



プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートによる オンラインショッピングのサービス利用状況を発表

2020年7月7日

- オンラインショッピングにおいて、トータルデジタルでの月間利用者はAmazonが最も多く5,253万人
- 平均利用回数ではRakuten Ichiba Shoppingが最も多く、5,138万人が月に平均53回利用、GRPは2,194%
- Rakuten Ichiba Shoppingの女性35歳以上のターゲットGRP（TARP）が最も高く、6,264%

ニールセン デジタル株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の Monthly Total レポートをもとに、オンラインショッピングのサービス利用状況を発表しました。

2020年4月の Monthly Total レポートによると、オンラインショッピングにおいて、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルで最も利用者数が多かったのは Amazon で、5,253 万人が月に平均 44 回利用し、GRP は 1,836% となっていました。次いで Rakuten Ichiba Shopping（5,138 万人）は平均利用回数が最も多く 53 回で、GRP は Amazon を上回る 2,194% となっていました（図表 1）。



図表1 ; 2020年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数Top3 オンラインショッピングカテゴリー

順位	ブランド名	利用者数 (MAU)	リーチ%	平均利用回数 (テキスト)	GRP% (テキスト)
1	Amazon	52,534,185	42.0	44	1,836
2	Rakuten Ichiba Shopping	51,381,835	41.1	53	2,194
3	Yahoo Japan Shopping	29,456,305	23.6	25	581

Source: デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値)

※PCは2歳以上、モバイルは18歳以上の男女

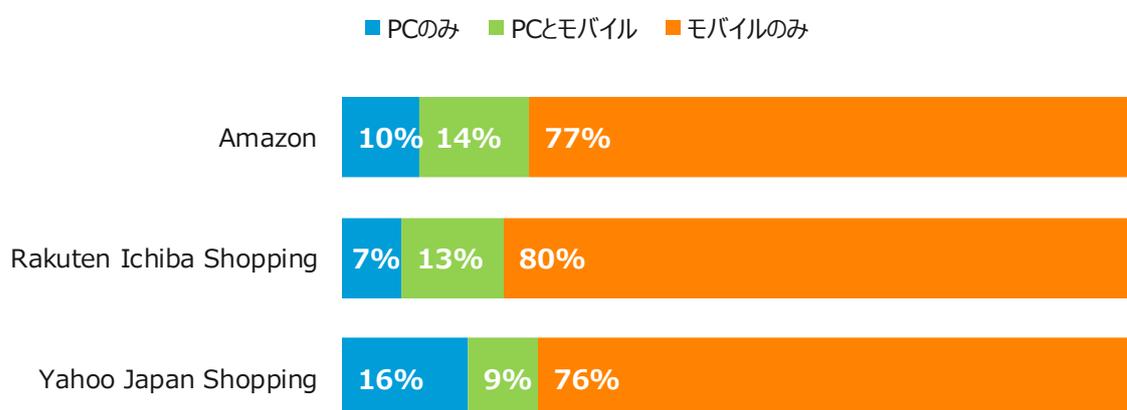
※集計対象サブカテゴリー : Mass Merchandiser, Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外口

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に Top 3 サービスのプラットフォーム別利用者数を見ると、どのサービスもモバイルのみで利用する人が最も多くなっていました。AmazonとRakuten Ichiba Shoppingでは、PCとモバイルの併用者割合がやや高く、10%以上となっている一方で、Yahoo Japan ShoppingはPCのみ利用者の割合が16%となっています。COVID-19の影響で在宅時間が増えたことによって、PCを利用する機会も増えています。また、感染拡大の第二波などが懸念されており、このような状況はしばらく継続することが予想されます。そのため、ECサイト運営会社は、ユーザーの利用シーンの変化やデバイス利用状況の変化を把握したうえで、ユーザーエクスペリエンスを向上させていくことが重要です。(図表2)。

図表2 ; 2020年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数Top3 オンラインショッピングカテゴリー
プラットフォーム別利用者数



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値)

※PCは2歳以上、モバイルは18歳以上の男女

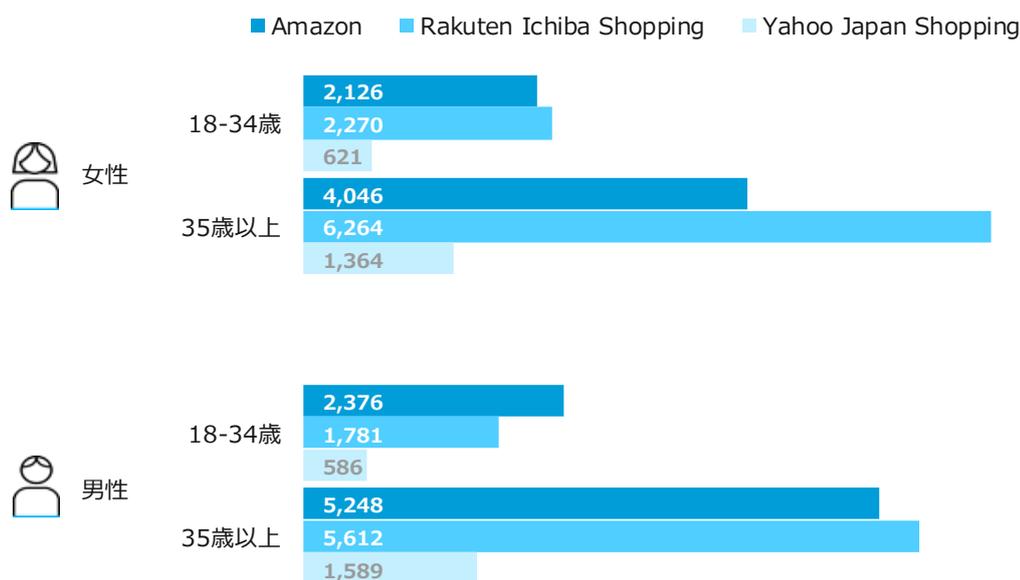
※集計対象サブカテゴリー : Mass Merchandiser, Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外口

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、オンラインショッピングにおける利用者数 Top 3 サービスのターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、各サービスにおいて、男女とも 35 歳以上の TARP が高くなっていました。特に Rakuten Ichiba Shopping の女性 35 歳以上の TARP が最も高く、6,264% となっていました。なお、男性 18-34 歳においては、Amazon の TARP が最も高く、2,376% となっていました (図表 3)。

図表3 ; 2020年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数Top3 オンラインショッピングカテゴリ
性年代別GRP



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値)

※PCは2歳以上、モバイルは18歳以上の男女

※集計対象サブカテゴリ: Mass Merchandiser, Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外口

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

オンラインショッピングサービスは、主に商品を購入する場所として捉えられますが、同時に新しい商品を知り、商品理解を高めたりする場所として捉えることもできます。そのような視点から見ると、オンラインショッピングサイトも他のメディアと同様、広告出稿媒体としてリーチやフリークエンシー、GRP などの指標によって評価することができます。利用者の性年代によって、よく利用するデバイスや、サービスも異なるため、EC サイト運営会社だけでなく、ブランド担当者もオンラインショッピングサービス上で広告出稿する際には、ターゲットの各サービスの使い方などを考慮に入れるべきでしょう。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,800 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネ



ルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。日次データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<https://www.netratings.co.jp/solution/dcr.html>

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
資本金： 1 億円
設立： 1999 年 5 月
代表者： 代表取締役社長 宮本 淳
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は世界最大級のマーケティング調査 & データ分析の会社として、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼されたインサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクトは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化を続ける市場の全体像を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起ころ、今後何が起ころのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つけるお手伝いをします。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 カ国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください：www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings
インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView
インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ など

広告分析ソリューション

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
ブランディング効果測定サービス Brand Lift Plus
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect など