＜報道関係各位＞

2016 年 10 月 13 日
CRITEO 株式会社

Criteo、2016 年版ファッションフラッシュレポートを発表

ファッション業界でのモバイルデバイス利用率が全世界的に上昇

日本のモバイル売上比率は世界で最も高く、62%にのぼる結果に

URL: http://www.criteo.com/jp/resources/fashion-flash-report-2016/

パフォーマンス広告およびマーケティングに特化したテクノロジーリーダーであるCriteo S.A.（本社：フランス、NASDAQ：CRTO、以下Criteo）は、日本国内のファッション業界の売上トレンドに関する「2016年版ファッションフラッシュレポート」を発表しました。

本レポートは、グローバルにおけるスマートフォン・タブレットの急速な普及にともない、従来のデスクトップ中心のオンラインショッピングからモバイルデバイス中心へと移行しているのを背景に、特にファッション業界のオンラインショッピングにおけるユーザーの来訪時期や利用デバイス、購入ファネルごとのユーザー行動など関する知見を提供するものになります。

＜Fashion Flash Report サマリー＞

◇**グローバルトレンド**◇

- 日本のモバイル売上比率は世界で最も高く、**62%**にのぼる。
- ファッション業界のモバイル売上比率が 50%を超える国は、**日本(62%)、韓国(57%)、イギリス(55%)**の 3 カ国。
- 日本国内のモバイル経由売上におけるスマートフォン比率は全世界平均よりも高く、**90%**にのぼる。
- 全世界的に、**モバイルでの購入割合が高い国ほど iPhone の使用比率が高い**傾向。

◇**日本国内におけるファッション業界の売上トレンド**◇

- オンライン店舗に訪れるユーザーは **12 月**が最も多く、年間平均と比較して **15%**高い。
- 12月は年間を通して最も売上が上がる時期で、年間平均よりも**13%**売上が増加する。
- 日本で売上の **60%**がモバイル経由で、アメリカと比較すると **1.6 倍**以上高い。
- ファストファッションブランドでは iPhone からの売上が全体平均よりも **36%**高い。
- 日本のユーザーがスマートフォンで買い物カゴに商品を入れ、購入に至る確率は、米国と比較して **1.8 倍**で、CVR も同様に **1.8** 倍高い。

criteo

■レポートハイライト

<日本国内におけるファッション業界の売上トレンド>

・オンライン店舗に訪れるユーザーは 12 月が最も多く年間の平均と比較し、**15%**高い。
・12 月は年間を通して最も売上が上がる時期で、年間の平均よりも **13%**売上が増加する。
・日本では売上の 60%がモバイル経由で、これはアメリカの **1.6 倍**以上も高い数字です。また、ファストファッションブランドでは iPhone からの売上が全体平均より **36%**高い。
・日本のユーザーがスマートフォンで買い物カゴに入れ、購入に至る確率は、米国と比較し **1.8 倍**で、CVR も同様に **1.8 倍**高い 。

ユーザーはいつ来るのか？

◆前半（1～8 月期）

・1 月を基準としたとき、8 月にかけて連続的に現象の傾向が見られた。特に、夏休み時期の 8 月は、1 月と比べて**約 15%**も訪問者数が減少する。
・売上のピークは 6～7 月で、これは国内企業の多くがボーナスを出す時期と重複する。

◆後半（5～12 月期）

・昨年度の後半にあたる 5～12 月期では、1 月を基準としたとき、8 月から 12 月にかけて訪問ユーザー数は増加する一方で、閲覧ページ数は前半と比べて少ない傾向が見られた。
・12 月は年間を通して最も売上が上がる時期で、年間平均よりも **13%**売上が増加する。

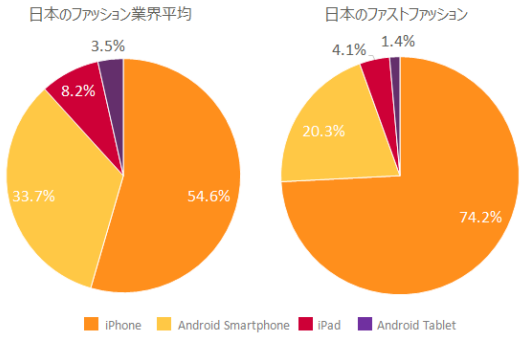
ユーザーはどこから来るのか？

<日本国内>

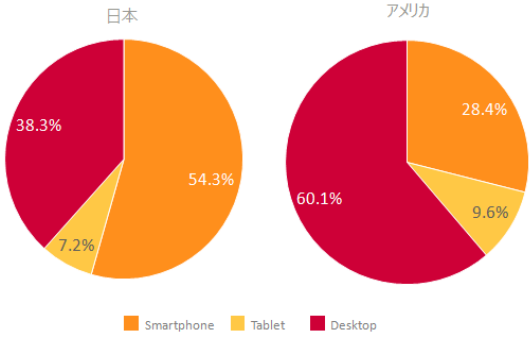
・ファッション業界におけるモバイル経由の売上のうち、90%近くがスマートフォン経由。
・ファストファッションブランドでは、iPhone 経由の売上が業界平均と比較して 136%高い 。

<日米比較>

・日本のモバイル経由の売上シェアはアメリカと比較して **1.6 倍**以上。
・アメリカでは**約 6 割**がデスクトップ経由なのに対し、日本では **6 割以上**がモバイル経由。



<日本国内におけるモバイル経由売上の構成比率>



<モバイル経由売上の構成比率（日米比較)>

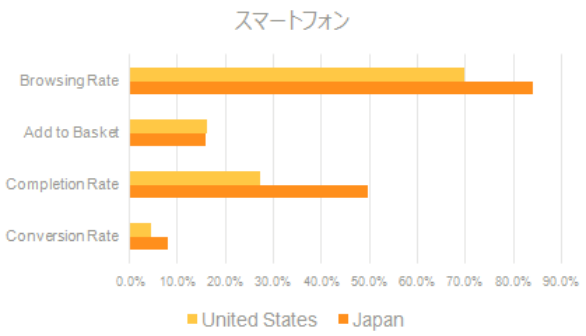
購買ファネルごとのユーザ行動・日米比較

<ユーザー動向>

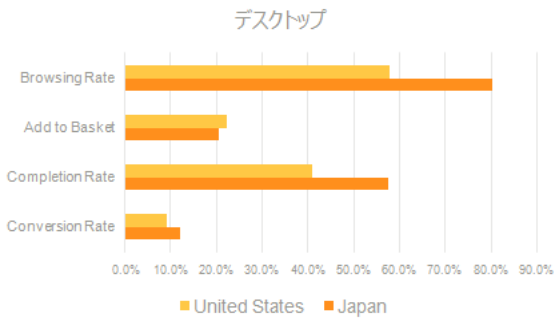
日本のユーザがスマートフォンで買い物カゴに商品を入れ、実購入に至る確率(Completion Rate)は、米国と比較して **1.8 倍**で、WEB サイトの訪問者数に対する、そのサイトでの商品購入者の割合(Conversion Rate)も同様に **1.8 倍**高い。

<デバイス別パフォーマンス>

オンラインにおけるファッションの売上の多くがモバイルデバイス経由だが、Conversion Rate(CVR)はデスクトップの方が**約 3%**高い。



<スマートフォンでの購買ファネル毎のユーザ行動比較>



<デスクトップでの購買ファネル毎のユーザ行動比較>

グローバルファッショントレンド

<国別のファッション業界のモバイル売上比率>

・日本のモバイル売上比率は世界で最も高く、**62%**にのぼる。

・ファッション業界のモバイル売上比率が **50%**を超える国は、**日本(62%)、韓国(57%)、イギリス(55%)**の 3 カ国。

<ファッション業界のモバイル経由の売上におけるスマートフォンとタブレットの比率>

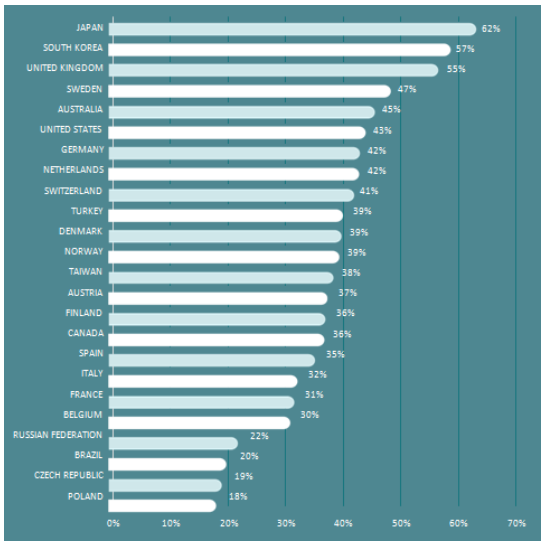
・日本のスマートフォン比率は全世界平均よりも高く **90%**にのぼる。

・韓国は日本よりも偏りがあり、**99%**がスマートフォン経由の売上という結果に。

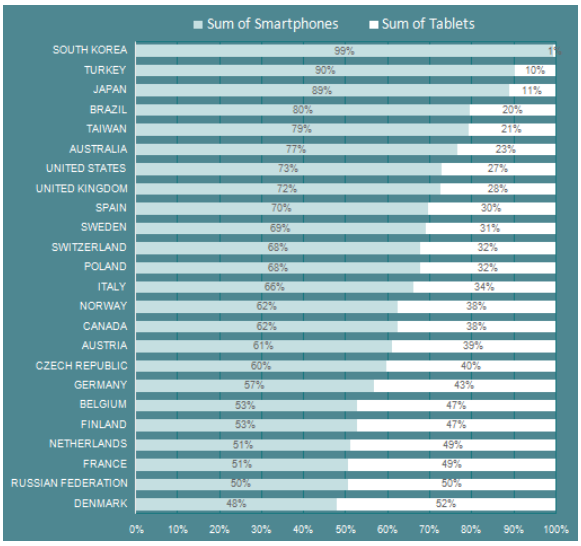
<ファッション業界におけるスマートフォンの OS 別の売上割合>

・全世界的に、**モバイルでの購入割合が高い国ほど iPhone の使用比率が高い**傾向。

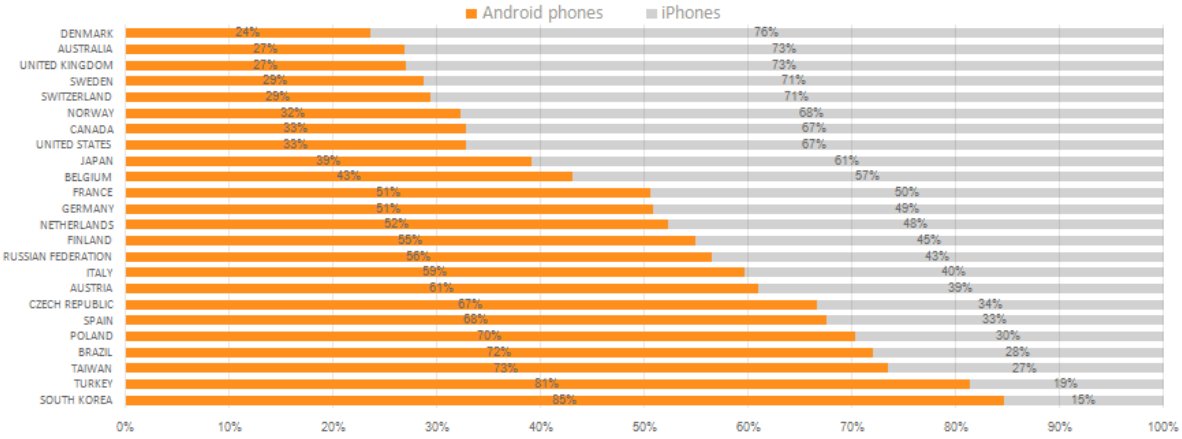
・韓国(サムスン)とフィンランド(ノキア)のみは例外で Android の仕様比率が高い傾向。



<ファッション業界のモバイル売上比率>



<ファッション業界のモバイル経由の売上における
スマートフォンとタブレットの比率>



<ファッション業界におけるスマートフォンの OS 別の売上割合>

※本資料は、Criteo 発表の「ファッションフラッシュレポート 2016 年版」の抄訳です。
※本リリースの全文は、下記 URL をご参照ください。
http://www.criteo.com/jp/resources/fashion-flash-report-2016/

■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 10 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。

※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。