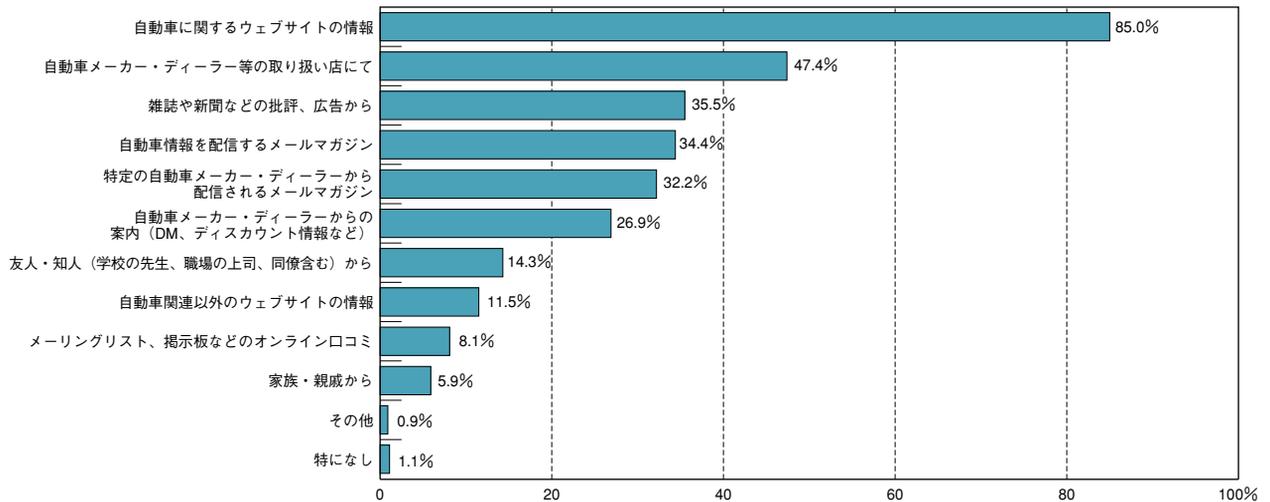


自動車

自動車購入もオンライン情報がオフライン情報を上回る

資料2-5-51 自動車購入のための情報源 N=454

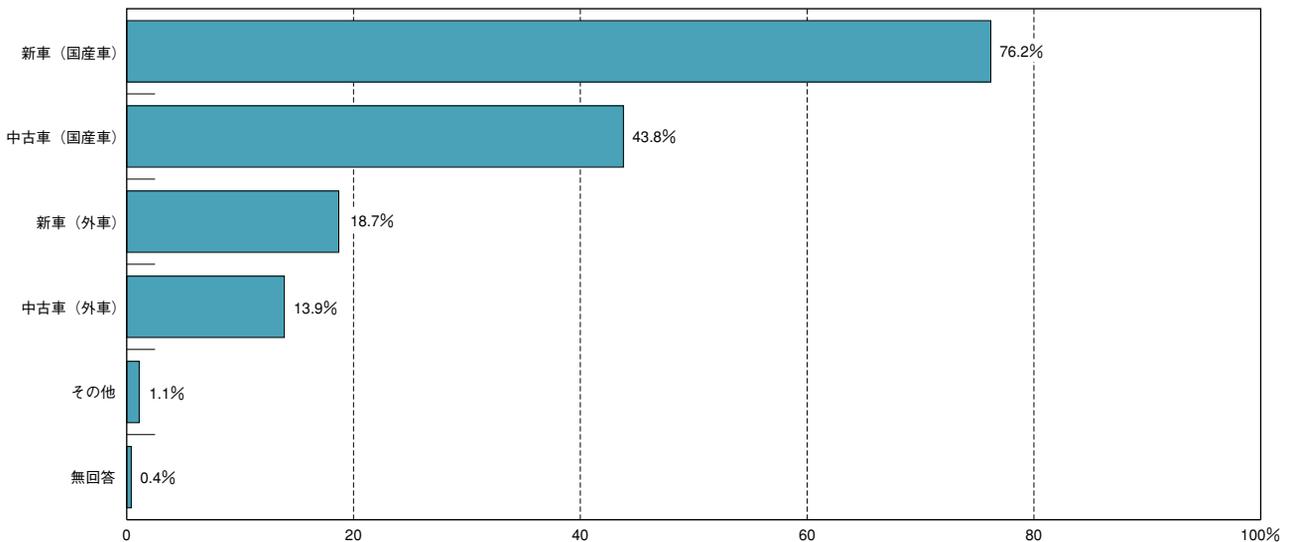


©Access Media/impress,2003

自動車購入のための情報源は「自動車に関するウェブサイトの情報」が85.0%で最も多いが、2位は実店舗である。雑誌や新聞などの紙媒体と自動車情報を配信するメールマガジンが30%台でこれらに続いている。

収集対象は国産新車がトップ、次いで国産中古

資料2-5-52 購入するためにインターネットで情報収集した車の種類 N=454



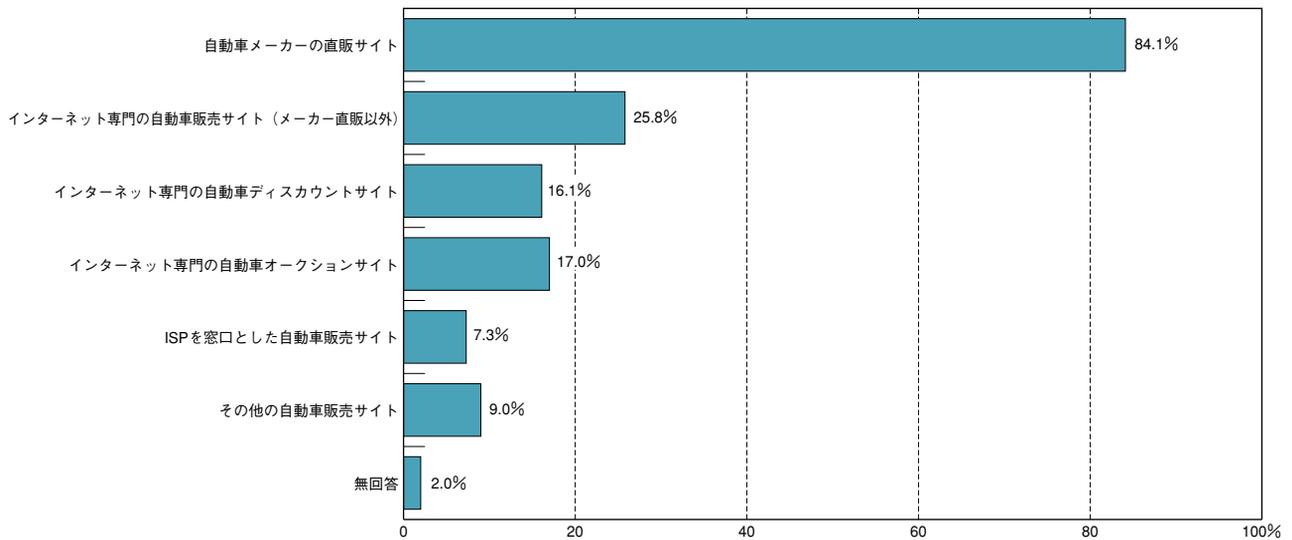
©Access Media/impress,2003

インターネットで情報収集した車の種類は国産車がメインで、国産の新車76.2%、国産の中古車43.8%という数値である。3位、4位が外車で、新車18.7%、中古車13.9%である。

自動車

情報収集先は自動車メーカーの直販サイトが84.1%

資料2-5-53 情報収集するためにアクセスしたことがある自動車サイトの種類 N=454

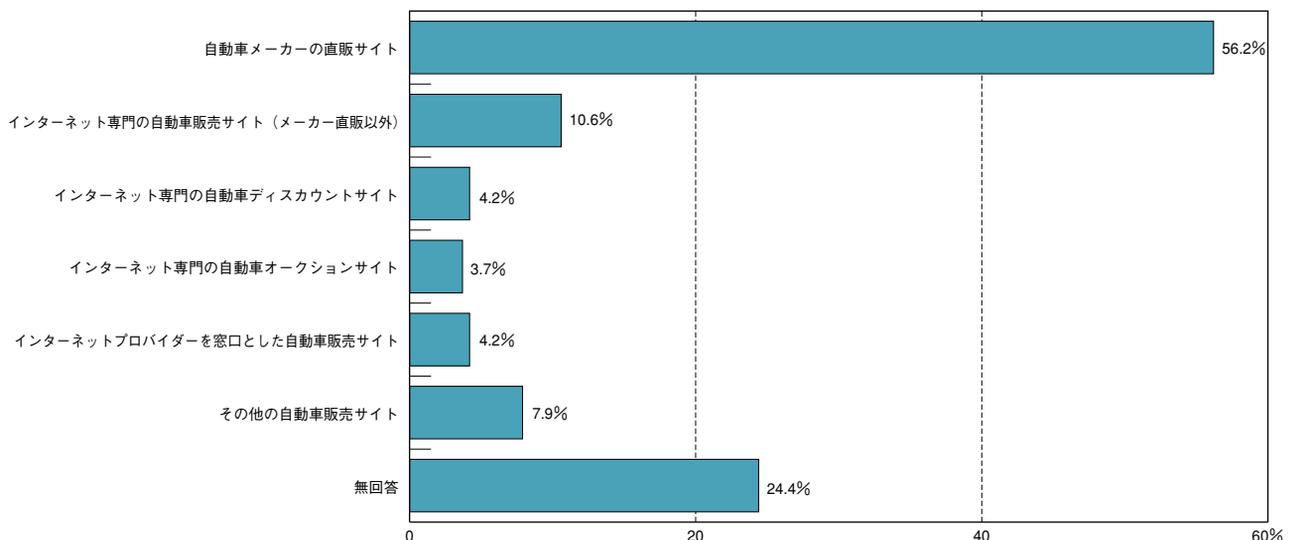


©Access Media/impress,2003

「メーカー直販サイト」が84.1%で最多であり、2位「ネット専門の販売サイト」25.8%に大差をつけている。3、4位は、「ネット専門のディスカウントサイト」16.1%、「ネット専門のオークションサイト」17.0%である。

見積もり作成もメーカー直販サイトが突出

資料2-5-54 見積もりをとるためにアクセスしたことがある自動車サイトの種類 N=454



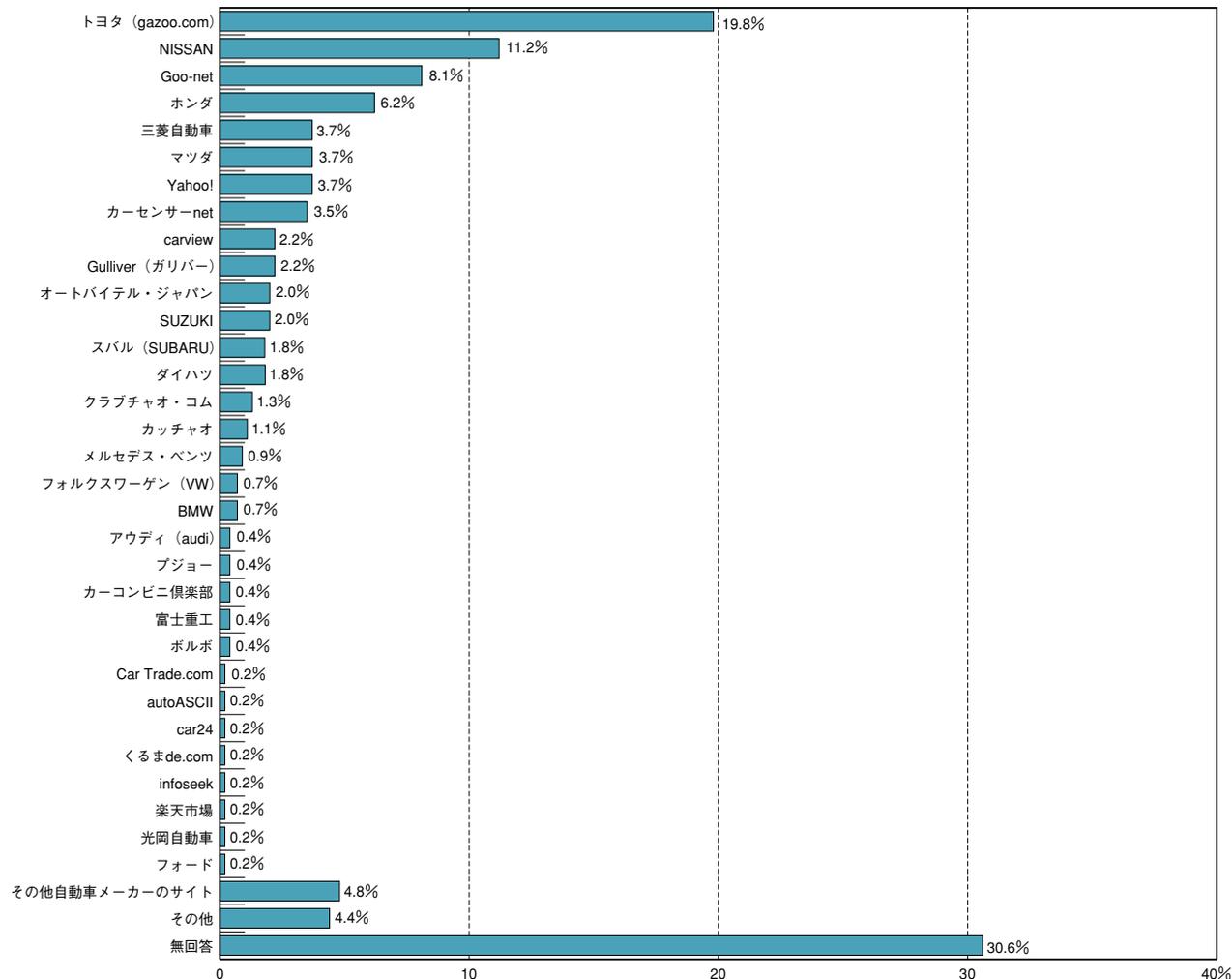
©Access Media/impress,2003

見積もり作成のためにアクセスしたサイトも、トップは「メーカー直販サイト」56.2%で、2位「ネット専門の販売サイト」10.6%と大差がある。「ネット専門のディスカウントサイト」「ISPを窓口にした販売サイト」は4.2%で並ぶ。

自動車

よく利用する自動車サイトはトヨタを筆頭に、ニッサン、グー、ホンダが上位

資料2-5-55 情報収集によく利用する自動車販売サイト N=454



©Access Media/impress,2003

1位は突出して「トヨタ」、2位は「NISSAN」であるが、3位に車雑誌系の「Goo-net」が食い込む。4位は僅差で「ホンダ」である。5～8位は「三菱自動車」「マツダ」「Yahoo!」「カーセンサーnet」で、すべて3%台である。

日本の普及状況

個人の利用実態

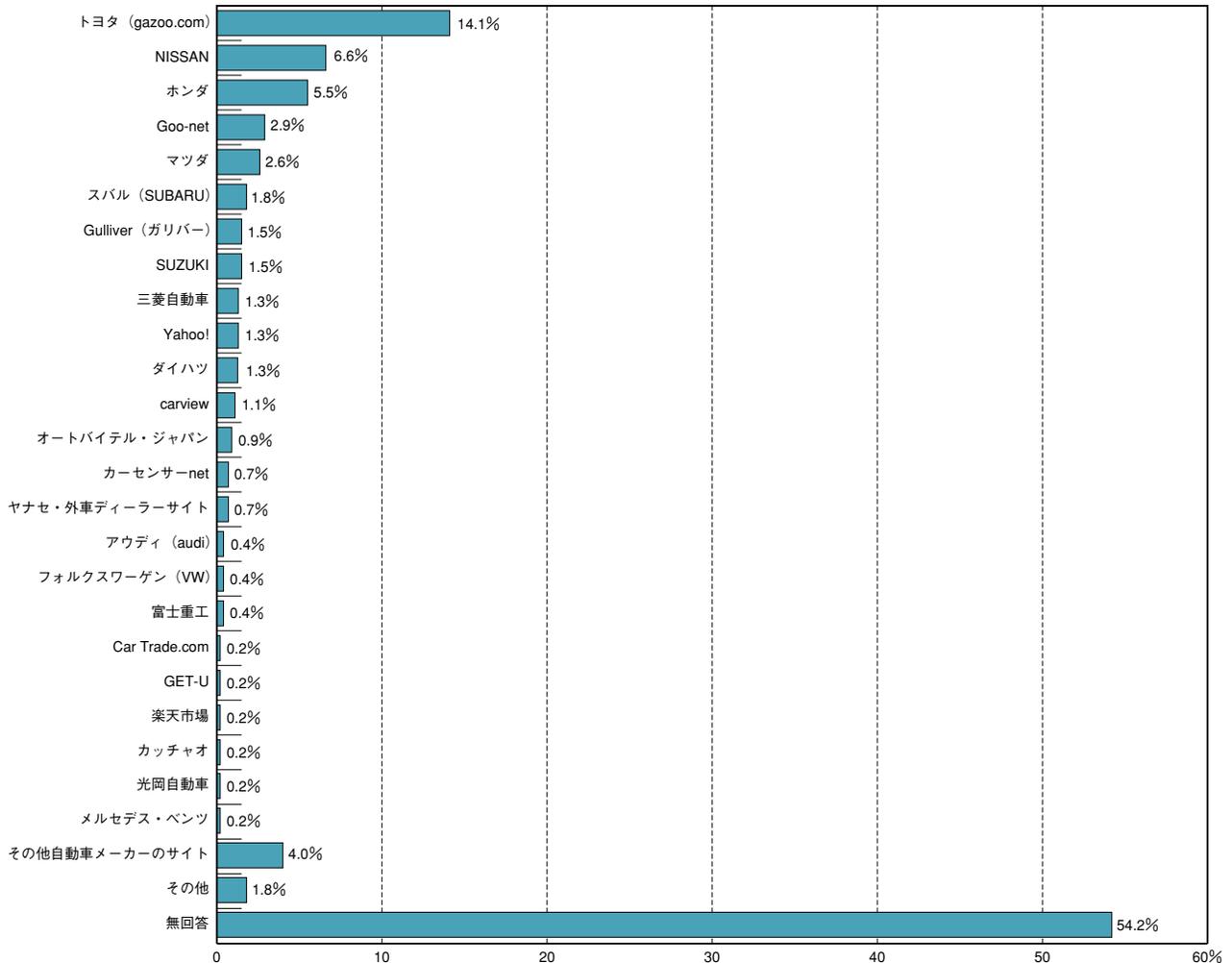
企業の利用実態

海外の普及状況

自動車

トヨタがトップで2桁、続くニッサン、ホンダは1桁

資料2-5-56 見積もり作成によく利用する自動車販売サイト N=454



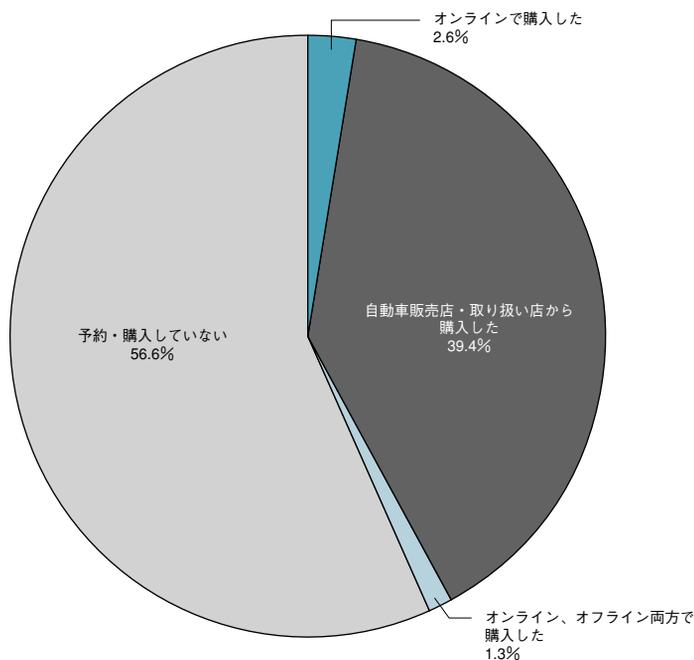
©Access Media/impress,2003

見積もり作成によく利用するサイトもトヨタのみ2桁でトップ、続く「NISSAN」「ホンダ」は6.6～5.5%と1桁に落ちる。「Goo-net」「マツダ」は2%台、「スバル」「Gulliver」「SUZUKI」～「carview」「ダイハツ」は1%台で、4位～12位である。

自動車

オフライン購入が4割弱、オンライン購入はわずか2.6%

資料2-5-57 情報収集後の自動車予約・購入経験 N=454

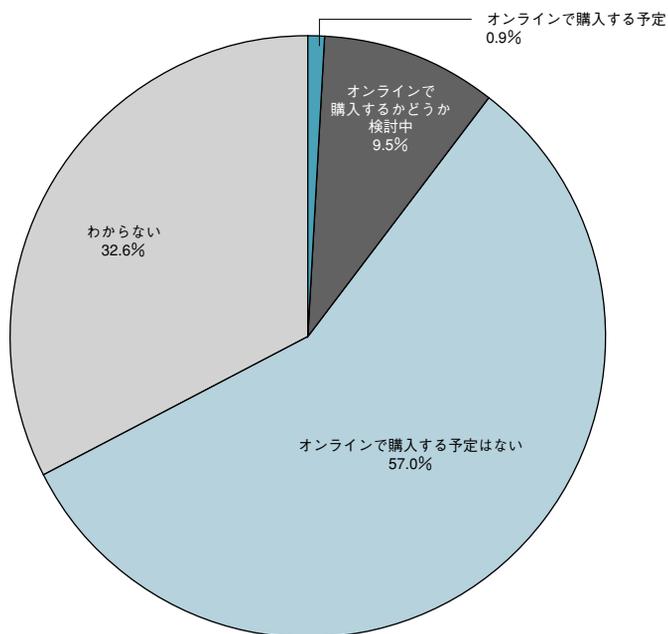


©Access Media/impress,2003

「オンライン購入」は2.6%と少ない。「自動車販売店・取扱店から購入」は39.4%であり、オンラインで情報収集し、オフラインで購入する行動パターンを示す。最多は「予約・購入していない」56.6%である。

「オンラインで購入する予定」は1割以下

資料2-5-58 自動車の今後のオンライン購入意向 N=454



©Access Media/impress,2003

「オンライン購入する予定」は0.9%とわずかで、「オンライン購入の予定はない」57.0%が最多である。「わからない」32.6%も多い。オンラインの情報収集は活発だが、自動車のオンライン購入意向は低い。



[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