



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

「アマゾン」、「メルカリ」、「ラクマ」の利用者数は昨年同月比で 2 桁成長

～ニールセン EC サービスの利用状況を発表～

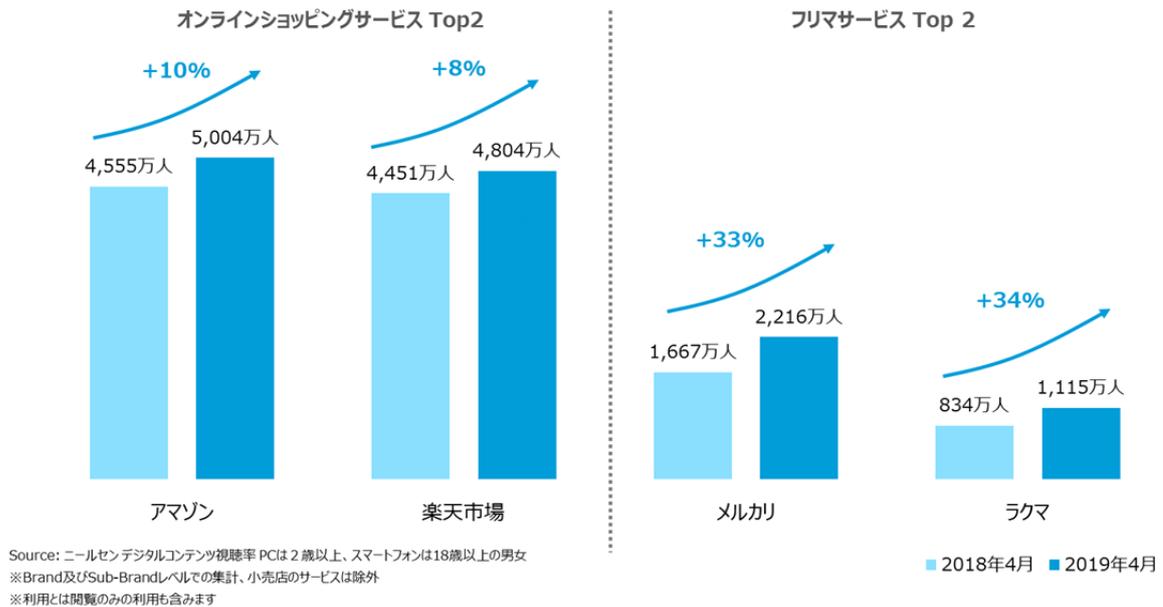
- トータルデジタルの利用者数「アマゾン」は 5,000 万人、「メルカリ」は 2,200 万人突破
- 「アマゾン」、「楽天市場」、「メルカリ」、「ラクマ」はスマートフォンのみ利用者が全体の成長を牽引
- EC サービス利用者の平均年齢は全体的に上昇傾向

2019 年 6 月 26 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、「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とスマートフォン視聴率情報「ニールセン モバイル ネットビュー（Nielsen Mobile NetView）」のデータをもとに、オンラインショッピングサービスとフリマサービスの利用状況を発表しました。

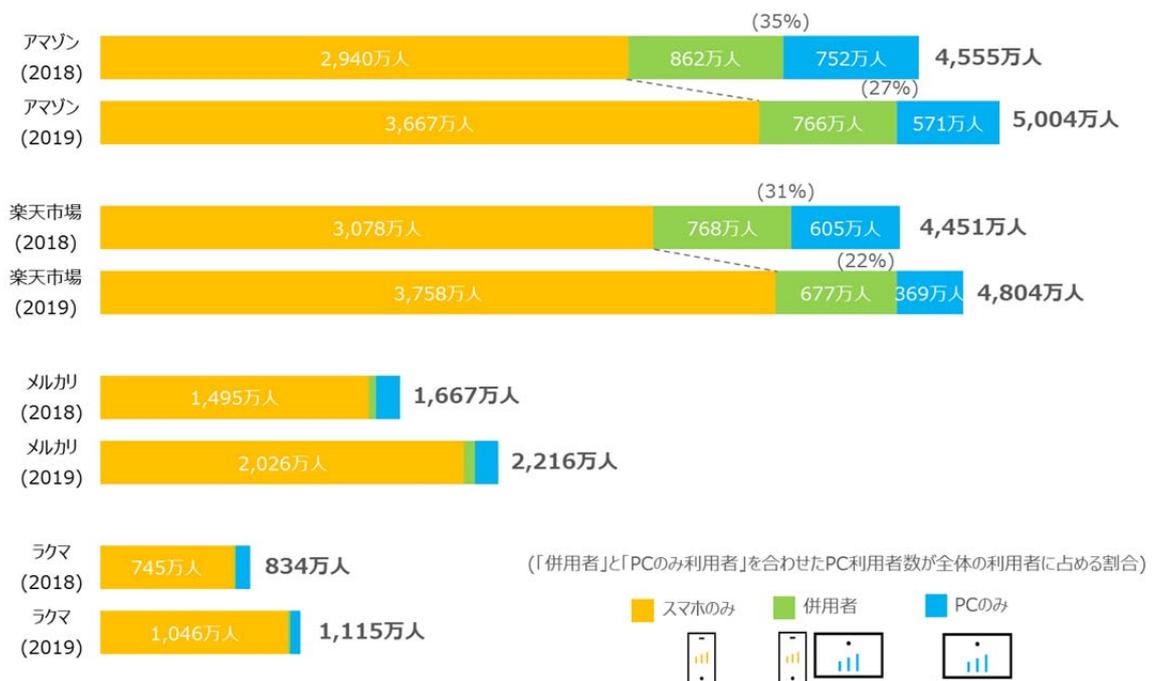
2019年4月時点のPCとスマートフォンの重複を除いた「トータルデジタル」でオンラインショッピングサービスの利用者数をみると、「アマゾン」が5,004万人(昨年同月比+10%)、楽天市場が4,804万人(同+8%)と堅調な成長を見せました。フリマサービスでは、「メルカリ」が2,216万人(同+33%)、「ラクマ」が1,115万人(同+34%)とそれぞれ大きく利用者数を伸ばしました(図表1)。

図表1：トータルデジタル ECサービス利用者数推移



次に、大きく利用者数を伸ばしたサービスを使用デバイス別でみると、いずれのサービスもスマートフォンのみで利用している人の増加が、全体の利用者数の増加を牽引していることが分かりました。2018年4月時点ではパソコンからの利用者数が約3割いた「アマゾン」と「楽天」においても、パソコンからの利用者数は全体の増加傾向に反して減少し、全体利用者の3割を割り込んでいることが分かりました（図表2）。

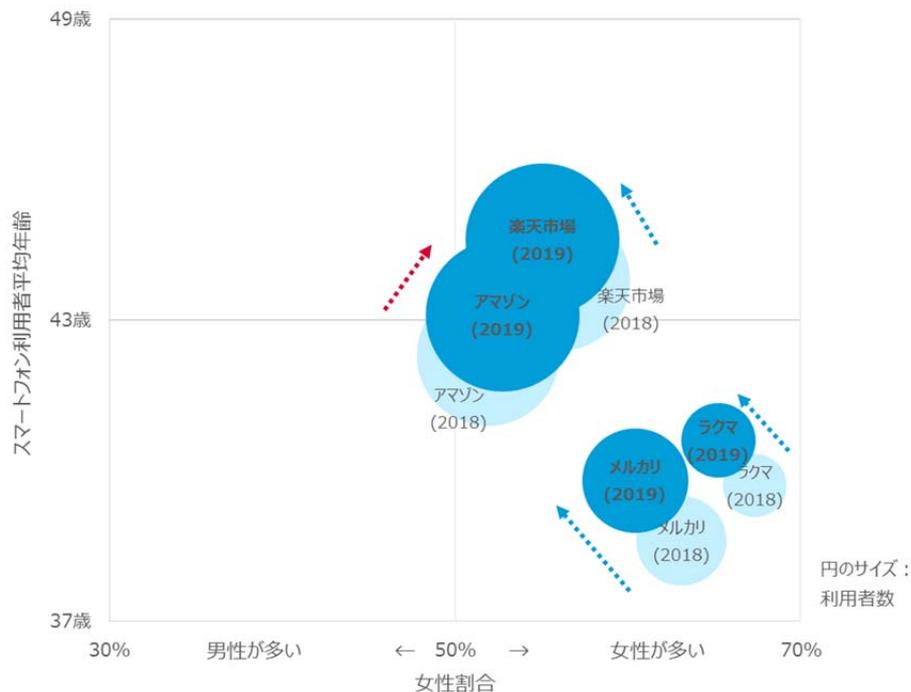
図表2：トータルデジタル 使用デバイス別ECサービス利用者数 2018年4月 vs 2019年4月



Source: ニールセンデジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女
 ※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外
 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、スマートフォン上での EC サービスの利用者属性を、ポジショニングマップで表して昨年からの推移をみたものが図表 3 になります。このポジショニングマップの見方は、上に行くほど平均年齢が高く、右に行くほど女性割合が高いということになります。まず、昨年同月比で利用者数 2 桁成長を見せた「メルカリ」、「ラクマ」の利用者は、スマートフォン利用者の平均年齢と比較して若く、女性の利用者割合が高いことが窺えます。昨年からの利用者属性の推移を見てみると、EC サービスの全体的な傾向として平均年齢が上昇していることが分かります。そして、「楽天市場」、「メルカリ」、「ラクマ」では男性の割合が増え、「アマゾン」のみ女性の利用者割合が増えています。従来「アマゾン」は男性、「楽天市場」は女性の割合が高い傾向がありましたが、「アマゾン」と「楽天市場」の利用者属性が徐々に近づいてきている傾向が見られます。

図表3: スマートフォン ECサービス利用者属性ポジショニングマップ 2018年4月 vs 2019年4月



Source: ニールセンモバイルネットビュー ブラウザとアプリからの利用 18歳以上の男女
 ※Brand及びChannel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山腰知美は、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見て、オンラインショッピングサービスでは『アマゾン』、フリマサービスでは『メルカリ』が昨年同月比二桁成長により利用者数トップのサービスとなっていました。[2018年8月のプレスリリース](#)でも『アマゾン』と『楽天市場』が拮抗していましたが、2019年もその傾向は引き続き見られました。また、利用者人数の増加はスマートフォンのみで利用している人が牽引しており、パソコンからの利用は減少していることもわかりました。そして、EC サービス利用者の平均年齢が全体的に上昇しており、若者だけでなく中高年層も使用する割合が高くなってきていることもわかりました。このような変化により、EC サービス利用は、スマートフォンを使って誰しもがいつでもどこでも気軽に行う傾向が、今後ますます強まっていくものと考えられます。今回は主に利用者数にフォーカスして述べてきましたが、いつでも使えるようになることで利用回数も増加していく可能性が考えられます。各 EC サービス事業者は自社ユーザーの購買行動を把握するとともに、自社・競合 EC サービスの訪問者の特徴を定期的に把握し、動向を理解した上で戦略を立てていくことが、変化の激しい EC サービス業界では重要であると言えるでしょう」。



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 モバイル ネットビュー（Nielsen Mobile NetView）について

ニールセン モバイル ネットビューは日本全国の 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

###

【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 デジタル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://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。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、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼された見解を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起これ、今後何が起これるか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つかるお手伝いをします。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答えるための新しい方法を開発し続けながら、90 年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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 ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView
インターネットユーザーデータベースサービス 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 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
ブランディング効果測定サービス Brand Lift Plus
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect
デジタル広告モニタリングツール ニールセン デジタルアドインテル Nielsen Digital Ad Intel など