

PRESS RELEASE

2005年12月21日

報道関係者各位

株式会社エストアー(証券コード4304)

エストアー、「ネット通販におけるクチコミ効果調査」を実施 ネット通販利用者の31.4%がクチコミによる商品購入

～ クチコミで購入する商品は1位「パソコン・家電・AV」2位「食品・飲料」～

ウェブショップ本店の総合支援(開店・集客・宣伝・運営のシステムとサービス)を提供する株式会社エストアー(本社:東京都港区、代表取締役:石村 賢一、以下エストアー)は、2005年12月16日から12月18日までの3日間で、「ネット通販におけるクチコミ効果調査」について、全国20歳～59歳の400名(対象:ネットショッピング経験者)を対象に、インターネット調査を実施いたしました。

調査背景

総務省が今年5月に発表した「ブログ・SNS(ソーシャルネットワーキングサイト)の現状分析および将来予測」によると、3月末時点の国内ブログ利用者数は延べ約335万人、国内SNS参加者数は延べ約111万人とされ、2年後にはそれぞれ約782万人、約1,042万人に達することが予測されています。

今後、このような個人による情報発信メディア・コミュニティの普及に伴い、ネット通販における消費行動においても、ますます個人によるクチコミ情報が大きな影響力を与えることが予想されます。

そのような背景のなか、エストアーでは「ネット通販におけるクチコミ効果調査」として消費者の購買行動におけるクチコミ情報の効果について調査を行いました。

【ネット通販におけるクチコミ効果調査】

アンケート結果によると、「あなたがインターネットで商品購入をする際、もっとも参考になっている情報は何か?」という問いに対して、「商品比較サイト・ブログ・ネット上の掲示板など第三者からのクチコミ情報(26.2%)」「知人からのクチコミ情報(5.2%)」と合計31.4%がクチコミ情報を支持しており、最もポイントが高い「自分で判断する(36.2%)」に次いで、大きな影響力を持っていることがうかがえます。

商品ジャンル・カテゴリー別で見ると、「第三者からのクチコミ情報」で購入する商品として、「パソコン・家電・AV」が男女計14.0%に達しており、価格情報や機能情報など客観性の高い情報をネットで比較・検索して購入するというパターンが定着化していることが見て取れる結果となりました。

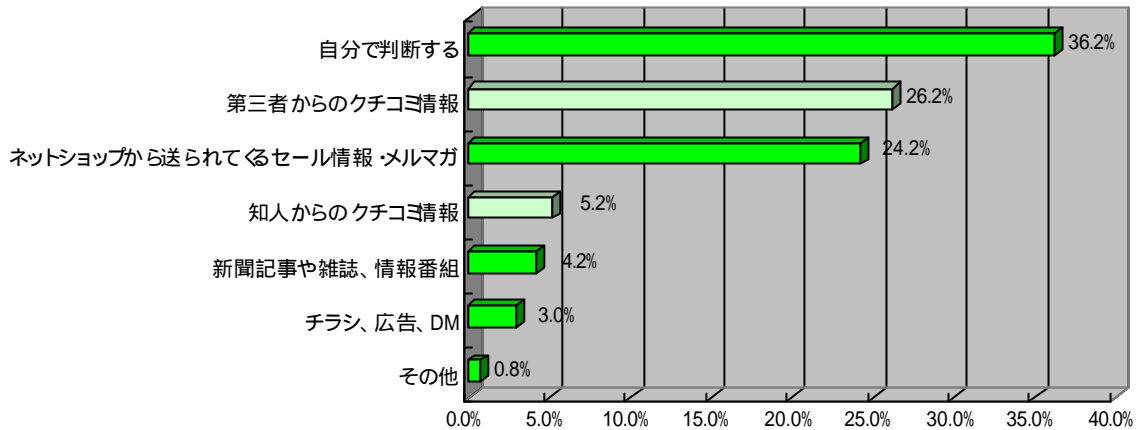
その一方で、「知人からのクチコミ情報」で購入する商品として、最もポイントが高かったのは「食品・飲料(男女計11.2%)」で、味や食感など主観的要素が強い商品に関しては知人からの情報を重要視していることがわかります。

逆に、「第三者・知人からのクチコミ情報」に頼らずに「自分で判断して購入」する商品としては、「CD・DVD・楽器」と「本・雑誌・コミック」が12.4%で同率での最多回答となっており、自分の趣味嗜好が大きく反映される商品については、自ら選んで購入したいという意向がうかがえます。

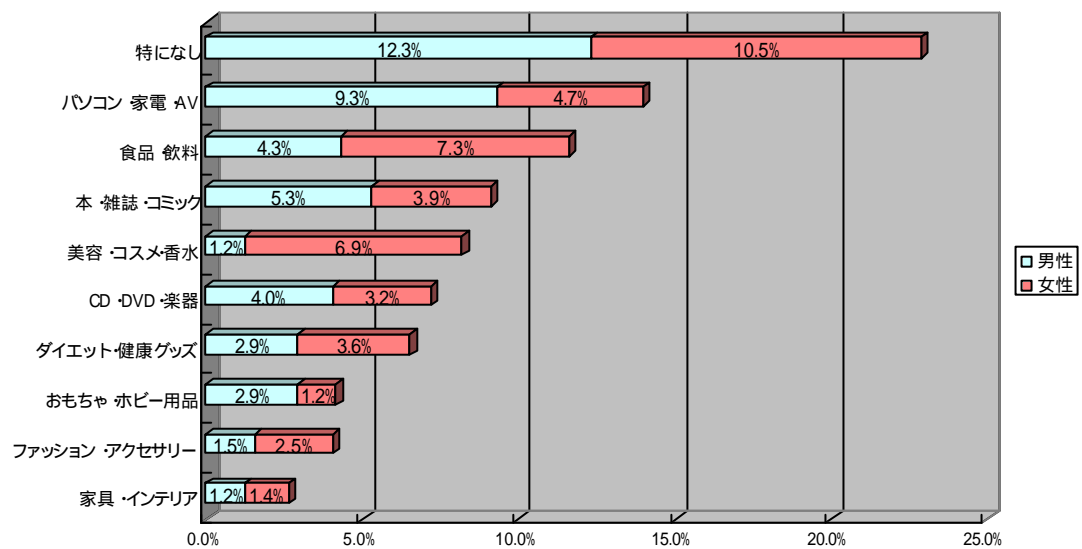
また、商品購入後の満足度についても、「大変満足」と答えている割合が「第三者からのクチコミ情報」では5.5%と、「自分で判断する(8.5%)」に次いで高い結果となりました。

アンケート結果

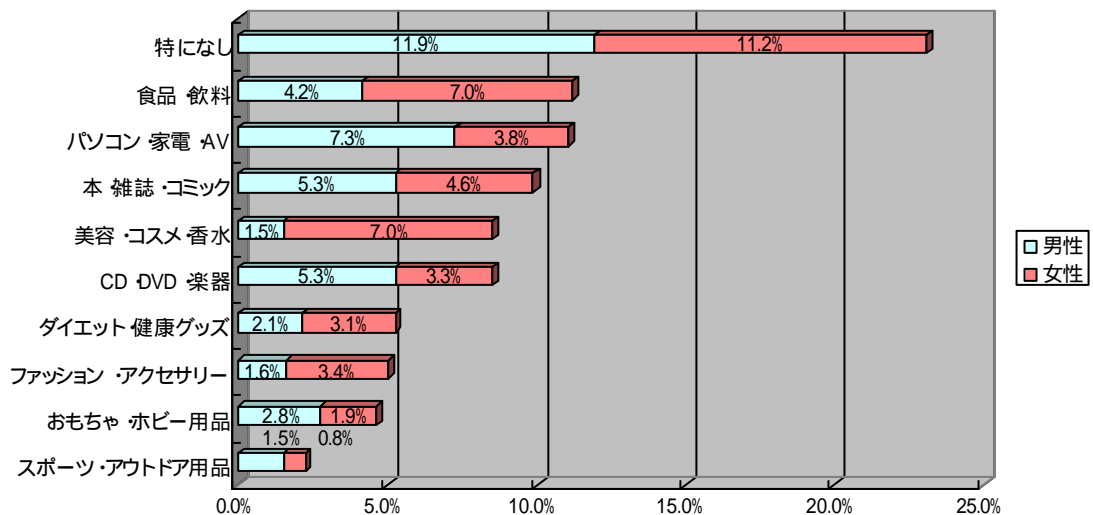
Q1 .あなたがインターネットで商品購入をする際、最も参考になっている情報は何ですか？
 < 単数回答 > (400 名)



Q2 .ネットショッピングで、主に「第三者からのクチコミ情報」で購入する商品は何ですか？
 < 複数回答 > (400 名)

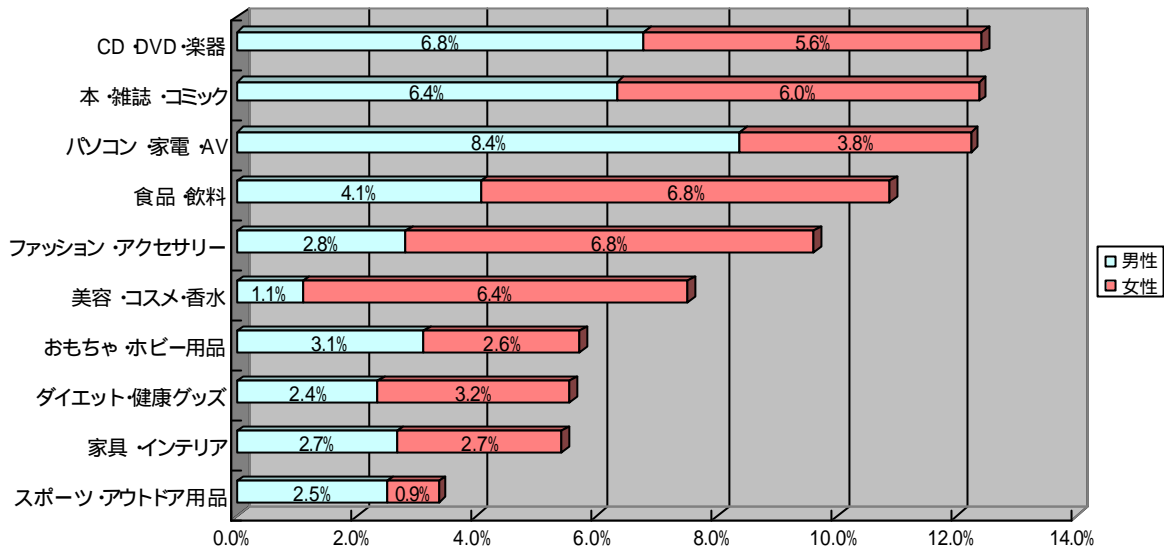


Q3 .ネットショッピングで、主に「知人からのクチコミ情報」で購入する商品は何ですか？
 < 複数回答 > (400 名)



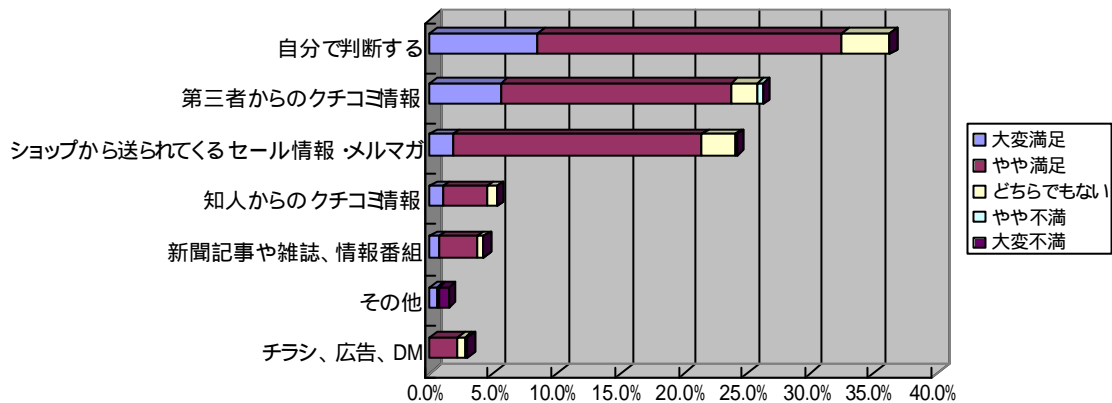
Q4 .ネットショッピングで、主に「自分で判断」して購入する商品は何ですか？

<複数回答> (400名)



Q5 .商品購入要因別に、購入した商品の満足度を以下より選んでください。

<複数回答> (400名)



回答	大変満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	大変不満
自分で判断する	8.5%	24.0%	3.8%	0.0%	0.0%
第三者からのクチコミ情報	5.5%	18.3%	2.0%	0.5%	0.0%
ショップから送られてくるセール情報・メルマガ	1.8%	19.8%	2.5%	0.3%	0.0%
知人からのクチコミ情報	1.0%	3.5%	0.8%	0.0%	0.0%
新聞記事や雑誌、情報番組	0.8%	3.0%	0.5%	0.0%	0.0%
その他	0.5%	0.3%	0.0%	0.0%	0.8%
チラシ、広告、DM	0.0%	2.3%	0.5%	0.3%	0.0%

調査設計の概要

- 調査テーマ : ネット通販におけるクチコミ効果調査
- 調査期間 : 2005年12月16日～12月18日
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査対象者 : 全国20歳～59歳の400名 (男性 200名 女性 200名)
- 【サンプル抽出方法】
- 1次スクリーニングで、下記条件に当てはまる人を抽出。
 - ・過去にインターネットで商品・サービスを購入したことがある人 (ネットショッピング経験者)

【株式会社Eストアーの概要】

社名 株式会社Eストアー

URL :<http://Estore.co.jp/>

所在地 :東京都港区西新橋 1-10-2

代表取締役 :石村 賢一

設立 :1999年2月

資本金 5億 2,332万円

事業内容 :Eコマースインフラの提供、ECレンタルサーバー、ECショッピングカート
集客、宣伝、教育、コンサル

開店から成功まで完全サポートのウェブショップ構築支援サービス「ショップサーブ」

ウェブショップ開店運営 集客・決済を標準装備。通信教育もあり。利用料 9,800円/1ヶ月～

ウェブショップ本店専用レンタルサーバー「サイトサーブ」

ショッピングカート付きレンタルサーバー。利用料 2,980円/1ヶ月～

EコマースASP「ストアツール」

他社サーバー利用者を対象としたショッピングASP。利用料 2,980円/1ヶ月～

本プレスリリースに関するお問い合わせは、下記までお願い申し上げます。

株式会社Eストアー

広報担当 : 仲井 牧子

TEL :03-3595-2944 mail: pr@Estore.co.jp