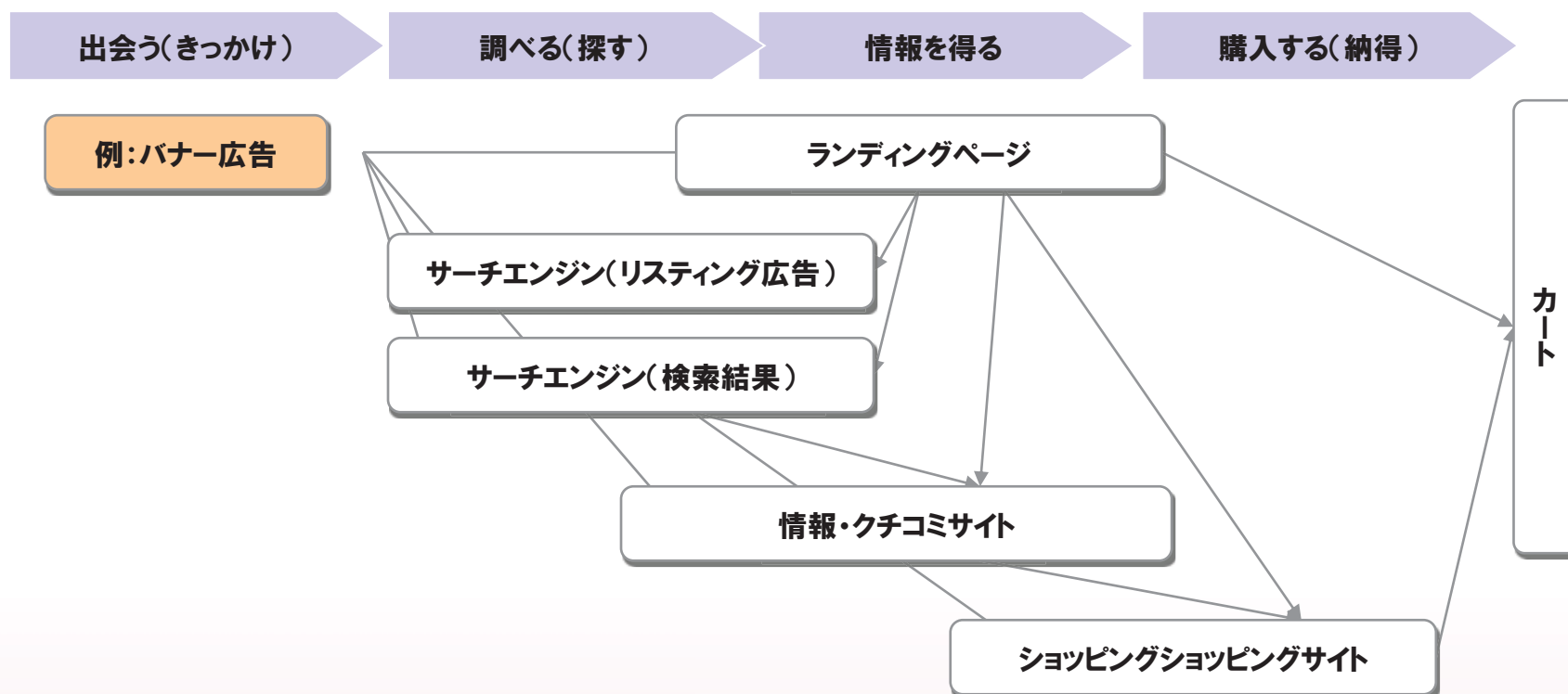


インターネット通販・オムニチャネルの 進展に伴う消費行動の変化について

■ インターネット広告から購入までのフロー

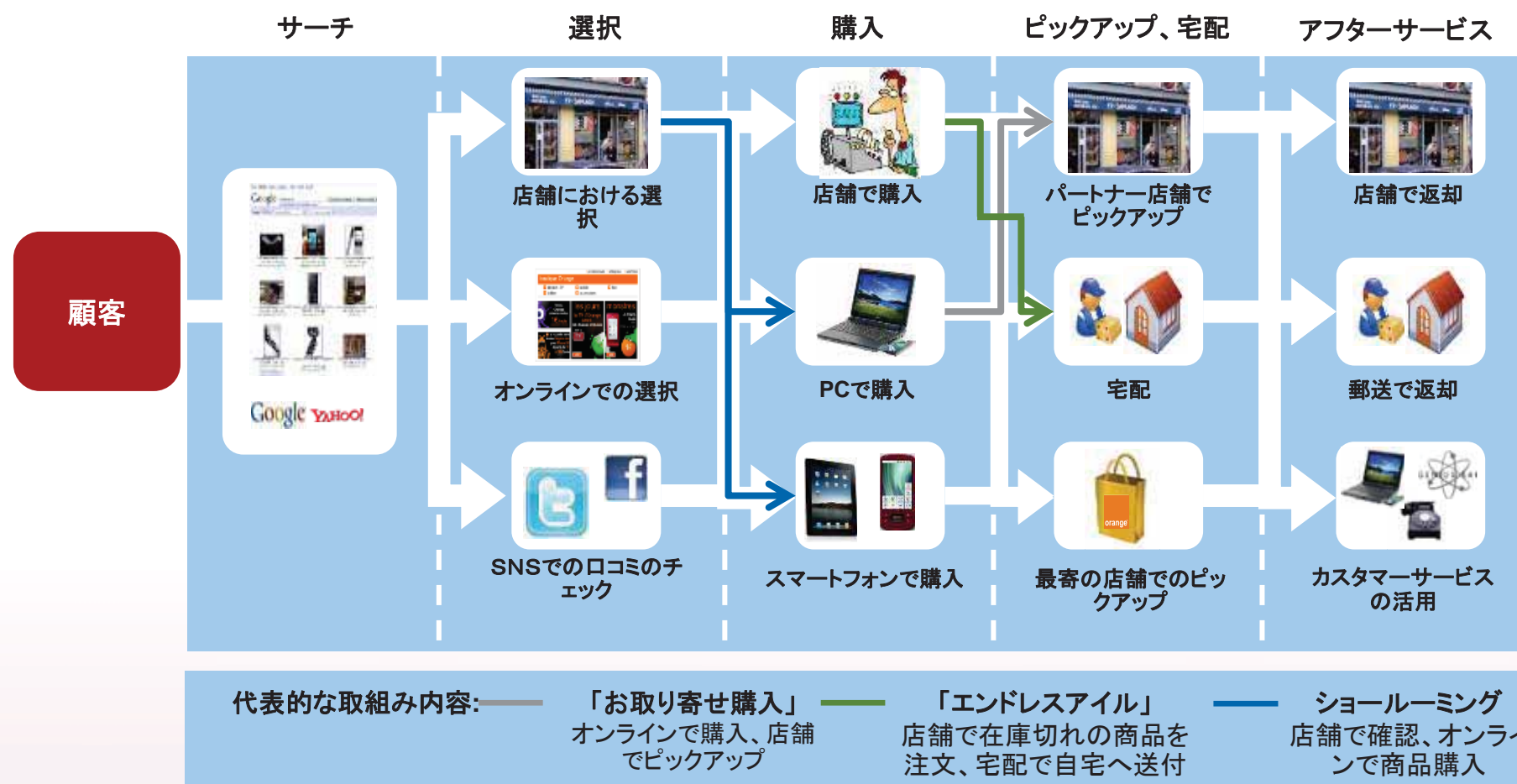
※広告だけでなく他のサイトの情報や口コミなどの様々な情報をもとに商品を選んで購入するようになっている。



リアル店舗とインターネットの複合化した販売が急激に進展している

※店舗販売と通信販売の複合化により、店舗で得た情報をもとに通販で購入したり、インターネット広告をもとに店舗で購入したりといった消費行動が広がっている。

オムニチャネルの進展に伴う顧客の購買パターン

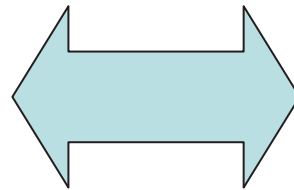


通信販売に対し虚偽・誇大広告 に関する特別なルールを課すことについて

■ 通販事業者としての意見①

A

・ウール100%と表示した商品
が間違いなく生産されたかを
必死で追及している企業



B

・ウール50%なのに100%と
偽って、確信犯で販売して
いる企業

本来、規制をかけるべきなのはどちらの企業でしょうか？
新たな規制を追加しても、B企業はなくならないと思います。

悪意のあるごく僅かな企業のために、
大多数の真面目な企業にも特別なルールを
かけるのは、本質的ではないと思います。

■ 通販事業者としての意見②

インターネット通販・オムニチャネルの進展にともない
広告による商品認知から購買にいたる購買行動は
複雑・多岐化しているため、通販企業だけに規制を
加えることはナンセンスと思います。