

News Release

お問い合わせ：中川奈津子、コミュニケーションズ
 Eメール：JPNwebmaster@nielsen.com
 電話：03-6837-6549

「大手 EC サイト」や「ファッションサイト」はスマートフォンからの利用時間が PC を上回る ～ ニールセン、「E コマース」の利用状況を発表 ～

- PC とスマートフォンからのインターネット利用時間シェアは、スマートフォンが 70% を占める
- 「E コマース」カテゴリの利用時間は、PC とスマートフォンが拮抗
- 「大手 EC サイト」や「ファッションサイト」は、スマートフォンからの利用時間が PC を上回る

2015 年 8 月 25 日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長兼COO：宮本淳）は、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）、および、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）のデータをもとに、「Eコマース」のPCとスマートフォンからの利用時間に関する最新動向を発表しました。

まず、PCとスマートフォンを合わせたインターネット利用時間全体のうち、スマートフォンからの利用は70%を占めていました。また、利用時間の長いサービスカテゴリTOP3で比較すると、ゲームや動画を含む「エンターテインメント」、およびサーチやSNSを含む「サーチ、ポータルとコミュニティ」では、インターネット利用全体と同様、スマートフォンからの利用が約70%を占めていました。一方で、ECサイトや価格比較サイトを含む「Eコマース」は、スマートフォンからの利用時間とPCからの利用時間が拮抗していました（図表1）。

図表1：インターネット利用時間シェア PC vs. スマートフォン 2015年7月



Source:

スマートフォン : Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

PC : Nielsen NetView 家庭および職場からの利用

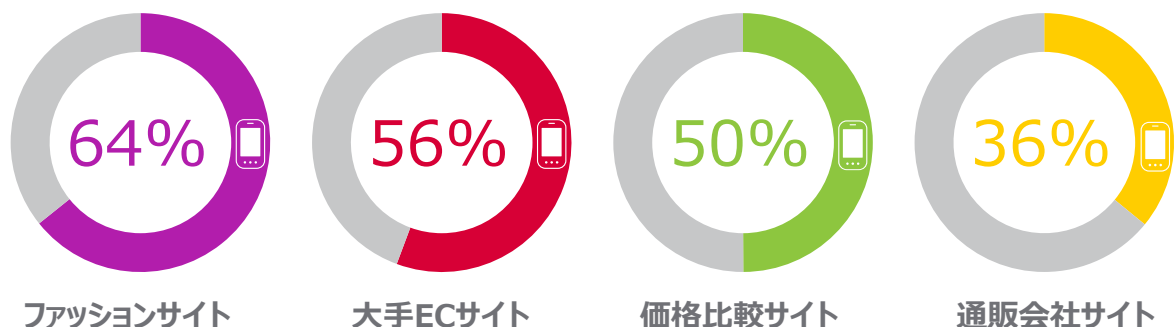
※Nielsen NetViewは2歳以上の男女、Nielsen Mobile NetViewは18歳以上の男女

※インターネット利用全体の利用時間は、ニールセン独自に分類しているサービスカテゴリ全体の利用時間

次に、「Eコマース」カテゴリのサービス種別利用者数TOP3サイトに着目すると、「ファッションサイト」や「大手ECサイト」は、スマートフォンからの利用時間がPCを上回り、「価格比較サイト」はスマートフォンとPCが同等でした。一方で、「通販会社サイト」はスマートフォンからの利用時間が占める割合が36%で、PCからの利用時間が多くなっていました（図表2）。

また、サービス種別ごとに、スマートフォンからの利用時間の多くを占めている利用方法や利用者属性を比較したものが図表3です。スマートフォンからの利用時間がPCを上回っていた「ファッションサイト」では、女性若年層の利用時間が多くを占めていました。また、「大手ECサイト」や「価格比較サイト」では、他のサービスに比べてアプリから利用されている割合が多くなっていました。PCからの利用時間が多かった「通販会社サイト」では、中高年層の女性の利用が多くを占め、ほとんどの人がブラウザから利用していました。

図表2：サービス種別 スマートフォンからの利用時間が占める割合 2015年7月



Source:

スマートフォン : Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

PC : Nielsen NetView 家庭および職場からの利用

※Nielsen NetViewは2歳以上の男女、Nielsen Mobile NetViewは18歳以上の男女

※利用時間の全体は、PCとスマートフォンからの利用時間の総計

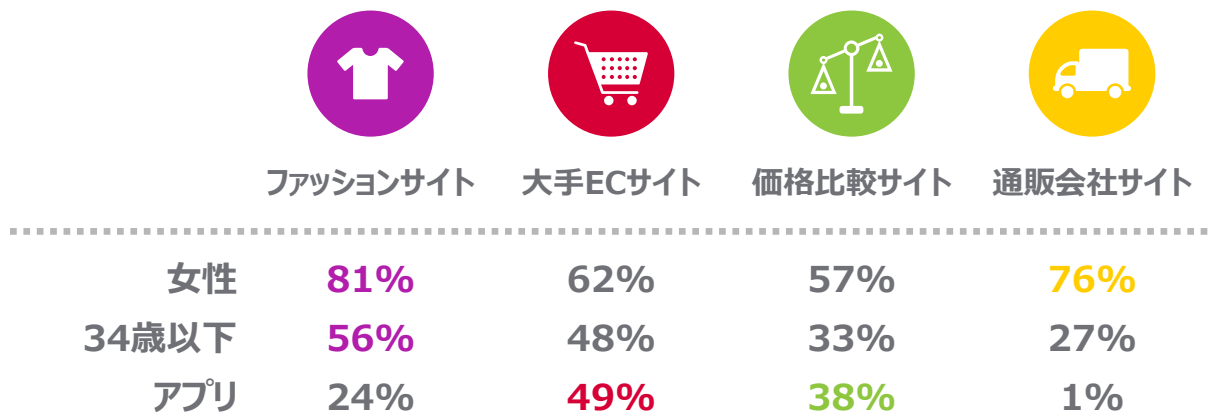
※「ファッションサイト」は、ファッションをメインに扱っている情報提供/ECサービスの利用者数TOP3として「ZOZOTOWN」「ユニクロ」「リアルリアル」が対象

※「大手ECサイト」は、総合ECサービスの利用者数TOP3として「Amazon」「楽天市場」「Yahoo! ショッピング」が対象

※「価格比較サイト」は、商品価格比較情報をメインに扱っているサービスの利用者数TOP3として「価格.com」「coneco.net」「最安値ナビゲーター」が対象

※「通販会社サイト」は、通販ビジネスをメインに運営している会社が扱っているECサービスの利用者数TOP3として「ニッセン」「ベルメゾン」「ジャパネットたかた」が対象

図表3：サービス種類別 スマートフォンからの利用方法や属性ごとの利用時間の割合 2015年7月



Source:

スマートフォン：Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

PC：Nielsen NetView 家庭および職場からの利用

※Nielsen NetViewは2歳以上の男女、Nielsen Mobile NetViewは18歳以上の男女

※各カテゴリの条件は図表2と同様

※グラフの読み方：（例）スマートフォンからの「ファッションサイト」の利用時間全体のうち81%が女性によって利用されている。

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。『インターネット利用がスマートフォンへと移行している中、「Eコマース」全体ではPCから利用される時間が半分を占めていました。商品を購入する際には、じっくり商品を比較したりするためにPCを利用するという人が多いことが影響していると考えられます。ただし、そうした「Eコマース」の中でも、一部のカテゴリではすでにスマートフォンからの利用が進んでいるものも見られました。例えば、「大手ECサイト」では他のサービスと比べて、スマートフォンからの利用時間のうちアプリからの利用が多くなっていました。一方、「ファッション」ではスマートフォンからのインターネット利用が活発な若年層の女性がブラウザから多く利用していることが要因となっていました。「Eコマース」関連サービスを運営している企業にとっては、カテゴリ全体の動きの把握や競合他社との比較において、PCとスマートフォン、ブラウザとアプリそれぞれからの利用時間の違いや、ターゲット層の利用状況から、今後の方向性を考える必要があるでしょう。また、今後のWEBサイトやアプリの開発においては、ユーザーに支持される情報や使い勝手を考える際に、ターゲット層を意識していくことの重要性が増していくと見ています』。

Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の4,000名（iOS、Android各2,000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、下記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

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、下記ウェブサイトでもご覧いただけます。

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

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen 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： 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘
代表取締役社長兼 COO 宮本 淳
主要株主： ニールセン、トランスコスモス株式会社 他

ニールセン株式会社はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合併会社です。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。

ニールセンについて

ニールセン N.V. (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での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。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

スマートフォン利用状況分析レポート Nielsen Smartphone Analytics

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

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 など