

「テレビショッピング理解度調査2010」 調査報告書

2010年4月**日

株式会社QVCジャパン

目次

＜項目＞	Page
調査概要	3
回答者内訳(年齢、性別)	4
総括	5
質問項目	6
調査結果の詳細	7
Q1.テレビショッピング利用度	8
Q2.テレビショッピング利用頻度	9
Q2-2.テレビショッピング視聴番組	10
Q2-3. 24時間生放送型テレビショッピングの利用理由	11
Q3.テレビショッピングの違いについての認知度	12
Q4.「安心」と感じる買い物の方法	13
Q5.「便利」と感じる買い物の方法	14
Q6.「楽しい」と感じる買い物の方法	15
クロス集計結果分析	16 ~17
フリーコメントカテゴリー一覧	18
主なフリーコメント	19~20

調査概要

///「テレビショッピング理解度調査2010」

■調査目的:

一般市民における24時間生放送型テレビショッピングの認知度、理解度を調査し、長所や魅力を訴求する。

■調査期間 : 2010年1月25日～2月24日

■調査方法 : 調査サイトを設定したインターネット調査
(ヤフー他 キャンペーンサイトからの誘導)

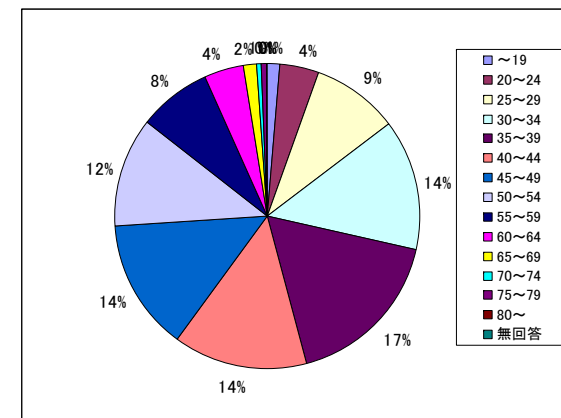
■サンプル数 : 9,970人(男性3,572名、女性6,398名)

■調査地域 : 全国各地

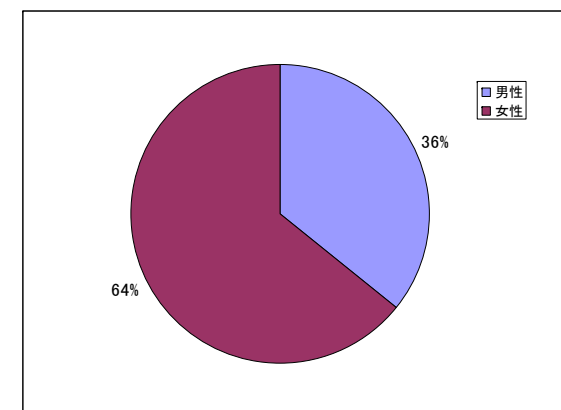
回答者内訳(年齢、性別)

回答者内訳:

年齢	女性	男性	小計
～19	71	57	128
20～24	287	138	425
25～29	645	279	924
30～34	988	400	1,388
35～39	1,178	518	1,696
40～44	927	482	1,409
45～49	907	483	1,390
50～54	702	475	1,177
55～59	424	338	762
60～64	175	233	408
65～69	54	105	159
70～74	20	34	54
75～79	13	25	38
80～	3	5	8
無回答/非該当	4	0	4
合計	6,398	3,572	9,970



年齢別 グラフ



男女別 グラフ

総括

///アンケート調査結果から

今回の調査結果により、対象者9,970名のうち、テレビショッピングを利用したことがある人は男女平均で63.4%となり、約2/3の人が利用経験者であることが分かった。

主な利用者は50代～60代が平均70%以上と最も多く、30代～40代も60%以上が利用したことがあると回答しており、幅広い層に支持されているという結果が得られた。

また、女性の利用者は70%、男性の利用者も全体の52.4%以上となり、男女ともにテレビショッピングを受け入れているといえる。

テレビショッピング利用者が60%以上に達する方で、24時間生放送型テレビショッピングと録画放送型テレビショッピングの違いを理解している人は46%にとどまった。楽しくお買い物ができると感じる項目では、24時間生放送型テレビショッピングがインターネットでのショッピングに次いで高い評価を受けた。

「安心」「便利」「楽しい」と感じる買い物の方法の調査においては、24時間生放送型テレビショッピング利用者とテレビショッピングを利用したことがない人とを比較すると、2倍以上の差で前者が24時間生放送型テレビショッピングを高く評価していることが分かった。

質問項目

Q1. テレビショッピングを利用したことがありますか？

Q2-1. (「1.」の質問で「はい」とお答えの方にお聞きます)

過去テレビショッピングをご利用された回数ほどのくらいですか？

Q2-2. (「1.」の質問で「はい」とお答えの方にお聞きます、複数回答可)

ご利用になったことのあるテレビショッピングの番組は何ですか？

Q2-3. (「1.」の質問で「はい」とお答えの方にお聞きます、複数回答可)

「2. (2)」で「QVC」もしくは「ショップチャンネル」を選んだ方にお聞きます。

QVCやショップチャンネルのような24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由は何ですか？

Q3. テレビショッピングには、「専門チャンネルをもつ24時間生放送型(QVCやショップチャンネル)」と「録画放送型のテレビショッピング番組」の2種類があることをご存知ですか？

Q4. 安心してお買い物をできると感じる項目にチェックしてください。(複数回答可)

Q5. 便利に買い物ができると感じる項目にチェックしてください。(複数回答可)

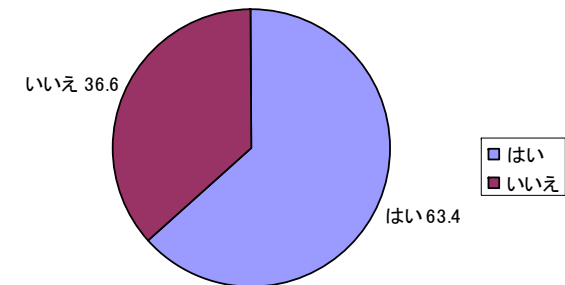
Q6. 楽しくお買い物をできると感じる項目にチェックしてください。(複数回答可)

/// 調査結果の詳細

Q1.テレビショッピング利用度

Q1.テレビショッピングを利用したことがありますか？
（有効回答数 9,782名、NA 188名）

	全体数(%)	男性(%)	女性(%)
はい	6,201 (63.4%)	1,831 (52.4%)	4,370 (69.5%)
いいえ	3,581 (36.6%)	1,660 (47.6%)	1,921 (30.5%)
合計	9,782 (100%)	3,491 (100%)	6,291 (100%)



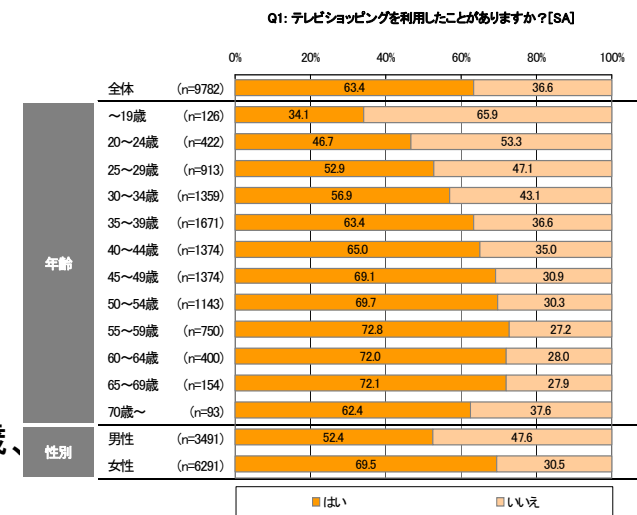
全体の約2/3の方がテレビショッピングの利用経験を示している。
テレビショッピングが社会に受け入れられているといえる。

■女性の7割、男性の5割がテレビショッピング経験者。

テレビショッピング利用の有無については、男性より女性の「はい」の回答率が18%高い。一方で、男性も52.4%と過半数がテレビショッピング経験者である。テレビショッピングは男女ともに受け入れられていると言える。

■テレビショッピングは50代～60代が主な利用者。30代、40代でも60%がテレビショッピング経験者。

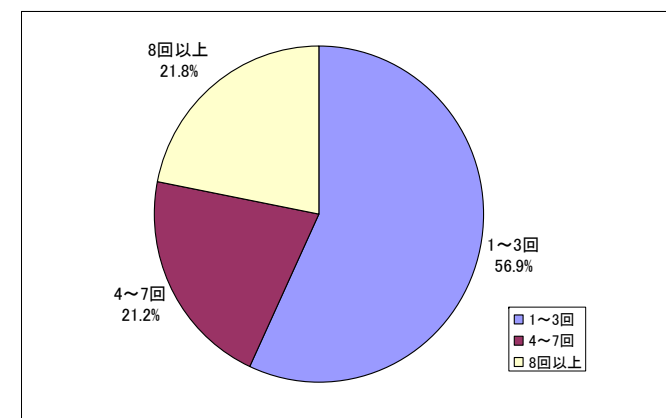
年齢別の利用者は55～59歳が最も多く(72.8%)、60～64歳、65～69歳も70%以上が利用したことがあると回答している。さらに35～39歳、40～44歳でも60%以上が利用したことがあるという結果が出ており、利用者は幅広い層に分布している。



Q2-1.テレビショッピング利用頻度

〳〳Q2-1.過去テレビショッピングをご利用された回数ほどのくらいですか？
 (「1.」の質問で「はい」とお答えの方にお聞きします。)
 (有効回答数 6,143名、NA及び非該当者3,827名)

	全体数(%)	男性(%)	女性(%)
1～3回	3,498(56.9%)	1,286(71.0%)	2,212(51.1%)
4～7回	1,305(21.2%)	337(18.6%)	968(22.3%)
8回以上	1,340(21.8%)	188(10.4%)	1,152(26.6%)
合計	6,143(100%)	1,811(100%)	4,332(100%)

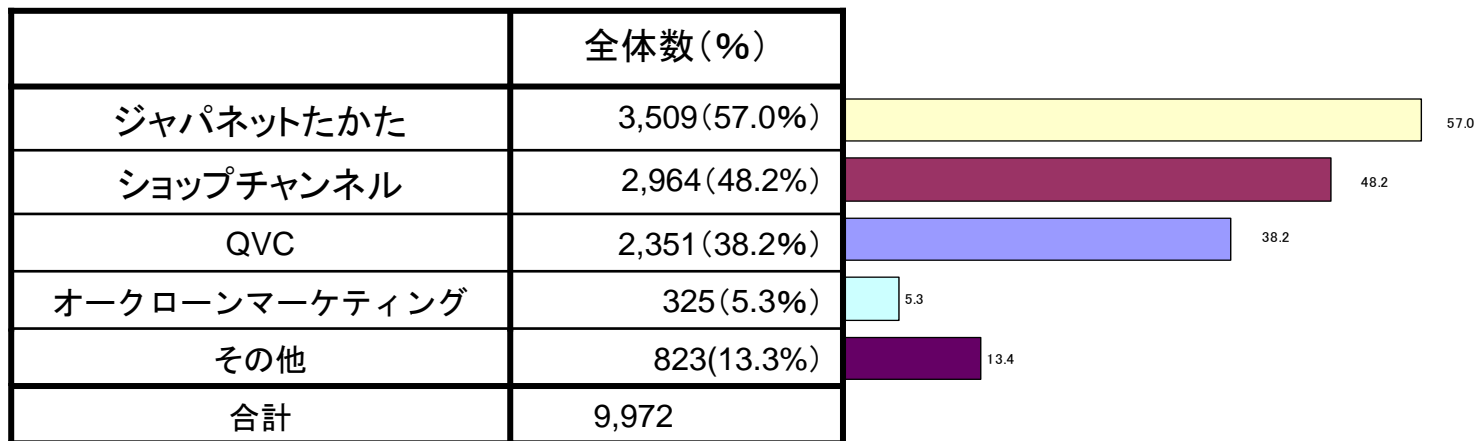


■リピート顧客は女性に多い

男女とも1～3回の利用者が一番多いことが共通しているが、女性は8回以上利用したことがある人が26.6%と男性の10.4%に対して10%以上の開きがある。女性の方が、テレビショッピングのリピート顧客が多いと言える。

Q2-2.テレビショッピング視聴番組

Q2-2.ご利用になったことのあるテレビショッピングの番組は何ですか？
(複数回答可、全体回答数9,972、有効回答数 6,153名)

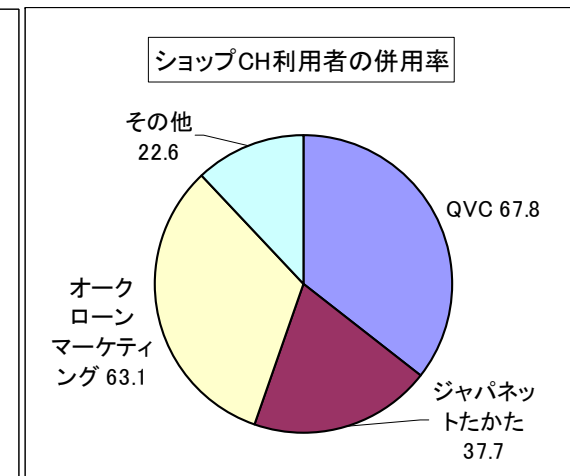
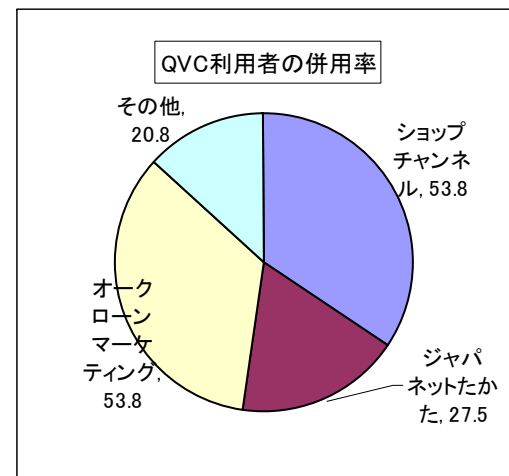


■QVCはリピート顧客が多い

テレビショッピングの番組での回答はジャパネットたかた、ショップチャンネル、QVCの順に多い。

■QVCとショップチャンネルの併用

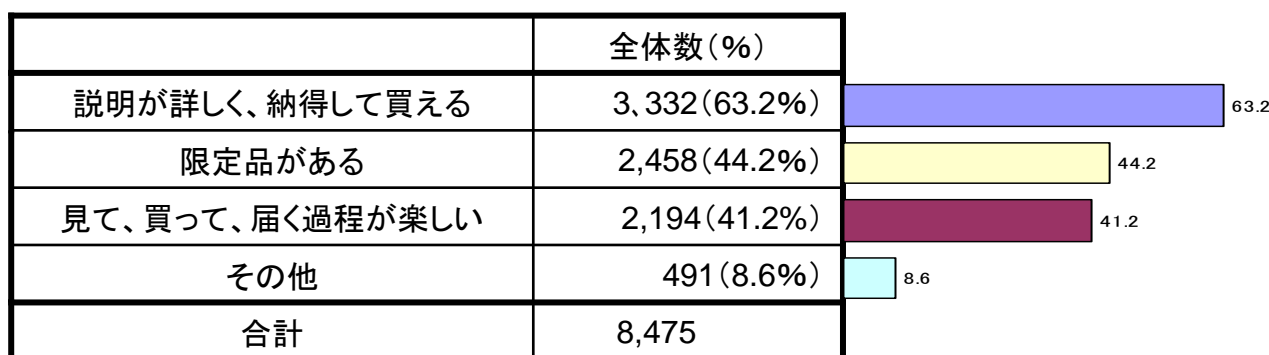
QVCとショップチャンネルを併用する方が多い。QVCを利用したことがある人のうち53.8%がショップチャンネルを利用したことがある。また、ショップチャンネルを利用したことがある人のうち67.8%がQVCを利用したことがあると回答している。



Q2-3. 24時間生放送型テレビショッピングの利用理由

///Q2-3.「Q2-2」で「QVC」もしくは「ショップチャンネル」を選んだ方にお聞きします。QVCやショップチャンネルのような24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由は何ですか？

(複数回答可、全体回答数9,972、有効回答数 3,621名)



■説明が詳しく納得できる

テレビショッピングの利用理由では、説明の詳しさを一番にあげる人が一番多い結果となった。

Q3.テレビショッピング業態の違いについての認知度

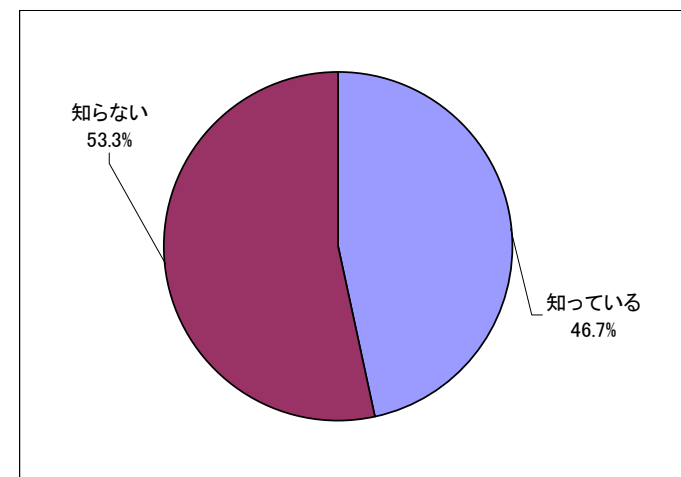
///Q3.テレビショッピングには、「専門チャンネルをもつ24時間生放送型(QVCやショップチャンネル)」と「録画放送型のテレビショッピング番組」の2種類があることをご存知ですか？

(有効回答数 9,727名、NA 243名)

	全体数(%)	男性(%)	女性(%)
知っている	4,541(46.7%)	1,474(42.3%)	3,067(49.1%)
知らない	5,186(53.3%)	2,007(57.7%)	3,179(50.9%)
合計	9,727(100%)	3,481(100%)	6,246(100%)

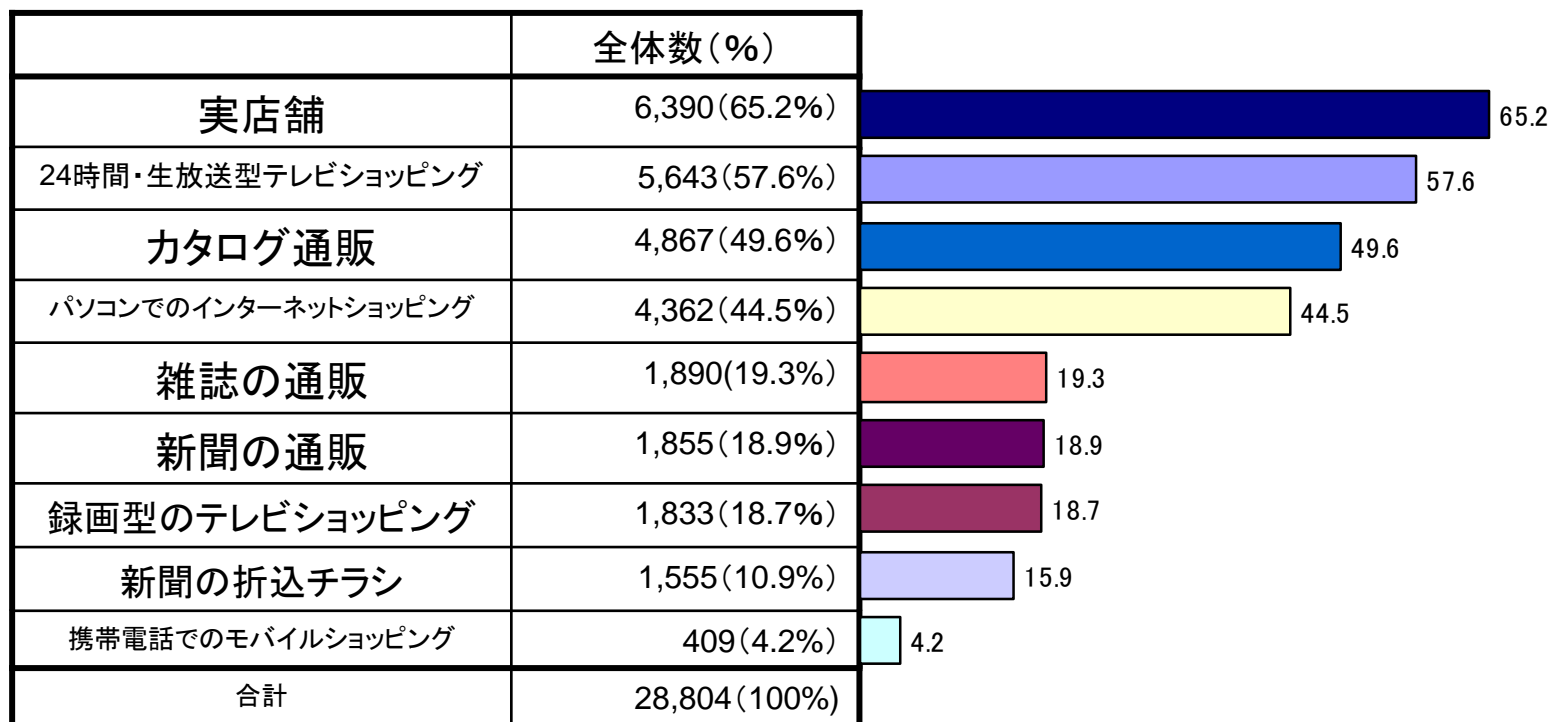
■24時間生放送型と録画型の違いは半数以上が知らない
テレビショッピングを利用する方の中でも、半数以上は「専門チャンネルをもつ24時間生放送型(QVCやショップチャンネル)」と「録画放送型のテレビショッピング番組」の2種類があることを知らないという結果になった。

■男性の認知率が低い(42.3%)
半数以上の方が違いを認識していない状況が明らかになった。特に男性は、女性よりも認識している人が少ない。



Q4.「安心」と感じる買い物の方法

///Q4.安心してお買い物をできると感じる項目にチェックしてください。
(複数回答可、全回答数28,804、有効回答数 9,803)

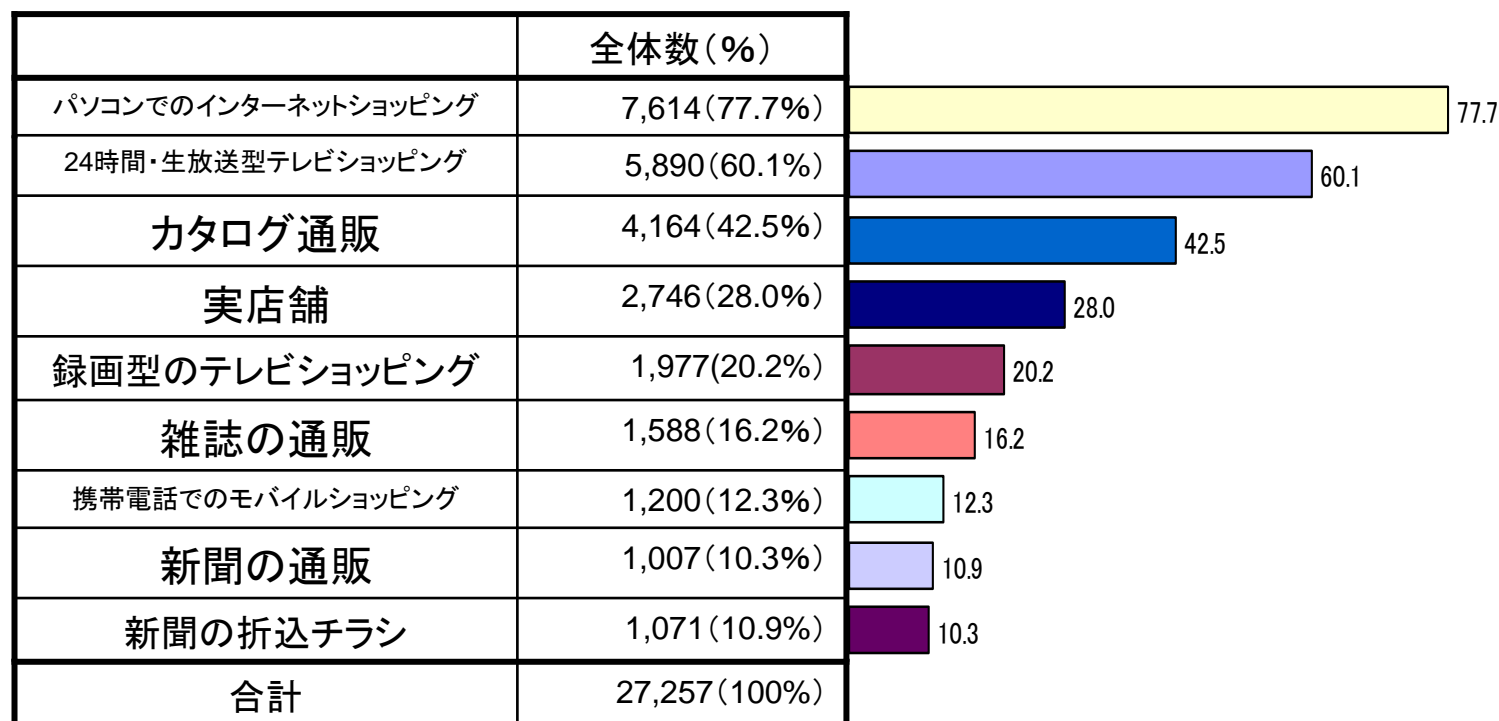


実店舗での買い物が65.2%、24時間生放送型テレビショッピング専門チャンネルが57.6%と「安心」と感じる買い物方法の回答数のうち過半数を占めた。

Q5.「便利」と感じる買い物の方法

///Q5.便利に買い物ができると感じる項目にチェックしてください。

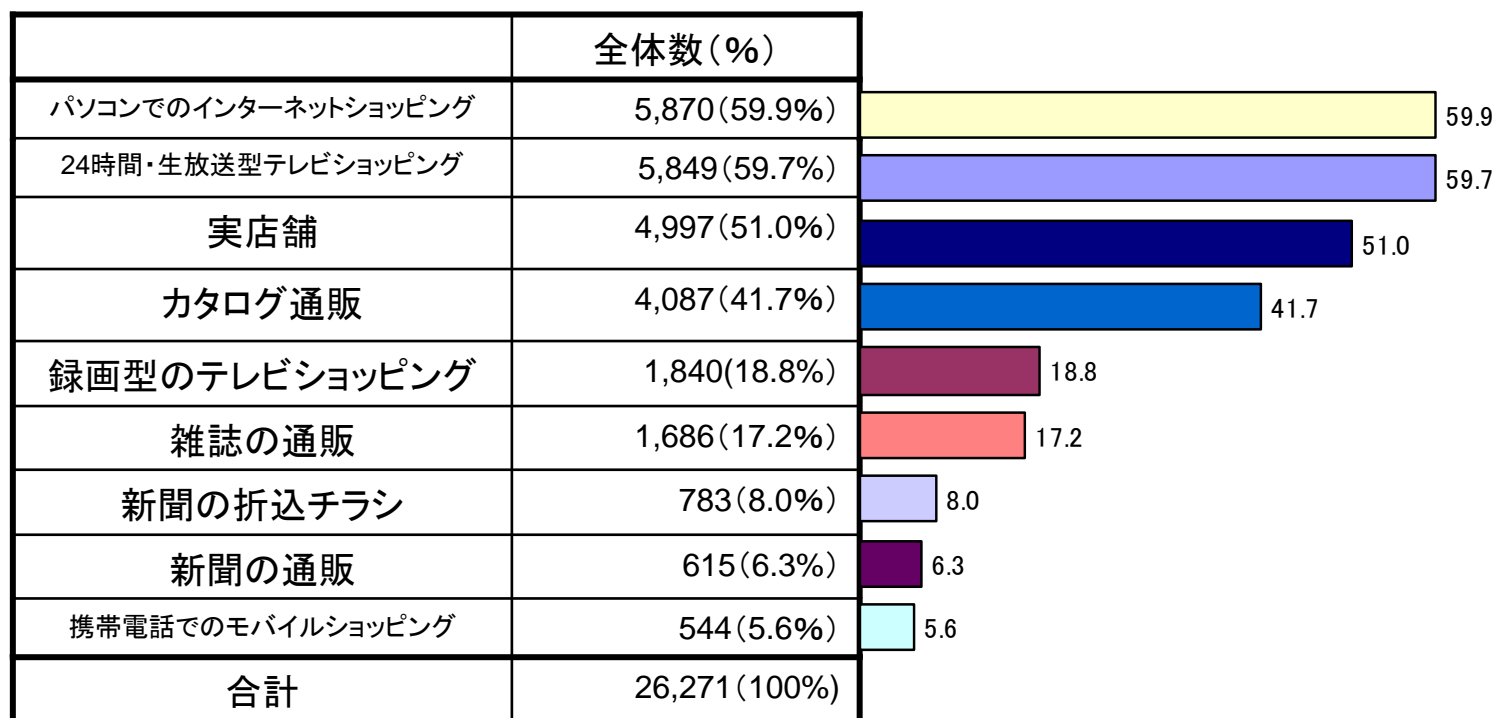
(複数回答可、合計回答数27,257、有効回答数 9,795名)



パソコンでのインターネットショッピングが77.7%、24時間生放送型テレビショッピングが60.1%と過半数の評価を受けた。

Q6.「楽しい」と感じる買い物の方法

///Q6.楽しくお買い物をできると感じる項目にチェックしてください。
 (複数回答可、合計回答数26,271、有効回答数 9,798名)



パソコンでのインターネットショッピングと24時間生放送型テレビショッピング専門チャンネルは、いずれも約60%近くとなり、実店舗の51.0%を超える結果となった。

クロス集計結果分析(1/2)

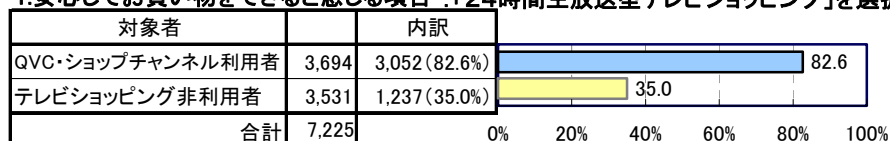
1.QVC・ショップチャンネル利用者とテレビショッピング非利用者のクロス集計

質問項目

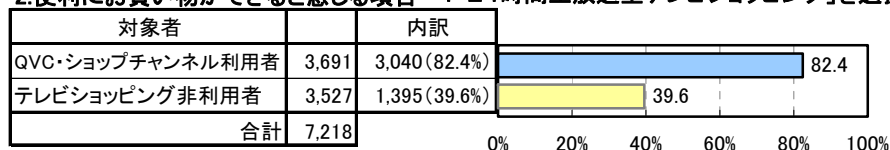
- 1.安心してお買い物をできると感じる項目
- 2.便利にお買い物ができると感じる項目
- 3.楽しくお買い物をできると感じる項目

対象者:QVC・ショップチャンネル利用者とテレビショッピング非利用者

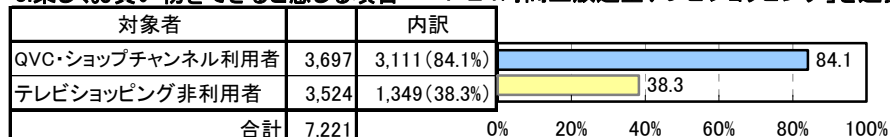
1.安心してお買い物をできると感じる項目 :「24時間生放送型テレビショッピング」を選択



2.便利にお買い物ができると感じる項目 :「24時間生放送型テレビショッピング」を選択



3.楽しくお買い物をできると感じる項目 :「24時間生放送型テレビショッピング」を選択



QVC・ショップチャンネル利用者とテレビショッピング非利用者を比較すると、QVC・ショップチャンネル利用者は、安心さ・楽しさ、といった点で24時間生放送型テレビショッピングを高評価している。

クロス集計結果分析(2/2)

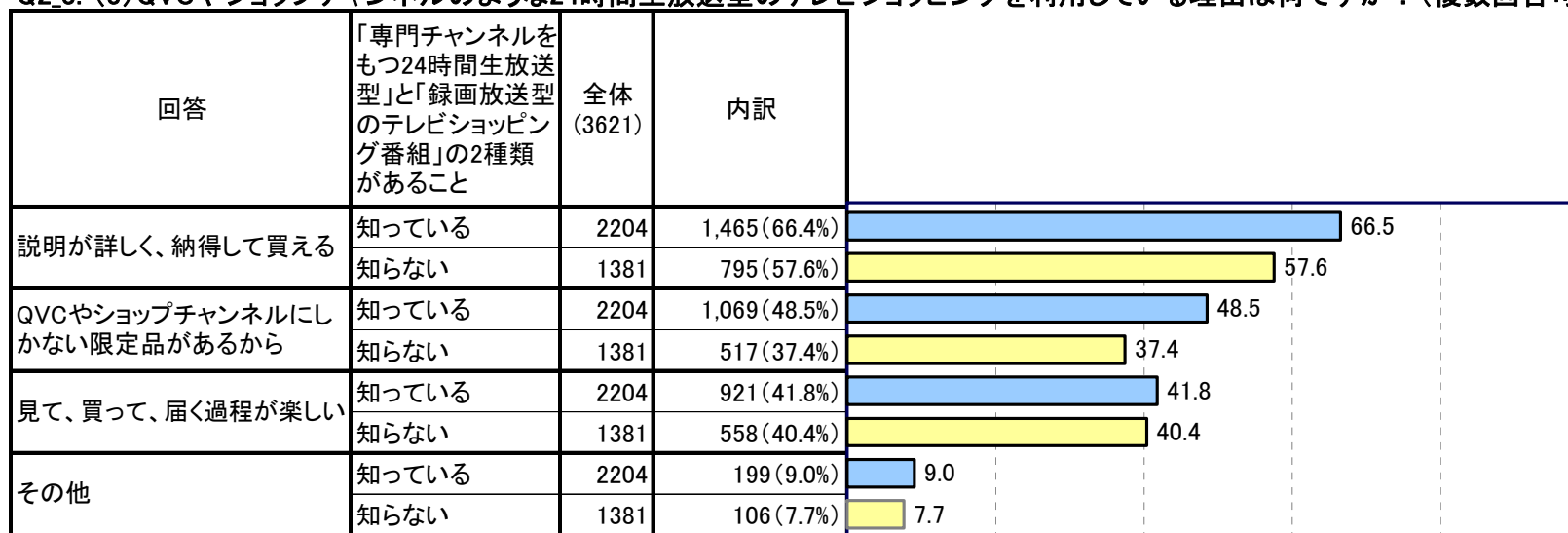
2. QVC・ショップチャンネル利用者のクロス集計

質問項目

QVCやショップチャンネルのような24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由は何ですか？(複数回答可)

対象者: QVC・ショップチャンネル利用者

Q2_3: (3)QVCやショップチャンネルのような24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由は何ですか？(複数回答可)



QVC・ショップチャンネル利用者の中でも、テレビショッピングには「24時間生放送型」と「録画放送型」の2種類があることを知っている人と知らない人とでは大きく評価が異なり、理解している人の方がQVC・ショップチャンネルを高く評価する傾向にある。

フリーコメントのカテゴリー一覧

Q2-3. 「24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由はなんですか？」

順位	カテゴリー	コメント数
1	商品が良い/高品質/サイズが豊富	55
2	いつでも見る・買うことができる/都合がいい時に見られる・買える等	47
3	安い/お買い得/手頃	40
4	たまたま/なんとなく	38
5	便利/簡単/家でも買える・見られる	33
6	楽しい/面白い	31
7	ナビゲーター・キャストが良い/ナビゲーターの説明がうまい	29
8	見てると欲しくなる/ついつい買ってしまう	23
9	信頼できる/安心感がある	17
10	返品ができる(期間が長い)	12
11	納得して買える/満足して買える/検討してから買える	10
12	届くのが早い	8
13	その他	6

主なフリーコメント①

Q2-3. 「24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由はなんですか?」

コメント	都道府県	年齢	性別
ナビゲーターやゲストの方も個性的で楽しい方ばかりで番組そのものに娯楽性がある、会話をしながらその場で買い物をしているような感覚を楽しめるから。	三重県	44	女性
一時間近く商品の説明をされていると使ってみたいという気持ちが大きくなる。見るとほしくなっちゃう。	宮城県	35	女性
仕事を持っているため、専業主婦のようにショッピングをしに外出する時間が取れない為自宅で気軽に良い物が手に入るのが便利だから。また、TVで放送するという事は製品の品質に自信があるためだと思うので、こちらも信頼を持って購入できる。	千葉県	45	女性
私は、絶対的に、まずその品質、そしてセンス、スタッフの方々の品物に対する探求心や、ナビゲーターの方々への教育(それ以前に、そもそも皆さんの人格の良さが備わっていること。)、モデルさんの品性の素敵さ、その殆ど全てについて、完璧に近いそしてさらに完璧を目指していらっしゃるQVCさんに絶大な信頼をおいています。これ程の完成度のあるテレビショッピングは他に見たことがありません。ショップチャンネルについては、そのセンスにあまり魅力を感じませんし、品質にも信頼がかけないと感じており、ナビゲーターさんやモデルさんにも品格を感じないので、殆ど目にすることはありません。QVCの方々には、これからも、変わらず、飽くなき探求心と審美眼、科学的検証、消費者の意見への傾聴、品質保持と向上、そして品性をもって、良い製品を提供し続けていただきたいと思っています。これからも、期待いたしますし、よろしく願いいたしますと申し上げる次第です。	福岡県	41	女性

主なフリーコメント②

Q2-3. 「24時間生放送型のテレビショッピングを利用している理由はなんですか?」

コメント	都道府県	年齢	性別
実際に使っている所を見れるので、届いてすぐにもたつかずに使う事が出来る事や、色々なジャンルの品物が次から次へと紹介されるので、必要なものから便利そうなものまで、外出することなく買いそろえる事が出来るので大好きです♪	神奈川県	30	女性
信頼できる(商品、対応)、ほかの人とあまりかぶらない(洋服など)、リアルタイムだからこその楽しさがある、ナビゲーターが好き	愛知県	51	女性
店頭では買えない値段で買えるし、スペシャル感がいっぱい好き。見ているとほしくなっちゃて買うことが多い。家にいながら買えるのもうれしい。	宮城県	32	女性
売り上げ状況が分かり、自分と同じく見て買って、楽しんでいる人が大勢いると思えるのが楽しいのです。	兵庫県	57	女性
家に居て買い物ができる手軽さ、夜中でも受け付けてくれるので便利。	兵庫県	39	女性
面白い番組がない時よく視聴していて、つい欲しくなってしまう。QVCは最近視聴できるようになって、ショップチャンネルより値引きがあり、回転が早いので魅力的	北海道	33	女性