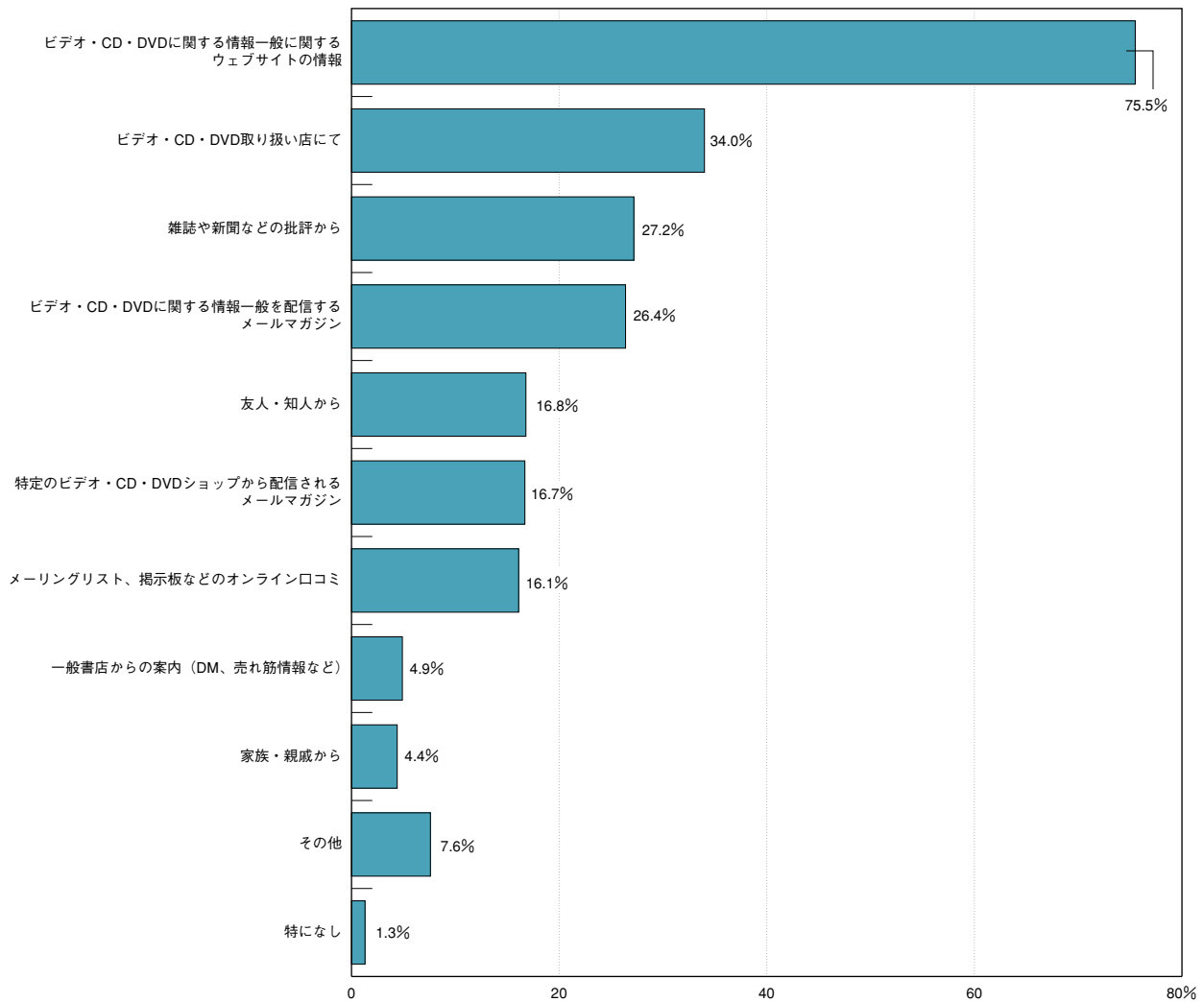


ビデオ・CD・DVD

ビデオ・CD・DVD情報もネットからが過半数

資料2-5-19 ビデオ・CD・DVDの購入のために参考にした情報 N=1,023



©Access Media/impress,2003

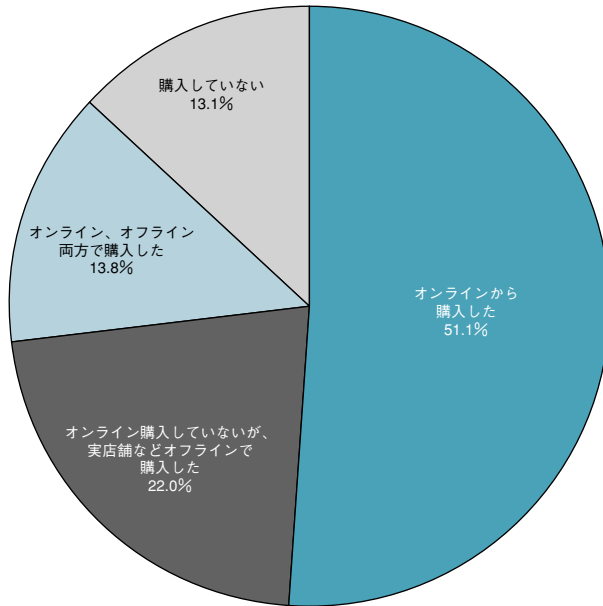
ビデオ・CD・DVD購入のための情報源のトップは、「ビデオ・CD・DVDに関する情報一般に関するウェブサイト」で、2～3位が一般のショップ、雑誌・新聞である。各種メールマガジンやメールマガジン、掲示板などを合わせると、過半数がネットを情報源としていることがわかる。

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

## ビデオ・CD・DVD

### 情報収集後は半数以上がオンライン購入

資料2-5-20 情報収集後のビデオ・CD・DVDのオンライン購入経験 N=1,023

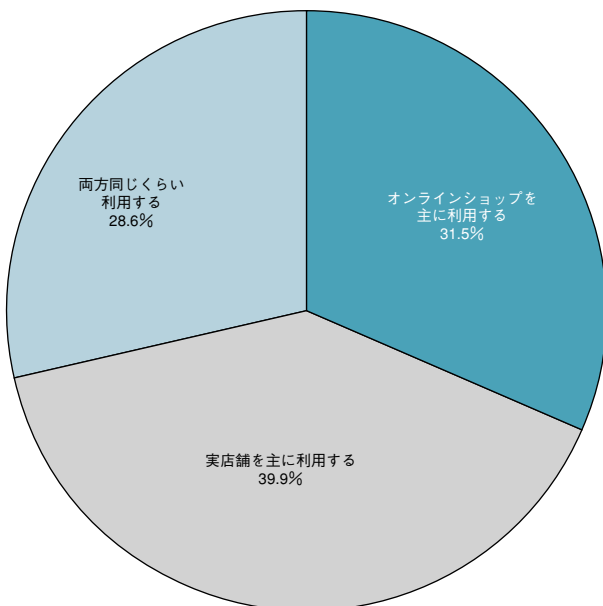


©Access Media/impress,2003

インターネットからの情報を元に、ビデオ・CD・DVDを購入したかどうかを尋ねる質問では、51.1%の人が「オンラインで購入した」と答えている。オフラインで購入した人は22.0%、オンラインとオフラインの両方で購入した人は13.8%である。

### 実店舗での購入がオンラインを上回る

資料2-5-21 一般ビデオ・CD・DVDのショップとオンラインショップの使い分け N=664



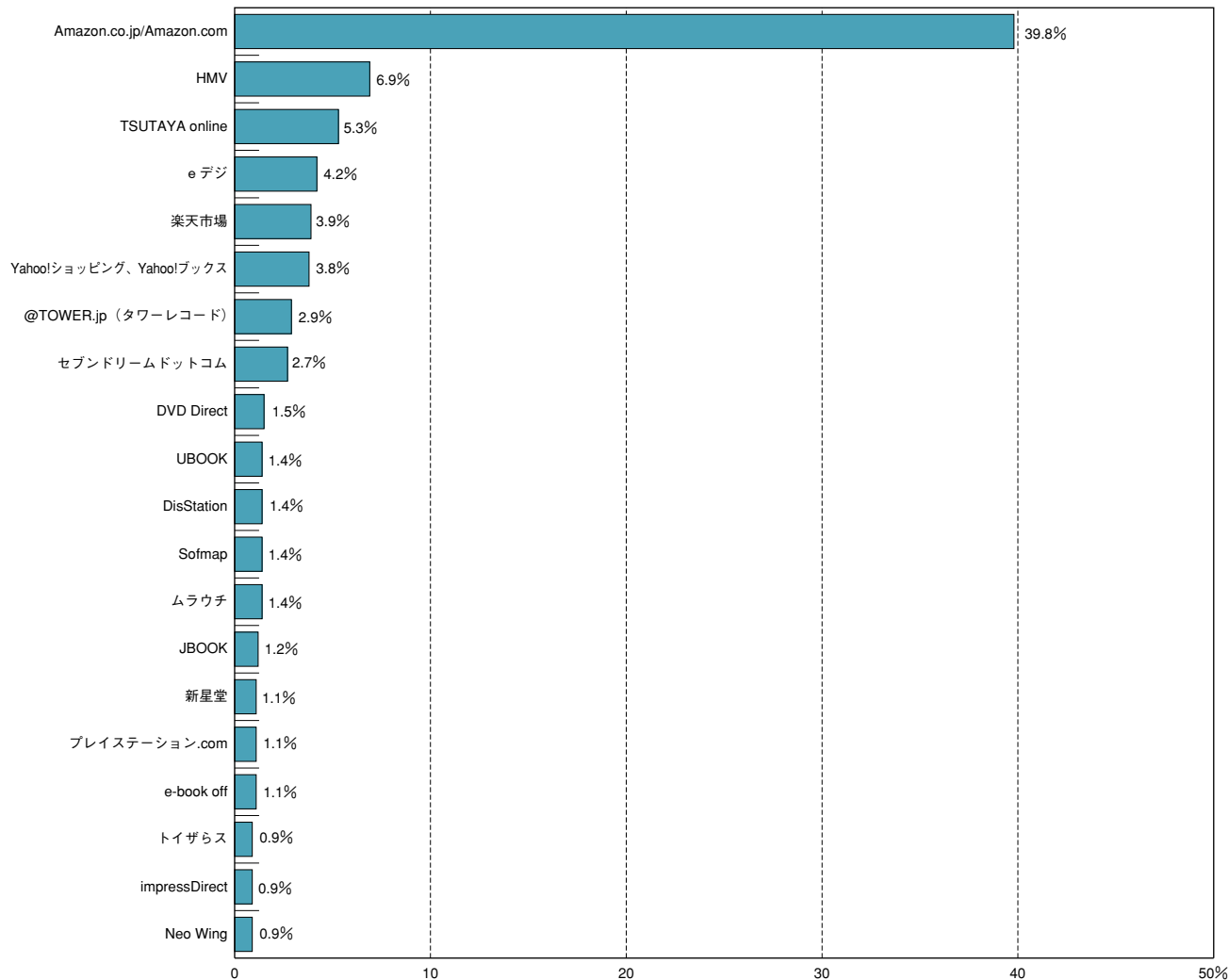
©Access Media/impress,2003

オンラインでの購入者もトップは「実店舗を主に利用する」39.9%で、「オンラインショップを主に利用する」31.5%がそれに続く。「両方同じくらい利用する」は28.6%である。60.1%は実店舗と同等かそれ以上にオンラインを利用していることになる。

ビデオ・CD・DVD

アマゾンが4割で独走、残りを多数ショップでシェア

資料2-5-22 よく利用するオンラインのビデオ・CD・DVDショップ トップ20 N=664



©Access Media/impress,2003

ビデオ・CD・DVDでもトップはアマゾンで、Amazon.co.jpとAmazon.comを合わせて39.8%を占める。2～5位にはHMV、TSUTAYA online、e デジ、楽天市場が6.9%～3.9%という数値で並ぶ。6位以下にも多数のショップが名を上げており、1位と2位以下に大差がある。

日本の普及状況

個人の利用実態

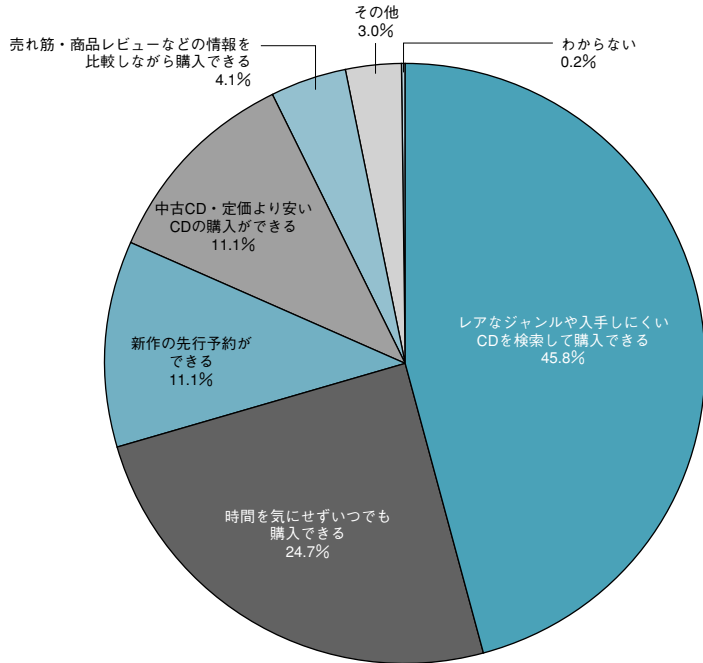
企業の利用実態

海外の普及状況

# ビデオ・CD・DVD

## 「入手しにくいCD」が「いつでも買える」に評価集中

資料2-5-23 ビデオ・CD・DVDの購入にオンラインショップを利用する最大のメリット N=664

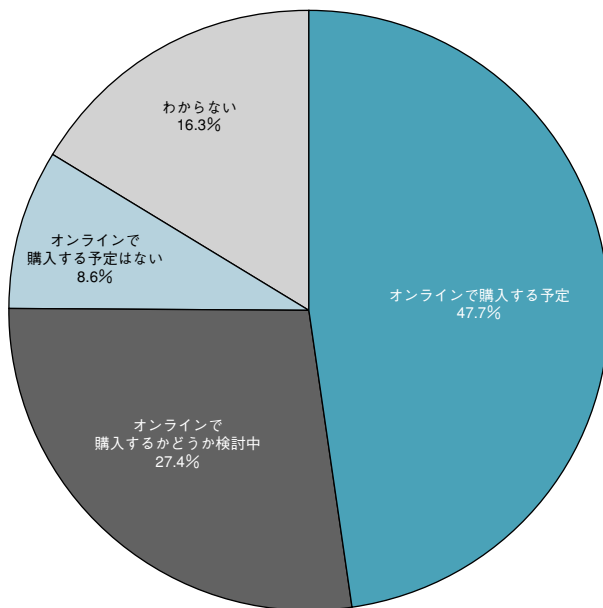


©Access Media/impress,2003

「入手しにくいCDを検索して購入できる」45.8%がトップ、「時間を気にせず購入できる」24.7%が2位である。「新作の先行予約ができる」「中古CD・定価より安いCDの購入できる」も重要視されており、ともに11.1%である。

## ビデオ・CD・DVDのオンライン購入予定は5割弱

資料2-5-24 今後ビデオ・CD・DVDをオンラインで購入する予定 N=1,023



©Access Media/impress,2003

今後、ビデオ・CD・DVDをオンライン購入する予定があるかという質問には、「購入予定」47.7%、「検討中」27.4%で、購入意向がある人は両者合わせると75.1%である。「購入予定はない」は8.6%と1割以下にとどまる。

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



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)