

女性のヘビーユーザー（週3回以上）が急増！

～「インターネット通販利用者実態調査2009」の結果発表～

通信販売業の業界団体である(社)日本通信販売協会(上原征彦会長、正会員496社)は、インターネット通販利用者実態調査を行い、11月18日その概要がまとまりましたのでご報告いたします。

本調査は、急速に拡大するインターネット通販の利用者像について把握することを目的にしています。アンケート構成は、08年に実施したインタビュー調査およびアンケート調査の結果を踏まえ、利用に関する基本的な質問項目を継続的に設定しています。また、インターネット通販利用者が他の媒体、他の通販をどのように利用・認識しているのかについても質問事項に加えました。

今回はその中の一部をご紹介します。詳細につきましては12月中旬にレポートを刊行する予定でございます。

<調査概要>

- ・調査手法：Web アンケート調査
- ・対象者：20～59歳のインターネット通販利用者※
※通販利用者＝今年（2009年1月以降）に入ってからネット通販（PC）でお買い物をした人
- ・対象エリア：関東1都3県（埼玉、千葉、神奈川）
- ・サンプル数：1,080

<内訳>

	計	20～29才	30～39才	40～49才	50～59才
計	1080	270	270	270	270
男性	540	135	135	135	135
女性	540	135	135	135	135

- ・調査実施期間：2009年9月25日～28日
- ・調査機関：株式会社ビデオリサーチ
- ・調査企画：株式会社メディア開発綜研

<サマリー>

09年の調査は08年に比べ女性のヘビーユーザー（週3回以上利用）が増加していることがわかった。女性も家庭や職場等でパソコンを利用する環境が増えていることがその背景にあると思われる。特に20代の女性のインターネット通販利用が急増しており、調査結果にも影響している。

通販サイトの利用については、「楽天市場」の利用経験が依然として高く、他を圧倒している。インターネット通販の登竜門としてのポジションに変化はない。

今回の調査からインターネット通販以外に他の通販を利用しているかを尋ねたが、カタ

ログ通販で 22.4%、テレビ通販に至っては 5.9%と、インターネット通販との併用利用割合は低い。インターネット通販のみを利用するユーザーが多い中、20 代女性ユーザーはインターネット通販から通販を経験することが多くなっている。

<ダイジェスト>

◆頻繁に利用しているのは男女 20 代、女性の利用が増加

PC でのインターネット通販利用頻度は、「月 1 回程度」が最も多く 33.8%となった。「月 2~3 回程度」(27.9%)を合わせると月 1~3 回程度の通販利用が約 6 割となり、08 年と同様の結果となった。「週 3 回以上」のヘビーユーザーは 5.1%で、08 年より 1.5 ポイント増加した。ヘビーユーザーは 20 代で特に多く、男性では 8.1%、女性では 8.9%となっており、男性 20 代だけが突出していた 08 年の傾向とは異なる結果となった。 ⇒ (図表 1 参照)

◆女性 20 代の月平均購入額は 1 万円未満が過半数

月平均での購入金額は、「5 千円以上 1 万円未満」が 34.9%と最も多く、それに次いで「5 千円未満」が 33.6%となっている。1 万円未満の利用者が 68.5%と 08 年に比べて 4.7 ポイント増加している。なかでも、女性 20 代で 79.3%と多くみられ、利用頻度の増加と併せみると 20 代女性の利用状況の変化がうかがえる。他方、3 万円以上購入する利用者の中心は、08 年と同様に男性 40 代が中心である。 ⇒ (図表 2 参照)

◆「本・雑誌・コミック」の購入は引き続き活発

09 年に入ってインターネットで購入した商品では、08 年と同様に「本・雑誌・コミック」(50.7%)がトップ、「食料品/飲料(酒類を除く)」(38.7%)がそれに続いている。両者とも、インターネット通販で購入する商品として固定化しつつあるようだ。それに次ぐのは「レディース ファッション・靴」(27.5%)で、女性の約半数が購入している。通販の定番であるジャンルでもインターネット通販は強さを発揮している。 ⇒ (図表 3 参照)

◆ほとんどの商品はリアル店舗で購入

購入する商品では、「本・雑誌・コミック」「食料品/飲料」「レディース ファッション」が多いが、購入場所をリアル店舗とインターネット通販で比較すると、いずれもリアル店舗での購入の方が圧倒的に多い。インターネット通販での購入がリアル店舗を上回るのは、「CD/DVD/ビデオソフト」(34.4%)、「チケット(スポーツ/コンサート/演劇等)」(31.5%)、「健康食品」(26.5%)、「旅行(ツアー・ホテル予約)」(44.3%)の 4 品目と 08 年同様の結果となっている。健康食品のように実店舗が少ない商品、チケットなどのように実物を確認する必要のない商品を購入するための利便性の高い手段として定着している様子が見える。 ⇒ (図表 4 参照)

◆支払方法はカード決済

最近利用した代金の支払い手段は、カード決済が最も多く 71.8%となっている。カタログ通販なども含めた通販全体の利用者の場合、カード決済は 3 割程度で、その差は歴然である。性・年代別にみると、女性 50 代ではカード決済の割合が 63.7%と全体に比べて低い。一方、代金引換の割合は全体よりも高く 13.3%となっている。

しかし、クレジットカード情報の入力に不安を感じているユーザーは 49.8%と半数近い。08 年に比べて約 5 ポイント低くなっているものの、依然としてクレジットカード決済に対する抵抗感は強いようである。 ⇒ (図表 5 参照)

◆インターネット通販利用者は、ネット内でお買物を完結

09年に入って利用したインターネット通販以外の通販は、テレビ通販が5.9%、カタログ通販が22.4%となっている。カタログ通販は、男性の9.8%、女性の35.0%が利用しており、女性の方が高い利用率となっている。特に女性40代、50代での利用者が40%以上と多く、従来カタログ通販ユーザーがインターネット通販も利用するようになった様子が見えてくる。

最近購入した商品を知るきっかけでは、約6割が何らかのインターネットサイトを挙げている。そのほかでは、「カタログ通販雑誌」「知人、友人、家族などの話」が続くものの、いずれも10.7%と少ない。また、購入する決め手となった情報源でも、インターネットサイトは半数以上のユーザーに挙げられているが、それ以外は1割程度に留まっている。インターネット通販は、認知から購入に至るまで全てインターネット内で完結している姿が浮かび上がる結果となった。⇒(図表6参照)

以上が、本リリースのダイジェスト結果となっています。このほかにもオークションの利用状況(51.4%)、携帯電話によるインターネット通販の利用率(17.7%)といった他のインターネット経由のコマース動向や、インターネット通販に役立つ情報が多数盛り込まれています。ご参考にしていただければ幸いです。

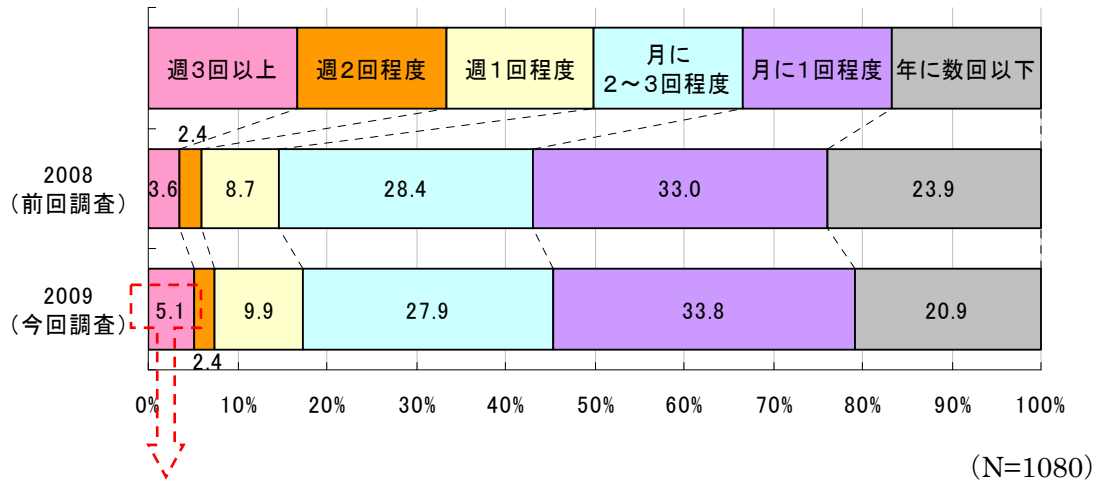
日本通信販売協会では、引き続き通信ビジネスの実態について分析を行い業界の発展に寄与していく所存でございます。

お問い合わせ先

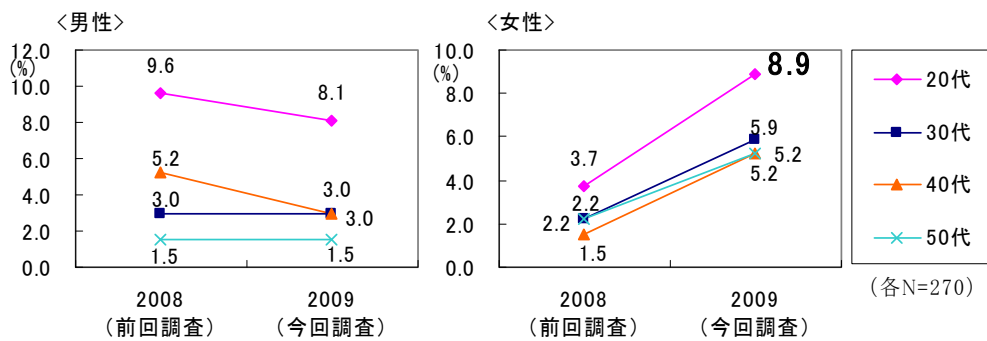
(社)日本通信販売協会事務局 三浦(千)・柿尾
TEL03-5651-1155 FAX03-5651-1199

<別紙図表>

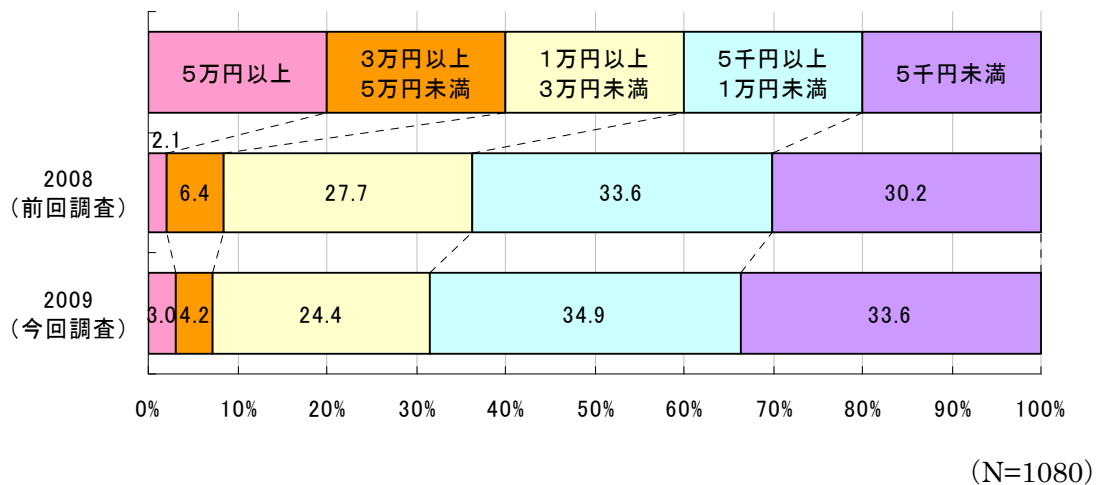
◆図表 1.PC インターネット通販利用頻度



【「週3回以上」の割合】

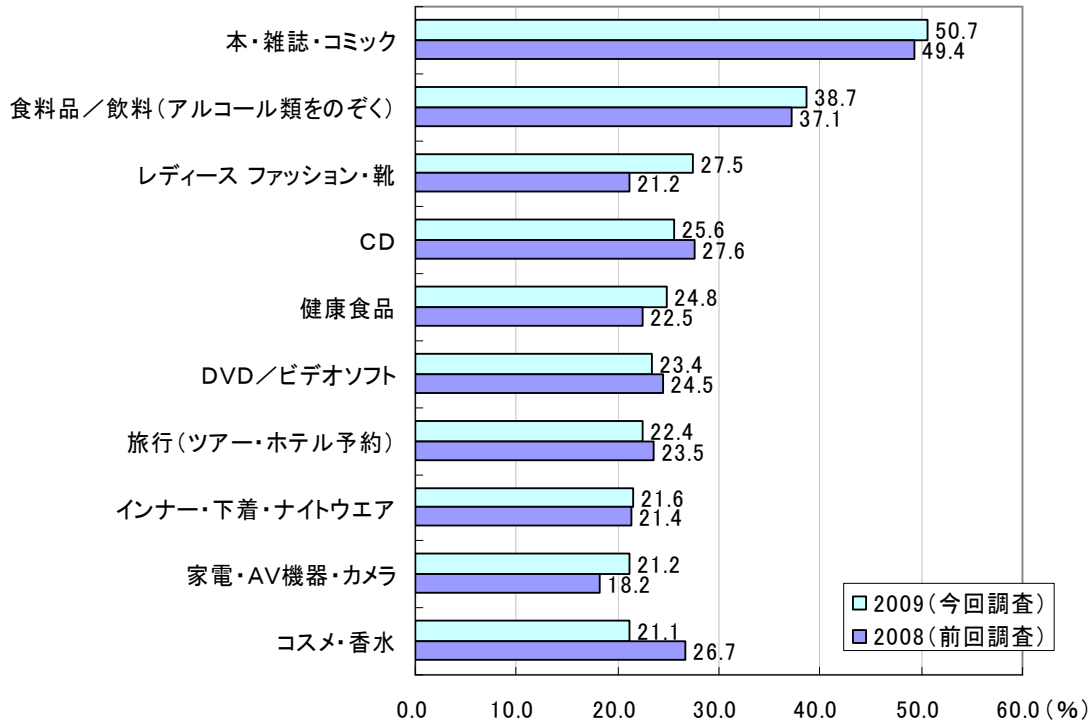


◆図表 2.PC インターネット通販利用金額<月平均>



◆ 図表 3. PC インターネット通販購入商品＜トップ 10／今年に入ってから＞

(MA)

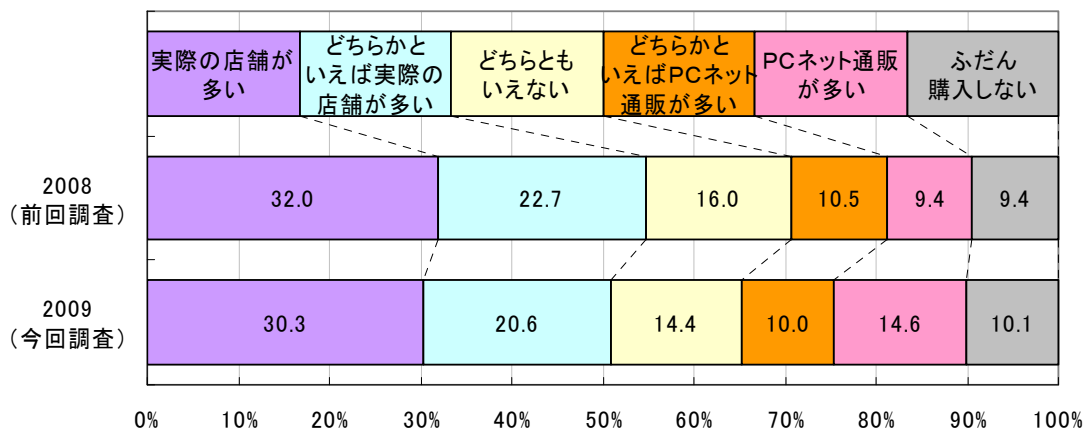


※2008年調査では、「本・雑誌・コミック」は「書籍／雑誌」、「レディースファッション・靴」は「婦人服」、「インナー・下着・ナイトウェア」は「衣類(下着・寝巻き・靴下等)」、「コスメ・香水」は「化粧品」としている

(N=1080)

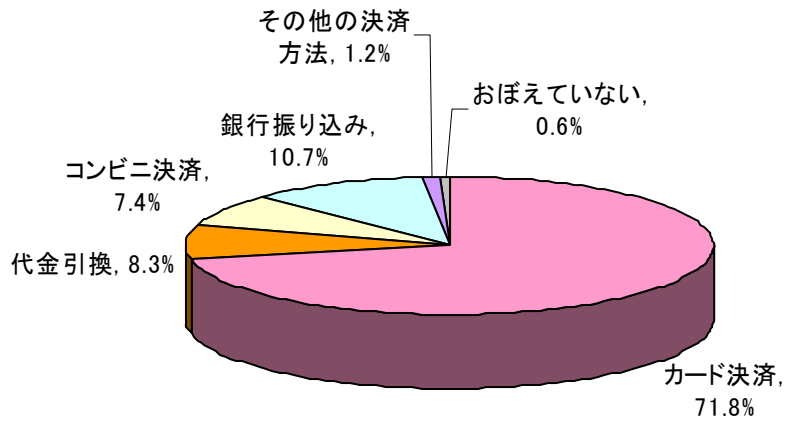
◆ 図表 4. 実際の店舗と PC インターネット通販ではどちらを使うことが多いか

＜「本・雑誌・コミック」編＞



(N=1080)

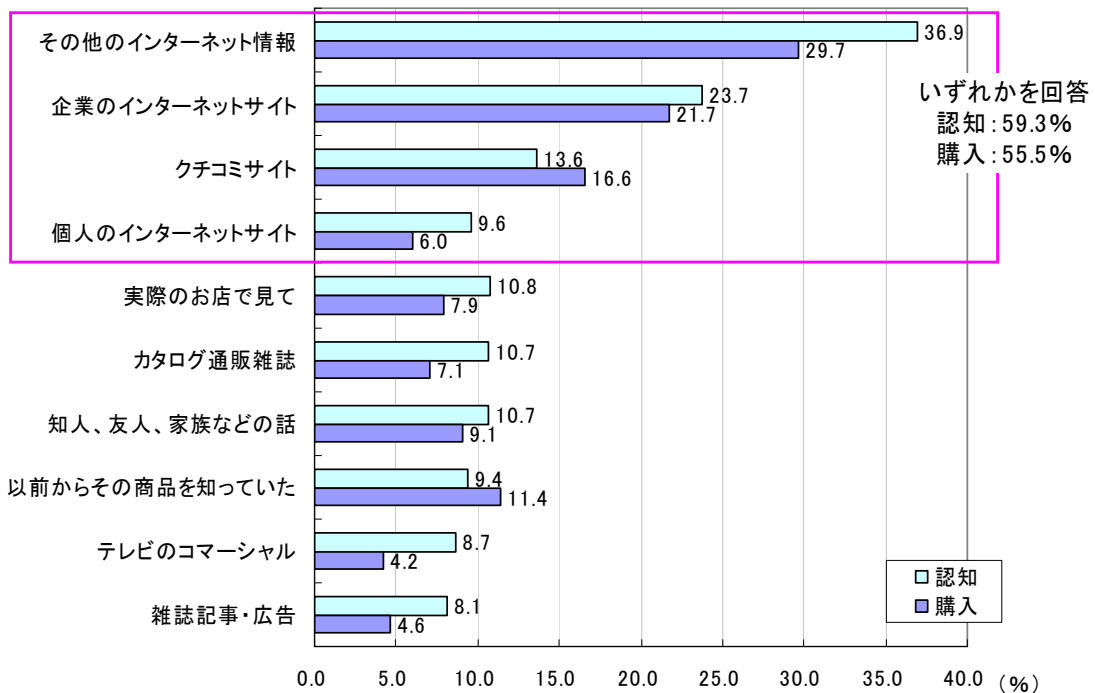
◆ 図表 5. 直近のインターネット通販での決済方法



(N=1080)

◆ 図表 6. 購入商品を認知した情報源と購入のきっかけとなった情報源

(直近の購入商品 1 品目 / MA)



※その他のインターネット情報=ポータルサイト、情報提供サイト、webマガジン、バナー広告など

(N=1080)