

報道関係各位

2002年7月10日

博報堂 広報室

12～69才男女 5000人

今後、インターネットで購入してみたいモノ・サービス

トップは「飛行機・列車の座席予約」43.3%

博報堂は、常時さまざまな生活者調査を実施しておりますが、このたび、本年3月に調査した生活者調査のなかから「インターネットショッピングに関する意識」のデータがまとまりましたので、ご報告申し上げます。

このデータは、首都圏および関西の12～69才の男女合計5000名に対し、訪問面接調査で実施したもので、これによると、インターネット利用経験者は56.1%でした。

また、インターネット利用者の約1/4近く23.8%が、インターネットを通じたモノ・サービスの購入経験がありました。

「今後のインターネットを通じたモノ・サービスの購入意向」は全体の56.6%で、購入意向者に聞いた「インターネットで購入してみたいモノ・サービス」は、「飛行機・列車の座席予約」がトップで43.3%、続いて「ホテルやパッケージ旅行の予約：39.2%」「図書・雑誌：26.6%」「オークション：25.9%」「銀行預金・振込など：24.3%」となりました。ただし、「飛行機・列車の座席予約」や「ホテルやパッケージ旅行の予約」は中高年に人気がある一方、若年層は「音楽CDやビデオ」「画像・音楽などのデジタルデータ」の支持が高く、また、「オークション」は20～30代の支持が高いなど、年齢・性別に見てみると、「購入してみたいもの」にはかなり違いがあり、それぞれのマーケットのターゲット像の違いが明らかになりました。

◇調査概要◇

調査時期：2002年3月

調査地域：東京40Km圏および大阪/京都/神戸

調査対象：12～69才男女 合計5000名（人口比で割りつけ）

調査方法：訪問面接調査

本件に関するお問い合わせ

株式会社博報堂 広報室

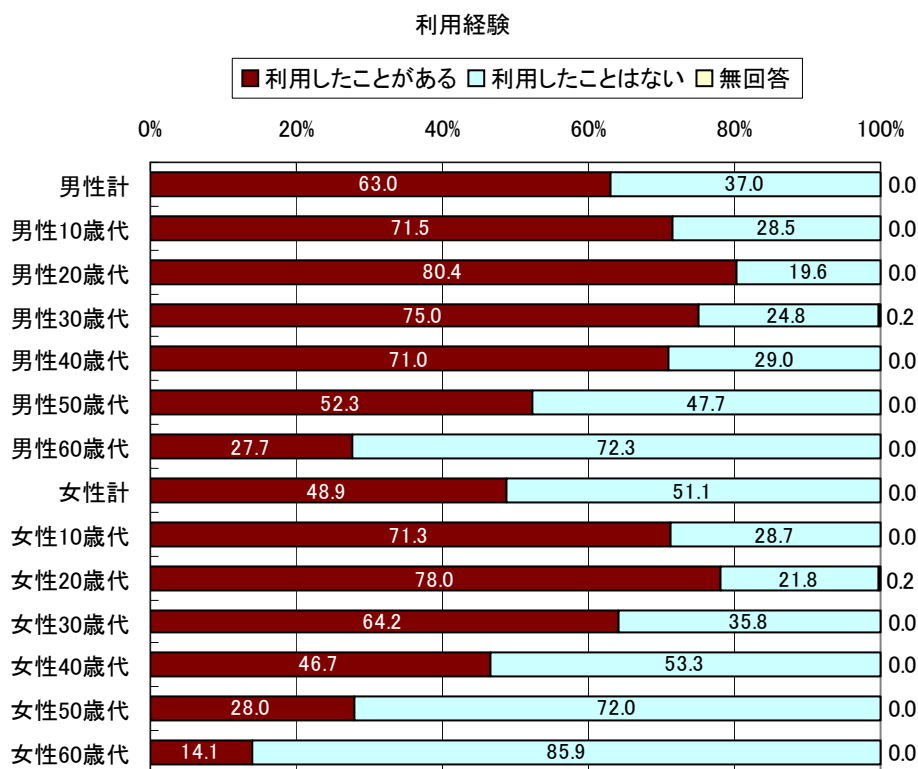
宮川 寺島

Tel：03-5446-6161

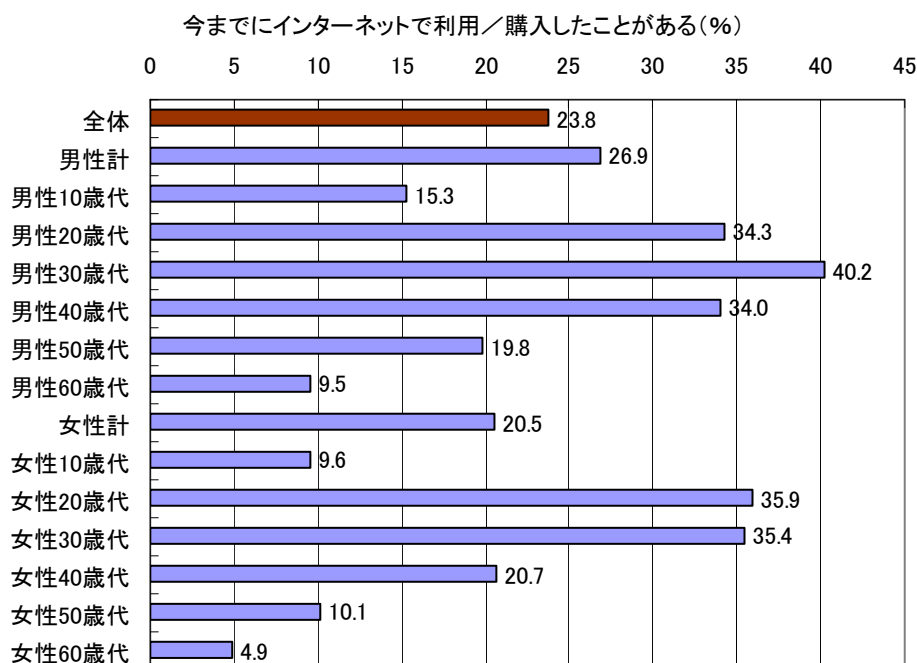
Fax：03-5446-6166

調査データ

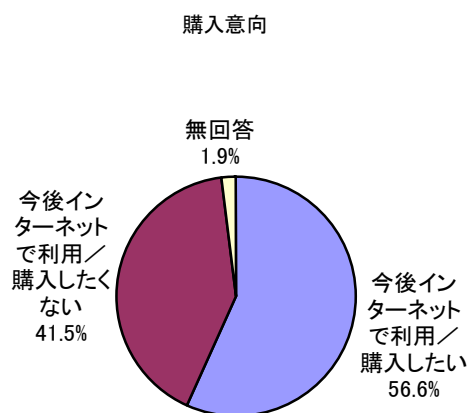
- ◇インターネット利用経験者の全体平均は56.1%。但し、男女、年代によって差がかなりあり、男性の10～40代と女性10～20代は利用経験70%以上であるのに対し、男性60代と女性の50～60代は30%以下となっています。



- ◇インターネットショッピングの経験者はネット経験者の1/4で、23.8%。ただし、男性20代～40代と女性20～30代は高く、3割以上がインターネットショッピングの経験あり。

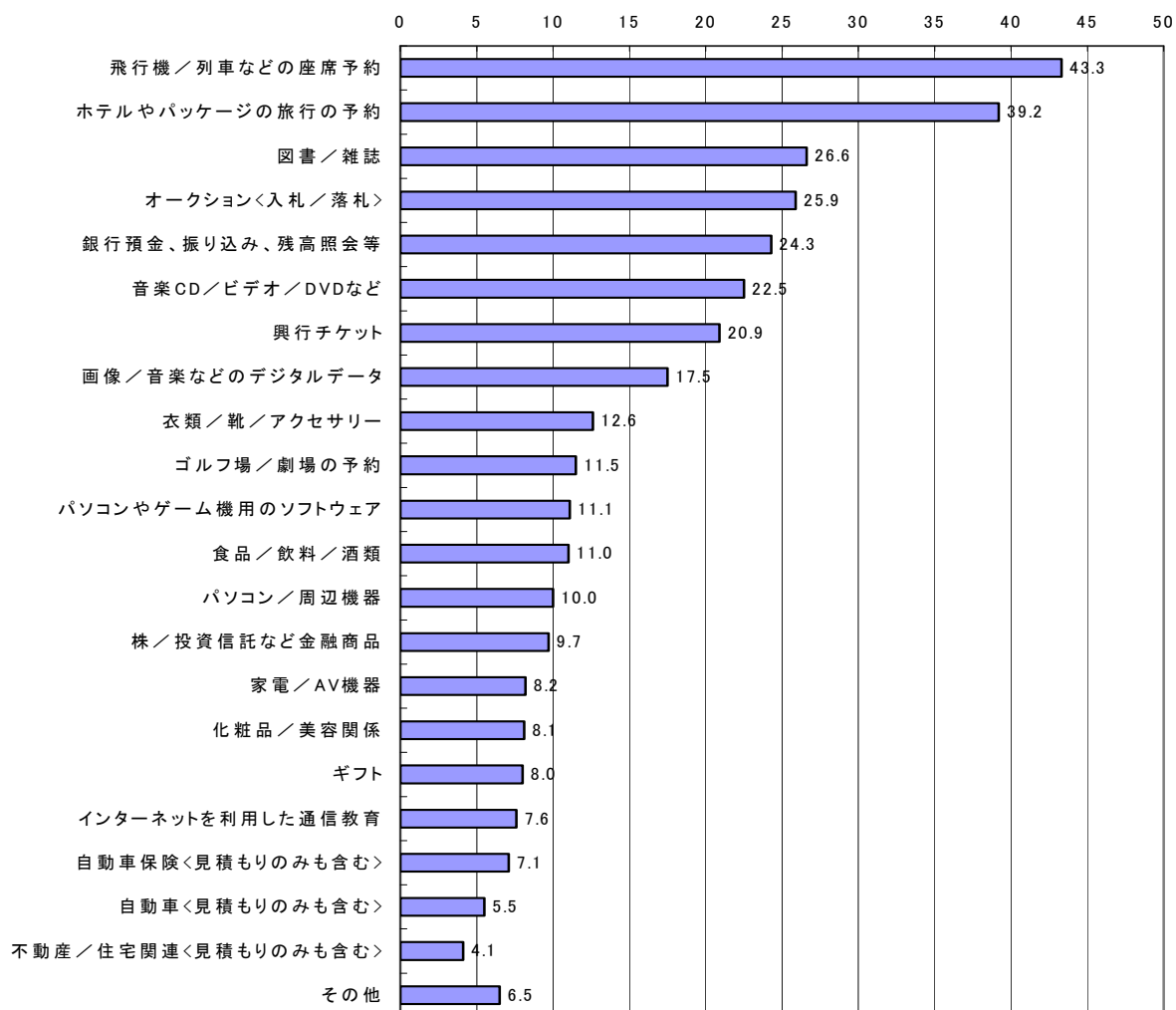


◇ 今後のインターネットショッピング利用意向は、全体（5000人）の56.6%で半数以上。特に、利用意向が高いのは、「男性30代:74.7%」と「女性20代:72.2%」「女性30代:72.0%」。



	今後インターネットで利用/購入したい
全体	56.6
男性計	58.9
男性10歳代	52.9
男性20歳代	67.2
男性30歳代	74.7
男性40歳代	66.8
男性50歳代	51.9
男性60歳代	33.0
女性計	54.2
女性10歳代	53.9
女性20歳代	72.2
女性30歳代	72.0
女性40歳代	58.9
女性50歳代	40.7
女性60歳代	25.5

◇ 今後、インターネットで購入したいモノ・サービスの全体（5000人）トップは「飛行機/列車などの座席予約:43.3%」。続いて「ホテルやパッケージ旅行の予約:39.2%」「図書・雑誌:26.6%」の順。



◇「今後 インターネットを使って購入したいモノ・サービス」を性別・年代別に見ると、それぞれのターゲット毎に興味のあるものが違う事が明らかになりました。

●10代に人気の「音楽CD/ビデオ・DVD」と「画像・音楽などのデジタルデータ」

10代の男女に人気が高いのは「音楽CD/ビデオ/DVD」「画像/音楽などのデジタルデータ」で、「音楽CD/ビデオ/DVD」は男女共に1位で（男性45.3%・女性50.8%）「画像/音楽などのデジタルデータ」も男性3位（28.9%）、女性2位（46.0%）となっています。また、男性10代からは「パソコンやゲーム機用のソフト：40.6%」女性10代からは「衣類/靴/アクセサリー：29.0%」が特徴的に支持されています。

●20代から人気の「オークション」。女性20代が支持する「化粧品/美容関係」。

20代の男女に人気が高いのは「オークション」。男性では1位で43.0%、女性では3位ですが34.9%が利用してみたいと答えています。また、男性は「音楽CD/ビデオ/DVD：34.0%」「画像/音楽などのデジタルデータ：27.8%」が比較的高く、女性では「化粧品/美容関係：21.5%」が特徴的に支持されています。。

●30代は、40代以上に人気のサービスと20代以下に人気のサービスが共存。

30代は、「飛行機/列車の座席予約」「ホテルやパッケージ旅行の予約」といったこの世代以降の人気が高いものが上位になっている一方、高年齢層からは拒否感の強い「オークション」も高スコア（男性：34.2%・女性：30.1%）です。また、この年代以降、人気の高い「銀行預金、振込など」もベスト5に入っています（男性27.3%・女性：27.6%）。

●「興行チケット」が40代女性から人気高まる。

40代、50代の利用したいものは比較的似ています。特徴的なのが、女性から人気の高い「興行チケット」。女性40代で32.0%、女性50代で31.2%の支持を受け、女性60代（29.5%）も含め、「興行チケット」は中高年女性に人気のサービスになりそうです。

●60代の男性から支持されている「株/投資信託など金融商品」。

60代の男性で特徴的なのが、「株/投資信託など金融商品」。29.4%の支持があり、全体平均9.7%に比べ、非常に高いスコアとなっています。「銀行預金、振込など」も33.8%の利用意向があり、今後の60代のインターネット人口の増加にしたがって、ネットバンキング、ネットトレードは、これまで以上に人気のあるインターネットサービスになりそうです。

（次ページにデータを添付しております）

◇今後インターネットを利用して購入したいモノ・サービス 年代・性別ベスト5

男性10代 (%)

1	音楽CD/ビデオ/DVDなど	45.3
2	パソコンやゲーム機用のソフト	40.6
3	画像/音楽などのデジタルデータ	28.9
4	オークション<入札/落札>	27.3
5	図書/雑誌	19.5

女性10代 (%)

1	音楽CD/ビデオ/DVDなど	50.8
2	画像/音楽などのデジタルデータ	46.0
3	図書/雑誌	32.3
4	衣類/靴/アクセサリ	29.0
5	オークション<入札/落札>	21.8

男性20代 (%)

1	オークション<入札/落札>	43.0
2	飛行機/列車などの座席予約	34.6
3	音楽CD/ビデオ/DVDなど	34.0
4	画像/音楽などのデジタルデータ	27.8
5	図書/雑誌	27.2

女性20代 (%)

1	ホテルやパッケージの旅行予約	41.7
2	飛行機/列車などの座席予約	40.4
3	オークション<入札/落札>	34.9
4	図書/雑誌	23.4
5	化粧品/美容関係	21.5

男性30代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	41.8
2	ホテルやパッケージの旅行予約	35.1
3	オークション<入札/落札>	34.2
4	銀行預金、振込み、残高	27.3
5	図書/雑誌	24.8

女性30代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	45.6
2	ホテルやパッケージの旅行予約	44.2
3	オークション<入札/落札>	30.1
4	銀行預金、振込み、残高	27.6
5	図書/雑誌	24.3

男性40代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	51.7
2	ホテルやパッケージの旅行予約	41.5
3	図書/雑誌	30.9
4	銀行預金、振込み、残高	28.3
5	オークション<入札/落札>	23.8

女性40代 (%)

1	ホテルやパッケージの旅行予約	50.0
2	飛行機/列車などの座席予約	46.4
3	興行チケット	32.0
4	図書/雑誌	30.6
5	銀行預金、振込み、残高	28.4

男性50代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	47.9
2	ホテルやパッケージの旅行予約	38.1
3	銀行預金、振込み、残高	26.1
4	図書/雑誌	23.3
5	オークション<入札/落札>	20.2

女性50代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	64.9
2	ホテルやパッケージの旅行予約	58.4
3	興行チケット	31.2
4	銀行預金、振込み、残高	30.7
5	図書/雑誌	29.2

男性60代 (%)

1	ホテルやパッケージの旅行予約	51.5
2	飛行機/列車などの座席予約	51.5
3	銀行預金、振込み、残高	33.8
4	図書/雑誌	30.9
5	株/投資信託など金融商品	29.4

女性60代 (%)

1	飛行機/列車などの座席予約	62.9
2	ホテルやパッケージの旅行予約	61.0
3	興行チケット	29.5
4	図書/雑誌	28.6
5	銀行預金、振込み、残高	26.7