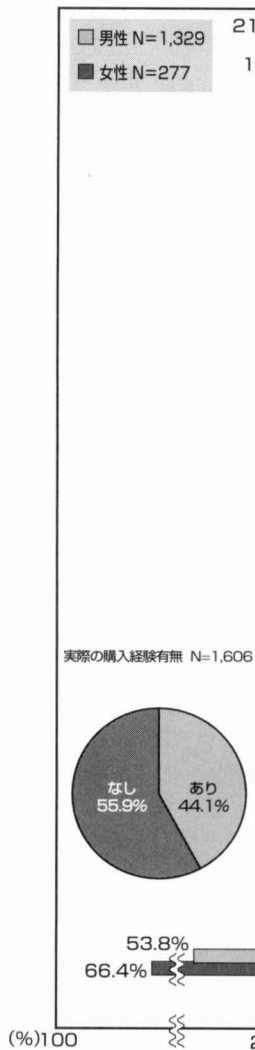


## 個人 第2章

## オンラインショッピング(1)

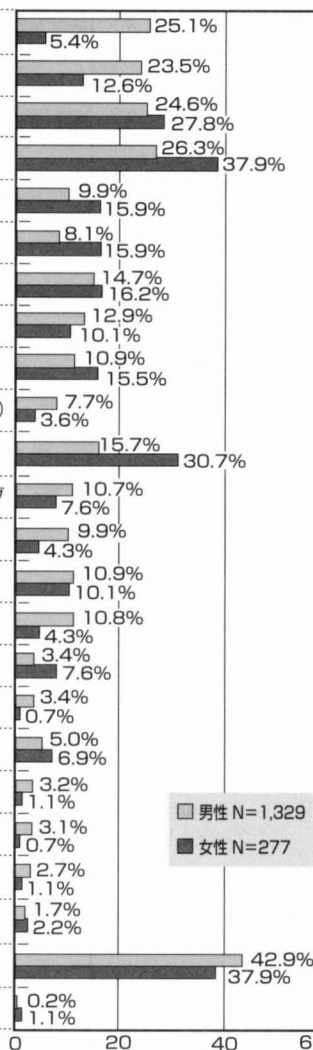
今後は予約チケット販売が伸びる!?

資料1-2-35 実際に購入したもの  
(性別)



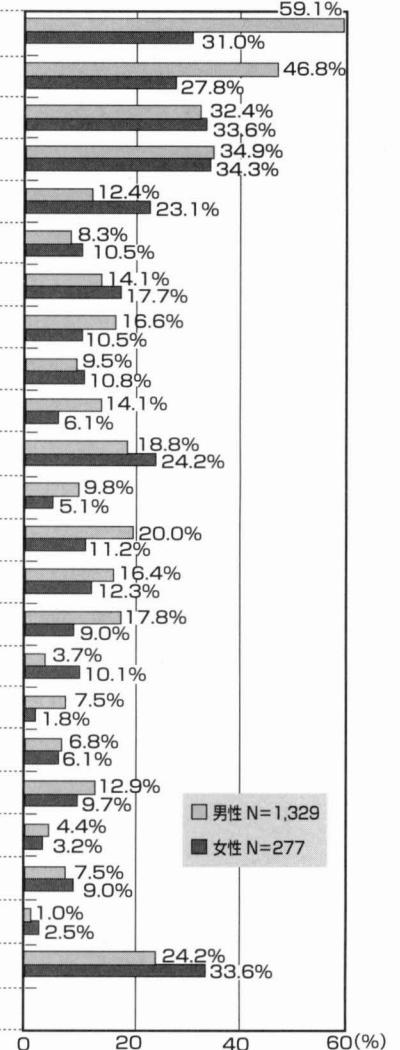
インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

資料1-2-36 今後購入したいもの  
(性別)



インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

資料1-2-37 購入のために情報  
収集を行ったもの  
(性別)



インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

## 解説

オンラインショッピングの購入経験者は全利用者の44.1%であった。

オンラインショッピングで実際に購入したのを見ると、全体ではやはりコンピュータ関連が最も多い。しかし、性別によって購入したものに大きな差が出ているのが特徴である。

男性では特にコンピュータ関連の「コンピュータ機器関連」が21.8%、「コンピュータソフトウェア関連」が19.8%と高かった。その他では「書籍/雑誌」(13.5%)、「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」(9.3%)が高くなっている。

女性の購入経験は全体的に低く、最も多いのは「書籍/雑誌」の10.1%であった。これに

「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」が6.9%で次いでおり、「コンピュータソフトウェア関連」は「衣料、アクセサリ、ファッション」と同率の6.5%、男性では最も多かった「コンピュータ機器関連」は「ギフト、生花、中元/歳暮」と同率の5.1%であった。

購入のために情報を収集したものは購入したものの同様、男性はコンピュータ関連、女性では「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」(34.3%)、「書籍/雑誌」(33.6%)が高い。

今後購入したいものは購入したものと比較すると男女ともに回答率が高い。また、購入したいものはコンピュータ関連以外も高く、男性

でも最も高いのは「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」の26.3%で「コンピュータ機器関連」(25.1%)、「コンピュータソフトウェア関連」(23.5%)を上回った。さらに女性では「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」が37.9%に上り、次いで「映画、演劇、コンサート」(30.7%)、「書籍/雑誌」(27.8%)などの購入意向が高く「コンピュータ機器関連」(5.4%)や「コンピュータソフトウェア関連」(12.6%)の購入意向は低くなっている。

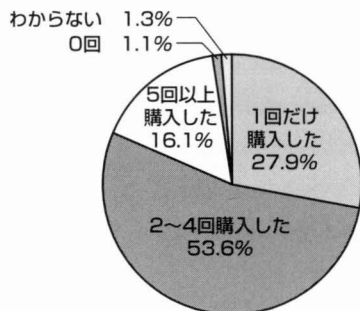
(矢野さよみ  
アクセスメディアインターナショナル株式会社)

## 第2章 個人

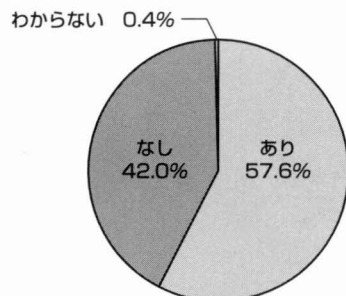
## オンラインショッピング(2)

約6割が今後も購入意向、  
決済方法に対する認知度低い

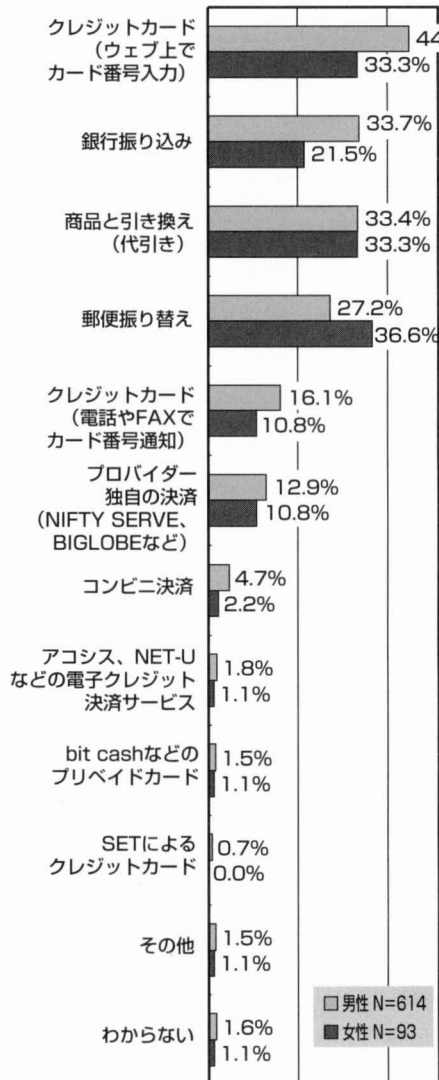
資料1-2-38 最近1年間の購入回数 N=707

インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

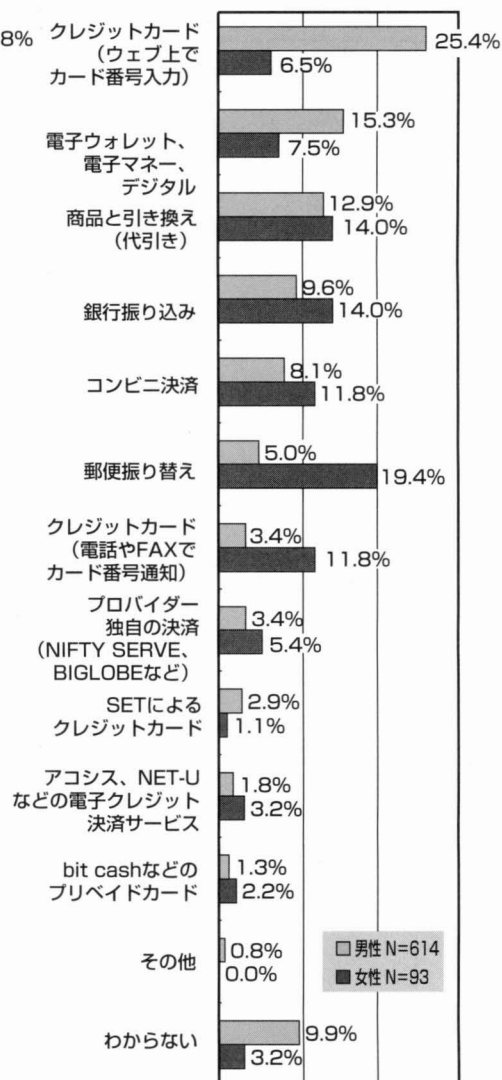
資料1-2-39 今後の購入意向 N=1,606

インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

資料1-2-40 実際に利用した決済方法 (性別)

インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

資料1-2-41 今後最も利用したい決済方法 (性別)

インターネット白書'99 ©インプレス,  
Access Media International&IAJ, 1999

## 解説

前項でも今後購入したいものの回答率が高かったということを見たが、今後オンラインショッピングでの購入意向がある利用者は全体の57.6%と購入経験者の44.1%を上回る。

ここではオンラインショッピングの利用状況に関してさらに詳しく知るため、オンラインショッピングでの購入経験者44.1%(男性614人、女性93人)に対して購入回数や決済方法を聞いた。

最近1年間の購入回数では「2~4回購入した」の53.6%を含んで約7割が複数回購入している。過去に購入経験者を持つ人のうちで最近1年間の購入回数が「0回」というのは1.1%に過ぎず、1度購入した人が繰り返し利用する傾

向にあることがわかる。

次に購入時に利用した決済方法は男性では「クレジットカード(ウェブ上でカード番号入力)」が最も多く、44.8%が利用した経験を持つ。次いで「銀行振り込み」(33.7%)、「商品と引き換え(代引き)」(33.4%)、「郵便振り替え」(27.2%)が続く。女性では「郵便振り替え」が36.6%で最も多いが、「クレジットカード(ウェブ上でカード番号入力)」と「商品と引き換え(代引き)」も33.3%と大きな差はない。

利用者のレベルによって決済方法の種類に関する知識はさまざまと推測されるが、さらに今後最も利用したい決済方法1つを選択式

で聞いた。

その結果もこれまでに利用した決済方法同様に男性では「クレジットカード(ウェブ上でカード番号入力)」(25.4%)、女性では「郵便振り替え」(19.4%)が最も多かった。

男性では「電子ウォレット、電子マネー、デジタルマネー」が15.3%と2番目に高かったが、女性も含めて新しい決済方法に対しては全般的に回答率が低く、決済方法自体の認知の低さが利用意向の低さに影響していると推測される。



## [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的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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)