2015 年 7 月 2 日

報道関係各位

GMO ペイメントゲートウェイ株式会社

直営 EC サイト利用ユーザーに『EC サイト利用実態調査』を実施

～リピート率は 96%、その要因は「信頼できるサイト」が No.1～

GMO インターネットグループで非対面クレジットカード等の決済事業を展開する GMO ペイメントゲートウェイ株式会社（東証一部：証券コード 3769 本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：相浦 一成 以下、GMO-PG）は、事業者が直接運営する EC サイト（以下、直営 EC サイト）を利用する 20 代～60 代の男女を対象に『EC サイト利用実態調査』を行いました。

- 調 査 テーマ ： EC サイト利用実態調査
- 調 査 地 域 ： 日本
- 調 査 対 象 ： 直営 EC サイトを利用する 20 代～60 代の男女、805 名
- 調 査 期 間 ： 2015 年 5 月 8 日～2015 年 5 月 11 日
- 調 査 方 法 ： インターネット調査（クローズド調査）
- 調 査 会 社 ： GMO リサーチ株式会社

【調査背景】

近年、多種多様なネットショップ構築サービスの登場を背景に、ショッピングモールへの出店ではなく、独自ドメインで直接 EC サイト（以下、直営 EC サイト）を運営する事業者も増加しています。ショッピングモール型 EC サイトは、ユーザーの目に止まりやすく販路拡大しやすいのに対し、直営 EC サイトはブランドイメージを反映し他社との差別化が図れるものの、顧客およびリピーターの獲得が課題となっています。

そこで GMO-PG は、直営 EC サイトユーザーの EC サイト利用実態を把握することで、EC 事業者の顧客獲得にお役立ていただけるよう、インターネットを通じたアンケートを実施いたしました。

※本調査における「直営 EC サイト」とは、楽天市場や Amazon などショッピングモール以外の、企業が直接運営を行う独自ドメイン EC サイトと定義しています。

【調査結果】

［1］ 1 回利用あたりの購入金額は、年齢層が高いほど多くなる傾向に（図 1）

EC サイト 1 回利用あたりの購入金額を尋ねたところ、全体では「1,000 円～3,000 円未満」が約 3 割と最多となりました。一方、年代別で最も回答数の多い選択肢を調べたところ、「1,000 円～3,000 円未満」が最多だったのは 20 代（32%）、30 代（36%）、50 代（34%）、「3,000 円～5,000 円未満」が最多なのは 40 代（36%）、60 代（40%）となりました。また、「1,000 円未満」という回答は 20 代が唯一 10%を超えていることから、年齢層が高いほど、直営 EC サイトで 1 回あたりに使う金額が多くなる傾向にあると考えられます。

［2］ 各年代に共通して EC サイトでの購入は「食品」が多い（図 2～図 3）

EC サイトで購入する商品について尋ねたところ、全体では 1 位「食品」（54%）、2 位「書籍」（50%）、3 位「家電」（43%）、4 位「日用品」（40%）、5 位「趣味・嗜好品」（39%）の順となりました。

年代別にみると、どの年代も共通して「食品」の購入が多いものの、その他は年代により異なる結果となりました。

［3］ 利用する EC サイトを選ぶ際、ユーザーの約 50%が「セキュリティ対策」も重視（図 4）

利用する EC サイトを選ぶ際に重視することを調べたところ、「商品のラインナップ」（56%）、「サイトの使い勝手の良さ」（54%）、「価格の安さ」（52%）「セキュリティ対策」（51%）が半数を超える結果となりました。このことから、ユーザーに選ばれる EC サイトの運営には、商品の充実やサイトのユーザビリティ向上に加えて、「セキュリティ対策」も重要であることがうかがえます。

［4］ リピート率は 96%、リピート要因は「信頼できるサイト」（図 5～図 6）

次に、一度利用した EC サイトを複数回リピートするかどうか尋ねたところ、96%が「リピートする」と回答しました。リピートする理由は、1 位「信頼できるサイトだったから」（54%）、2 位「使いやすいから」（49%）、3 位「商品が豊富だから」（42%）という結果となりました。

［5］ 信頼性のカギは「サービス認知」より「セキュリティ」（図 7～図 8）

EC サイトをリピート利用する理由として、半数以上の人がサイトへの信頼性を挙げていたことから、サイト選びにおける「信頼性」の重要度について尋ねたところ、ほぼ全員が「重要である」（98%）と答えました。

続いて「信頼性」を何で判断するかを調べたところ、80%が「セキュリティ」と回答し、「運営会社」（64%）、「サービス名の認知」（37%）、「運営ポリシー」（17%）と続きました。ユーザーは企業やサービスの知名度よりも、「セキュリティ」によって「信頼性」を確認していると考えられます。

［6］ EC サイトの利用不安は「商品に関すること」より「個人情報の漏えい」（図 9～10）

EC サイトの利用にあたって不安に思うことを尋ねたところ、約半数の人が「不安がある」（48%）と回答しました。どのような不安を感じているかを調べたところ、約 7 割の人が「個人情報の漏えい」（74%）、「カード番号の漏えい」（69%）と回答しました。「商品が届かない」（46%）、「買ったものと違う商品が届く」（39%）といった商品に関する不安よりも、サイトのセキュリティが整備されているかを気にする人が多い様子がうかがえます。

【総論】

今回の調査で、直営 EC サイトユーザーの約半数が、サイトのセキュリティ対策状況によって利用を決めていることがわかりました。さらに、大多数のユーザーが一度利用した EC サイトをリピート利用しており、その際も企業やサービスの認知度よりも、一度利用した経験に基づくサイトのセキュリティに対する信頼感が、リピートする大きな要因になっていることがうかがえます。

こうした結果から、直営 EC サイトの顧客やリピーター獲得には、商品ラインナップの拡充やサイトの利便性向上のみならず、セキュリティ対策を強化しユーザーの不安を除くことが必要だと考えます。

GMO-PG では、直営 EC サイトへの決済手段の提供を通じ、ユーザーに安心して決済をご利用いただけるようセキュリティの強化に努めてまいります。

【GMO ペイメントゲートウェイのセキュリティへの取り組み】

GMO-PG は、ネットショップなどの直営 EC サイトを運営する事業者 5 万 4,000 店舗（GMO ペイメントゲートウェイグループ 2015 年 3 月現在）を超える加盟店に、クレジットカードやコンビニ・代引・口座振込など多様な決済手段を提供しております。

クレジットカードの不正利用から消費者を守る「3D セキュア(*1)対応」「セキュリティコード(*2)対応」機能や、EC サイト側での情報漏洩を防ぐ「トークン決済(*3)」「カード情報非保持サービス(*4)」、チャージバック(*5)による EC サイト運営者の損害を補填する「チャージバック補償団体保険」を加盟店向けに提供するなど、クレジットカード決済のセキュリティ強化と同時に、加盟店にも安心していただける環境づくりを行っております。

一方、リスク管理体制強化の一環として、当社事業所全てを対象に、情報セキュリティ管理のグローバル・スタンダード基準とされる ISO/IEC 27001:2013（国内規格 JIS Q 27001:2014)への適合認証や、JCB・American Express・Discover・MasterCard・VISA の国際クレジットカードブランド 5 社が共同で策定した、クレジット業界におけるグローバルセキュリティ基準 PCIDSS Ver3.0 に完全準拠しております。個人情報の取り扱いに関しても、プライバシーマークを取得するなどより安心・安全なサービスの提供に努めております。

(*1) 3D セキュア：「なりすまし詐欺」など、インターネット取引における第三者の不正利用を未然に防ぐことを目的として、Visa International, MasterCard International, JCB が推奨する、決済時にカード会員の本人認証を行う機能

(*2) セキュリティコード：クレジットカード裏面に印字されている末尾 3 桁または 4 桁の数字を指し、カードの磁気情報には含まれないカード所有者のみが分かる情報であるため、偽造カードなどによる第三者悪用を防ぐことができる本人認証の方法

(*3) トークン決済：EC サイト運営者が購入者のクレジットカード番号に触れることなく決済できるよう、クレジットカード番号をトークン（乱英数字の文字列）に置き換えて決済処理できるサービス

(*4) カード情報非保持サービス：加盟店である EC サイトのシステムにクレジットカード情報（カード会員名・カード番号・有効期限）を保存することなくクレジットカード決済ができるサービス

(*5) チャージバック：クレジットカード会員が、第三者による不正利用等の理由により利用代金の決済に同意しない場合、クレジットカード会社が加盟店に対して支払いを拒絶すること

【ご参考】

以下の URL より、直営 EC サイトユーザーにおける「よく利用する決済手段」や「直営 EC サイトの認知経路」など『EC サイト利用実態調査』の結果をインフォグラフィックでまとめた資料をご確認いただけます。

URL ： http://gmo-payment-gateway.com/lpc/ig/

※調査結果やグラフなどを使用される際は、出典として「直営 EC サイトユーザーの『EC サイトの利用実態調査』（GMO ペイメントゲートウェイ調べ）」とご記載ください。

【関連 URL】

・インフォグラフィック URL ： http://gmo-payment-gateway.com/lpc/ig/

・GMO-PG コーポレートサイト URL ： http://corp.gmo-pg.com/

・GMO-PG サービスサイト URL ： http://www.gmo-pg.com/

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMO ペイメントゲートウェイ株式会社
企業価値創造戦略 統括本部 IR・広報グループ
TEL：03-3464-0182 FAX：03-3464-2387
E-mail：ir@gmo-pg.com

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

【GMO ペイメントゲートウェイ株式会社】（URL：http://corp.gmo-pg.com/）

会社名	GMO ペイメントゲートウェイ株式会社 （東証第一部 証券コード：3769）
所在地	東京都渋谷区道玄坂1丁目 14 番 6 号 ヒューマックス渋谷ビル
代表者	代表取締役社長 相浦 一成
事業内容	■クレジットカード等の決済代行サービス及び付帯する一切のサービス

【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メント事業

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

【参考資料】

図1 直営ECサイトユーザーの1回利用あたりの購入金額 (N=805)

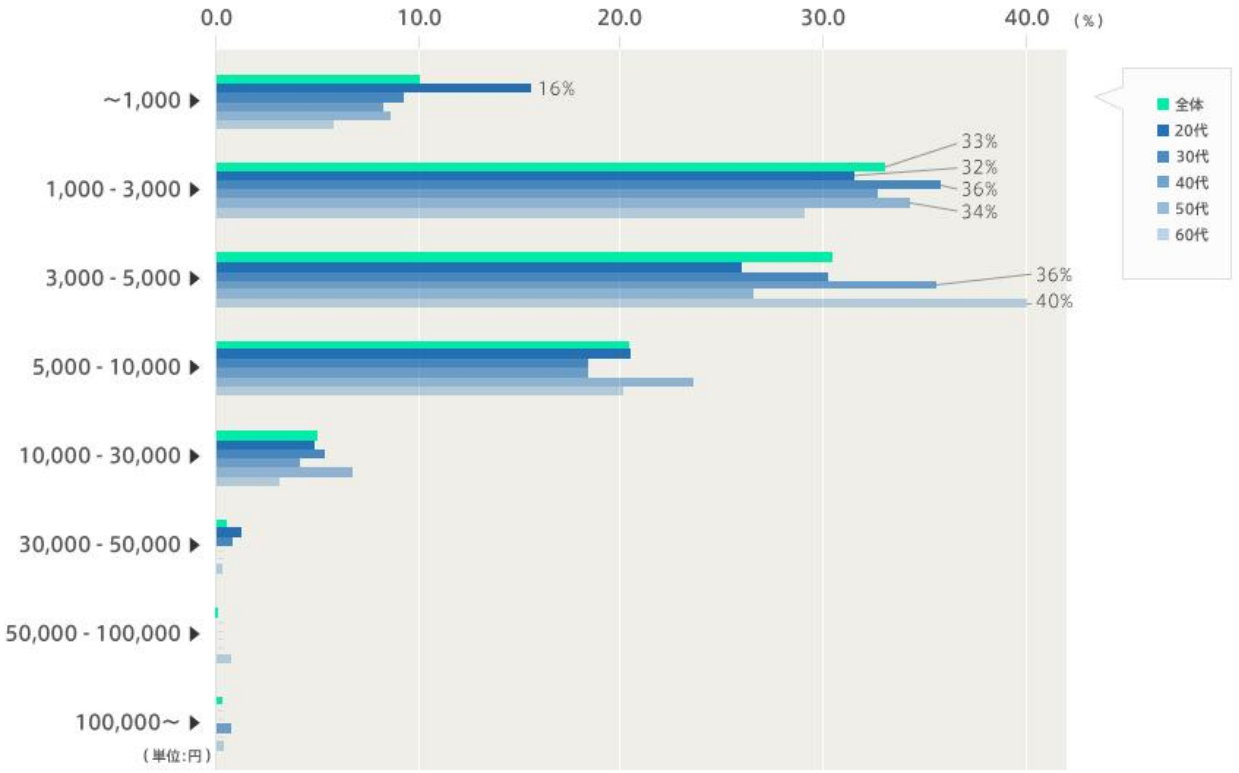


図2 直営ECサイトユーザーの購入品目 (N=805 複数回答)

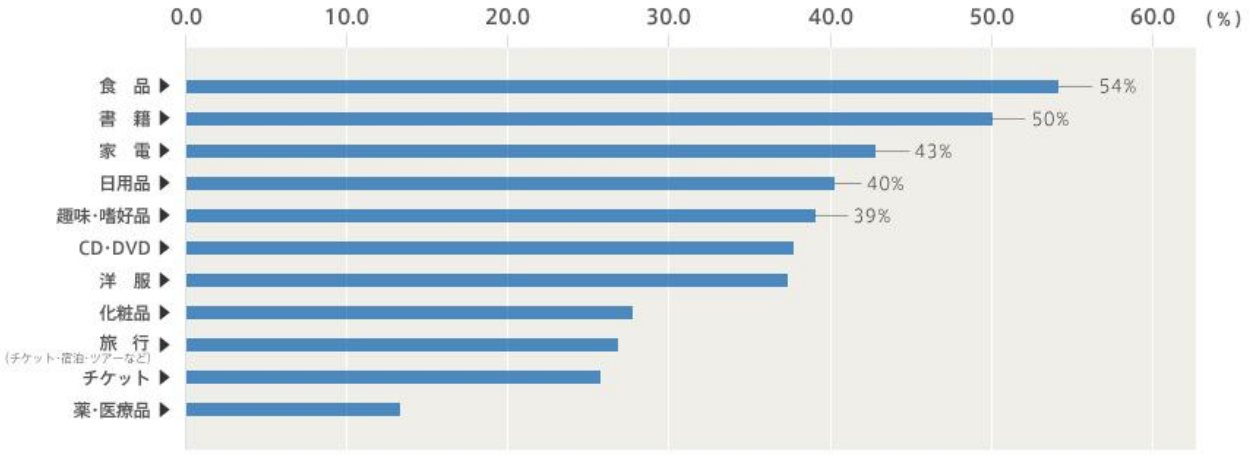


図3 直営ECサイトユーザー年代別の購入カテゴリー上位3位

(N=20代:152, 30代:129, 40代:118, 50代:158, 60代:248,)

	20代	30代	40代	50代	60代
1位	書 籍 (53%)	食 品 (54%)	書 籍 (58%)	食 品 (62%)	食 品 (60%)
2位	食 品 (44%)	趣 味 (52%)	食 品 (52%)	書 籍 (49%)	家 電 (42%)
3位	洋 服 (39%)	書 籍 (51%)	CD/DVD (47%)	家 電 (48%)	日用品 (38%)

図4 直営ECサイトユーザーがECサイト選びにおいて重視していること (N=805 複数回答)

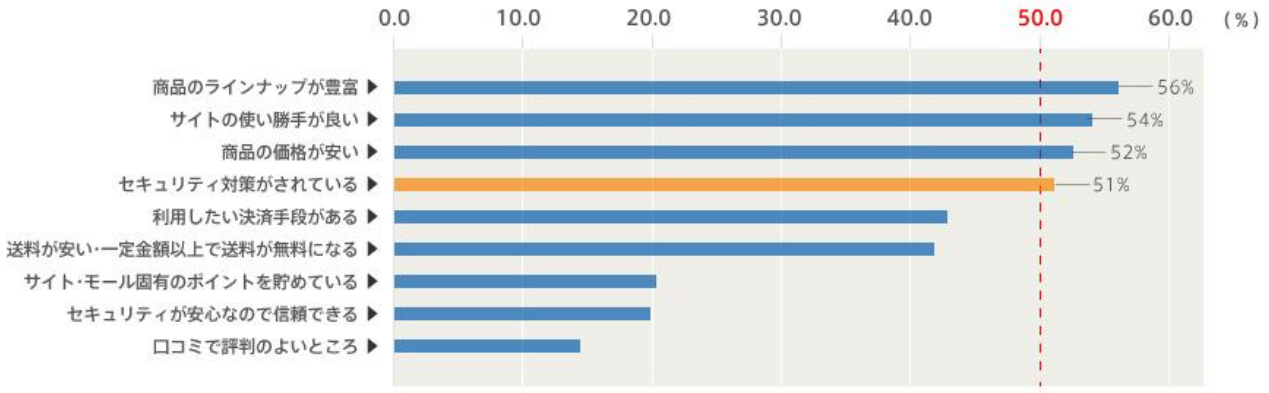


図5 直営ECサイトユーザーのECサイトリピート有無 (N=805)

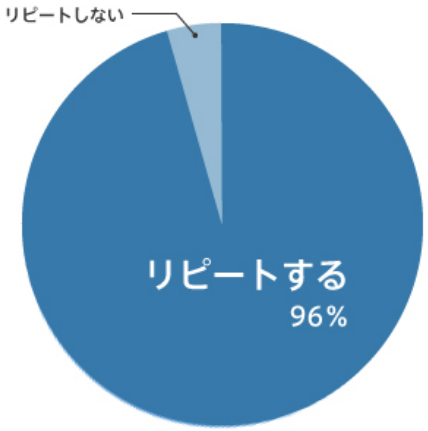


図6 直営ECサイトユーザーがECサイトをリピートする理由 (N=772 複数回答)

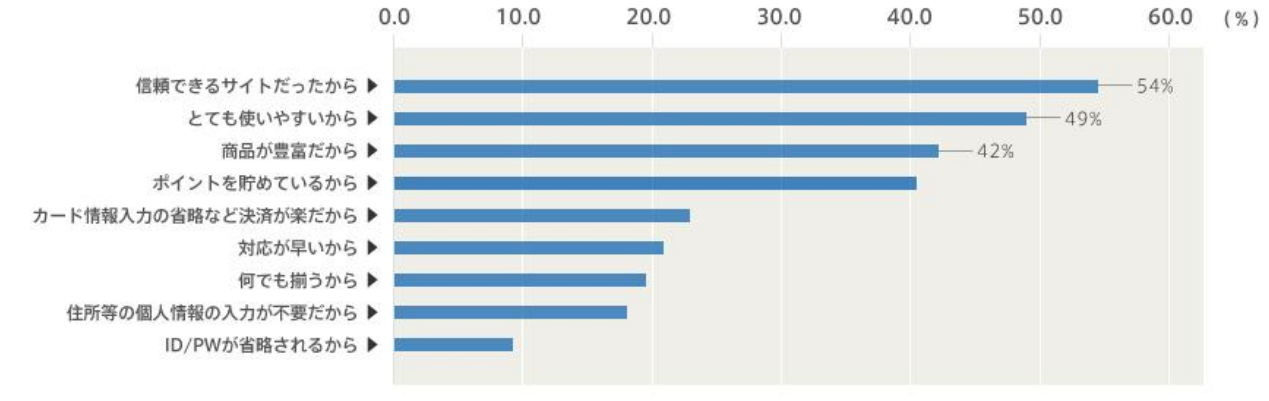


図7 直営ECサイトユーザーのECサイト選びにおける信頼性の重要度 (N=805)

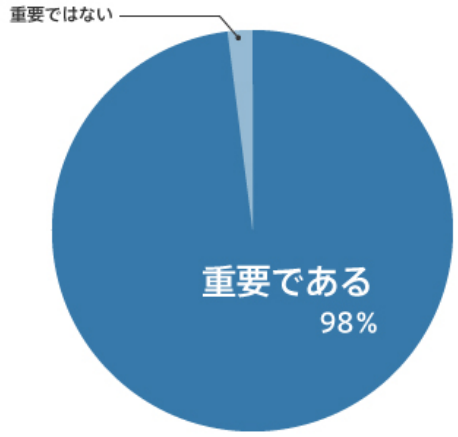


図8 直営ECサイトユーザーの信頼性の判断材料 (N=805 複数回答)

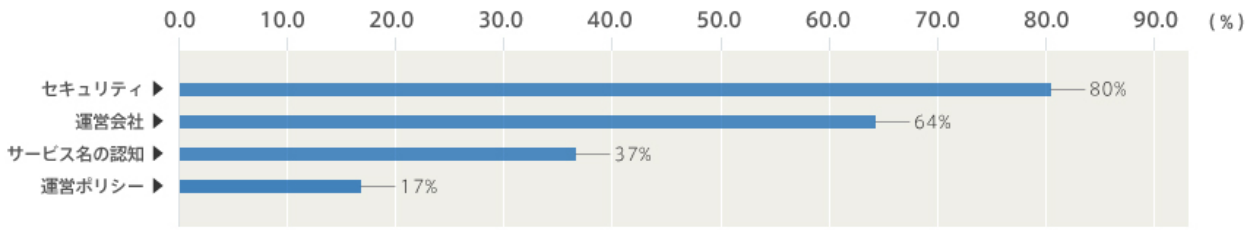


図9 直営ECサイトユーザーのECサイト利用における不安有無 (N=805)

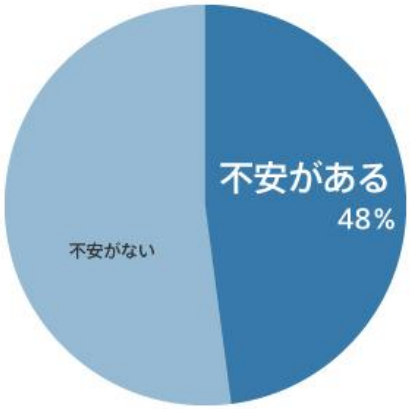


図10 直営ECサイトユーザーがECサイト利用にあたり不安に思うこと (N=386 複数回答)

