

詳細資料をご希望の方

「年代別・性別・性×年代別」などのクロス集計を掲載した詳細資料もご用意しています。

ご希望の方は、以下メールアドレスまでお知らせください。

メールアドレス：koho@eltex.co.jp

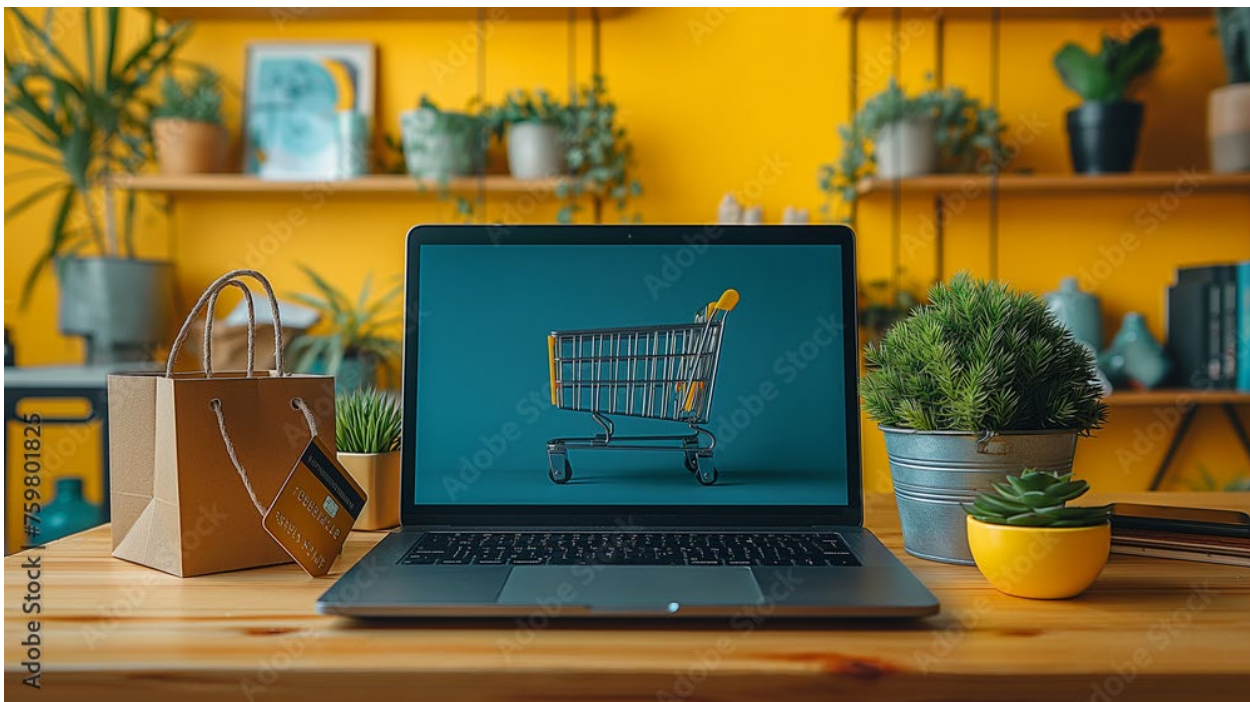
件名：通販調査詳細資料を希望

本文：貴社名とお名前、以下に記載の資料タイトルを記入ください

原則 3 営業以内に担当者よりメールにて PDF データを送付いたします。

2025 年、EC・通販のチャンネル別利用実態

～ネットの大規模モールが利用率トップ、性・年代によってカタログや紙メディアも大健闘～



「通信販売・消費者調査 2025」から読み解く通販/EC 消費者トレンド

公開日時 2025/6/13

「EC・通販でモノを買ったことがない、ってヒトはあまり聞かないけど

みんなどこで買ってるのでしょうか、やはり amazxx とか R 市場なんですか？」

「いやいやわたしの知り合いは TV 通販のヘビーユーザーです。」

といった疑問を解明すべく、消費者の EC・通販の利用チャンネルを「見える化」してみました

エルテックスではエルテックス DC という通販/EC 統合型のソリューションパッケージを製造販売しており、自社で EC や通販事業を展開しているお客様の自前システムとしての導入をお手伝いしています。

エルテックスがお取引させていただいている多くのお客様は、自前の EC チャンネル以外に、インターネットの大規模モール、マスメディア（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）への広告出稿、カタログや DM、チラシなど様々なチャンネルで商品を販売し、受注されています。

が、そもそも、世の中の消費者の皆さんって、いったいどの様な EC・通販チャンネルを利用しているのでしょうか。

自分のことを振り返ってみたら、amazxx で買って、R 市場で買って、また amazxx で買って、たまにメーカーの EC サイトで購入していたりしますが、これって多数派？もしかしたら、性別や年代である傾向があるのかもしれない。

ということで、約 5000 人の比較的大規模調査パネルを対象に、EC・通販の購入経験を調査してみました。

※調査実施は 2024 年 11 月、集計・まとめ作業と公開が 2025 年 6 月です。

調査結果

質問項目)

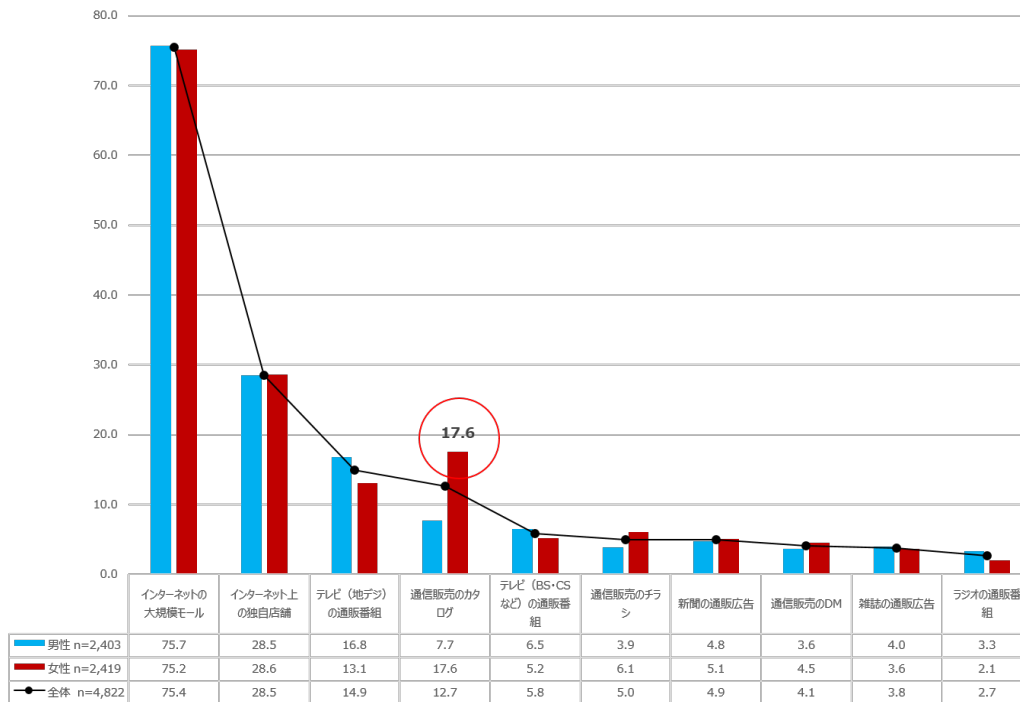
あなたが EC を含む通信販売（以下、通販と言います）で買い物をする際に、利用したことがあるものを、いつでもお選びください。
（複数回答）

- ・利用率 No.1 はインターネットの大規模モールで 75%が利用したと回答
- ・50・60 代の女性に限ると、通販カタログの利用率が高い

◇回答に見る特徴

本設問は、EC を含む通信販売での買い物経験、通販に利用している購入チャネルを複数回答方式で質問しました。

男女ともに圧倒的に多かったのは、インターネットの大規模モールで、約 75%が利用したと回答しました。次点となったのは、インターネットの単独店舗、その次はテレビ通販（地デジ）となりましたが、BS・CS でテレビ通販を合算すると 20 ポイントを超え、既存メディアではトップとなりました。



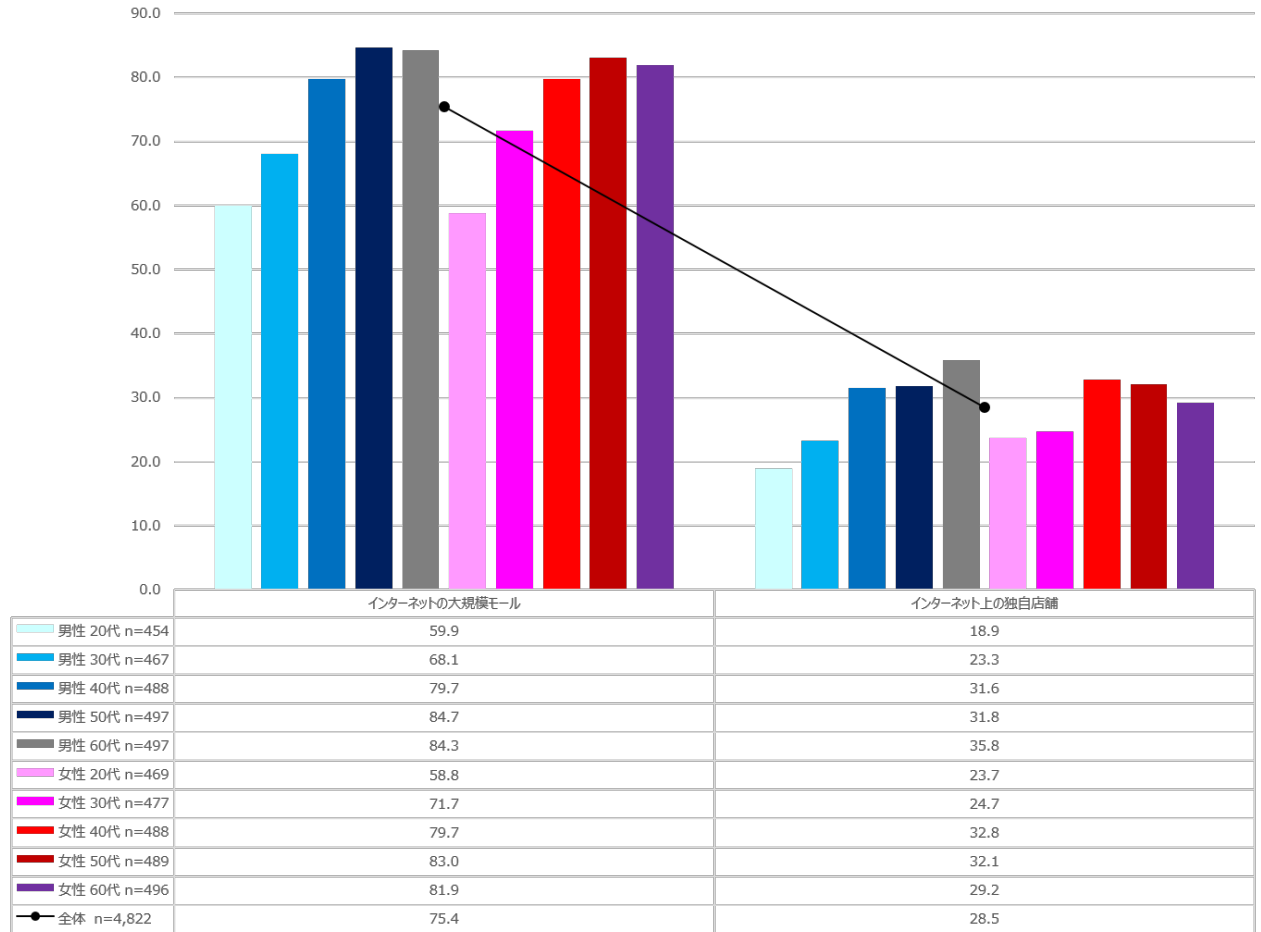
グラフの中で目立っているのが、女性の「通信販売のカタログ」利用で、このチャネルのみ全体より数値が突出しています。とりわけ、50・60 代の女性の利用率が高く、女性の通販カタログ利用スコアを押し上げました。

※詳しい数値は、フルバージョンの調査資料をダウンロードしてご確認いただけます。

トップ 2 ボックスで利用率が高かった、インターネット通販ですが、年代によって利用率に差が見られました。

以下のグラフは、インターネットの大規模モールと、単独店舗のみを抽出したのですが、男女ともに 20 代ではインターネットの利用率が各年代で一番低い数値となっており、男女ともに 50・60 代の「インターネットの大規模モール」利用率が高いという結果となりました。

ネットリテラシーが高いと思われる 20 代や、仕事・子育てなどで忙しい 30・40 代の利用率がさほど高くないことは意外な結果です。



質問項目)

あなたがお選びになった、通販で買い物をする際に利用したことがあるもので、最もよく利用するものをひとつだけお選びください。

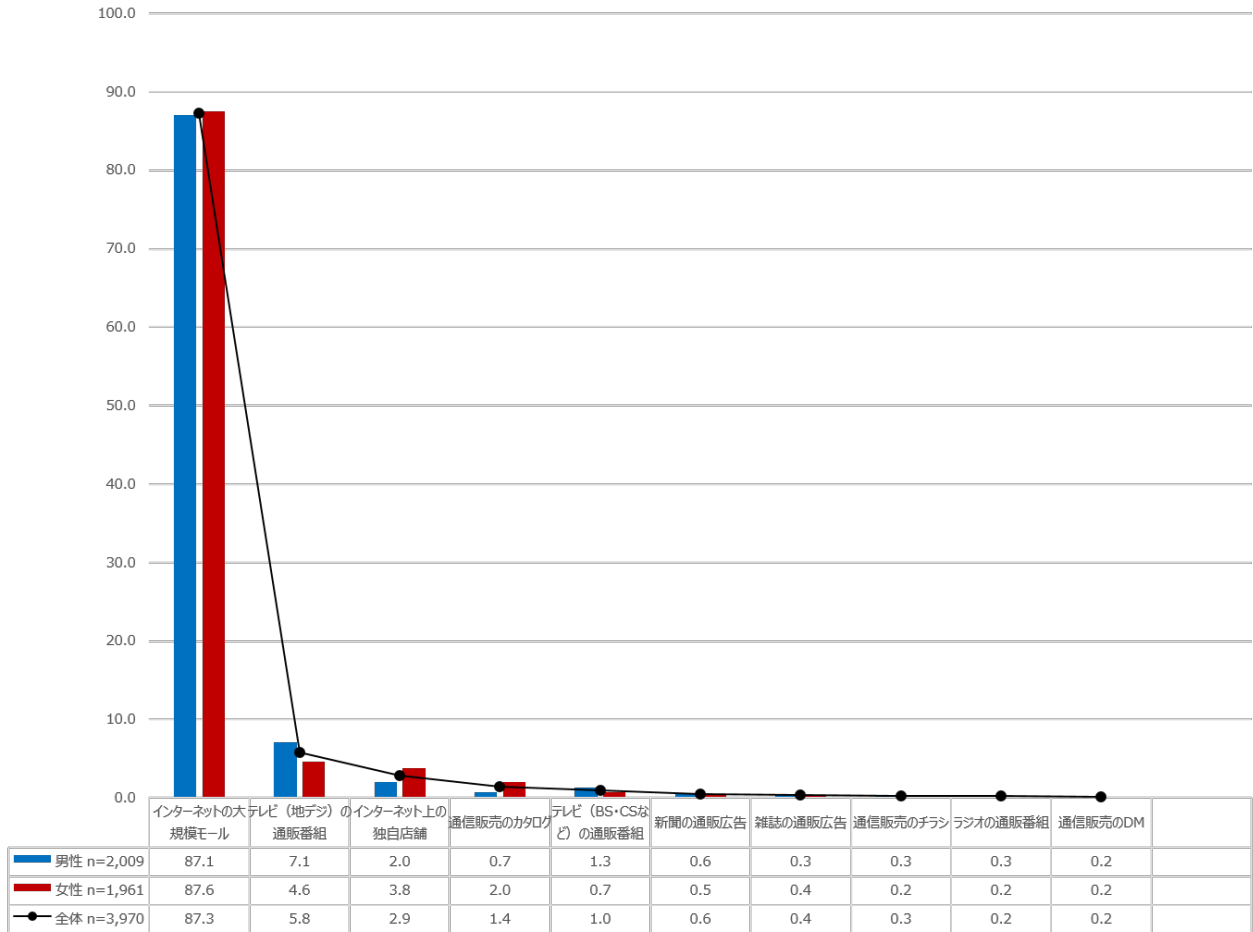
(単一回答)

- ・最もよく利用する EC・通販チャネルは「インターネットの大規模モール」に一極集中
- ・次点となったのはテレビ（地デジ）通販

利用したことのある、EC・通販チャネルの中で「最もよく利用するもの」をひとつだけ選んでもらったところ、「インターネットの大規模モール」が 9 割弱という結果となりました。次点は「テレビ（地デジ）通販」、3 番目に「インターネットの独自店舗」となりました。

テレビ通販の数値を押し上げたのは、20 代の男女で、特に 20 代の男性では、地デジと BS/CS 双方のテレビ通販を合算したポイント数は 16.5%となりました。

※詳しい数値は、フルバージョンの調査資料をダウンロードしてご確認ください。



調査概要

- 調査エリア： 全国
- 調査対象者： infoQ by GMO 調査パネルを利用
- 調査方法： ネット方式による、アンケート調査
- 調査期間： 2024年11月23日～25日
- 回収サンプル数： 600
- 調査主体： 株式会社エルテックス <https://www.eltex.co.jp/>
- 調査実施機関： 楽天リサーチ株式会社

筆者紹介

企画室室長 六角 健二

ソニー系広告会社で、企画広告営業、マーコムプランニング、サイト設計・制作など多種業務を担当。2000年に米国大手インターネットコンサルティング会社レーザーフィッシュとのジョイントベンチャー、株式会社フロンテッジ・レーザーフィッシュの立ち上げメンバー、取締役としてインターネット活用のコンサルティングに従事。2013年にエルテックスに入社しエルテックス DC の UI 設計のための調査、設計を実施。ECサイトのデザインリニューアルも多数手がけている。

本件に関するお問い合わせ

本件に関するご相談やご質問など、こちらからお問い合わせください。

株式会社エルテックス

企画室 六角（ろっかく）

TEL:045-332-6655 E-mail : koho@eltex.co.jp