

2025年度

ネットショッパー研究会

ネットショッパー研究会のご案内

- 食品・日用品のメーカー・卸を対象とした年会費制の研究会

2018年に成長するネット市場に対するメーカー・卸の対応戦略を検討するために立ち上げ、継続した調査・研究で知見を蓄積してきました。
年間5回、6月から2月までの偶数月にオンラインで開催します。

参加企業に所属する方は、**人数制限なく視聴**できます。

- 成長を続ける EC 市場への対応戦略の参考となる情報をワンストップで提供

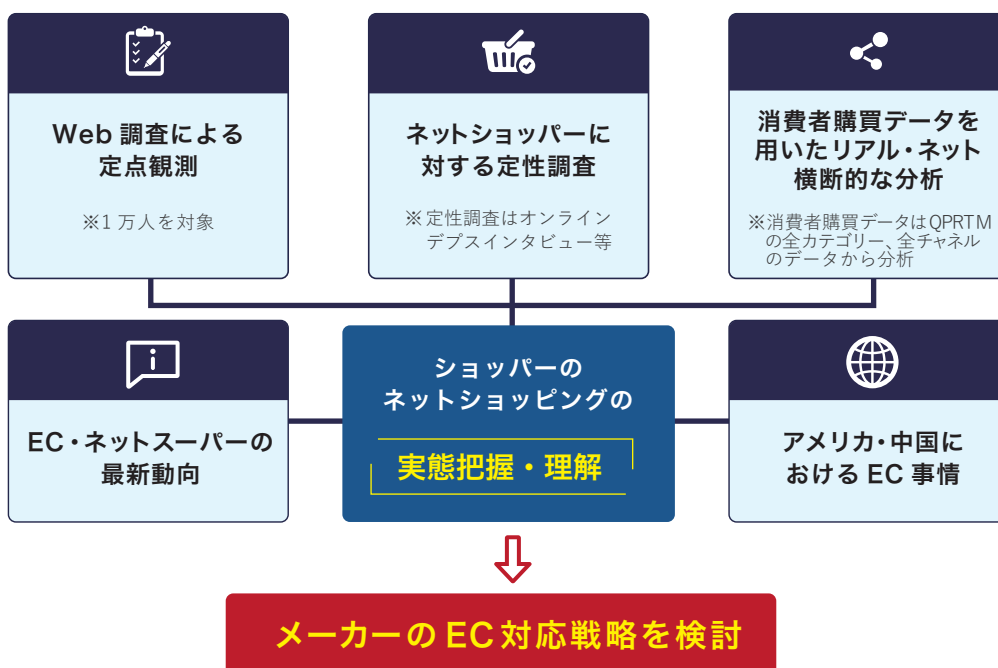
最新の統計情報、国内外の EC、ネットスーパー関連のニュース記事を整理してトピック情報としてとりまとめます。

研究会の開催の無い4月にも**参加企業へ資料提供**いたします。

- ショッパーの EC・ネットスーパーの利用実態・購買行動の独自調査・研究

ネットでの購買行動を把握するために研究会独自に消費者調査・購買データ分析を行い実務で活用できる示唆を提供します。

参加企業からのご意見・ご要望を**調査項目や分析項目に反映**させていただきます。



ネットショッパーの定義

ネットショッパーは、
実店舗とネットで購買する **オムニショッパー** とネットだけで購買する **オンラインショッパー** にわけられます。

ネットショッパー



人数構成比
30.9%



オンラインショッパー

ネットだけで買い物
店舗購買していない

人数構成比 **0.1%**

オムニショッパー

店舗でもネットでも
買い物している

人数構成比 **30.8%**

オフラインショッパー

店舗だけで買い物
ネット購買していない

人数構成比 **69.1%**



※人数構成比の出所：QPR データ ※2024 年 1 月～4 月の 4 ヶ月間の食品における実績

本研究会では、食品・日用品を対象として調査・分析を行うため、
ネットの購買は、主要 EC サイトとネットスーパーでの購買によるものになります。

調査・研究方法

各種統計・記事情報

ネットに関わる各種統計や記事情報などの公開情報をもとに、情報をわかりやすく整理します。

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™ ※）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。

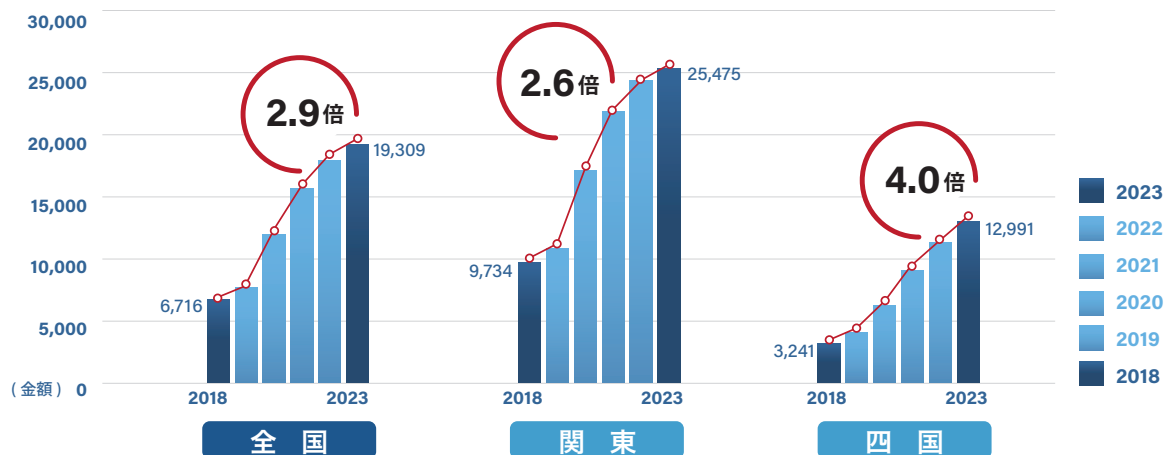
※ QPR™は、マクロミルグループの株式会社エムキューブが収集する消費者購買履歴データで、常時約 3 万人の調査モニタの購買情報を収集して蓄積されています。本研究会では、このデータの食品日用品全カテゴリーの EC、ネットスーパーおよびスーパー、ドラッグストアを中心とした実店舗での購買データを用いて分析を実施しています。

伸びる食品のネット購買市場

総務省の「家計消費状況調査」をもとに推計した1人あたりのネットを通じた「食料品、飲料」の購入金額はコロナ禍前の**2018年から5年間で全国では2.9倍に増加**しています。

食品は、ネットスーパーを通じた購入が多いことから、地域による購入金額の差が大きく、最も多い関東と比べると四国は半分程度にとどまります。ただし、今後は事業者のネットスーパーのサービスエリアが広がることで購入金額が増加するポテンシャルは大きいと考えられます。

1人あたり「食料品、飲料」の年間ネット購入金額（円 / 人）



※データ出所：総務省「家計消費状況調査」から推計

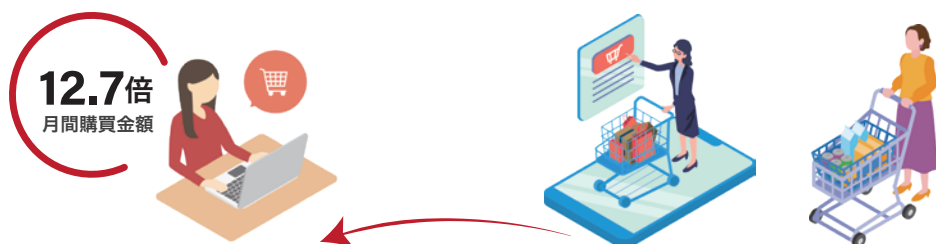
POINT

研究会では、流通経済研究所が作成した「流研ロングタームフーキャスト」をベースに**食品のネット市場の将来推計**を報告する予定です。

ネット購買の格差

食品日用品は実店舗で購入するショッパーが多い中で、週に1回以上、ECサイトかネットスーパーで購入するショッパー（＝ヘビーネットショッパー）が存在します。

ヘビーネットショッパーは、月1回未満とネット購買頻度が低いショッパー（＝ライトネットショッパー）と比べて、**食品日用品のネットを通じた購入金額が12.7倍と非常に大きく**、ネット市場における影響力が大きいため、このショッパーを理解し、対応していくことがECサイト、ネットスーパーに対する戦略として重要となります。



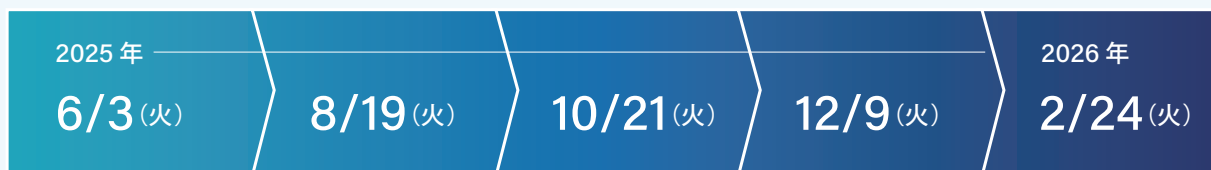
	ヘビー	ミドル	ライト	未購買
月間購買金額（円 / 人）	22,025	6,687	1,732	0
月間購買回数（回 / 人）	6.3	1.8	0.4	0.0
人数構成比	1.5%	11.7%	14.6%	72.2%

※データ出所：QPR データ 2024 年 1 月～ 12 月実績

定例「報告会」スケジュール

(各回 13:30 ～ 16:30 に開催)

「報告会」の各回プログラム詳細は、研究会ホームページをご覧ください



※上記スケジュールは変更となる場合があります

開催方法

zoom によるオンライン開催 (研究所のセミナールームでの会場併用を検討)

※外部講師の報告以外は、研究会会員向けサイト上で動画のアーカイブを視聴いただけます。

ご提供する「報告資料」(例)

報告資料は、社内資料や取引先への提案資料へ、活用いただけます。



【消費者購買データ分析結果 等】 【ネットショッパー Web 調査結果】 【ネット関連のトピック情報】

詳細なクロス分析については、ご要望に応じて対応いたします。

※年間を通じて、報告資料は会員専用ページからダウンロードいただけます。

本研究会の担当

山崎 泰弘 流通経済研究所 常務理事

矢野 尚幸 流通経済研究所 客員研究員 / 玉川大学 経営学部 国際経営学科 准教授

参加費用 (年会費)

2025 年度 年間 60 万円 (税込 66 万円)

※オンライン報告会へのご参加に人数制限はございません

お申込み

(公財) 流通経済研究所「ネットショッパー研究会」ホームページの「お申込み」ボタンより「お申込みフォーム」へ進み、必要事項をご入力の上ご送信ください。
※研究会事務局にてお申込受付後、請求書 (PDF) をお送りいたします。

ネットショッパー研究会
詳細ページはこちら ▶▶▶



お問い合わせ

ご不明の点がございましたら、下記事務局担当者までお問い合わせください。

担当：松坂・山崎

☎ 03-5213-4532

✉ net_shopper@dei.or.jp

🌐 www.dei.or.jp/project/netshopper/index.php