

公益財団法人流通経済研究所 主催

ネットショッパー 研究会

2023年度

ネットショッパー研究会は、ショッパーの行動や意識・インサイトから、食品・日用品メーカー／卸売業のECチャネル戦略を考える研究会です。

2023年度の研究テーマ

リアルとネットの融合で多様化する
消費者の購買行動

全回オンライン配信

開催期間

2023.6～2024.2

報告会
全5回

- EC、ネットS Mに関連したトピック報告
- カテゴリーによるネットとリアルの使い分け
- ヘビーネットショッパーのインサイト
- 米国と中国における流通事情 など

初回お試し参加（有償）

6月20日（火）13:30～16:30

ご参加対象企業・対象者

消費財メーカー・卸売業の

- EC企業への営業を担当する方
- ネットスーパー等リアル店舗のネット対応を支援する方
- 自社D2Cに取り組む（今後検討している）方 など

① 1万人超の調査と購買データでネット購買の実態をとらえる
② 定性調査からネット購買のインサイトをとらえる

ネットショッパー研究 ↓ EC戦略

 公益財団法人 **流通経済研究所**

〒102-0074 東京都千代田区九段南4丁目8-21 山脇ビル10F

TEL: 03-5213-4532
net_shopper@dei.or.jp



ネットショッパー研究会とは

ネットショッパー研究会は、**ショッパーの行動や意識・インサイト**から、食品・日用品メーカー/卸売業のECチャネル戦略を考える研究会です。

消費財の中でもEC化率が先行して高まっている化粧品や健康食品だけでなく、リアル店舗での購買が中心である**食品や日用雑貨のカテゴリー**においても、ネットSMの成長を背景にEC化率が高まっており、新たなチャネル・顧客接点として、**ECやネットSMでの対応戦略**は消費財メーカーにとって重要になっています。

2018年の発足以降、ショッパーの直近の行動を捉える消費者調査報告や、ECの展開に積極的に取り組む実務家の講演、EC化率が日本と比べて先行して高まっている**米国、中国の現地情報**などを通して、伸長を続けるEC業態にメーカーはいかに対応していくべきかについて提言を行っています。

研究会での独自調査では、週に1回以上ネットで買い物をしているヘビーネットショッパーに着目し、平均的な消費者のネット購買ではなく、高頻度でネット購買を繰り返すショッパーの購買行動やインサイトをとらえて、将来的に広がるヘビーネットショッパーへの対応を検討していきます。

2023年度の研究テーマ

2023年度は、以下をテーマにプログラムを構成します。

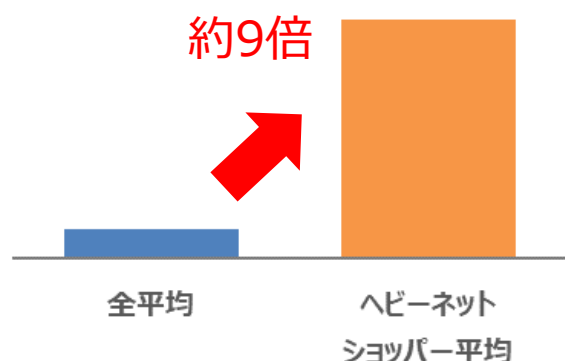
EC・ネットSMとリアル店舗の使い分け

ヘビーネットショッパーのネット利用インサイト

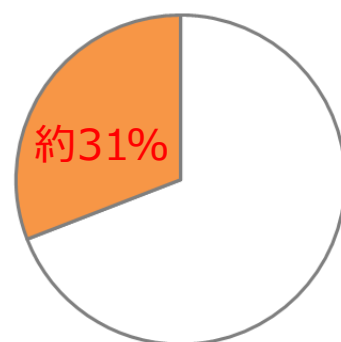
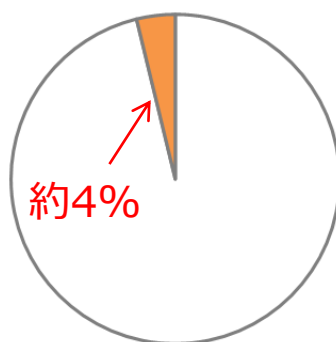
2020年からのコロナ禍を経て、ネット購買層のすそ野は広がり、年間を通じて約85%※1のショッパーがネットでの購買をするようになりました。ショッパーの生活の中で、ネットで買い物をすることは、スーパーやコンビニエンスストアで買い物をするのと同じように一般化していると言えます。一方、ここまでネット購買が浸透すると、今まで新規の利用者が増えることによって高まってきたEC化率の上昇は、ネット購買のヘビー化に依存することになり、**ネットチャネルの成長は新たな段階**を迎えていると考えられます。

こうした中、ネット購買のヘビー化に備えて、先行して高頻度にネットで購買している**ヘビーネットショッパー**の購買行動やインサイトをとらえることが重要と考えられます。

ヘビーネットショッパーの実態※2



年間購買金額が全体平均の約9倍と大きい（幅広いカテゴリーを購買）



人数ベースで約4%のヘビーネットショッパーが、ネットでの購買金額の3割強を占めている

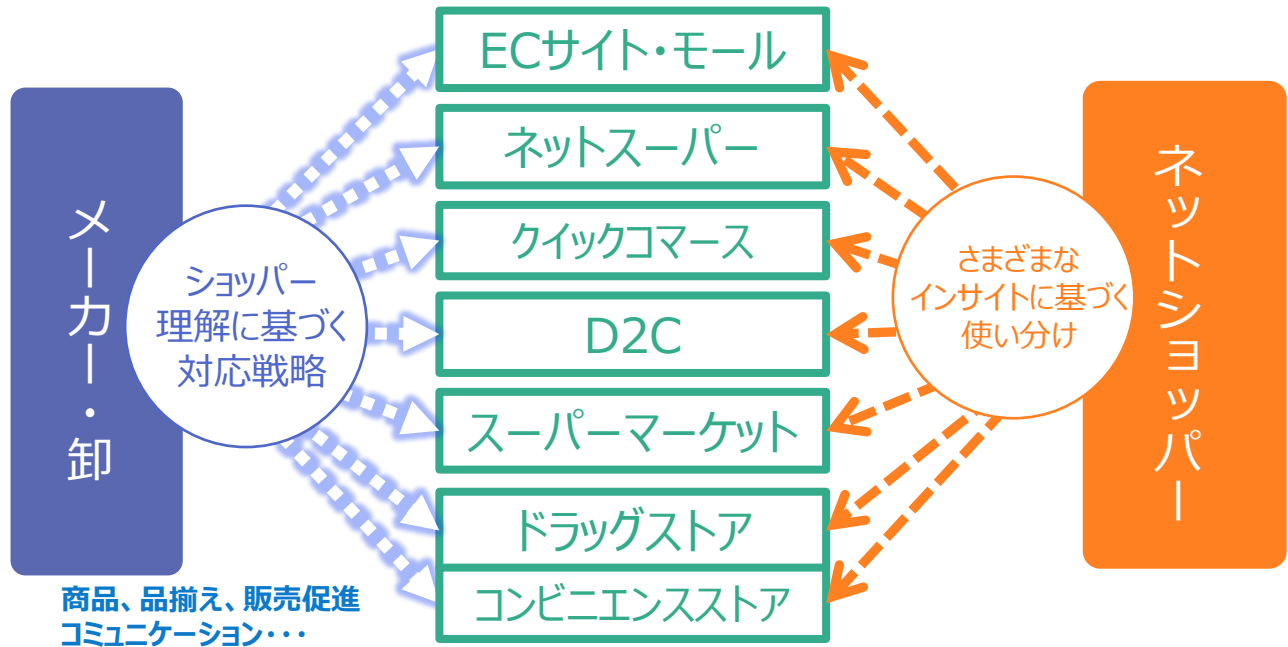
※1 研究会で実施した2022年のネットショッパー調査

※2 研究会で分析した2022年の消費者購買データの分析結果

研究会の視点

ネットチャネルの成長は、リアル業態によるネット販売も含めて多様化し、競争環境は複雑になっています。小売業がOMOの施策に取り組む中で、メーカー・卸はこれらをかきこく使い分ける消費者の行動・意識を把握して、それぞれのチャネルへの対応を検討する必要があります。

EC企業への営業提案だけでなく、ネットスーパー等のリアル店舗のネット対応の支援や、自社D2Cの取り組みなど、メーカー・卸の対応戦略は多岐にわたります。



独自研究の概要

ネットショッパーの行動と意識の実態を捉えるために、ショッパーのEC利用の実態について独自調査やデータ分析を実施します。

Webアンケート調査

全国約1万人を対象としたアンケート調査により、ショッパーのEC利用の実態を捉えます。基礎項目については定点で調査しているため、時系列の変化を把握することができます。また、主要ECサイトやネットSMの利用状況や評価などをとらえます。

また、ネットショッパーに限定してカテゴリー別の購買計画などカテゴリー特性を把握するための調査も実施します。

ショッパー定性調査

ヘビーネットショッパーに対するオンライン・デプス・インタビューにより、ヘビーネットショッパーのネット購買やリアル店舗との使い分けの実態を捉えます。ネット購買をする背景となるショッパーのインサイトを探ります。

消費者購買データ分析

全国約3万人超の消費者購買データ (QPR™※3) の分析により、ショッパーの業態使い分けやECサイト、ネットSMにおけるカテゴリー別の購買動向を業態横断、カテゴリー横断で定量的に分析し、ネット購買におけるカテゴリー特性や商品特性を明らかにします。

※3 エムキューブ社が収集する購買モニタの単品別購買履歴データQPR™の全カテゴリー、全購買先のデータを用いて分析を実施

報告会スケジュール

2023年度の研究会では、年5回の報告会を通じて、研究報告をいたします。

各報告会のプログラムは、事務局の研究報告と実務家・有識者の講演からなります。

第1回	2023年6月20日 初回お試し参加回 ▶トピック報告 統計調査の最新状況 EC・ネットSM関連情報 ▶消費者購買データ分析 カテゴリー別EC比率の状況 ▶実務家講演 楽天グループ株式会社 「楽天グループが取り組む無人配送サービス」	第3回	2023年10月17日 ▶トピック報告 ▶消費者定性調査報告（概要） ヘビーネットショッパーの購買実態 ▶海外流通動向（実務家講演） 流通コンサルタント 鈴木 敏仁氏 米国におけるEC、ネットSM、流通動向
第2回	2023年8月22日 ▶トピック報告 統計調査の最新状況 EC・ネットSM関連情報 ▶消費者調査報告（Web1万人調査） ネットとリアルを使い分け状況 ECサイト、ネットSMの評価等 ▶消費者購買データ分析 ネットで購買される商品の特徴 サイト別購買商品の特徴	第4回	2023年12月12日 ▶トピック報告 ▶消費者調査報告（Web調査） ネットにおける購買行動詳細分析 ▶海外流通動向 流通経済研究所特任研究員 李雪 中国におけるEC、ネットSM、流通動向
		第5回	2024年2月13日 ▶トピック報告 ▶消費者定性調査報告（詳細） ヘビーネットショッパーのインサイト ▶消費者購買データ分析 ヘビーネットショッパーの購買実態 （リアルネット業態、商品の使い分け）

※プログラムは変更となる場合があります

研究会参加費

年額 **50万円**（税込55万円）

※オンラインでの配信には原則
参加人数の制限なしでご参加いただけます。

初回お試し参加費用（2名まで）：5万円（税別） ※3名以上の参加はご相談ください。

初回お試し参加後に年間参加される場合は、年額45万円（税別）となります。


お申し込み


下記アドレスからお申し込みできます
研究会の詳細もこちらからご覧になれます

 <https://www.dei.or.jp/project/netshopper/>



お問い合わせ先

 03-5213-4532

 03-5276-5457

 net_shopper@dei.or.jp

公益財団法人流通経済研究所
（東京都千代田区九段南4丁目8-21）
ネットショッパー研究会事務局
担当：山崎、伊藤

研究会アドバイザー・講師
流通経済研究所 客員研究員
玉川大学経営学部 准教授 矢野 尚幸