

即時リリース用

楽天が世界第5位にランクイン 全世界 EC サイト&オークションサイトの最新動向

2011年8月25日 - コムスコア・ジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 西谷大蔵、以下コムスコア）は本日、コムスコア・メディアメトリックス(MMX) から得たデータに基づく主要な世界中の主要小売/オークションサイトに関するレポートをリリースしました。同レポートによると、分析されたアクセス先のうち、アマゾン（世界各国版サイトの合計）が世界最大のオーディエンス数を獲得し、6月に世界のインターネット人口の20.4%に相当する2億8200万人以上の訪問者数を記録しました。その他の上位ブランドには、世界のインターネット訪問者の16.2%を獲得したeペイ、中国のアリババ(11.3%)、Apple（世界各国版サイトの合計）(9.7%)、日本の楽天(4.2%)が名を連ねました。

コムスコアの共同創業者であるジャン・フルゴニ（Gian Fulgoni）会長は、「小売電子商取引は米国ではすでに年間売上1500億ドル超の産業に成長しましたが、世界のほかの地域にはまだ巨大な成長の機会があります。テクノロジーは消費者の行動様式を変化させ、消費者はますます、便利で価格設定のメリットがあるオンラインチャンネルを選ぶようになっていきます。一部のグローバル小売ブランドはこの世界的な消費者トレンドを利用してきました。そして、ほかの多くの小売業者もこれに追随するはずで」と述べています。

アマゾン、eペイ、アリババの3ブランドが世界規模で最大のオーディエンスを獲得

2011年6月、アマゾン（世界各国版合計）は、分析された小売/オークションサイトのうちで最大のオーディエンスを世界中から獲得し、家庭や職場からインターネットにアクセスする15歳以上の世界のオーディエンスの20.4%にあたる2億8200万人以上の訪問者がありました。Eペイはこれに引けを取らない2億2350万人の訪問者(16.2%)を獲得し、次いでTaobao(タオバオ)やアリババ、Alipay(アリペイ)などのサイトを傘下に有する中国のアリババが傘下サイト合計で1億5680万人の訪問者(11.3%)を集めました。Apple（Apple.com / 世界各国版合計）はその世界のオーディエンスが全インターネットユーザーのほぼ10%となる1億3400万人超を記録し、楽天は約5780万人の訪問者(4.2%)を獲得しました。

ユニーク ビジター数による小売/オークションサイト
 グローバル・ランキング TOP 10
 2011年6月
 調査対象は、家庭/職場からアクセス*する15歳以上の世界の
 全オーディエンス/訪問者
 出典: コムスコア「メディア・メトリックス」

	ユニーク ビジター 総数 (×1000)	浸透率 (%)
インターネット全体: 全オーディエンス	1,383,098	100.0%
アマゾン	282,233	20.4%
e ベイ	223,520	16.2%
アリババ	156,780	11.3%
Apple	134,296	9.7%
楽天	57,785	4.2%
ウォルマート	44,650	3.2%
HP	38,491	2.8%
メルカドリブレ (MercadoLibre)	33,481	2.4%
オットー・グループ (Otto Gruppe)	31,779	2.3%
PPR グループ (Groupe PPR)	31,686	2.3%

* インターネットカフェなどの公共のコンピューター、携帯電話や PDA、タブレット PC からのアクセスを除く。

* 特に注意書きが無い場合は各国語版傘下サイトを全て含んだ合計数で算出

小売/オークションサイトの訪問者数における地域別分析

これら上位の小売/オークションサイトの訪問者についてその地域的構成を分析すると、ブランドにはグローバルに分散したオーディエンスと地域的に集中したオーディエンスの両方のタイプが存在することが明らかになりました。アマゾンと Apple は、この調査の他のほとんどのブランドに比べて、よりグローバルに分散したオーディエンスを示しました。アマゾンはそのオーディエンスの 35.4% を北米から集める一方、欧州からのオーディエンスは 31.8%、アジア太平洋地域のオーディエンスは 24.1% でした。同様に、Apple はその訪問者の 32.0% を北米から獲得し、欧州のオーディエンスは 29.6%、アジア太平洋地域のオーディエンスは 24.9% でした。

他方、中国のアリババと楽天は、そのトラフィックの大部分をアジア太平洋地域から集め、それぞれのアジア太平洋地域シェアは 85.7% と 72.7% でした。メルカドリブレ (MercadoLibre) は上位 10 サイトの

中で単一地域からの訪問者の集中が最も強く、そのオーディエンスの 93.3%を中南米から集め、中南米でトップの小売サイトとなりました。ドイツの小売サイトであるオットーグループ (Otto Gruppe) もまた単一地域からの訪問者が非常に集中しており、欧州がそのオーディエンスの 92.3%を占めました。また、ウォルマートの北米からの訪問者が 83.4%と北米に最も集中している一方で、HP の北米からのオーディエンスは 45.1%でした。

トップ 10 小売/オークションサイトのオーディエンスにおける地域別構成の分析結果					
2011 年 6 月					
調査対象は、家庭/職場からアクセス*する 15 歳以上の世界の全オーディエンス/訪問者					
出典: コムスコア「メディア・メトリックス」					
	ユニークビジター数の構成比(%)				
	北米	欧州	アジア太平洋	中東・アフリカ	中南米
インターネット全体	14.9%	26.7%	41.1%	8.7%	8.6%
アマゾン	35.4%	31.8%	24.1%	4.5%	4.2%
e ベイ	34.6%	46.9%	11.7%	4.0%	2.8%
アリババ	4.5%	5.3%	85.7%	2.5%	1.9%
Apple	32.0%	29.6%	24.9%	8.0%	5.6%
楽天	5.3%	19.8%	72.7%	1.5%	0.7%
ウォルマート	83.4%	8.9%	0.7%	0.5%	6.4%
HP	45.1%	26.4%	14.3%	6.7%	7.5%
メルカドリブレ (MercadoLibre)	1.7%	4.5%	0.4%	0.2%	93.3%
オットー・グループ (Otto Gruppe)	4.3%	92.3%	1.0%	2.1%	0.2%
PPR グループ (Groupe PPR)	16.1%	74.4%	2.2%	4.7%	2.6%

* インターネットカフェなどの公共のコンピューター、携帯電話や PDA、タブレット PC からのアクセスを除く。

* 特に注意書きが無い場合は各国語版傘下サイトを全て含んだ合計数で算出

コムスコアについて

コムスコア・ジャパン株式会社は、デジタル・ワールドの利用動向調査における分野で世界をリードするグローバル・カンパニーである、米コムスコア (comScore, Inc. NASDAQ: SCOR) の日本法人として、携帯電話から PC まで世界中のデジタル・マーケティングの可視化情報をご提供しています。詳しい情報は www.comscore.com/jpn をご覧ください。

コムスコアの最新情報は Twitter でもお届けしています。 詳細は、コムスコア公式 Twitter アカウント、[@comScoreJapan](https://twitter.com/comScoreJapan) をご覧下さい。

当リリースに関するご連絡先: コムスコア・ジャパン株式会社 03-5413-1245 (代表) press@comscore.com