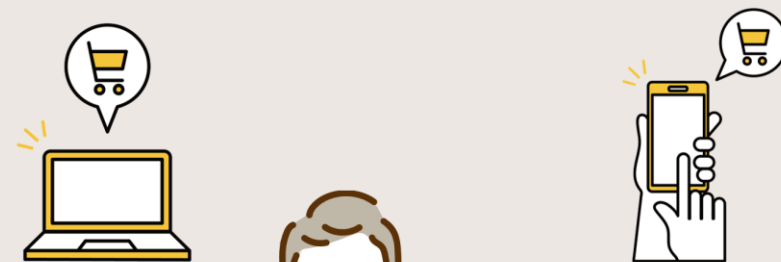


通販利用者調査 増加するシニア層

と 効果的なアプローチ手法

～購買行動が活発な消費層とは？～



CONTENTS

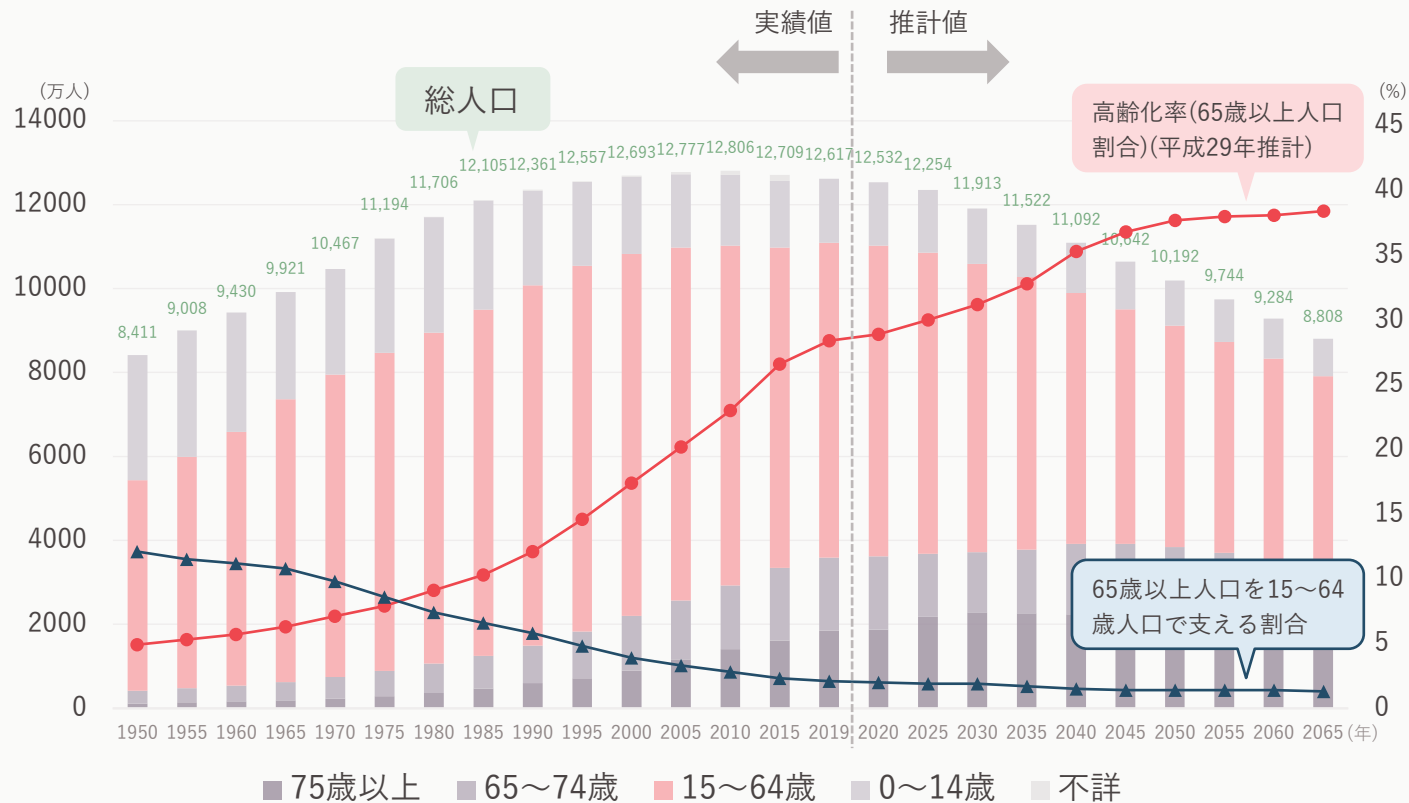
- 1 年代別、性別のEC利用状況
- 2 EC運営者がアプローチすべき年代まとめ
- 3 効果的なアプローチ方法



1 年代別、性別のEC利用状況

【2】まとめに移動

1-1 | 全体人口



赤い線グラフの通り、EC利用に限らず人口全体的に**高齢者割合の増加**が予想されています。

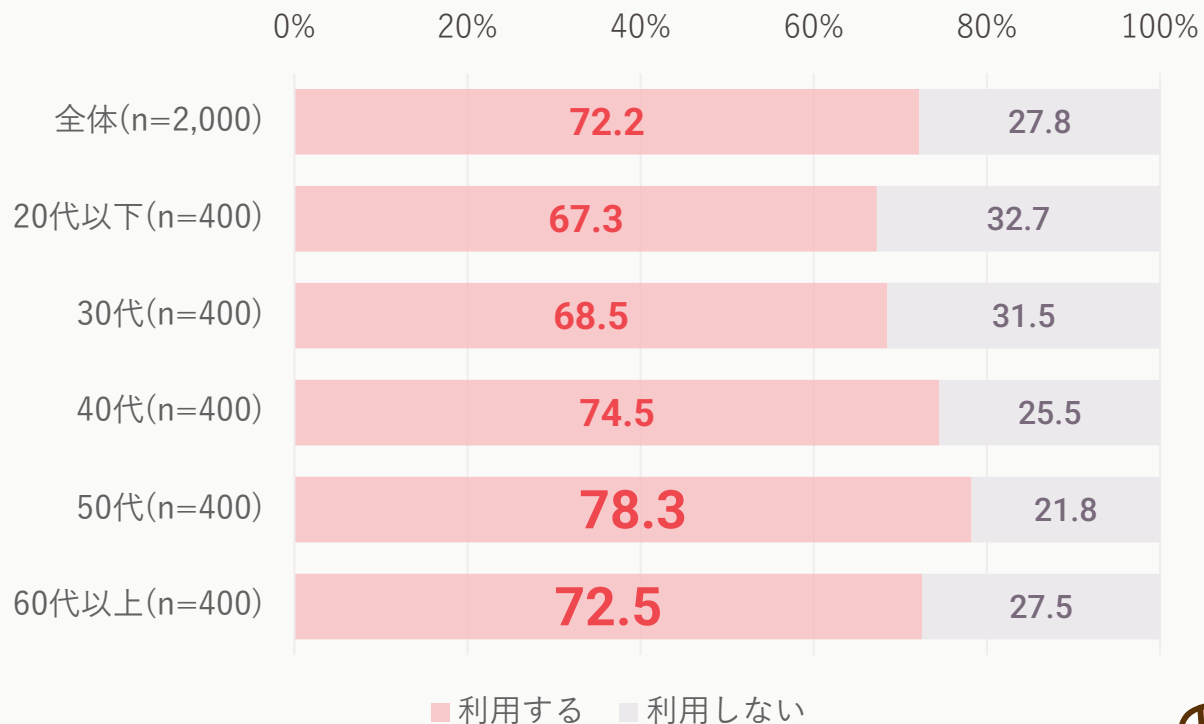
よってメインの経済活動全体での消費層は**高齢者**の割合が増えていくと予想されます。

【引用元】内閣府：高齢化の現状と将来像

1 年代別、性別のEC利用状況

【2】まとめに移動

1-2 | 年代別ネットショッピングの利用率



【引用元】総務省：インターネットショッピングの利用状況

年代別のネットショッピング利用率は**高齢者層**が多いという結果になりました。

インターネットネイティブ世代の若年層と比較しても実は**高齢層**の方が利用率が高くなっています。

理由は次のページのアンケートから推測できます。

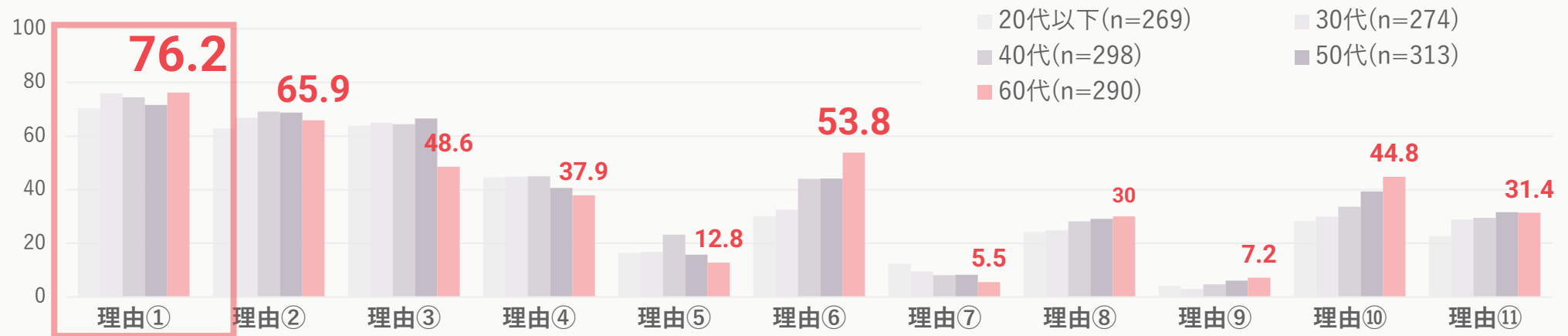


1 年代別、性別のEC利用状況

【2】まとめに移動

1-3 | 通販利用の理由 統計

(%)



【引用元】総務省：「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」(平成27年)

統計解答

理由①：実店舗に出向かなくても買物ができるから

理由②：24時間いつでも買物ができるから

理由③：実店舗より安く買えるから

理由④：実店舗より品揃えが豊富だから

理由⑤：実店舗に行く時間がないから

理由⑥：買いたいものが検索機能等ですぐ探し出すことができ
時間の節約になるから

理由⑦：対面の接客を受けるのが苦手だから

理由⑧：ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを
参照して購入できるから

理由⑨：ショッピングサイトでの過去の購入履歴を参考にして、
今欲しいと思わせるものをサイト側から提示してくれるから

理由⑩：自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買えるから

理由⑪：購入・取引時に付与されるポイントの対象商品が多いから

1 年代別、性別のEC利用状況

【2】まとめに移動

1-3 | 通販利用の理由 統計

「ネットショッピングを利用する」と回答した人にその理由を尋ねたところ、年代によって若干の差が見られました。

POINT

「実店舗よりも安く買えるから」「実店舗よりも品揃えが豊富だから」を理由に挙げる人の割合は、**60代以上では他の年代に比べて低くなり**、商品の安さや豊富な品揃えを求めてネットショッピングを利用する人は**若い年代に特に多くなっています**。

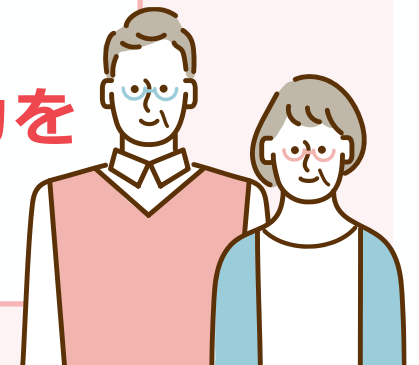


今注目の高年齢層(赤の棒グラフ)理由上位

- ✓ 実店舗に出向かなくても買い物ができるから
- ✓ 買いたいものが検索機能等ですぐに探し出すことができ、時間の節約になるから
- ✓ 自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買えるから

POINT

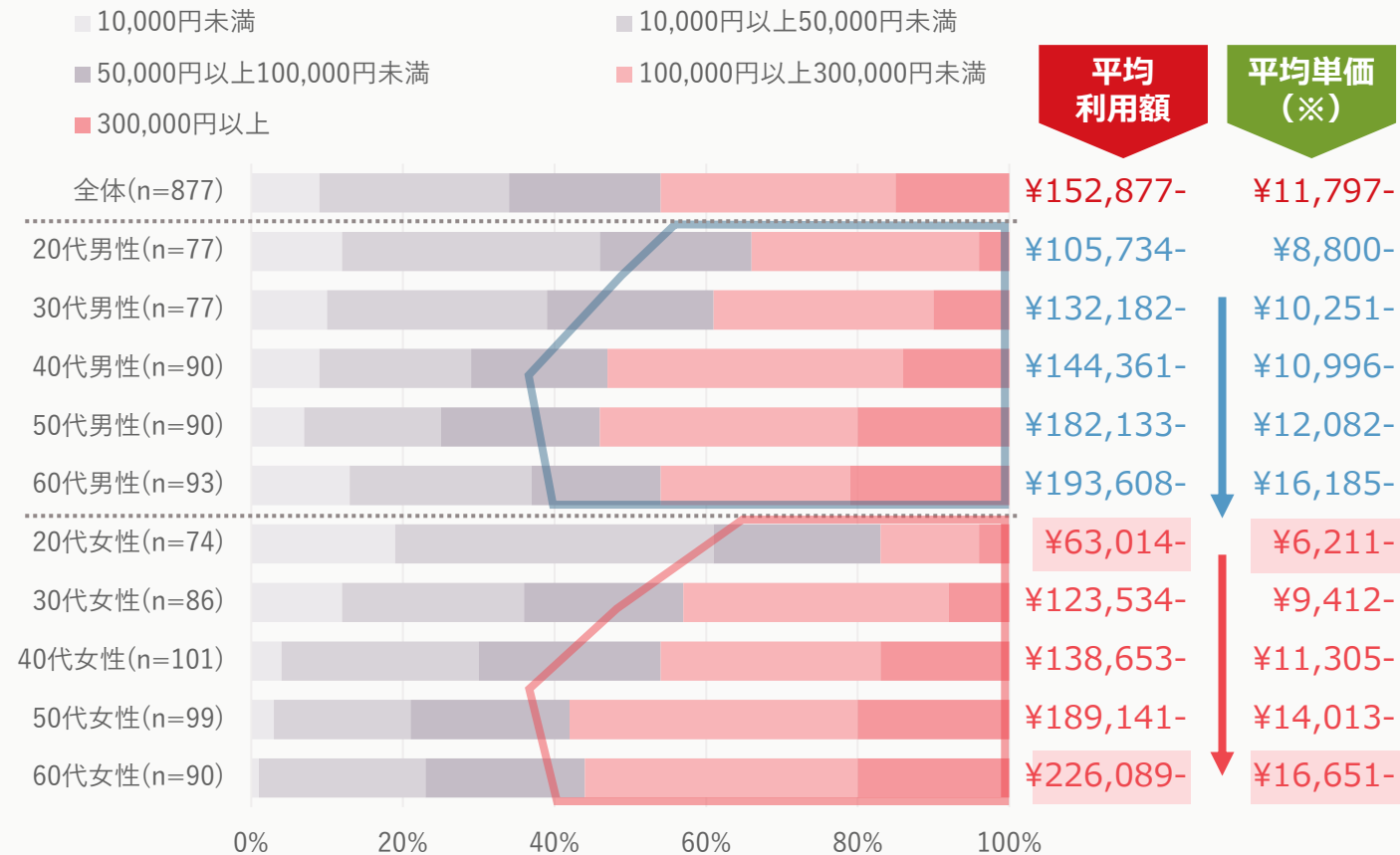
実店舗で商品を購入する時間や労力を省くため



1 年代別、性別のEC利用状況

【2】まとめに移動

1-4 | 活発化する女性高齢者



【引用元】株式会社バルク：インターネットショッピングに関する調査

マーケティングリサーチサービスのバルクは「インターネットショッピングに関する調査」を実施しました。

その結果によると、ECの年間利用額に関する調査では**男女ともに年齢が上がるほど増額**、特に**60代が最も多く**使用。なかでも**60代女性**では平均利用額は**22万6,089円**となり、唯一**20万円**を上回りました。

2 EC事業者がアプローチすべき年代

【3】効果的なアプローチ方法に移動

これまでの調査結果を参考に年代別ECの市場規模算出

日本人口1.2億人 × 年代別人口比率 × 年代別ECサイト利用率 × 年代別利用額

60代女性	14,311
50代女性	13,040
40代女性	8,147
30代女性	7,586
20代女性	2,946

単位：億円

60代男性	11,468
50代男性	12,393
40代男性	8,625
30代男性	8,368
20代男性	5,197

単位：億円



50~60代女性
約30%

■ 60代女性 ■ 60代男性
■ 50代女性 ■ 50代男性
■ 40代女性 ■ 40代男性
■ 30代女性 ■ 30代男性
■ 20代女性 ■ 20代男性

POINT

上のグラフからEC全体の市場規模のうち**高齢女性**が占める割合が非常に多く、EC事業において**非常に重要な消費層**と言えます。



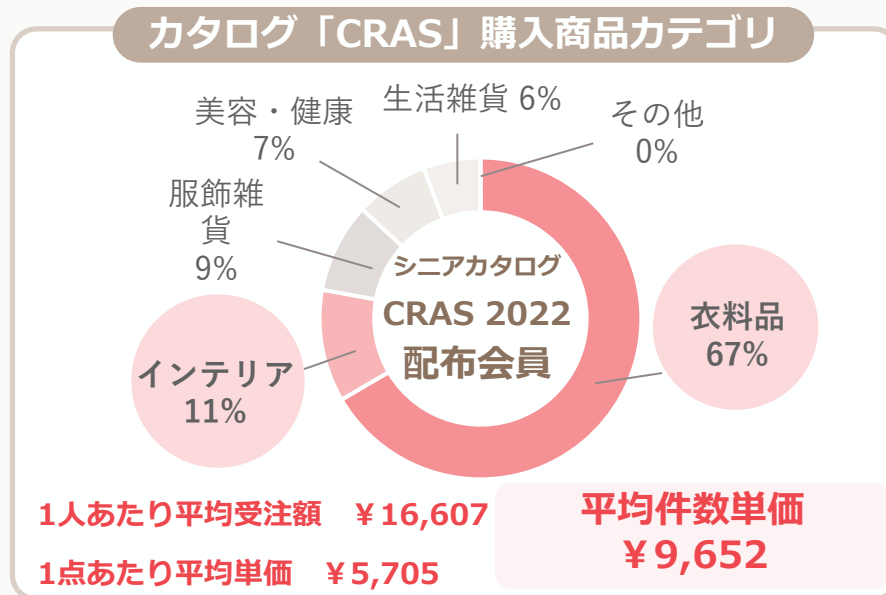
3 効果的なアプローチ方法

問い合わせはここをクリック

ベルメゾンなら購買行動に積極的なシニア層へも効果的にアプローチが可能です。

「ベルメゾン」は30～50代層が主軸のマーケットですが、一定層のシニア層ユーザーへ向けカタログ「CRAS」を発刊しております。そのため**通販慣れしたアクティブシニア層にリーチ**できます

＼高額商品でも問題なく訴求可能！／



Belle Maison

ベルメゾンのシニア向けカタログ「CRAS (クラス)」とは



60歳以上の女性をターゲットとしたベルメゾンの通販カタログです。ファッション、服飾雑貨、肌着・インナーからリビング用品、日用雑貨まで、暮らしのアイテムを豊富にそろえています。

3 効果的なアプローチ方法

問い合わせはここをクリック

カタログにチラシを同封

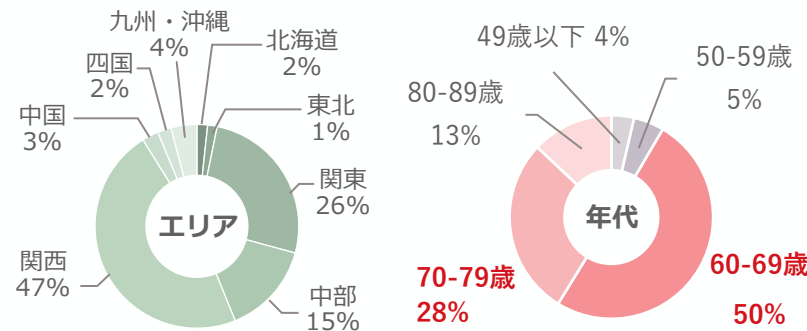
通販に慣れ親しんだシニア層に向けて告知が可能です。

他媒体に比べ高い開封率とレスポンス率が期待できます。



- POINT 1** 通販カタログに同封するため、高い開封率・レスポンス率が期待できます。
- POINT 2** 通販慣れしたアクティブシニア層にリーチできます。(旧大丸松坂屋通販会員)
- POINT 3** 大量配布ができるため、広く認知したい案件に適しています。

カタログ「CRAS」購読者 年代



ご利用基準

- 事前に貴社の商品、広告内容について確認させていただきます。
- 情報物の内容によってはお受けできない場合がございます。
- お申込みは、各カタログの発行月の約2ヶ月前までをお願いします。
- 配布物には「ベルメゾン会員の皆様へ」「品番バーコード」の表記が必要です。
- チラシのサイズは仕上がりサイズA4以下をお願いします。
- サンプル付チラシは取扱いできません。

配布部数

20万部 もしくは 15万部



CONTACT

お問い合わせ

お問い合わせ



最後までご覧いただきありがとうございます。
ご興味をいただけましたらお気軽にご相談ください。
下記より受け付けております。

株式会社千趣会 法人事業部

☎ 東京 **03-5811-1189** / 大阪 **06-6881-3164**

千趣会では
お客様の役に立つ情報を
Webサイトやメールマガジンなどで
発信しています。

