

プレスリリース

お問い合わせ： 広報担当 西村総一郎
 Eメール： jpw_press@nielsen.com
 電話： 03-6837-6500

18-64歳の人口の56%が「アマゾン」、「楽天市場」を利用

～ニールセン EC サービスの利用状況を発表～

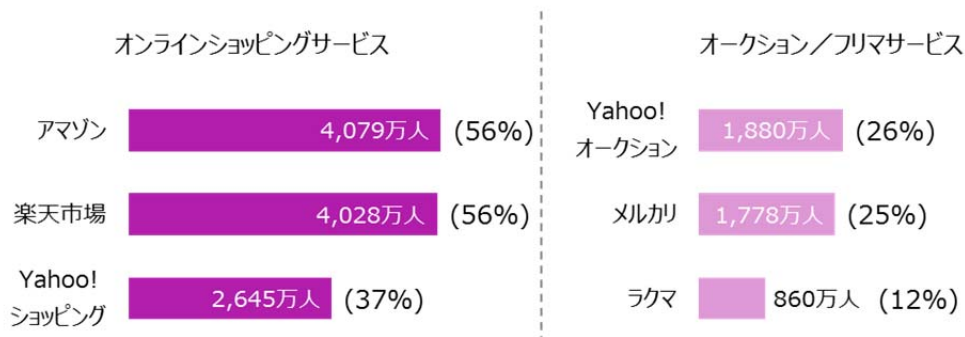
- 「Yahoo! オークション」と「メルカリ」はトータルデジタルでほぼ同数の約 1,800 万人が利用
- 18-24 歳女性は、男性よりも「楽天市場」「ZOZOTOWN」「メルカリ」「ラクマ」の利用率が高い
- 「アマゾン」「楽天市場」利用者の 70%以上がスマートフォンのみで利用

2018年8月30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、7月に提供を開始した、「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）」のパネルベースのデータを基に、PCとスマートフォンの非重複の利用者数(ユニークオーディエンス)を用いて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まとめました。

2018年6月時点のPCとスマートフォンの重複を除いた「トータルデジタル」でオンラインショッピングサービスの利用者数をみると、18-64歳では「アマゾン」が4,079万人（リーチ：56%）で1位となり、次いで、「楽天市場」がほぼ同数の4,028万人（56%）、3位は「Yahoo!ショッピング」で2,645万人（37%）となっていました。一方、オークション/フリマサービスでは、「Yahoo! オークション」（26%）と「メルカリ」（25%）がほぼ同様のリーチになっていました（図表1）。

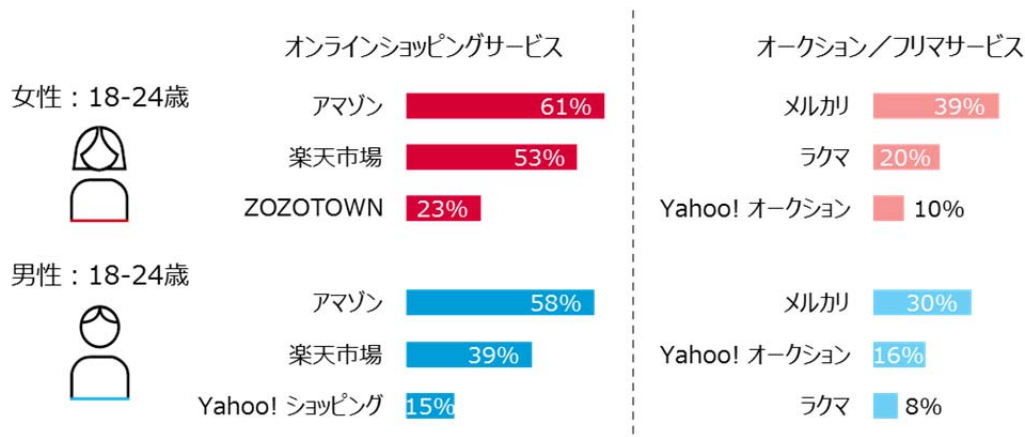
図表1：トータルデジタル 各ECサービス リーチ&利用者数 TOP3 2018年6月



Source: Nielsen Digital Content Ratings 18歳~64歳
 ※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外
 ※リーチは日本の18-64歳の人口をベースに算出
 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に、18-24歳を性別で比較すると、オンラインショッピングサービスでは女性は男性よりも「楽天市場」（53%）や「ZOZOTOWN」（23%）の利用率が高く、オークション/フリマサービスでは「メルカリ」（39%）や「ラクマ」（20%）の利用率が高くなっていました（図表2）。

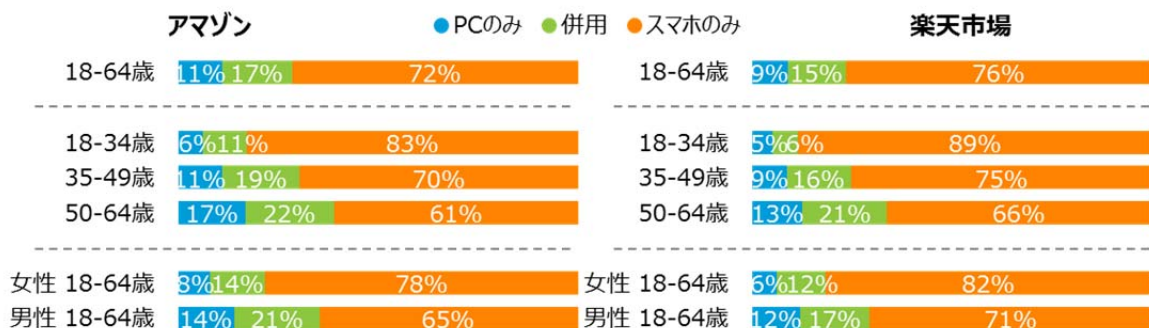
図表2：トータルデジタル 各ECサービス 性年代別リーチ TOP3 2018年6月



Source: Nielsen Digital Content Ratings 18歳~64歳
 ※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外
 ※リーチは日本の各年代の人口をベースに算出
 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、PCとスマートフォンの併用状況についてオンラインショッピングサービスで利用者数1位の「アマゾン」と2位「楽天市場」を比較してみると、共にスマートフォンからの利用が多く、70%以上の方がスマートフォンのみで利用していました。年代別では若年層ほどスマートフォンからの割合が高く、共に80%を超えていました。また、性別で比較すると、男性は女性よりもパソコンからの利用が多く、パソコンのみから利用している人も10%以上いました。サービス間では大きな違いは見られないものの、どの性年代でも「アマゾン」は「楽天市場」よりもパソコンからの利用が多くなっていました（図表3）。

図表3：アマゾンと楽天市場 年代、性別 デバイス利用率 2018年6月



Source: Nielsen Digital Content Ratings 18歳~64歳
 ※Brand及びSub-Brandレベルでの集計
 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

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。「今回 PC とスマートフォンからの重複を除いたトータルデジタルでユニークユーザー数をみて、改めて『アマゾン』と『楽天市場』が拮抗しながら TOP2 を争っている様子がわかりました。また、スマートフォンのアプリを中心に利用者数を増やしている『メルカリ』が PC も含めた『Yahoo! オークション』に並ぶ規模になっていることがわかりました。また、2018 年 5 月のプレスリリースでも E コマースサービスの利用時間の多くがスマートフォンで費やされていることを示しましたが、PC とスマートフォンの併用状況からもスマートフォンの比重が大きいことがわかりました。特に若年層や女性ではスマートフォンからの利用者が多くなっているため、この性、年代をターゲットにしている場合は、商品情報の提示方法などをスマートフォン中心にしたショッピング体験を想定して考えていく必要があるでしょう。特にこれからの消費を担っていく若年層の動向については、今後もスマートフォンの比率が増えていくのか、PC からの利用が現状を維持するのか、その他のデバイスに移行していくのか、各デバイスからの細かい利用状況に加えて、トータルデジタルでみたときの各サービスの動向を注視していく必要があるでしょう」。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,800 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。日次データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。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/dcr.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 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 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://niensensports.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。詳しくは 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

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

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings
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