

通信販売の利用に関する 調査結果報告書

2010年3月
株式会社ジーコム生活行動研究所

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成22年2月10日(水)～16日(火)

4. 調査規模

345サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	165	47.8
女性	180	52.2
全体	345	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	75	21.7
30代	90	26.1
40代	90	26.1
50代以上	90	26.1
全体	345	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	140	40.6
会社役員	4	1.1
公務員・団体職員	20	5.9
自営業	19	5.4
自由業	7	2.1
パート・アルバイト	41	11.8
専業主婦	82	23.7
学生	16	4.8
無職	16	4.6
その他	0	0.0
全体	345	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	97	28.2
既婚	248	71.8
全体	345	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	280	81.2
その他福岡県内	65	18.8
全体	345	100.0

【報告書の見方】

本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。

複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。

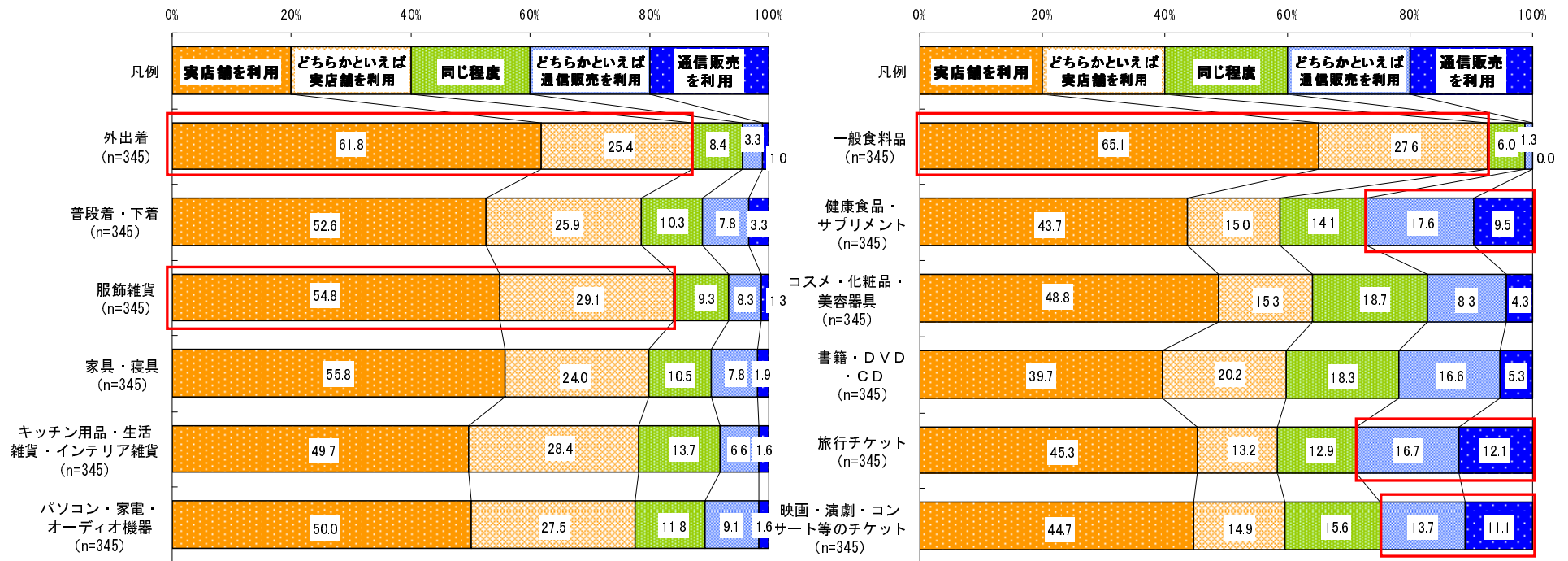
報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 実店舗と通信販売の購入状況

全てのカテゴリで実店舗利用率が高い。ただし、通信販売利用率が比較的高いのは、チケットや健康食品である

- 実店舗と通信販売での利用率比較では、全てのカテゴリで実店舗購入の割合が高い。
なかでも、実店舗利用層(「実店舗を利用」と「どちらかといえば実店舗を利用」の合計)の割合が高いカテゴリは、「一般食料品」92.7%、「外出着」87.2%、「服飾雑貨」83.9%である。
- 一方、通信販売利用層(「通信販売を利用」と「どちらかといえば通信販売を利用」の合計)の割合が高いカテゴリは、「旅行チケット」28.8%、「健康食品・サプリメント」27.1%、「映画・演劇・コンサート等のチケット」24.8%である。

◆実店舗と通信販売の購入状況【それぞれ単一回答】



1. 実店舗と通信販売の購入状況

< 属性別 >

- ・性別では、男女ともほぼ同様の傾向のなか、通信販売利用率が比較的高いカテゴリは、女性の「健康食品・サプリメント」「コスメ・化粧品・美容器具」の利用である。
- ・年代別では、「健康食品・サプリメント」は40代・50代以上で通信販売利用率が、他の年代に比べて高くなっている。また、40代は「書籍・DVD・CD」「映画・演劇・コンサート等のチケット」を通信販売で利用する割合が他の年代に比べて高い。

		調査数	【%】 外出着			【%】 普段着・下着			【%】 服飾雑貨			【%】 家具・寝具			【%】 キッチン用品・生活雑貨・インテリア雑貨			【%】 パソコン・家電・オーディオ機器		
			実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層
合計		345	87.2	8.4	4.3	78.5	10.3	11.1	83.9	9.3	6.7	79.8	10.5	9.7	78.1	13.7	8.2	77.5	11.8	10.7
性別	男性	165	92.0	5.8	2.2	90.3	4.6	5.1	85.5	8.1	6.4	82.1	10.4	7.4	82.7	11.6	5.7	73.8	12.3	14.0
	女性	180	82.9	10.9	6.3	67.8	15.6	16.6	82.5	10.5	7.0	77.7	10.5	11.7	73.9	15.7	10.4	80.9	11.4	7.7
年代別	20代	75	86.3	7.6	6.1	84.0	6.1	9.8	86.1	8.8	5.1	82.2	10.2	7.6	78.5	13.9	7.6	81.0	7.8	11.2
	30代	90	82.3	12.0	5.6	74.0	12.0	14.0	79.3	11.4	9.4	74.1	12.5	13.4	71.4	18.1	10.5	78.9	11.4	9.7
	40代	90	91.3	5.9	2.8	76.1	13.5	10.4	86.1	8.0	5.9	79.6	8.0	12.4	81.6	11.9	6.5	76.8	11.5	11.7
	50代以上	90	88.9	8.1	3.1	80.9	9.0	10.1	84.8	9.1	6.1	83.8	11.1	5.1	80.9	11.1	8.0	73.6	16.1	10.3
			【%】 一般食料品			【%】 健康食品・サプリメント			【%】 コスメ・化粧品・美容器具			【%】 書籍・DVD・CD			【%】 旅行チケット			【%】 映画・演劇・コンサート等のチケット		
			実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層	実店舗利用層	同等利用層	通信販売利用層
合計		345	92.7	6.0	1.3	58.7	14.1	27.1	64.1	18.7	17.2	59.9	18.3	21.9	58.5	12.9	28.8	59.6	15.6	24.8
性別	男性	165	92.5	6.4	1.1	68.0	13.9	18.0	77.3	18.6	4.0	61.0	18.6	20.3	59.9	13.0	27.1	62.7	14.7	22.6
	女性	180	92.8	5.7	1.5	50.1	14.3	35.5	51.9	18.7	29.3	58.8	18.0	23.2	57.1	12.7	30.1	56.7	16.5	26.9
年代別	20代	75	91.0	6.6	2.4	72.0	15.6	12.5	63.4	25.6	11.0	64.2	18.2	17.6	54.4	15.3	30.3	63.4	14.1	22.5
	30代	90	93.2	4.8	2.0	58.3	18.3	23.4	59.4	22.0	18.5	54.9	22.1	23.0	57.7	14.1	28.2	59.6	21.7	18.7
	40代	90	95.2	4.8	-	57.9	6.9	35.2	65.4	11.1	23.6	54.3	16.7	29.1	52.4	16.3	31.3	47.2	16.3	36.4
	50代以上	90	90.9	8.1	1.0	48.9	16.0	35.1	68.1	17.1	14.8	66.7	16.1	17.3	68.6	6.1	25.3	68.8	10.0	21.2

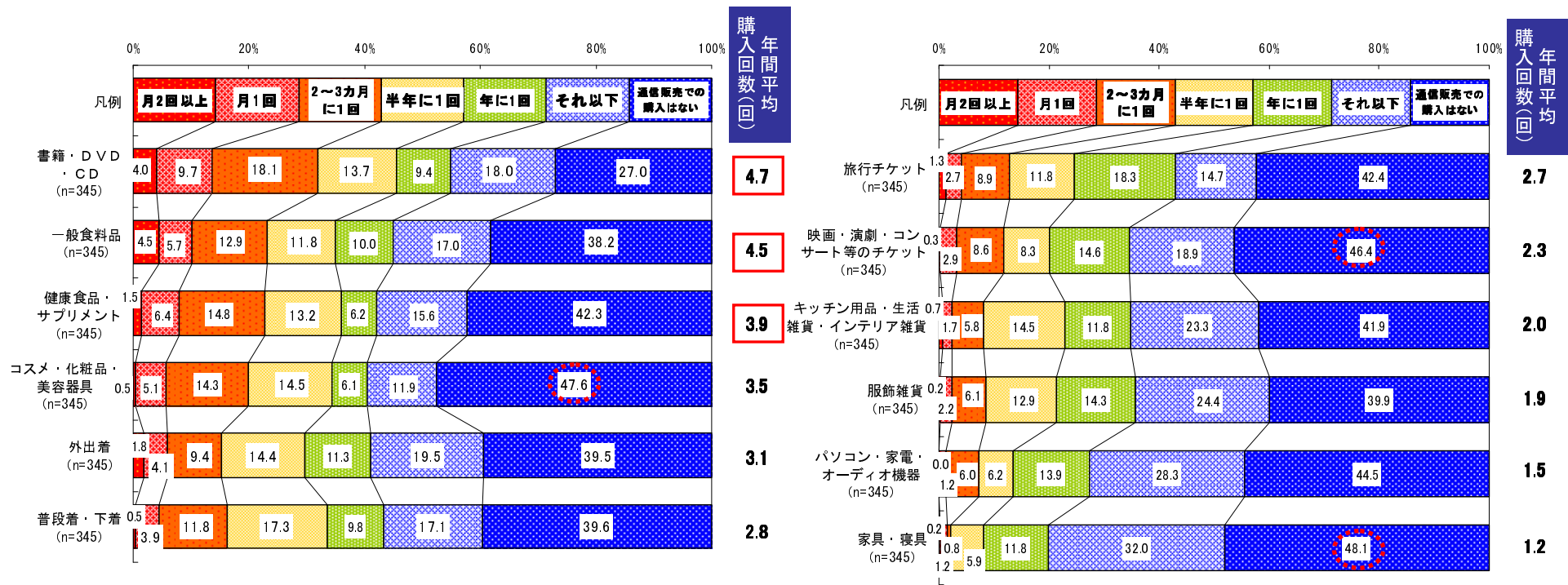
※実店舗利用層＝「実店舗を利用する」+「どちらかといえば実店舗を多く利用する」、通信販売利用層＝「通信販売を利用する」+「どちらかといえば通信販売を多く利用する」

2. 通信販売での購入頻度

通信販売での購入頻度が高いのは、「書籍・DVD・CD」「一般食料品」「健康食品・サプリメント」

- 通信販売の年間平均購入頻度が最も高いのは、「書籍・DVD・CD」で4.7回、次いで「一般食料品」の4.5回、「健康食品・サプリメント」の3.9回となっている。
- また、「家具・寝具」「コスメ・美容関連」「映画・演劇・コンサート等のチケット」は、通信販売で購入したことがない層が約5割を占める。

◆通信販売の購入頻度【それぞれ単一回答】



※「月2回以上」を24(2×12カ月)、「月1回」を12(1×12カ月)、「2~3カ月に1回」を4.8(0.4×12カ月)、「半年に1回」を2、「年に1回」を1、「それ以下」を0として算出。

2. 通信販売での購入頻度

< 属性別 >

- ・通信販売の年間平均購入回数を性別にみると、多くのカテゴリで女性の購入回数が多いなか、「書籍・DVD・CD」「旅行チケット」「映画・演劇・コンサート等のチケット」「家具・寝具」については、男性の方が多くなっている。
- ・年代別では、ほとんどのカテゴリで20代の購入回数が最も多いが、「健康食品・サプリメント」「コスメ・化粧品・美容器具」では50代以上の購入回数が多くなっている。

■通信販売の年間平均購入回数

【回】

	調査数	書籍・DVD・CD	一般食料品	健康食品・サプリメント	コスメ・化粧品・美容器具	外出着	普段着・下着	旅行チケット	映画・演劇・コンサート等のチケット	キッチン用品・生活雑貨	服飾雑貨	パソコン・家電用品・機器	家具・寝具	
合計	345	4.7	4.5	3.9	3.5	3.1	2.8	2.7	2.3	2.0	1.9	1.5	1.2	
性別	男性	165	4.9	4.4	3.2	2.3	2.5	1.9	3.3	2.6	1.9	1.7	2.1	1.5
	女性	180	4.6	4.6	4.3	3.9	3.4	3.1	2.2	2.1	2.1	2.0	1.0	1.1
年代別	20代	75	5.2	5.7	3.3	3.5	4.8	3.3	2.6	2.6	3.0	2.8	2.8	2.4
	30代	90	4.7	3.6	3.1	3.1	3.6	3.0	3.3	2.3	1.9	2.0	1.4	1.2
	40代	90	5.0	3.7	4.3	3.2	2.2	2.5	1.9	2.1	2.1	1.6	1.1	0.8
	50代以上	90	3.9	5.3	4.7	4.4	1.7	2.3	3.1	2.3	1.3	1.1	1.3	0.7

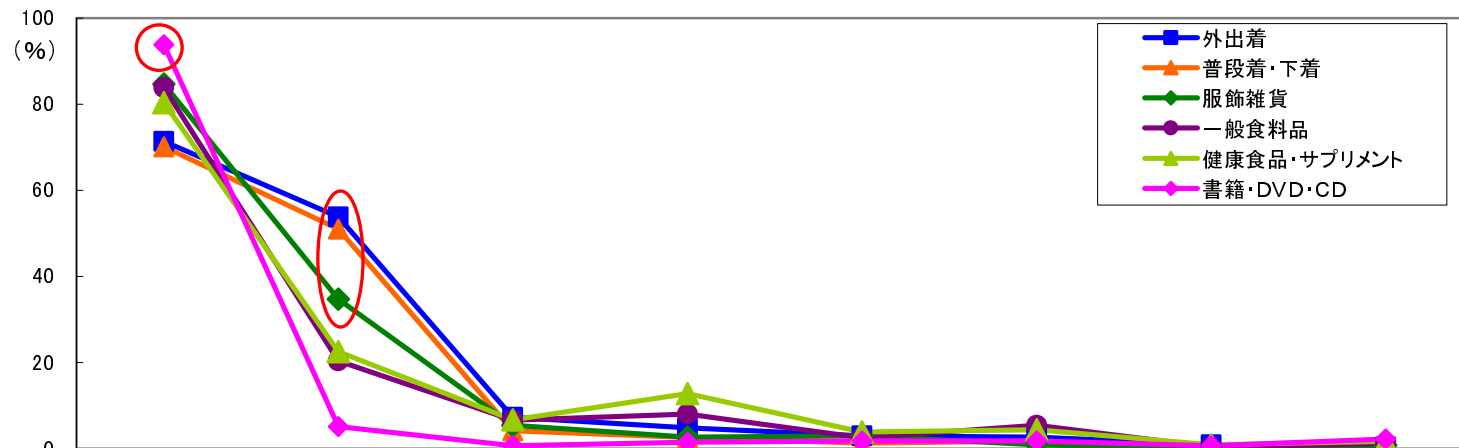
3. 通信販売の利用方法

* 各カテゴリの購入者限定質問

通信販売の利用方法は、インターネット上のショッピングサイトが主流

- 通信販売での購入は、全てのカテゴリで「インターネット上のショッピングサイト」の割合が最も高い。なかでも、「書籍・DVD・CD」は9割を超えている。
- 「通販専用カタログ」は、カテゴリによって利用率に開きがあり、衣料品や雑貨での利用が多いことがわかる。

◆通信販売の利用方法【それぞれ複数回答】



	調査数	インターネット上のショッピングサイト	通販専用カタログ	テレビショッピング	折り込みチラシ	雑誌広告	新聞広告	ラジオショッピング	その他
外出着	209	71.4	53.8	7.3	4.8	3.0	2.7	0.9	0.4
普段着・下着	208	70.1	51.0	4.2	2.6	1.3	1.8	-	0.8
服飾雑貨	207	84.7	34.7	5.4	2.7	3.0	0.9	-	0.8
一般食料品	213	83.9	20.4	6.6	8.0	2.5	5.4	0.4	1.2
健康食品・サプリメント	199	80.4	22.5	6.7	12.8	3.9	4.4	0.9	1.7
書籍・DVD・CD	252	93.8	5.1	0.7	1.5	1.8	1.8	0.7	2.2

4. 通信販売の購入状況

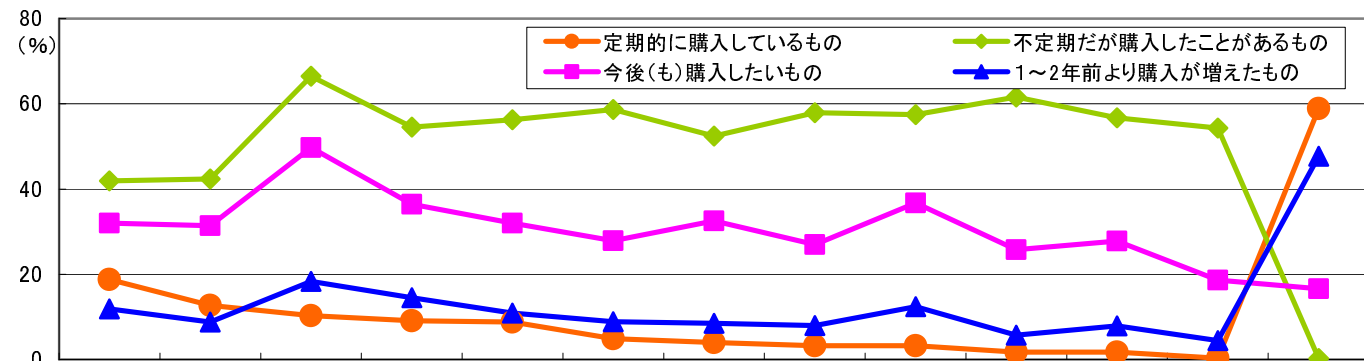
* 通信販売利用者限定質問

7

通信販売での今後の購入意向が高いのは、「書籍・DVD・CD」「旅行チケット」「普段着・下着」

- 不定期だが購入したことがあるものは多いが、定期的に購入しているものは比較的少なく、「健康食品・サプリメント」18.8%、「コスメ・化粧品・美容器具」12.7%、「書籍・DVD・CD」10.3%などにとどまっている。
- 今後(も)購入したいものでは、多くの商品があがっており、なかでも「書籍・DVD・CD」49.7%、「旅行チケット」36.7%、「普段着・下着」36.4%の利用意向が高くなっている。
- 1～2年前よりも購入が増えたものでは、「書籍・DVD・CD」18.3%、「普段着・下着」14.5%、「旅行チケット」12.4%の順である。

◆ 通信販売の購入状況【それぞれ複数回答】



調査数	健康食品・サプリメント	コスメ・化粧品・美容器具	書籍・DVD・CD	普段着・下着	一般食料品	外出着	映画・演劇・コンサート	キッチン用品・生活雑貨	旅行チケット	服飾雑貨	パソコン・家電用品・オーディオ機器	家具・寝具	あてはまるものはない	
定期的に購入しているもの	328	18.8	12.7	10.3	9.1	8.8	4.9	4.0	3.2	3.2	1.7	1.7	0.3	58.9
不定期だが購入したことがあるもの	328	41.9	42.4	66.5	54.5	56.3	58.7	52.4	57.9	57.5	61.6	56.7	54.3	0.2
今後(も)購入したいもの	328	32.0	31.4	49.7	36.4	32.0	27.9	32.5	27.0	36.7	25.8	27.8	18.6	16.6
1～2年前より購入が増えたもの	328	11.9	8.8	18.3	14.5	10.9	8.9	8.5	8.0	12.4	5.7	7.9	4.4	47.7

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL092-283-2085

FAX092-262-6110

URL：<http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：info@gcom-net.co.jp