

プレスリリース

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

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートによる オンラインモールジャンルの利用状況を発表

2024年7月25日

- 昨年、日本市場へ参入した「Temu」は4位にランクインし、トータルデジタルの月間利用者数は3,106万人
- 上位5サービス合計の性年代別ターゲットGRP（TARP）は、女性35-49歳で最も高く14,609%
- 18-34歳のリーチは「Amazon」が最も高く、35歳以上は「Amazon」と「Rakuten Ichiba Shopping」を同程度利用

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 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の Monthly Total レポートをもとに、オンラインモールジャンルの利用状況を発表しました。

2024年5月のニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Total レポートによると、オンラインモールジャンルにおいて、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルの利用者数が最も多かったのは「Amazon」で6,724万人、「Rakuten Ichiba Shopping」が6,631万人で続いていました。2023年7月に日本へ参入し、急速に利用者数を伸ばしている「Temu」は4位にランクインし、3,106万人に利用されていることが分かりました（図表1）。

図表1：2024年5月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数ランキング オンラインモールジャンル

No.	サービス名	利用者数(万人)	リーチ (%)	月平均利用回数	GRP(%)
1	Amazon	6,724	62.7	82	5,164
2	Rakuten Ichiba Shopping	6,631	61.9	55	3,381
3	Yahoo Japan Shopping	3,541	33.0	21	696
4	Temu	3,106	29.0	12	356
5	Omni7	1,840	17.2	11	183

Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

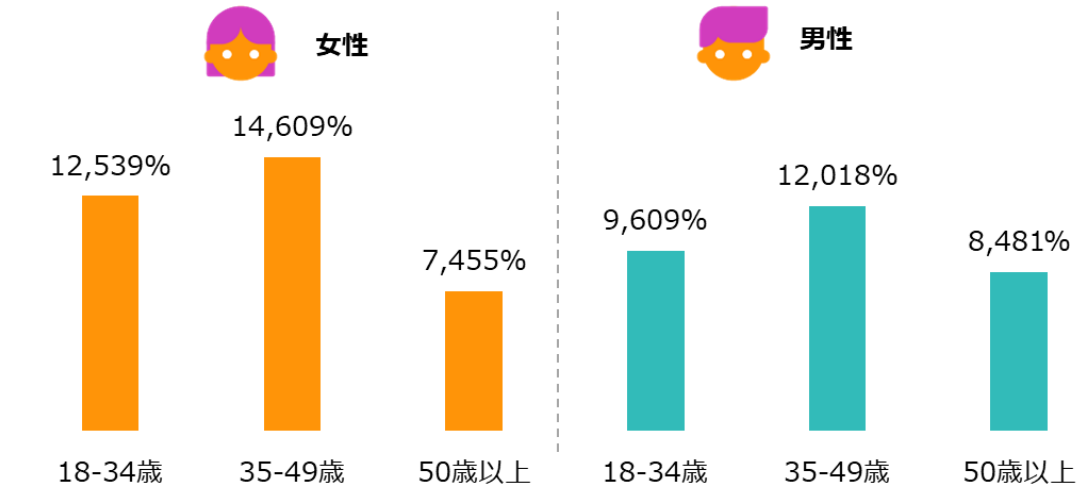
※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※オンラインモールジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計

※18歳以上の男女、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

次に、利用者数上位 5 サービスを合計したターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、男女共に 35-49 歳が最も高く、女性では 14,609%、男性では 12,018%となっていました (図表 2)。

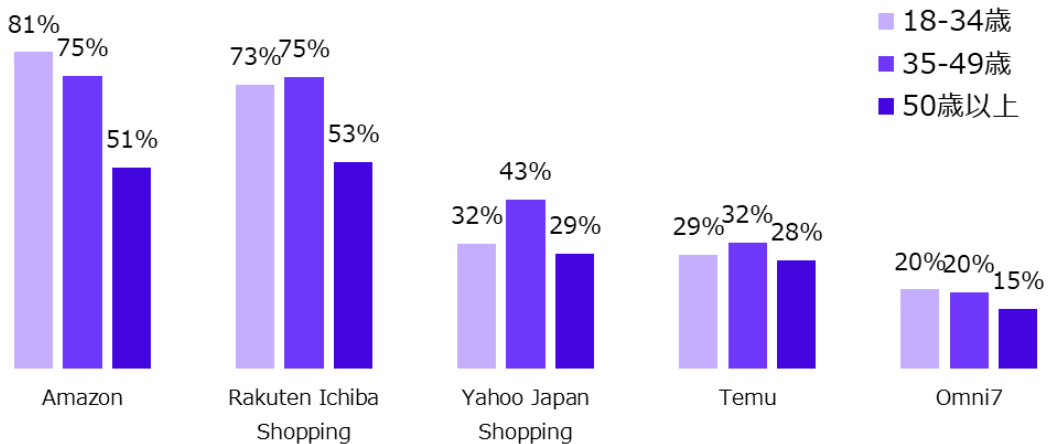
図表 2 : 2024年5月 オンラインモールジャンル トータルデジタル利用者数Top5サービスの性年代別GRP



Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート※トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値
 ※オンラインモールジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計
 ※18歳以上の男女、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

最後に、上位 5 サービスのリーチを年代別に見ると、18-34 歳では「Amazon」が 81%で最も高かった一方で、35 歳以上では「Amazon」と「Rakuten Ichiba Shopping」が同程度利用されていることが分かりました。また、その他のサービスでは新しく参入した「Temu」を含めて 35-49 歳のリーチが他の年代と比べて高くなっていました (図表 3)。

図表 3 : 2024年5月 オンラインモールジャンル
 トータルデジタル利用者数Top5サービスの年代別のリーチ



Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート※トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値
 ※オンラインモールジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計
 ※18歳以上の男女、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

日本のオンラインモールジャンルでは、上位3サービスの顔ぶれに変化はないことが分かりました。一方で「Temu」は消費者とコスト効率の高いメーカーを結びつけ、様々な商品をよりお手頃な価格で購入できることで注目を集め、昨年ローンチされてから急速に4位まで急成長をしました。新しいサービスが急速に利用者数を伸ばしている場合、その時々々の社会のニーズを反映していると考えられます。オンラインモールサービスを提供する企業や小売業者としては、サービス利用の変化の裏にある消費者の意識の変化を把握し、特定の年齢層や性別に合わせたアプローチでサービス改善につなげていくことが一層重要になるでしょう。

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CTV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。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。

<https://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 Dean Matthew Richardson
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア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。

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャンネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。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

AD & CONTENT（デジタル広告/コンテンツ視聴率）

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings
ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)

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

MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス 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/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International
海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View
海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement