



オンラインショッピング 利用者実態調査について

ジェトロ・シドニー事務所（2018年6月）

ジェトロ・シドニー事務所は、オーストラリア人のオンラインショッピング動向や、よく利用するECマースサイト、日本製品のイメージを理解することなどを目的に、Japan Australia Business Creators Pty Ltdに調査を委託し、2018年2月に2週間にわたってインターネットを通じたアンケートを実施した。

■ 調査対象とサンプル数： 507名

10代～50代で、少なくとも月に一度はオンラインショッピングを利用する人々

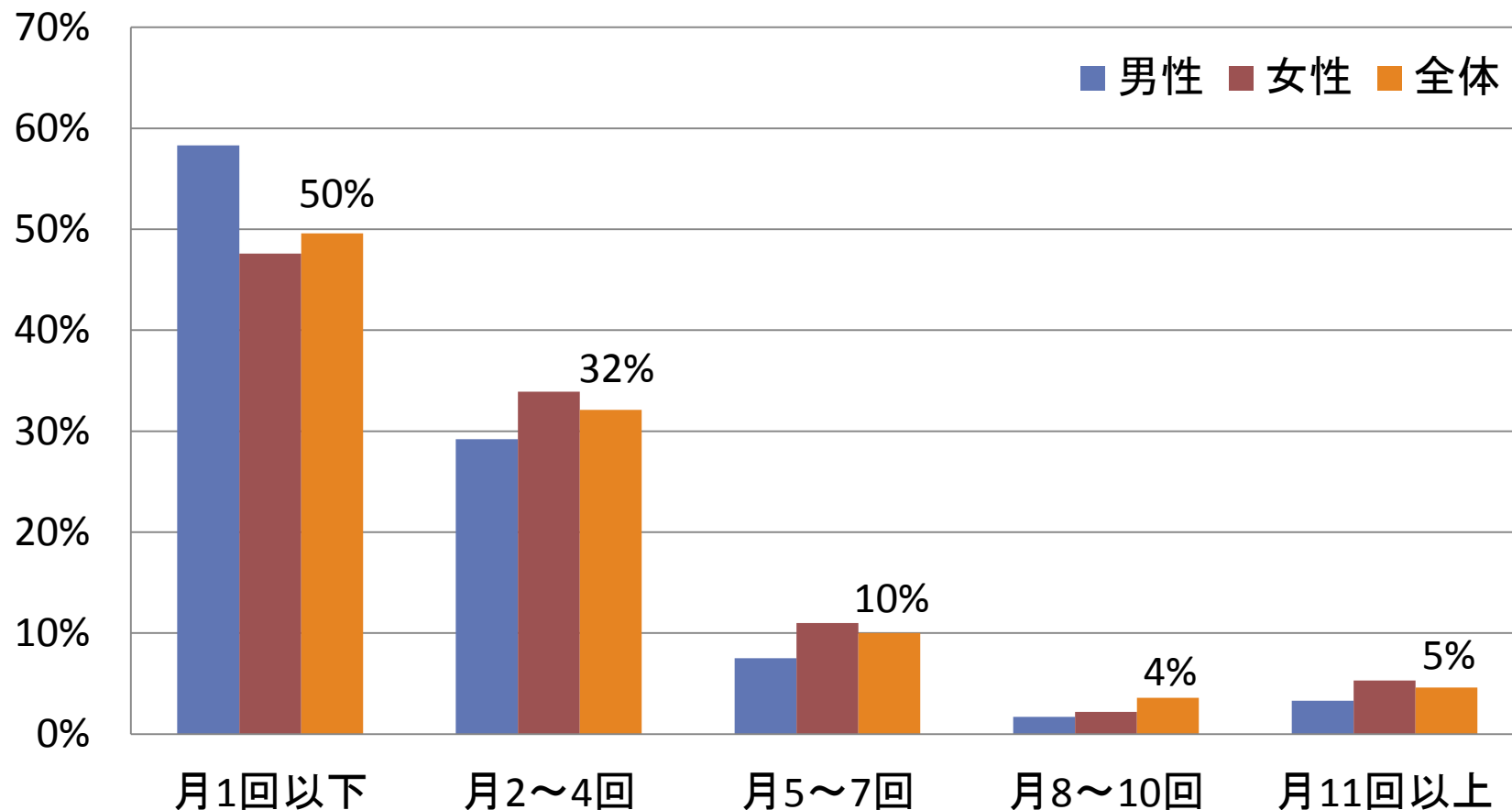
14～21歳： 54名（全体の10.7%）	22～29歳： 77名（全体の15.2%）
30～39歳： 124名（ " 24.5%）	40～49歳： 132名（ " 26.0%）
50～59歳： 120名（ " 23.7%）	

■ 地域別内訳：

NSW： 152名（全体の30.0%）	VIC： 131名（全体の25.8%）
QLD： 106名（ " 20.9%）	SA： 45名（ " 8.9%）
WA： 48名（ " 9.5%）	TAS： 12名（ " 2.4%）
NT： 6名（ " 1.2%）	ACT： 7名（ " 1.4%）

利用者のプロフィール

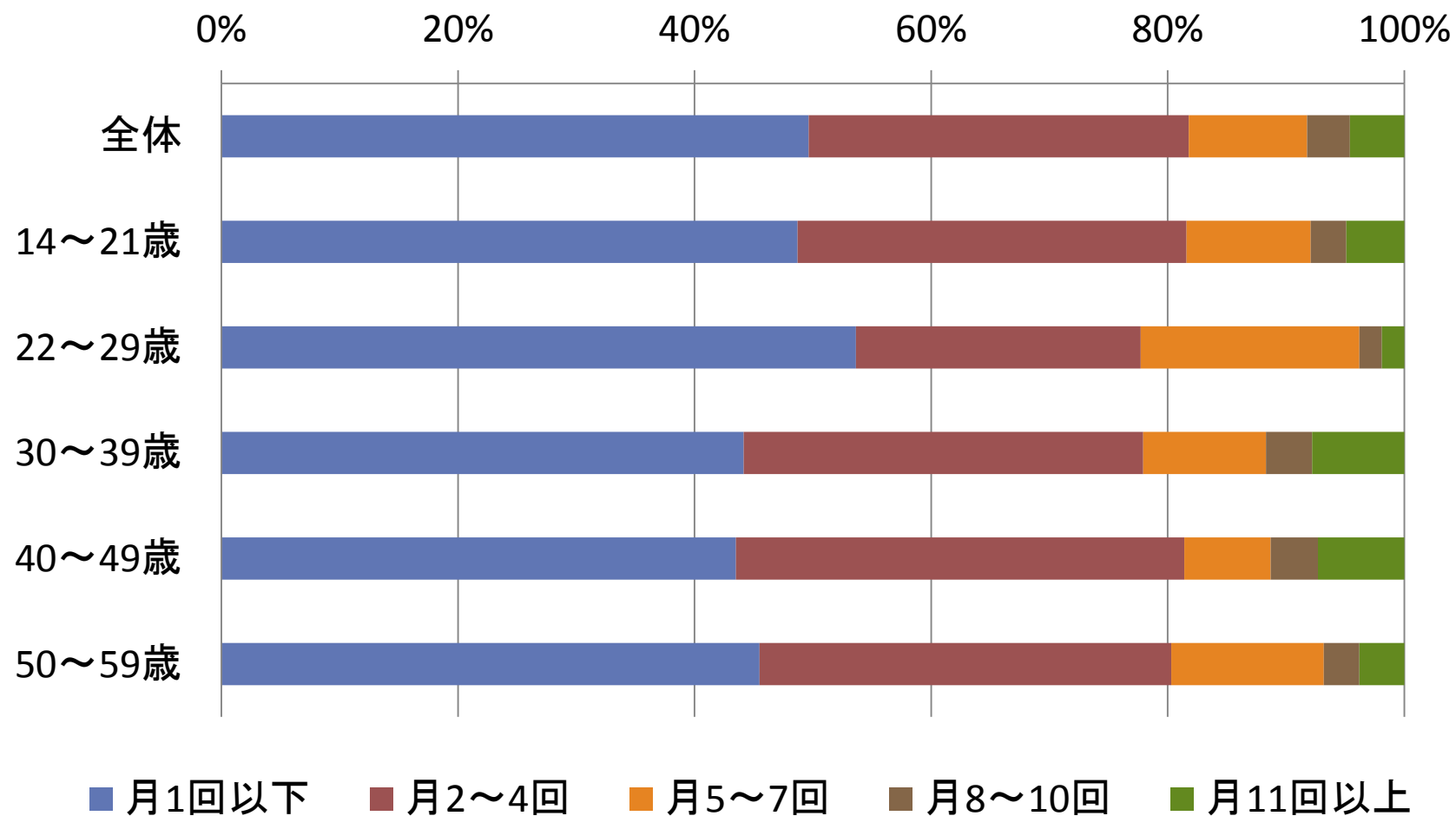
■ 利用頻度：男女別



利用者のプロフィール

4

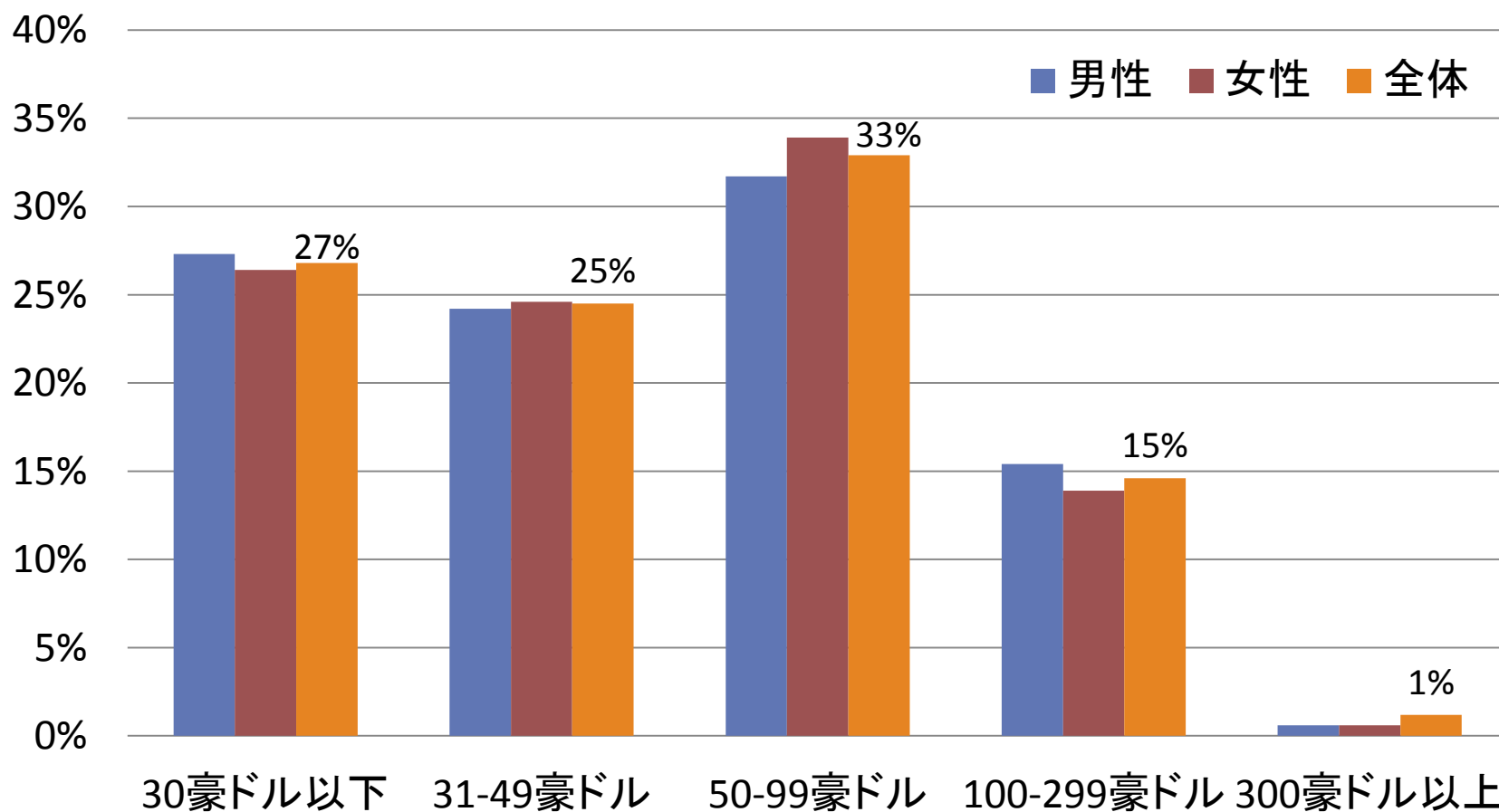
■ 利用頻度：年齢層別



利用者のプロフィール

5

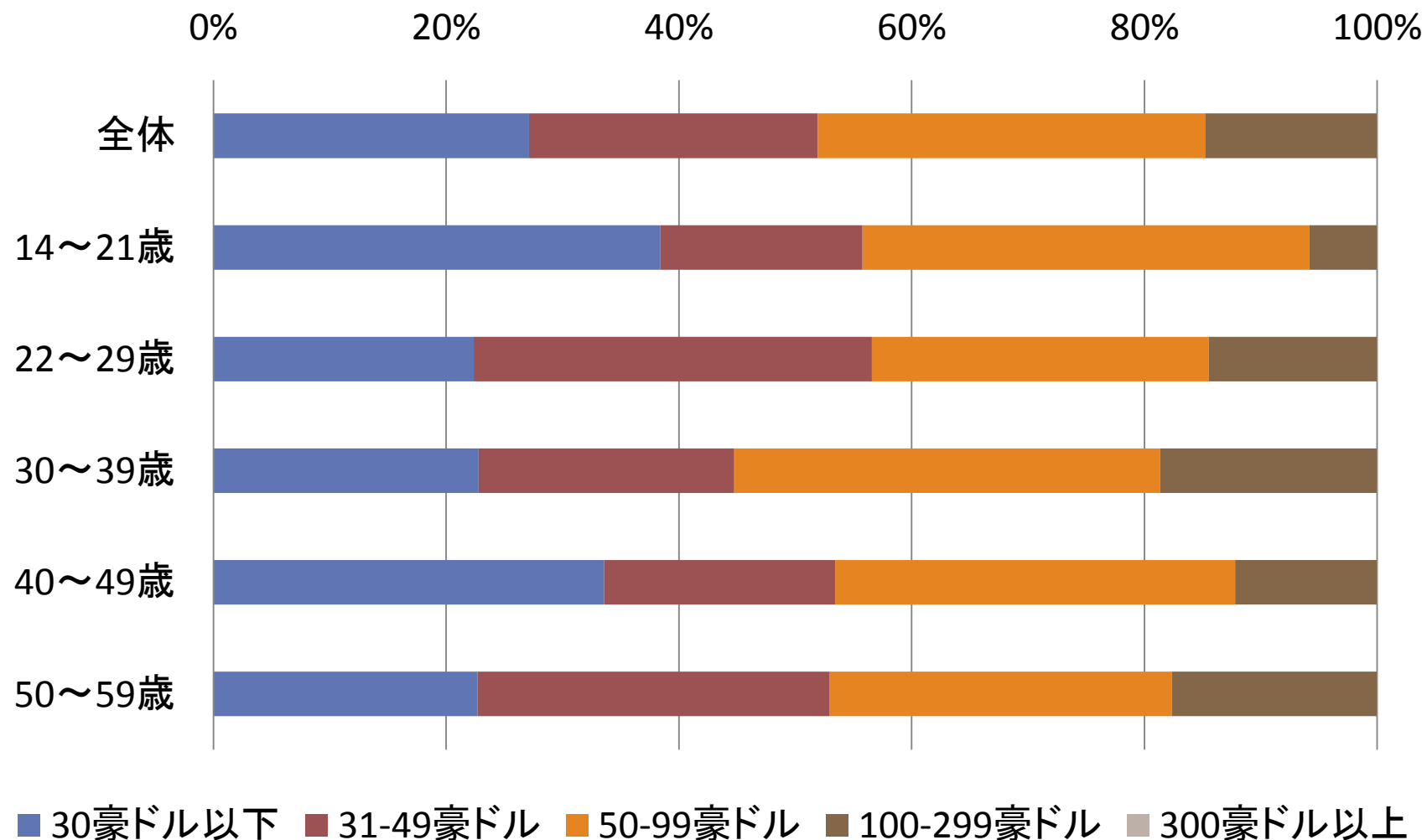
■ 1回当たりの平均支出額：男女別



利用者のプロフィール

6

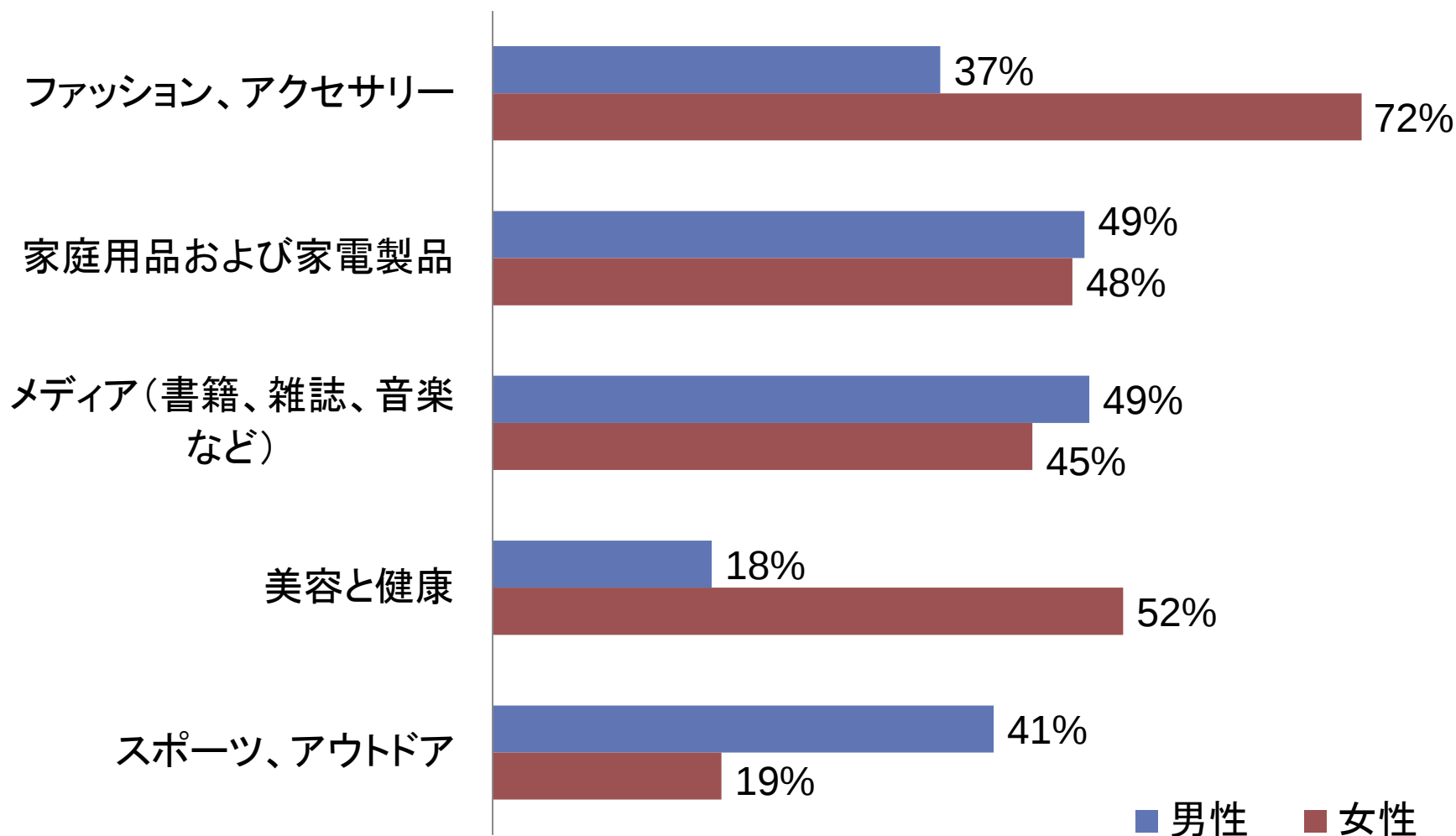
■ 1回当たりの平均支出額：年齢層別



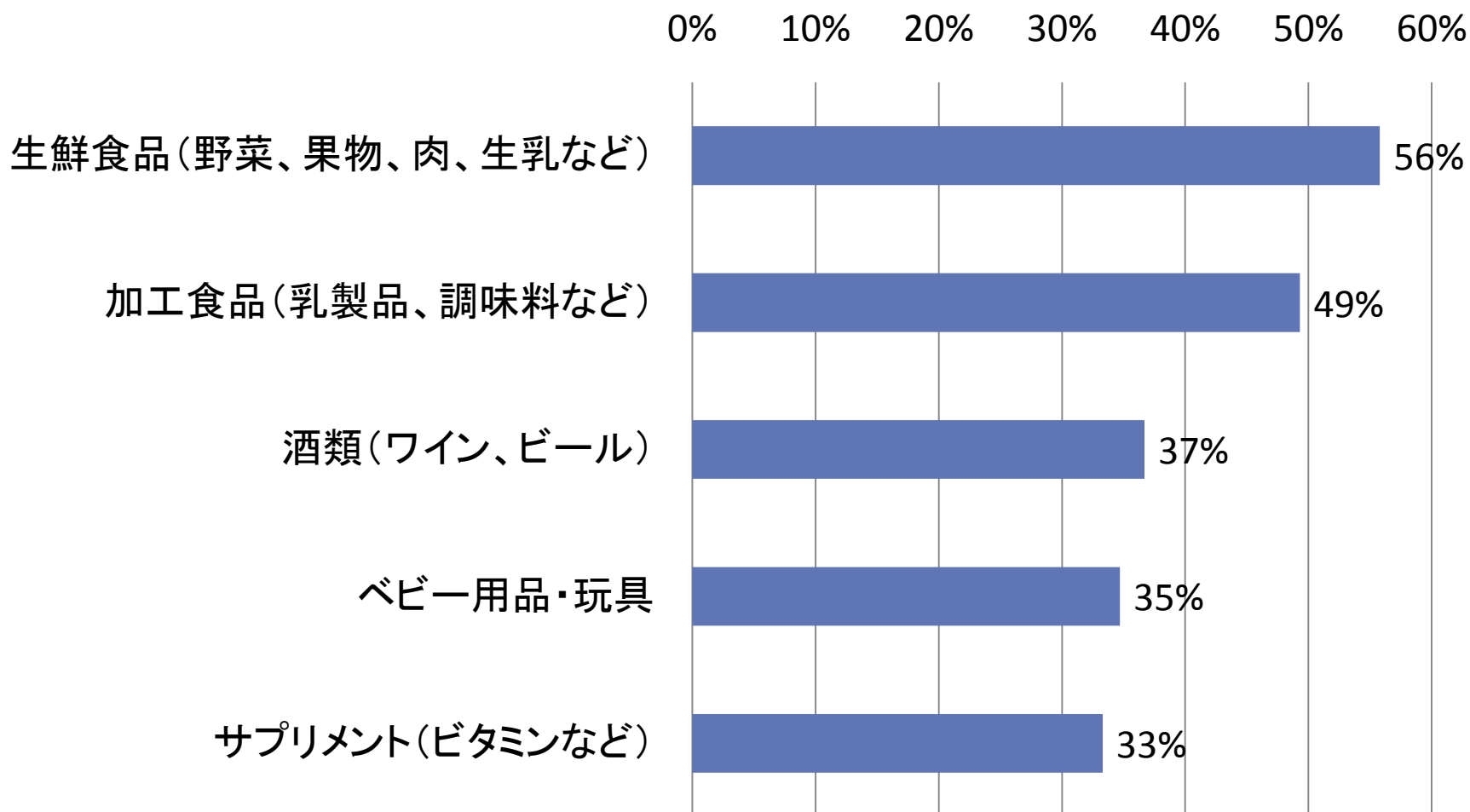
利用者のプロフィール

7

■ オンラインショッピングで購入する商品トップ5：男女別

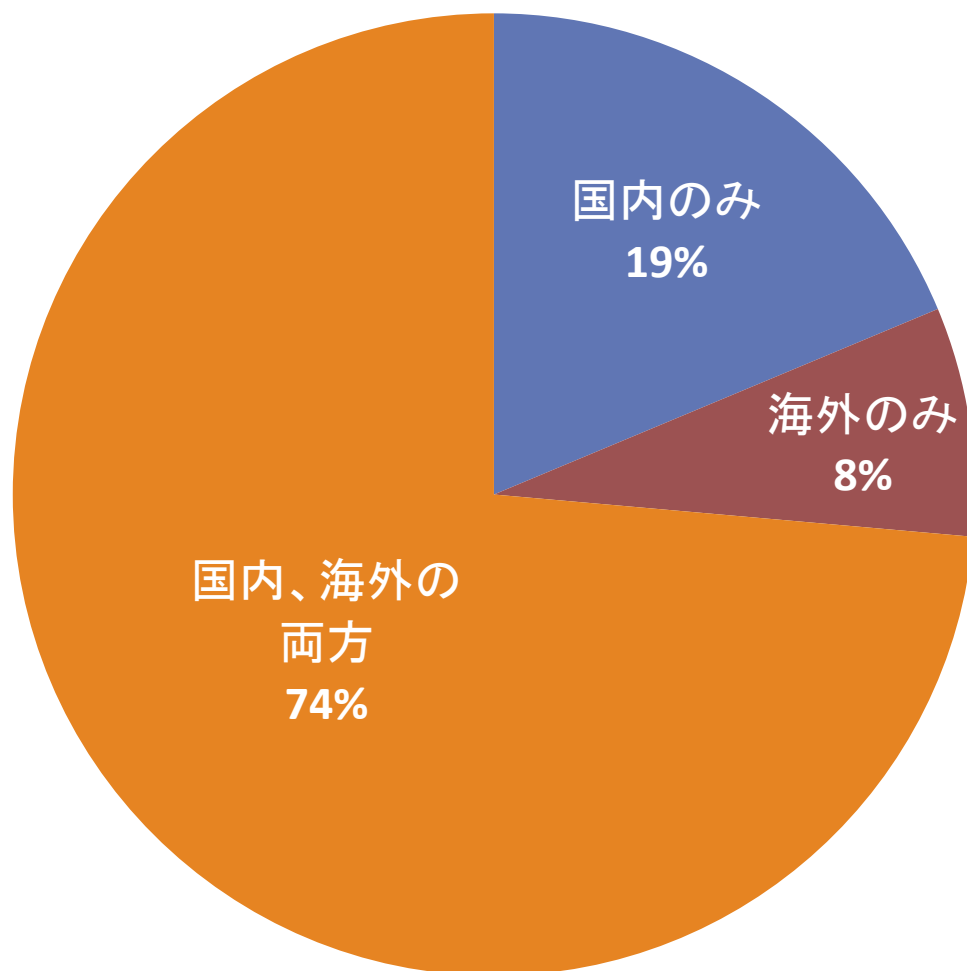


■ オンラインショッピングで購入しない商品トップ5



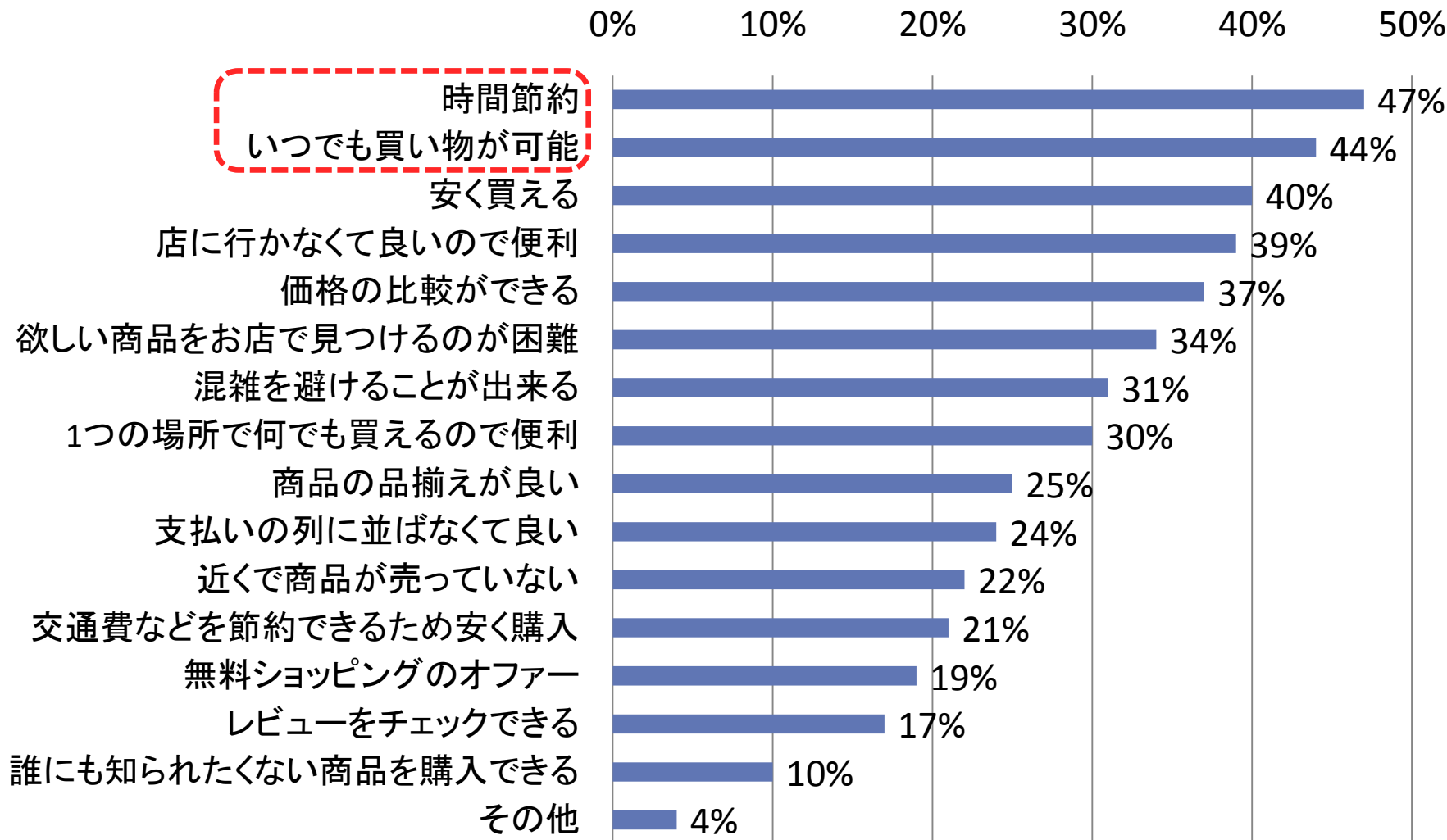
利用者は何を重視するのか

■ 国内サイトと海外サイトの利用状況



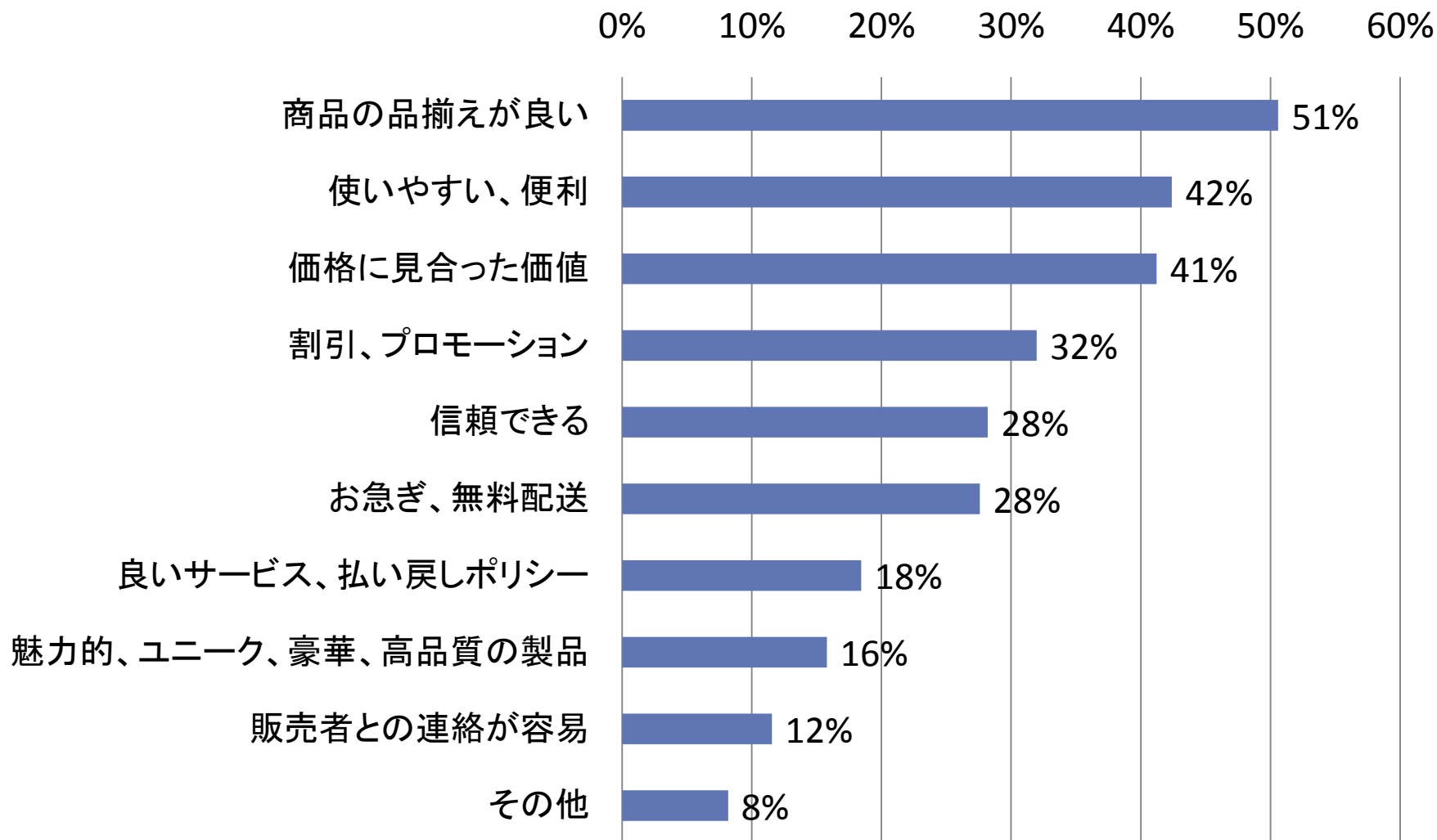
利用者は何を重視するのか

■ 国内のオンラインショッピングサイトを利用する理由



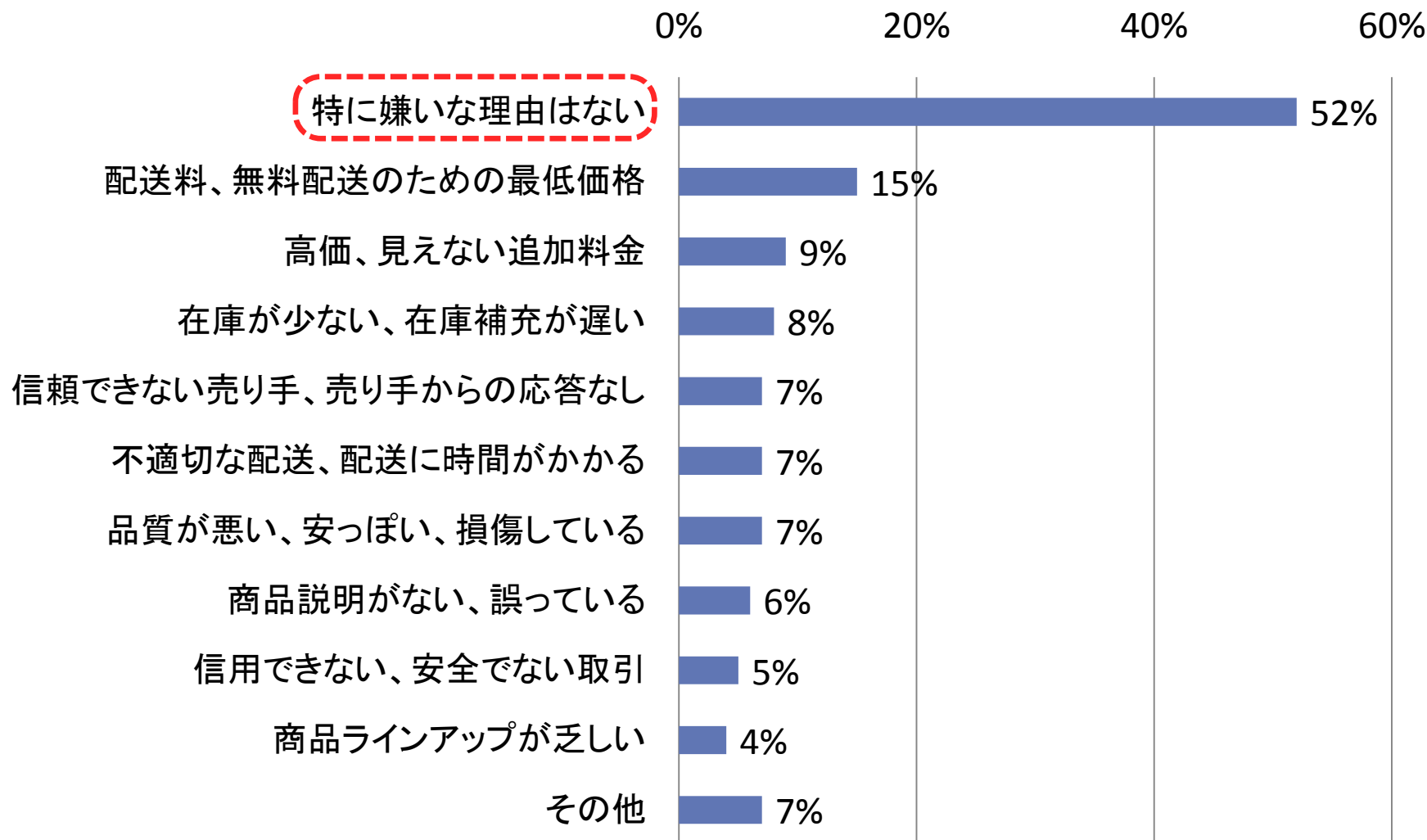
利用者は何を重視するのか

■ 国内のオンラインショッピングサイトを利用する際に好きな点



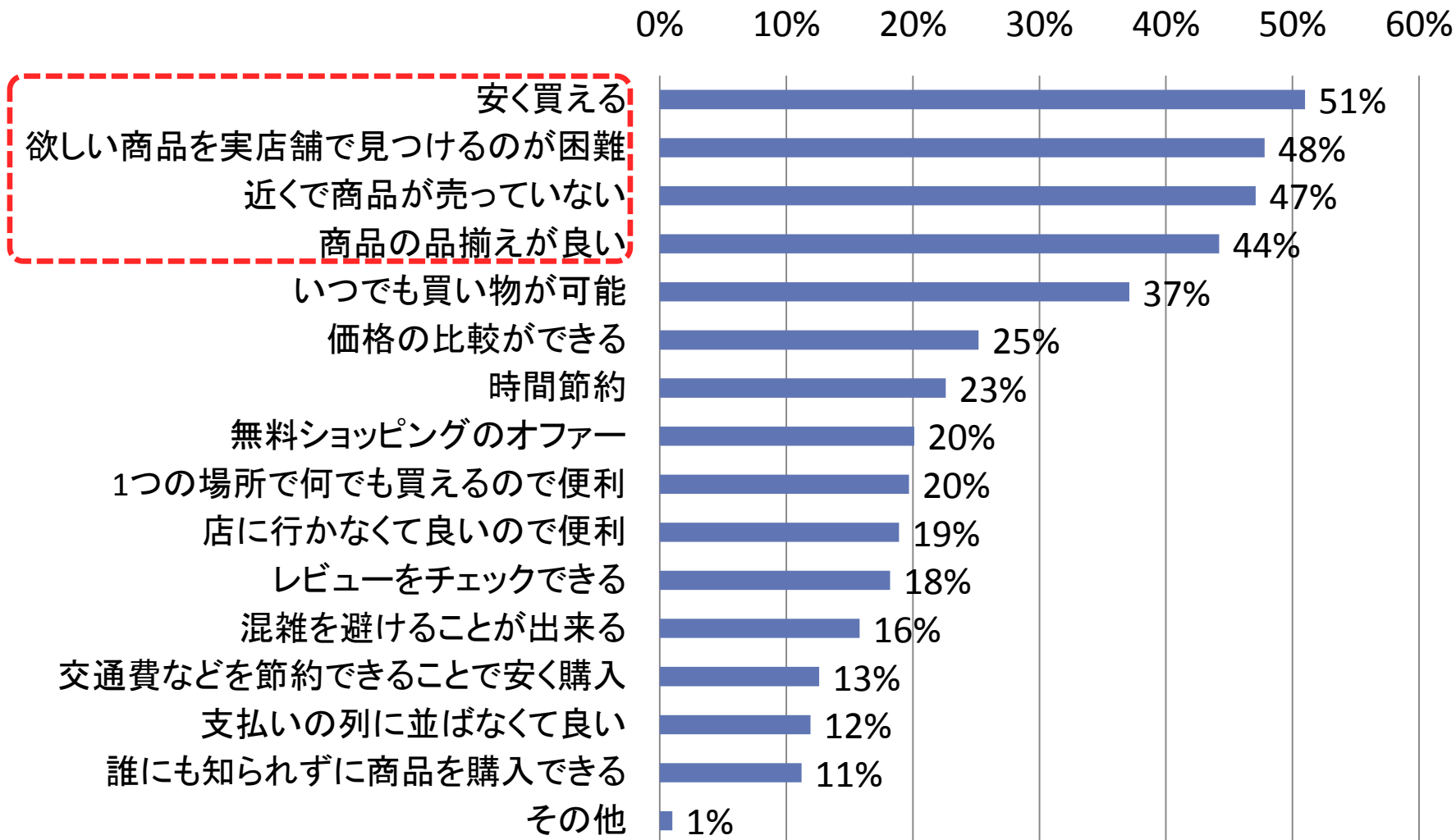
利用者は何を重視するのか

■ 国内のオンラインショッピングサイトを利用する際に嫌いな点



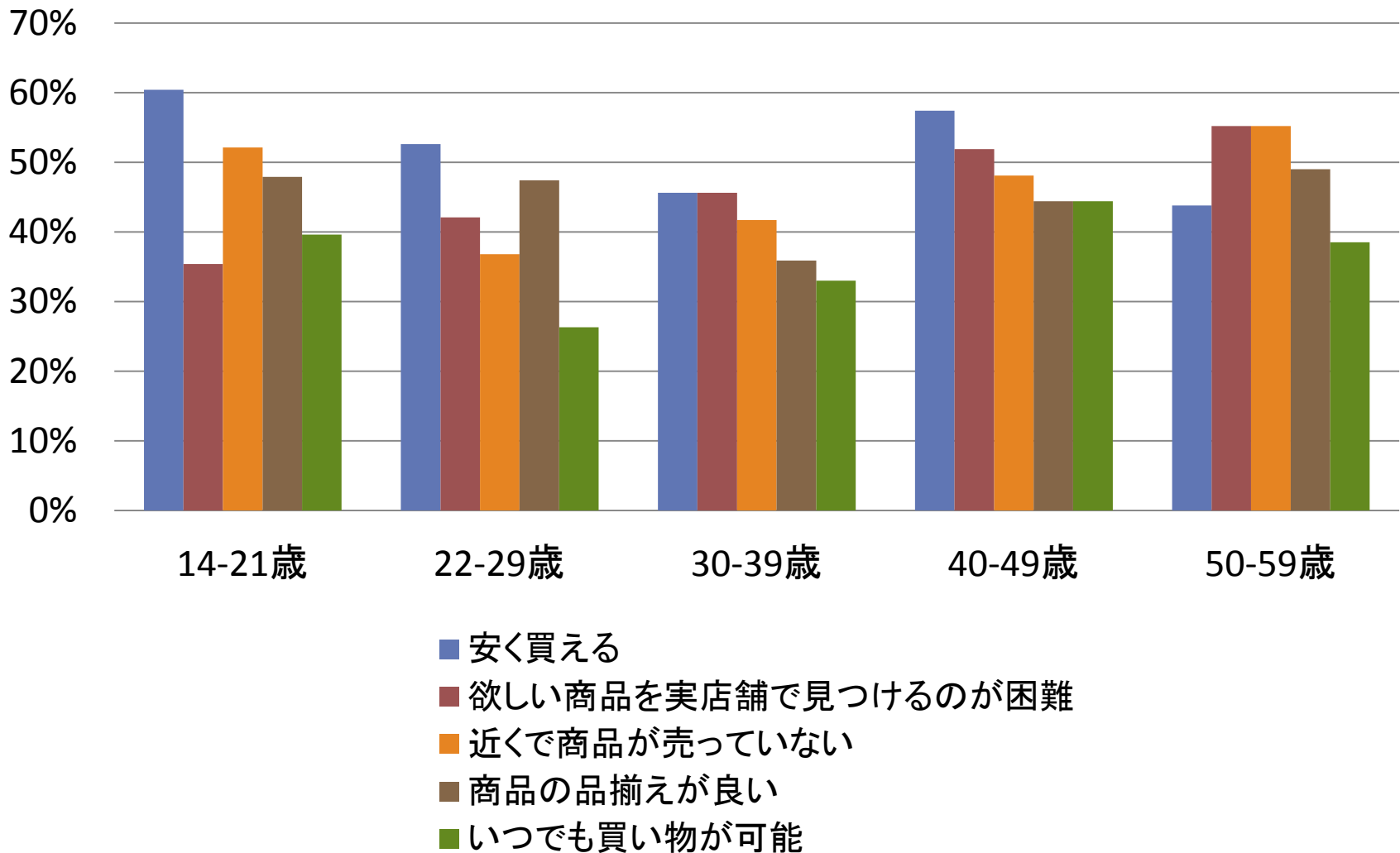
利用者は何を重視するのか

■ 海外のオンラインショッピングサイトを利用する理由



利用者は何を重視するのか

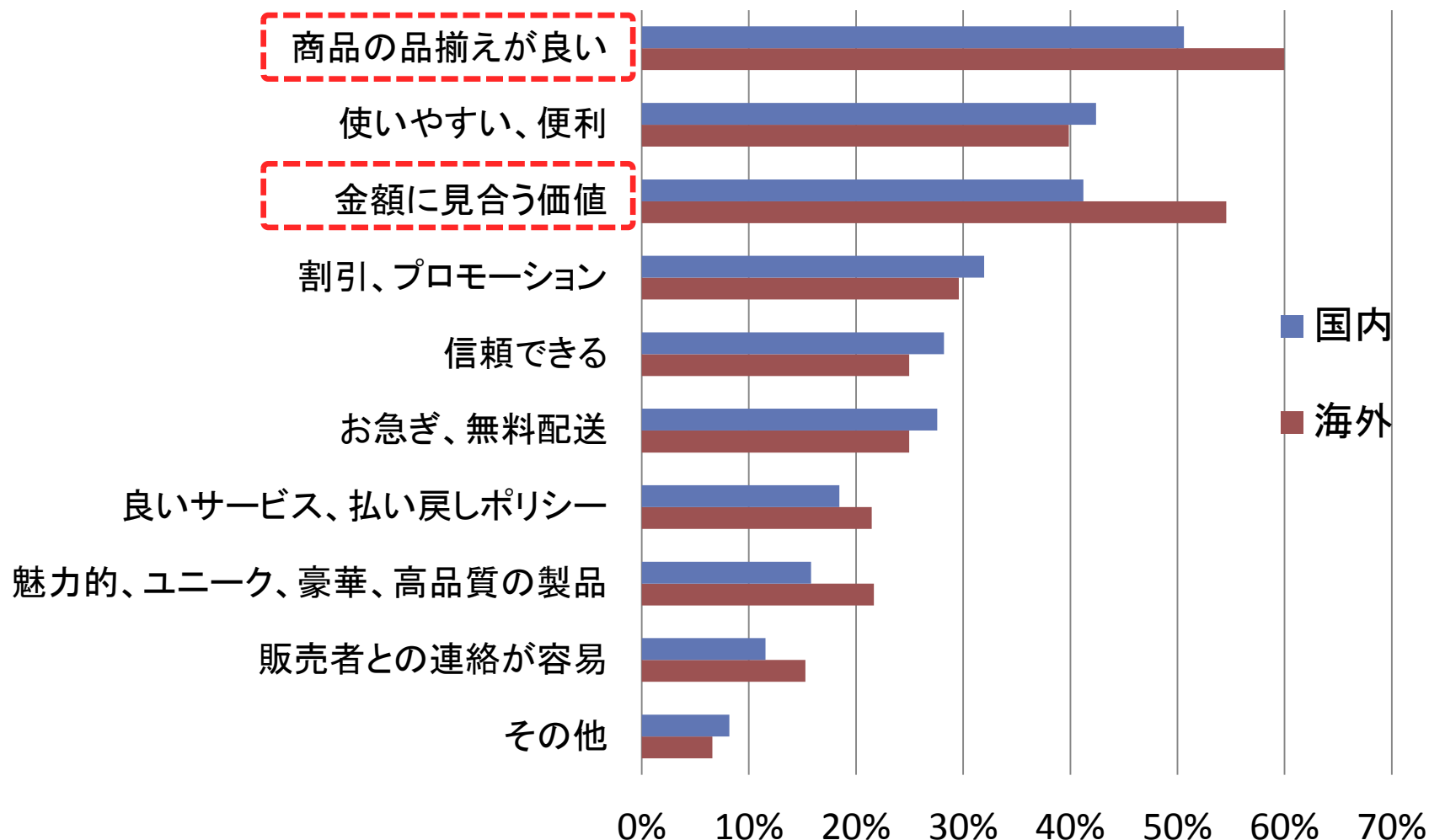
■ 海外のオンラインショッピングサイトを利用する理由：年齢層別



利用者は何を重視するのか

15

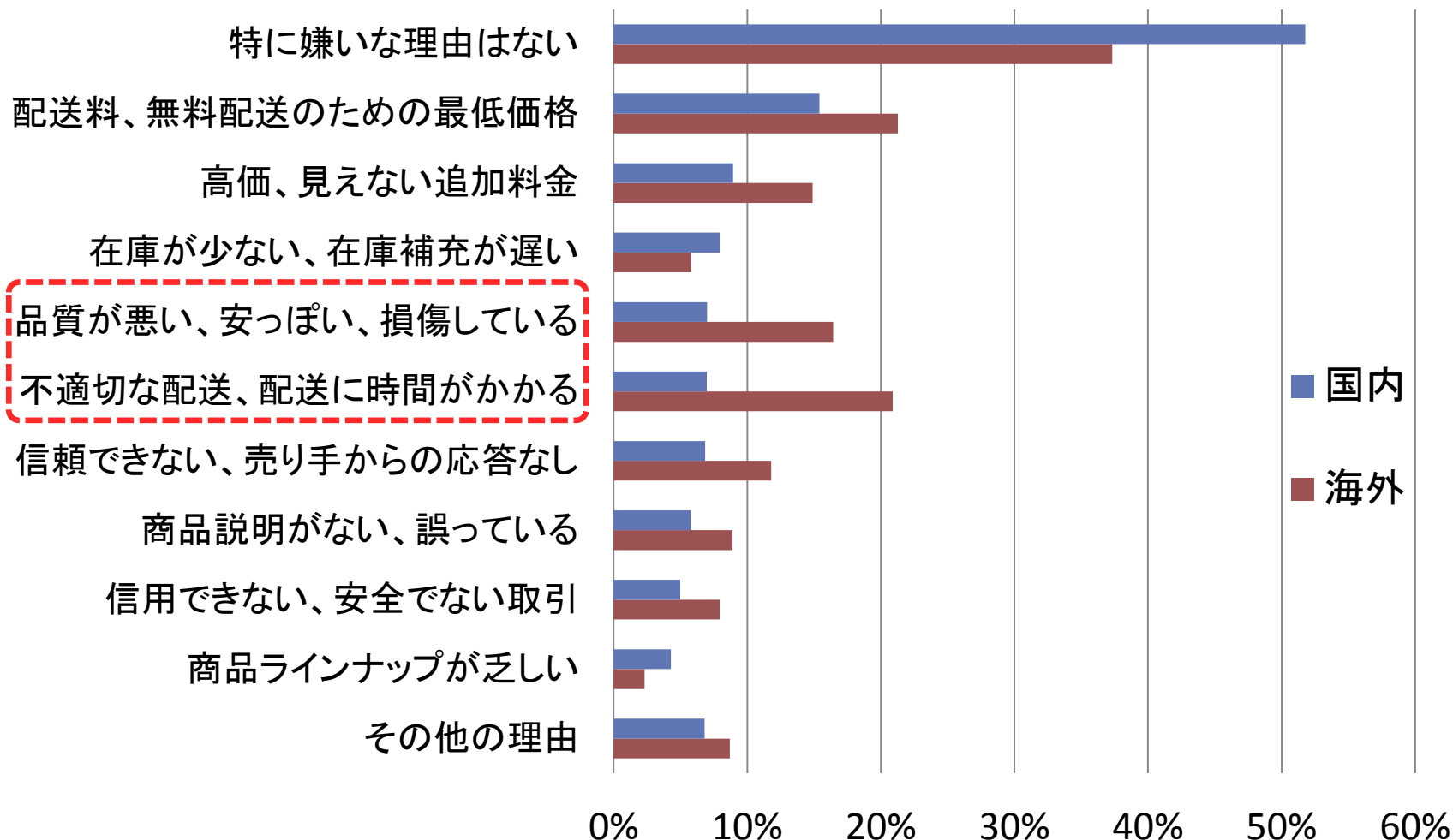
■ 好きな点の国内と海外の比較



利用者は何を重視するのか

16

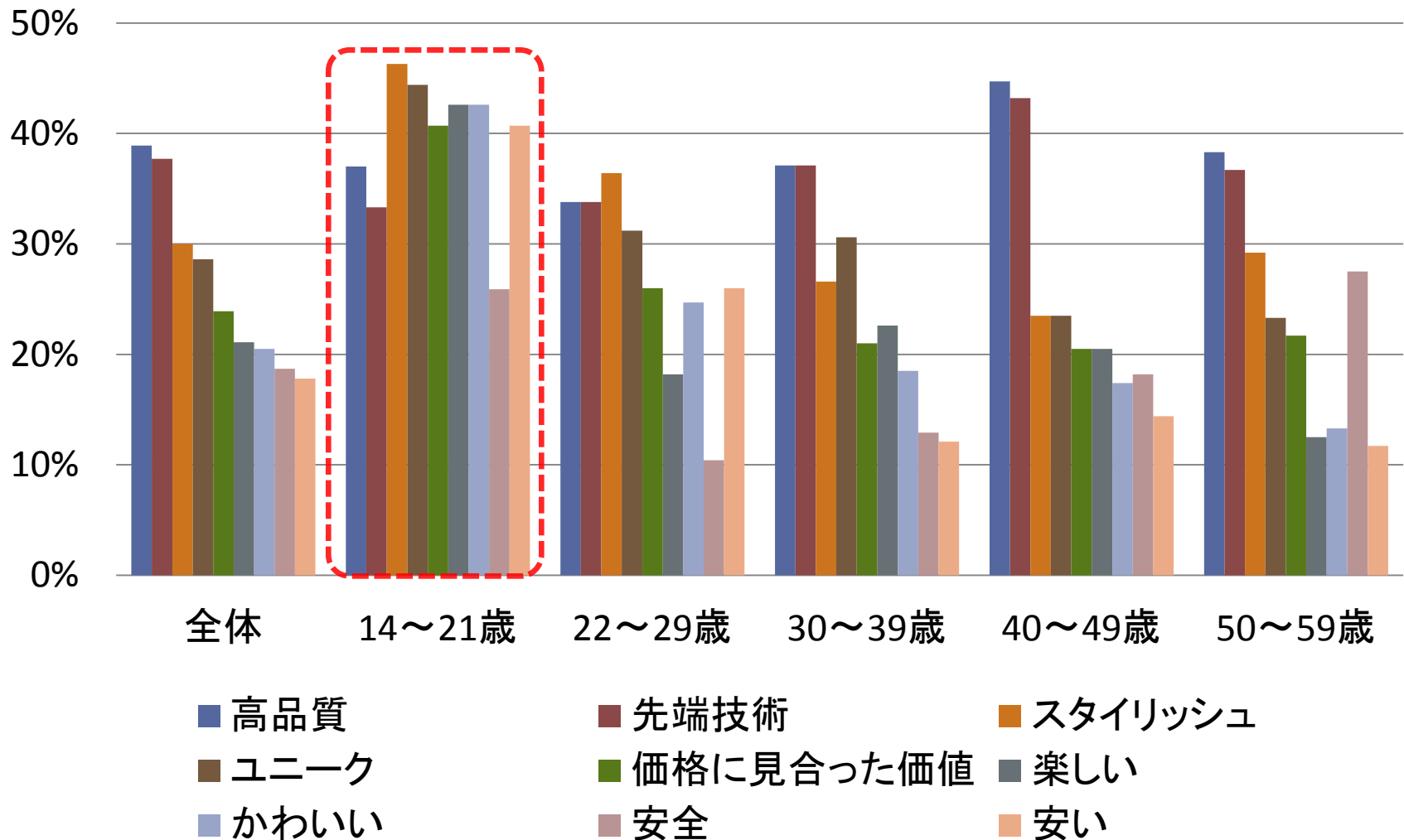
■ 嫌いな点の国内と海外の比較



日本企業の視点からの活用の可能性

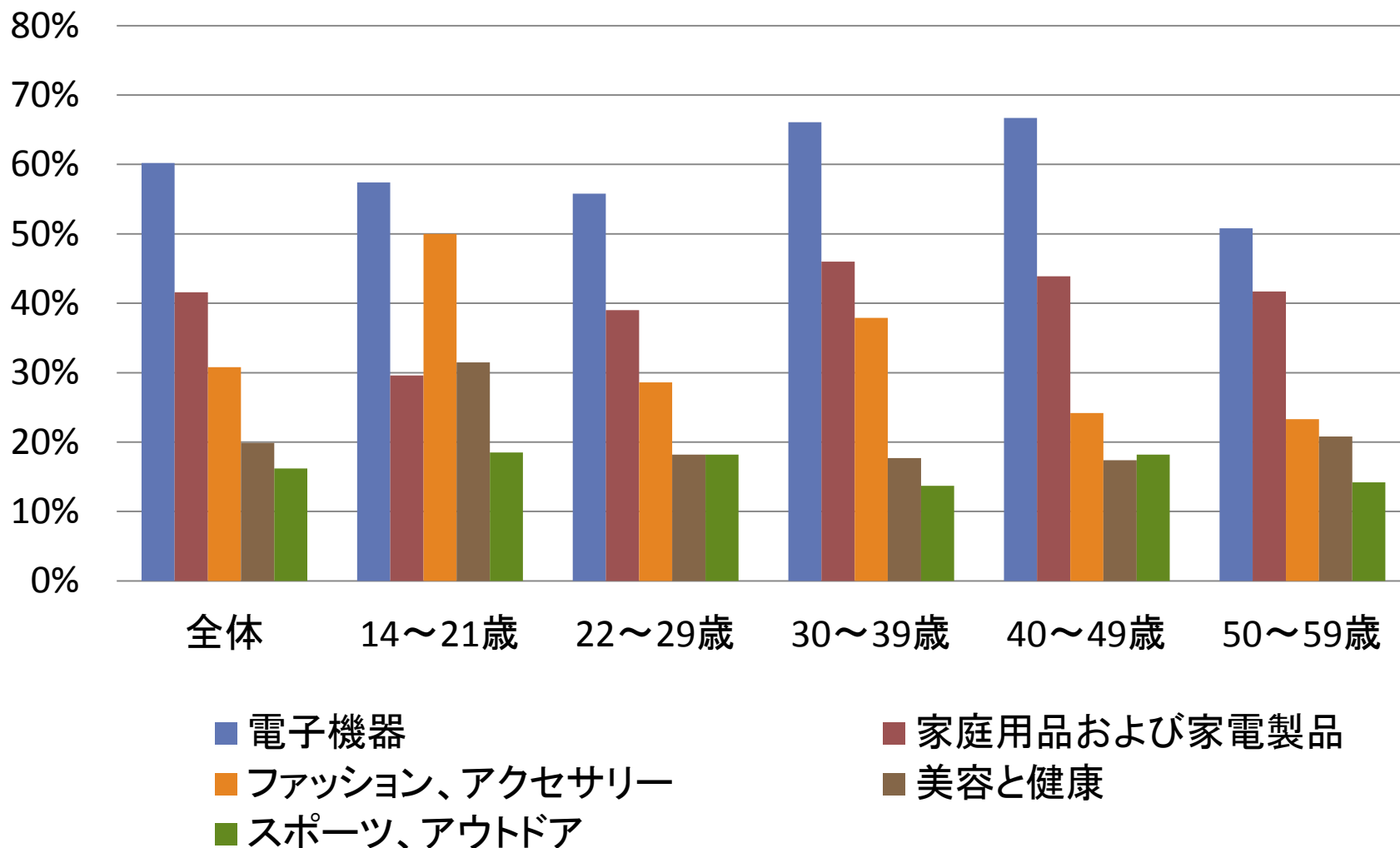
17

■ 日本製品に対するイメージ



日本企業の視点からの活用の可能性

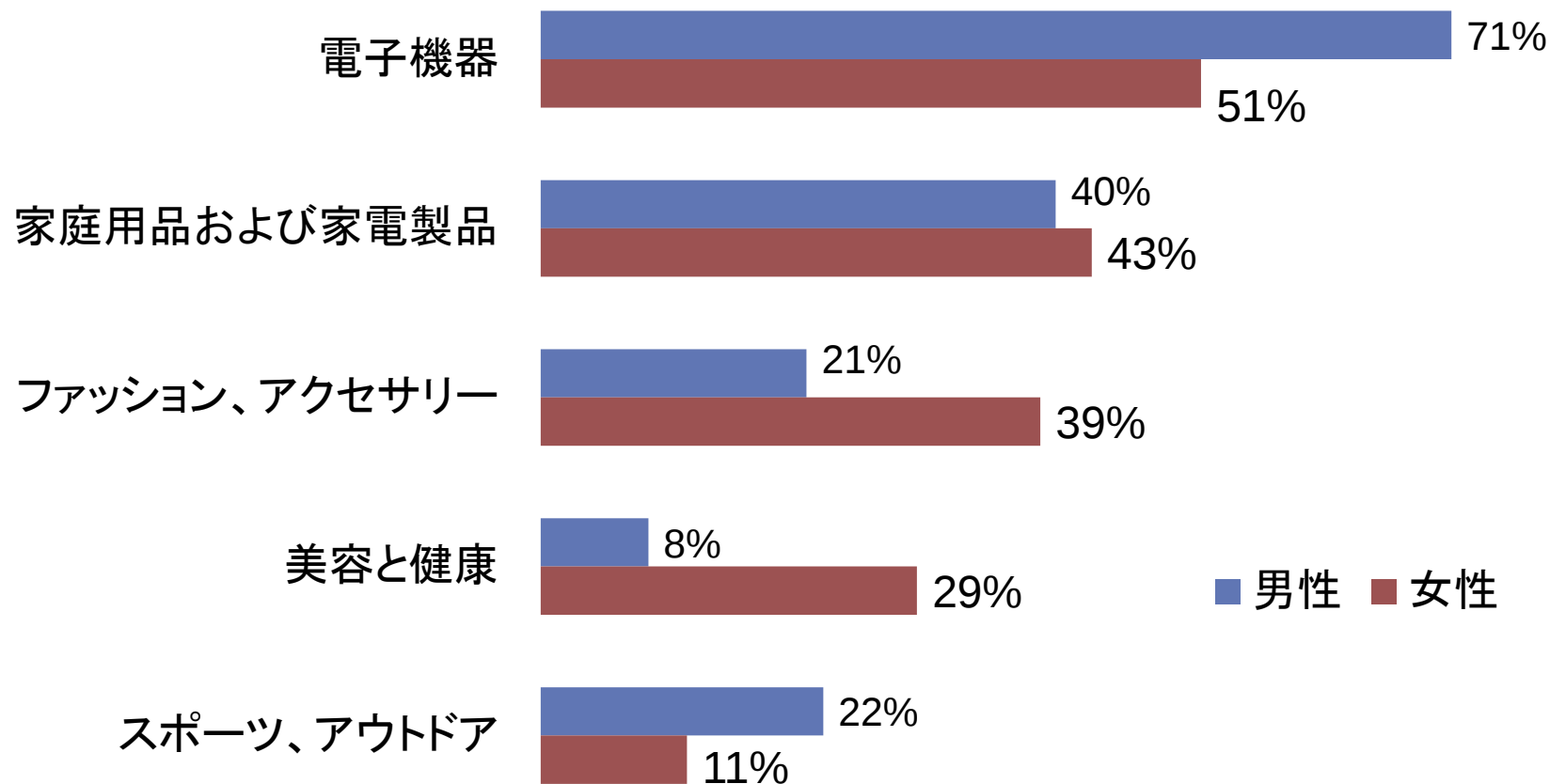
■ オンラインショッピングを通じて購入したい日本製品：年齢層別



日本企業の視点からの活用の可能性

19

■ オンラインショッピングを通じて購入したい日本製品：男女別



【免責事項】

本報告書は、日本企業、日系企業への情報提供を目的としたものであり、法律上のアドバイスではありません。本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本報告書で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。本報告書は信頼できるとされる各種情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。ジェトロは、本報告書の論旨と一致しない他の資料を発行している、または今後発行する可能性があります。