

- オンライン通販に関する実態調査 -

20～50代の約9割が「1ヶ月に1回以上、オンライン通販を利用」

**実店舗で商品を比較検討し、オンライン通販で購入する
“ショールーミング”経験者は8割を超える結果に。**

**～スマホでの購入金額の平均は45,864円、PCは61,095円、
デバイス毎で“ポチれる”金額に差があることが判明～**

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、調査会社によるインターネット調査を活用し、2016年6月末・全国の20～59歳でオンライン通販利用経験者である男女600名に対して「オンライン通販に関する実態調査」を実施いたしました。

調査結果概要

POINT.1

全体の約9割が「1ヶ月に1回以上」オンライン通販を利用。

また、50代の約8割がブラウザ、20代の約5割がスマホ経由で
通販利用をするなど世代によるデバイス二極化も判明。

～さらには、**全体の3割がブラウザではなくアプリ経由でショッピング**という結果も～

POINT.2

Instagramヘビーユーザーはオンラインショッピングの常連IP

オンラインショッピングの利用頻度、全体平均で18%が「1週間に1回」と回答。

一方、週1以上Instagramを活用しているユーザーは**26%が「1週間に1回」利用**。

POINT.3

“オンライン通販の使い方”で男女の価値観の違いが浮き彫りに...

ネット通販で頻繁に買うもの、**男性1位は「家電製品」、女性1位は「洋服」**

一方、「日用品」や「食品」の購入は**“実店舗派”が依然8割を超える結果に。**

POINT.4

**「実店舗で商品を比較検討し、オンライン通販で購入」する“ショールーミング”が加速！
8割以上が「実店舗で商品を比較検討した後、オンラインで購入した事がある」と回答。**

～7割以上が「実店舗で商品を見て、

スマホで即座に値段を確認」する価格検討タイプであることも判明～

POINT.5

「オンライン上での商品探し」に費やす時間は平均で1日2時間！

平日のオンライン上での商品探し・購入は「夕食～就寝前」が7割以上を占め、

「通勤中」「帰宅中」などのスキマ時間は1割未満にとどまる結果に。

POINT.6

スマホでの購入金額の平均は**45,864円/PCは61,095円、**

デバイス毎で“ポチれる”金額に差があることが判明。

**全体の約9割が「1ヶ月に1回以上」オンライン通販を利用。
また、50代の約8割がブラウザ、20代の約5割がスマホ経由で
通販利用をするなど世代によるデバイス二極化も判明。**

～さらには、**全体の3割がブラウザではなくアプリ経由でショッピング**という結果も～

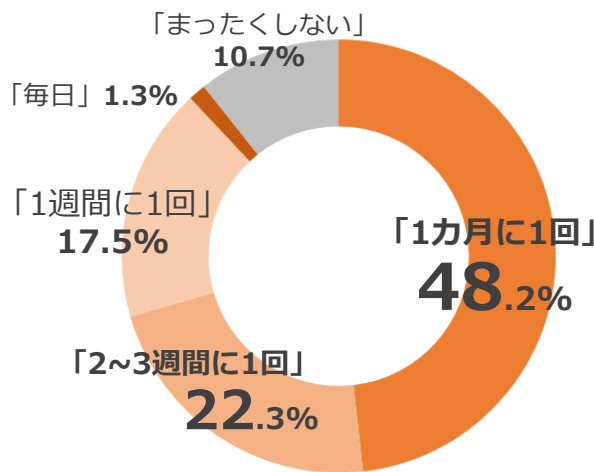
全国のオンライン通販利用経験のある20～50代の男女600名に対して、「直近1ヶ月のオンラインショッピングの利用頻度をお答えください」と質問したところ、全体の89.4%が「1ヶ月に1回以上オンライン通販を利用」していることが分かりました。

また、「実店舗ではなくオンライン通販で購入した理由は？」との問いに対しては、「実店舗よりも安く買えるから」という回答が65.5%を占めたほか、「実店舗に出向かなくても買い物ができるから」が55.8%、「時間の節約になるから」が37.2%など、時間節約に関する回答も多く占める結果となりました。

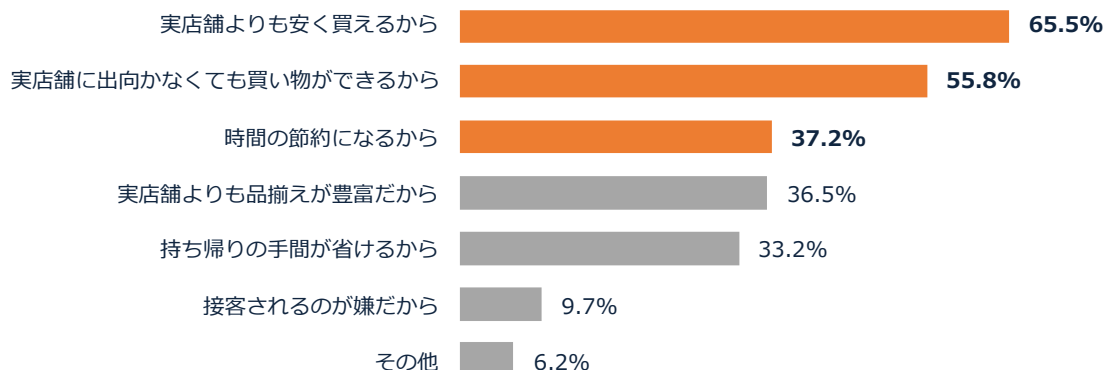
続いて、オンラインでの買い物で使用する端末を聞いたところ、20代男女に関しては52.3%がスマートフォンを使用している一方で、50代男女は36.9%にとどまり、世代間での利用デバイスの二極化が判明。

さらに、複数回答でスマートフォンでの商品購入経路に関して質問をしたところ、WEBサイト（ブラウザ）経由が83.5%、アプリ経由が31.2%と、ブラウザ中心だった日本のショッピング環境が、アプリでもショッピングがされるようになってきている現状が垣間見れました。

Q：直近1ヶ月のオンラインショッピングの利用頻度 (n=600)



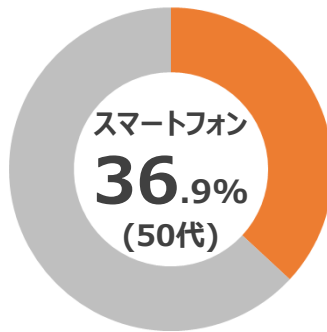
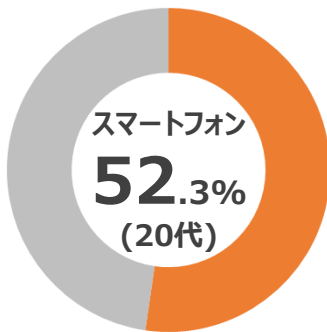
Q：実店舗ではなくオンライン通販で商品を購入した理由 (n=600 / 複数回答可)



オンライン通販の利用頻度 / 利用理由 / 利用デバイス / アプリ利用割合

Q : オンラインでの買い物で使用する端末 (n=各150)

Q : スマートフォンで商品を購入する経路 (n=600/複数回答可)



WEBSITE 83.5%

アプリ 31.2%

オンラインショッピング利用頻度 × Instagram利用頻度

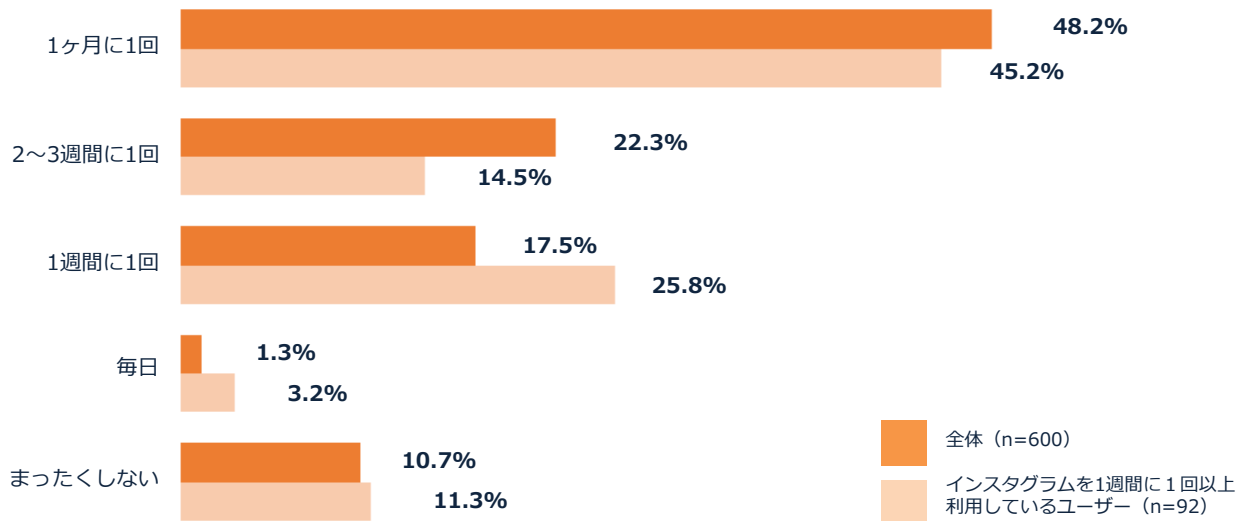
Instagramヘビーユーザーはオンラインショッピングの常連!?

オンラインショッピングの利用頻度、全体平均で18%が「1週間に1回」と回答。一方、週1以上Instagramを活用しているユーザーは26%が「1週間に1回」利用。

全国のオンライン通販利用経験のある20~50代男女600名に対して「直近1ヶ月のオンラインショッピングの利用頻度」を聞いたところ、「1ヶ月に1回」が48.2%、「2~3週間に1回」が22.3%、「1週間に1回」が17.5%、「毎日」が1.3%、「まったくしない」が10.7%という回答になりました。

特に、Instagramを1週間に1回以上利用するヘビーユーザー92名に関しては、「1ヶ月に1回」が45.2%、「2~3週間に1回」が14.5%、「1週間に1回」が25.8%、「毎日」が3.2%、「まったくしない」が11.3%という結果になりました。全体平均と比べて「1週間に1回」「毎日」と回答した人の割合が10.2%も高く、オンラインショッピング利用頻度が高いことが明らかになりました。

Q : 直近1ヶ月のオンラインショッピングの利用頻度 (n=600)



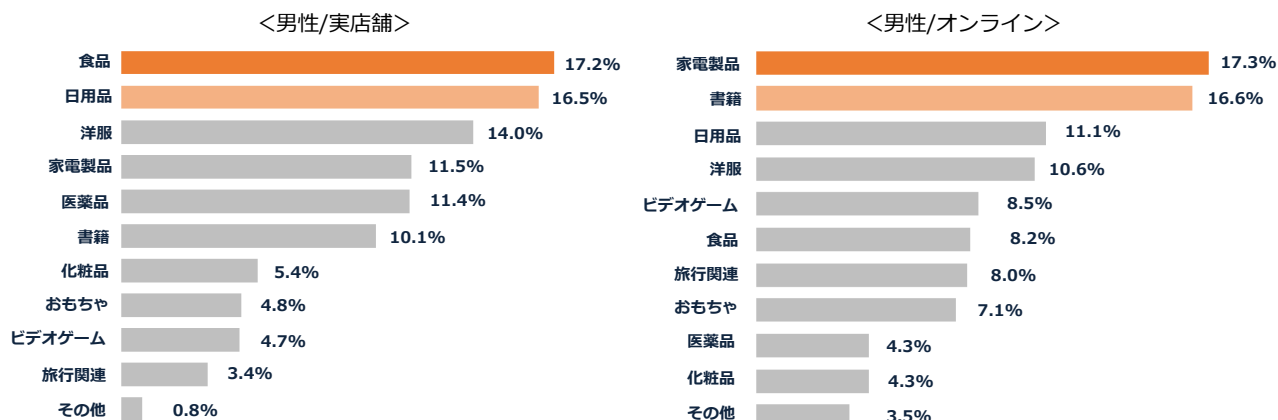
※調査結果をご利用いただく際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「Criteo調べ」と明記ください。

“オンライン通販の使い方”で男女の価値観の違いが浮き彫りに・・・ ネット通販で頻繁に買うもの、男性1位は「家電製品」、女性1位は「洋服」 一方、「日用品」や「食品」の購入は“実店舗派”が依然8割を超える結果に。

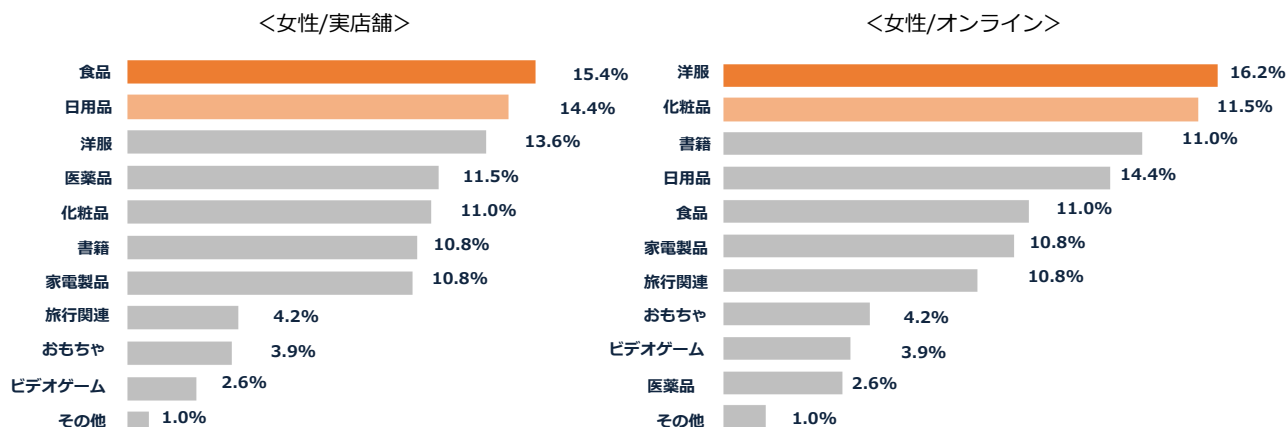
全国のオンライン通販利用経験のある20～50代の男性300名、女性300名に対して「実店舗またはオンライン通販で購入する商品ジャンル」を聞いたところ、オンライン通販で購入する商品ジャンルは、男性が「家電製品」(17.3%)や「書籍」(16.6%)の回答が多かったのに対し、女性は「洋服」(16.15%)や「化粧品」(15.5%)などが多く購入されているということが分かりました。

一方で、実店舗で購入する商品ジャンルについては、「食品」が男性17.2%・女性15.4%、「日用品」が男性16.5%・女性14.4%と、男女共に「食品」「日用品」の回答が多く集まりました。

Q：実店舗またはオンライン通販で購入する商品ジャンル (n=300/男性のみ/複数回答可)



Q：実店舗またはオンライン通販で購入する商品ジャンル (n=300/女性のみ/複数回答可)



“ショールーミング”経験の有無

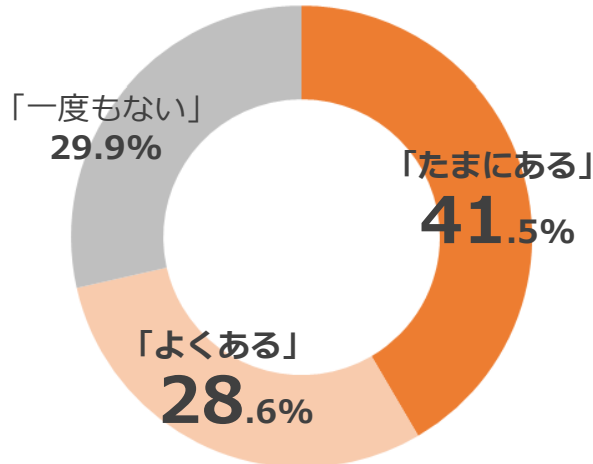
「実店舗で商品を比較検討し、オンライン通販で購入」する“ショールーミング”が加速！
全体の8割以上が「実店舗で商品を比較検討した後、
オンラインで購入した事がある」と回答。

～全体の7割以上が「実店舗で商品を見て、スマホで即座に値段を確認」
する価格検討タイプであることも判明～

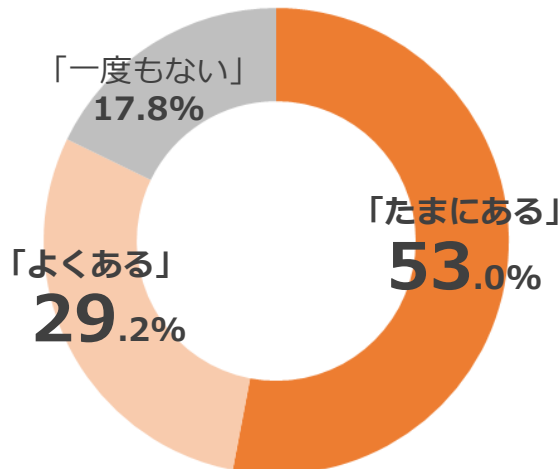
全国のオンライン通販利用経験のある20～50代男女600名に対して、「あなたは実店舗で商品を見て、その場でスマホで値段を確認した経験はありますか？」という問いに対しては20代の70.1%が「よくある」「たまにある」と回答しました。

また、「あなたは実店舗で商品を比較検討した後、オンラインで買った経験がありますか？」と質問したところ、「よくある」「たまにある」と回答した人の合計が82.2%にのぼる結果となり、ショッピングにおけるショールーミング現象が加速している実態が判明しました。

Q：実店舗で商品を見て、その場でスマホで値段を確認した経験 (n=600)



Q：実店舗で商品を比較検討した後、オンラインで買った経験 (n=600)



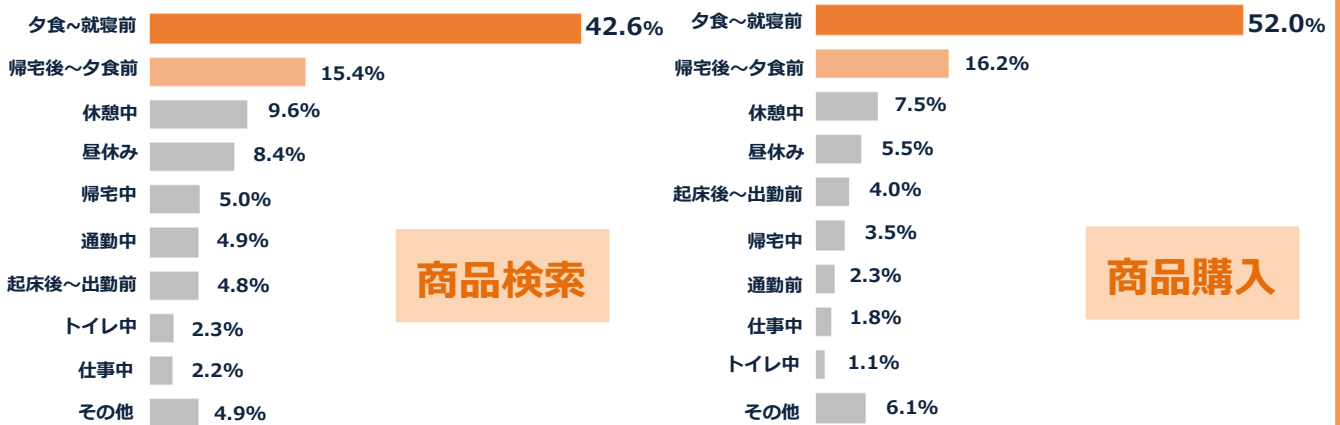
「オンライン上での商品探し」に費やす時間は平均で1日2時間！
平日のオンライン上での商品探し・購入は「夕食～就寝前」が7割以上を占め、
「通勤中」「帰宅中」などのスキマ時間は1割未満にとどまる結果に。

全国のオンライン通販利用経験のある20～50代男女600名に「オンラインでの商品探しに費やす1日当たりの時間」を聞いたところ、全年齢で1日平均2時間であることが分かりました。

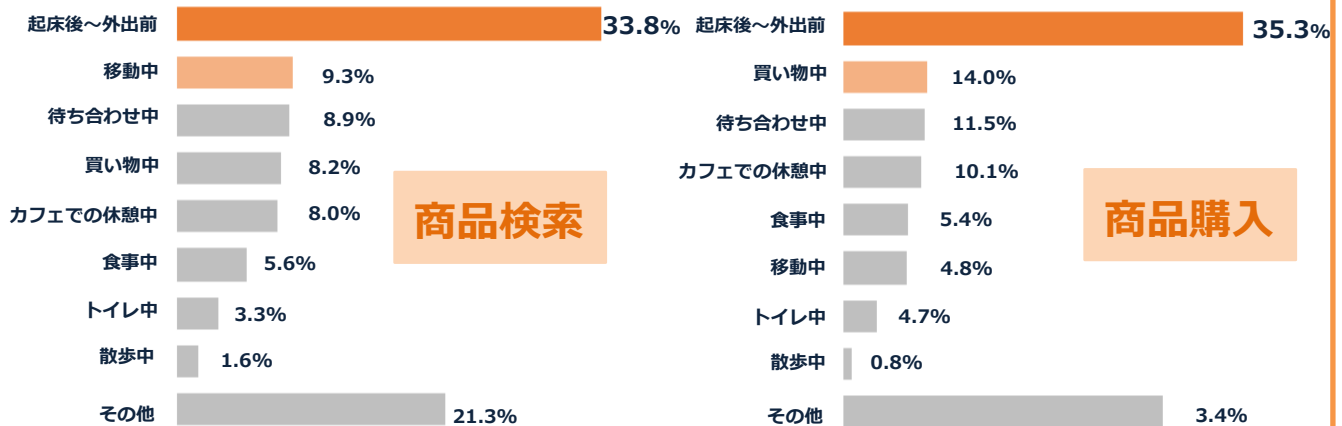
また「平日はどのシーン（時間帯）でオンラインでの商品探し、購入を行っているか」という質問に対して、商品探し・購入ともに「夕食～就寝前」がそれぞれ42.6%、52.0%を占める一方で、「通勤中」「休憩中」などのスキマ時間は全体の1割を下回る結果となりました。

逆に、休日の場合は、商品探し・購入ともに「起床後～外出前」が多くの回答を集め、それぞれ33.8%、35.3%の結果になりました。

Q：オンラインでの商品探し、購入を平日はどのシーンで行っていますか？ (n=600)



Q：オンラインでの商品探し、購入を休日はどのシーンで行っていますか？ (n=600)



スマホでの購入金額の平均は**45,864円**/PCは**61,095円**、
デバイス毎で“ポチれる”金額に差があることが判明。

全国のオンライン通販利用経験のある20~50代男女600名に対して、「パソコン・スマートフォンで購入を決断できる商品金額は何円までになるか」と質問したところ、スマートフォンは平均45,864円、PCでは平均61,095円ということが判明し、利用デバイスで“ポチれる”金額に差があるものの、PCのみならずスマートフォンでのショッピングが広く利用されている実態が明らかになりました。

Q: パソコン・スマートフォンで購入を決断できる商品金額は何円までですか? (n=600)



パフォーマンスマーケティングのテクノロジー企業 Criteoとは

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7月25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11,000以上の広告主にサービスを提供しており、16,000近いパブリッシャーと直接取引関係を結んでいます。

※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。

※調査結果をご利用いただく際は問い合わせ先にご連絡の上、必ず「Criteo調べ」と明記ください。