

# 通信販売ブランドイメージ調査 結果報告書

実施期間: 2005年9月28日 - 10月18日

# 調査概要

## 1. 調査目的

通信販売の利用実態や要望、各通信販売ブランドのイメージに関する資料を収集すること。

## 2. 調査手法

WEBアンケートシステム デジサーチ (<http://digi-search.com>)

## 3. 調査対象

デジサーチ会員

\* デジサーチ会員全員に対して、情報工房株式会社内に設置しているデジサーチ運営事務局より調査協力依頼のアンケート画面のURLを記載したメールを発信、デジサーチのアンケート回答画面に誘導し記入を促した。

## 4. 有効回答

	合計	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
下段：%							
全体	2175	11	167	782	815	314	86
	100	0.5	7.7	36	37.5	14.4	4
男性	1283	3	67	384	534	228	67
	100	0.2	5.2	29.9	41.6	17.8	5.2
女性	892	8	100	398	281	86	19
	100	0.9	11.2	44.6	31.5	9.6	2.1

## 5. 調査期間

2005年9月28日（水）～10月18日（火）

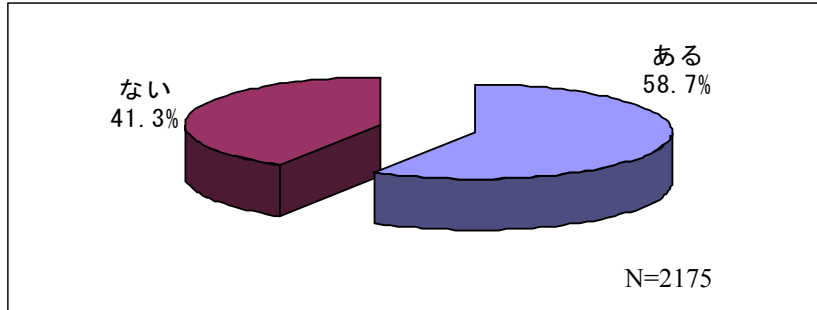
## 6. 調査機関

情報工房株式会社、

インターネット以外のカタログ通販利用経験>>>>利用経験者約6割

Q1. あなたは最近3年間に、インターネット以外のカタログによる通信販売を利用したことがありますか。(単数回答)。

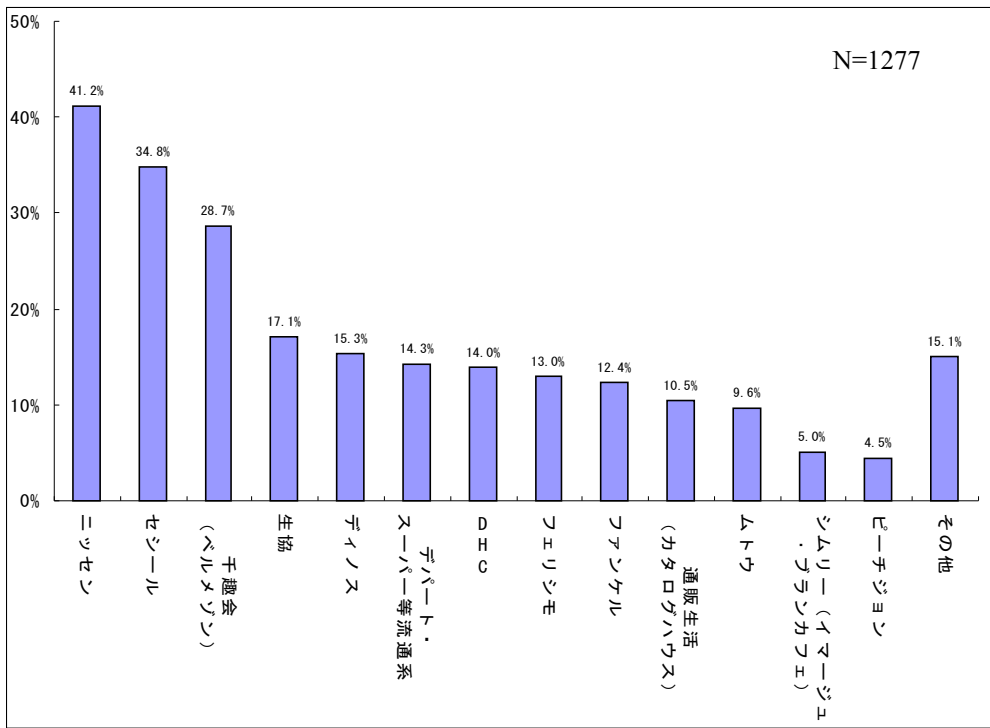
カタログ通販利用経験者は約6割、利用経験がない人は約4割と、利用経験者が未経験者を約2割上回っている。



利用経験のあるカタログ通販のブランド>>>>「ニッセン」、「セシール」、「千趣会」が3強

Q2. どのような通信販売を利用しましたか。いくつでもお答えください。(複数回答)

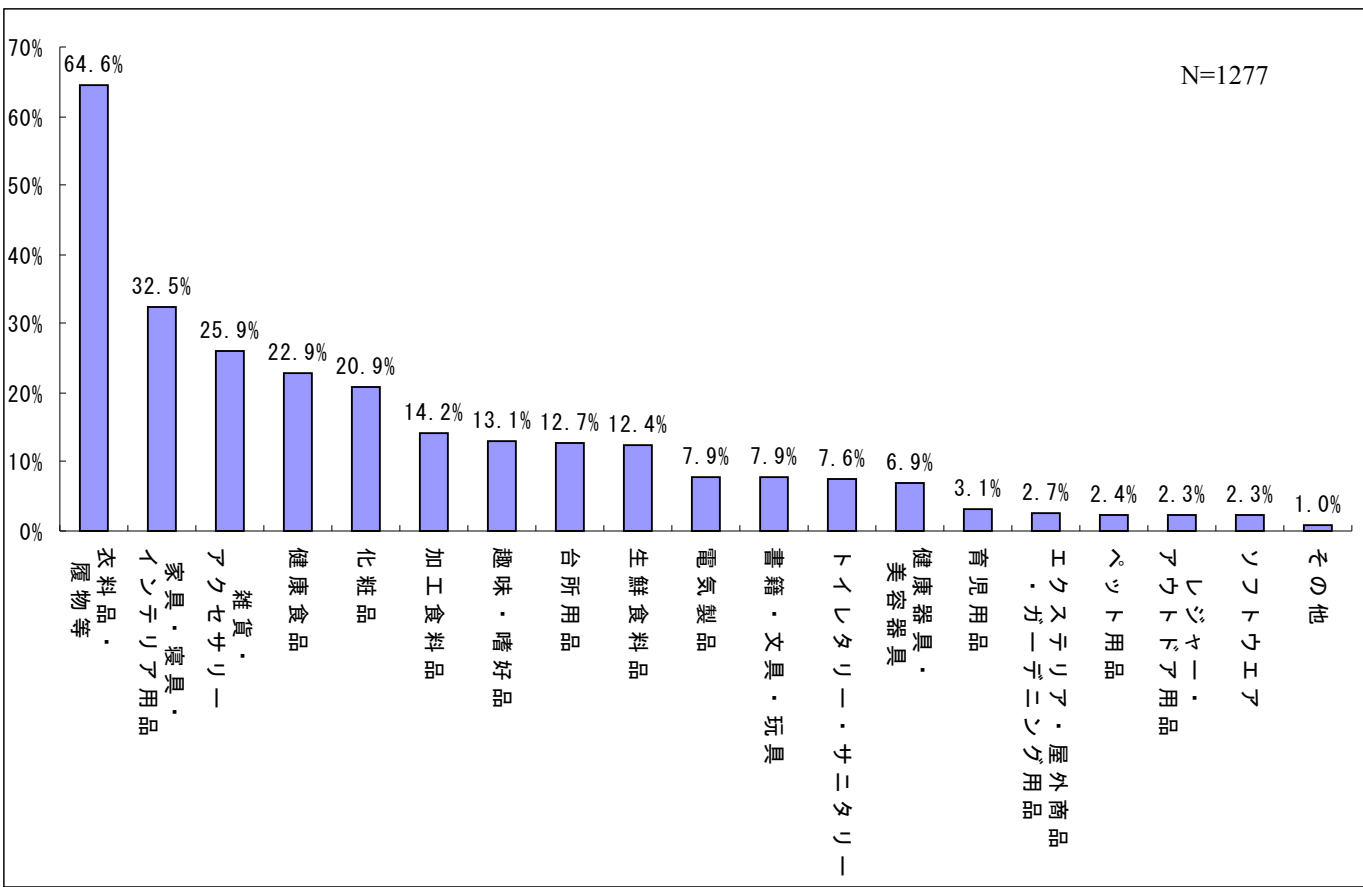
「ニッセン」が約4割でトップ、以下「セシール」が3割強、「千趣会(ベルメゾン)」3割弱で続いていて、これら3ブランドが利用経験率の3強となっている。



カタログ通販で買った商品>>>>「衣料品・履物」が約4割と突出

Q3. どのような商品を買いましたか。いくつでも選んでください。（複数回答）

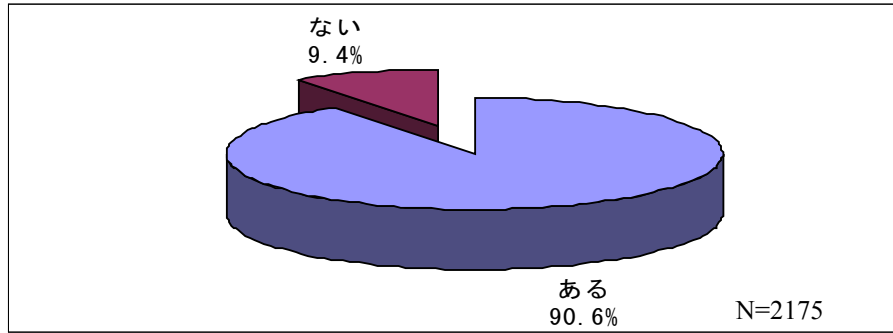
カタログ通販で買った商品では、「衣料品・履物等」が約6割と突出、2位の「家具・寝具・インテリア用品」の約3割を大きく引き離している。



インターネット通販の利用経験>>>>9割の人が利用経験あり

Q4. あなたは最近3年間に、インターネット通信販売を利用したことがありますか。(単数回答)

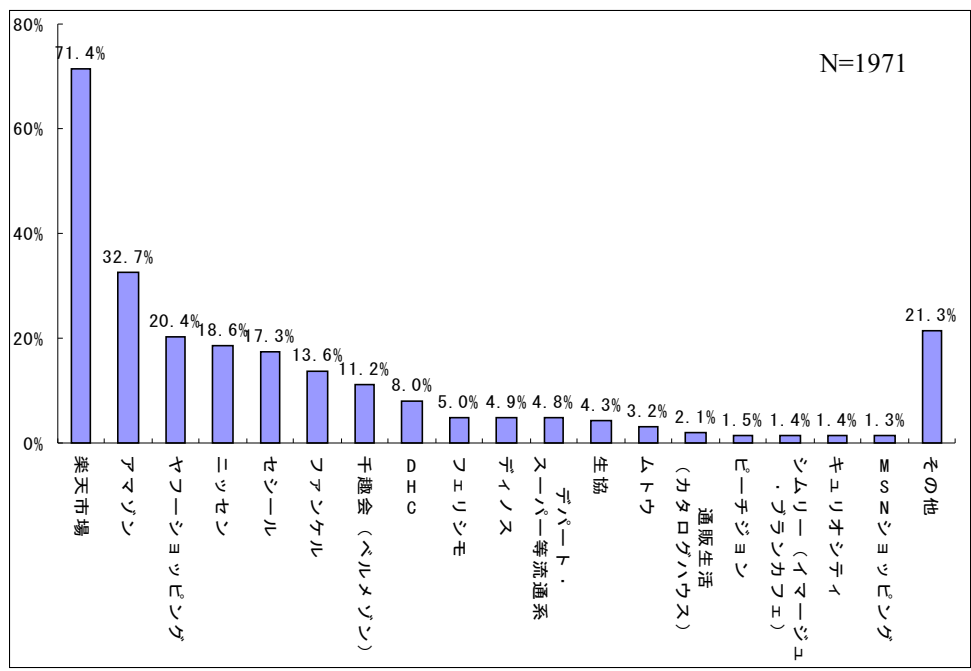
インターネット通販の利用経験では、「ある」が9割オーバーで、デジサーチ会員では、ほとんどの人がインターネット通販を利用した経験を持っている。



利用経験のあるインターネット通販のブランド>>>>「楽天」が6割オーバーでダントツ

Q5. どのような通信販売を利用しましたか。いくつでもお答えください。(複数回答)

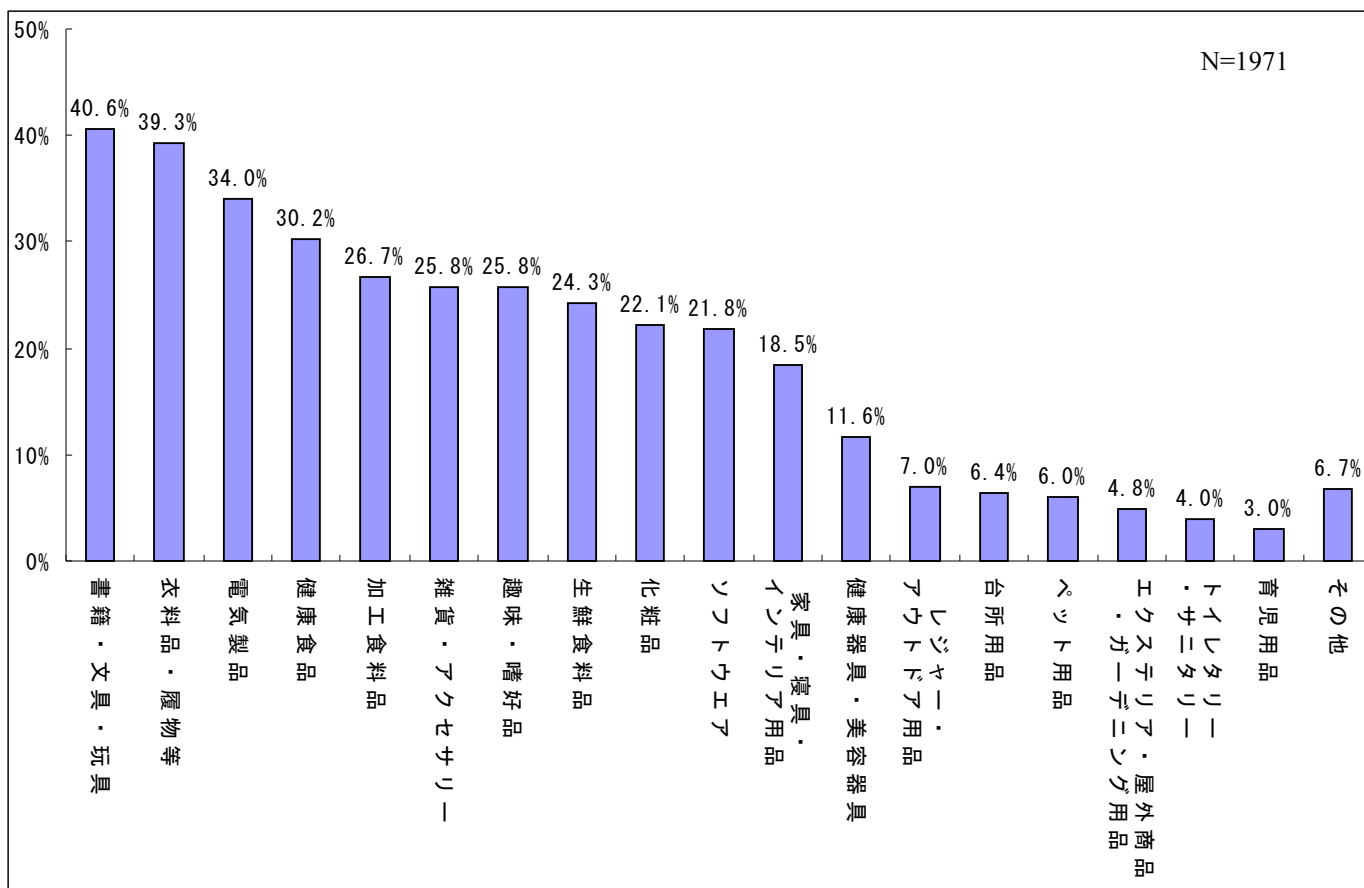
利用経験のあるインターネット通販のブランドでは「楽天市場」が7割オーバーで突出、「アマゾン」が3割台で続いている。



インターネット通販で買った商品>>>>「書籍・文具・玩具」、「衣料品・履物」が約4割

Q6. どのような商品を買いましたか。いくつでも選んでください。（複数回答）

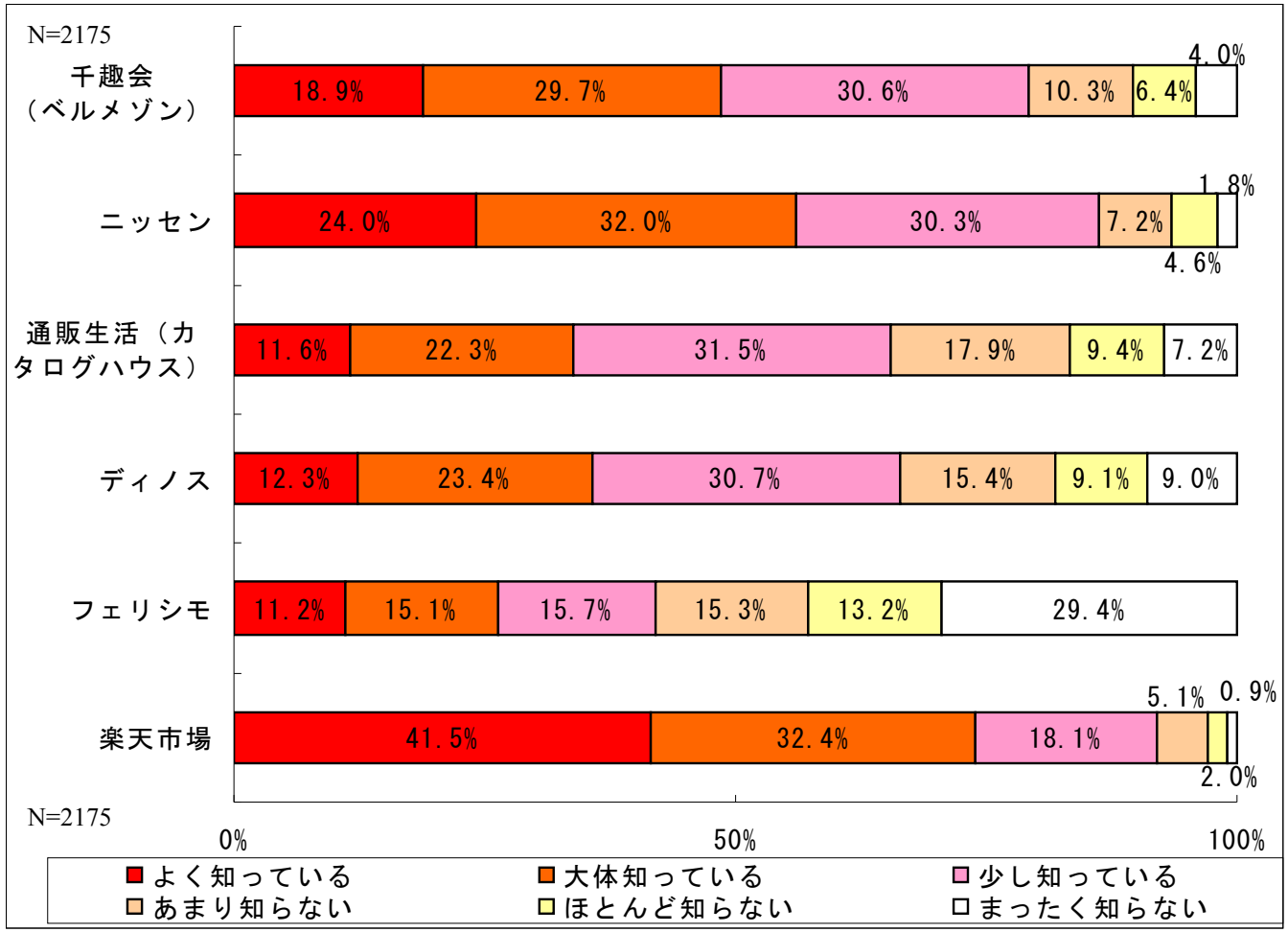
インターネット通販で買った商品では、「書籍・文具・玩具」、「衣料品・履物等」が約4割、「電気製品」が約3割など、カタログ通販に比べて商品ジャンルが多岐に及んでいる。



通販各ブランド認知度>>>>楽天がトップ、ニッセン、千趣会が続く

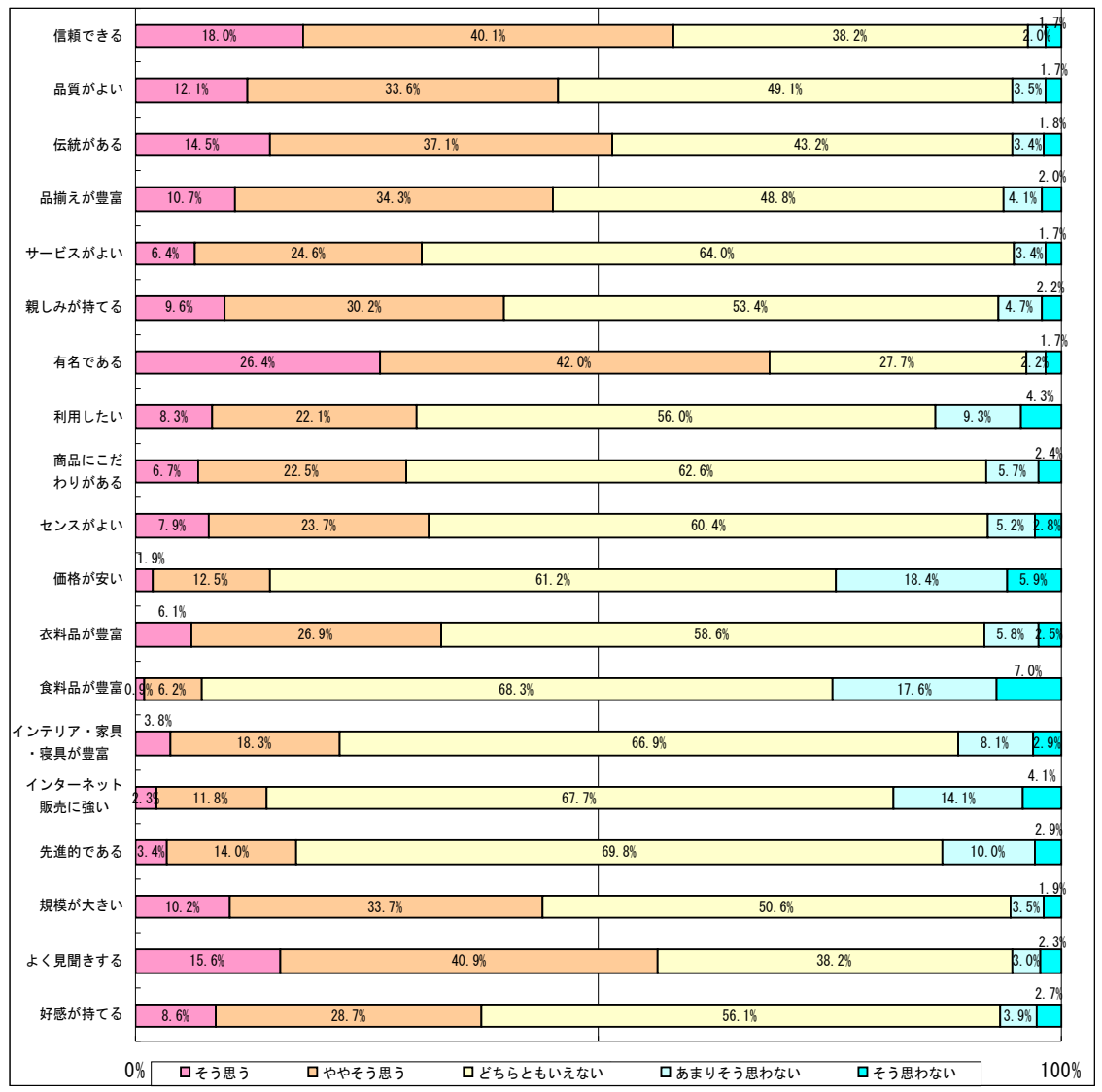
Q7. あなたは以下の通販会社や通販ブランドについてどの程度知っていますか。それぞれについて1つずつ選んでください。(単数回答)

通販ブランド認知では、「楽天」がトップで約74%（知っている+大体知っている）、以下「ニッセン」56%（同）、「千趣会」49%（同）が続いている。



Q8. 通信販売の千趣会（ベルメゾン）のイメージについて、あなたの印象に当てはまるものをそれぞれひとつずつ選んでください。

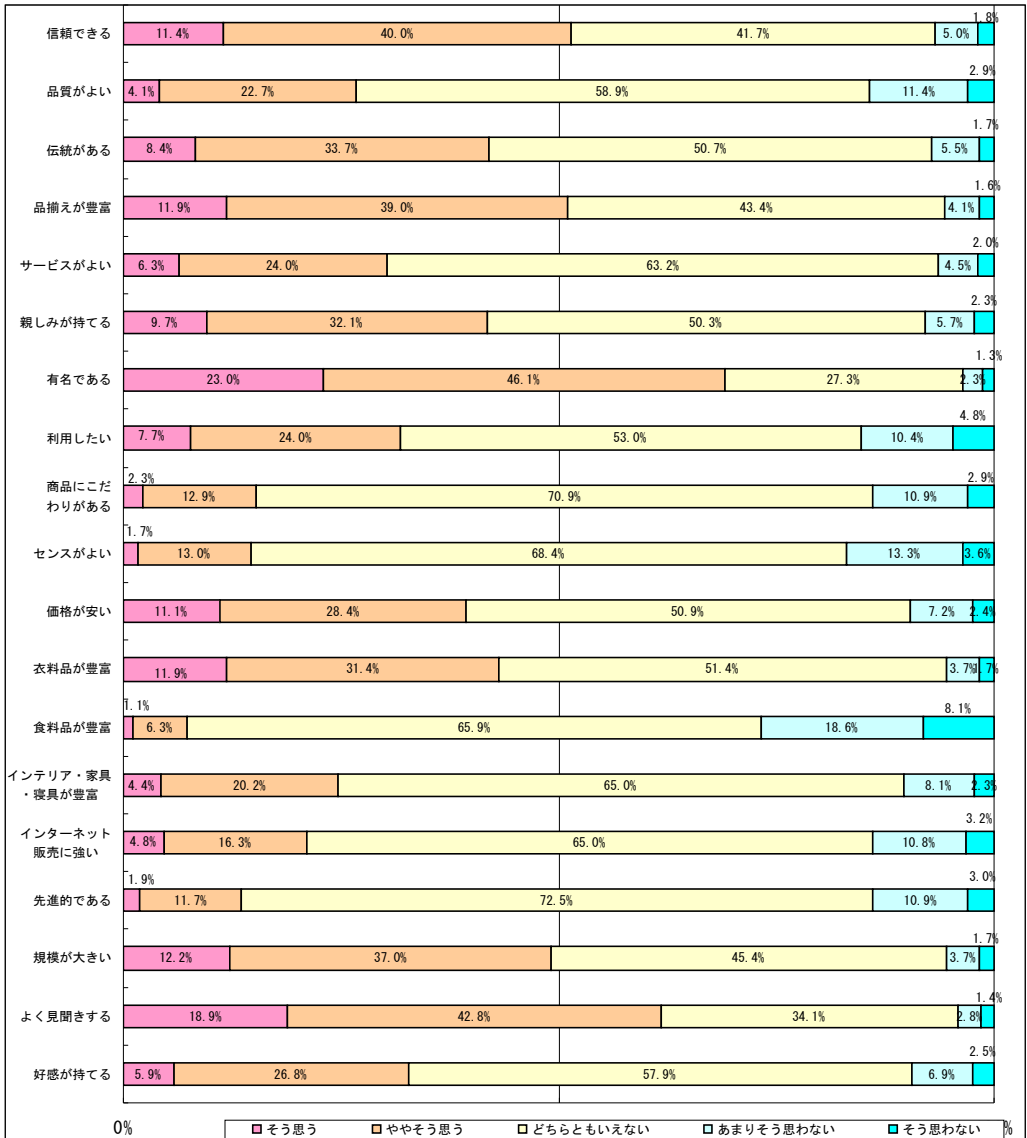
「千趣会（ベルメゾン）」のブランドイメージは、「有名」、「信頼できる」、「よく見聞きする」、「伝統がある」などの項目では高スコア、「一方価格が安い」、「食料品が豊富」、「インターネット販売に強い」、「先進的」などの項目ではスコアが低くなっている。



N=2175

Q9. 通信販売のニッセンのイメージについて、あなたの印象に当てはまるものをそれぞれひとつずつ選んでください。

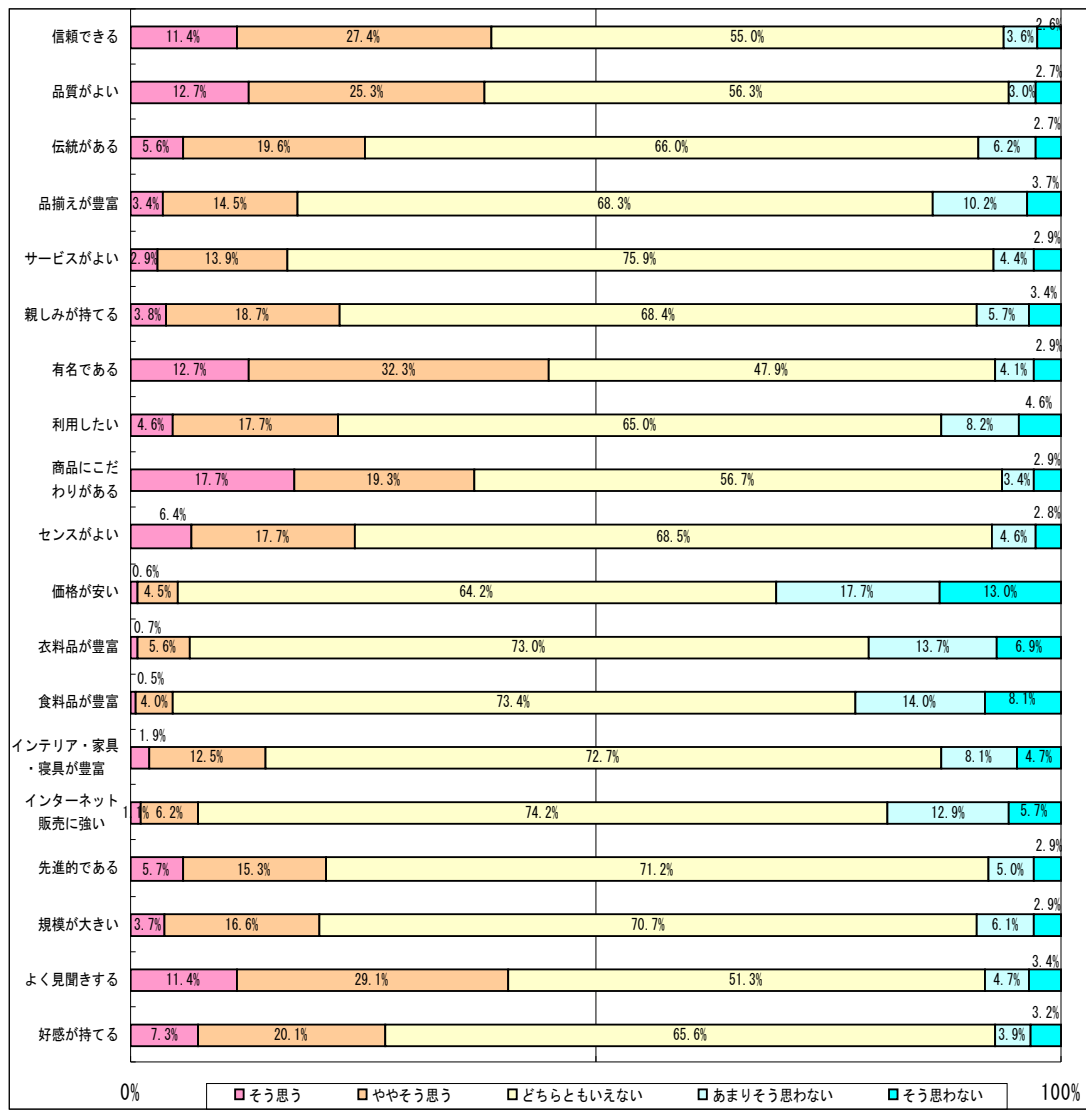
「ニッセン」のブランドイメージは、「有名」、「よく見聞きする」、「信頼できる」、「品揃えが豊富」などの項目では高スコア、一方「商品にこだわり」、「センスがよい」、「食料品が豊富」、「商品にこだわり」、「先進的」などの項目ではスコアが低くなっている。  
全体にイメージ傾向が「千趣会（ベルメゾン）」と類似している。



N=2175

Q10. 通信販売の通販生活（カタログハウス）のイメージについて、あなたの印象に当てはまるものをそれぞれひとつずつ選んでください。

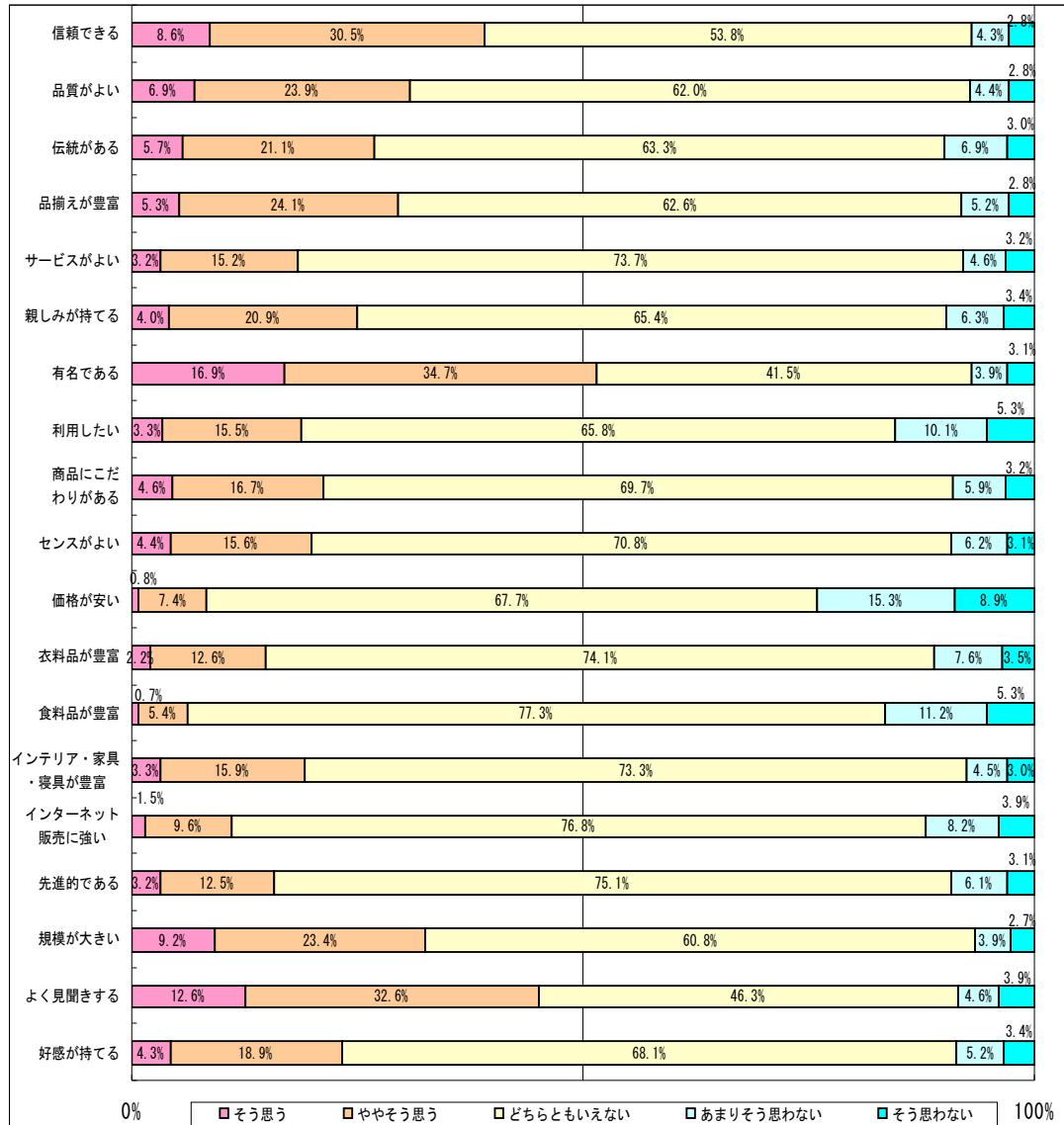
「通販生活（カタログハウス）」のブランドイメージは、「有名」、「信頼できる」、「品質がよい」などの項目では高スコア、一方「価格が安い」、「衣料品が豊富」、「インターネット販売に強い」などの項目ではスコアが低くなっている。  
 全体に「千趣会（ベルメゾン）」、「ニッセン」に比べてスコアが低くなっている。



N=2175

Q11. 通信販売のディノスのイメージについて、あなたの印象に当てはまるものをそれぞれひとつずつ選んでください

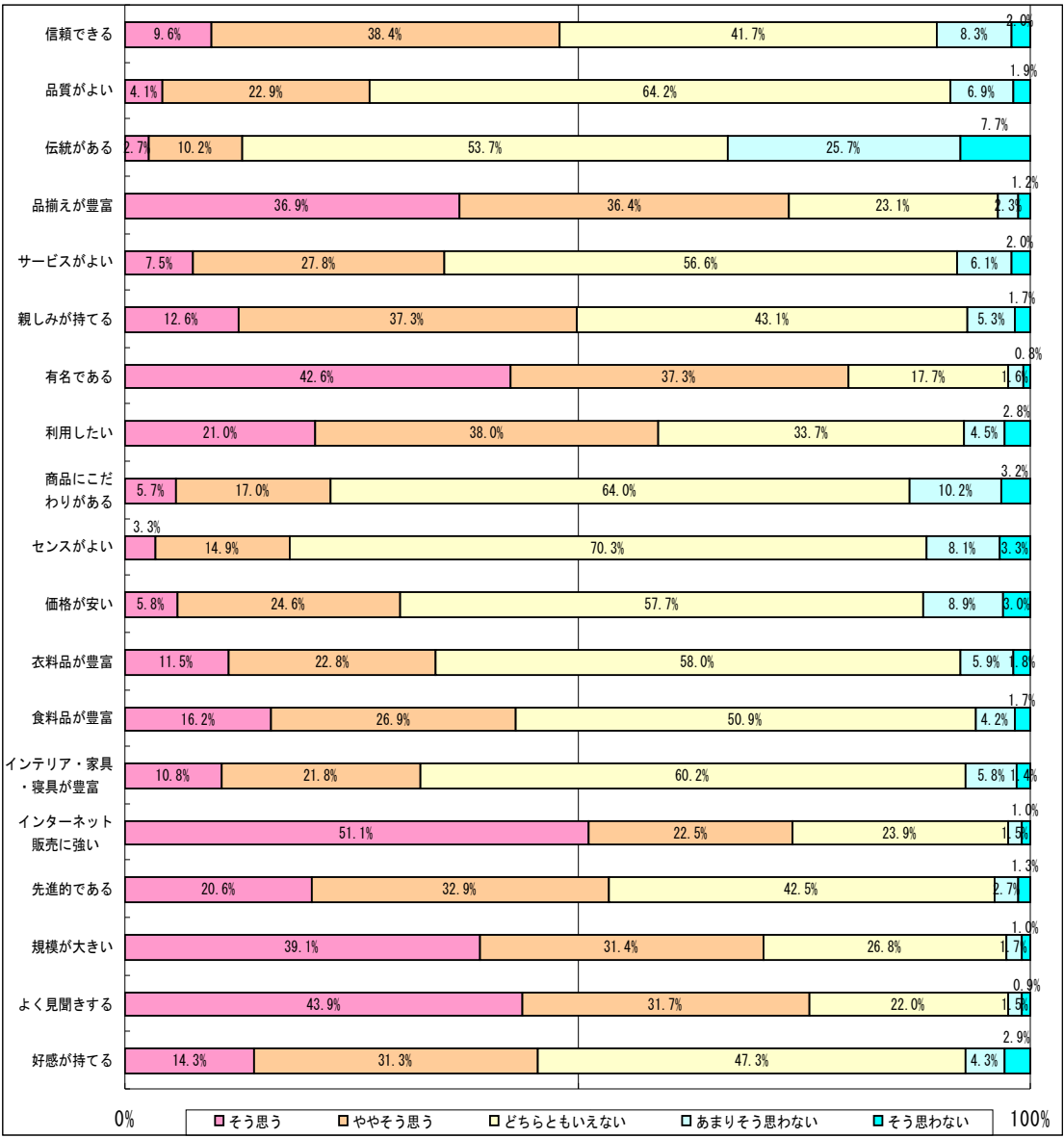
「ディノス」のブランドイメージは、「有名」、「信頼できる」、「よく見聞きする」などの項目では高スコア、一方「食料品が豊富」、「価格が安い」、「インターネット販売に強い」などの項目ではスコアが低くなっている。  
 全体に「千趣会（ベルメゾン）」、「ニッセン」に比べてスコアが低いほか、「通販生活（カタログハウス）」にイメージ傾向が類似している。



N=2175

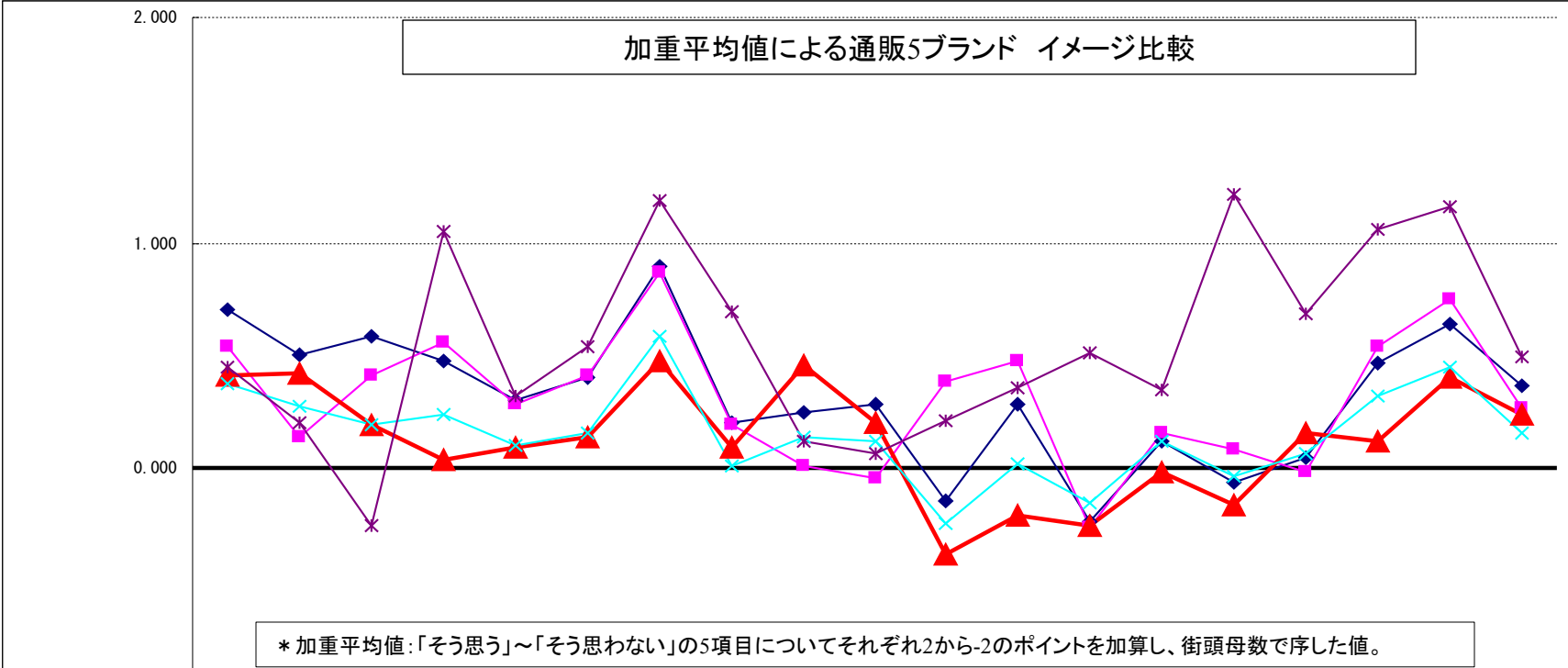
Q12. 通信販売の楽天市場のイメージについて、あなたの印象に当てはまるものをそれぞれひとつずつ選んでください

「楽天市場」のブランドイメージは、「有名」、「インターネット販売に強い」、「よく見聞きする」、「品揃えが豊富」などの項目では高スコア、一方「伝統がある」、「センスがよい」、「商品にこだわりがある」などの項目ではスコアが低くなっている。他の4ブランドとに比べ全体にスコアが高く、独自の傾向を示している。



N=2175

通販ブランドのイメージを比較してみると、「楽天」で「品揃えが豊富」、「有名」、「インターネット販売に強い」、「先進的」、「規模が大きい」、「よく見聞きする」などの項目で突出しているほか、多くの項目で5ブランド中トップとなっている。また、「千趣会（ベルメゾン）」と「ニッセン」、「通販生活（カタログハウス）」と「ディノス」がそれぞれスコア傾向が類似している。



N=21751.000

	信頼できる	品質がよい	伝統がある	品揃えが豊富	サービスがよい	親しみが持てる	有名である	利用したい	商品にこだわりがある	センスがよい	価格が安い	衣料品が豊富	食料品が豊富	インテリア・家具・寝具が豊富	インターネット販売に強い	先進的である	規模が大きい	よく見聞きする	好感が持てる
千趣会（ベルメゾン）	0.708	0.508	0.590	0.476	0.305	0.403	0.894	0.206	0.253	0.287	-0.139	0.283	-0.237	0.119	-0.059	0.050	0.468	0.645	0.367
ニッセン	0.543	0.137	0.415	0.555	0.283	0.412	0.872	0.195	0.008	-0.041	0.385	0.479	-0.263	0.162	0.087	-0.014	0.544	0.750	0.267
通販生活（カタログハウス）	0.414	0.424	0.192	0.038	0.095	0.137	0.477	0.094	0.455	0.203	-0.378	-0.205	-0.252	-0.011	-0.160	0.160	0.121	0.405	0.244
ディノス	0.379	0.277	0.196	0.240	0.106	0.159	0.583	0.015	0.136	0.120	-0.240	0.023	-0.149	0.119	-0.034	0.067	0.325	0.454	0.154
楽天市場	0.453	0.206	-0.256	1.055	0.326	0.537	1.192	0.699	0.119	0.068	0.213	0.362	0.515	0.347	1.214	0.688	1.060	1.160	0.498

◆ 千趣会（ベルメゾン）    ■ ニッセン    ▲ 通販生活（カタログハウス）    × ディノス    \* 楽天市場

