

- 夏のバーゲンセールに関する意識調査 -

全体 8 割が夏のバーゲンセールで商品を購入予定と回答
今年の使用予定金額は平均 22,420 円と
昨年実績よりも 9,000 円以上 UP !

~20-30 代男性の約半数はリターゲティング広告による再訪問経験があると回答~

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（本社：フランス、NASDAQ：CRTO、以下Criteo）は、2017年5月27日(土)から5月29日（月）までの期間、調査会社によるインターネット調査により、全国の20～59歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女600名に対して、「夏のバーゲンセールに関する意識調査」アンケートを行いました。

..... < 調 査 ト ピ ッ ク >

① アパレル EC サイト利用頻度

- ✓ 全体の約 6 割が「月 1 回以上」、さらに女性の約 3 割は「週 1 回以上」アパレル EC サイトに訪問した実績あり。
- ✓ 20 代男性の約 4 割が「月 1 回以上」アパレル EC サイトで商品を購入しているのに対し、20 代女性は約 3 割と、20 代男女間では男性の方がオンラインショッピングに積極的であるという意外な事実が判明。
- ✓ 実店舗よりもオンラインで「衣類・ファッション小物」を購入する理由は、1 位「楽だから」、2 位「時間が省ける」、3 位「たくさんの商品から選べる」から。

② アパレル EC サイト利用経路

- ✓ アパレル EC サイトへの購入は、「PC 派」約 4 割、「スマホ派」約 2 割、「PC・スマホ併用派」約 2 割という結果に。
- ✓ 全体の約 4 割がリターゲティング広告によって、サイト離脱後に再訪問を経験。特に 20 代・30 代男性は約半数が再訪問を経験。若い世代の男性にリターゲティング広告が大きく影響しているということが明らかに。

③ 今年の夏バーゲンセール事情

- ✓ 全体の 8 割が「今年の夏バーゲンセールでファッション関連の商品を購入したい」と回答。男女世代別だと 30 代女性が約 9 割と、最も購入意欲があるという結果に。
- ✓ 今年のバーゲンセールに、オンライン上で購入したいものランキング
男性：1 位「T シャツ」、2 位「シャツ」、3 位「シューズ」
女性：1 位「T シャツ」、2 位「バッグ」、3 位「ワンピース」

※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。

④夏のバーゲンセール使用金額事情

- ✓ 今年の夏のバーゲンセール使用予定金額は、平均 22,420 円。
 昨年の平均使用金額 10,718 円に対し、10,000 円以上アップする結果に。
- ✓ 全体の 4 割が、夏のバーゲンセール時に、もともと買いたいと思っていた商品とは別のものを購入する「ついで買い」経験あり。特に 40 代女性が約半数以上と多い傾向も判明。

⑤夏のバーゲンセール情報収集・購買タイミング

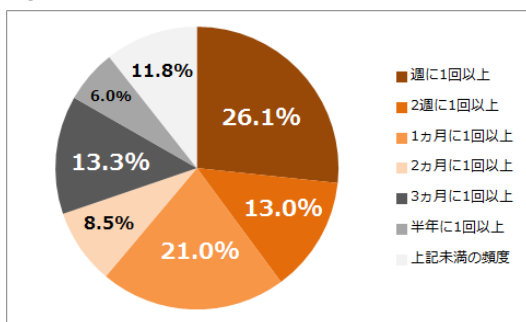
- ✓ 全体の約半数が夏のバーゲンセールに備えて事前に情報収集すると回答。事前情報の収集をする人の約 6 割が「6 月から」と早期チェック派が多数いることが判明。
- ✓ 夏のバーゲンセールアイテムに関して、検討タイミング・購入タイミングともに全体の 6 割が「就寝前」と回答。また、20 代男女は 4 割以上が「移動中」に検討、2 割以上が購入と他の世代よりもオンラインショッピングを隙間時間に楽しんでいるという結果も。

■調査トピック①

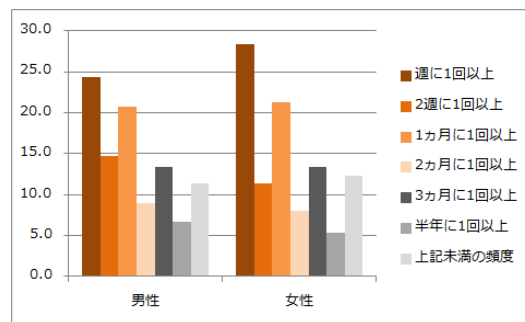
アパレル EC サイト利用頻度

- ✓ 全体の約 6 割が「1 ヶ月に 1 回以上」、さらに女性の約 3 割は「週に 1 回以上」アパレル EC サイトに訪問した実績あり。
- ✓ 20 代男性の約 4 割が「1 ヶ月に 1 回以上」アパレル EC サイトで商品を購入しているのに対し、20 代女性は約 3 割と、20 代男女間では男性の方がオンラインショッピングに積極的であるという意外な事実が判明。
- ✓ 実店舗よりもオンラインで「衣類・ファッション小物」を購入する理由は、1 位「楽だから」、2 位「時間が省ける」、3 位「たくさんの商品から選べる」から。

全国の 20~59 歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女 600 名のうち、全体の 60.3%が「1 ヶ月に 1 回以上」、アパレル EC サイトに訪問すると回答し、さらに女性の 28.3%が「週に 1 回以上」アパレル EC サイトに訪問すると回答し男女世代別で最も多いことがわかりました。



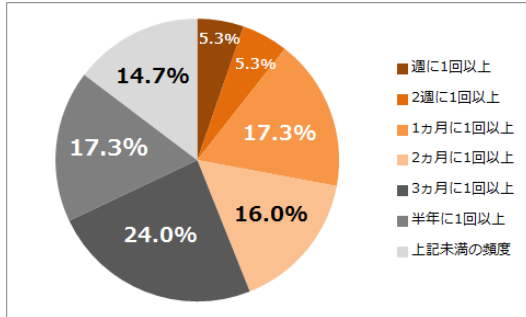
Q.「アパレル EC サイト」をどの程度の頻度で訪問しますか。(n=600)



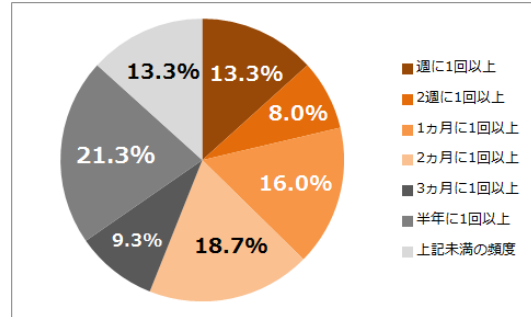
Q.「アパレル EC サイト」をどの程度の頻度で訪問しますか。(男女別 n=600)

また、アパレル EC サイトでの購入経験を見てみると、20 代男性の 37.3%が「1 ヶ月に 1 回以上」商品を購入しているのに対し、20 代女性は 27.9%と、20 代男女で比較すると男性の方がオンラインショッピングに積極的であることが判明しました。

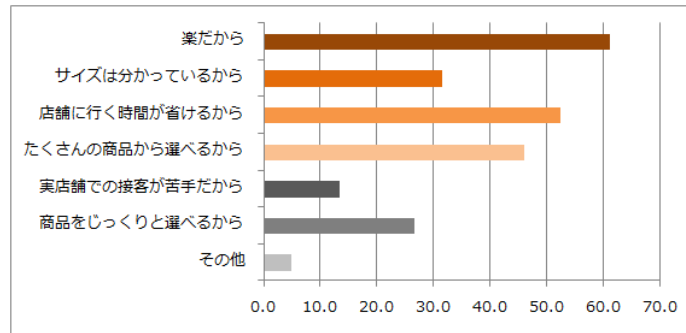
実店舗よりもオンラインを選んで利用する理由を聞くと、全体の 61%が「楽だから」が最も置く、次いで 52%が「店舗に行く時間が省けるから」、45%が「たくさんの商品から選べるから」と、オンラインショッピングならではの利便性を挙げました。



Q.あなたはどの程度の頻度でオンラインから「衣服・ファッション小物」を購入していますか？(20代男性 n=75)



Q.あなたはどの程度の頻度でオンラインから「衣服・ファッション小物」を購入していますか？(20代女性 n=75)



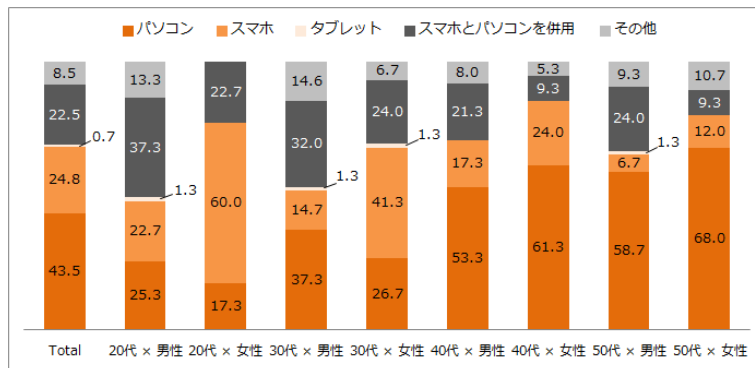
Q.「衣服・ファッション小物」を購入する時、実店舗よりもオンラインを選んで利用する時の心情・理由はなんですか？(n=600)

■調査トピック②

アパレル EC サイト利用経路

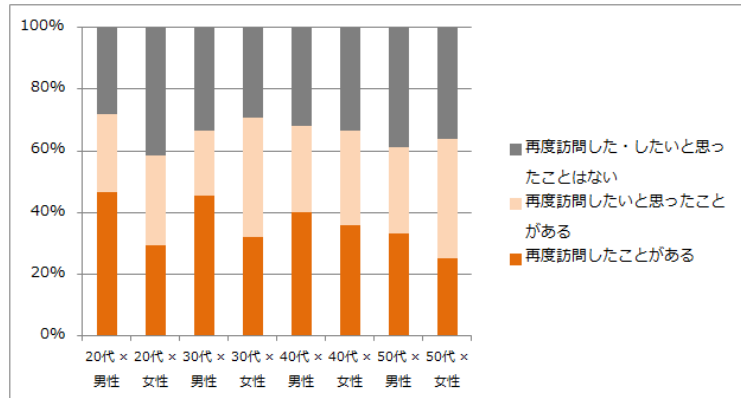
- ✓ アパレル EC サイトへの購入は、「PC 派」約 4 割、「スマホ派」約 2 割、「PC・スマホ併用派」約 2 割という結果に。
- ✓ 全体の約 4 割がリターゲティング広告によって、サイト離脱後に再訪問を経験。特に 20 代・30 代男性は約半数が再訪問を経験。若い世代の男性にリターゲティング広告が大きく影響しているということが明らかに。

全国の 20～59 歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女 600 名に、オンラインで「衣服・ファッション小物」を購入する際の使用デバイスをたずねたところ、「PC 派」が 43.5%、「スマホ派」が 24.8%と PC 派が多く占めることが分かりました。また、22.5%が「スマホ・PC 併用派」とデバイスを使い分けて商品購入をしているという結果が出ました。



Q.オンラインで「衣服・ファッション小物」を購入する際にはどの方法を利用しますか？(n=600)

また、「アパレル EC サイトで見た商品を購入しなかった後に、他のサイト上で表示された特定のサイト上での広告バナーを見て、再度訪問した・したいと思ったことはあるか」と聞いたところ、全体の 36%が「再度訪問したことがある」、30%が「再度訪問したいと思ったことがある」と、約 7 割がリターゲティング広告によってポジティブな影響を受けているということが判明しました。また、20 代男性の 46.7%、30 代男性の 45.3%が「再度訪問したことがある」と回答し、若い世代の男性はよりリターゲティング広告によってサイト再訪問を触発されたという意外な結果が出ました。



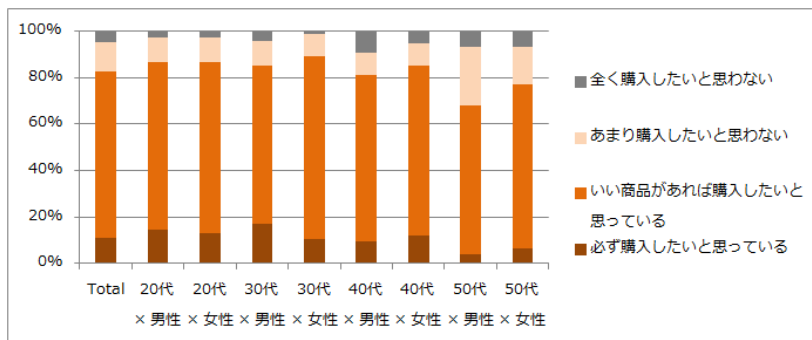
Q. 特定の「アパレル EC サイト」で商品を検討して購入しなかった後に、他のサイト上で表示された特定のサイトのバナーを見て、再度訪問（閲覧）した・したいと思ったことはありますか？ (n=600)

■調査トピック③

今年の夏バーゲンセール事情

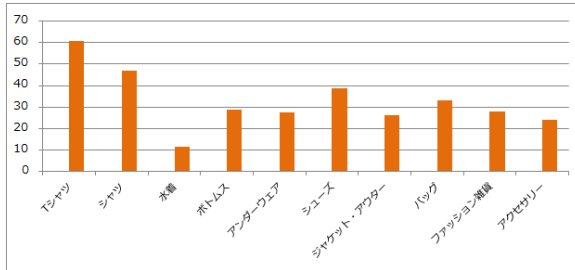
- ✓ 全体の 8 割が「今年の夏バーゲンセールでファッション関連の商品を購入したい」と回答。
男女世代別だと 30 代女性が約 9 割と、最も購入意欲があるという結果に。
- ✓ 今年のバーゲンセールに、オンライン上で購入したいもののランキング
男性：1 位「T シャツ」、2 位「シャツ」、3 位「シューズ」
女性：1 位「T シャツ」、2 位「バッグ」、3 位「ワンピース」

全国の 20～59 歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女 600 名に、「今年の『夏のバーゲンセール』で洋服などファッション関連の商品を購入したいと思っていますか？」と聞いたところ、全体の 82.5%が「必ず購入したいと思っている」「いい商品があれば購入したいと思っている」と回答しました。男女世代別でみると、30 代女性 89.4%が「必ず購入したいと思っている」「いい商品があれば購入したいと思っている」と回答し、最も購入意欲があるということが明らかになりました。

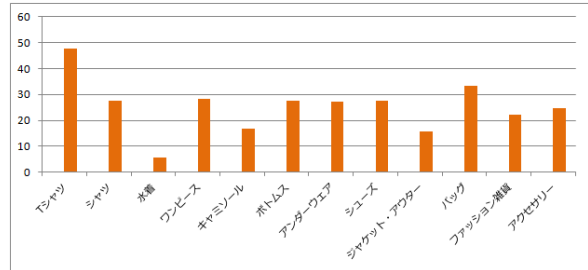


Q. 今年の「夏のセール」で洋服などファッション関連の商品を購入したいと思っていますか？ (n=600)

また、「今年の夏のバーゲンセールにてオンライン上で手に入れたいもの」を聞いてみると、男性：1位「Tシャツ」、2位「シャツ」、3位「シューズ」、女性：1位「Tシャツ」、2位「バッグ」、3位「ワンピース」という結果が出ました。



Q.今年の夏のバーゲンセールにオンライン上で手に入れたいもの[MA](男性 n=300)



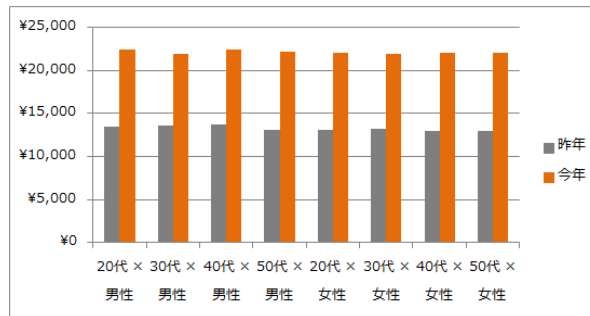
Q.今年の夏のバーゲンセールにオンライン上で手に入れたいもの[MA](女性 n=300)

■調査トピック④

夏のバーゲンセール使用金額事情

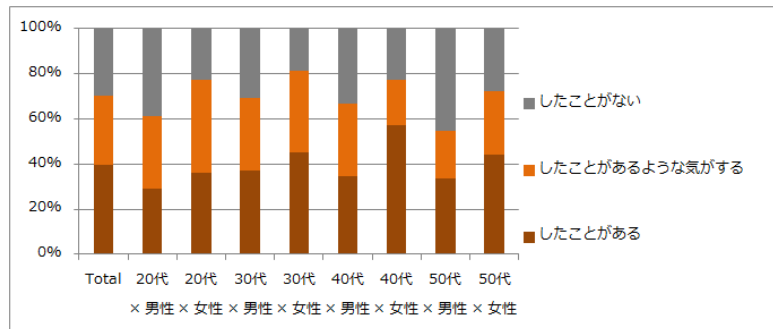
- ✓ **今年の夏のバーゲンセール使用予定金額は、平均 22,420 円。昨年の平均使用金額 10,718 円に対し、9,000 円以上アップする結果に。**
- ✓ **全体の 4 割が、夏のバーゲンセール時に、もともと買いたと思っていた商品とは別のものを購入する「ついで買い」経験あり。特に 40 代女性が約半数以上と多い傾向も判明。**

全国の 20～59 歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女 600 名に、今年の夏のバーゲンセール使用予定金額を聞いたところ、平均が 22,424 円であり、昨年の平均使用金額 13,383 円に対し、9,041 円もアップするという意外な結果が出ました。



Q.去年・今年、夏のバーゲンセールで、いかに使用したか、またする予定ですか？(n=600)

さらに、全体の 39.7%が「夏のバーゲンセール品をオンラインで検索しながら、もともと買いたと思っていた商品とは別のものを購入する『ついで買い』をしたことがある」と回答し、さらに年齢世代別でみると、40代女性の 57.3%が最もついで買いをしてしまう層であるという結果がでました。



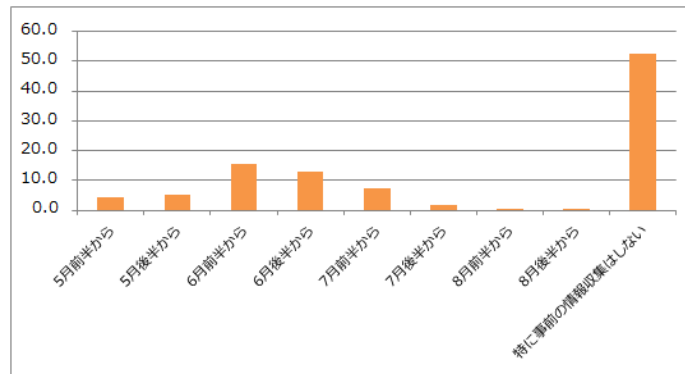
Q.夏のバーゲンセール品をオンラインで検索しながら、もともと買いたと思っていた商品とは別のものを購入する『ついで買い』をしたことがありますか？(n=600)

■ 調査トピック⑤

夏のバーゲンセール情報収集・購買タイミング

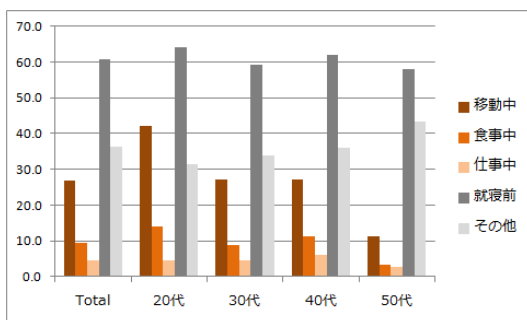
- ✓ 全体の約半数が夏のバーゲンセールに備えて事前に情報収集すると回答。事前情報の収集をする人の約6割が「6月から」と早期チェック派が多数いることが判明。
- ✓ 夏のバーゲンセールアイテムに関して、検討タイミング・購入タイミングともに全体の6割が「就寝前」と回答。また、20代男女は4割以上が「移動中」に検討、2割以上が購入と他の世代よりもオンラインショッピングを隙間時間に楽しんでいるという結果も。

全国の20～59歳で、オンラインショッピングをした経験のある男女600名に、「今年の夏のセール品の情報をいつ頃から集めますか?」と聞いたところ、全体の47.5%は「事前に調べる」そして全体の28.1%が「6月前半から」「6月後半から」と回答し、本格的なバーゲンセールが始まる前にチェックする人が多いことがわかりました。

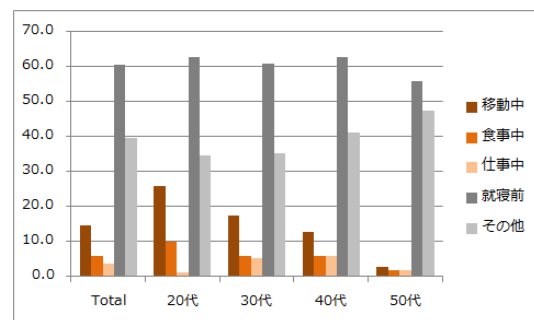


Q. 今年の夏のセール品の情報をいつ頃から集めますか? (n=600)

また、夏のバーゲンセールアイテムに関して、検討タイミング・購入タイミングをきいたところ、検討タイミングは全体の60.8%が、購入タイミングは全体の60.5%が「就寝前」とお対した時間にオンラインショッピングをおこなうことが判明しました。世代別でみると、20代の42.0%が「移動中」に検討し、26.0%が「移動中」に購入しているという結果がわかり、他の世代よりも隙間時間をオンラインショッピングに活用しているという実態が明らかとなりました。



Q. 夏のバーゲンセールで購入したい商品をオンラインで調べるのは、どのようなシチュエーションの時ですか? (n=600)



Q. 夏のバーゲンセールで購入したい商品を商品オンラインで購入するのは、どのようなシチュエーションの時ですか? (n=600)



■Criteo (クリテオ) について■

Criteo (NASDAQ: CRTO) は一人ひとりの興味、関心に合わせたメッセージをオンライン広告を通じて届けるマーケティングソリューションを提供しています。広告をクリックすることで発生した売上を明確にすることで、ROI (投資利益率) の透明性を確保し、投資判断を容易にしています。Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジア太平洋に 30 カ所以上のオフィスを展開し、2,500 名の従業員を擁して、世界各国 の多くのパブリッシャーと直接取引関係を結び、14,000 の広告主の広告を生成・配信しています。

※詳細は <http://www.criteo.com> をご覧ください。