

報道関係者各位

株式会社BCN

〒113-0033 東京都文京区本郷 3-18-14本郷ダイヤビル6F

TEL 03-4236-5200 FAX 03-3818-3006

本件に関するお問い合わせは下記をお願いします。

BCN 西尾 治親

<http://ranking.computernews.com/>

インターネットショッピングに関するアンケート調査 PC/PC関連製品で購入したものは、「PCソフト」が5割強を占めトップ

株式会社BCN（本社：東京都文京区、代表取締役社長 奥田喜久男）は、9月中旬にWeb上でインターネットショッピングに関するアンケート調査を行った。その結果、インターネットショッピングの利用率は9割強に達し、インターネットショッピングのサイトを選ぶ際に重視する点としては、『安さ』、『多様な支払い方法』をポイントにしていることがわかった。

また、インターネットショッピングで購入したものでは、『書籍、雑誌』、『PC/PC関連製品』がともに5割以上と上位2項目を占めた。「PC/PC関連製品」で具体的に購入したものとしては、「PCソフト」が5割強を占めダントツのトップとなった。PCソフトの店頭販売では、前年割れの水準が続き停滞気味となっているが、インターネットによるダウンロード販売などで、購入経路が分散されていることも一因になっていると思われる。

* BCNは、全国のパソコン専門店、家電販売店18社（アロシステム、エイデン、大塚商会、ギガスケーズデンキ、グッドウィル、さくらや、上新電機、ソフマップ、ZOA、九十九電機、T・ZONEストラテジィ、デオデオ、ニノミヤ、100満ポルト、ビックカメラ、ピーシーデポコーポレーション、ベスト電器、ラオックス=50音順）2,205店舗（2005年8月末現在）の販売データをデイリーで収集し配信するBCNランキングを公表しています。このデータをもとに、PCリテール市場の動向を分析したニュース配信を行っています。

インターネットの接続では、ブロードバンド対応が一般的になるなど、インターネットの利用環境の整備は一段と進展してきている。こうした状況のなか、BCNでは、PCユーザーのインターネットショッピングの利用状況などを把握すること目的に、9月中旬、Web上でアンケートを行った。有効回答数は、2,547件で、インターネットショッピングを「利用したことがない」とする回答は9.4%にとどまり、利用頻度の程度の差はあるものの9割強が「利用経験がある」との結果となっている（図1）

図1 インターネットショッピングの利用状況

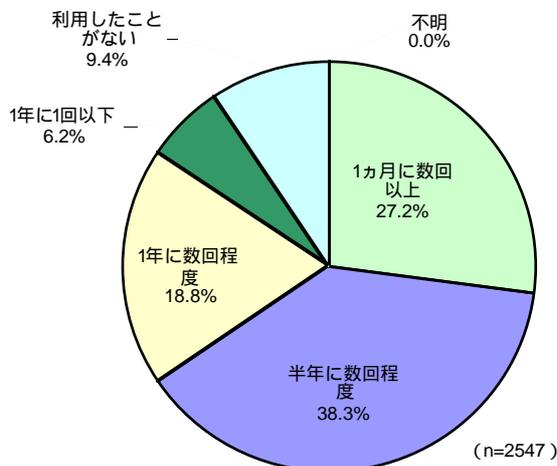
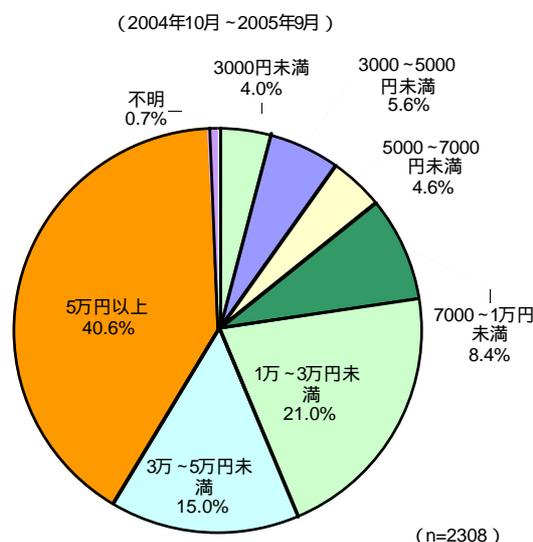


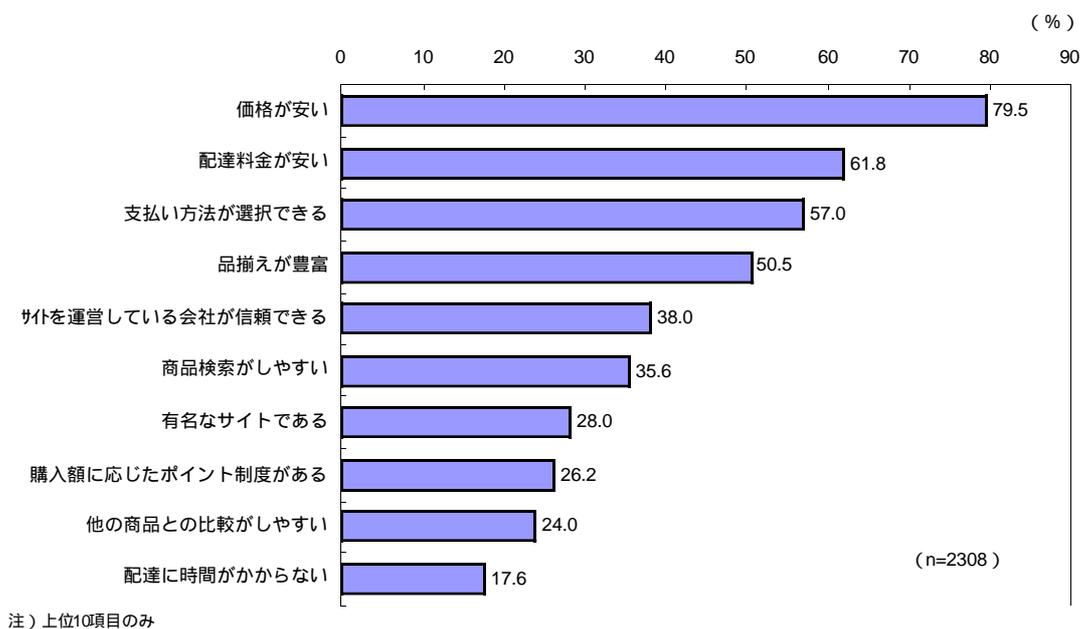
図2 ここ1年間における購入合計金額



インターネットショッピングの利用経験があるとする回答者に、ここ1年間（2004年10月～2005年9月）のインターネットショッピングでの購入合計金額を聞いたところ、「5万円以上」（40.6％）が4割強を占め最も多く、1万円以上が全体の7割台半ばを占めている（図2）

インターネットショッピングでのサイトを選ぶ際に重視する点については、「価格が安い」（79.5％）が約8割を占め最も多く、「配達料金が安い」（61.8％）「支払い方法が選択できる」（57.0％）と続いている。『安さ』や『多様な支払い方法』がサイトを選ぶ際の重要な要素となっている様子が見受けられる（図3）

図3 サイトを選ぶ際に重視する点（複数回答）



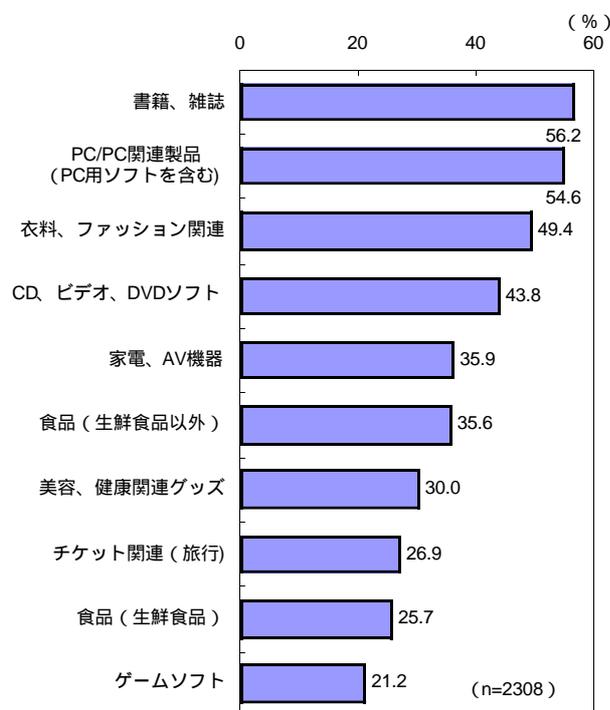
インターネットショッピングで購入したものでは、「書籍、雑誌」（56.2％）「PC/PC関連製品（PC用ソフトを含む）」（54.6％）がいずれも5割以上と上位を占めている（図4）。また、「PC/PC関連製品」を選択した回答者に、その具体的な製品を聞いたところ、「PCソフト」（50.3％）が5割強を占めトップで、以下「PC（デスクトップ）」（34.7％）「PCパーツ（CPU、PCケース、電源等）」（23.8％）の順となった（図5）。PCソフトの店頭販売では、昨年に続き年初以来前年割れの水準と低調に推移しているが、こうしたインターネットショッピングでの購入が浸透しつつあるなど、購入経路が分散していることも影響していると考えられる。

また、インターネットショッピングの利用未経験者に、利用していない理由を聞いたところ、「支払い・返品・商品取り替え時のトラブルが不安だから」（51.5％）「商品が写真ではよくわからないから」（44.4％）「個人情報の管理に不安があるから」（41.4％）をあげる回答が多く、売り手や商品を実際に見ないことなどによる不安感が大きな足枷になっているようだ（図6）

インターネットショッピングの利用率は9割強と高いものの、その利用に対する不安感は大きく、利用経験者の中にも自由意見で「カード決済時のフィッシングが怖い」や「だまされやしないか不安で、信頼できる特定のサイトのみで利用している」といった回答が多くみられ、今後インターネットショッピングの利用浸透を図るには、こうした種々の不安を取り除いていくことが重要な施策になってくると考えられる。

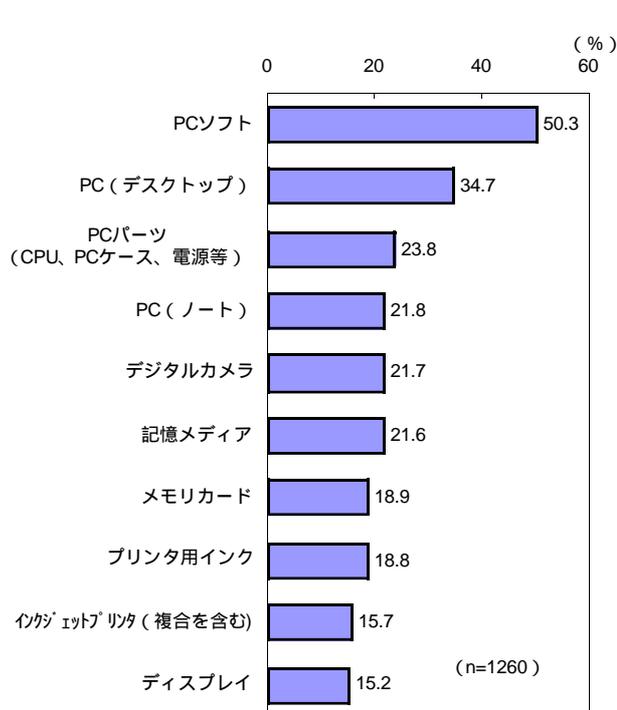
News Release

図4 ネットショッピングで購入したもの（複数回答）



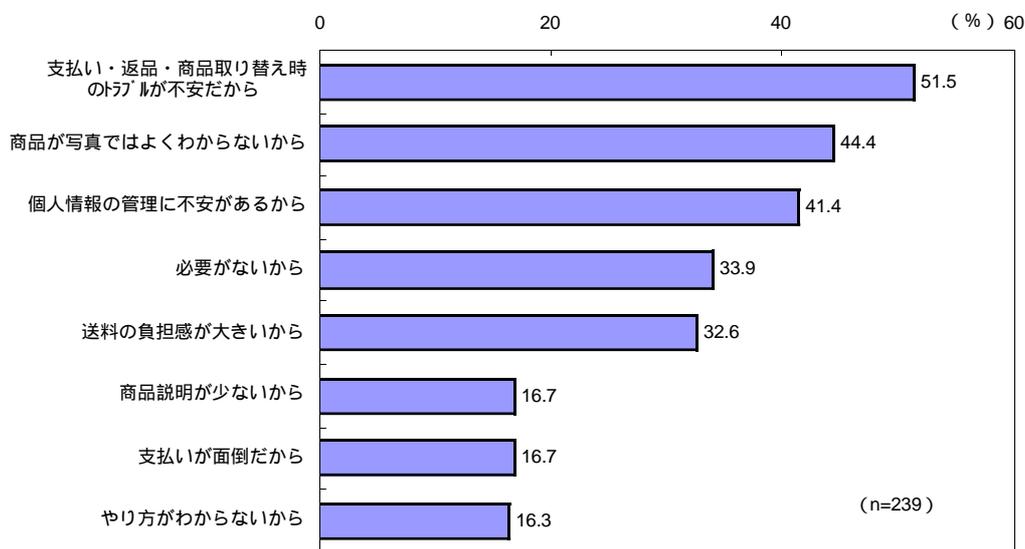
注) 上位10項目のみ

図5 PC/PC関連で購入した製品（複数回答）



注) 上位10項目のみ

図6 インターネットショッピングを利用したことがない理由（利用未経験者：複数回答）



注) 上位8項目のみ

調査概要 調査期間：2005年9月15日～20日 調査方法：弊社ホームページ（WebBCN）でのアンケート 回答数：2,547件	回答者のプロフィール 性別：男性 57.2% 女性 42.8% 年齢：30歳未満 14.5% 30～40歳未満 32.4% 40～50歳未満 34.5% 50～60歳未満 13.2% 60歳以上 5.3% 不明 0.1% PC利用歴：5年未満 17.9% 5～10年未満 39.8% 10～15年未満 19.7% 15～20年未満 9.4% 20年以上 13.1%
--	--

本リリースについて、今後メールでの配信をご希望の方がいらっしゃれば、対応させていただきます。
 お名前・会社名をメールにてお知らせ下さい。 お問い合わせ先：release@bcn.co.jp