

2 インターネットの個人利用

個人のインターネット利用状況は、刻一刻と変わっています。インターネットを利用して
いる人口・男女・年齢、利用時間帯・・・と、商売をしていくためにはターゲットを見極
め、それに合わせた方法をとっていかねばなりません。さて、あなたのお店のターゲ
ット層はどのような時間帯に、インターネットを見ているのでしょうか？

●個人のインターネット利用状況

2010年の1年間にインターネットを利用したことのある人は推計で**9,426万人**を、前年に
比べ**54万人**の増加となり、人口普及率は**78.2%**となった。

年齢別の利用率では、高齢者層で年々利用者の増加がみられる。また男女比では男性の方
が多く、世帯所得が高い方が利用率も高いという傾向がみられる。地域別では都市部のほ
うが利用率が高い。

自宅のパソコンからインターネット接続にブロードバンド回線を利用している世帯の割合
は、**77.9%**と、前年から**1.1ポイント**の増加となった。また、自宅のパソコンからインター
ネットを利用している世帯の**52.2%**が光回線を利用している。

●個人のインターネット利用に関する現状と変化

「インターネット白書 2011」によると、インターネットの利用目的は下記のとおりである。

- 1位「商品・サービス・買い物に関する情報」
- 2位「オンラインショッピング」
- 3位「電子メール」

また利用デバイスでは、スマートデバイスが増加してきている。しかし、まだまだパソコ
ンでの利用が多い。

利用時間帯は午後10時がピークで、午後8時から午後11時は**30%以上**の人たちが利用し
ている。

目的別にメディアを評価すると、ニュースおよびエンタテインメント目的では**TV**とインター
ネットの両方が重視されているが、購買情報では圧倒的にインターネットが重視されてい
る。

2 インターネットの個人利用

もっとも利用している検索サービスでは、Yahoo!JAPAN が 55.3%、Google が 34.4%となっている。視聴している動画共有サイトでは YouTube が 99.5%と、ほぼすべての視聴者が YouTube を見ていることがわかる。

※参考文献「ネットショップ検定 公式テキスト」より一部抜粋

以上の情報をもとに、店舗での広告の打ち方、販売時間帯、メールマガジンの送信時間などをもう一度見直してみましょう。

あなたのお客様が、もっとも活動している時間帯に合わせた店舗の準備はできていますか？また広告の打ち方も多種多様です。

現在活躍中のある店舗様では、「自店舗に来客数が多い時間帯」を分析し、お客様が多くなる前に店舗を更新して、バナーで「タイムセール」を告知して、集客に努めました。お話を伺ってみたところ、損して得取れで、効果があるかわからない広告費を払うのなら、商品を半額にした方が効果がある」と笑っておっしゃっていました。こちらの店舗様は、売上げのない新規出店時に、この方法で少しずつ売上げを伸ばしていったとのことでした。数日前からバナーで事前告知してしまうと、セール時以外お客様が買ってくれなくなるので、ゲリラ的に更新して告知するのが効果的だったようです。

また、「パソコンでの利用者が多い・ブロードバンド回線を利用するものが多い」という観点から、パソコン用のトップページは増々作りこまれ・情報を増やしていくことが予想されます。一昔前の「情報を増やしたら表示までに時間がかかる」という状況ではなくなってきているということです。他業者がトップページを作りこめば、それがスタンダードとなり、手を加えていないお店が「なんだか寂しいな この店」となってしまいます。

しかし、バナー等を過剰に貼り付けますと、見づらいトップページになってしまいますので、加減が重要です。そこも自店舗のターゲット層に合わせて導入された方が賢明です。

宣伝広告についてですが、その年にもっとも利用者数の多い媒体が宣伝を打つには持って来いの場所となります。楽天の場合にはモール内での宣伝が効果的ですが、弊社のお客様の中には YouTube を使って宣伝した方もいらっしゃいました。店舗内に動画を貼り付けても良いですし、Youtube にコミュニティーを作り、そこへ宣伝内容を盛り込んだ動画をアップしても良いわけです。アイデア次第で購買意欲を上げることが出来ます。「これは、こう」と決めつけずに、まずは何でもやってみてください。