

インターネットショッピング(オークションを除く)について

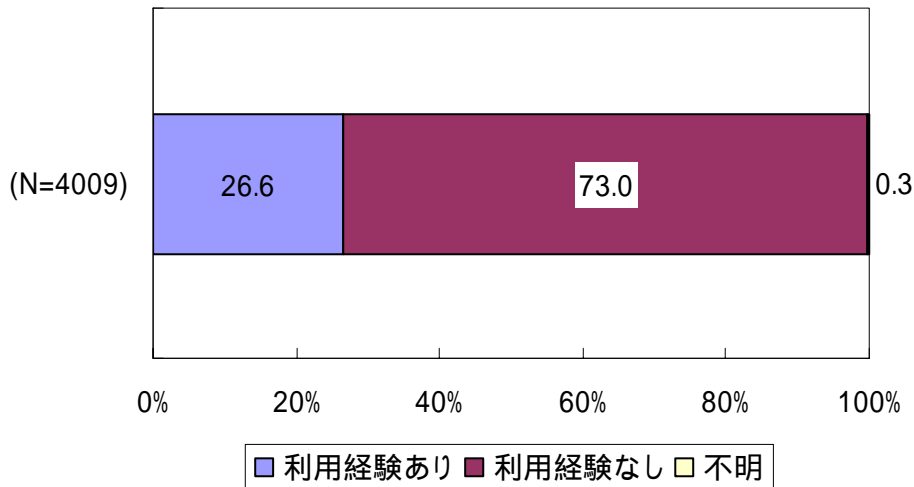
1. インターネットショッピングの利用率

「インターネットショッピング」は、パソコン等を使ってインターネット上で買い物を行うことをいいます。

問19 お宅では、インターネットショッピングをしたことがありますか。(は1つ)

全世帯においてインターネットショッピングの利用経験をきいたところ、「利用経験あり」と回答した世帯は26.6%であり、「利用経験なし」と回答した世帯は73.0%であった。

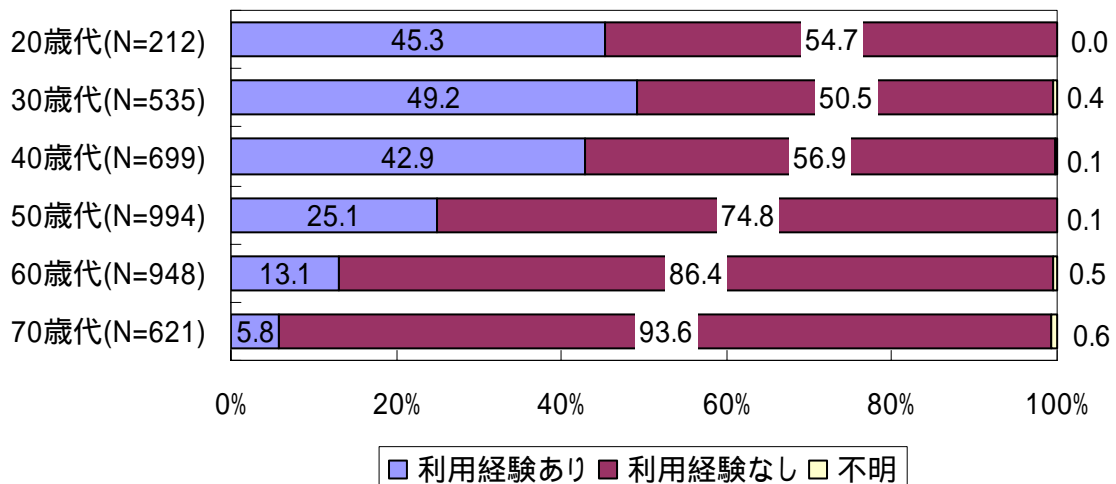
インターネットショッピング利用率<全世帯>



<世帯主年齢別> (全世帯)

世帯主年齢別にみると、20歳代から40歳代の利用率が約4割から5割で推移しており、30歳代の利用率49.2%で最も高くなっている。一方、年齢が高くなるにつれて、利用率は減少していきることがわかる。

世帯主年齢別 インターネットショッピング利用率<全世帯>

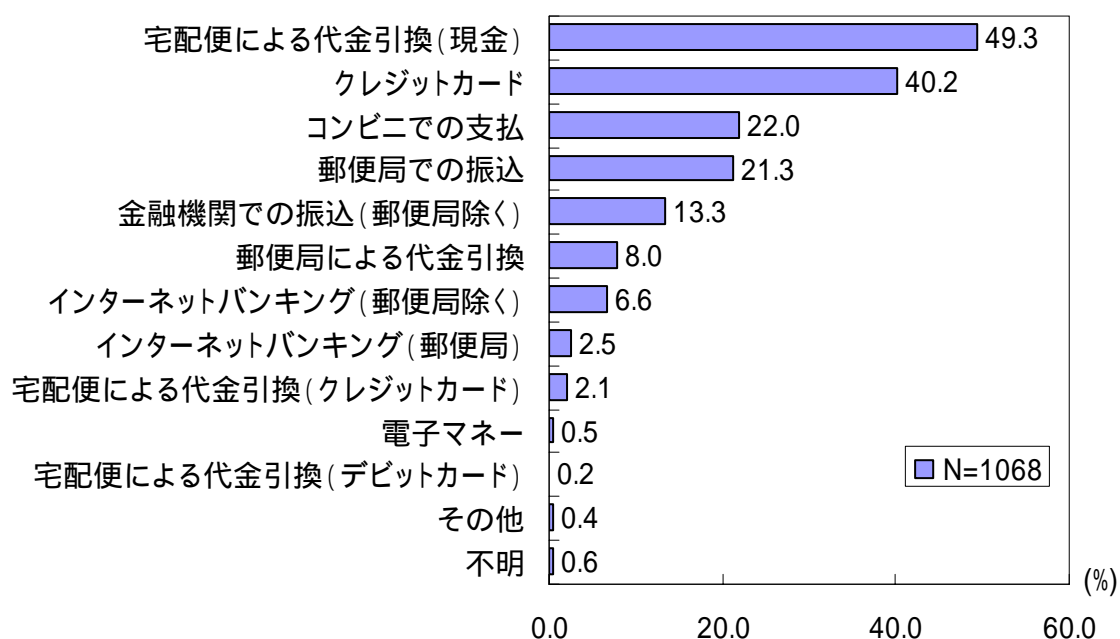


2. インターネットショッピングの代金決済方法

問21 代金を決済した方法はどれですか。(は1つ)

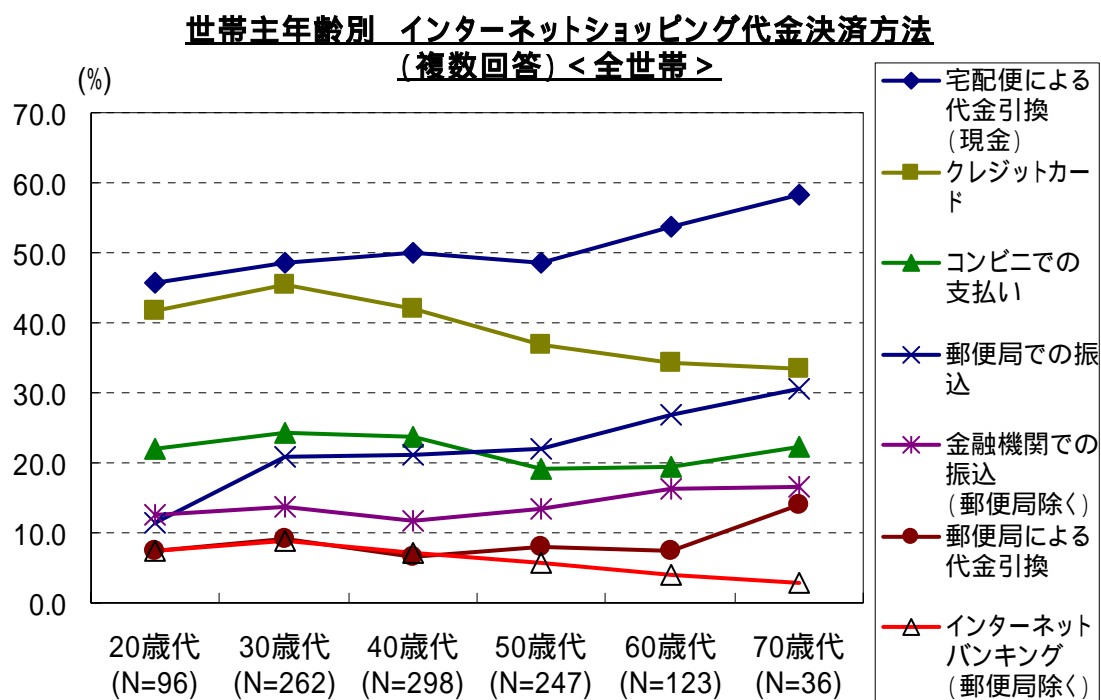
インターネットショッピングを利用したことがある世帯(N=1068)において、インターネットショッピングにおける代金決済方法をきいたところ、「宅配便による代金引換(現金)」と回答した世帯が最も多く49.3%であり、次いで、「クレジットカード(インターネット上での支払)」(40.2%)、「コンビニでの支払」(22.0%)、「郵便局での振込」(21.3%)の順であった。

インターネットショッピングの代金決済方法(複数回答) < 全世界帯 >



<世帯主年齢別> (全世界帯)

インターネットショッピングを利用したことがある世帯において、インターネットショッピングにおける代金決済方法を世帯主年齢別にきいたところ、「宅配便による代金引換(現金)」と回答した世帯が最も多く、特に60歳代、70歳代で増加している。次いで、「クレジットカード(インターネット上での支払)」が多いが年代が高くなるほどその割合は減少傾向にある。一方、「郵便局での振込」は年代が高くなるほど増加傾向にある。



3. インターネットショッピングに対する考え

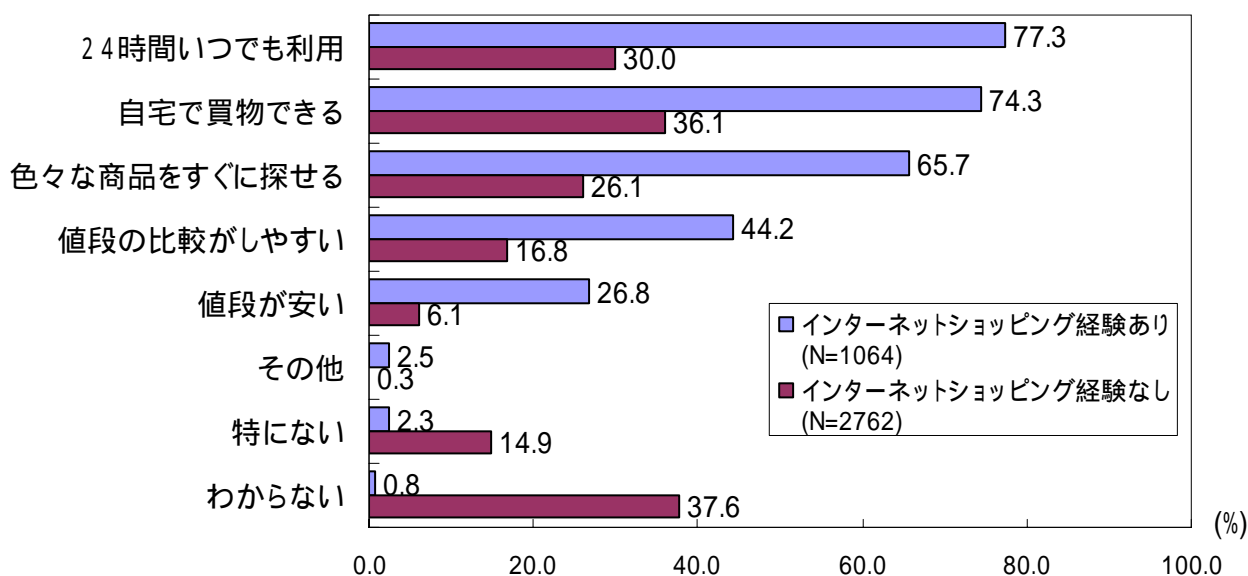
(すべての世帯にお伺いします。)

問22 お宅では、インターネットショッピングについてどのように思いますか。メリット(良い点)、デメリット(悪い点)それぞれについてあてはまるものを次の中から選んでください。(それぞれ はいくつでも)

<メリット>

全世帯において、インターネットショッピングの利用経験別にインターネットショッピングに対する考え(メリット)をきいたところ、利用経験がある世帯では、「24時間いつでも買い物できるから便利」と回答した世帯(77.3%)が最も多く、次いで、「自宅で買い物ができる」(74.3%)、「色々な商品がすぐに探せる」(65.7%)の順であった。一方、利用経験がない世帯では、「わからない」が37.6%と最も多く、次いで、「自宅で買い物ができる」(36.1%)、「24時間いつでも買い物できるから便利」(30.0%)の順であった。

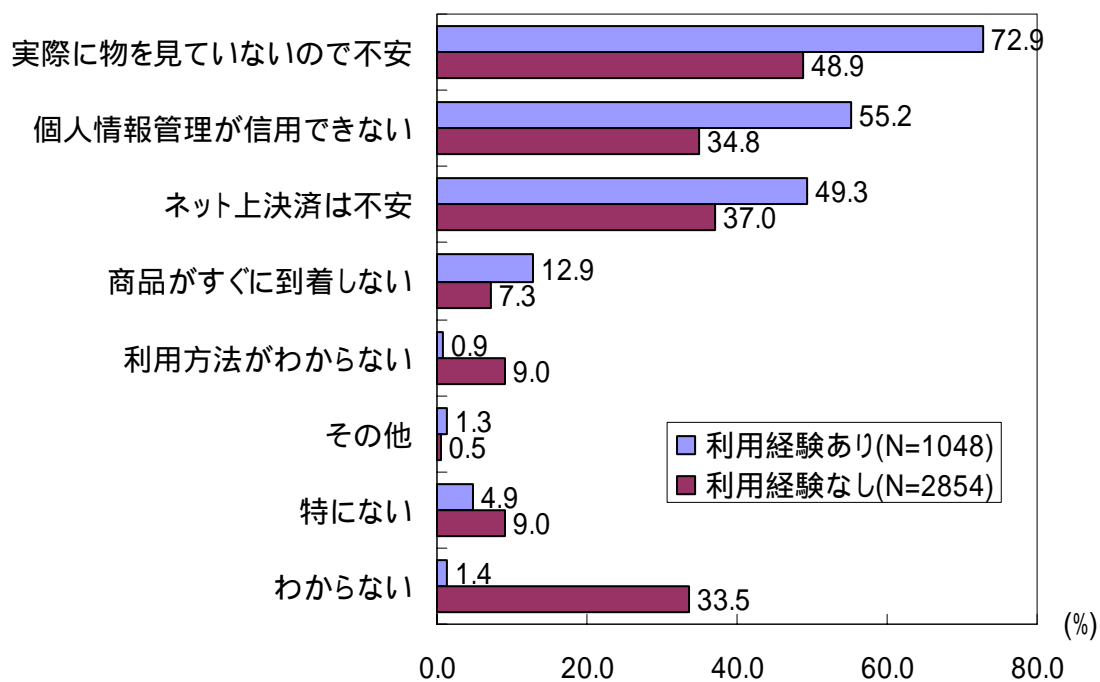
利用経験別 インターネットショッピングに対する考え(メリット)(複数回答)
<全世帯>



<デメリット>

全世帯において、インターネットショッピングの利用経験別にインターネットショッピングに対する考え(デメリット)をきいたところ、利用経験がある世帯では、「実際に物を見ていないので不安」と回答した世帯(72.9%)が最も多く、次いで、「個人情報の管理が信用できない」(55.2%)、「ネット上での決済は不安」(49.3%)の順であった。また、利用経験がない世帯でも、「実際に物を見ていないので不安」と回答した世帯が48.9%と最も多く、次いで、「ネット上での決済は不安」(37.0%)、「個人情報の管理が信用できない」(34.8%)の順であった。

利用経験別 インターネットショッピングに対する考え(デメリット)
(複数回答) <全世帯>



4. インターネットショッピングに対する今後の利用意向

問23 お宅では、今後インターネットショッピングを行いたいと思いますか。(は1つ)

全世帯において、インターネットショッピングの利用経験別にインターネットショッピングに対する今後の利用意向をきいたところ、利用経験がある世帯では、「行いたい」と回答した世帯(75.8%)が最も多かったが、一方、利用経験がない世帯では「行うつもりはない」と回答した世帯(66.1%)が最も多く、「行いたい」と回答した世帯は6.0%であった。

利用経験別 インターネットショッピング利用の今後の意向
<全世帯>

