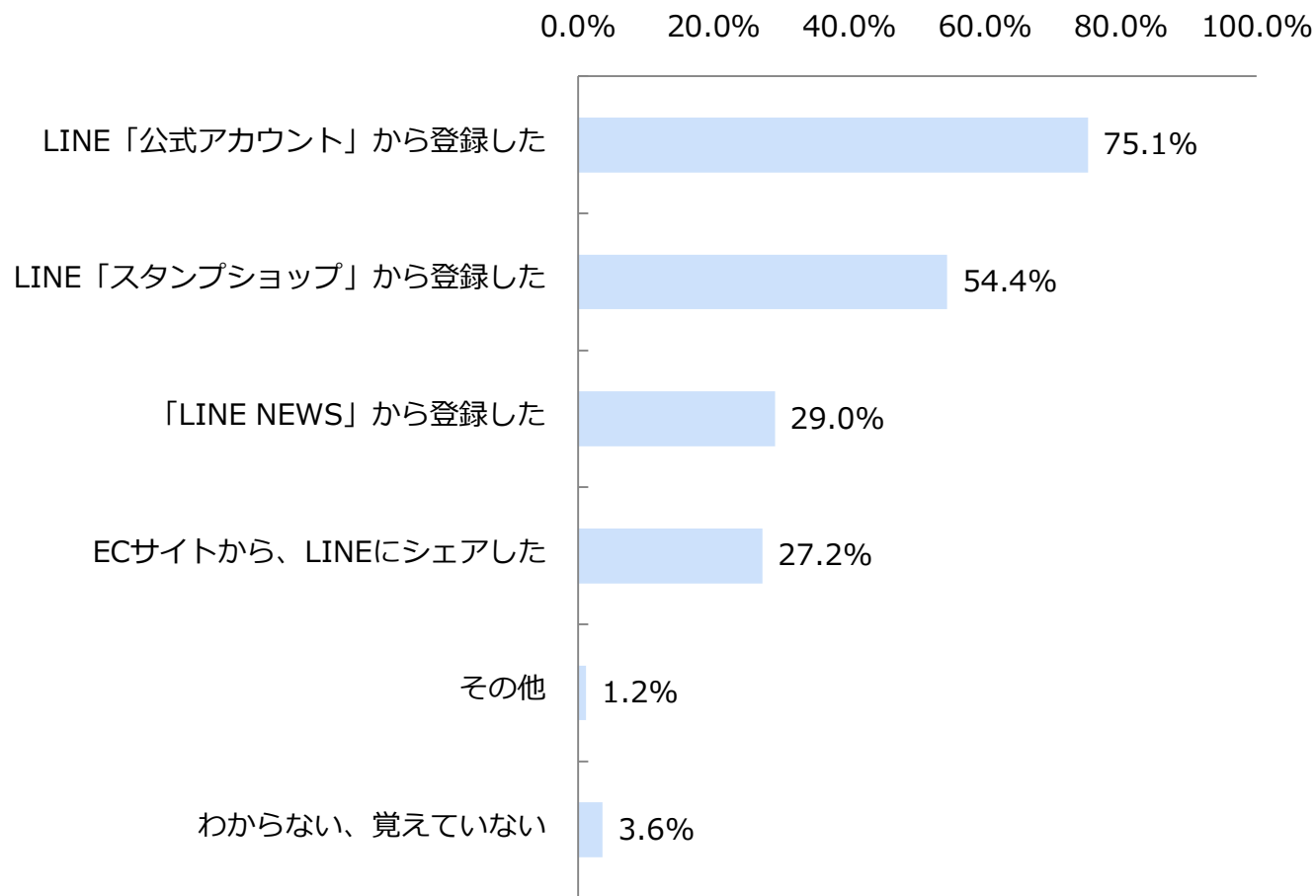
ECサイトからのお知らせを受け取るSNS (n=212)

- Q12 あなたが、ECサイトからのお知らせを受け取っているSNSについて、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q12					
			LINE	Facebook	Twitter	Instagram	その他	わからない 覚えていない
全体		212	79.7%	50.9%	54.7%	32.1%	0.9%	1.9%
性別	男性	111	72.1%	59.5%	63.1%	30.6%	0.9%	1.8%
	女性	101	88.1%	41.6%	45.5%	33.7%	1.0%	2.0%
年齢	20代	93	80.6%	57.0%	63.4%	41.9%	1.1%	0.0%
	30代	58	82.8%	46.6%	53.4%	32.8%	1.7%	1.7%
	40代	37	81.1%	37.8%	48.6%	24.3%	0.0%	8.1%
	50代	24	66.7%	58.3%	33.3%	4.2%	0.0%	0.0%

ECサイトのLINEアカウントと “友だち”になったきっかけ (n=169)

- Q13 あなたが、LINEでメッセージを受け取っているECサイトは、何がきっかけで“友だち”として登録しましたか？あてはまるものを全てお選びください。



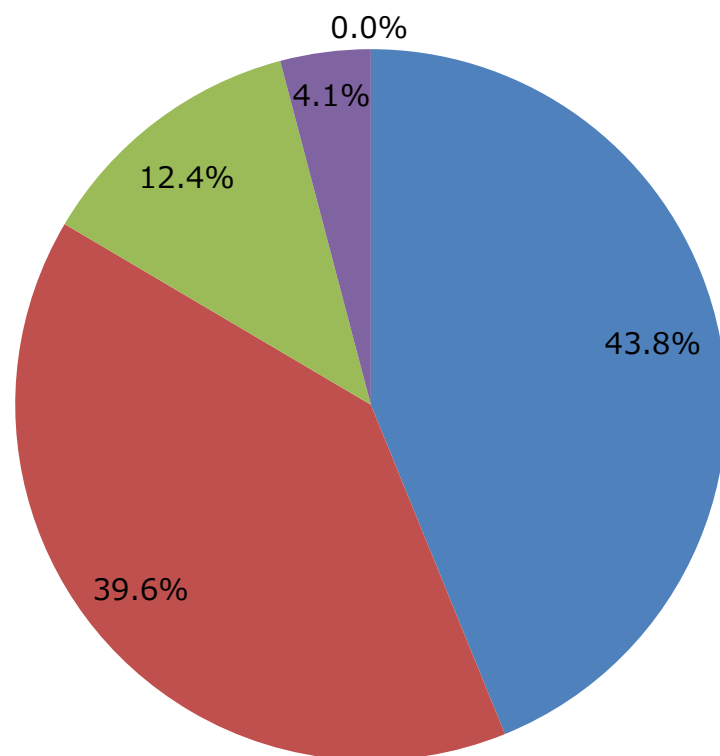
ECサイトのLINEアカウントと “友だち”になったきっかけ（n=169）

- Q13 あなたが、LINEでメッセージを受け取っているECサイトは、何がきっかけで“友だち”として登録しましたか？あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q13					
			LINE「公式アカウント」から登録した	LINE「スタンプショップ」から登録した	「LINE NEWS」から登録した	ECサイトから、LINEにシェアした	その他	わからない、覚えていない
全体		169	75.1%	54.4%	29.0%	27.2%	1.2%	3.6%
性別	男性	80	81.3%	52.5%	32.5%	31.3%	1.3%	3.8%
	女性	89	69.7%	56.2%	25.8%	23.6%	1.1%	3.4%
年齢	20代	75	81.3%	57.3%	33.3%	30.7%	1.3%	1.3%
	30代	48	77.1%	52.1%	29.2%	31.3%	0.0%	4.2%
	40代	30	66.7%	50.0%	20.0%	20.0%	3.3%	3.3%
	50代	16	56.3%	56.3%	25.0%	12.5%	0.0%	12.5%

ECサイトのLINEアカウントの プッシュ通知（n=169）

- Q14 あなたは、ECサイトの“友だち”（アカウント）から、メッセージが届いた際のプッシュ通知をオンにしていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- 全てのアカウントに対して、通知をオンにしている
- いくつかのアカウントを自分で選んで、通知をオンにしている
- 全てのアカウントの通知をオフにしている
- 通知をオン／オフできることを知らなかった
- わからない、覚えていない

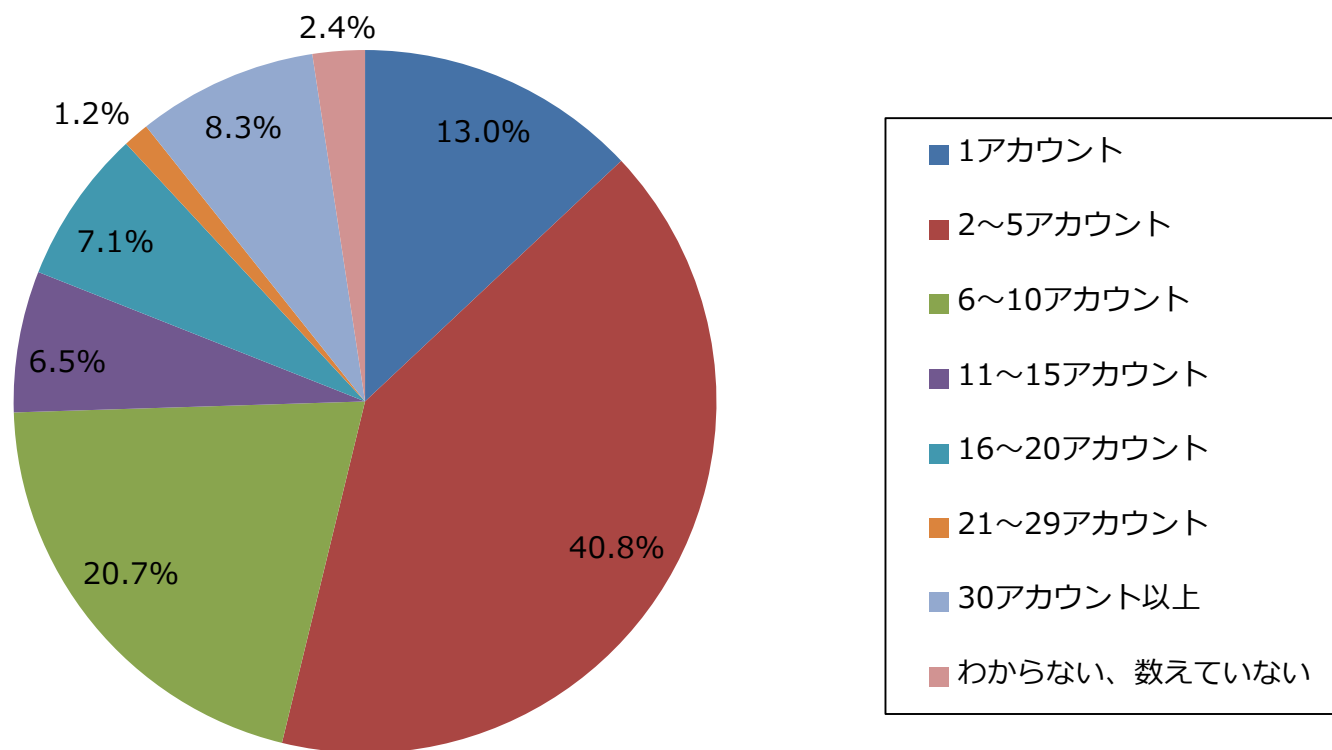
ECサイトのLINEアカウントの プッシュ通知（n=169）

- Q14 あなたは、ECサイトの“友だち”（アカウント）から、メッセージが届いた際のプッシュ通知をオンにしていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q14				
			全てのアカウントに対して通知をオンにしている	いくつかのアカウントを自分で選んで、通知をオンにしている	全てのアカウントの通知をオフにしている	通知をオン／オフできるところを知らなかった	わからない、覚えていない
全体		169	43.8%	39.6%	12.4%	4.1%	0.0%
性別	男性	80	43.8%	43.8%	7.5%	5.0%	0.0%
	女性	89	43.8%	36.0%	16.9%	3.4%	0.0%
年齢	20代	75	48.0%	37.3%	13.3%	1.3%	0.0%
	30代	48	47.9%	37.5%	8.3%	6.3%	0.0%
	40代	30	33.3%	53.3%	10.0%	3.3%	0.0%
	50代	16	31.3%	31.3%	25.0%	12.5%	0.0%

LINEでお知らせを受け取っている ECサイトのアカウント数 (n=169)

- Q15 あなたが、LINEでメッセージを受け取っているECサイトのアカウント数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。



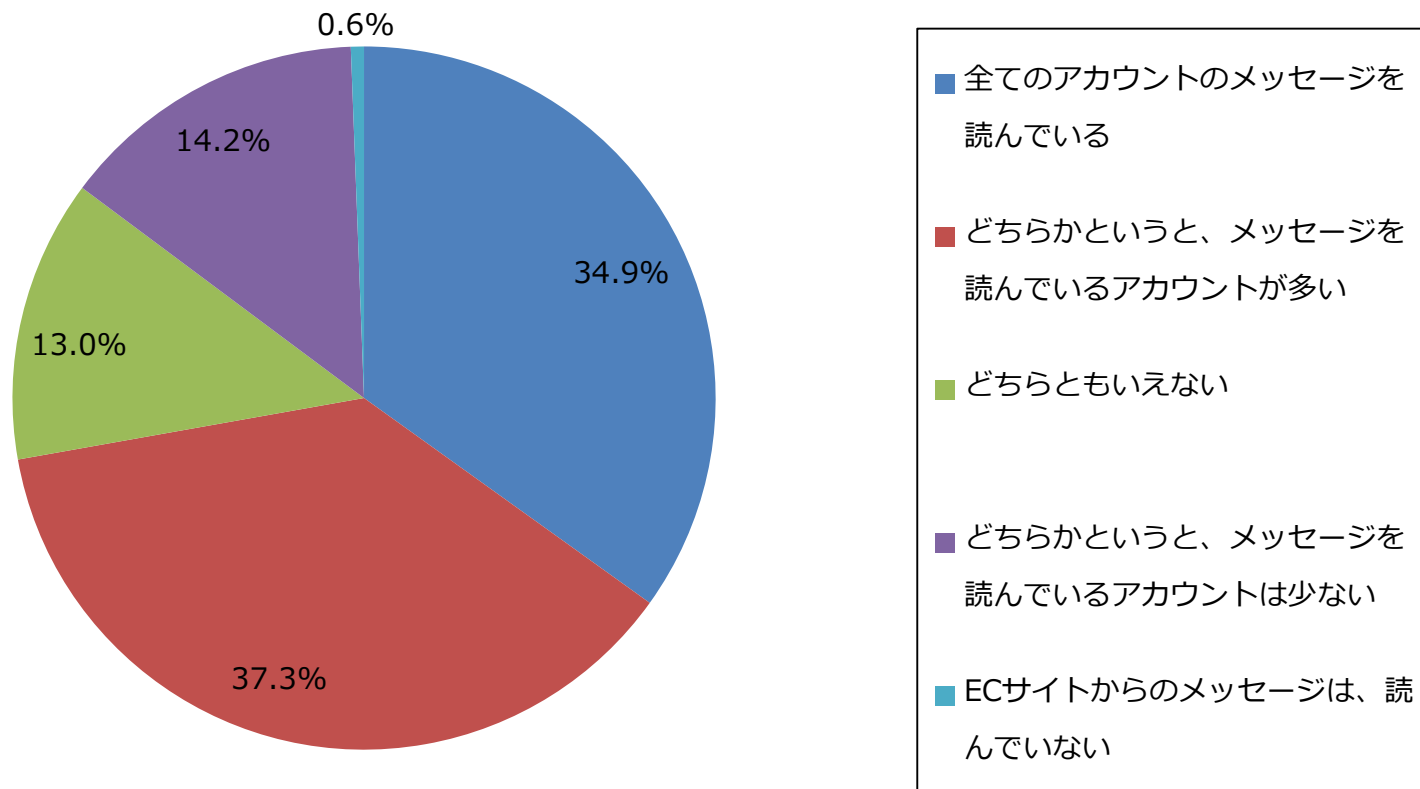
LINEでお知らせを受け取っている ECサイトのアカウント数 (n=169)

- Q15 あなたが、LINEでメッセージを受け取っているECサイトのアカウント数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q15							
			1アカウント	2～5アカウント	6～10アカウント	11～15アカウント	16～20アカウント	21～29アカウント	30アカウント以上	わからない、数えていない
全体		169	13.0%	40.8%	20.7%	6.5%	7.1%	1.2%	8.3%	2.4%
性別	男性	80	11.3%	46.3%	20.0%	7.5%	3.8%	0.0%	11.3%	0.0%
	女性	89	14.6%	36.0%	21.3%	5.6%	10.1%	2.2%	5.6%	4.5%
年齢	20代	75	14.7%	36.0%	18.7%	6.7%	10.7%	1.3%	12.0%	0.0%
	30代	48	14.6%	45.8%	18.8%	8.3%	4.2%	2.1%	4.2%	2.1%
	40代	30	13.3%	43.3%	26.7%	6.7%	0.0%	0.0%	3.3%	6.7%
	50代	16	0.0%	43.8%	25.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	6.3%

ECサイトのLINEアカウントから届く メッセージを読む割合 (n=169)

- Q16 あなたがメッセージを受け取っているECサイトのLINEアカウントのうち、内容を読んでいるのはどれくらいですか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



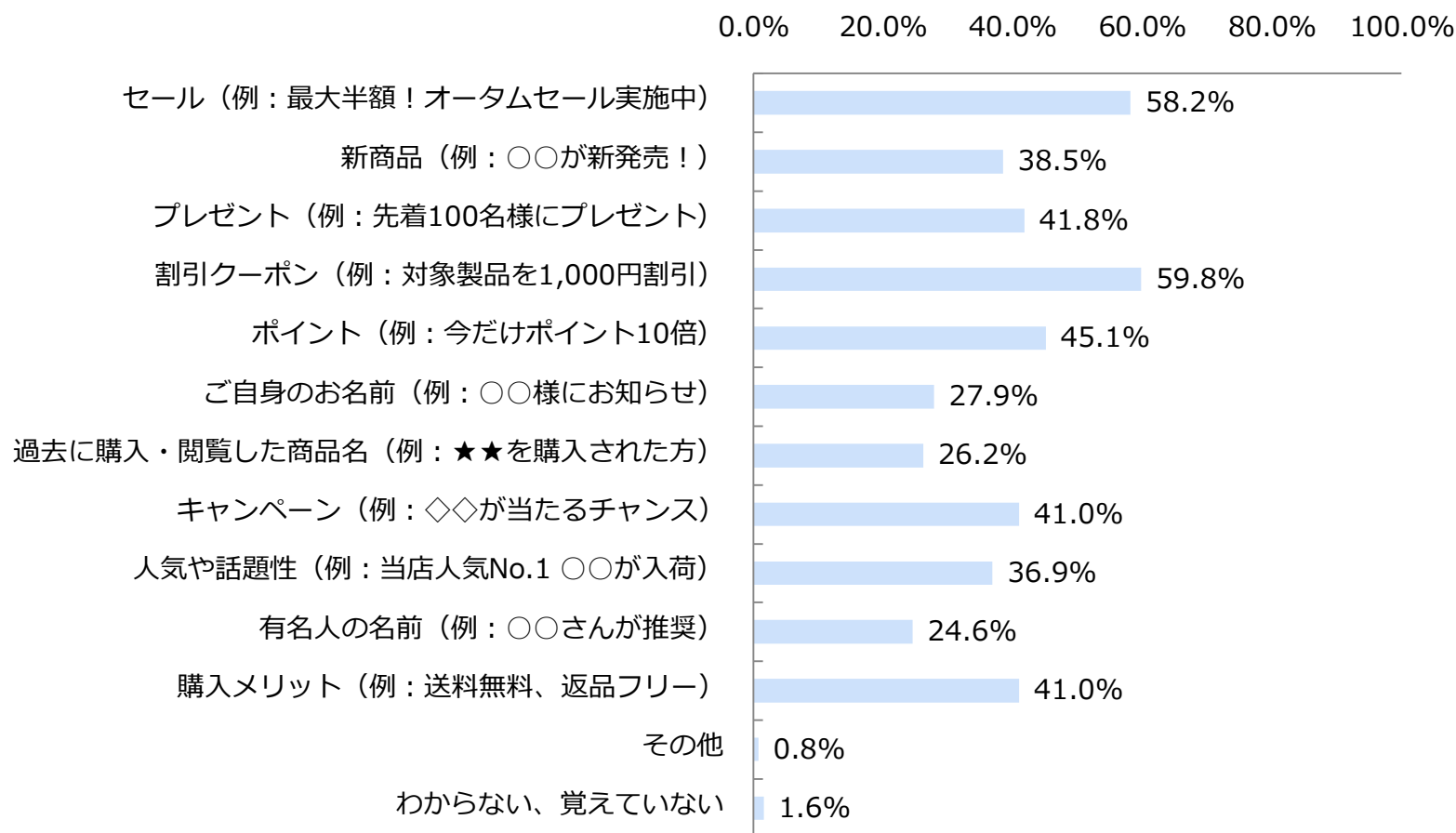
ECサイトのLINEアカウントから届く メッセージを読む割合 (n=169)

- Q16 あなたがメッセージを受け取っているECサイトのLINEアカウントのうち、内容を読んでいるのはどれくらいですか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q16				
			全てのアカウントのメッセージを読んでいる	どちらかという、メッセージを読んでいるアカウントが多い	どちらともいえない	どちらかという、メッセージを読んでいるアカウントは少ない	ECサイトからのメッセージは、読んでいない
全体		169	34.9%	37.3%	13.0%	14.2%	0.6%
性別	男性	80	43.8%	33.8%	11.3%	11.3%	0.0%
	女性	89	27.0%	40.4%	14.6%	16.9%	1.1%
年齢	20代	75	40.0%	41.3%	8.0%	9.3%	1.3%
	30代	48	35.4%	37.5%	14.6%	12.5%	0.0%
	40代	30	26.7%	40.0%	13.3%	20.0%	0.0%
	50代	16	25.0%	12.5%	31.3%	31.3%	0.0%

LINEのお知らせで、購入ページにアクセスしたくなるキーワード（n=122）

- Q17 あなたは、ECサイトのLINEアカウントから届くメッセージのうち、購入ページにアクセスしたくなるものはどのようなキーワードが入ったものですか？あてはまるものを全てお選びください。



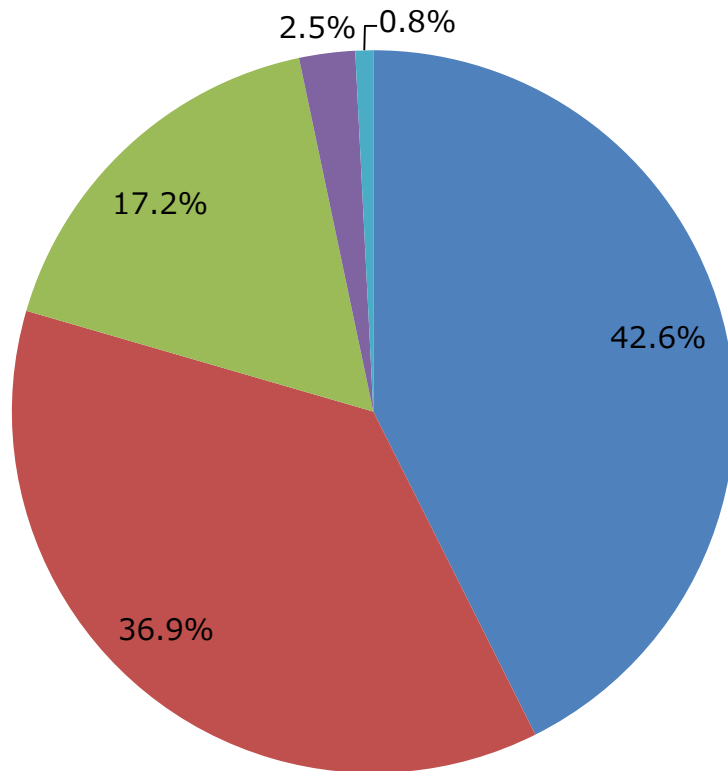
LINEのお知らせで、購入ページにアクセスしたくなるキーワード（n=122）

- Q17 あなたは、ECサイトのLINEアカウントから届くメッセージのうち、購入ページにアクセスしたくなるものはどのようなキーワードが入ったものですか？あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q17												
			セール (例：最大半額！ オータムセール実施中)	新商品 (例：〇〇が新発売！)	プレゼント (例：先着100名様にプレゼント)	割引クーポン (例：対象製品を1,000円割引)	ポイント (例：今だけポイント10倍)	ご自身のお名前 (例：〇〇様にお知らせ)	過去に購入・閲覧した商品名 (例：★★を購入された方)	キャンペーン (例：◇◇が当たるチャンス)	人気や話題性 (例：当店人気No.1 〇〇が入荷)	有名人の名前 (例：〇〇さんが推奨)	購入メリット (例：送料無料、返品フリー)	その他	わからない、覚えていない
全体		122	58.2%	38.5%	41.8%	59.8%	45.1%	27.9%	26.2%	41.0%	36.9%	24.6%	41.0%	0.8%	1.6%
性別	男性	62	56.5%	45.2%	50.0%	56.5%	48.4%	32.3%	30.6%	45.2%	45.2%	29.0%	43.5%	1.6%	1.6%
	女性	60	60.0%	31.7%	33.3%	63.3%	41.7%	23.3%	21.7%	36.7%	28.3%	20.0%	38.3%	0.0%	1.7%
年齢	20代	61	52.5%	50.8%	42.6%	60.7%	45.9%	32.8%	24.6%	39.3%	36.1%	29.5%	42.6%	1.6%	1.6%
	30代	35	60.0%	22.9%	48.6%	54.3%	45.7%	28.6%	28.6%	48.6%	40.0%	28.6%	37.1%	0.0%	2.9%
	40代	20	70.0%	25.0%	25.0%	65.0%	50.0%	15.0%	20.0%	35.0%	40.0%	10.0%	40.0%	0.0%	0.0%
	50代	6	66.7%	50.0%	50.0%	66.7%	16.7%	16.7%	50.0%	33.3%	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%

LINEメッセージが 購入のきっかけになる割合 (n=122)

- Q18 あなたにとって、ECサイトのLINEアカウントから届くメッセージは購入のきっかけになりますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- 購入のきっかけとなることが多い
- どちらかというと、購入のきっかけになることが多い
- どちらともいえない
- どちらかというと、あまり購入のきっかけにならない
- 購入のきっかけになることはない

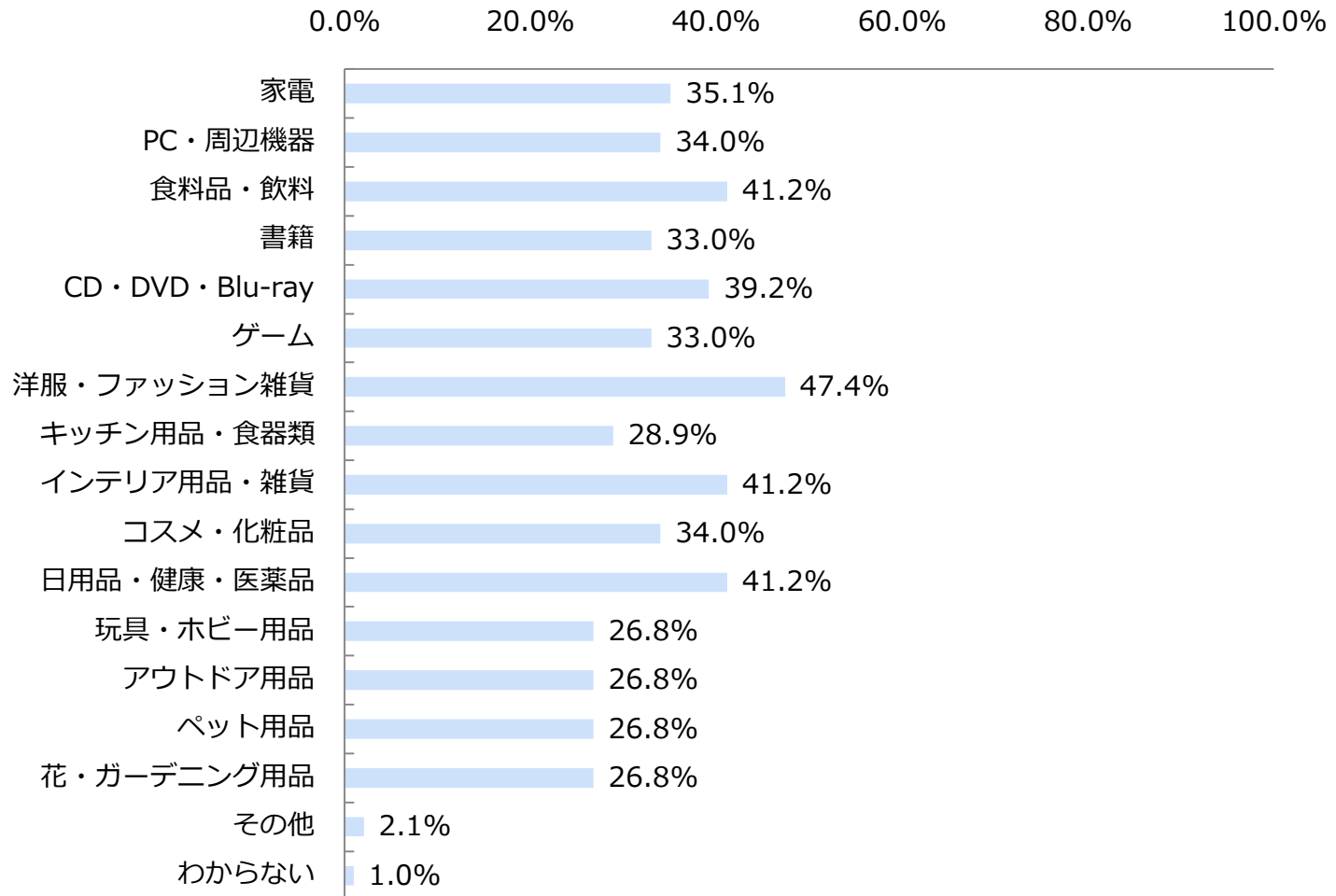
LINEメッセージが 購入のきっかけになる割合（n=122）

- Q18 あなたにとって、ECサイトのLINEアカウントから届くメッセージは購入のきっかけになりますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q18				
			購入のきっかけとなる ことが多い	どちらかとい うと、購 入のきっか けになるこ とが多い	どちらとも いえない	どちらかとい うと、あ まり購入の きっかけに ならない	購入のきっ かけになる ことはない
全体		122	42.6%	36.9%	17.2%	2.5%	0.8%
性別	男性	62	45.2%	35.5%	17.7%	1.6%	0.0%
	女性	60	40.0%	38.3%	16.7%	3.3%	1.7%
年齢	20代	61	42.6%	41.0%	13.1%	1.6%	1.6%
	30代	35	54.3%	25.7%	14.3%	5.7%	0.0%
	40代	20	20.0%	45.0%	35.0%	0.0%	0.0%
	50代	6	50.0%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%

LINEメッセージがきっかけで 購入した商品 (n=97)

- Q19 あなたが、ECサイトから送られたLINEのメッセージがきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。



LINEメッセージがきっかけで 購入した商品 (n=97)

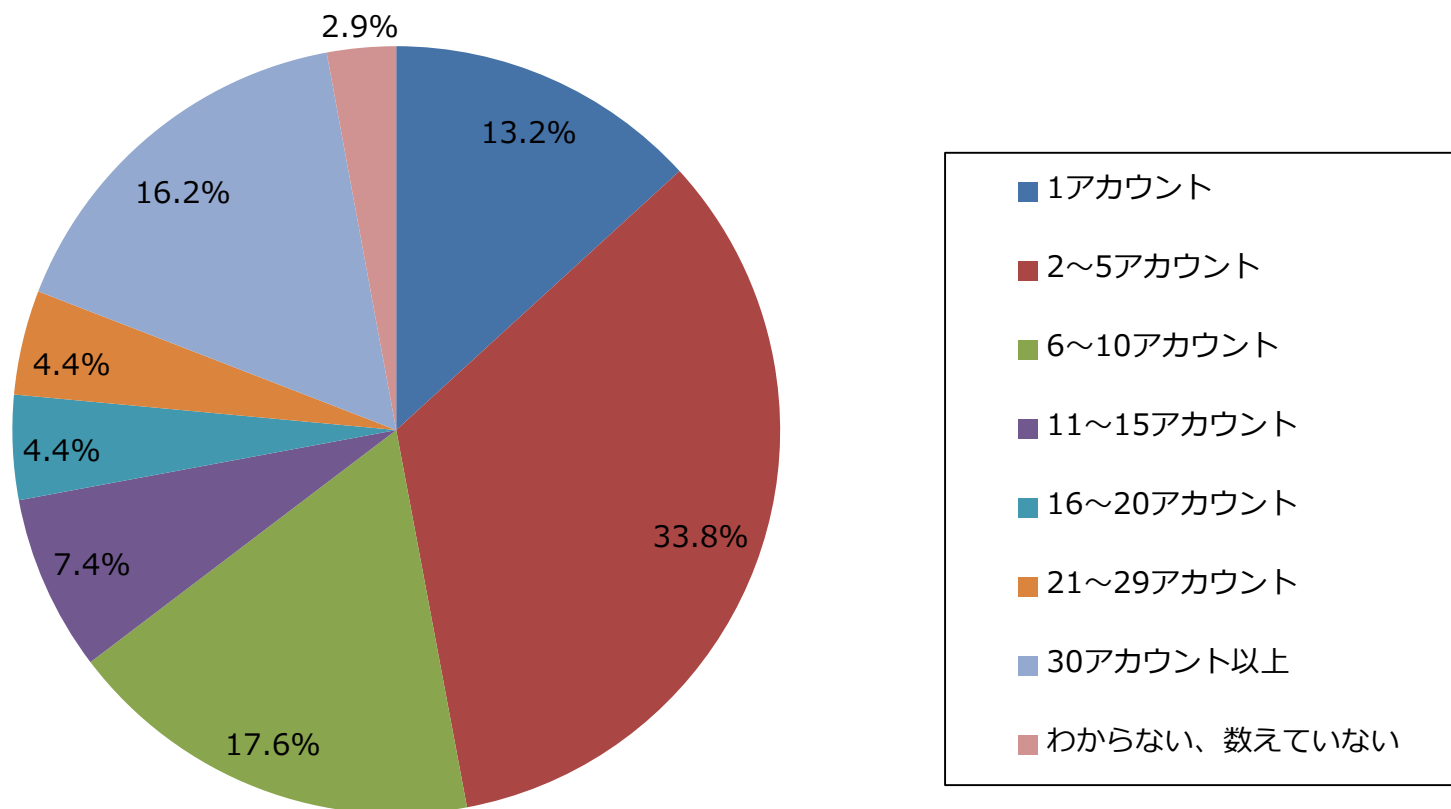
- Q19 あなたが、ECサイトから送られたLINEのメッセージがきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q19								
			家電	PC・周辺機器	食料品・飲料	書籍	CD・DVD・Blu-ray	ゲーム	洋服・ファッション雑貨	キッチン用品・食器類	インテリア用品・雑貨
全体		97	35.1%	34.0%	41.2%	33.0%	39.2%	33.0%	47.4%	28.9%	41.2%
性別	男性	50	44.0%	46.0%	48.0%	42.0%	48.0%	42.0%	44.0%	32.0%	48.0%
	女性	47	25.5%	21.3%	34.0%	23.4%	29.8%	23.4%	51.1%	25.5%	34.0%
年齢	20代	51	37.3%	41.2%	41.2%	29.4%	45.1%	35.3%	47.1%	31.4%	45.1%
	30代	28	35.7%	28.6%	35.7%	46.4%	39.3%	35.7%	50.0%	25.0%	46.4%
	40代	13	23.1%	23.1%	46.2%	23.1%	23.1%	15.4%	53.8%	15.4%	30.8%
	50代	5	40.0%	20.0%	60.0%	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	60.0%	0.0%

コスメ・化粧品	日用品・健康・医薬品	玩具・ホビー用品	アウトドア用品	ペット用品	花・ガーデニング用品	その他	わからない
34.0%	41.2%	26.8%	26.8%	26.8%	26.8%	2.1%	1.0%
24.0%	48.0%	36.0%	34.0%	28.0%	32.0%	4.0%	0.0%
44.7%	34.0%	17.0%	19.1%	25.5%	21.3%	0.0%	2.1%
35.3%	47.1%	25.5%	27.5%	25.5%	27.5%	3.9%	0.0%
28.6%	35.7%	28.6%	28.6%	21.4%	28.6%	0.0%	0.0%
53.8%	23.1%	30.8%	15.4%	38.5%	15.4%	0.0%	0.0%
0.0%	60.0%	20.0%	40.0%	40.0%	40.0%	0.0%	20.0%

Instagramでフォローしている ECサイトのアカウント数 (n=68)

- Q20 あなたが、InstagramでフォローしているECサイトのアカウント数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。



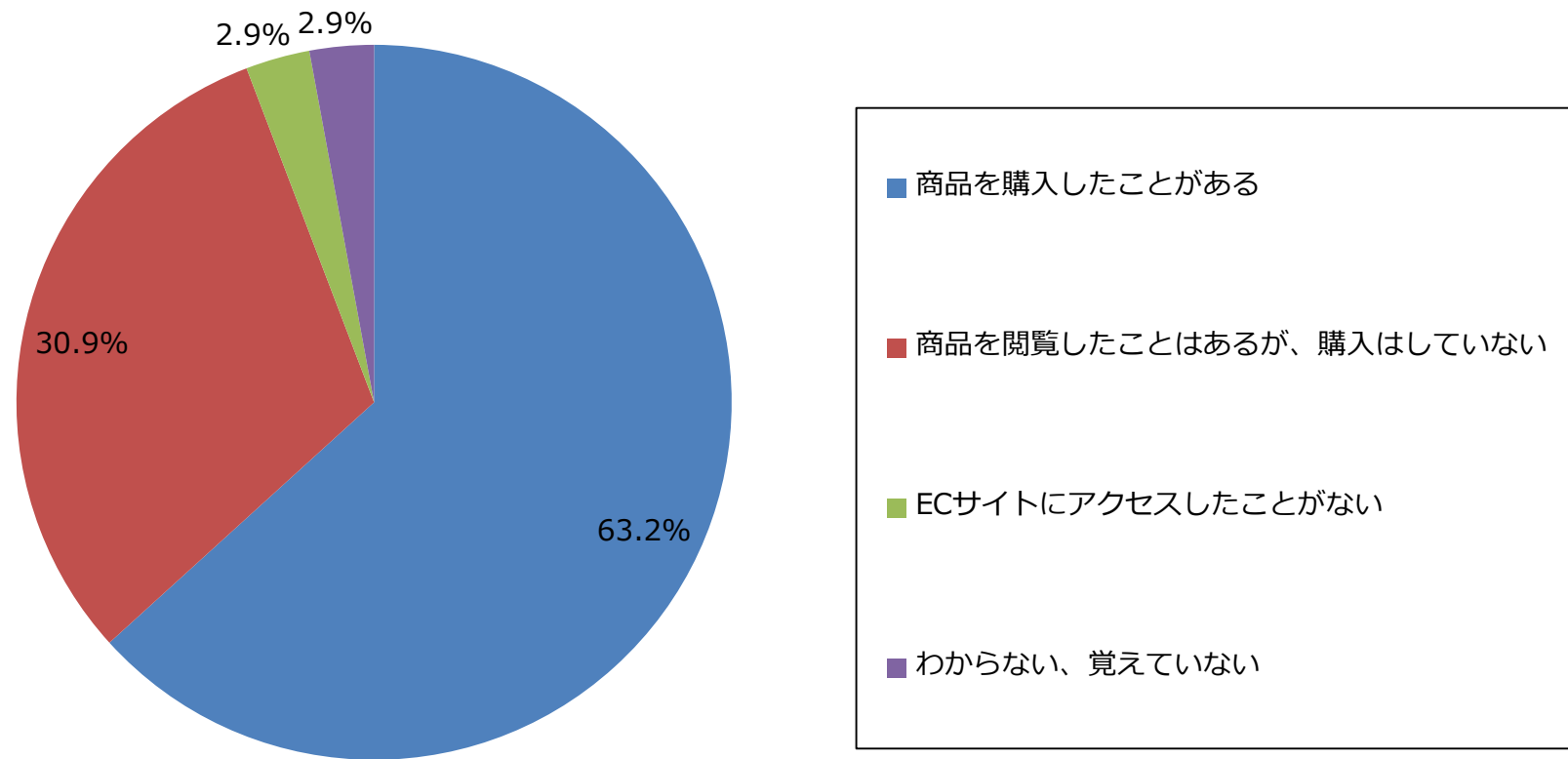
Instagramでフォローしている ECサイトのアカウント数 (n=68)

- Q20 あなたが、InstagramでフォローしているECサイトのアカウント数について、最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q20							わからない、数えていない
			1アカウント	2～5アカウント	6～10アカウント	11～15アカウント	16～20アカウント	21～29アカウント	30アカウント以上	
全体		68	13.2%	33.8%	17.6%	7.4%	4.4%	4.4%	16.2%	2.9%
性別	男性	34	5.9%	32.4%	23.5%	8.8%	2.9%	0.0%	26.5%	0.0%
	女性	34	20.6%	35.3%	11.8%	5.9%	5.9%	8.8%	5.9%	5.9%
年齢	20代	39	10.3%	33.3%	25.6%	5.1%	0.0%	7.7%	17.9%	0.0%
	30代	19	21.1%	21.1%	10.5%	15.8%	15.8%	0.0%	15.8%	0.0%
	40代	9	11.1%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%
	50代	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

ECサイトのInstagram投稿がきっかけで 商品を購入した割合（n=68）

- Q21 あなたは、ECサイトのInstagramへの投稿がきっかけで、商品を購入したことはありますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



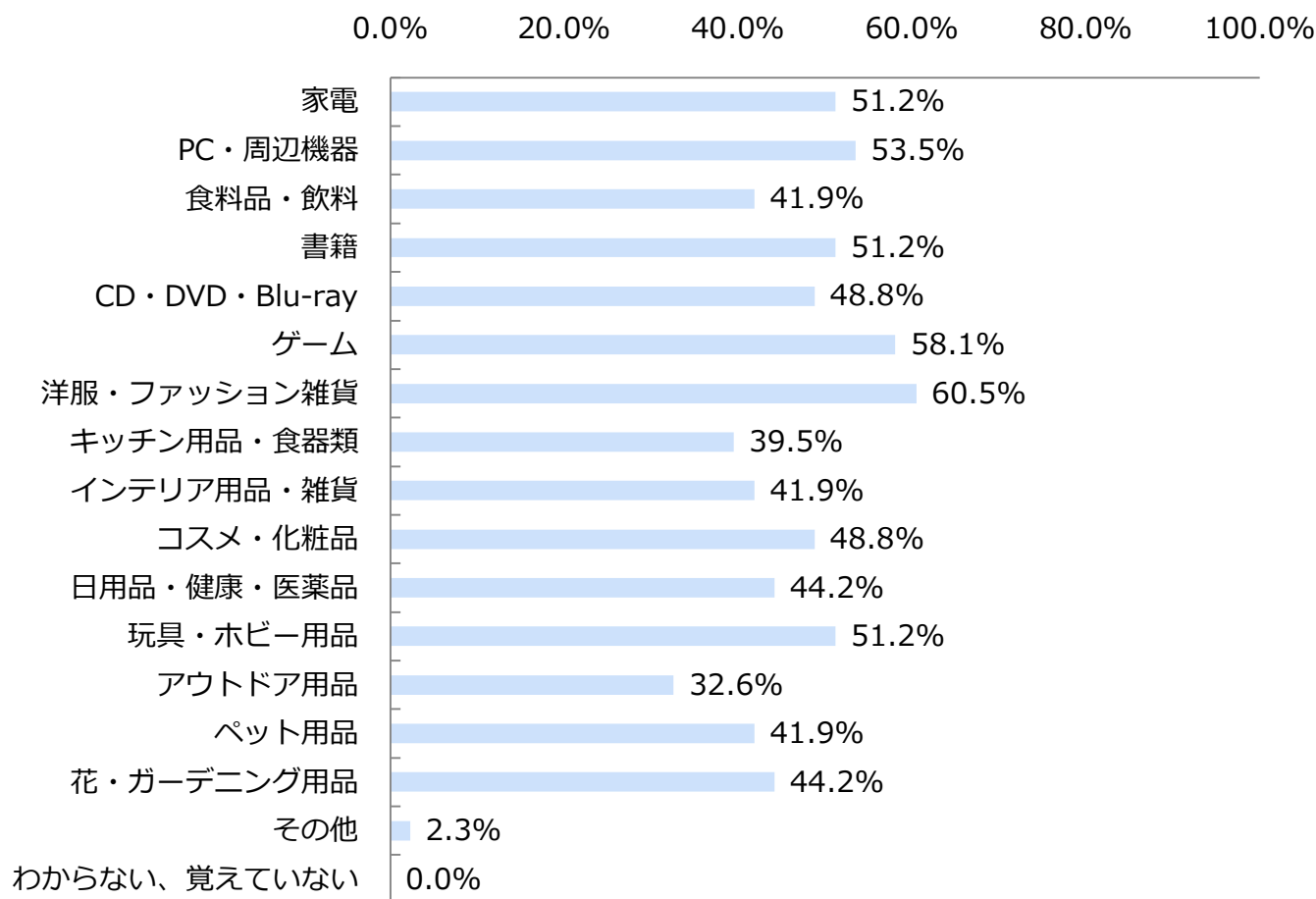
ECサイトのInstagram投稿がきっかけで 商品を購入した割合（n=68）

- Q21 あなたは、ECサイトのInstagramへの投稿がきっかけで、商品を購入したことはありますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q21			
			商品を購入したことがある	商品を読覧したことはあるが、購入はしていない	ECサイトにアクセスしたことがない	わからない、覚えていない
全体		68	63.2%	30.9%	2.9%	2.9%
性別	男性	34	73.5%	23.5%	0.0%	2.9%
	女性	34	52.9%	38.2%	5.9%	2.9%
年齢	20代	39	56.4%	38.5%	2.6%	2.6%
	30代	19	78.9%	15.8%	0.0%	5.3%
	40代	9	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%
	50代	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

ECサイトのInstagram投稿をきっかけに 購入した商品（n=43）

- Q22 あなたがECサイトのInstagramへの投稿がきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。



ECサイトのInstagram投稿をきっかけに 購入した商品（n=43）

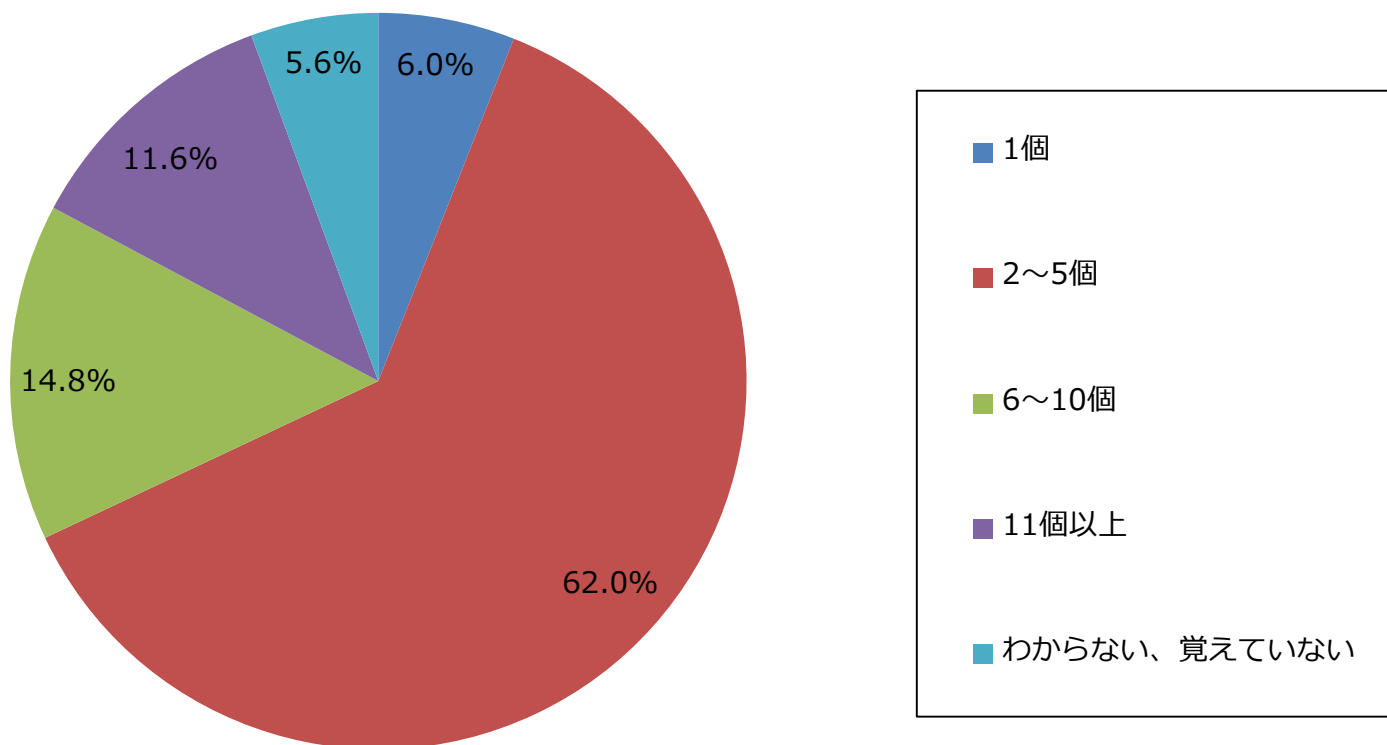
- Q22 あなたがECサイトのInstagramへの投稿がきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q22								
			家電	PC・周辺機器	食料品・飲料	書籍	CD・DVD・Blu-ray	ゲーム	洋服・ファッション雑貨	キッチン用品・食器類	インテリア用品・雑貨
全体		43	51.2%	53.5%	41.9%	51.2%	48.8%	58.1%	60.5%	39.5%	41.9%
性別	男性	25	52.0%	60.0%	52.0%	60.0%	48.0%	64.0%	60.0%	40.0%	40.0%
	女性	18	50.0%	44.4%	27.8%	38.9%	50.0%	50.0%	61.1%	38.9%	44.4%
年齢	20代	22	45.5%	59.1%	45.5%	59.1%	54.5%	63.6%	50.0%	36.4%	45.5%
	30代	15	53.3%	53.3%	40.0%	46.7%	46.7%	53.3%	66.7%	46.7%	40.0%
	40代	6	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	50.0%	83.3%	33.3%	33.3%
	50代	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

コスメ・化粧品	日用品・健康・医薬品	玩具・ホビー用品	アウトドア用品	ペット用品	花・ガーデニング用品	その他	わからない、覚えていない
48.8%	44.2%	51.2%	32.6%	41.9%	44.2%	2.3%	0.0%
44.0%	40.0%	52.0%	32.0%	36.0%	44.0%	4.0%	0.0%
55.6%	50.0%	50.0%	33.3%	50.0%	44.4%	0.0%	0.0%
45.5%	50.0%	54.5%	27.3%	36.4%	40.9%	4.5%	0.0%
53.3%	40.0%	53.3%	33.3%	46.7%	46.7%	0.0%	0.0%
50.0%	33.3%	33.3%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

ECサイトアプリのインストール数 (n=216)

- Q23 あなたがインストールしているECサイトのアプリ数について、最もあてはまるものを全てお選びください。



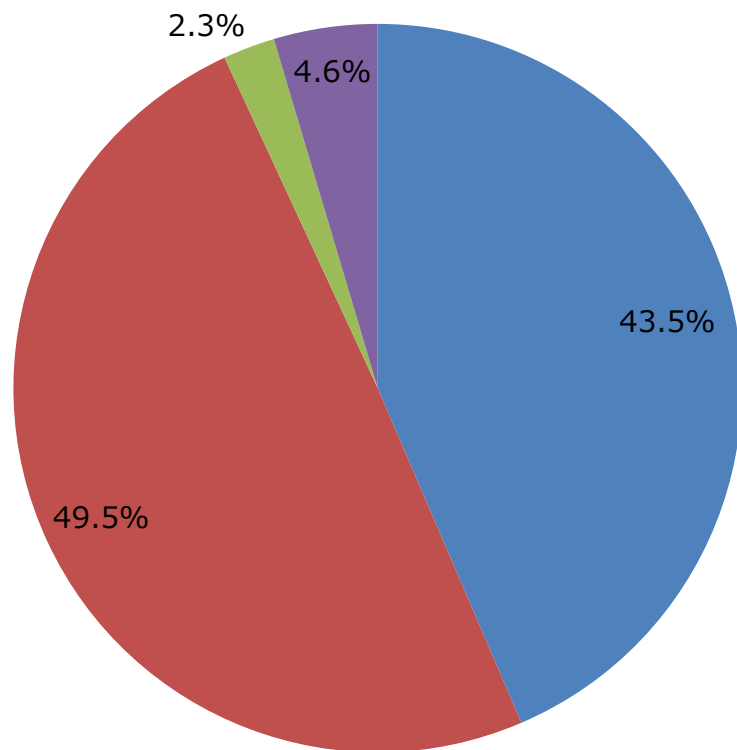
ECサイトアプリのインストール数 (n=216)

- Q23 あなたがインストールしているECサイトのアプリ数について、最もあてはまるものを全てお選びください。

		n	Q23				
			1個	2～5個	6～10個	11個以上	わからない 覚えていない
全体		216	6.0%	62.0%	14.8%	11.6%	5.6%
性別	男性	124	4.0%	65.3%	14.5%	12.1%	4.0%
	女性	92	8.7%	57.6%	15.2%	10.9%	7.6%
年齢	20代	96	8.3%	61.5%	14.6%	10.4%	5.2%
	30代	58	5.2%	62.1%	15.5%	15.5%	1.7%
	40代	38	5.3%	63.2%	15.8%	5.3%	10.5%
	50代	24	0.0%	62.5%	12.5%	16.7%	8.3%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」設定 (n=216)

- Q24 あなたは、ECサイトから届く「プッシュ通知」は、アプリの設定でオンにしていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- インストールしているECサイトのアプリは、全てオンにしている
- アプリによって、オンとオフを使い分けている
- ECサイトのアプリは、全てオフにしている
- わからない

ECサイトアプリの「プッシュ通知」設定 (n=216)

- Q24 あなたは、ECサイトから届く「プッシュ通知」は、アプリの設定でオンにしていますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

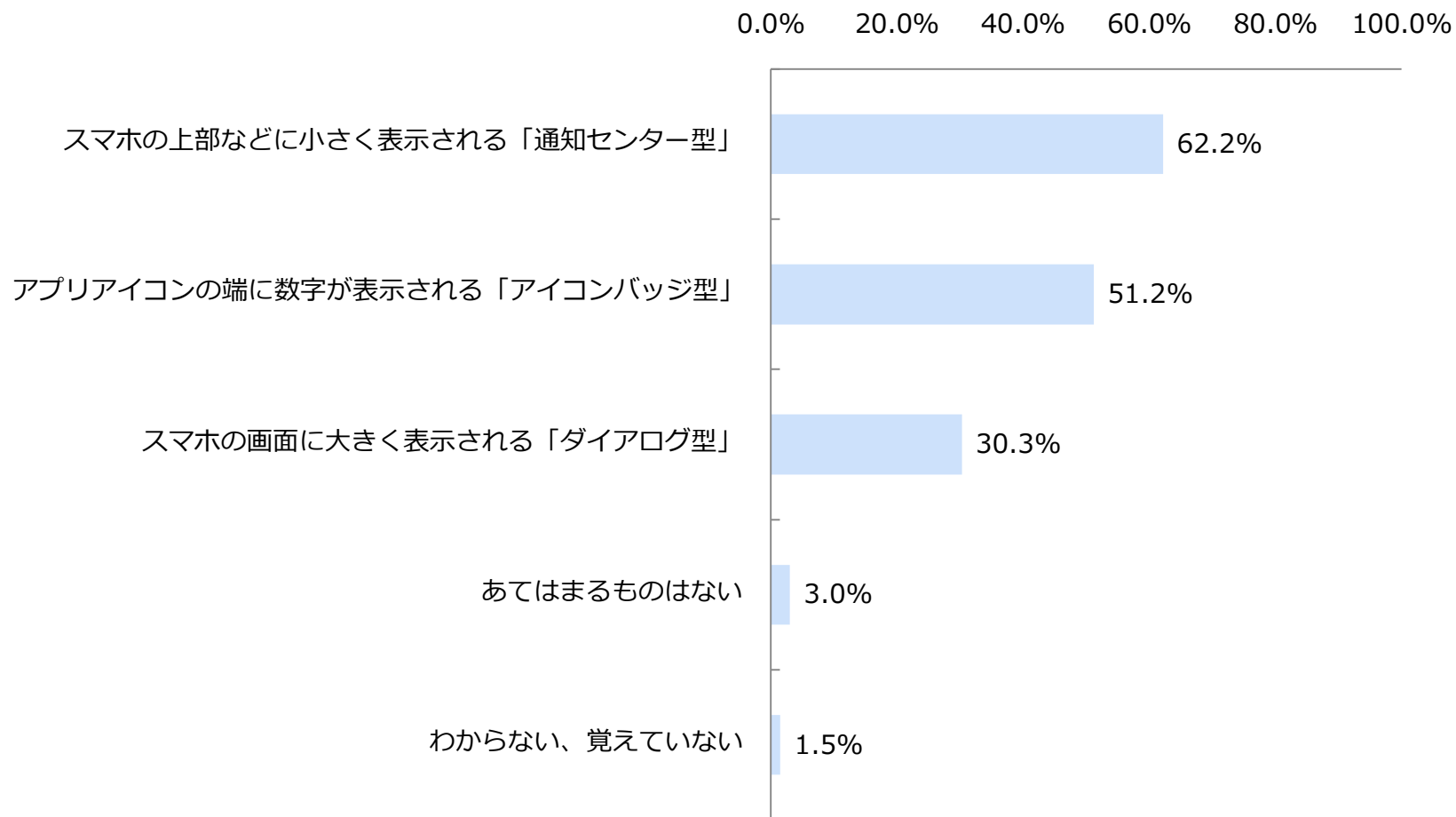
		n	Q24			
			インストールしているECサイトのアプリは、全てオンにしている	アプリによって、オンとオフを使い分けている	ECサイトのアプリは、全てオフにしている	わからない
全体		216	43.5%	49.5%	2.3%	4.6%
性別	男性	124	43.5%	50.0%	3.2%	3.2%
	女性	92	43.5%	48.9%	1.1%	6.5%
年齢	20代	96	52.1%	40.6%	2.1%	5.2%
	30代	58	44.8%	51.7%	1.7%	1.7%
	40代	38	31.6%	65.8%	0.0%	2.6%
	50代	24	25.0%	54.2%	8.3%	12.5%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」タイプ (n=201)



Marketing
Research Camp

- Q25 あなたが利用しているECサイトのアプリについて、あてはまる「プッシュ通知」のタイプを全てお選びください。



ECサイトアプリの「プッシュ通知」タイプ (n=201)



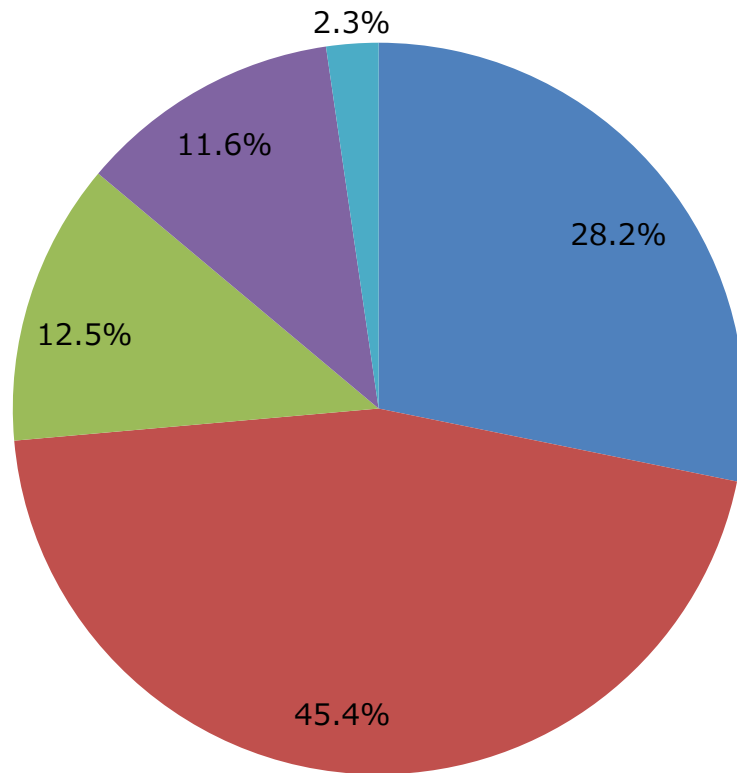
Marketing
Research Camp

- Q25 あなたが利用しているECサイトのアプリについて、あてはまる「プッシュ通知」のタイプを全てお選びください。

		n	Q25				
			スマホの上部などに小さく表示される「通知センサー型」	アプリアイコンの端に数字が表示される「アイコンバッジ型」	スマホの画面に大きく表示される「ダイアログ型」	あてはまるものはない	わからない、覚えていない
全体		201	62.2%	51.2%	30.3%	3.0%	1.5%
性別	男性	116	63.8%	47.4%	35.3%	3.4%	1.7%
	女性	85	60.0%	56.5%	23.5%	2.4%	1.2%
年齢	20代	89	62.9%	53.9%	34.8%	5.6%	0.0%
	30代	56	62.5%	55.4%	28.6%	1.8%	0.0%
	40代	37	64.9%	45.9%	32.4%	0.0%	5.4%
	50代	19	52.6%	36.8%	10.5%	0.0%	5.3%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」が きっかけでアプリ起動する割合（n=216）

- Q26 あなたはECサイトのアプリから届いた「プッシュ通知」を開封して、アプリを起動していますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- 全てのプッシュ通知を開封し、アプリを起動している
- どちらかというと開封して、アプリを起動することが多い
- どちらともいえない
- どちらかというと、開封することは少ない
- 開封しない

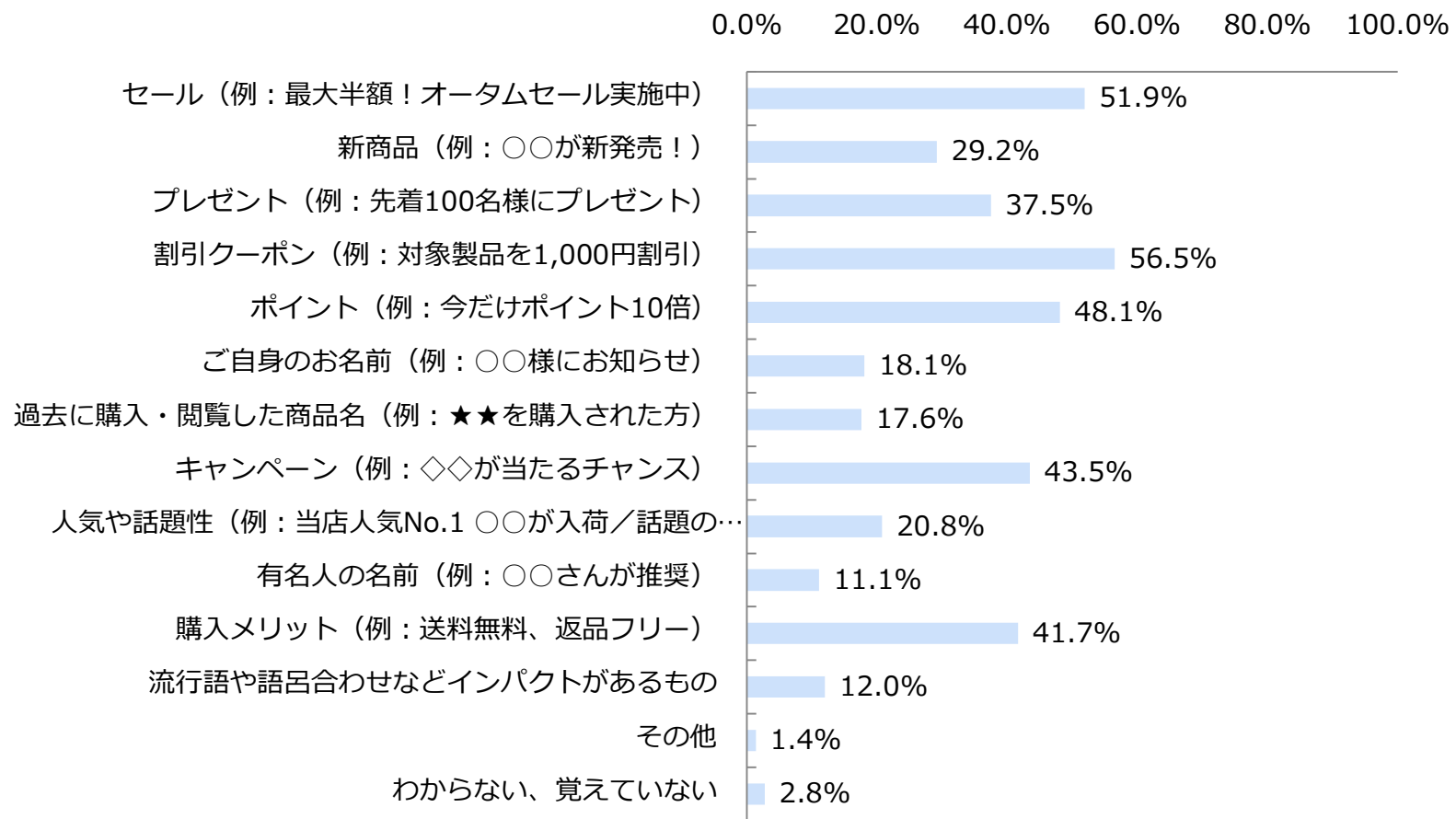
ECサイトアプリの「プッシュ通知」が きっかけでアプリ起動する割合（n=216）

- Q26 あなたはECサイトのアプリから届いた「プッシュ通知」を開封して、アプリを起動していますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q26				
			全てのプッシュ通知を開封し、アプリを起動している	どちらかというところ、アプリを起動することが多い	どちらともいえない	どちらかというところ、開封することは少ない	開封しない
全体		216	28.2%	45.4%	12.5%	11.6%	2.3%
性別	男性	124	29.8%	44.4%	11.3%	12.1%	2.4%
	女性	92	26.1%	46.7%	14.1%	10.9%	2.2%
年齢	20代	96	40.6%	39.6%	9.4%	10.4%	0.0%
	30代	58	27.6%	48.3%	12.1%	8.6%	3.4%
	40代	38	13.2%	63.2%	10.5%	10.5%	2.6%
	50代	24	4.2%	33.3%	29.2%	25.0%	8.3%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」でアクセスしたくなる内容 (n=216)

- Q27 あなたが、ECサイトのアプリから届く「プッシュ通知」のうち、開封したくなるものはどんな内容のものですか？あてはまるものを全てお選びください。



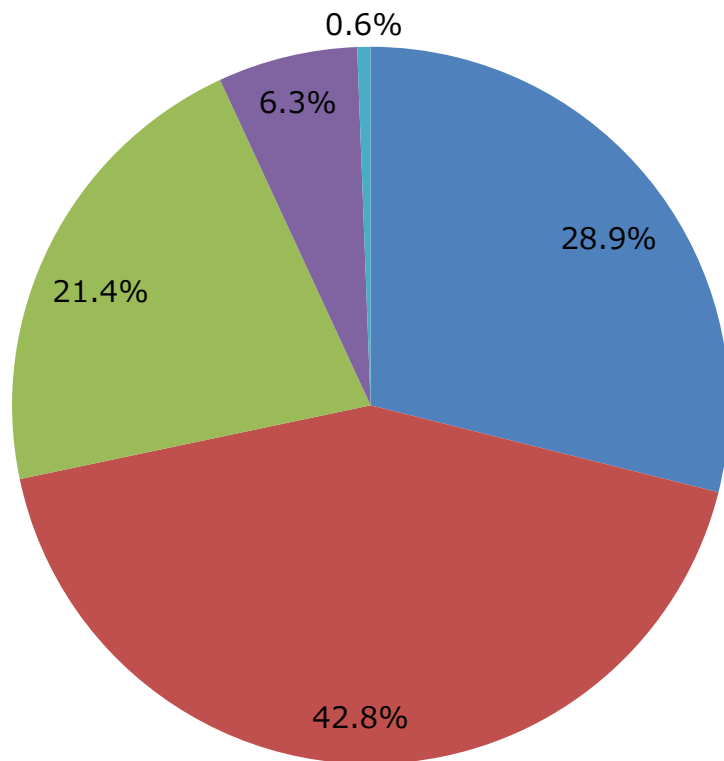
ECサイトアプリの「プッシュ通知」で アクセスしたくなる内容 (n=216)

- Q27 あなたが、ECサイトのアプリから届く「プッシュ通知」のうち、開封したくなるものはどんな内容のものですか？あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q27													
			セール (例：最大半額！ オータムセール実施中)	新商品 (例：〇〇が新発売！)	プレゼント (例：先着100名様にプレゼント)	割引クーポン (例：対象製品を1,000円割引)	ポイント (例：今だけポイント10倍)	ご自身のお名前 (例：〇〇様にお知らせ)	過去に購入・閲覧した商品名 (例：★★を購入された方)	キャンペーン (例：◇◇が当たるチャンス)	人気や話題性 (例：当店人気No.1 〇〇が入荷／話題の〇〇が入荷)	有名人の名前 (例：〇〇さんが推奨)	購入メモ (例：送料無料、返品フリー)	流行語や語呂合わせなどインパクトがあるもの	その他	わからない、覚えていない
全体		216	51.9%	29.2%	37.5%	56.5%	48.1%	18.1%	17.6%	43.5%	20.8%	11.1%	41.7%	12.0%	1.4%	2.8%
性別	男性	124	50.8%	35.5%	40.3%	58.9%	46.8%	18.5%	18.5%	47.6%	22.6%	12.9%	43.5%	12.9%	2.4%	1.6%
	女性	92	53.3%	20.7%	33.7%	53.3%	50.0%	17.4%	16.3%	38.0%	18.5%	8.7%	39.1%	10.9%	0.0%	4.3%
年齢	20代	96	57.3%	33.3%	40.6%	52.1%	43.8%	22.9%	16.7%	45.8%	24.0%	12.5%	43.8%	17.7%	2.1%	2.1%
	30代	58	46.6%	22.4%	39.7%	55.2%	51.7%	20.7%	22.4%	41.4%	19.0%	17.2%	37.9%	10.3%	0.0%	3.4%
	40代	38	57.9%	36.8%	34.2%	71.1%	57.9%	10.5%	10.5%	50.0%	21.1%	5.3%	50.0%	7.9%	0.0%	2.6%
	50代	24	33.3%	16.7%	25.0%	54.2%	41.7%	4.2%	20.8%	29.2%	12.5%	0.0%	29.2%	0.0%	4.2%	4.2%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」が購入のきっかけとなる割合 (n=159)

- Q28 あなたにとって、ECサイトのアプリから届くプッシュ通知は購入のきっかけになりますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。



- 購入のきっかけとなることが多い
- どちらかというと、購入のきっかけになることが多い
- どちらともいえない
- どちらかというと、あまり購入のきっかけにならない
- 購入のきっかけになることはない

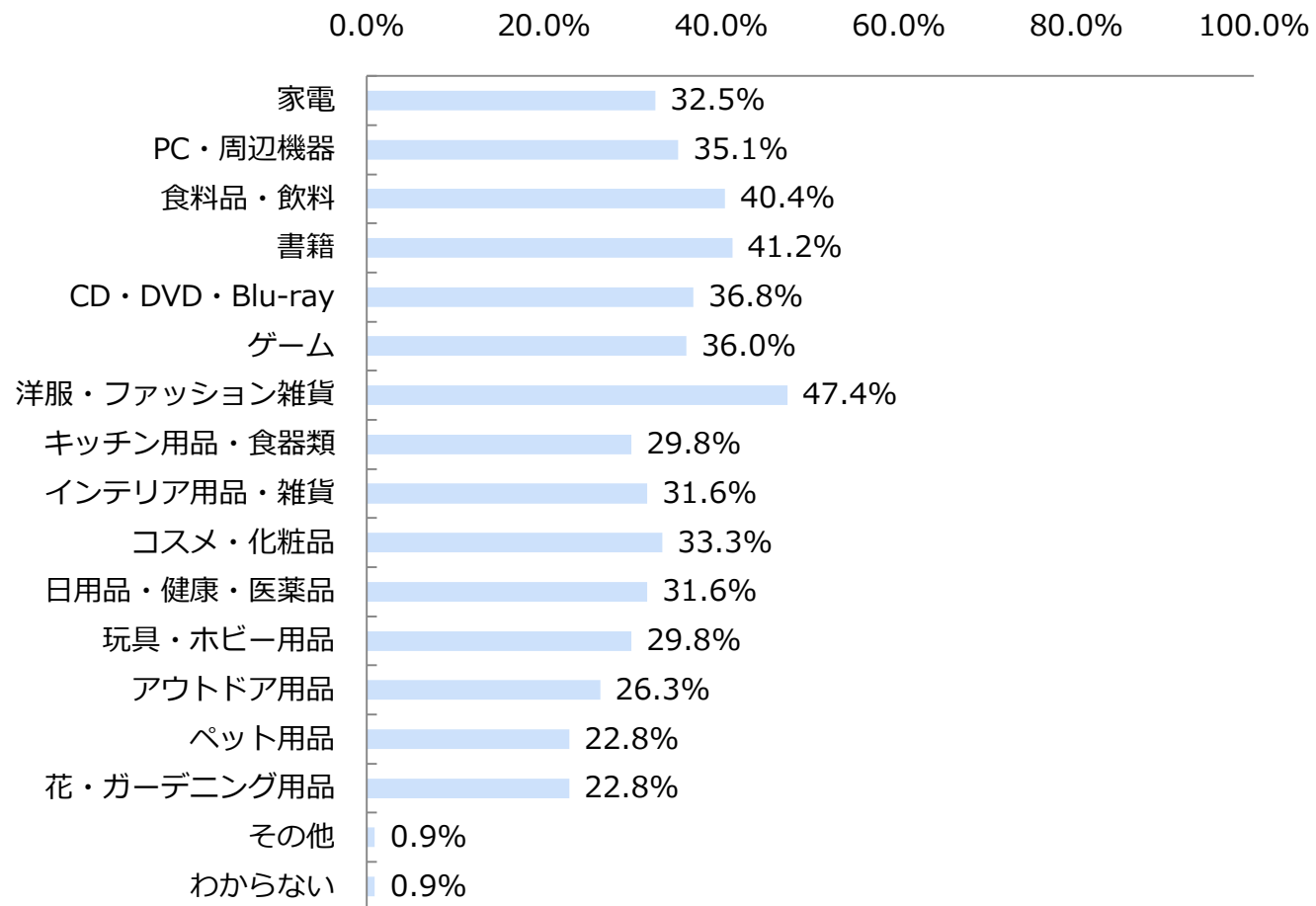
ECサイトアプリの「プッシュ通知」が購入のきっかけとなる割合（n=159）

- Q28 あなたにとって、ECサイトのアプリから届くプッシュ通知は購入のきっかけになりますか？最もあてはまるものを一つだけお選びください。

		n	Q28				
			購入のきっかけとなる ことが多い	どちらか というと、購 入のきっか けになるこ とが多い	どちらとも いえない	どちらか というと、あ まり購入の きっかけに ならない	購入のきっ かけになる ことはない
全体		159	28.9%	42.8%	21.4%	6.3%	0.6%
性別	男性	92	31.5%	39.1%	22.8%	6.5%	0.0%
	女性	67	25.4%	47.8%	19.4%	6.0%	1.5%
年齢	20代	77	40.3%	49.4%	9.1%	1.3%	0.0%
	30代	44	27.3%	40.9%	22.7%	9.1%	0.0%
	40代	29	10.3%	34.5%	41.4%	10.3%	3.4%
	50代	9	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%	0.0%

ECサイトアプリの「プッシュ通知」が きっかけで購入した商品（n=114）

- Q29 あなたECサイトからのプッシュ通知がきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。



ECサイトアプリの「プッシュ通知」が きっかけで購入した商品 (n=114)

- Q29 あなたECサイトからのプッシュ通知がきっかけで購入した商品について、あてはまるものを全てお選びください。

		n	Q29								
			家電	PC・周辺機器	食料品・飲料	書籍	CD・DVD・Blu-ray	ゲーム	洋服・ファッション雑貨	キッチン用品・食器類	インテリア用品・雑貨
全体		114	32.5%	35.1%	40.4%	41.2%	36.8%	36.0%	47.4%	29.8%	31.6%
性別	男性	65	43.1%	47.7%	43.1%	47.7%	43.1%	40.0%	41.5%	32.3%	40.0%
	女性	49	18.4%	18.4%	36.7%	32.7%	28.6%	30.6%	55.1%	26.5%	20.4%
年齢	20代	69	29.0%	33.3%	39.1%	39.1%	37.7%	36.2%	46.4%	26.1%	27.5%
	30代	30	36.7%	36.7%	36.7%	50.0%	40.0%	43.3%	46.7%	43.3%	33.3%
	40代	13	46.2%	38.5%	46.2%	38.5%	30.8%	23.1%	53.8%	23.1%	53.8%
	50代	2	0.0%	50.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%

コスメ・化粧品	日用品・健康・医薬品	玩具・ホビー用品	アウトドア用品	ペット用品	花・ガーデニング用品	その他	わからない
33.3%	31.6%	29.8%	26.3%	22.8%	22.8%	0.9%	0.9%
29.2%	35.4%	32.3%	32.3%	20.0%	24.6%	1.5%	0.0%
38.8%	26.5%	26.5%	18.4%	26.5%	20.4%	0.0%	2.0%
34.8%	30.4%	29.0%	30.4%	20.3%	24.6%	1.4%	1.4%
33.3%	30.0%	36.7%	16.7%	30.0%	20.0%	0.0%	0.0%
30.8%	38.5%	23.1%	30.8%	23.1%	23.1%	0.0%	0.0%
0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

●セルフ×クラウド型ネットリサーチ「Fastask（ファストアスク）」

株式会社ジャストシステムの「Fastask（ファストアスク）」は、調査工程をクラウド化し、低価格（従来の約1/3）でスピーディーな調査を実現したセルフ型リサーチです。

【本調査】 1問 1 サンプル回収あたり
一律: **10円**（税別）

【スクリーニング調査】 2,000サンプル回収あたり
一律: **10,000円**（税別）



■ Fastaskに関するお問い合わせ

株式会社ジャストシステム 法人インフォメーションセンター
TEL:03-5324-7655

<https://www.fast-ask.com/>