

## Criteo、2016年度上期モバイルコマースレポートを発表

世界的に、購入チャネルとしてモバイルがデスクトップを上回る  
～日本のモバイル取引率は引き続き世界でトップ～

URL: <http://www.criteo.com/jp/resources/mobile-commerce-report-2016/>

パフォーマンスマーケティングのテクノロジー企業である Criteo S.A. (本社：フランス、NASDAQ：CRTO、以下 Criteo) は、2016 年度上期モバイルコマースレポート ([H1 2016 State of Mobile Commerce Report](#)) を発表しました。本レポートは、モバイルコマースの動向を調査した上で、世界中のマーケティングに多くの知見を提供することを目的として、2014 年第 4 四半期より定期的に発行しています。

今回のモバイルコマースレポートでは、モバイルサイトの改善や、使いやすいショッピングアプリの増加に伴い、世界的にモバイル経由の売上がデスクトップを上回った最新のモバイルコマースの現状を明らかにしています。

### < 全体サマリー >

- 日本全体のモバイル経由の売上シェアは、前年比 11 ポイント増加して 52% に**  
 モバイルでの購入件数が多い上位 25% の小売業者は、モバイルからの購入率が約 80%。
- モバイル経由の売上比率が高い業種はさらに割合を拡大**  
 「ファッション・高級品」、「健康・美容」の業種では、モバイル経由の売上割合がそれぞれ前年比で +34%、+19% と増大し、他業種との差をさらに広げました。
- アプリは不動の販売チャネル**  
 アプリが引き続き最も効果的な販売チャネルとなっています。  
 アプリから購買ファネルに誘導される買い物客の割合は高く、コンバージョンレートもモバイルサイトと比較して 3 倍高いことが明らかになりました。
- 売上を独占しやすい市場環境**  
 優れた UX を提供するモバイルサイトやアプリを有する企業が、モバイル経由の売上の大部分を独占しています。

Criteo が日本のオンライン商取引を調査した結果、日本におけるモバイルシェアは 52% で、引き続き世界で最も高い割合であることが判明しました。モバイルによる購入件数が多い上位の小売業者は、安定したシェアを維持しています。タブレットの出荷台数が減少する一方で、スマートフォンの出荷台数は増えており、指紋認証などの新機能の登場で、スマートフォンでの買い物がいっそう簡単になっています。これはスマートフォンが世界を制しているという現状を示していると言えるでしょう。

## ■日本におけるモバイルコマースのトレンド

---

### ●モバイルからの購入率は平均で 11 ポイント増加

モバイルからの購入件数が多い小売業者（上位 4 分の 1）では、モバイルからの購入率は 2015 年度第 2 四半期と同様に、約 8 割を維持しています。さらに、小売業者全体の EC サイトでのモバイルからの購入率は、平均で前年から 11 ポイントの伸びを見せています。

### ●上位業種が他を引き離すペースで成長

業種別のモバイル経由購入状況では、「ファッション・高級品」「健康・美容」の 2 業種が他業種との差を拡大しています。「ファッション・高級品」のモバイル経由の売上げシェアが前年比+34%と大きく増加し、「健康・美容」（前年比+19%）とともにトップカテゴリに躍り出ています。「量販店」も前年比で 17%増加しています。

### ●モバイル購入の主役はスマートフォン

IDC の調査によると、2016 年第 1 四半期のタブレット出荷台数は世界で 4,000 万台と、昨年同時期の 4,600 万台から 15%現象する一方で、スマートフォンの出荷台数は 0.2%増え、3 億 3,500 万台に達しています。日本の小売業界の EC サイトにおけるモバイルデバイス別のシェアは、2016 年度第 2 四半期ではスマートフォンが 89%、タブレット 11%となっており、スマートフォンの独占状態にあります。

### ●iPhone からの購入件数は、Android を大きく上回る

Kantar Worldpanel の「日本の OS 別スマホ市場シェア調査 2016 Q2」によると、iOS が 43%、Android が 56%となっており、iPhone ユーザは Android ユーザよりも少ないが、モバイルでの購入件数シェアでは Android を大きく上回っています。

## ■モバイル成熟度 4 つのモデル

---

Criteo のモバイル成熟度モデルは、「アクセス」「再訪問の動機付け」「予測」「再訪問」の 4 段階で成り立っており、この 4 段階を達成して維持すれば、消費者の期待に沿ったモバイルショッピング体験を届けることができます。

### ①アクセス

ストレスフリーにモバイルサイトとアプリを使えるよう基盤を整え、パーソナライズしたショッピング体験を提供できるようにする。

### ②再訪の動機付け

顧客との関係を発展させ、商品の閲覧を促す再訪問者にメリットを提供する。

### ③予測

商品カタログ全般にわたって顧客の関心を予測し、リアルタイムに的確な商品を提案。

### ④再訪問

顧客が対象ブランドと再び接点を持てるような簡単でパーソナライズした仕掛けを用意。

## ■レポートハイライト

### オンラインショッピングのモバイル化

デスクトップまたはモバイルを経由して商品を閲覧・購入するオンラインショッピングユーザーは、従来の購買経路と比較して、高い商品購入率で増え続けています。

消費者のモバイルショッピング経験を適切に最適化している小売業者は、アプリにおいても、モバイルウェブサイトにおいても競争を凌ぎ、消費者に良質な購買環境を提供しています。

- 日本とイギリスでは、ついに**モバイル経由の売上がデスクトップ経由の売上を上回りました。**
- オンラインショッピングにおけるモバイルのシェアが前年に比べ最も拡大したのは、ブラジル、オーストラリア、フランスでした。
- モバイルのコンバージョンが最も高いのは日本、イギリス、韓国でした。
- モバイルに慣れ親しんでいる、韓国、オーストラリア、日本をはじめとする国はモバイル取引の高いシェアが見られました。

### 世界でもモバイル購入の主役はスマートフォンに

タブレット購入者数が着実に減ってきているのに対し、スマートフォンは買い物をするデバイスとして、また特に、人差し指認証というような特徴のあるデバイスとして、顕著に広がってきています。より多くの小売業者が、モバイルに適したサイトをデザインしているため、モバイルでの取引は着実に増加しています。すべての小売業者が、スマートフォンを主に使用する人々のニーズを満たすために、in-app やモバイル Web を包括したモバイル中心のマーケティング戦略を打ち出すべきです。

- 初めて、**スマートフォンがすべての主要市場でモバイル取引の大多数を占めました。**<sup>1</sup>
- 日本、イギリス、韓国というモバイルがオンラインショッピングに占める割合が高く、モバイルフレンドリーなサイトの割合が高い国は、コンバージョンレートにおいても最も高い数値を示しています。

### 洗練されたアプリは高い支出をもたらす

トップ小売業者は、消費者にモバイルデバイス上でシームレスなショッピング手段を与える、精通し直感的で役に立つショッピングアプリを作っています。ホームスクリーンや速いローディング、オフラインコンテンツ、プッシュ通知、パーソナライゼーション、そしてネイティブ機能へのアクセスのような特性は、消費者にとって、モバイルショッピング経験をより豊かにします。デバイスに無頓着なショッパーに、この多機能な環境や統一的で、矛盾のない妥当な経験を作り上げるブランドは、リテンション率、コンバージョンレートの向上を成功させます。



- 卓越したモバイルアプリをもつ小売業者は、2016年第二四半期において、アプリ内のモバイル取引が**54%**にまで増え、これは2015年と比べ47%の増加です。
- アプリは他のデジタルショッピングチャンネルよりもずっと多くの取引に結びついており、コンバージョンレートを見るとモバイルWebの**3倍**に達しています。
- 使用される金額はデスクトップでは平均100ドル、モバイルWebでは平均91ドルなのに対し、モバイルアプリは平均126ドルという高いという数字が見られました。
- モバイルアプリの成熟期のリーダーは、新興小売業者よりも**90%**も高いコンバージョンレートを叩き出しています。

※本プレスリリースは、米国 Criteo より 9 月 13 日に発表されたプレスリリースの抄訳および、9 月 21 日に日本国内向けに発表されたモバイルコマースレポート日本語版資料に基づきます。

###

#### ■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo はパーソナライズされたパフォーマンスマーケティングをスケーラブルに提供しています。広告クリック後のコンバージョンを評価することにより、ROI（投資利益率）の透明性を確保し、測定を容易にします。2016年9月13日現在、Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジアに 31 カ所のオフィスを展開し、2,000 名を超える従業員を擁して世界各国 12,000 以上の広告主にサービスを提供しており、17,000 近いパブリッシャーと直接取引関係を結んでいます。

※詳細は <http://www.criteo.com> をご覧ください。

※CRITEO 株式会社はその日本法人です。詳細は <http://www.criteo.com/jp/> をご覧ください。

---

このレポートは日本、イギリス、韓国、オーストラリア、ドイツ、オランダ、イギリス、スペイン、イタリア、フランス、ブラジル、ロシアの市場を調査したものです。