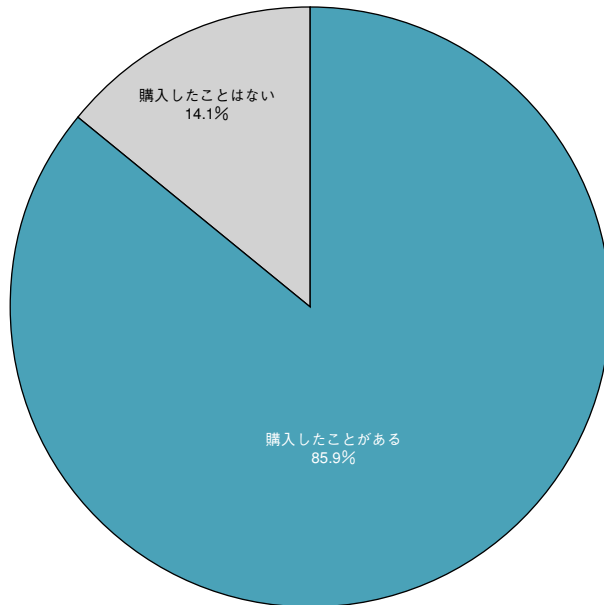


オンラインショッピング 全体動向

オンラインショッピングは9割弱が経験

資料2-5-1 オンラインショッピング利用経験 N=2,803

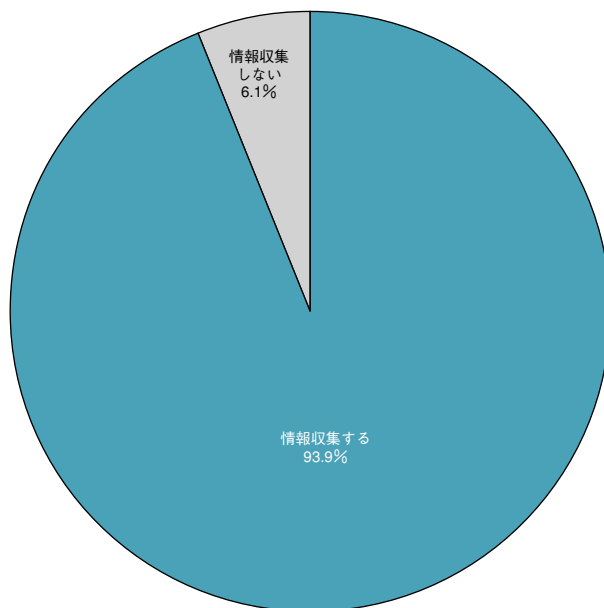


©Access Media/impress,2003

この1年にインターネットで製品・サービスを購入した経験がある人は85.9%、経験がない人は14.1%。アンケート調査がウェブ上で行われているため、一般の調査よりもインターネット利用度は高くなっている。

購入のために9割以上がネットで情報収集

資料2-5-2 製品・サービスを購入するためのインターネット情報収集の有無 N=2,676



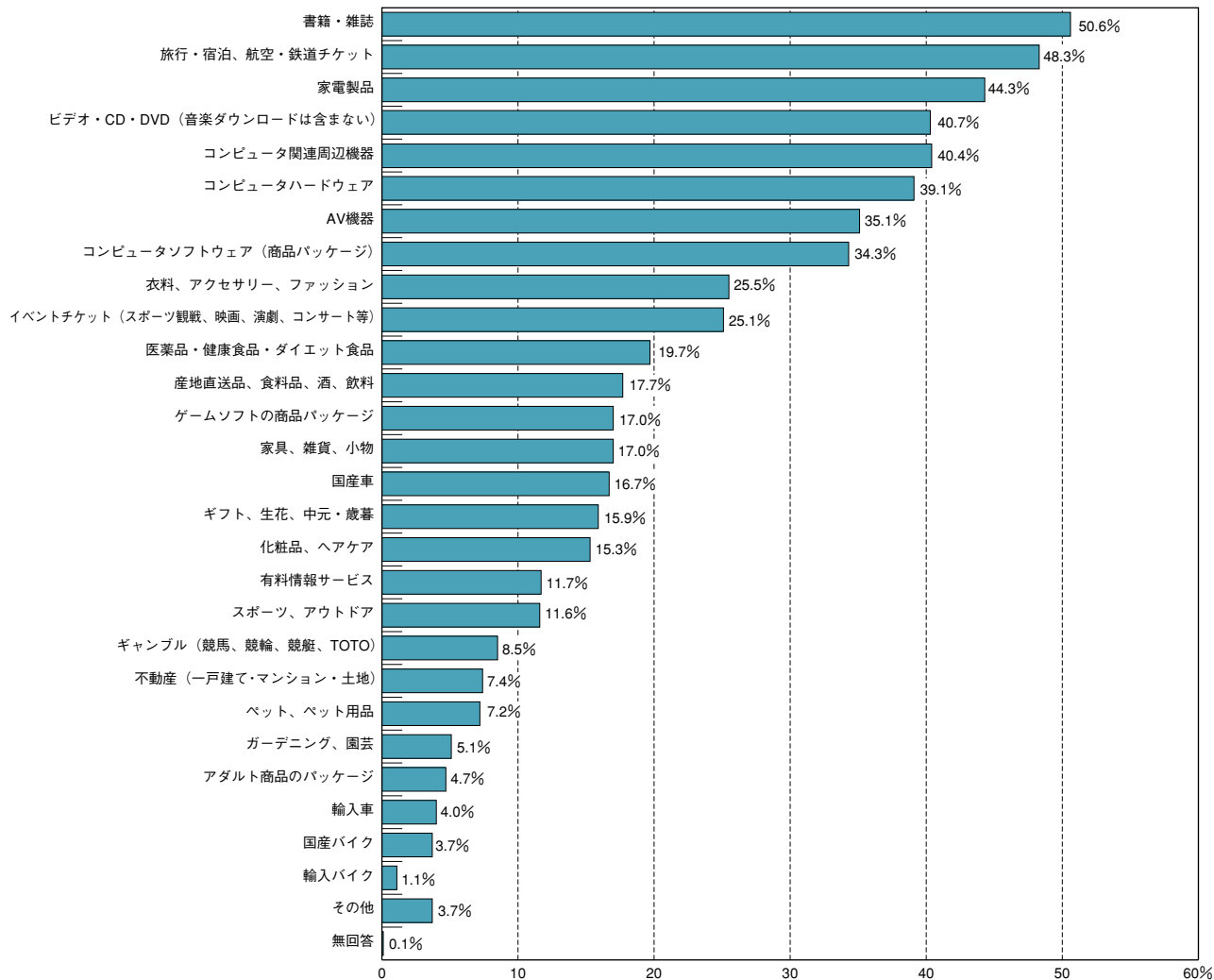
©Access Media/impress,2003

この1年にオンラインショッピングで製品やサービスを購入したことがある人に、製品やサービス購入のためにインターネットで情報収集をするかと聞いたところ、「する」と答えた人は93.9%。

オンラインショッピング 全体動向

1位は書籍、次いで旅行、家電、コンピュータ関連など

資料2-5-3 製品・サービス購入のためにインターネットで情報を収集した分野 N=2,513



©Access Media/impress,2003

製品・サービスの購入のためにインターネットで情報収集をしたことがあるジャンルは、書籍・雑誌50.6%を筆頭に、旅行関連48.3%、家電製品44.3%、ビデオ・CD・DVD40.7%、コンピュータ関連周辺機器40.4%が上位5位である。

日本の普及状況

個人の利用実態

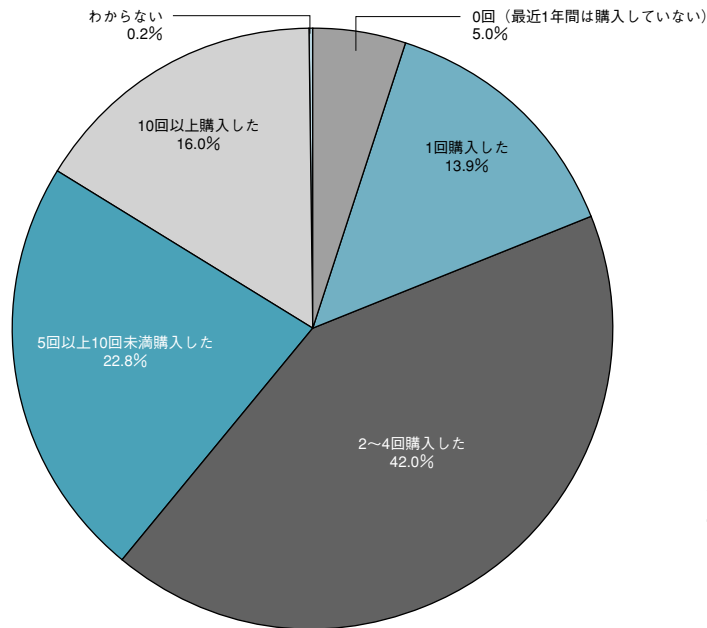
企業の利用実態

海外の普及状況

オンラインショッピング 全体動向

年2～4回の購入が42%、10回以上も16%

資料2-5-4 最近1年間のオンラインショッピング購入頻度 N=2,408

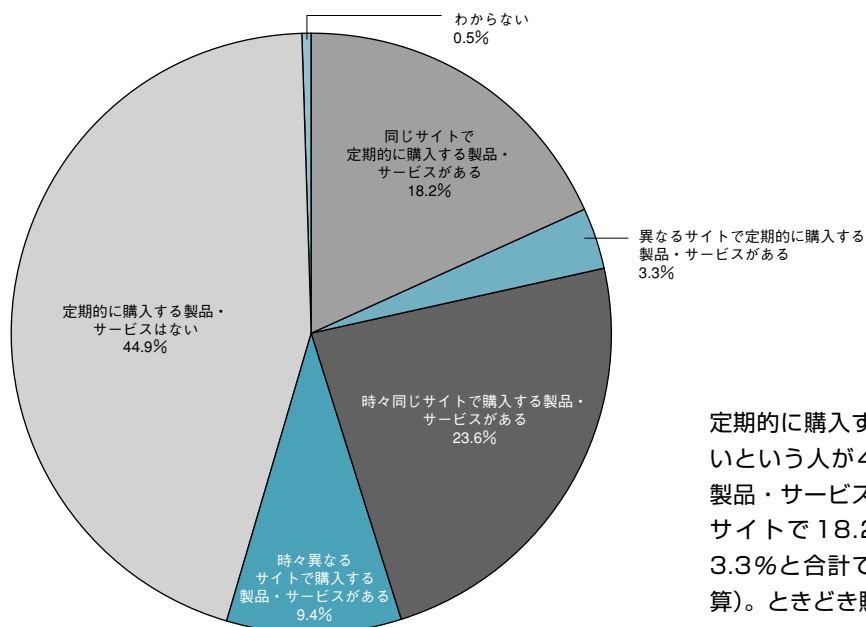


©Access Media/impress,2003

最近1年間にオンラインショップで購入した回数は、2～4回が最も多く42.0%、次いで5回以上10回未満が22.8%である。年に10回以上購入する人も16.0%いて、年1回購入の13.9%より多い。0回という人は5.0%で最も少ない。

約2割の人がネットで定期的に購入している

資料2-5-5 オンラインショッピングで定期的に購入する製品・サービスの有無 N=2,281



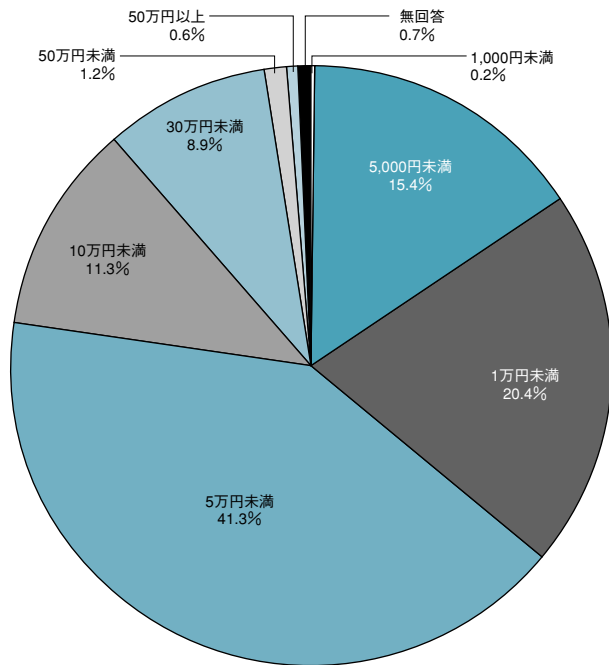
©Access Media/impress,2003

定期的に購入する製品・サービスはないという人が44.9%、定期購入する製品・サービスがあるという人は同じサイトで18.2%、異なるサイトで3.3%と合計で21.6%いる（実数計算）。ときどき購入する人は同じサイトで23.6%、異なるサイトで9.4%と合計で33.0%である。

オンラインショッピング 全体動向

6割以上の人が年に1万円以上の買い物

資料2-5-6 オンラインショッピングで購入する年間平均金額 N=2,281

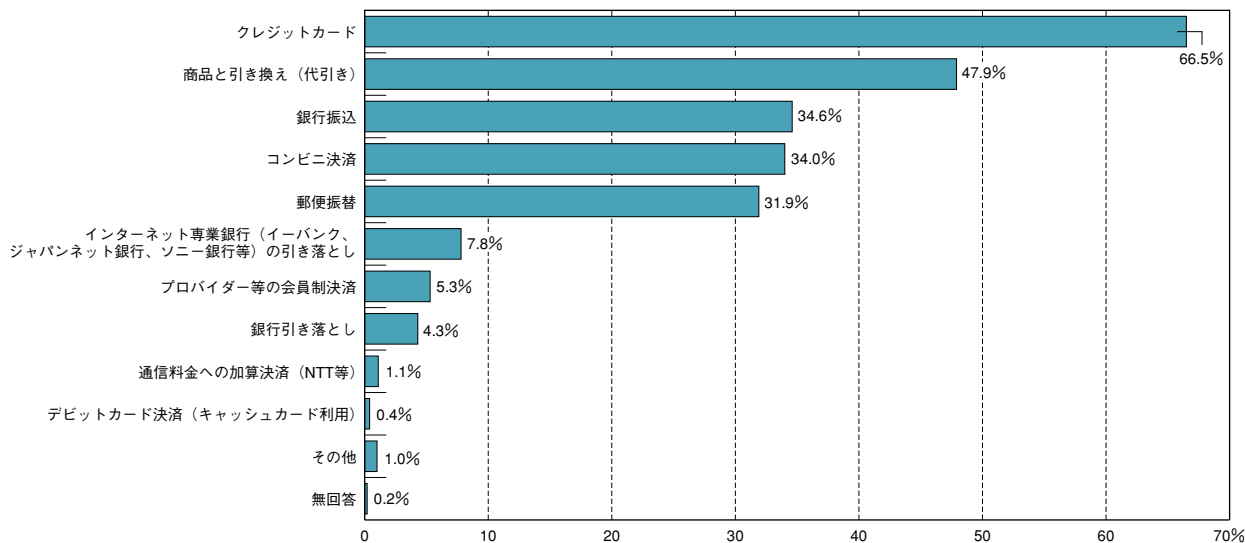


©Access Media/impress,2003

最近1年間の平均購入金額は、5万円未満が41.3%で最も多く、1万円未満20.4%、5,000円未満15.4%と続く。「5万円未満」より多い金額を答えた人の合計は63.3%で、6割以上の人が年に1万円以上の買い物をしている。

決済手段はクレジットカードが66.5%

資料2-5-7 オンラインショッピングで利用した決済手段 N=2,281



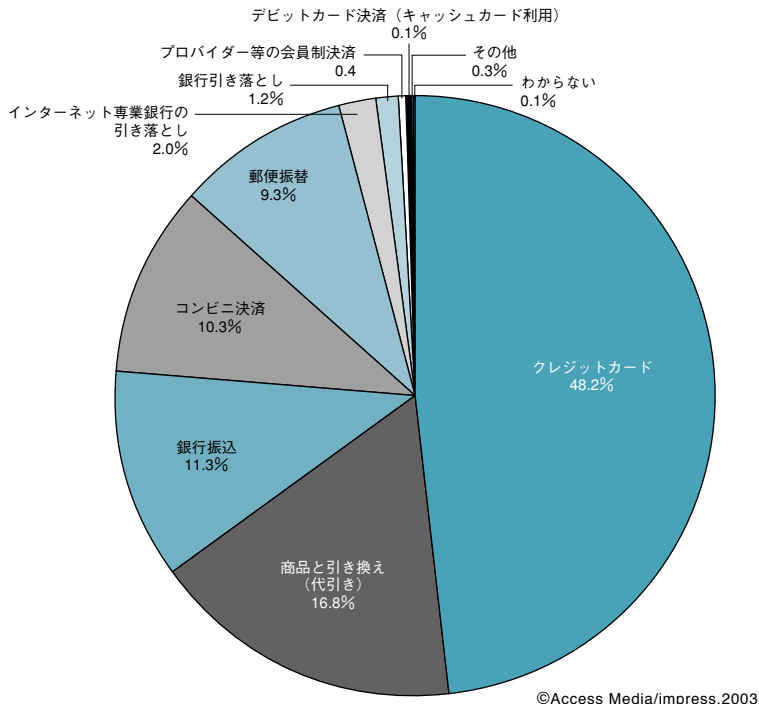
©Access Media/impress,2003

利用した決済方法を複数回答で尋ねた結果は、クレジットカードが66.5%で最多、次いで代引きが47.9%。銀行振込、コンビニ決済、郵便振替はほぼ同列の30%台。ネット専門銀行の引き落としは会員決済や銀行引き落としよりも数%高い。

オンラインショッピング 全体動向

主な決済手段もクレジットカードが半数を占める

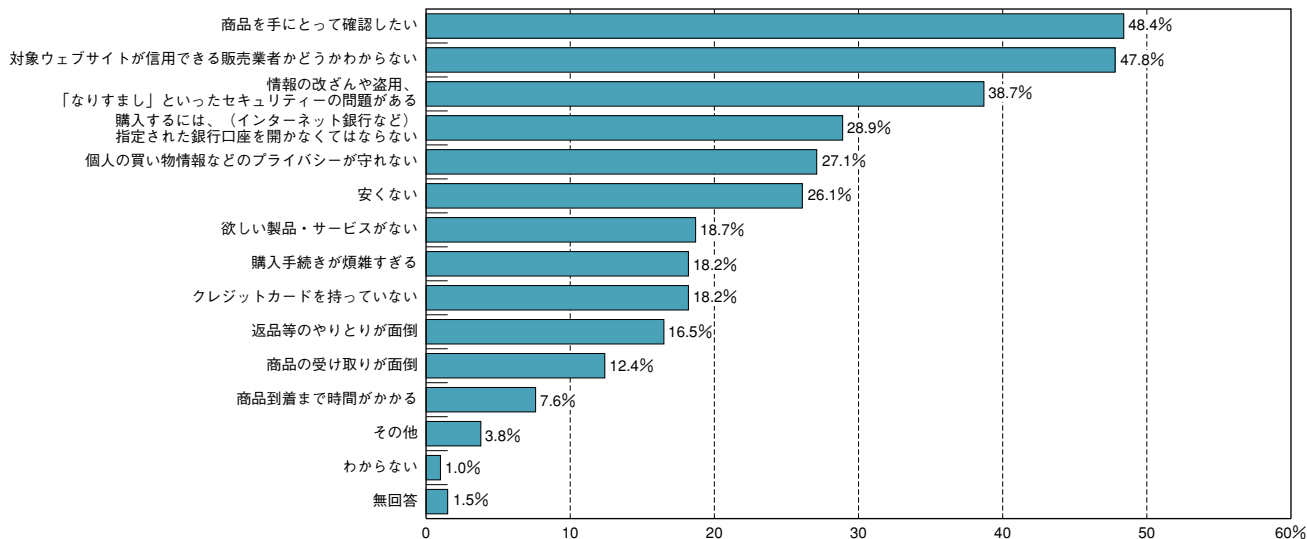
資料2-5-8 オンラインショッピングで最もよく利用する決済手段 N=2,281



最近1年間のオンラインショッピング利用者が最も頻繁に利用する決済方法は、クレジットカードが48.2%でトップ。2位の代引き16.8%の3倍近くである。3～5位は銀行振込、コンビニ決済、郵便振替が10%前後で並ぶ。6位のネット専業銀行は2.0%である。

非利用理由は「商品を手にとって確認したいから」

資料2-5-9 非利用者に聞いたオンラインショッピングを利用しない理由 N=395

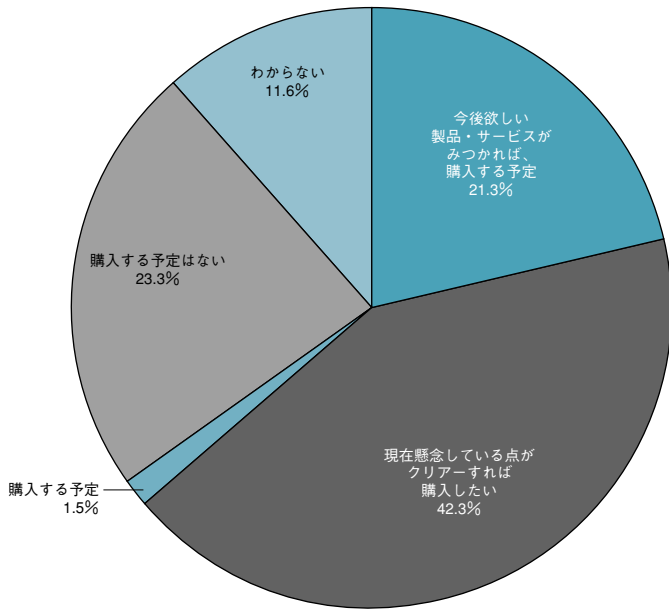


サイトが信用できる販売業者かどうかわからない47.8%、情報の改ざんなどセキュリティの問題がある38.7%などバーチャルショップへの不安が大きい。商品を手にとって確認したい、返品が面倒など、通販に共通する問題も挙げられている。

オンラインショッピング
全体動向

懸念の解消など条件付きで6割以上に購入意欲

資料2-5-10 非利用者の今後のオンラインショッピング購入の意向 N=395

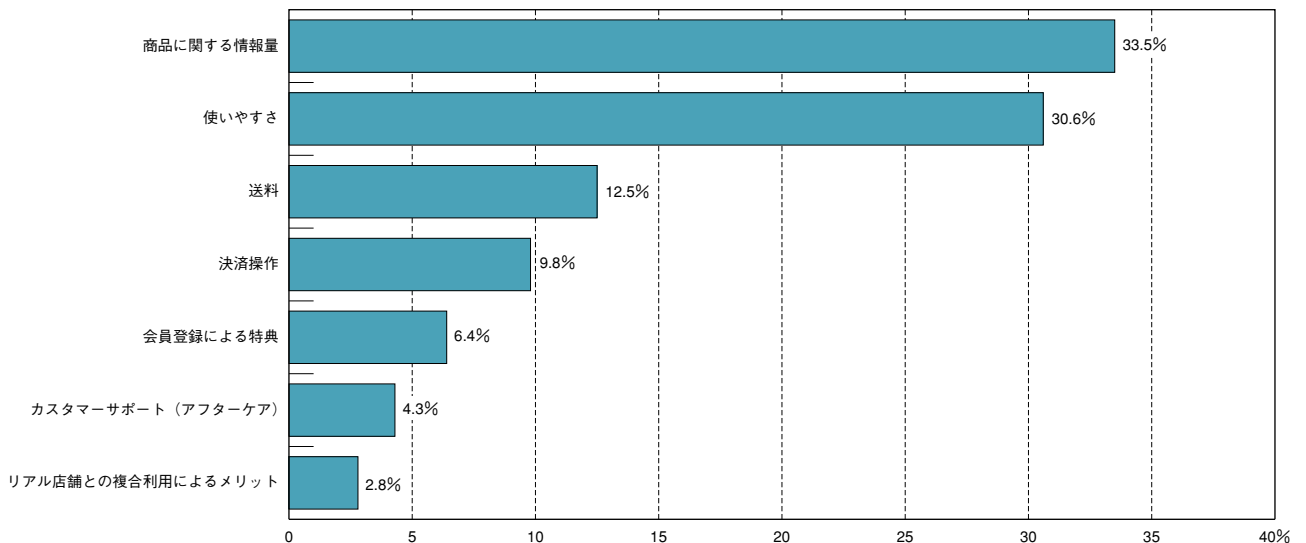


©Access Media/impress,2003

オンラインショッピング非利用者に今後の購入意向を聞いた結果は現在懸念している点がクリアすれば購入したいが42.3%と最も高い。「今後欲しいものがみつければ購入する予定」と「現在懸念点がクリアすれば購入したい」といった条件付きの購入意向のある人は6.5割いる。条件付きながら65.1%が購入意欲を示している。

商品情報の豊富さ、使いやすさ、送料を重視

資料2-5-11 オンラインショッピングサイトを選択する際に最も重視する点 N=2,281



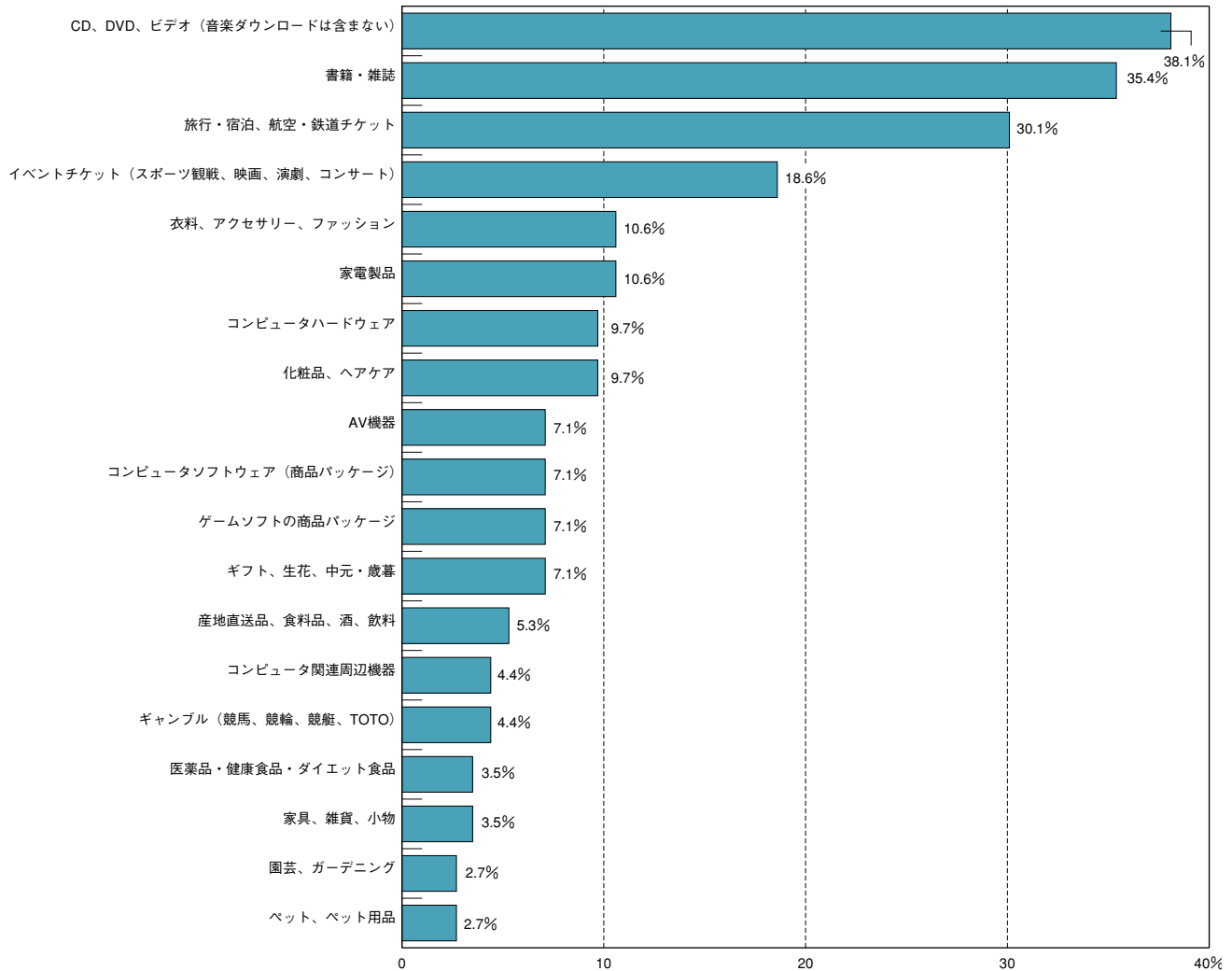
©Access Media/impress,2003

オンラインショッピング利用経験者がサイト選びで重視する点は、商品に関する情報量33.5%と、使いやすさ30.6%で、この2点にほぼ同じウエイトが置かれている。送料も12.5%と重視されている。

オンラインショッピング 全体動向

今後購入したいのはCD、本、旅行関連

資料2-5-12 今後購入したい製品・サービスのジャンル トップ20 (オンラインショッピング非利用者に対して) N=257



©Access Media/impress,2003

オンラインショッピング非利用者のうち、購入意欲のある人に買いたい製品・サービスのジャンルを聞いた。1～3位は「CD関連」「本」「旅行関連」が30%台で並ぶ。次いで「イベントチケット」「衣料・ファッション関連」「家電製品」が10%台で続く。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp