

## グローバル買い物行動調査「GfK FutureBuy® 2015」より日本の状況を発表 ネットショッピングは若い年代を中心にスマートフォンへの移行が進む

GfKジャパン(東京: 中野区)は消費者の買い物に対する考え方や行動を把握する「GfK FutureBuy®※ 2015」調査の結果から、モバイルデバイスを使用したショッピング状況(実際の商品購入の他、買わずに見て回る、情報収集を含む)について発表しました。

### 【概要】

- ・インターネットでのショッピング行動(購入および情報収集等)におけるパソコン、スマートフォン、タブレットの利用時間比率は前年からほぼ変化なし。
- ・スマートフォンをインターネット購入時の最もよく利用する機器にあげた人は前年の5%から10%へ上昇。  
「18-24歳」では55%と過半数がスマートフォンを選択。

### 【ネットショッピングデバイスの利用時間変化】

2014年から2015年の間に、消費者のネットショッピング方法はどれだけ変化したのか、機器の利用状況について調査しました。

初めに、インターネットでのショッピング(購入および情報収集等)に各機器(パソコン、スマートフォン、タブレット)をどのくらいの時間利用しているのか、その比率を尋ねました。機器の保有率に差があることもありますが、最も長い時間使われている機器はパソコンで、次いでスマートフォン、タブレットという結果になりました。前年と比較すると、全体では各機器の比率にそれほど大きな変化はありませんでしたが、「18-24歳」に絞ると、スマートフォン比率の顕著な上昇が見られました。「18-24歳」におけるスマートフォンの利用時間比率は、2014年では27%でしたが、2015年では37%に達しました。このような顕著な上昇は他の年代では見られませんでした。

### 【スマートフォンでの製品・サービスの購入】

情報収集を含むインターネットショッピングにおける各機器の利用時間比率は1年間で大きく変動しませんが、購入に利用する機器を尋ねたところ、スマートフォンの増加が見られました。

過去6カ月間にインターネットで製品やサービスを購入した際に最もよく利用した機器で「スマートフォン」と回答した割合は、1年間で5ポイント上昇し10%に達しました。また、スマートフォンの利用時間比率が急伸した「18-24歳」では、この割合は55%と過半数にのびました。この割合は、「35歳-49歳」では5%、「50-68歳」では1%と一桁にとどまっており、年代で非常に大きな差があることが明らかになりました。スマートフォンの普及は全年代で進み、その利用用途も広がっていると考えら

図1：インターネットショッピング(購入や情報収集等)における各機器の利用時間率

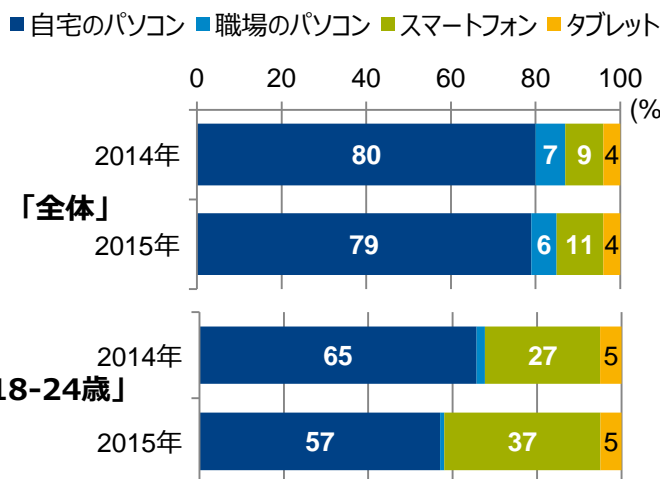
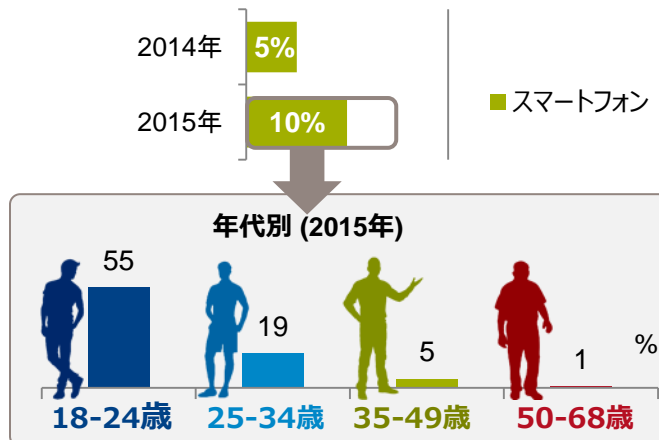


図2：インターネットでの購入に最も利用する機器



れますが、スマートフォンを使ったショッピングや情報収集については、主に若い年代を中心に根付いている習慣であることが示唆される結果となりました。

※「GfK FutureBuy®」は、GfKが25か国、25,000人に対して毎年実施しているグローバル調査です。

当リリースに掲載した内容は、当社作成「GfK FutureBuy® 2015」の日本結果より抜粋。

--「GfK FutureBuy® 2015 日本調査」概要--

調査期間 : 2015年8月

調査方法 : インターネット調査

調査対象 : 18-68歳の男女

サンプル数 : 1,000名

調査カテゴリ : 17カテゴリ

**日用品:** 美容・パーソナルケア製品、加工食品やパッケージ入り飲料、洗濯・掃除用具、市販の医薬品

**耐久消費財:** 家電、携帯電話、キッチン用小型家電、家具および調度品

**サービス:** 金融、医療、レストランでの飲食、旅行・レジャー&娯楽

**その他:** 自動車/トラック、おもちゃ、洋服/ファッション関連商品、DIY関連商品、芝生やガーデニング関連商品

調査国 : **アジアパシフィック:** 日本、韓国、中国、インド、オーストラリア

**中東:** サウジアラビア、トルコ

**南北アメリカ:** アメリカ合衆国、カナダ、ブラジル、メキシコ

**ヨーロッパ:** イギリス、ドイツ、フランス、スペイン、イタリア、オーストリア、ベルギー、オランダ、デンマーク、スイス、スウェーデン、ノルウェー、ポーランド、ロシア

調査項目 : 購入チャネルの選択理由、オンライン実店舗の併用、携帯デバイスの使用方法、情報源、モバイル決済、買い物プロセスで影響力のある要素、ソーシャルメディアの役割、ショールーミング、プライバシー/セキュリティ

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfKジャパン  
広報グループ 茶野 絢子  
tel : 03-5350-4632  
Email : info.jp@gfk.com