

<ジーコム独自調査レポート No.121>

# 福岡県居住者のネットショッピングの利用 に関する調査

2019年2月

# 調査概要

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡県在住の20～69歳の男女で、直近1年間のインターネットショッピング利用層

## 3. 調査時期

2019年1月11日（金）～1月18日（金）

## 4. 調査規模

402サンプル

### 【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	180	44.8
女性	222	55.2
全体	402	100.0

■年齢	件数	構成比(%)
20代	54	13.4
30代	91	22.6
40代	93	23.1
50代	91	22.6
60代	73	18.2
全体	402	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	232	57.7
福岡市以外都市圏	85	21.1
その他福岡県	85	21.1
全体	402	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	110	27.4
既婚	292	72.6
全体	402	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	132	32.8
公務員	17	4.2
団体職員・病院勤務	11	2.7
経営者・会社役員	6	1.5
派遣社員・契約社員	26	6.5
商工自営	19	4.7
農林漁業	0	0.0
自由業	7	1.7
学生	8	2.0
パート・アルバイト	50	12.4
主婦(主夫)専業	94	23.4
無職	30	7.5
その他	2	0.5
全体	402	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%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・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都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

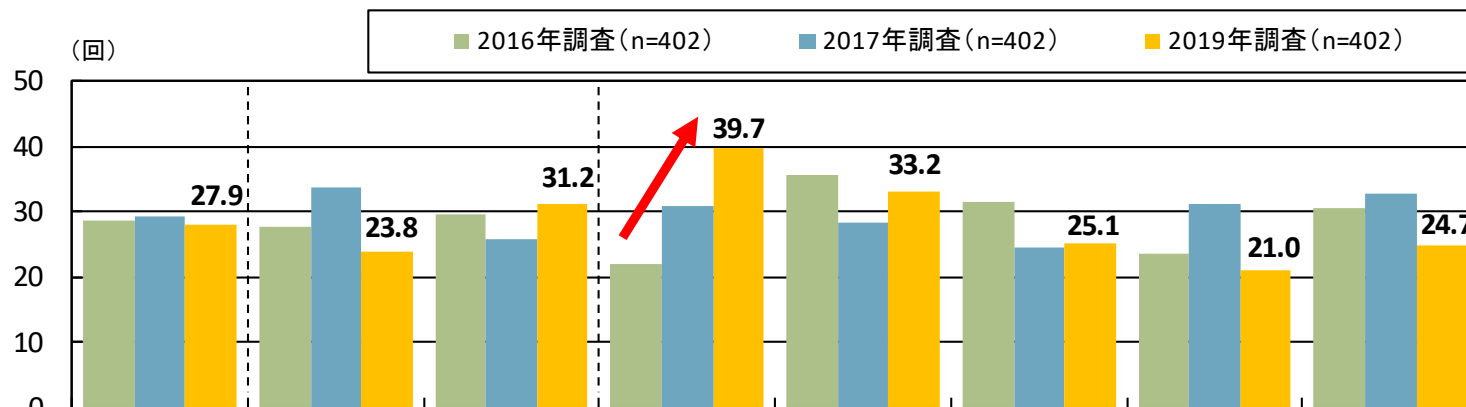
# 1. ネットショッピングの利用頻度

ネットショッピングの年間平均利用回数は27.9回と前回調査から微減。若年層で回数が増加し、中高年層との間で差が生じる。

ネットショッピング利用者の利用頻度は、「月2～3回」と「月1回程度」の割合が26.9%で最も高い。年間平均利用回数は27.9回で、前回調査（29.4回）から微減した。

- ・性別で見ると、女性は男性と比べて年間平均利用回数は多い。
- ・年代別で見ると、20代の年間平均利用回数は他の年代と比べて最も多く、2016年の調査から各年代で唯一伸び続けている。

◆ネットショッピングの年間平均利用回数【単一回答】



調査年	調査数	全体	性別		年代別				
			男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
2019年調査	402	27.9	23.8	31.2	39.7	33.2	25.1	21.0	24.7
2017年調査	402	29.4	33.7	25.8	30.9	28.5	24.5	31.2	32.7
2016年調査	402	28.7	27.8	29.5	22.1	35.7	31.5	23.5	30.5

\* 年間平均利用回数: 「週5回以上」=286、「週3～4回」=182、「週1～2回」=78、「月2～3回」=30、「月1回程度」=12、「2～3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1として加重平均値を算出。

◆ネットショッピングの年間平均利用回数【単一回答】

		調査数	【%】							【回】	
			週5回以上	週3～4回	週1～2回	月2～3回	月1回程度	2～3ヶ月に1回	半年に1回程度	年に1回程度	年間平均利用回数
全体		402	1.7	1.2	10.4	26.9	26.9	20.6	9.7	2.5	27.9
性別	男性	180	0.6	0.6	11.1	26.7	27.8	19.4	11.7	2.2	23.8
	女性	222	2.7	1.8	9.9	27.0	26.1	21.6	8.1	2.7	31.2
年代別	20代	54	3.7	3.7	13.0	25.9	29.6	16.7	7.4	0.0	39.7
	30代	91	4.4	1.1	6.6	30.8	26.4	17.6	11.0	2.2	33.2
	40代	93	0.0	1.1	11.8	33.3	22.6	20.4	8.6	2.2	25.1
	50代	91	0.0	1.1	9.9	20.9	30.8	22.0	12.1	3.3	21.0
	60代	73	1.4	0.0	12.3	21.9	26.0	26.0	8.2	4.1	24.7

\* 年間平均利用回数:「週5回以上」=286、「週3～4回」=182、「週1～2回」=78、「月2～3回」=30、「月1回程度」=12、「2～3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1として加重平均値を算出。

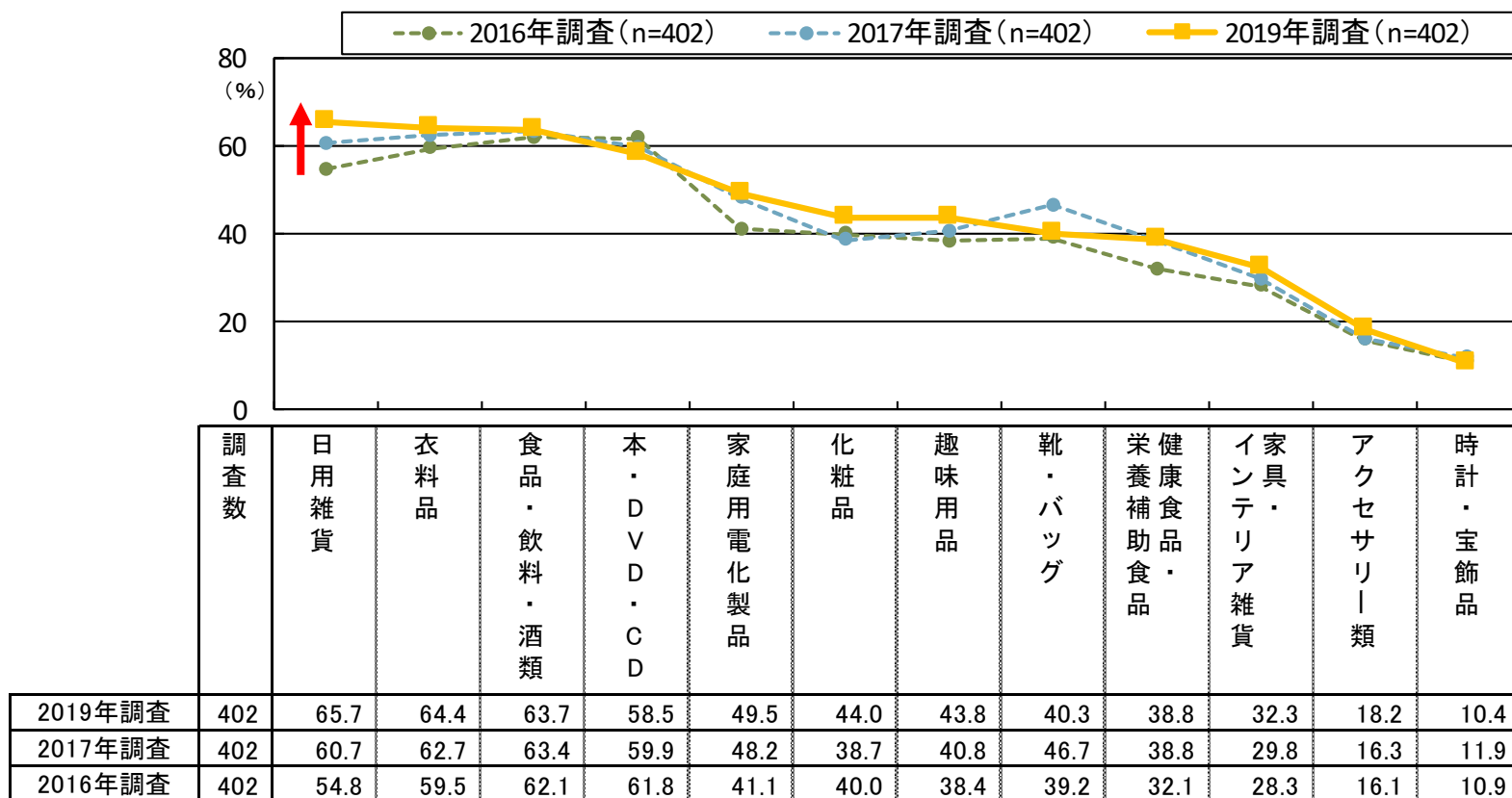
## 2-1. 商品別の年間購入率

「日用雑貨」の購入率が伸び続け、前回3位からトップに。女性は最寄品の購入率が高い。

1年間の商品購入率は、「日用雑貨」の割合が65.7%で最も高く、次いで「衣料品」64.4%、「食品・飲料・酒類」63.7%の順である。「日用雑貨」のみが2016年調査から10ポイント以上購入率が増えた。

- ・性別で見ると、男性は「家庭用電化製品」「趣味用品」の割合が、女性は「日用雑貨」「衣料品」「食品・飲料・酒類」「化粧品」の割合が他方と比べて高い。
- ・年代別で見ると、20代は「化粧品」「家具・インテリア雑貨」、40代は「趣味用品」の割合が他の年代と比べて高い。

◆商品別の年間購入率【単一回答】



\*年間購入率: 全体値から「この1年間は購入していない/購入したことがない」を差し引いた値

◆商品別の年間購入率【単一回答】

														【%】
		調査数	日用雑貨	衣料品	食品・飲料・酒類	本・DVD・CD	家庭用電化製品	化粧品	趣味用品	靴・バッグ	健康食品・栄養補助食品	家具・インテリア雑貨	アクセサリ類	時計・宝飾品
全体		402	65.7	64.4	63.7	58.5	49.5	44.0	43.8	40.3	38.8	32.3	18.2	10.4
性別	男性	180	57.8	56.1	55.0	63.3	56.1	16.1	49.4	38.3	37.2	27.8	12.8	12.2
	女性	222	72.1	71.2	70.7	54.5	44.1	66.7	39.2	41.9	40.1	36.0	22.5	9.0
年代別	20代	54	66.7	70.4	63.0	61.1	38.9	57.4	48.1	42.6	37.0	44.4	24.1	14.8
	30代	91	68.1	70.3	59.3	53.8	47.3	48.4	38.5	39.6	35.2	37.4	18.7	8.8
	40代	93	66.7	72.0	66.7	67.7	52.7	50.5	57.0	47.3	38.7	37.6	19.4	14.0
	50代	91	69.2	60.4	68.1	65.9	52.7	31.9	36.3	33.0	41.8	25.3	13.2	7.7
	60代	73	56.2	47.9	60.3	41.1	52.1	35.6	39.7	39.7	41.1	19.2	17.8	8.2

\*年間購入率: 全体値から「この1年間は購入していない/購入したことがない」を差し引いた値

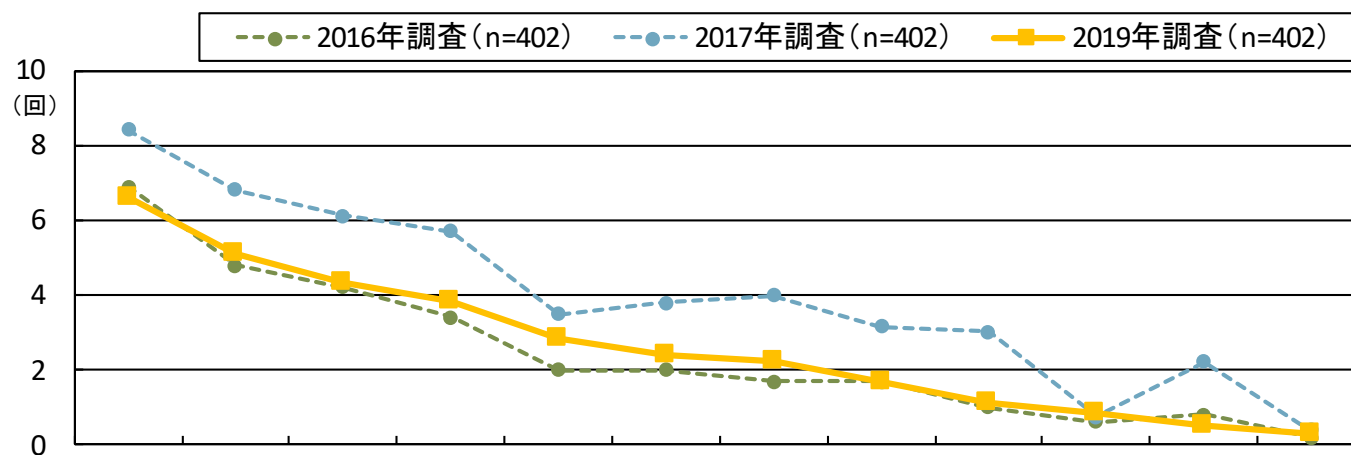
## 2-2. 商品別の年間平均購入回数

年間平均購入回数は、購入率が伸びた「日用雑貨」や「衣料品」なども含め、ほとんどの項目で前回調査から減少。

商品別の年間平均購入回数は、「食品・飲料・酒類」の回数が6.6回で最も多く、次いで「日用雑貨」5.1回、「本・DVD・CD」4.3回の順である。「家具・インテリア雑貨」以外の商品の購入回数が前回調査から減少し、2016年調査時並みの回数となった。

- ・性別で見ると、女性は男性と比べて「日用雑貨」の年間平均購入回数が多い。
- ・年代別で見ると、20代は他の年代と比べて「日用雑貨」「衣料品」「趣味用品」の年間平均購入回数が多い。

◆商品別の年間平均購入回数【単一回答】



調査年	調査数	食品・飲料・酒類	日用雑貨	本・DVD・CD	衣料品	趣味用品	化粧品	栄養補助食品・健康食品	靴・バッグ	家庭用電化製品	家具・インテリア雑貨	アクセサリ類	時計・宝飾品
2019年調査	402	6.6	5.1	4.3	3.8	2.8	2.4	2.2	1.6	1.1	0.8	0.5	0.3
2017年調査	402	8.4	6.8	6.1	5.7	3.5	3.8	4.0	3.2	3.0	0.7	2.2	0.4
2016年調査	402	6.9	4.8	4.2	3.4	2.0	2.0	1.7	1.7	1.0	0.6	0.8	0.2

\* 年間平均購入回数:「週5回以上」=286、「週3~4回」=182、「週1~2回」=78、「月2~3回」=30、「月1回程度」=12、「2~3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「この1年間は購入していない/購入したことがない」=0として加重平均値を算出。

◆商品別の年間平均購入回数【単一回答】

		調査数	食品・飲料・酒類	日用雑貨	本・DVD・CD	衣料品	趣味用品	化粧品	健康食品・栄養補助食品	靴・バッグ	家庭用電化製品	家具・インテリア雑貨	アクセサリ類	時計・宝飾品
全体		402	6.6	5.1	4.3	3.8	2.8	2.4	2.2	1.6	1.1	0.8	0.5	0.3
性別	男性	180	5.6	3.2	5.8	2.4	2.6	0.9	1.9	1.4	1.4	0.6	0.3	0.4
	女性	222	7.4	6.6	3.2	5.0	3.0	3.6	2.5	1.9	0.9	1.0	0.7	0.2
年代別	20代	54	7.1	11.5	4.0	7.7	6.6	4.7	3.5	3.6	1.4	2.0	1.0	0.5
	30代	91	8.1	5.8	3.4	3.4	2.4	2.5	1.8	1.6	1.2	0.8	0.5	0.2
	40代	93	5.9	4.2	6.2	4.3	2.7	2.4	1.5	1.7	1.0	0.8	0.6	0.4
	50代	91	6.9	3.4	4.8	2.4	2.1	1.0	2.4	1.1	1.0	0.5	0.2	0.3
	60代	73	4.7	2.8	2.8	2.9	1.6	2.3	2.3	0.9	1.3	0.4	0.4	0.2

\* 年間平均購入回数:「週5回以上」=286、「週3~4回」=182、「週1~2回」=78、「月2~3回」=30、「月1回程度」=12、「2~3ヶ月に1回」=4.8、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「この1年間は購入していない/購入したことがない」=0として加重平均値を算出。



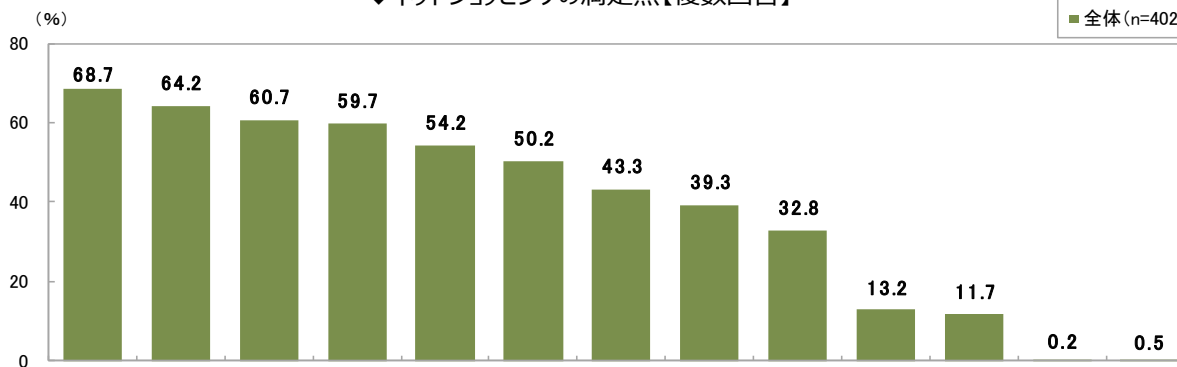
### 3. ネットショッピングの満足点

女性はポイントのお得感に加え、商品の品定めができることにメリットを感じている。

ネットショッピングの満足点は、「わざわざ出かけなくても買い物ができる」の割合が68.7%で最も高く、次いで「安い価格で買える」64.2%、「比較して購入できる」60.7%の順である。

- 性別で見ると、女性は男性と比べて「比較して購入できる」「ポイントが貯まる」「他の人の評価をチェックできる」の割合が高い。
- 年代別で見ると、20代は「他の人の評価をチェックできる」、40代は「比較して購入できる」の割合が他の年代と比べて高い。

◆ネットショッピングの満足点【複数回答】



調査数	わざわざ出かけなくても買い物ができる	安い価格で買える	比較して購入できる	配達してくれる	欲しい商品が見つけやすい	早期や深夜でも買い物できる	ポイントが貯まる	他の人の評価をチェックできる	入手しにくい商品が購入できる	店員とのやり取りが不要	商品説明が詳しい	その他	特にない		
全体	402	68.7	64.2	60.7	59.7	54.2	50.2	43.3	39.3	32.8	13.2	11.7	0.2	0.5	
性別	男性	180	63.9	67.8	55.0	56.7	56.1	49.4	35.0	32.2	33.9	13.3	11.1	0.6	0.6
	女性	222	72.5	61.3	65.3	62.2	52.7	50.9	50.0	45.0	32.0	13.1	12.2	0.0	0.5
年代別	20代	54	72.2	63.0	64.8	61.1	53.7	51.9	46.3	53.7	29.6	13.0	13.0	0.0	0.0
	30代	91	63.7	69.2	60.4	59.3	51.6	46.2	48.4	36.3	28.6	9.9	13.2	0.0	0.0
	40代	93	64.5	68.8	71.0	57.0	57.0	48.4	43.0	41.9	41.9	16.1	10.8	0.0	0.0
	50代	91	73.6	61.5	52.7	61.5	56.0	52.7	36.3	39.6	34.1	15.4	9.9	1.1	0.0
	60代	73	71.2	56.2	54.8	60.3	52.1	53.4	43.8	28.8	27.4	11.0	12.3	0.0	2.7

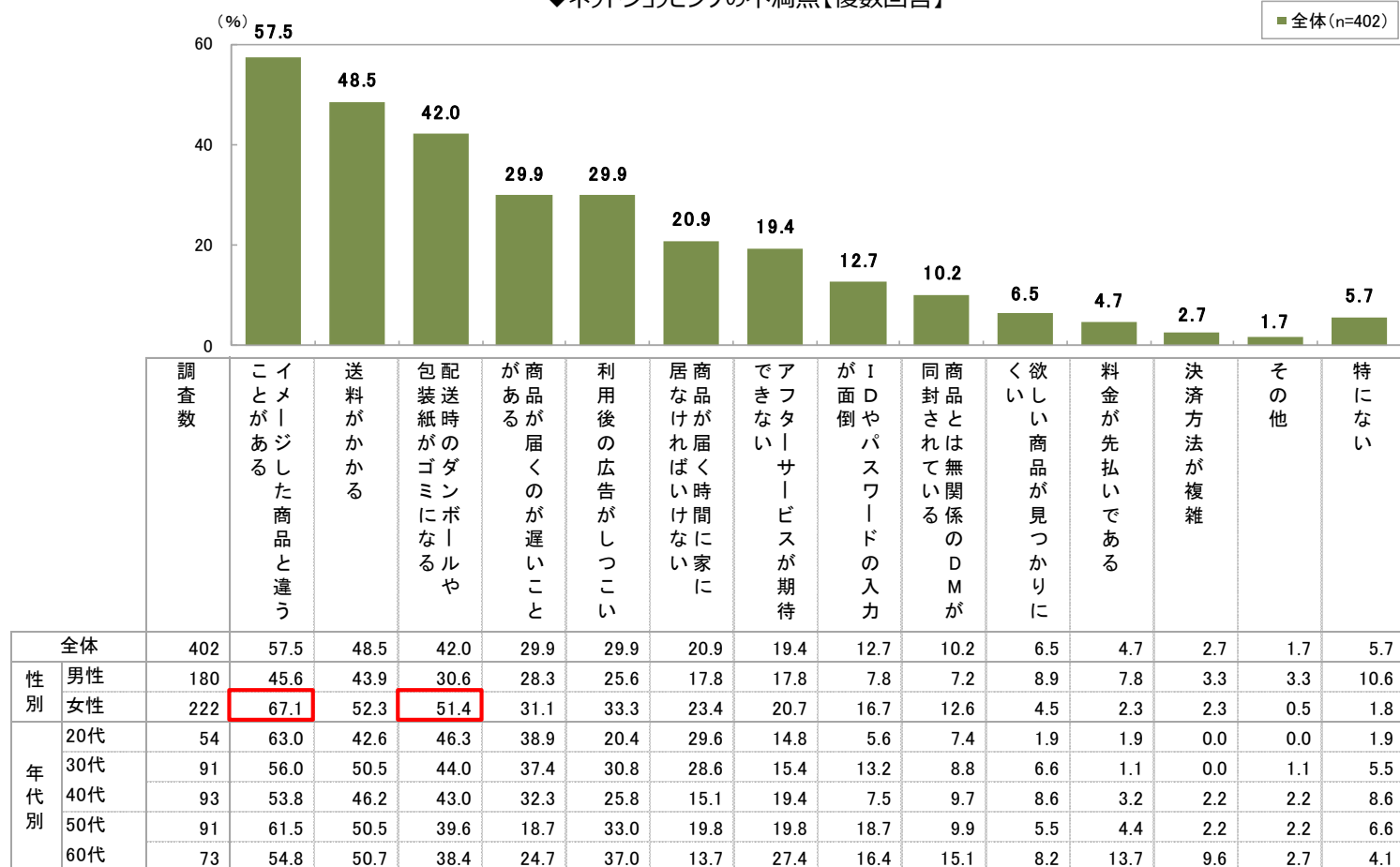
## 4. ネットショッピングの不満点

全体的に男性よりも女性で不満を感じる割合が高く、女性の7割弱が「イメージと実物のギャップ」の経験あり。

ネットショッピングの不満点は、「イメージした商品と違うことがある」の割合が57.5%で最も高く、次いで「送料がかかる」48.5%、「配送時のダンボールや包装紙がゴミになる」42.0%の順である。

- ・性別で見ると、女性は男性と比べて「イメージした商品と違うことがある」「配送時のダンボールや包装紙がゴミになる」の割合が高い。
- ・年代別では大きな差は見られない。

◆ ネットショッピングの不満点【複数回答】



発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : [inq@gcom-net.co.jp](mailto:inq@gcom-net.co.jp)