

プレスリリース

お問い合わせ：西村総一郎、コミュニケーションズ

Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com

電話： 03-6837-6549

Eコマースサイト利用者の4人に1人が過去3ヶ月間にオンラインで日常食品・飲料を購入

～ニールセン「PCユーザーのEコマース利用状況」を発表～

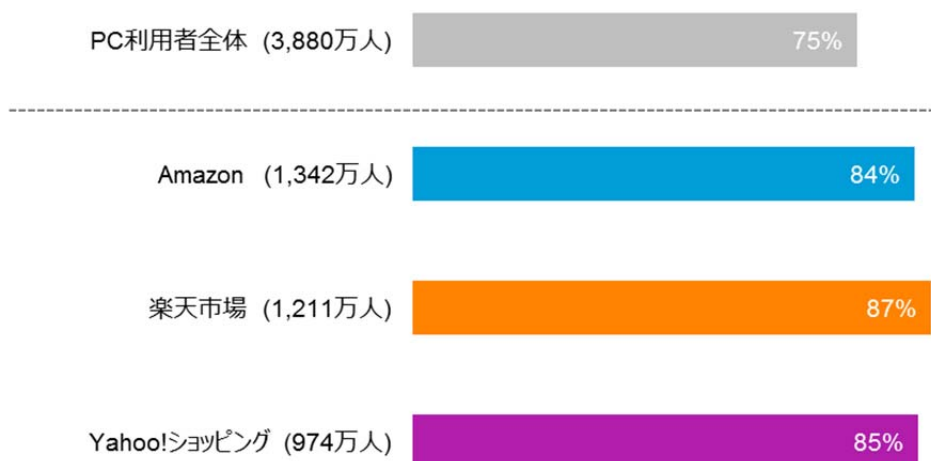
- PCからのインターネット利用者の75%以上が購入したい商品をネット上で比較・検討する
- 購入検討時に調べる情報TOP3は「商品のスペックや材料」、「他のユーザーのレビュー」、「価格比較」
- 各Eコマースサイト利用者の半数が、リアル店舗よりも積極的にネット通販を利用

2017年6月28日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、PC版インターネット視聴率情報Nielsen NetView（ニールセン ネットビュー）が持つオンライン視聴測定ログ情報と、調査対象パネルの詳細な商品所有/認知情報や他メディアの接触情報などを融合したデータベースサービスであるNetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive（ネットビュー・ライフスタイル パワードバイ ビデオリサーチインタラクティブ、以下NetView Lifestyle）をもとに、PCユーザーのEコマースサイト利用状況を発表しました。

2017年4月のPCからのEコマースサイト利用者TOP3の状況を見ると、1位が「Amazon」で1,342万人、次いで「楽天市場」の1,211万人、「Yahoo!ショッピング」の974万人となっていました。それらのサイトの利用者の85%前後が、また、PC利用者全体でも75%の利用者が購入したい商品をインターネット上で比較検討すると回答しています。（図表1）。

図表1：購入したい商品をインターネット上で比較・検討する割合 2017年4月

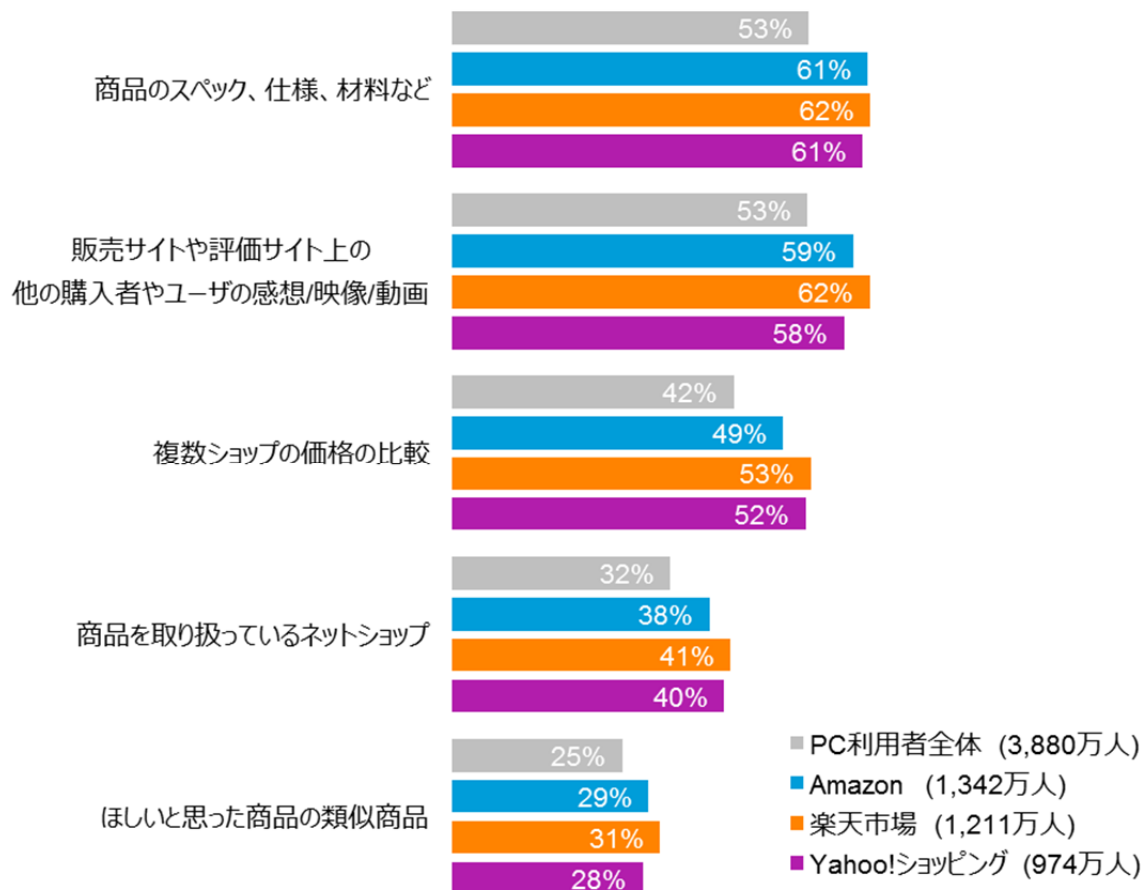


Q：購入したい商品がある場合、ネット上で比較・検討しますか

Source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭のPCからの利用

次いで、商品の購入検討時にインターネットで調べる情報を見ると、どのサイトの利用者でも60%程度が「商品のスペック、仕様、材料など」を調べていました。また同様の割合で「他の購入者の感想」を調べています。「複数ショップでの価格比較」は50%前後となっていました（図表2）。

図表2：購入検討時にインターネットで調べる情報 TOP5 2017年4月



Q：商品、サービスの購入を検討するときに、パソコンや携帯電話、スマートフォンで調べることをある情報をお知らせください

Source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭のPCからの利用

最近3ヶ月間にオンラインショッピングで購入した商品TOP5は、どのサイトでも変わらず、1位が「本・CD・DVD」、次いで、「日常食品・飲料」、「ファッション・ファッション小物」となっています。中でも「日常食品・飲料」は既に4人に1人の割合で購入されており、特に楽天市場の利用者の29%は、なんらかのオンラインショップから商品を購入していました（図表3）。

図表3：最近3ヶ月間にオンラインショッピングで1回以上購入した商品TOP5 2017年4月
（該当サイト以外のECマースサイトでのショッピング含む）

購入品 TOP5	Amazon (1,342万人)	購入品 TOP5	楽天市場 (1,211万人)	購入品 TOP5	Yahoo! ショッピング (974万人)
本・CD・DVD	34%	本・CD・DVD	33%	本・CD・DVD	31%
日常食品・飲料	25%	日常食品・飲料	29%	日常食品・飲料	26%
ファッション・ ファッション小物	20%	ファッション・ ファッション小物	25%	旅行ツアー・宿泊予約	23%
旅行ツアー・宿泊予約	20%	旅行ツアー・宿泊予約	21%	ファッション・ ファッション小物	23%
家電・AV製品	20%	家電・AV製品	20%	家電・AV製品	20%

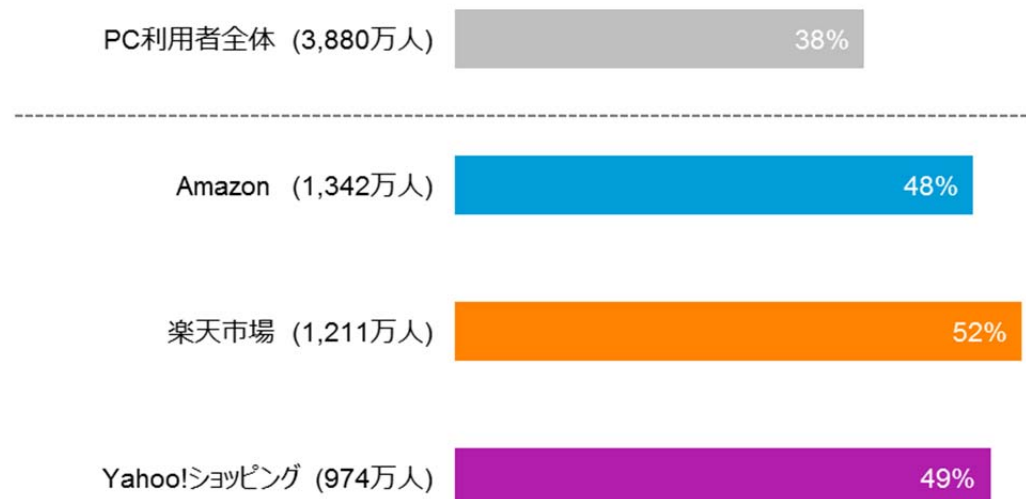
※表の読み方：Amazon利用者の34%がAmazon以外のECサイトも含めて過去3ヶ月間に「本・CD・DVD」をオンラインで購入した

Q：最近3ヶ月間に1回以上オンラインで購入した商品・サービスをお知らせください。

Source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭のPCからの利用

最後に各ECマースサイト利用者の商品購入時の行動や意識について見ると、どのサイトの利用者でも半数が積極的にインターネット通販を利用すると回答していました（図表4）。

図表4：商品購入時にオンラインショッピングを積極的に使う割合 2017年4月



Q：商品の購入時に当てはまる考え方や行動をお知らせ下さい。[ネット通信販売を利用：直接店で買う]

Source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭のPCからの利用

当社エグゼクティブアナリストの中村義哉は、次のように述べています。「弊社の過去のプレスリリースでも何度か触れていますが、PCの利用者数は一定数で推移しており、利用する目的としてショッピングが上位となっています。そこで今回、改めてPCユーザーの商品購入時の行動を見てみると、商品を購入する際にネットを利用して比較検討し、特に商品のスペックや口コミを調べるのが、当たり前行動となっていることが確認できました。しかし、4人に1人が購入している日常食品・飲料の購入について考えると、現在のEコマースサイト上では店舗によって掲載されている情報に大きな差異があります。食品・飲料では、初めての商品を購入しようとした場合、特に原材料情報やアレルギー情報が重要となります。消費者がそれらの情報を得るのに最も利便性の良い場所は、買い物導線を考えると各店舗の商品掲載ページになるでしょう。各サイト利用者の半数の人がインターネット通販を積極的に利用すると回答している状況では、Eコマースサイト運営企業とメーカーが協力し合い、消費者向けに掲載する情報の基準を設けるなどして、各店舗の商品掲載ページでより詳しく正確な情報を提供していくことが将来的に重要になってくると思います。消費者の利便性を常に考えて行動していく企業が、勝ち組になっていくことは間違いないでしょう」。

NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive について

Nielsen NetView ライフスタイルレポートは、NetView が持つオンライン視聴測定ログ情報と、調査対象パネルの詳細な商品所有/認知情報や他メディアの接触情報などが融合したデータベースサービスです。

サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

http://www.netratings.co.jp/solution/netview_lifestyle.html

Nielsen NetView について

Nielsen NetView は、日本全国に4万名以上のオンライン視聴者パネルを構築し、データを収集、報告しています。また、ニールセンの視聴率パネルは家庭のみならず、日本で唯一、職場にも2,200名以上のパネルを構築していますので、日本全体のPCでのインターネット利用動向を俯瞰することができます。同一条件で測定される視聴率情報であるがゆえに、自社サイトの利用状況や利用者属性の把握のみならず、競合サイトの利用状況との比較もでき、かつ、日本全体あるいは業界内での自社のポジショニングを確認することもできます。時系列データの抽出や、他サイトとの重複利用状況を抽出するなどの豊富なツールも実装されています。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<http://www.netratings.co.jp/solution/netview.html>

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.

本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階

資本金： 1 億円

設立： 1999 年 5 月

代表者： 代表取締役社長 宮本 淳

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析と広告分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。詳細は www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセン スポーツ (レピュコムジャパン株式会社) は、スポーツ産業の中で分析やインサイトを提供するナンバーワンのプロバイダーであり、同業界で最も独立した包括的な市場データと世界で最も完璧な消費者のトレンドや習慣の概観をお届けする信頼のおける情報パートナーです。詳細は <http://niensports.com/jp/> でご覧いただけます。

グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。世界最大のエンターテインメントデータに支えられた Gracenote の音楽・テレビ/映画のコンテンツ認識技術は業界標準となっています。詳しくは www.gracenote.com/ja/ をご覧下さい。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界的な調査会社として消費者の視聴行動、購買行動の分析を行っています。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上の動画・音声・テキストのコンテンツおよび広告視聴動向を把握するトータルオーディエンス測定などを提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析などを提供しています。視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 カ国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ Nielsen Mobile NetView

インターネットユーザーデータベースサービス NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive

検索サービス利用データ Nielsen MegaView Search など

広告分析ソリューション

デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings

広告効果分析サービス Nielsen Digital Brand Effect など