

Criteo、サマーセールに関するオンライン・ショッピング調査結果を発表
今年のセールで買ったもの、男性は「家電」が一位、女性は「衣類」が一位
 ～サマーセールでの購入金額の平均はスマホで **10,101 円**、
 PC では **21,535 円**の結果に～

コマースマーケティングのテクノロジー企業である、CRITEO 株式会社（クリテオ、本社：フランス、日本取締役社長：グレース・フロム、以下 Criteo）は、インターネット調査で 2018 年 7 月末に、全国の 20～59 歳でオンライン・ショッピングの利用経験者である男女 600 名に対して「サマーセールに関するオンライン・ショッピング動向調査」を実施いたしました。

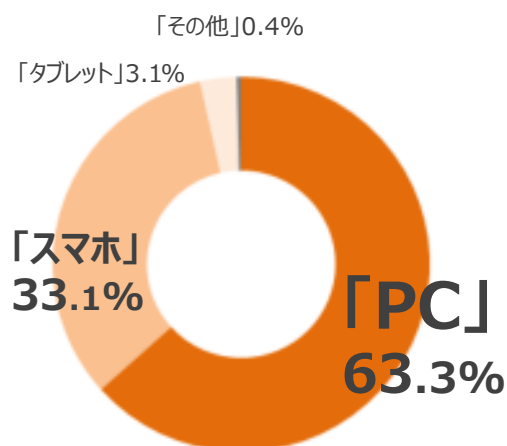
■ 調査結果のハイライト

- 20～50 代の約 6 割が「1 ヶ月に 1 回以上」オンラインで買い物をしていることが明らかに。
- オンライン・ショッピングで最もよく利用されているデバイスは「PC」で、63.3%が使用。続いて 33.1%が「スマホ」と回答。世代別でみると、唯一 20 代が、最も利用するデバイスが「スマホ」であることが判明。20 代の回答者の過半数の 50.4%が、オンライン・ショッピングで最も頻繁に利用するデバイスは「スマホ」と回答。更に、20～30 代の 3 割はブラウザ上からではなく、専用のアプリを經由してオンラインショッピングを利用している実態も明らかに。
- Instagram ヘビーユーザーはオンラインショッピングの常連になる傾向があることが明らかに。ヘビーユーザーの 13.7%が「1 週間に 1 回以上オンラインショッピングを利用する」と回答。
- 男女それぞれの今年のサマーセールで購入した商品について、男性 1 位は「家電製品」(29.7%)女性 1 位は「衣類」(48.3%)という結果になり、男女の趣味・趣向の違いが購買行動に如実に反映される結果に。
- 「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」傾向が浮き彫りに。6 割近いユーザーが「実店舗で商品を比較検討した後、オンラインで購入したことがある」と回答。また約 58%のユーザーが「実店舗で商品を見た後、スマホで価格を確認する」価格検討タイプであることも判明。

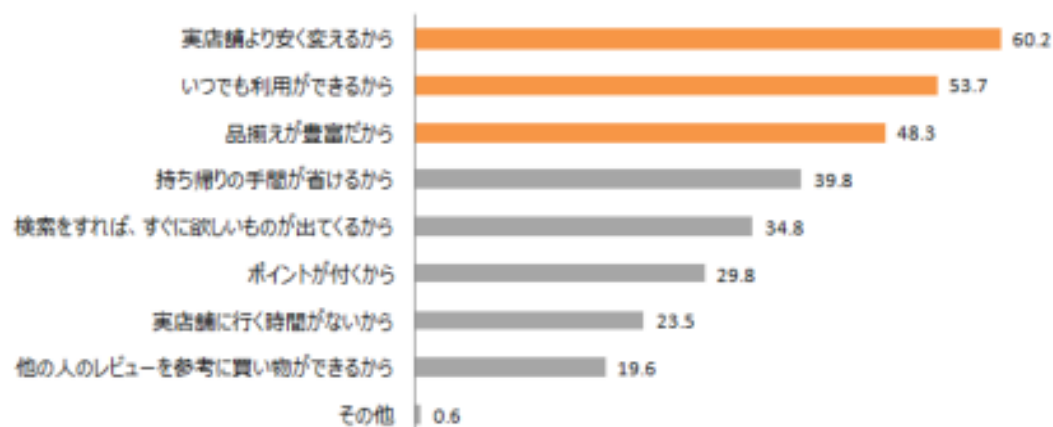
- 「オンライン上での商品探し」に費やす時間は平均で **1日50分**と判明。オンライン・ショッピングサイトを見る時間帯は、平日は「夕食前～就寝前」が最も多く、休日は「午後の外出中」が最も多いことが判明。
- スマホでの購入金額の平均は **10,101円**、PCは **21,535円**という結果に。デバイス毎で“ポチれる”金額に差があることが判明。また、**スマホ上での最高購入金額が26万円**のユーザーも。
- オンライン通販を利用する理由については「実店舗よりも安く買えるから」という回答が **60.2%**を占めたほか、「いつでも利用ができるから」が **53.7%**、「品揃えが豊富だから」が **48.3%**など、利便性に関する回答が多く占める結果に。
- アプリ経由の購買の普及率については、オンライン・ショッピングを利用する際、全体の **77.4%**が「ブラウザ経由」で利用することが最も多い」と回答した一方で、**20代～30代の25.0%**が「アプリ経由」でオンライン通販を最もよく利用するという結果に。

■ 調査結果の詳細

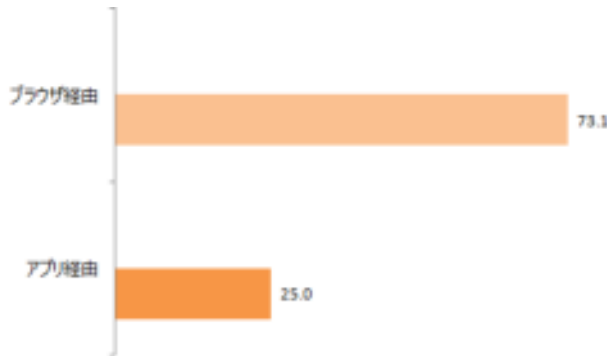
Q：オンラインでの買い物で使用する端末（n=600）



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）



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)



■ オンラインショッピング利用頻度

「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 26.0%、「3 ヶ月に 1 回」19.3%、「2 週間に 1 回」が 11.3%、「毎日」が 1.3%、「まったくしない」が 10.0%という回答になりました。

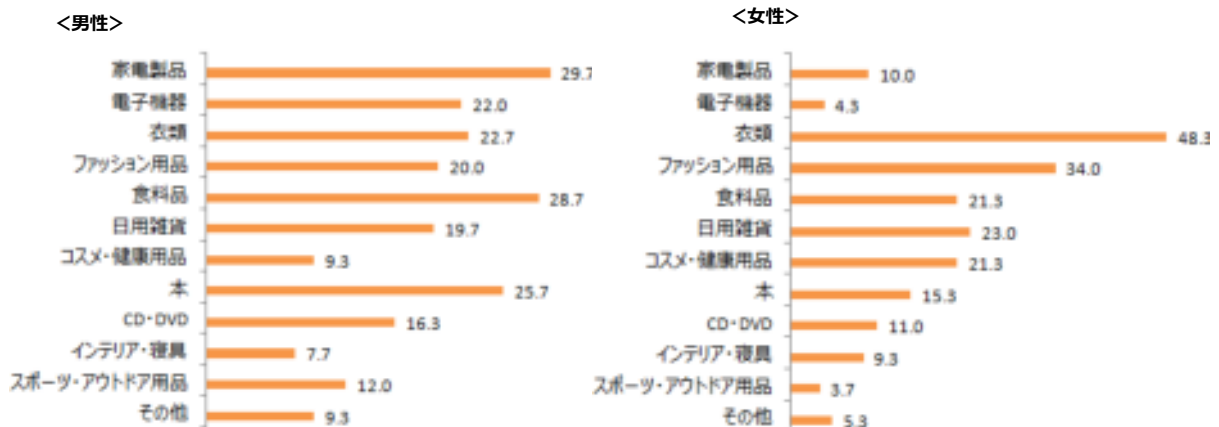
Q : 直近 1 ヶ月のオンラインショッピングの利用頻度



■ オンライン通販および実店舗で購入する商品ジャンル × 性別

「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」(29.7%) や「書籍」(25.7%)の回答が多かったのに対し、女性は「衣類」(48.3%) や「ファッション用品」(34.0%)などが多く購入されているということが分かりました。

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)

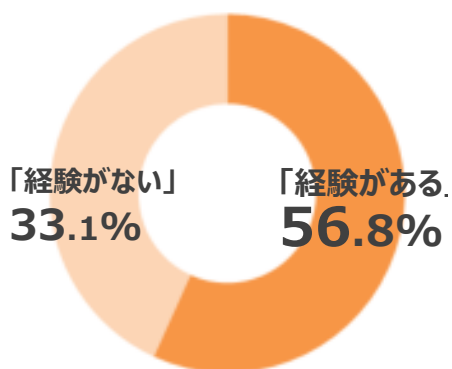


■“ショールーミング”経験の有無

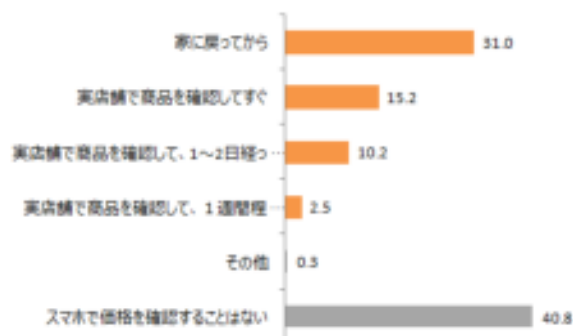
「あなたは実店舗で商品を見た後にその商品をオンライン通販で購入した経験はありますか？」という問いに対して 56.8%の人が「経験がある」と回答しました。

また、「実店舗で商品を見てからスマホで通販サイトでの価格を確認することがあるか？」と質問したところ、回答した人の合計が 58.9%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浮き彫りになりました。

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があるか (n=600)



Q：実店舗で商品を見てからスマホで通販サイトでの価格を確認することがあるか。(n=600)

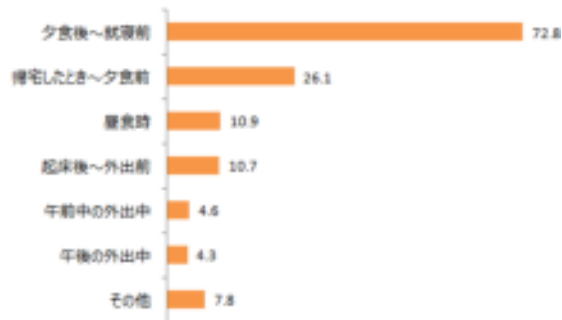


■平日・休日におけるオンライン通販の商品探し・購入シーンの違い

「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 50 分であることが分かりました。

また、平日・休日それぞれ「いつ通販サイトを見る人が多いですか？」という質問に対して、平日は「夕食～就寝前」が 72.8%と高い割合を占めているのに対し、休日は「午後の外出中」が 70.0%と高い割合を占めていることが判明しました。このことからユーザーの多くは平日は夜にかけて、休日は午後の外出中にオンラインショッピングに時間を費やす傾向があることが明らかになりました。

Q：いつ通販サイトを見る人が多いか(平日) (n=600)



Q：いつ通販サイトを見る人が多いか(休日) (n=600)



■スマートフォン・PCで購入を決断できる商品金額の差異

「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 10,101 円、PC では平均 21,535 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。また、中にはスマホでの購入金額の最高額は 260,000 円というユーザーもいることも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)



###

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo (NASDAQ : CRTO) は、オープンで透明性のあるインターネット上の広告プラットフォームを提供しています。2,700 名以上の Criteo チームメンバーは、世界 18,000 社の広告主と、数千のパブリッシャーと連携して得られる膨大なデータを、機械学習を用いて精密に分析することで、全ての広告チャネルを通じた効率的な広告配信を実現します。Criteo はテクノロジーを通じて、あらゆる規模の広告主に対し、ユーザが本当に求めているものに出会える仕組みを提供します。 www.criteo.com/jp/

※CRITEO 株式会社はその日本法人です。