

2015年10月30日

報道関係各位

GMO リサーチ株式会社

## 『EC サイトにおけるポイント利用実態調査』を日本・フィリピンで実施 ～フィリピンでのポイント利用経験は6割、交換できる特典への期待が高い結果に～

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチ株式会社（代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO リサーチ）は、GMO リサーチが保有する日本とフィリピンのモニターを対象に『EC サイトにおけるポイント利用実態調査』を実施いたしました。

- 調査テーマ：EC サイトにおけるポイント利用実態調査について
- 調査地域：日本・フィリピン
- 調査対象：EC サイト利用経験のある 20～50 代の男女  
日本：400 名／フィリピン：347 名 / 計：747 名
- 調査期間：2015 年 9 月 30 日～2015 年 10 月 7 日
- 調査方法：インターネット調査（クローズド調査）

### 【調査背景】

近年の日本では、Amazon や楽天、Yahoo!ショッピングなどの EC サイトを利用して買い物することが一般的になっただけでなく、ネットスーパーの利用者も増加しつつあり、私たちの買い物ライフはインターネットでよりいっそう簡単・便利になっています。こうした背景には、共働き世帯の増加といったライフスタイルの変化や、PC・スマートフォンの普及、通信インフラの高度化で購入しやすい環境が整ったことが挙げられます。

また最近では、購入者側と店舗側をつなぐポイントシステムの普及や広告サービスの充実が、EC サイトの利用を一層加速させていると考えられます。特にポイントシステムは、買い物の際に商品をお得に購入できるほか、現金との交換、他のポイントシステムとの提携など、その利用方法が多岐に渡っており、EC サイトを選択する際の指針の 1 つにもなっています。

そこでこの度 GMO リサーチでは、日本ではすでに浸透している EC サイトとポイントシステムの組み合わせについて、アジアでの利用実態を把握するべく、東南アジア諸国の中でも高い成長率を維持しているフィリピンを対象にインターネットでのアンケートを実施いたしました。

### 【調査結果】

#### ■ EC サイトの利用頻度、利用理由（図 1～4）

- ・ EC サイトの利用頻度を調べたところ、「月に 2～3 回以上」が日本：53.1%／フィリピン：32.0%と、利用頻度の高い人は日本では全体の半数を超え、フィリピンでは約 3 割という結果になった。
- ・ 一方で、「月に 1 回程度」（日本：33.5%、フィリピン：34.0%）は日本・フィリピンとでほぼ変わりはなく、毎月 1 回以上利用している割合は、日本が約 8 割、フィリピンが 6 割強という結果になった。日本ほ

どではないが、フィリピンにおいてもネットショッピングは普及しているといえる。

- ・ EC サイトを利用する理由は、日本とフィリピンで明確な違いがうかがえる結果となった。日本では「ポイントが貯まるから」(58.0%)、「店舗より値段が安かった」(52.3%)、「手軽に買い物ができる」(50.5%) が半数を超え、インセンティブや金額などのお得さや手軽さが、EC サイトでの購入理由の大きな要因になっているといえる。一方、フィリピンでは「手軽に買い物ができる」(47.3%)、「探していたものが見つかったとき」(42.1%) の順となり、利便性が最も大きな理由となっていることがわかった。また、その他の目立った理由も「店舗よりも値段が安かった」(36.3%)、「支払いが選べる」(31.7%) と、利便性以外の利用動機は、日本と比べると弱いといえる。

## ■ EC サイトでの購入商品 (図 5~6)

- ・ EC サイトで購入経験のある商品について尋ねたところ、日本では、「書籍/CD/DVD/」(76.3%)、「食品/飲料/酒類」(64.5%)、「衣料品/下着」(62.3%)、「家電」(57.5%)、「服飾雑貨」(50.8%) が 5 割を超えており、最寄り品を中心に様々な商品が EC サイトで購入されていることがわかった。一方、フィリピンでは「家電」(53.0%)、「服飾雑貨」(50.1%)、「衣料品/下着」(49.0%) で約 5 割となった以外は購入経験が少なく、買回り品が EC サイトで購入される傾向にあることがうかがえる。

## ■ ポイントの利用経験 (図 7~8)

- ・ 日本では EC サイト利用理由の筆頭に「ポイントが貯まるから」が挙げられていたが、実際に EC サイトのポイント利用経験は 93.3%と非常に高く、日本では EC サイトのポイントシステムがかなり浸透していることがうかがえる。一方、フィリピンではポイント利用経験が 66.3%と、日本と比較するとまだまだ普及の余地があることがわかった。

## ■ ポイントサービスの利用理由 (図 9~10)

- ・ ポイントサービス利用経験のある人を対象に、ポイントサービスを利用した理由を尋ねたところ、日本とフィリピンの双方で「ポイントで買い物ができる」(日本：63.5%、フィリピン 66.5%) が最も多く、「商品が安くなる」(日本：41.6%、フィリピン：48.7%) も理由に上げる人が多かった。
- ・ 一方、両国の違いが顕著であったのは「購入しなくてもポイントを貯められる」(日本：16.6%、フィリピン：53.0%) で、日本では主だった理由ではないのに対して、フィリピンでは理由の 2 番目に挙げられており、日本とフィリピンとでポイントサービスの仕組みが異なる様子が見えてくる。
- ・ その他、日本とフィリピンとの違いは「ポイント交換商品が多い」(日本：14.7%、フィリピン：47.8%)、「景品と交換できる」(日本：11.0%、フィリピン：44.8%)、「独自の商品に交換できる」(日本：4.6%、フィリピン：27.0%) で表れており、フィリピンではポイントに付随する特典への期待が高く、ここからもポイントサービスの仕組みの違いがうかがえる。

## 【総論】

今回の調査で、日本とフィリピンにおける EC サイトの位置づけや、ポイントシステムの利用目的の違いが見えてきました。日本では 8 割を超える人が毎月 1 回以上定期的に利用しており、幅広い商品が購入され

ていることから生活に密着している様子がわかりました。一方、フィリピンでは、利用頻度は月に1回程度が最も多く、耐久消費財やファッション関連商品を購入するために活用されているようです。

また、日本でECサイトを利用する大きな理由にポイントを貯められることが挙げられていますが、フィリピンでは普及率はそれほど高くないことから、同国でのECサイト利用者・頻度の増加には、こうした付加価値の向上が必要かも知れません。ポイントサービスに関して言えば、フィリピンのポイントサービスの仕組みは日本とは異なり、景品交換や他の商品に交換できることなども期待されていることから、単純に商品を安く購入できるメリットだけでなく、商品との交換といった点でより魅力的なポイントサービスとして発展していくのではないかとGMOリサーチは考えます。

## 【GMOリサーチについて】

GMOリサーチは、従来通りの市場調査手法はもちろん、MROCやアイトラッキング、スキャナマインドなど、最先端の技術と手法を駆使した市場調査サービスを提供しております。現在、アジア13カ国で約1,700万人の消費者にインターネットリサーチが可能な「ASIA Cloud Panel」<sup>アジア クラウド パネル</sup>を利用したインターネットリサーチの他、マーケターの調査をサポートするDIY型インターネットリサーチツール「GMO Market Observer」<sup>マーケット オブザーバー</sup>を提供しております。

アジア最大規模の調査対象者とDIY型インターネットリサーチツール2つのサービスを通じて、当社はアジアの生活者のニーズを世界中の企業にご提供し、さらなるインターネットリサーチの発展に貢献してまいります。

## 【参考URL】

- 「GMO Market Observer」 URL : <http://www.gmo-research.jp/rsp>
- 「ASIA Cloud panel」 URL : <http://www.gmo-research.jp/acp>

以上

---

### 【報道関係お問い合わせ先】

● GMOリサーチ株式会社 マーケティング部 白鳥  
TEL : 03-5962-0037(代表)  
E-mail : [pr@gmo-research.jp](mailto:pr@gmo-research.jp)

● GMOインターネット株式会社  
グループ広報・IR部 石井・島田  
TEL : 03-5456-2695 E-mail : [pr@gmo.jp](mailto:pr@gmo.jp)

### 【GMOリサーチ株式会社】(URL : <http://www.gmo-research.jp/> )

会社名	GMOリサーチ株式会社 (東証マザーズ 証券コード: 3695)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 細川 慎一
事業内容	■ インターネットリサーチ事業、国内インターネットリサーチ、海外インターネットリサーチ、ソーシャルメディアリサーチ
資本金	2億9,903万円

### 【GMOインターネット株式会社】(URL : <http://www.gmo.jp/> )

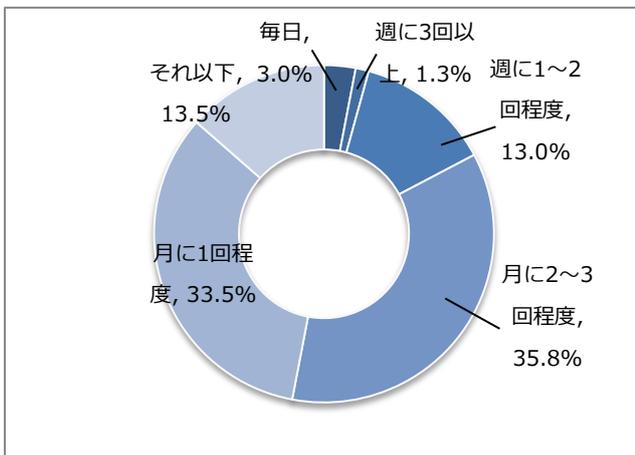
会社名	GMOインターネット株式会社 (東証第一部 証券コード: 9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿

事業内容	■インターネットインフラ事業	■インターネット広告・メディア事業
	■インターネット証券事業	■モバイルエンターテインメント事業
資本金	50億円	

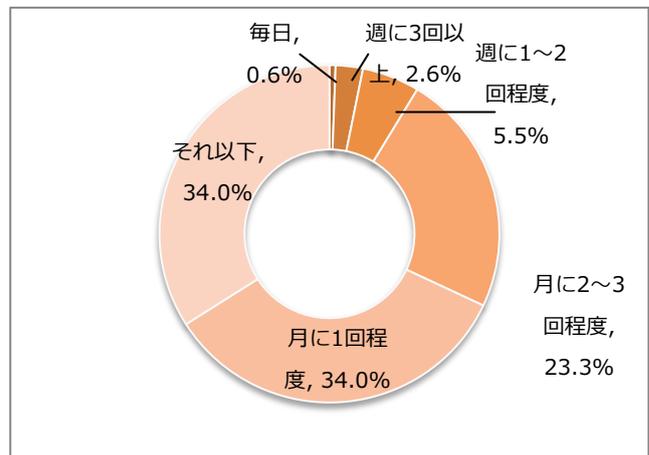
Copyright (C) 2015 GMO Research, Inc. All Rights Reserved.

【参考資料】

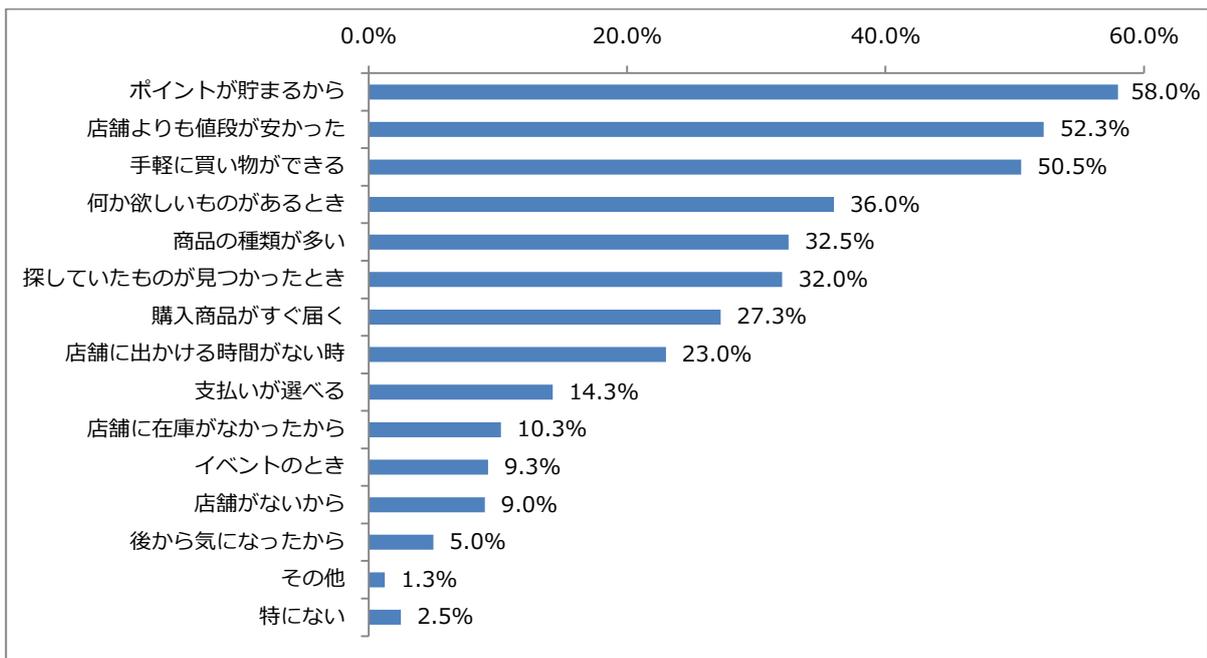
(図 1) EC サイトの利用経験 (日本) [n=400]



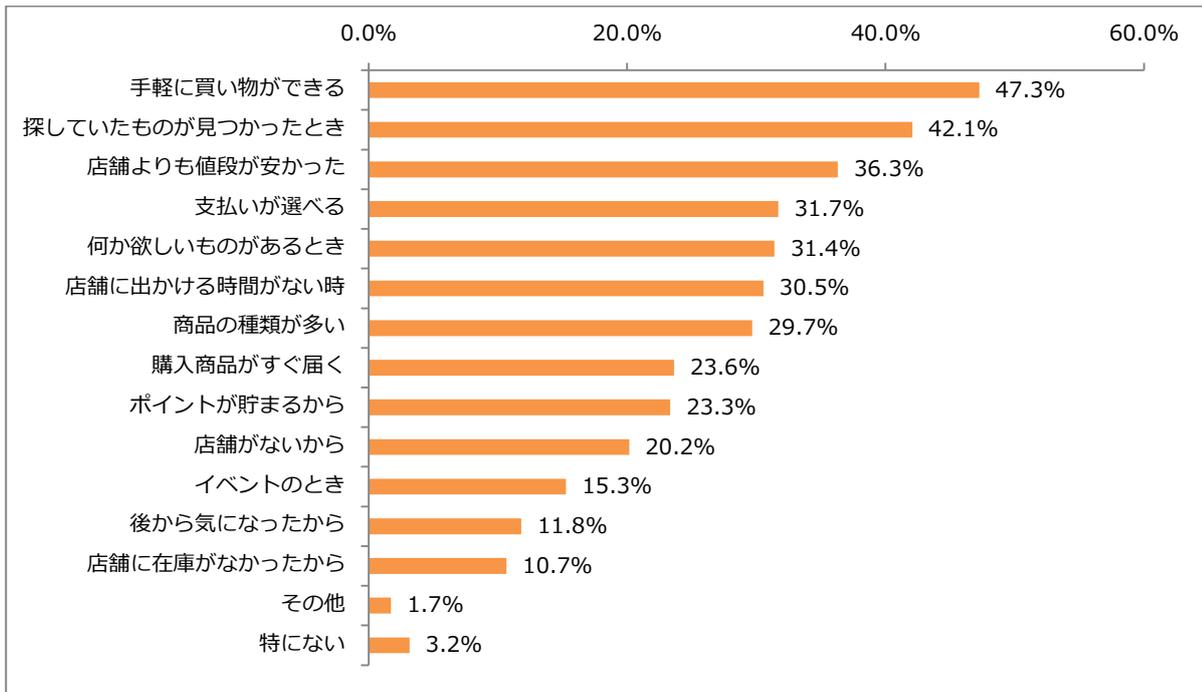
(図 2) EC サイトの利用経験 (フィリピン) [n=347]



(図 3) EC サイトの利用理由 (日本) [n=400 複数回答]



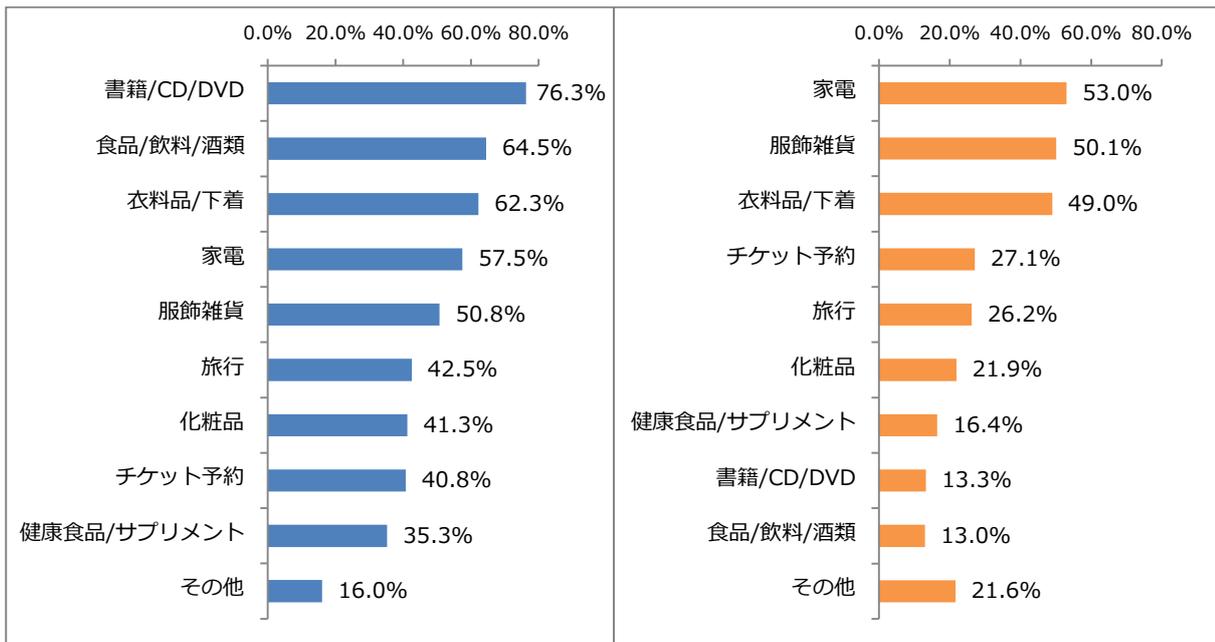
(図4) ECサイトの利用理由（フィリピン） [n=347 複数回答]



(図5) ECサイトでの購入商品（日本） (図6) ECサイトでの購入商品（フィリピン）

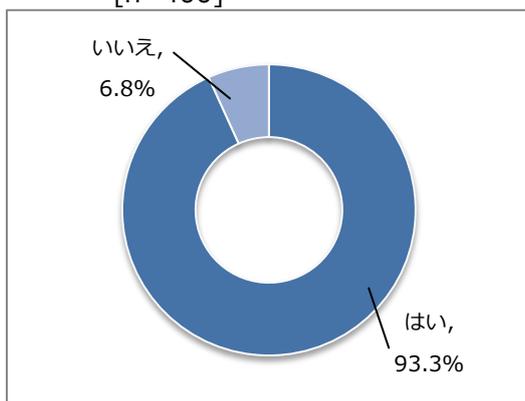
[n=400] 複数回答

[n=347] 複数回答



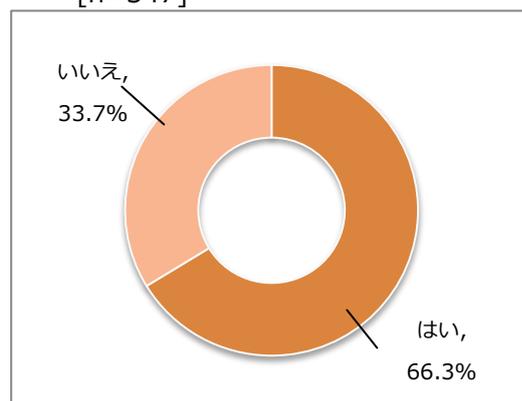
(図7) ポイントサービスの利用経験（日本）

[n=400]

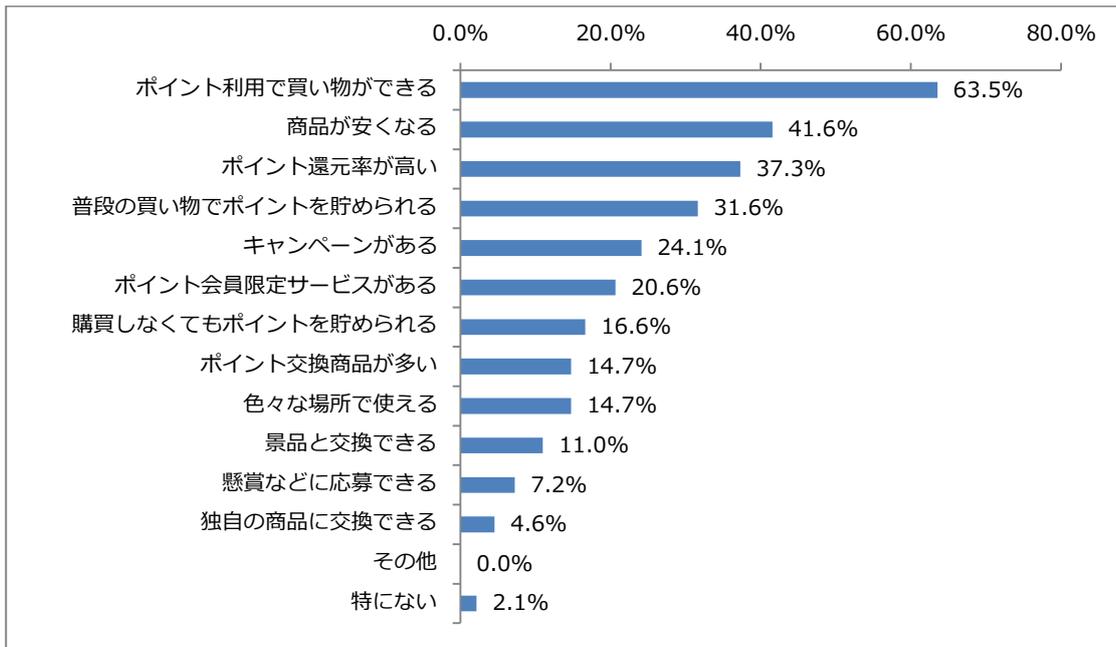


(図8) ポイントサービスの利用経験（フィリピン）

[n=347]



(図 9) ポイントサービスの利用理由 (日本) [n=373 複数回答]



(図 10) ポイントサービスの利用理由 (フィリピン) [n=230 複数回答]

