

## ファッション EC 訪問頻度ランキング ～ リピートされる EC サイトの特徴とは？

- ◆ サイト訪問者数では、カタログ通販の「ベルメゾンネット」「ニッセン」が 2 強。
- ◆ 訪問頻度では、TV 通販の「ショップチャンネル」「QVC ジャパン」をはじめ、「ZOZOTOWN」や「アウトレット通販 BRANDELI」が上位に。
- ◆ 集客施策はサイト特性が顕著。ZOZOTOWN は自然検索、ブックマーク経由などでファンをつかむ。

2015 年 4 月 20 日  
株式会社ヴァリユーズ

通販サイトでは、新規客の獲得だけでなく、一度サイトに来訪してくれたユーザーにリピート利用して貰い、いかにファンを増やしていくかが重要視されています。ネット行動分析サービスを提供する株式会社ヴァリユーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸）では、一般ネットユーザーの行動ログとデモグラフィック（属性）情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用し、通販サイトのファッション領域について 2015 年 1 月～3 月のサイト訪問者数、訪問回数を集計し、訪問頻度ランキングを作成しました。また、訪問頻度の高い上位サイトについて、サイト基本指標、ユーザー属性、集客構造を比較検証しました。

### 【調査・分析概要】

全国の 20 万人規模のモニター会員の協力により、ネット行動ログとユーザー属性情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用し、2015 年 1 月～3 月の 3 カ月間で各サイト訪問者数、訪問回数を集計し、訪問頻度ランキングを作成。訪問頻度の高い上位サイトについて、同時期のサイト基本指標、訪問者の属性、流入元構成などを分析した。

※サイト訪問者数、訪問回数は PC からのアクセスを集計

※「カテゴリ」はヴァリユーズが独自に定義

### ●結果サマリー●

- ◆ サイト訪問者数では、カタログ通販の「ベルメゾンネット」「ニッセン」が 2 強。  
訪問頻度では、TV 通販の「ショップチャンネル」「QVC ジャパン」をはじめ、「ZOZOTOWN」が上位に。

まず、2015 年 1 月～3 月の 3 カ月間で「ファッション」カテゴリの EC サイト訪問者数を集計したところ（表①）、訪問者数の 1 位「ベルメゾンネット」2 位「ニッセン」で、ユーザー数ではカタログ通販サイトが 2 強となっていました。3 位は「ユニクロ」4 位には「ZOZOTOWN」が入っていますが、トップ 10 のうち半数がカタログ通販サイトとなっており、依然としてカタログ通販の集客力の高さがうかがえます。

次に、同期間のサイト訪問回数を集計し、ユーザー 1 人当たり訪問回数（訪問頻度）でランキングしたところ（表②）、1 位は「通販・テレビショッピングのショップチャンネル」、2 位「QVC ジャパン | 世界最大級のテレビショッピング・通販」、3 位「ZOZOTOWN」という結果になりました。「ショップチャンネル」や「QVC ジャパン」は TV 通販との連携があるためか、3 カ月間で 1 人当たりの訪問回数が 10 回超と非常に高くなっています。

一方、3 位に入った「ZOZOTOWN」をはじめ、トップ 10 内の「スタイルクルーズ」「ワールド オンラインストア」「Stylife」などは、各アパレルブランドのファンが、新作やセールをチェックなどでリピート訪問していると考えられます。また、4 位のニッセンが運営する「アウトレット通販 BRANDELI」や、「ギルト」「ファミリーセール グラムール」等、会員制のアウトレットやセールサイトが、複数、訪問頻度上位にランクインしていることも特徴的です。

表① ファッションECサイトの訪問者数TOP30（2015年1月～3月）

順位	サイト名	ドメイン	カテゴリ	サイト訪問者数 (推計)
1	ベルメゾンネット	www.bellemaison.jp	ファッション	11,501,000
2	ニッセン	www.nissen.co.jp	ファッション	10,962,000
3	ユニクロ	www.uniqlo.com	ファッション	8,617,000
4	ZOZOTOWN	zozo.jp	ファッション	7,410,000
5	セシール	www.cecile.co.jp	ファッション	6,361,000
6	ベルーナ	belluna.jp	ファッション	4,894,000
7	マルイウェブチャンネル	voi.0101.co.jp	ファッション	4,302,000
8	FELISSIMO フェリシモ	www.felissimo.co.jp	ファッション	4,001,000
9	ONWARD CROSSET	crosset.onward.co.jp	ファッション	3,422,000
10	ファッション通販 BUYMA	www.buyma.com	ファッション	3,259,000
11	g.u. (ジーユー)	www.gu-japan.com	ファッション	2,918,000
12	ロコンド	www.locondo.jp	ファッション	2,916,000
13	ファミリーセール グラムール	glamour-sales.com	ファッション	2,904,000
14	ファッション通販 ワールド オンラインストア	store.world.co.jp	ファッション	2,843,000
15	ジュピターショップチャンネル	www.shopch.jp	ファッション	2,809,000
16	ファッション通販 Mens styles	mens-styles.jp	ファッション	2,602,000
17	magaseek	www.magaseek.com	ファッション	2,440,000
18	オットージャパン	www.otto-online.jp	ファッション	2,076,000
19	QVCジャパン   世界最大級のテレビショッピング・通販	qvc.jp	ファッション	2,047,000
20	ギルト・グループ 世界のラグジュアリーブランド	www.gilt.jp	ファッション	1,935,000
21	ABC-MART.net	www.abc-mart.net	ファッション	1,851,000
22	ファッション通販Stylife	www.stylife.co.jp	ファッション	1,723,000
23	ワールド	www.world.co.jp	ファッション	1,708,000
24	ファッション通販 DoCLASSE	www.doclasse.com	ファッション	1,654,000
25	[.st] (ドットエスティ)	www.dot-st.com	ファッション	1,617,000
26	ピーチ・ジョン (PJ)	www.peachjohn.co.jp	ファッション	1,611,000
27	アディダス オンラインショップ	shop.adidas.jp	ファッション	1,531,000
28	クロックスジャパン	www.crocs.co.jp	ファッション	1,360,000
29	ワコールウェブストア	store.wacoal.jp	ファッション	1,346,000
30	ファッション通販   集英社 FLAG SHOP (フラッグショップ)	flagshop.jp	ファッション	1,340,000

※「サイト訪問者数 (推計)」：該当ウェブサイトを訪問したと思われるユニークユーザーの人数。

©VALUES, inc.

VALUES保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

表② ファッションECサイトの訪問頻度TOP30（2015年1月～3月）

順位	サイト名	ドメイン	カテゴリ	サイト訪問者数 (推計)	1人当たり 訪問回数 (推計)
1	通販・テレビショッピングのショッピングチャンネル	www.shopch.jp	ファッション	2,809,000	12.59
2	QVCジャパン   世界最大級のテレビショッピング・通販	qvc.jp	ファッション	2,047,000	11.21
3	ZOZOTOWN	zozo.jp	ファッション	7,410,000	9.92
4	アウトレット通販 BRANDELI	www.brandeli.com	ファッション	805,000	9.37
5	バイクルーズ ファッション通販   スタイルクルーズ(Style Cruise)	style-cruise.jp	ファッション	1,075,000	7.52
6	ギルト・グループ 世界のラグジュアリーブランド	www.gilt.jp	ファッション	1,935,000	6.98
7	ファミリーセール グラムール	glamour-sales.com	ファッション	2,904,000	6.83
8	ベルメゾンネット	www.bellemaison.jp	ファッション	11,501,000	6.51
9	ファッション通販 ワールド オンラインストア	store.world.co.jp	ファッション	2,843,000	6.43
10	ファッション通販Stylife	www.stylife.co.jp	ファッション	1,723,000	6.27
11	FELISSIMO フェリシモ	www.felissimo.co.jp	ファッション	4,001,000	6.22
12	セシル	www.cecile.co.jp	ファッション	6,361,000	6.14
13	ニッセン	www.nissen.co.jp	ファッション	10,962,000	6.11
14	[.st] (ドットエスティ)	www.dot-st.com	ファッション	1,617,000	6.08
15	magaseek	www.magaseek.com	ファッション	2,440,000	6.05
16	ベルーナ	belluna.jp	ファッション	4,894,000	5.95
17	RUNET   ランニング用品通販	runnet.jp	ファッション	1,108,000	5.90
18	ファッション通販 セレクトスクエア	www.selectsquare.com	ファッション	1,151,000	5.89
19	ユニクロ	www.uniqlo.com	ファッション	8,617,000	5.78
20	アディダス オンラインショップ	shop.adidas.jp	ファッション	1,531,000	5.59
21	ロコンド	www.locondo.jp	ファッション	2,916,000	5.53
22	ファッション通販   集英社 FLAG SHOP (フラッグショップ)	flagshop.jp	ファッション	1,340,000	5.35
23	アウトレットピーク	www.outletpeak.com	ファッション	1,152,000	5.05
24	ファッション通販 DoCLASSE	www.doclasse.com	ファッション	1,654,000	5.01
25	通販 - ユナイテッドアローズ	store.united-arrows.co.jp	ファッション	1,163,000	4.99
26	L.L.Bean	www.llbean.co.jp	ファッション	986,000	4.79
27	i LUMINE アイルミネ	i.lumine.jp	ファッション	1,276,000	4.44
28	g.u. (ジーユー)	www.gu-japan.com	ファッション	2,918,000	4.37
29	Gap	www.gap.co.jp	ファッション	1,288,000	4.21
30	マルイウェブチャンネル	voi.0101.co.jp	ファッション	4,302,000	4.14

※「サイト訪問者数(推計)」: 該当ウェブサイトを訪問したと思われるユニークユーザーの人数。

©VALUES, inc.

VALUES保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して推測。

#### ◆集客施策はサイト特性が顕著。ZOZOTOWN は自然検索流入、ブックマーク経由などでファンをつかむ。

来訪頻度の高い上位ファッション ECのうち、TV 通販からは「ショッピングチャンネル」、アパレル特化の EC モールから「ZOZOTOWN」、会員制アウトレットモールより「BRANDELI」、の3サイトについて、サイト基本指標を比較してみました(表③)。まず特筆すべきは、各サイトともに直帰率が20%前後と低く、平均滞在時間は約10分と、来訪してくれたユーザーを逃さず、サイト内で回遊・滞在させるつくりになっている点です。また、購入者に絞った平均滞在時間では、「ZOZOTOWN」は30分を超えており、各サイト共通して、購入者では平均滞在時間が約2~3倍に伸びています。吟味しながら購入を検討しているようです。

サイト訪問者の属性でも、各サイトのターゲット像が明確にあらわれています(グラフ④)。性別では各サイトとも女性の割合が高くなっていますが、「ZOZOTOWN」では男性比率も37%あります。また、年代では「ZOZOTOWN」は20代~30代が56%、一方の「ショッピングチャンネル」は50代~60代が67%を占める結果となりました。

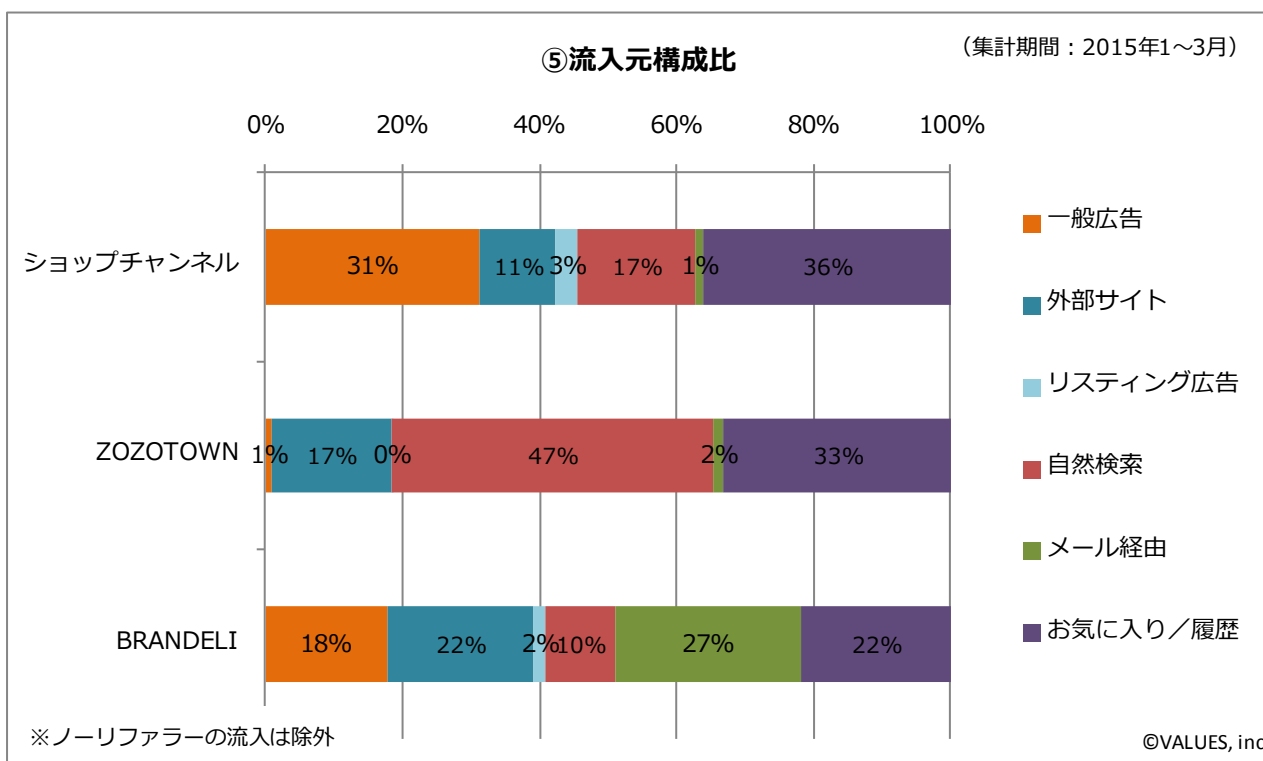
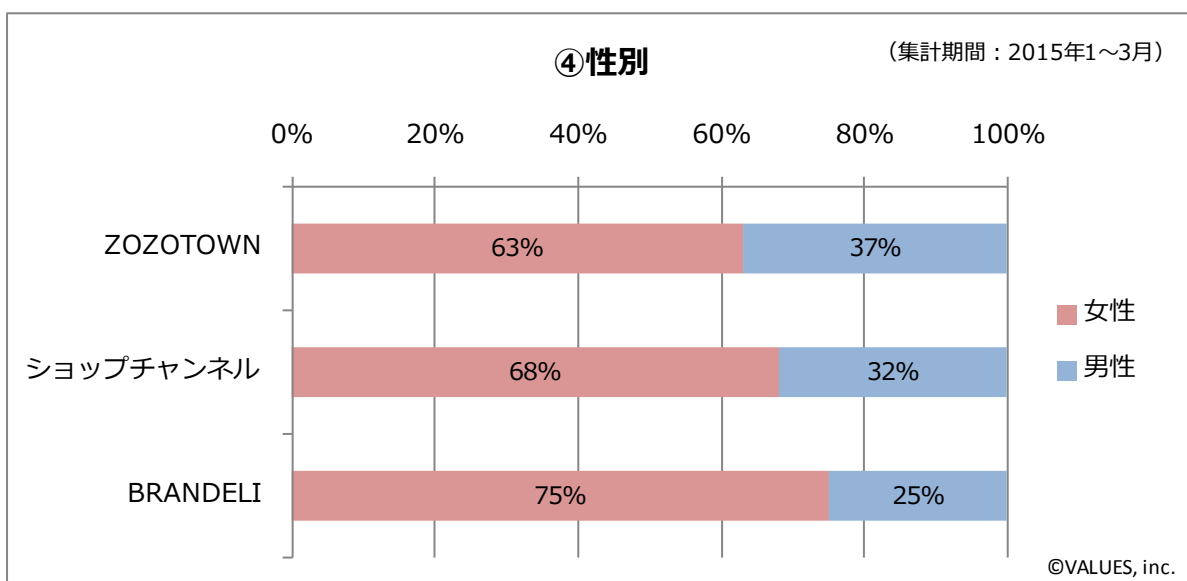
最後に、各サイトの集客構造を比較してみましょう(グラフ⑤)。「ショッピングチャンネル」や「ZOZOTOWN」は、「お気に入り(ブックマーク) / 履歴」経由の流入が30%を超えており、一定のファンがついていることがわかります。「BRANDELI」は最初にメルマガ登録をしてセール会場へ誘導するつくりになっているため、「メール経由」の流入が27%と高くなっています。

また、「ZOZOTOWN」では「自然検索」経由の流入割合が47%と高くなっています。検索キーワードはサイト名の「ZOZO」をはじめ、各アパレルブランドの名称や、「トレンチコート」「チェスターコート」等アイテム名など、バラエティに富んだ結果となっていました。流行の変化が激しいファッション業界ですが、常に新作が入荷する「ZOZOTOWN」では旬のキーワードを的確にとらえたSEO対策が、有効に機能しているようです。

表③ サイト基本指標 (2015年1月~3月)

サイト名	直帰率	平均滞在時間 (分) 【訪問者全体】	平均滞在時間 (分) 【購入者】
ジュピターショップチャンネル	20.9%	9.7	25.7
ZOZOTOWN	19.6%	9.5	33.5
アウトレット通販 BRANDELI	18.0%	8.9	28.1

©VALUES, inc.



**■ 【登録無料】色々なサイトのユーザーがわかる！「【VALUES eMark+】Free」について**

本リリースで用いたデータは、当社サービス「VALUES eMark+」を使用して集計・分析を行いました。本サービスには<無料トライアル版>である「【eMark+】Free」もございます。「【eMark+】Free」では、業界別にサイトの訪問者数ランキングや、見たいサイトを指定して、過去からの訪問者数の推移、ユーザー属性（性別、年代など）を確認できます。ご登録・ご利用は無料です。

- 「【eMark+】Free」のお申込みはこちら → <http://www.valuesccg.com/free/>

**■ 株式会社ヴァリュースについて**

株式会社ヴァリュースは、マーケティングノウハウと IT 先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。20万人規模のモニター会員の協力により、行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリュース イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリュース ホームページ <http://www.valuesccg.com/>

**【本件に関するお問い合わせ先】**

株式会社ヴァリュース 子安（こやす） TEL: 03-6277-6812 E-mail: [press@valuesccg.com](mailto:press@valuesccg.com)