

2014年4月30日

Press Release

楽天リサーチ株式会社  
株式会社スポットライト

## 約9割の人が店舗選びの際に、ポイントサービスを重視

### － 買い物とポイントサービスに関する調査 －

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20140430/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学）と、楽天株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役会長兼社長：三木谷 浩史）のグループ会社である株式会社スポットライト（本社：東京都渋谷区、代表取締役：柴田 陽）は、買い物とポイントサービスに関するインターネット調査を実施しました。今回の調査は、2014年4月11日から14日の4日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の10代から60代の男女1,196人を対象に行いました。

---

### ■□ 調査結果概要 □■

---

#### ■購入人気ジャンルは、オンラインでは本や美容、健康用品、オフラインでは食料品、生活消費財ジャンル

商品のジャンルごとにオンライン（インターネット）購入とオフライン（実店舗）購入のどちらが多いかを聞いたところ、「オンライン購入のみ」、「オンライン購入が多い」の割合が高かった商品は、「本（33.1%）」、「美容、健康用品（20.3%）」だった。一方、「オフライン購入のみ」、「オフライン購入が多い」の割合が高かったのは、「食料品（82.4%）」、「生活消費財（66%）」だった。

#### ■10代女性のファッションアイテム購入はオンラインが躍進

過去1年間に、新たにオンライン購入をするようになった商品について聞いたところ、「本（28.7%）」がトップだった。中でも10代は男女共に高かった。また性年代別に見ると、特に10代女性は「洋服、靴などのファッションアイテム（38.9%）」の割合が高かった。

### ■ オンライン購入には、宅配や手軽さに次いで、「ポイントが貯まる」ことに魅力を感じている人が多数

オンライン（インターネット）で買い物をする人に理由を聞いたところ、「自宅まで届けてくれるから（64.9%）」、「ネットショッピングは手軽だから（63.4%）」と利便性の高さをあげる人が多かった。次に「ポイントが貯まるから（50.8%）」が続いた。特に20代は、「ポイントが貯まるから（63.6%）」と回答した人が全体と比較して10ポイント以上高かった。

### ■ 買い物をする際に利用できるスマホアプリは、20代を中心に人気

オフライン（実店舗）で買い物をする人に今後も使い続けたい、あるいは使ってみたいスマートフォンアプリを聞いたところ、「割引クーポンやお得な情報を受け取れるアプリ（24.5%）」の次に、「来店するとポイントがもらえるアプリ（21.6%）」が続いた。年代別にみると、すべての項目で、20代の割合が全体より5ポイント以上高く、買い物の際に利用できるスマートフォンアプリは20代を中心に人気を集めた。

### ■ 約9割の人が店舗選びの際にポイントサービスを重視

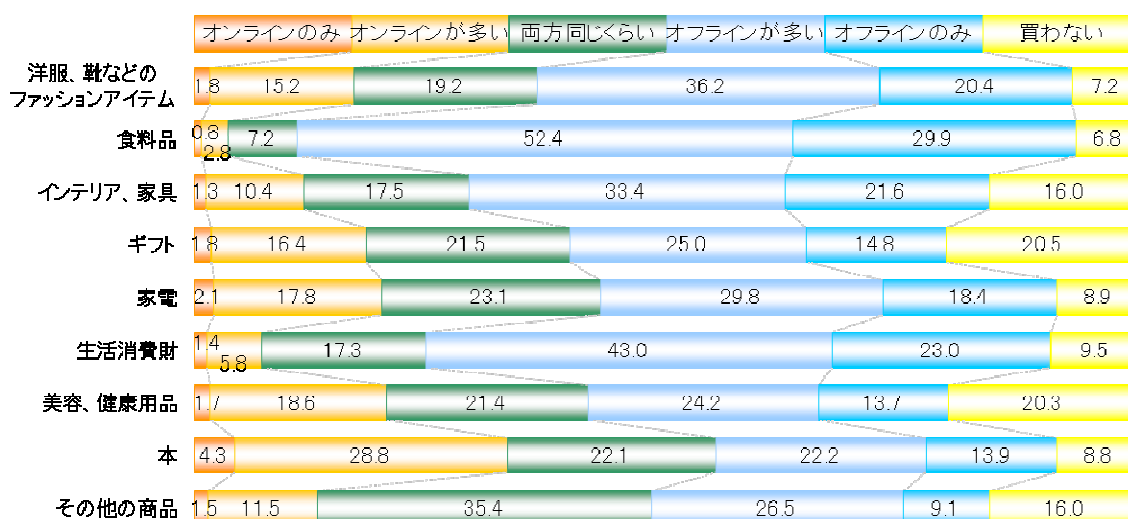
最後に、オンライン、オフラインを問わずポイントサービスについての意識を聞いてみたところ、自分が利用しているポイントカードが使える店舗を積極的に選択・利用しようと思う人は、全体の88.0%にのぼった。買い物時における店舗選択においては、ポイントサービスの有無が重要な要素となっているようだ。

■□ 調査結果 □■

■購入人気ジャンルは、オンラインでは本や美容、健康用品、オフラインでは食料品、生活消費財ジャンル

商品のジャンルごとにオンライン（インターネット）購入とオフライン（実店舗）購入のどちらが多いかを聞いたところ、「オンライン購入のみ」、「オンライン購入が多い」の割合が高かった商品は、「本（33.1%）」、「美容、健康用品（20.3%）」だった。一方、「オフライン購入のみ」、「オフライン購入が多い」の割合が高かったのは、「食料品（82.4%）」、「生活消費財（66%）」だった。

◇商品ジャンルごとの購入方法について（n=1,196） 単位：%



■10代女性のファッションアイテム購入はオンラインが躍進

過去1年間に、新たにオンライン購入をするようになった商品について聞いたところ、「本（28.7%）」がトップだった。中でも10代は男女共に高かった。また性年代別に見ると、特に10代女性は「洋服、靴などのファッションアイテム（38.9%）」の割合が高かった。

◇過去1年間にオンライン購入するようになった商品 (n=1,138) 単位：%

		n (%)	洋服、靴などのアイテム	食料品	インテリア、家具	ギフト	家電	生活消費財	美容、健康用品	本	その他の商品	当てはまる商品はない
全体		1138 100.0	273 24.0	209 18.4	132 11.6	157 13.8	217 19.1	131 11.5	167 14.7	327 28.7	105 9.2	406 35.7
性年代	男性 10代	89 100.0	17 19.1	12 13.5	16 18.0	4 4.5	16 18.0	9 10.1	10 11.2	33 37.1	13 14.6	31 34.8
	男性 20代	89 100.0	27 30.3	12 13.5	13 14.6	5 5.6	15 16.9	11 12.4	10 11.2	30 33.7	14 15.7	30 33.7
	男性 30代	98 100.0	19 19.4	16 16.3	12 12.2	17 17.3	25 25.5	9 9.2	5 5.1	30 30.6	4 4.1	34 34.7
	男性 40代	98 100.0	21 21.4	24 24.5	11 11.2	14 14.3	19 19.4	13 13.3	13 13.3	28 28.6	9 9.2	43 43.9
	男性 50代	93 100.0	22 23.7	23 24.7	14 15.1	13 14.0	26 28.0	11 11.8	11 11.8	24 25.8	7 7.5	34 36.6
	男性 60代	96 100.0	16 16.7	18 18.8	9 9.4	10 10.4	25 26.0	8 8.3	10 10.4	28 29.2	11 11.5	28 29.2
	女性 10代	90 100.0	35 38.9	8 8.9	8 8.9	7 7.8	10 11.1	7 7.8	13 14.4	37 41.1	6 6.7	28 31.1
	女性 20代	98 100.0	31 31.6	19 19.4	10 10.2	22 22.4	13 13.3	16 16.3	23 23.5	24 24.5	4 4.1	28 28.6
	女性 30代	98 100.0	27 27.6	20 20.4	17 17.3	18 18.4	21 21.4	18 18.4	23 23.5	28 28.6	9 9.2	39 39.8
	女性 40代	98 100.0	22 22.4	16 16.3	6 6.1	15 15.3	10 10.2	9 9.2	14 14.3	22 22.4	8 8.2	42 42.9
	女性 50代	97 100.0	17 17.5	21 21.6	10 10.3	14 14.4	19 19.6	5 5.2	19 19.6	20 20.6	11 11.3	38 39.2
	女性 60代	94 100.0	19 20.2	20 21.3	6 6.4	18 19.1	18 19.1	15 16.0	16 17.0	23 24.5	9 9.6	31 33.0

■オンライン購入には、宅配や手軽さに次いで、「ポイントが貯まる」ことに魅力を感じている人が多数

オンライン（インターネット）で買い物をする人に理由を聞いたところ、「自宅まで届けてくれるから（64.9%）」、「ネットショッピングは手軽だから（63.4%）」と利便性の高さをあげる人が多く、「ポイントが貯まるから（50.8%）」が続いた。特に20代は、「ポイントが貯まるから（63.6%）」と回答した人が全体と比較して10ポイント以上高かった。

◇オンライン（インターネット）で買い物をする理由（n=1,138） 単位：%

		n (%)	ネットショッピングは 手軽だから	自宅まで届けてくれるから	お店に行くのが面倒 だから	欲しい商品が近くのお店に あるかわからないから	ポイントが貯まるから	他のサイトと比較できる から	欲しい商品の値段を 見たいから	他の購入者の口コミを 見たいから	その他
全体		1138 100.0	721 63.4	739 64.9	300 26.4	422 37.1	578 50.8	493 43.3	211 18.5	77 6.8	
性別	男性	563 100.0	361 64.1	351 62.3	139 24.7	200 35.5	259 46.0	229 40.7	79 14.0	36 6.4	
	女性	575 100.0	360 62.6	388 67.5	161 28.0	222 38.6	319 55.5	264 45.9	132 23.0	41 7.1	
年代	10代	179 100.0	114 63.7	102 57.0	46 25.7	65 36.3	68 38.0	50 27.9	25 14.0	15 8.4	
	20代	187 100.0	119 63.6	117 62.6	54 28.9	66 35.3	119 63.6	79 42.2	33 17.6	18 9.6	
	30代	196 100.0	126 64.3	130 66.3	42 21.4	79 40.3	106 54.1	79 40.3	44 22.4	10 5.1	
	40代	196 100.0	126 64.3	136 69.4	58 29.6	77 39.3	106 54.1	86 43.9	38 19.4	19 9.7	
	50代	190 100.0	132 69.5	129 67.9	56 29.5	75 39.5	100 52.6	99 52.1	41 21.6	5 2.6	
	60代	190 100.0	104 54.7	125 65.8	44 23.2	60 31.6	79 41.6	100 52.6	30 15.8	10 5.3	

また、同様にオフライン（実店舗）で買い物をする人に理由を聞いたところ、「実際の商品を店頭で見る（洋服の場合は試着する）ことができるから（82.7%）」、「すぐ手に入り、その日に持ち帰ることができるから（59.1%）」という回答が上位となった。オフラインで買い物をする人は、実際に商品を見て、そのまま持ち帰ることに魅力を感じているようだ。

◇オフライン（実店舗）で買い物をする理由（n=1,159） 単位：%

		n (%)	こと （洋服 の場 合は 試着 する ）	実 際 の 商 品 を 店 頭 で 見 る	持 ち 帰 る こ と が で き る か ら	す ぐ 手 に 入 り 、 そ の 日 に ら	送 料 が か か ら な い か ら	欲 し い か ら	店 員 さ ん か ら の ア ド バ イ ス が	見 な が ら 買 い た い か ら	友 人 や 恋 人 、 家 族 な ど と 一 緒 に	店 頭 で 割 引 を 確 認 で き る か ら	貯 ま る か ら	そ の 店 舗 で ポ イ ン ト が	難 し い か ら	ネ ッ ト シ ョ ッ ピ ン グ は	そ の 他
全体		1159 100.0	958 82.7	685 59.1	515 44.4	134 11.6	175 15.1	208 17.9	164 14.2	40 3.5	30 2.6						
性別	男性	571 100.0	455 79.7	303 53.1	213 37.3	76 13.3	73 12.8	96 16.8	71 12.4	14 2.5	14 2.5						
	女性	588 100.0	503 85.5	382 65.0	302 51.4	58 9.9	102 17.3	112 19.0	93 15.8	26 4.4	16 2.7						

■買い物をする際に使用するスマホアプリは、20代を中心に人気

オフライン（実店舗）で買い物をする人に、普段買い物の際に使っているスマートフォンアプリを聞いたところ、「割引クーポンやお得な情報を受け取れるアプリ（23.9%）」、「そのお店がオリジナルで展開しているアプリ（19.4%）」が上位となった。

◇オンライン(実店舗)での買い物の際に普段使っているスマホアプリ (n=1,159) 単位:%

		n (%)	展 開 し て い る ア プ リ ナ ル で	そ の お 店 が オ リ ジ ナ ル で	も ら え る ア プ リ が	来 店 す る と ポ イ ン ト が	情 報 を 受 け 取 れ る ア プ リ	割 引 ク ー ポ ン や お 得 な ア プ リ	で き る ア プ リ が	チ ラ シ を 見 る こ と が	ア プ リ で 価 格 を 比 較 で き る	そ の 他	当 て は ま る も の は な い
全体		1159 100.0	225 19.4	170 14.7	277 23.9	174 15.0	94 8.1	10 0.9	753 65.0				
年代	10代	184 100.0	51 27.7	28 15.2	49 26.6	29 15.8	24 13.0	2 1.1	105 57.1				
	20代	189 100.0	55 29.1	28 14.8	58 30.7	40 21.2	15 7.9	1 0.5	99 52.4				
	30代	196 100.0	42 21.4	32 16.3	54 27.6	26 13.3	13 6.6	2 1.0	121 61.7				
	40代	199 100.0	37 18.6	32 16.1	50 25.1	27 13.6	12 6.0	1 0.5	136 68.3				
	50代	196 100.0	22 11.2	25 12.8	38 19.4	27 13.8	16 8.2	2 1.0	149 76.0				
	60代	195 100.0	18 9.2	25 12.8	28 14.4	25 12.8	14 7.2	2 1.0	143 73.3				

さらに、今後も使い続けたい、あるいは使ってみたいスマートフォンアプリを聞いたところ、「割引クーポンやお得な情報を受け取れるアプリ (24.5%)」の次に、「来店するとポイントがもらえるアプリ (21.6%)」が続いた。年代別にみると「そのお店がオリジナルで展開しているアプリ (27.5%)」、「来店するとポイントがもらえるアプリ (30.2%)」、「割引クーポンやお得な情報を受け取れるアプリ (32.8%)」、「チラシを見ることが出来るアプリ (27.0%)」で、すべての項目で、20代の割合が全体より5ポイント以上高かった。買い物の際に利用できるスマートフォンアプリは20代を中心に人気を集めているようだ。

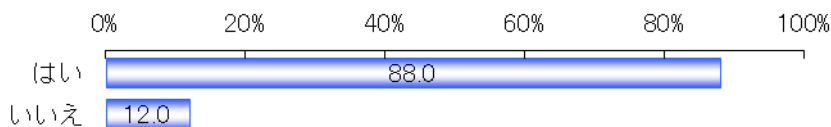
◇使いたい（使い続けたい）スマホアプリ（n=1,159） 単位：%

		n (%)	展 開 し て い る ア プ リ	そ の お 店 が オ リ ジ ナ ル で	も ら え る ア プ リ	来 店 す る と ポ イ ン ト が	割 引 ク ー ポ ン や お 得 な り	情 報 を 受 け 取 れ る ア プ リ	で き る ア プ リ	チ ラ シ を 見 る こ と が	ア プ リ	店 頭 で 価 格 を 比 較 で き る	そ の 他	当 て は ま る も の は な い
全体		1159 100.0	218 18.8	250 21.6	284 24.5	196 16.9	183 15.8	6 0.5	691 59.6					
年代	10代	184 100.0	45 24.5	43 23.4	52 28.3	30 16.3	31 16.8	1 0.5	98 53.3					
	20代	189 100.0	52 27.5	57 30.2	62 32.8	51 27.0	39 20.6	1 0.5	79 41.8					
	30代	196 100.0	43 21.9	54 27.6	59 30.1	39 19.9	34 17.3	0 0.0	107 54.6					
	40代	199 100.0	38 19.1	43 21.6	52 26.1	30 15.1	32 16.1	1 0.5	123 61.8					
	50代	196 100.0	19 9.7	31 15.8	31 15.8	19 9.7	25 12.8	1 0.5	143 73.0					
	60代	195 100.0	21 10.8	22 11.3	28 14.4	27 13.8	22 11.3	2 1.0	141 72.3					

■約9割の人が店舗選びの際に、ポイントサービスを重視

最後に、オンライン、オフラインを問わずポイントサービスについての意識を聞いてみたところ、自分が利用しているポイントカードが使える店舗を積極的に選択・利用しようと思う人は全体の88.0%にのぼった。買い物時における店舗選択においては、ポイントサービスの有無が重要な要素となっているようだ。

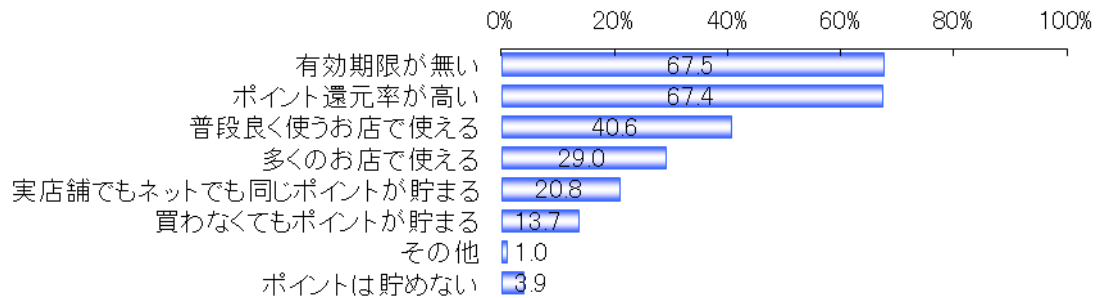
◇利用しているポイントカードが使える店舗を選択・利用したいか（n=1,196） 単位：%



また、ポイントを貯める際に重視するものを3つまで聞いたところ、「有効期限が無い（67.5%）」次に「ポイント還元率が高い（67.4%）」「普段良く使うお店で使える（40.6%）」が続いた。



◇ポイント貯める際に重視するもの (n=1,196) 単位：%



【調査概要】

調査エリア : 全国  
調査対象者 : 10代から60代の男女  
回収サンプル数 : 1196サンプル  
調査期間 : 2014年4月11日から4月14日  
調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

【お問い合わせ先】

楽天株式会社 広報部 (担当: 真田)  
TEL : 050-5817-1104 Email : pr@mail.rakuten.com