

2014 年 12 月 17 日

Criteo、「モバイルコマースレポート」を発表 モバイルデバイスによる購買が急増

日本はオンラインショッピングにおけるモバイル使用率、
モバイルショッピングでのトランザクションとも世界主要諸国の中でトップ

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（クリテオ、Nasdaq：[CRTO](#)、本社：フランス、CEO兼共同創設者：ジャン-バティスト・リュデル、以下Criteo）は、「State of Mobile Commerce（以下、モバイルコマースレポート）」と題した、モバイルにおける消費者の購買行動やトレンドに関するレポートを発表しました。同レポートによると、現在は世界主要諸国¹のオンラインショッピングのうち30%以上がモバイル経由で行われ、モバイルコマースが一層浸透していることが明らかになりました。国別でみると、日本はオンラインショッピングにおけるモバイル使用率が49%に達しており、今回の調査対象国の中で最もモバイルコマースが浸透している市場となっています。

本レポートの主なポイントは、以下のとおりです。

- **モバイルは単に商品・サービスを検索するだけでなく、購入にも利用されている**：世界のオンラインショッピングにおけるモバイル使用率は30%に拡大しました。特に日本および韓国での使用率は圧倒的に高く、**日本は調査対象国の中でも最高の49%**、韓国は45%を占めます。（添付図版 P.1）**日本と韓国でのモバイル使用率はさらに伸びることが予想されており、両国とも2015年には50%を超える見込みです。**
- **モバイルショッピングでのトランザクションは日本が最も多い**：日本では、モバイルにおける100ユニークユーザあたり5ユーザ（すなわち**5%**）がトランザクションを行っており、これは**調査対象国中でも最高**で、グローバル平均の2倍にのびります。デバイス別にみると、Androidスマートフォンが5.7%と最も高く、次いでiPadが5.1%、Androidタブレットが4.7%、iPhoneは4.3%でした。（添付図版 P.2、3）
- **Appleだけではない**：Androidデバイスは、スマートフォンでのオンラインショッピングの3分の1超を占めています。ドイツ、イタリア、スペイン、ブラジル、韓国など多くの国において、スマートフォン経由でのオンラインショッピングにおけるAndroidの割合はiPhoneを上回っています。**日本においてもEC（リテール）の43%、旅行の43%がAndroidでの取引となっており、iPhoneに近づいてきていることが**

¹ 調査対象国：日本、韓国、米国、英国、スペイン、ドイツ、フランス、オランダ、イタリア、ロシア、ブラジル

わかります。(添付図版 P.4)

- **スマートフォンが重要**：スマートフォンは現在、タブレットよりも多くのオンラインショッピングで利用されています。欧米に比べアジアでのスマートフォン使用率は高く、**日本はモバイル使用率の 49%のうち、スマートフォンの使用は 44%で、タブレットの使用は 5%**です。一方、英国、ドイツ、オランダ、フランス、ロシアでは、タブレットの使用率がオンラインショッピング全体の 50%を上回っています。(添付図版 P.5)
- 各調査対象国における EC 企業上位 4 分の 1 は、モバイル経由のオンラインショッピングが平均 45%前後であるのに対し、日本と韓国では 65%超となっています。一方、下位 4 分の 1 の企業ではモバイル経由でのオンラインショッピングが 14%程度に留まっており、上位企業との差は 4 倍以上になっています。このことから、モバイルを重視していない EC 企業は、ビジネス機会を大幅に失っていることが分かります。

Criteo の最高プロダクト責任者 (CPO) であるジョナサン・ウルフは、次のように述べています。「モバイルコマースの実態について情報が少ないこともあり、マーケティング担当者はモバイルコマースにおけるビジネスチャンスを過小評価しています。当社は膨大なデータを独自に蓄積しており、このレポートではそのデータを活用し、モバイルコマース市場の実態を詳細に分析しています。現在モバイルは、単に商品やサービスを検索するだけでなく購入にも使用されているため、EC や旅行業界は、増え続けるモバイル経由のセールスを獲得するという非常に大きなチャンスに直面しています。モバイル利用の拡大が続くなか、EC 企業がモバイルサイトをより効果的に最適化してコンバージョンを促すことで、近い将来、モバイル経由のオンラインショッピングが全体の半数に到達するものと当社では予測しています。消費者はかつてないほど気軽にモバイルデバイスで買い物を行っていることがわかりました。広告主にとって、デバイスを問わず効果的に消費者にリーチすることがますます重要になってきています。EC および旅行業界・企業は、モバイル経由でのショッピングを可能とする取り組みを重点的に行うことが重要となっています」。

Criteo は、全世界の 3,000 を超える EC および旅行業界の広告主から集めたトランザクションレベルのデータを個別に分析し、その結果をレポートにまとめました。調査対象期間は 2014 年 10 月です。

Criteo の「モバイルコマースレポート」(英文) をダウンロードするには、[リンク](#)をクリックしてください。Criteo とそのテクノロジーに関する詳細は、www.criteo.com をご覧ください。

###

Criteo (クリテオ) について

Criteo は一人ひとりの興味・関心と関連性の高いパーソナライズされたデジタルパフォーマンス広告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予測、最適化することで、ROI (投資利益率) の透明性を確保し、測定を容易にします。フランスに本

社を置く Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジアに 21 カ所のオフィスを展開し、1,000 名を超える従業員を擁して世界各国 8,000 以上のパブリッシャーと直接取引関係を結び、6,000 以上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。

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。

本リリースに関するお問い合わせ先：

CRITEO 株式会社 広報担当: PressAPAC@criteo.com