

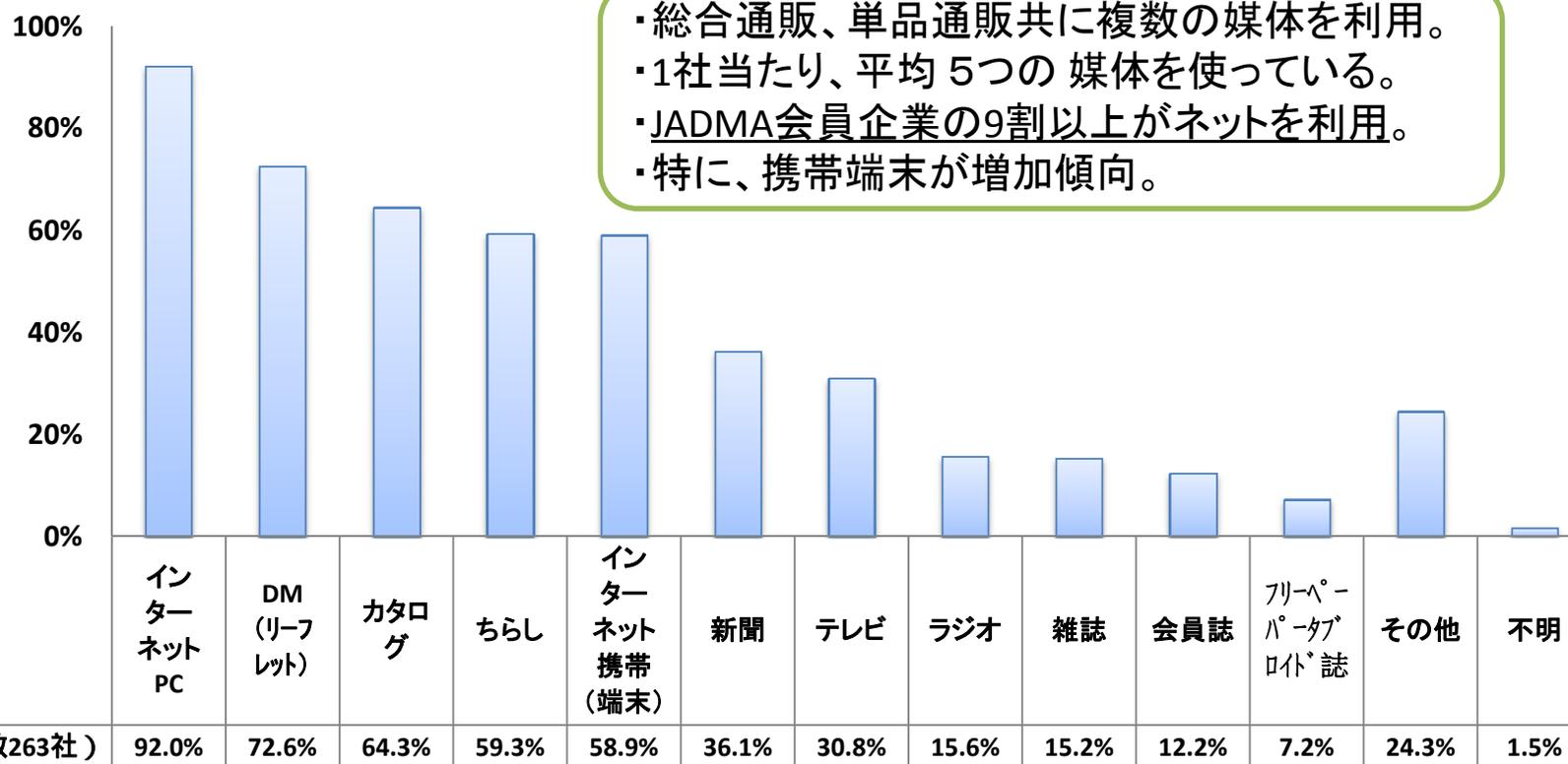
前回のご質問に関する補足資料

2015年3月27日



公益社団法人 日本通信販売協会

JADMA会員社の媒体別の利用率(複数回答)



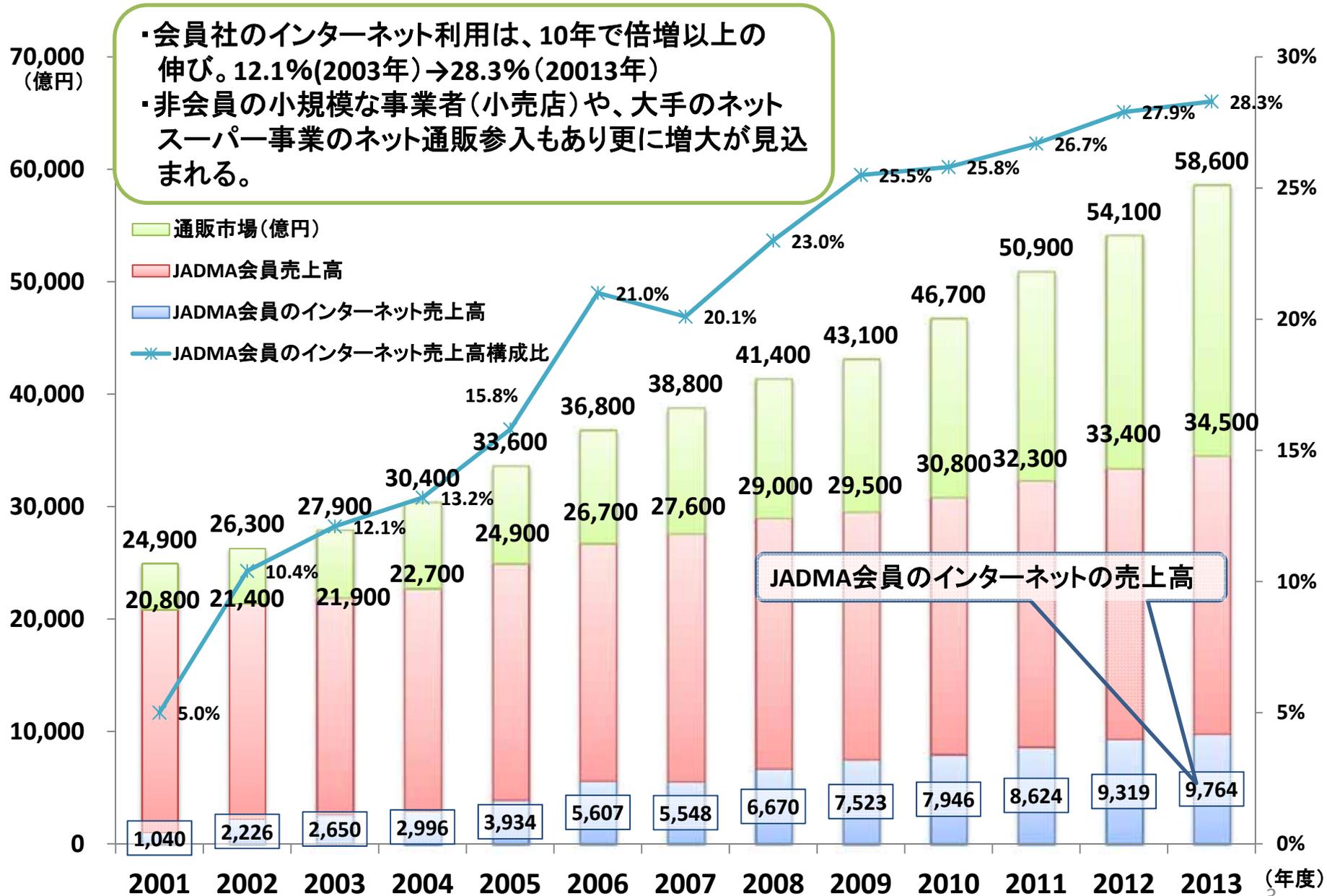
- ・総合通販、単品通販共に複数の媒体を利用。
- ・1社当たり、平均 5つの媒体を使っている。
- ・JADMA会員企業の9割以上がネットを利用。
- ・特に、携帯端末が増加傾向。

【ネットを主力媒体としている会員社】
 ケンコーコム(東京)
 スタートトゥデイ(千葉)
 ソニー・ミュージックダイレクト(東京)
 スクロール(静岡)
 夢展望(大阪) 等

【カタログ・ダイレクトメールを主体とした会員社】
 千趣会(大阪) やずや(福岡)
 ニッセン(京都) ふくや(福岡)
 ディノス・セシール(東京) もち吉(福岡) 等
 カatalogハウス(東京)
 日本生活協同組合連合会(東京)
 三越伊勢丹通信販売(東京)

【テレビを主体とした会員社】
 ジャパネットたかた(長崎)
 ジュピターショップチャンネル(東京)
 QVCジャパン(千葉)
 オークローンマーケティング(愛知)
 日本テレビ放送網(東京)
 テレビ東京ダイレクト(東京) 等

インターネット通販の売上高の推移 (会員社の調査結果から推計)



・主要ジャンルの会員企業例



- ・健康食品、化粧品は大手企業の会員社が多い。
- ・全カテゴリーに渡って地方企業の会員社も多く、特に食品は地方の名産品を主力にしている企業が多い。
- ・ファッションやグッズ類は若年層の利用が高い。

【衣料品を主力商品としている会員社（総合通販）】

エディー・バウアー・ジャパン(東京)	ニッセン(京都) ※
エンジェリーベ(神奈川)	日本ランズエンド(神奈川)
オットー・ジャパン(東京) ※	フェリシモ(兵庫)
JFRオンライン(大阪) ※	丸井(東京) ※
主婦の友ダイレクト(東京)	三起商行/ミキハウス(大阪)
スタートトゥデイ(千葉)	三越伊勢丹通信販売(東京) ※
千趣会(大阪) ※	夢展望(大阪)
世界文化社(東京)	ライトアップショッピングクラブ
高島屋(東京) ※	(東京) ※
ディノス・セシール(東京) ※	ワコール(京都) 等

【健康食品を主力商品としている会員社】

浅田飴(東京)	ティーライフ(静岡)
アサヒ緑健(福岡)	トウ・キューピー(東京)
大塚製薬(東京)	日清ファルマ(東京)
花王(東京)	ファンケルヘルスサイエンス
カルピス(東京)	(神奈川)
キューサイ(福岡)	万田発酵(大阪)
小林製薬(大阪)	森下仁丹(大阪)
サンスター(大阪)	やずや(福岡)
サントリーウエルネス(東京)	山田養蜂場(岡山)
世田谷自然食品(東京)	ライオン(東京)
	わかさ生活(京都) 等

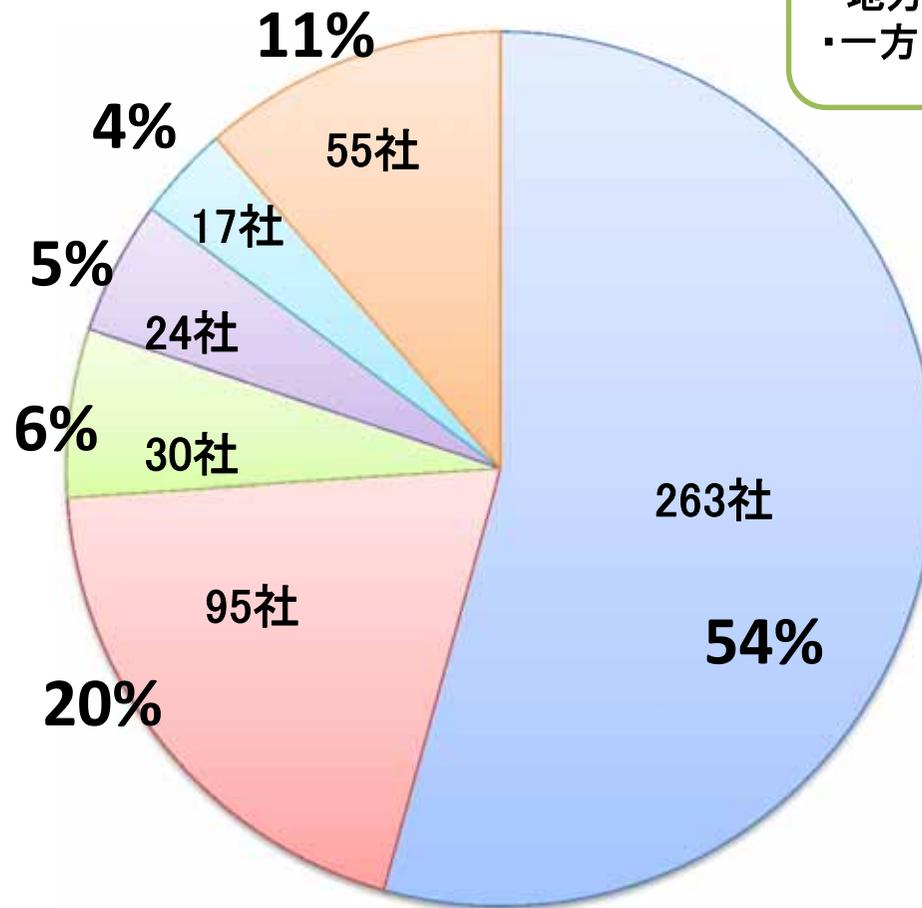
【食料品を主力商品としている会員社】

味の兵四郎(福岡)	ガトーフェスタハラダ(群馬)
馬路村農業協同組合(高知)	ピエトロ(福岡)
菓匠三全(宮城)	フジッコ(兵庫)
久原本家(福岡)	ふくや(福岡)
新潟味のれん本舗(新潟)	ブルボン(新潟)
林久右衛門商店(福岡)	ヤマサちくわ(愛知)
	ロイズコンフェクト(北海道) 等

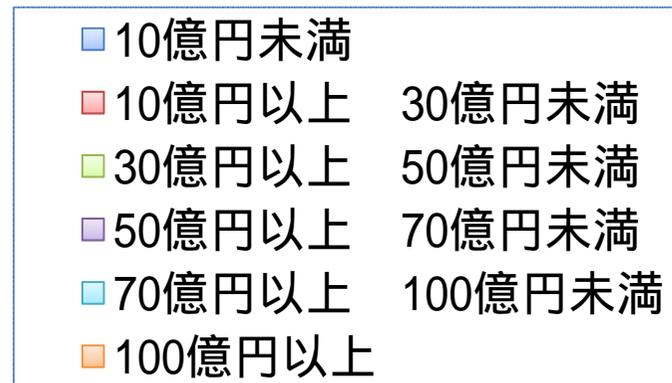
【化粧品を主力商品としている会員社】

アテニア(神奈川)	ノエビア(兵庫)
アユーララボラトリーズ(東京)	ファンケル化粧品(神奈川)
オルビス(東京)	富士フィルムヘルスケアラボラトリー
キナリ(東京)	(東京)
三省製薬(福岡)	ポーラ(東京)
JIMOS(福岡)	マードウレクス(東京) 等

. 売上げ規模別でみた会員社数(及び構成比)

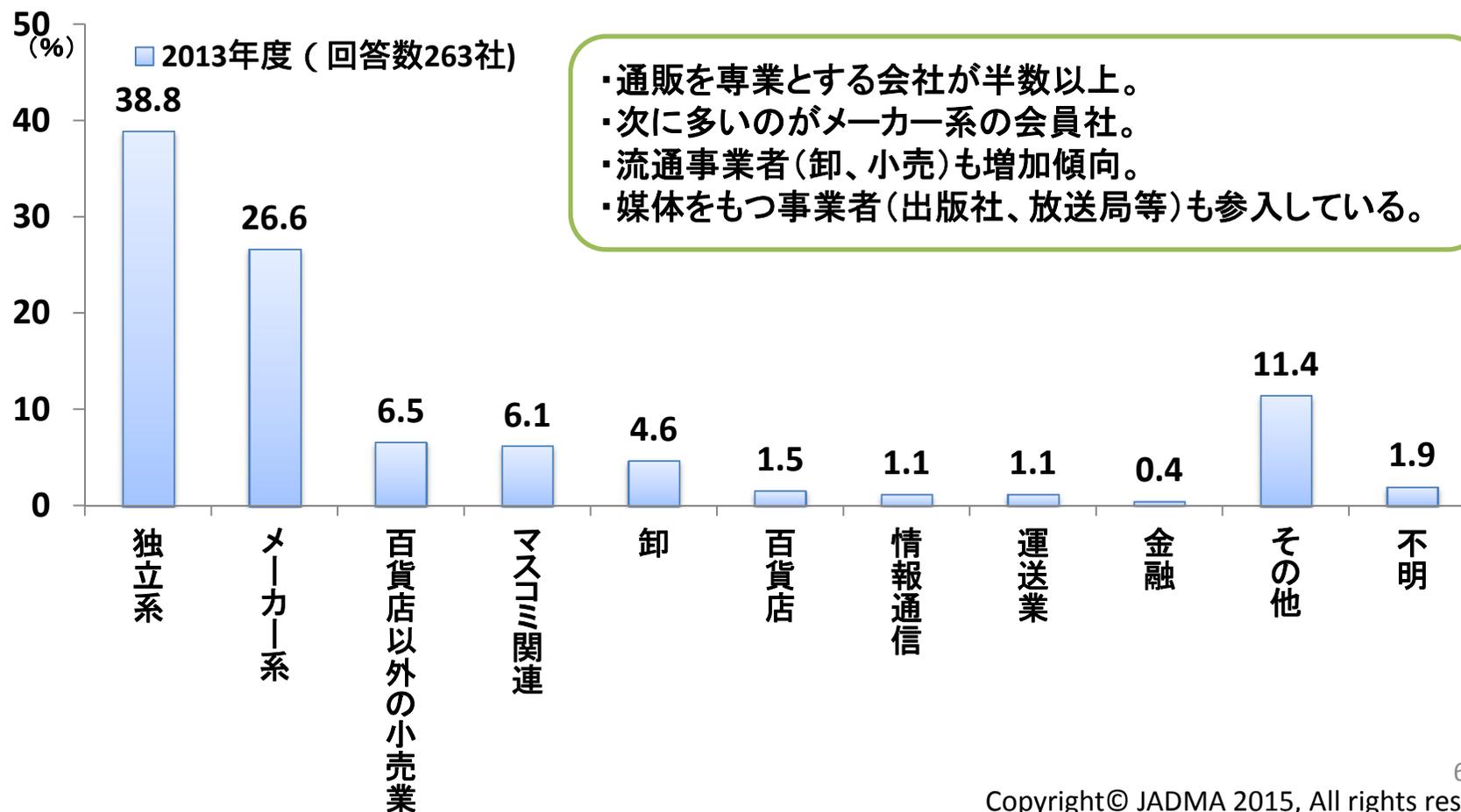
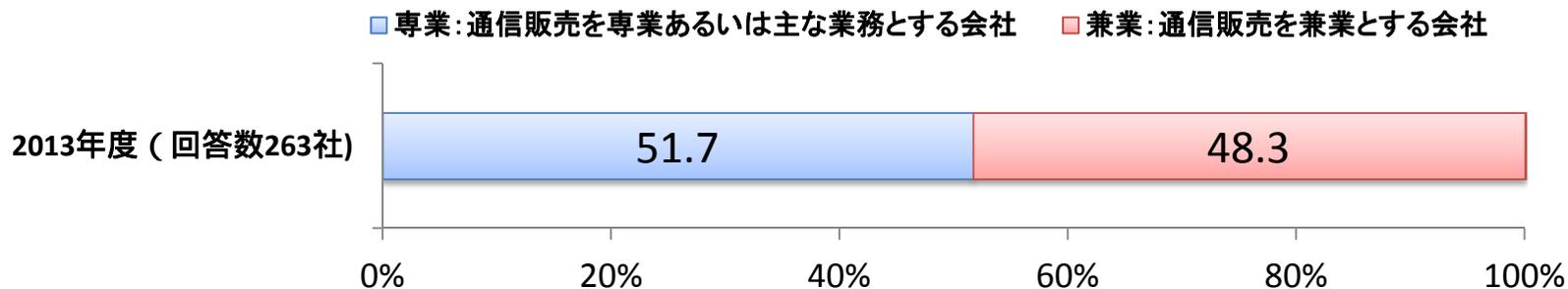


- ・売上げ規模が10億円未満の会員社が半数以上。地方で起業した中小企業も多く参加している。
- ・一方、55社が100億円以上の売上げを上げている。

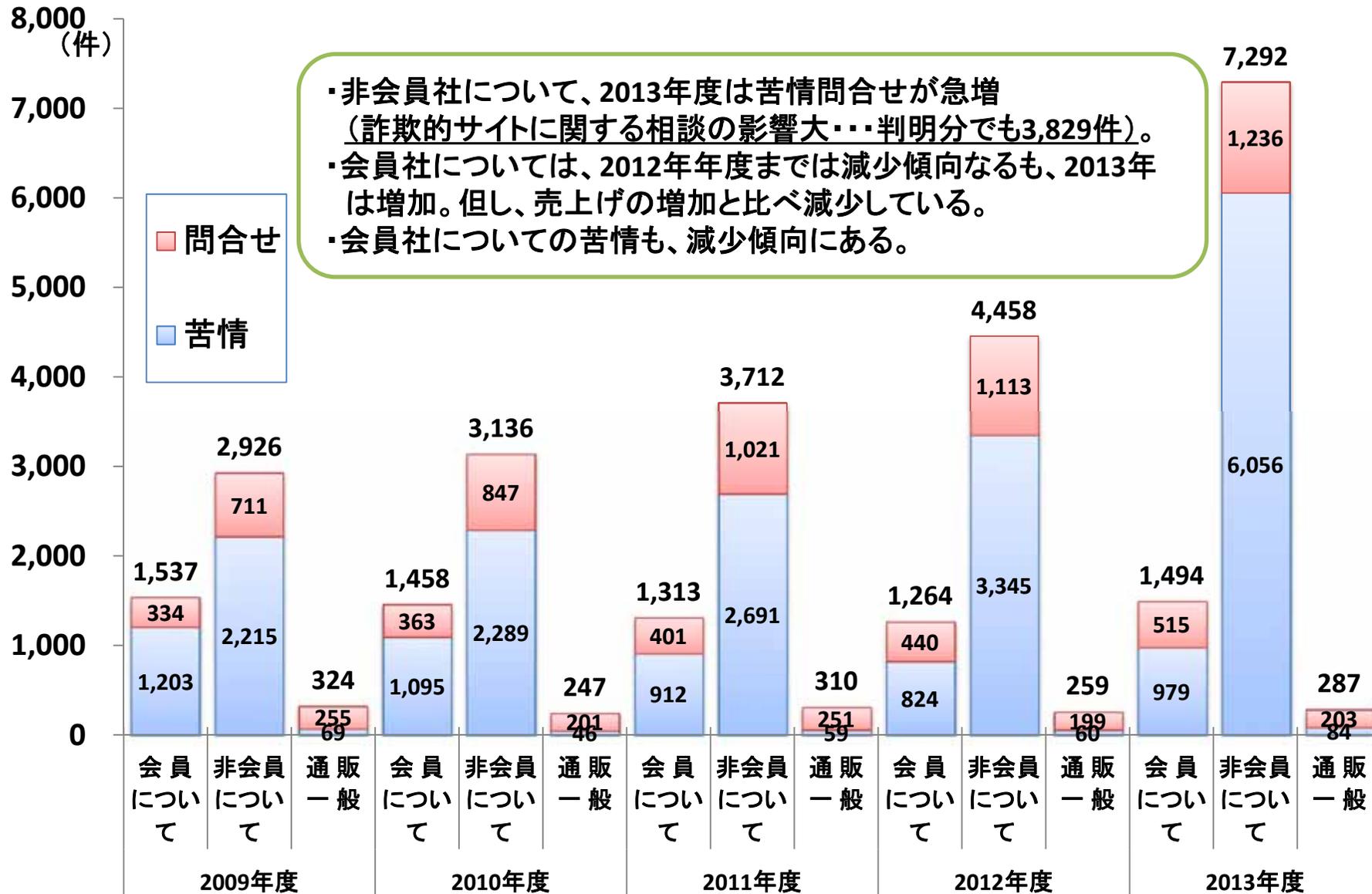


回答社数: 484社(2013年度)

. 業種別でみた会員社数(及び構成比)

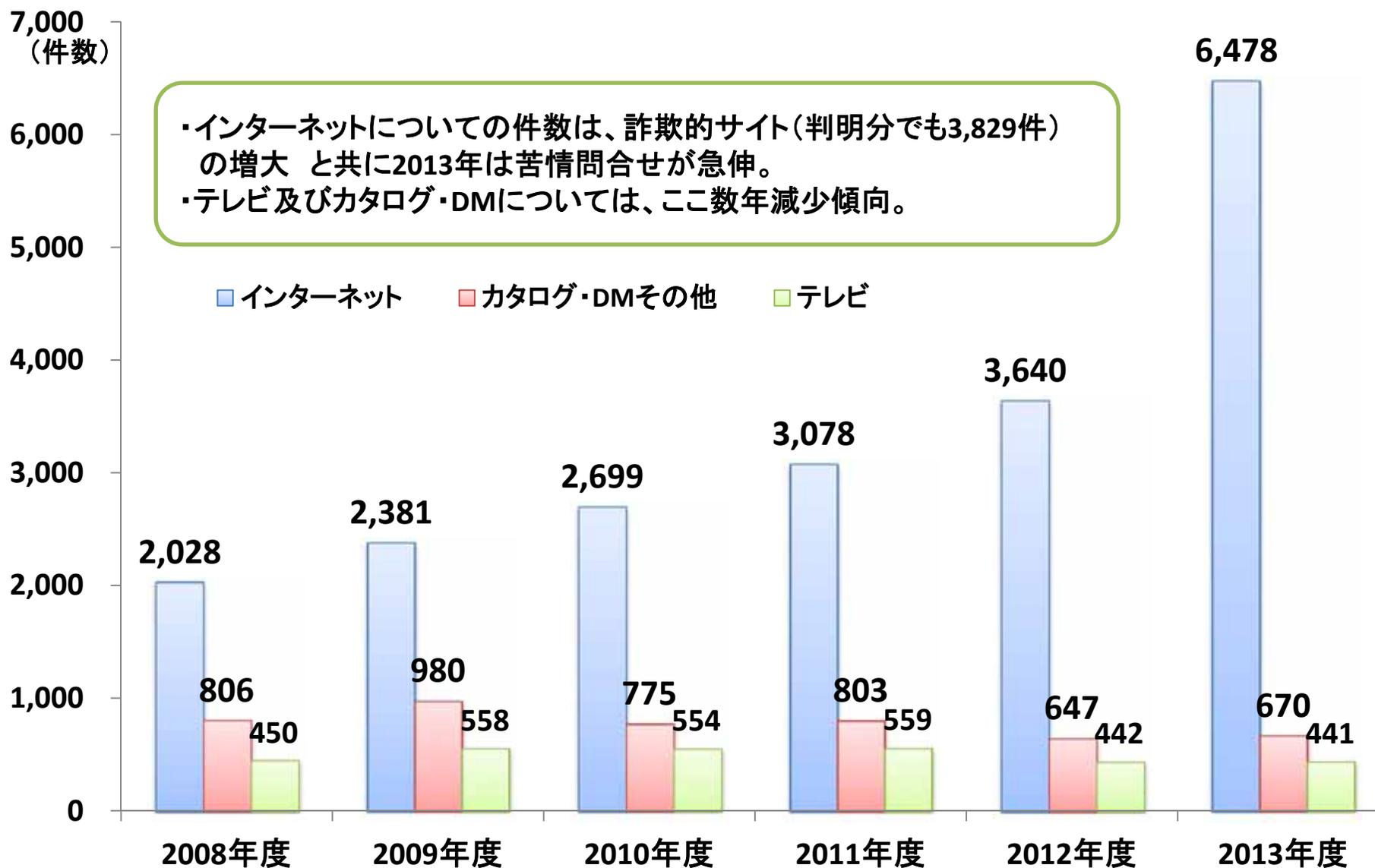


.JADMA通販110番に寄せられた苦情・問合せ件数 (会員、非会員に関するもの及び通販一般)



- ・非会員社について、2013年度は苦情問合せが急増（詐欺的サイトに関する相談の影響大・・・判明分でも3,829件）。
- ・会員社については、2012年年度までは減少傾向なるも、2013年は増加。但し、売上げの増加と比べ減少している。
- ・会員社についての苦情も、減少傾向にある。

JADMA通販110番に寄せられた媒体別苦情・問合せ ～インターネットは増加、テレビは減少傾向～



・インターネットについての件数は、詐欺的サイト(判明分でも3,829件)の増大と共に2013年は苦情問合せが急伸。
・テレビ及びカタログ・DMについては、ここ数年減少傾向。