

3 消費地からのホットニュース、トピックス

(3) 農産物流通もECで

インターネット経由の通販が確実な伸びを示しています。日経MJ紙の調査では、06年の通販売上げは前年比7.5%増となっていますが、ネット通販は21.7%、携帯電話利用のものが24.5%増と拡がりを見せながら、5年連続して減少傾向のカatalog通販を補って余りある状況が見られると言っています。携帯は常に持ち歩いており、天候や折々の気分で買い物の仕方を使い分けるのに最も身近な商品購入ツールとなっていることでしょう。

ネット通販でモノを買うのは、いつでも好きな時に買い物ができる便利さと、商品に関する情報を収集しやすいことが大きな要因ですが、地域特産品や他に無いモノなどが買えるばかりか、一般的な生鮮食料品や日用品までもが手に入れられるようになってきた今では、正に年中無休24時間営業の店舗を丸抱えたようなものと言えましょう。従ってサイトの選び方も価格(61.8%)、味(40.9%)、配送料金(30.2%)、安全性への取り組み(26.3%)など、多岐に渡った選択肢が決め手となってきます。

社会環境の変化は今後ますますネット通販を後押ししてくれますが、参入企業も多く固定客の増か平均単価が上昇しなければ、なかなか厳しい状況が出てくるとも考えられます。特に顧客たる消費者は、強い関心と豊富な知識を持った人々が多いだけに、生半可な提案では拒否反応を示されることを承知しなければなりません。買う側は、手間を省きたいばかりでなく、重いものや嵩張るものを気兼ねなく買い求めてきます。手がける企業の多くもリスク・マネージメントを重視した対処がより重要なこととしながら、顔の見える関係をより強く構築していく努力が求められてくるでしょう。