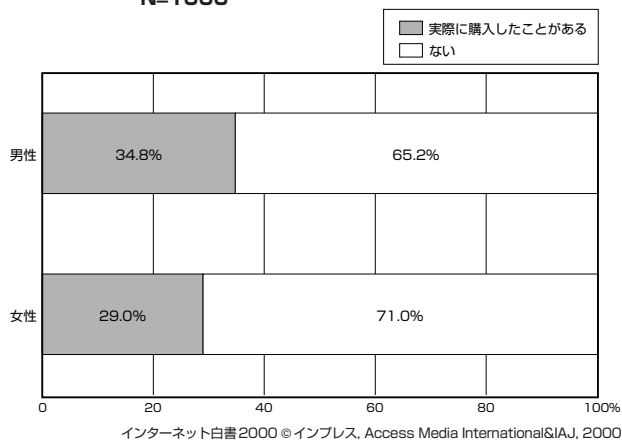
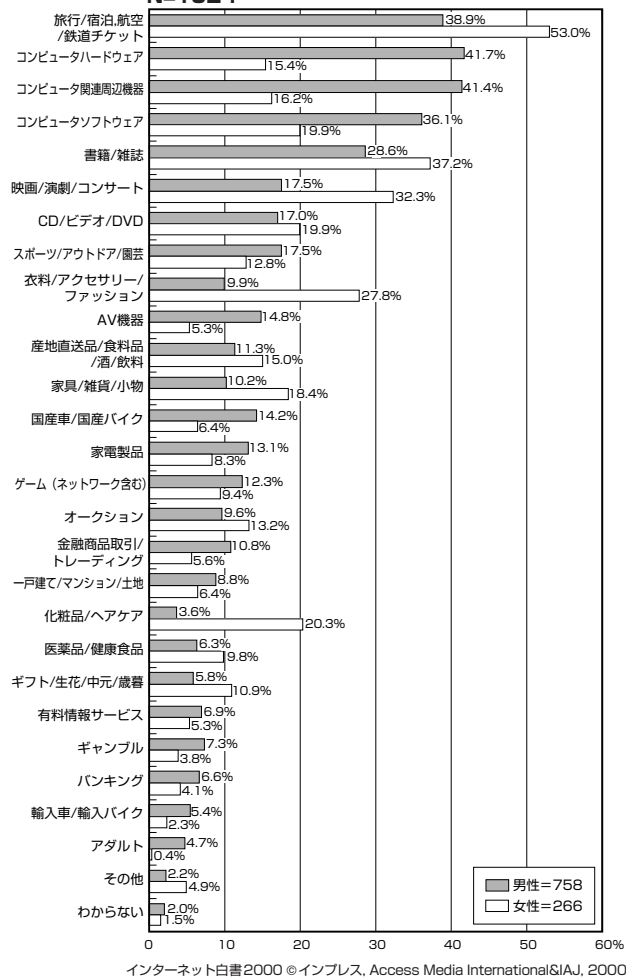


資料 1-2-15 オンラインショッピングの利用経験有無(性別)
N=1666



資料 1-2-16 製品・サービス購入のための情報収集分野(性別)
N=1024



解説

インターネットにおけるオンラインショッピングで「実際に購入したことがある」利用経験者は全利用者の33.2%に上る。昨年の44.0%と比べると比率では減少しているが、インターネット利用者が増加する中で3人に1人がショッピング経験者というのは決して低くない比率であるといえる。

オンラインショッピングの利用経験率は性別ではやや男性が上回っているが、女性の利用者の増加も顕著になってきている。

オンラインショッピングを行うための情報収集分野(資料1-2-16)をみると、ここでもインターネット利用者全体の増加に伴う利用者の裾野の拡大を反映して、調査開始以来初めてコンピュータ関連以外の分野が最も高くなった。全体で最も高かったのは「旅行/宿泊、航空/鉄道チケット」で、特に女性でこの比率が高く、男性の38.9%に対して53.0%であった。総じて女性の情報収集

分野はコンピュータ関連以外に分散しており、「書籍/雑誌」(37.2%)、「映画/演劇/コンサート」(32.3%)、「衣料/アクセサリ/ファッション」(27.8%)、「化粧品/ヘアケア」(20.3%)などの比率を押し上げている。ただし、1人当たりの情報収集分野の数は男性の2.9種類に対し、女性は2.7種類であったが、その分布をみると情報収集分野が広がる傾向のある男性に比べ、女性は比較的メリハリがあり、特定の情報に絞って情報収集を行う傾向にあるといえる。

年代別では、19歳未満や20代の若年層が女性と同傾向で、「書籍/雑誌」、「映画/演劇/コンサート」が高く、30代では「コンピュータ関連」「AV機器」が、40代以上では「産地直送品」、「金融商品」等が高い。

(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)



[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