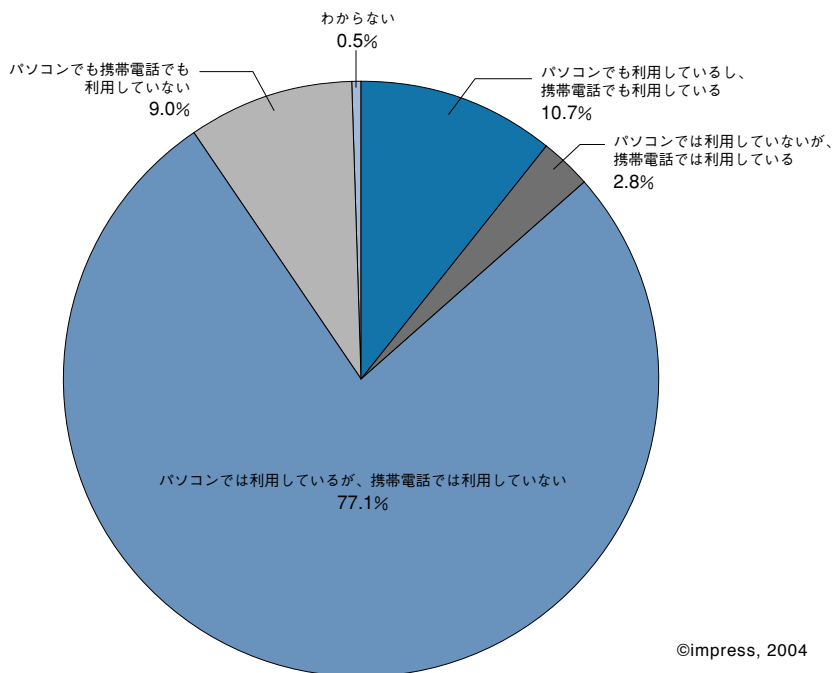


モバイルショッピング

ショッピングは「パソコンのみで携帯ではしない」が8割弱

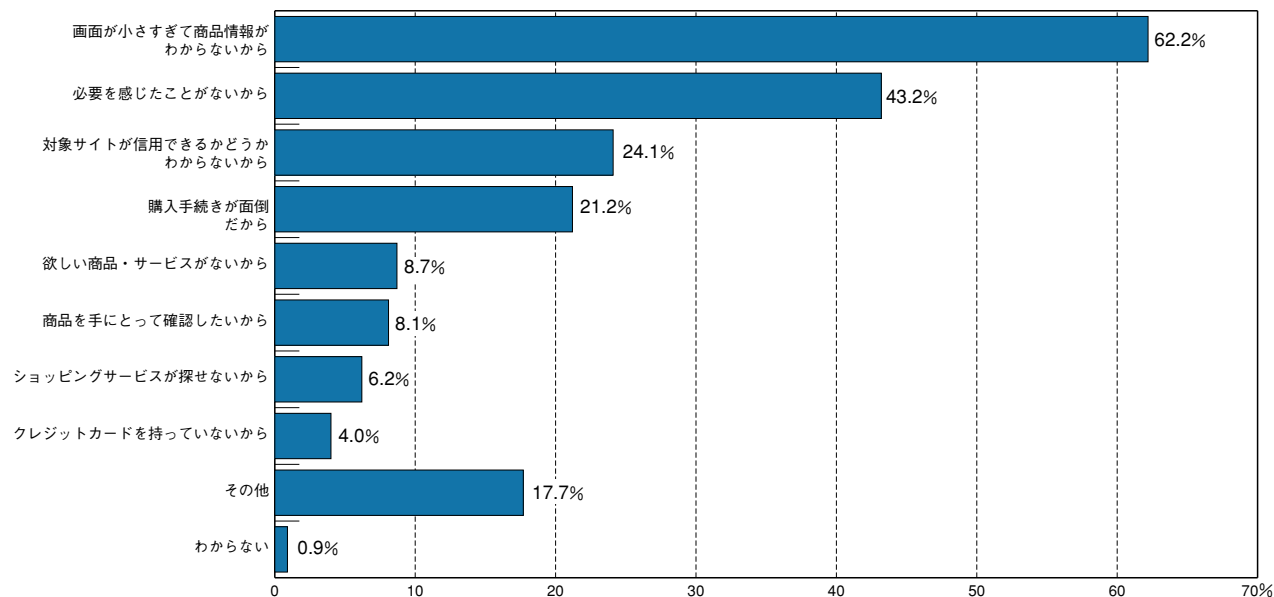
資料3-3-16 携帯電話によるショッピングの利用有無（パソコン利用との比較） N=2,000



ショッピングは、「パソコンのみで携帯電話では利用していない」が77.1%と8割近くを占め、圧倒的にパソコンでの利用が高い。パソコンとの併用を含め携帯電話で利用しているのは13.5%に過ぎない。携帯電話との併用を含めパソコンでショッピングを利用しているユーザーは87.8%と9割近くに上り、オンラインショッピングを大多数が利用していることがわかる。

携帯電話でショッピングしないのは「商品詳細がわからない」から

資料3-3-17 携帯電話でショッピングをしない理由 N=1,721



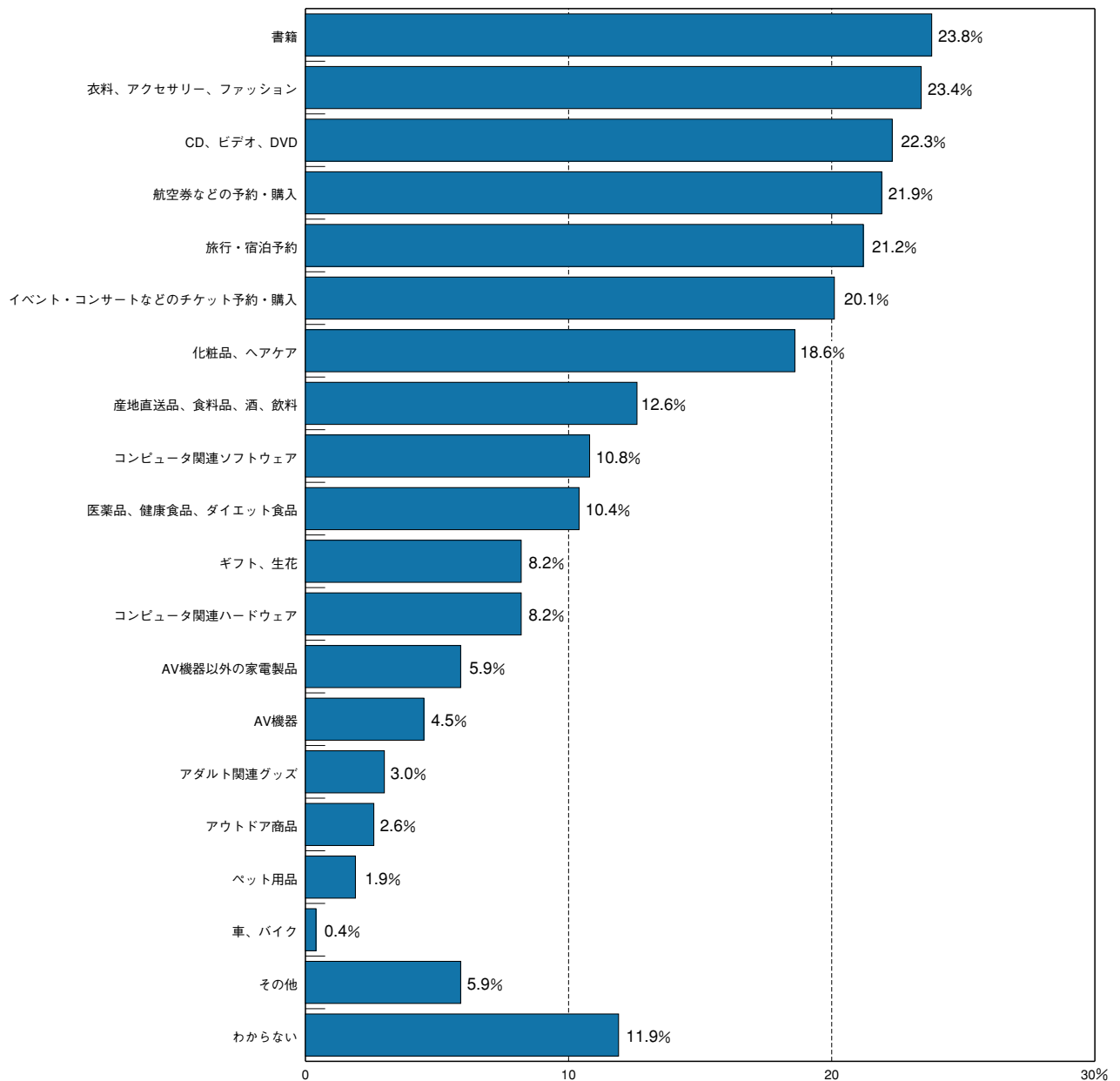
携帯電話でショッピングをしない理由としては、「画面が小さすぎて商品情報がわからない」を6割以上の利用者が挙げている。「必要を感じたことがない」も43.2%の利用者が挙げる。パソコンでのショッピングは9割近くが利用しており、じっくり商品を選ぶのに、あえて情報が貧弱な携帯電話を使う必要を感じないということだろう。

©impress, 2004

モバイルショッピング

携帯電話で買ったもののトップは「書籍」

資料3-3-18 携帯電話でショッピングをした分野 N=269



携帯電話で買ったものとしては、定番の書籍やCD・ビデオ・DVDのほか、航空券予約や宿泊予約、チケット購入など、内容説明が不要なものやあらかじめ購入する商品が決まっているもの、どこで購入しても質が変わらない商品などが多く挙がっている。ファッション関連も、ファッション誌と連動したショッピングサイトなどもあることから、2位にランクインしている。

©impress, 2004



[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