

# News Release

お問い合わせ： 久々江敦志、コミュニケーションズ  
Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com  
電話： 03-6837-6549

## **スマートフォンからのオークション／フリマの利用者数は 2,749 万人**

### **～ニールセン EC サービスの利用状況を発表～**

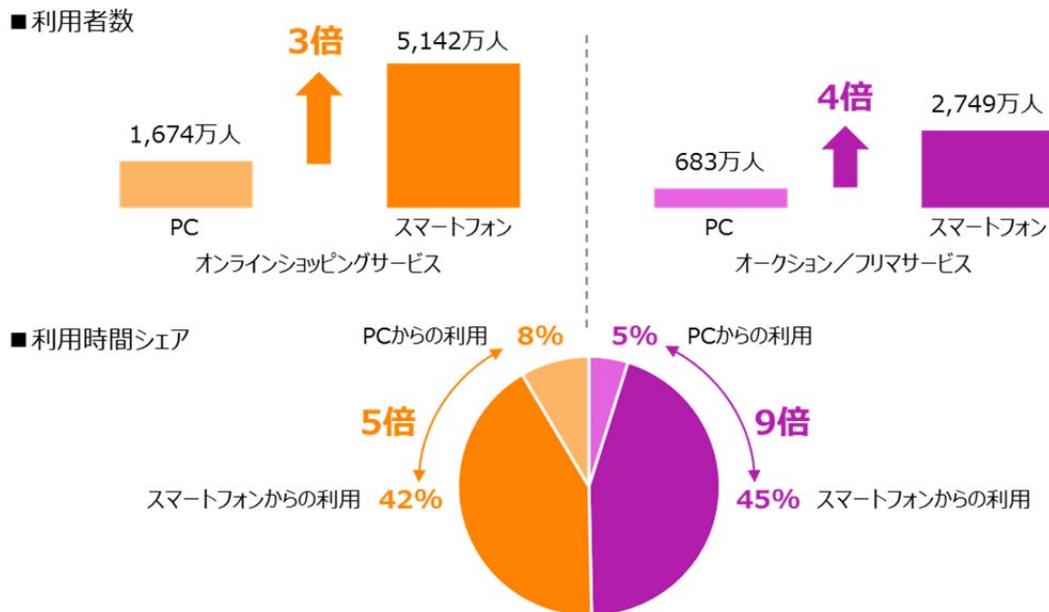
- スマートフォンからのオンラインショッピングサービスの利用者数は 5,142 万人
- オンラインショッピングサービスとオークション／フリマサービスの利用時間シェアはほぼ同等
- スマートフォンからのリーチは「Yahoo! オークション」25%、「メルカリ」23%、「ラクマ」11%

2018年5月31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）、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView（ニールセン モバイル ネットビュー）のデータをもとに、2018年4月の日本におけるオンラインショッピングサービスとオークション／フリマサービスの利用状況を発表しました。

2018年4月のECサービスの利用者数（上位3サービスの合計）をみると、スマートフォンからの利用が多く、それぞれオンラインショッピングサービスが5,142万人、オークション／フリマサービスが2,749万人となっていました。また、利用時間のシェアをみると、オンラインショッピングサービスとオークション／フリマサービスの利用時間シェアはそれぞれ50%で、同程度になっていました。デバイス別にみるとスマートフォンからの利用時間が長く、オンラインショッピングサービスではPCの5倍、オークション／フリマサービスではPCの9倍でした（図表1）。

図表1：両スクリーンからの各ECサービス 利用者数、利用時間シェア 2018年4月



Source: スマートフォン: Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用 18歳以上の男女

PC: Nielsen NetView 家庭のPCからの利用 2歳以上の男女

※オンラインショッピングサービスは利用者数上位3サービス「Amazon」「Rakuten Ichiba Shopping」「Yahoo Japan Shopping」を集計（順不同）

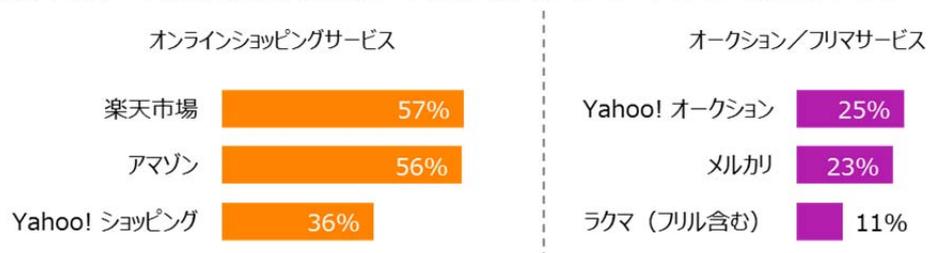
※オークション/フリマサービスは利用者数上位3サービス「Mercari」「Rakuten Rakuma」「Yahoo Japan Auctions」を集計（順不同）

※BrandおよびChannellレベルでの集計、小売店のサービスは除外

※利用時間シェアは、両スクリーンからのオンラインショッピングとオークション/フリマの総利用時間のシェアを表しています

スマートフォンからの利用率の高いそれぞれのECサービスの上位3サービスをみると、オンラインショッピングサービスでは「楽天市場」と「アマゾン」がそれぞれ57%、56%で、ほぼ同率で並びました。オークション/フリマサービスでは「Yahoo! オークション」が最も高く25%、次いで「メルカリ」が23%で続いていました。2018年2月に「フリル」と統合した「ラクマ」は11%で、同じフリマサービスの「メルカリ」の約半数でした（図表2）。

図表2：スマートフォンからの各ECサービス アクティブリーチ TOP3 2018年4月



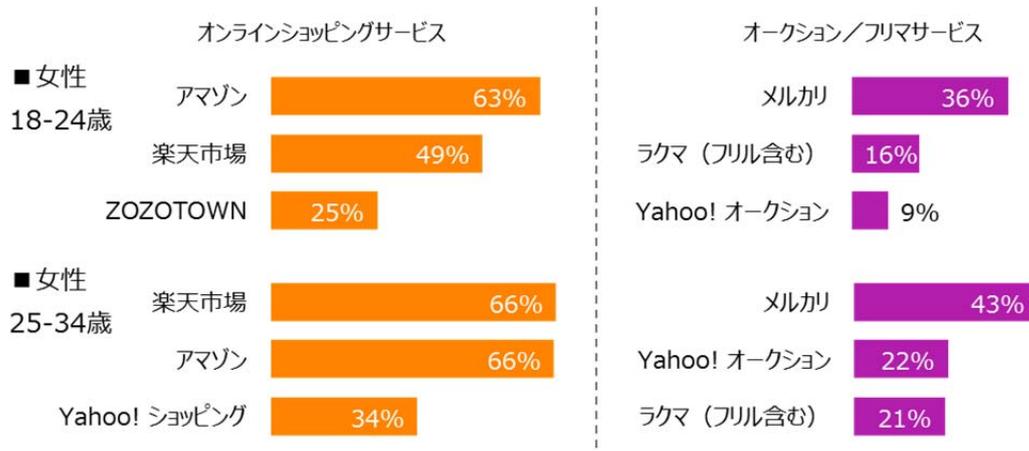
Source: スマートフォン: Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用 18歳以上の男女

※BrandおよびChannellレベルでの集計、小売店のサービスは除外

一方、若年層の女性に注目すると、18-24歳、25-34歳女性ともに、オークション/フリマサービスでは「メルカリ」がもっともリーチが高くなっていました。24歳以下に絞ると、オンラインショッピングサービスでは「ZOZOTOWN」が25%で3位にランクしていました。一方、25-34歳女性を見ると、18-24歳と比べてオンラインショッピングサービスでは「楽天市場」のリーチが高く（66%）、また「Yahoo! ショッピング」が34%で3位にランクしていました。

オークション／フリマサービスでは1位が「メルカリ」で、リーチは43%と18-24歳女性の36%よりも高くなっています（図表3）。

図表3：スマートフォンからの各ECサービス アクティブリーチ TOP3 属性別 2018年4月



Source: スマートフォン: Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用 18歳以上の男女  
 ※BrandおよびChannelレベルでの集計、小売店のサービスは除外

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「2018年2月、『ラクマ』に『フリル』が統合され『メルカリ』に次ぐ利用者数の多いフリマアプリとなりました。一方、日本国内でユニコーンの代表格と言われてきた『メルカリ』は2018年6月19日に東証マザーズに上場することとなりました。このように大きな関心の集まっているオークション／フリマサービスですが、利用者数としてはオンラインショッピングサービスの半数程度である一方で、利用時間ではほぼ同等のレベルになっている点は重要なポイントといえます。オンラインにおける購入場所としてのバリエーションが増えることもそうですが、これだけ多くの時間が費やされているということは、情報収集をする場所としても消費者の購買行動に大きな影響を与えていると考えられます。例えば、消費者が何か商品を購入しようとした際のカスタマージャーニーを考えた時、初めはオンラインショップや価格比較サイトなどで情報を収集していたが、途中から中古商品を検討し始める、というケースもあるでしょう。また、初めからオークション／フリマサービスで商品を探し、そのまま購入するようなケースもあるでしょう。メーカー企業にとっては、オークション／フリマサービスを消費者が“情報収集をする場所”として捉え、今後の消費者の購買行動への影響を考えていくことも非常に重要といえます。特に若年層では、フリマサービスの利用率が高くなっているため、今後フリマアプリ内での視聴履歴や購入履歴といったデータが活用できるようになれば、より個人のニーズに合ったコミュニケーションの設計が可能になるかもしれません。これからも業界の動向、消費者の行動／意識の変化を注視していく必要があるでしょう」。

### 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>

## Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の 8,000 名 (iOS、Android 各 4,000 名) の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。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/nielsen\\_mobile\\_netview.html](http://www.netratings.co.jp/solution/nielsen_mobile_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  
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー (The Nielsen Company)、株式会社ビデオリサーチ

**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](http://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](http://www.nielsen.com/jp) でご覧いただけます。

**ニールセン スポーツ ジャパン株式会社**は、マーケティングのデータ提供、コンサルティングを行う、世界最大規模のスポーツマーケティング会社です。スポーツ団体及びスポーツに出資する企業に於いても、マーケティング戦略に不可欠なデータとして、世界中で数多く採用されています。日本では、Jリーグやプロ野球球団等とも契約しています。詳細は <http://niensports.com/jp/> でご覧いただけます。

また、Nielsen は 2018 年 FIFA ワールドカップ ロシア大会のオフィシャル・マーケットリサーチ・プロバイダーです。

**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。詳しくは [www.gracenote.com/ja/](http://www.gracenote.com/ja/) でご覧いただけます。

### ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界最大級のマーケティング調査&データ分析の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での動画・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](http://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 など

**広告分析ソリューション**

ニールセン 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

デジタル広告出稿量統計 Nielsen Digital Ad Intel など