

NTTデータ数理システム

2020年度 VMStudio & TMStudio 学生研究奨励賞

ECサイト商品ランキング上位の共通点とコロナ発生後の相違点

法政大学 理工学部 呉ゼミ

田辺 将大, 橋本 雅人

目次

1

研究背景と目的

2

分析の枠組みと分析手法

3

収集データ

4

上位商品の特徴

5

自粛後の特徴

6

考察・結論

7

参考文献

目次

1

研究背景と目的

2

分析の枠組みと分析手法

3

収集データ

4

上位商品の特徴

5

自粛後の特徴

6

考察・結論

7

参考文献

1 研究背景と目的

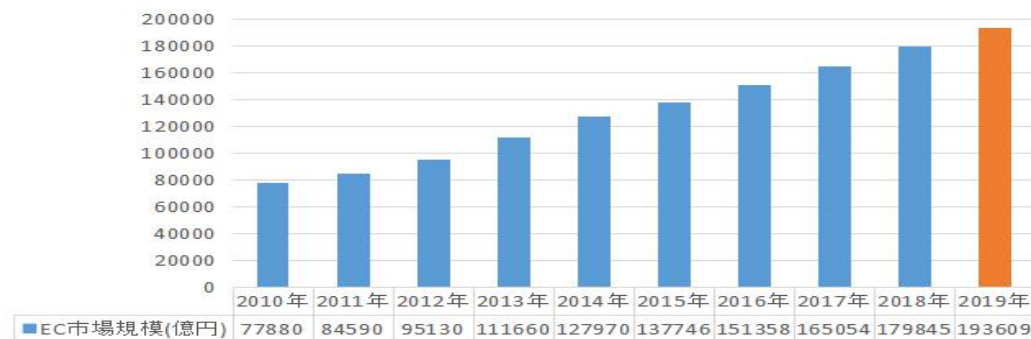
背景

2019年インターネット利用者は1億810万人と過去最高で普及率は約90%に及ぶ。それに伴い、ECサイト利用者も増加し2019年消費者向けEC市場規模は19.4兆円(前年18兆円)と著しく拡大している。その中で、新型コロナウイルスが発生し4月に発令した緊急事態宣言による外出自粛の影響で2020年3月以前に比べて総合EC利用者は約3割増加した。今後インターネットで購入するか1,836人にアンケートをとったところ、55.6%が「今後も購入すると思う」と回答した。EC市場規模は今後も拡大していくと予測されており、NRIによると、2025年度には27.8兆円にもものぼるとされている。

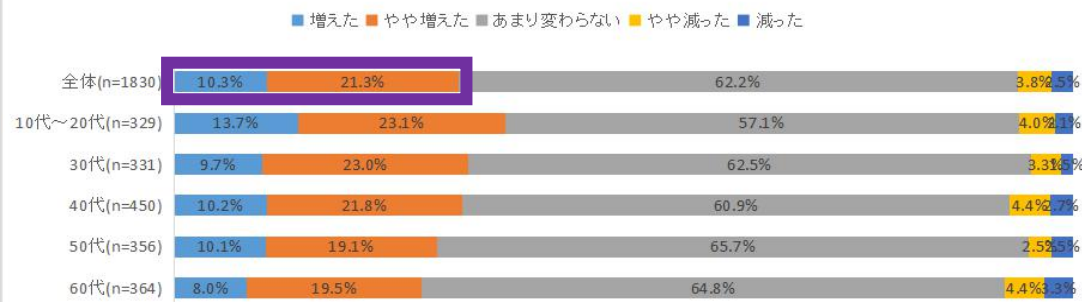
目的

本研究の目的は2つある。1つ目は、日本国内EC流通総額1位の楽天市場でランクインする商品の特徴を明かすことである。2つ目は、新型コロナウイルスの影響による楽天市場での商品流通の変化を探ることである。商品名、商品ジャンル、商品価格、ユーザ情報、レビューを使い分析していく。この目的に沿った結果が得られた際には、ランクインする商品の推測を可能にし売上を伸ばすことができる。また、コロナはランキングにまで影響を与えているかの解釈が可能である。

日本のBtoC-EC市場規模の推移



2020年3月以前に比べて総合ECの利用頻度について



目次

1

研究背景と目的

2

分析の枠組みと分析手法

3

収集データ

4

上位商品の特徴

5

自粛後の特徴

6

考察・結論

7

参考文献

2 分析の枠組みと分析手法

全データから共通点を明かす

分析内容

- ・流通商品価格分布
- ・ユーザ分布とジャンルの関係性
- ・商品名の特徴

分析手法

- ・単語頻度解析
- ・主成分分析、クラスタリング、評判分析
- ・単語頻度解析

コロナの影響と相違点を明かす

分析内容

- ・特別定額給付金による影響
- ・コロナの影響を受けたジャンルの特定
- ・どのような影響があったのか

分析手法

- ・単語頻度解析
- ・係り受け頻度解析
- ・単語頻度推移

データの構造上、本研究では単語頻度解析、係り受け頻度解析は「行中に現れる重複単語を1カウントとしない」

目次

1	研究背景と目的
2	分析の枠組みと分析手法
3	収集データ
4	上位商品の特徴
5	自粛後の特徴
6	考察・結論
7	参考文献

3.1 データ概要

楽天市場の全ジャンルのトップ30を網羅したランキングアーカイブサイト「ランクリップ」よりデータを収集。

過去のランキングも遡って調べることができる。

楽天市場では過去のランキングを調べることができないため、本研究ではランクリップから過去のランキングを取得しその商品のデータを楽天市場からスクレイピングし使用した。

データ収集期間は、2018/6～2020/7の26カ月間である。月毎に「すべてのジャンル」でランキング上位30商品のデータを取得した。そのため、本研究では合計780件(26カ月×30商品=780商品)の商品データを扱っている。

「すべてのジャンル」のジャンル数は26ジャンルであり、以下表のジャンルに分類されている。

CD・DVD・楽器	TV・オーディオ・カメラ	インテリア・寝具・収納	インナー・下着・ナイトウエア	おもちゃ・ゲーム
キッズ・ベビー・マタニティ	キッチン用品・食器・調理器具	スイーツ・お菓子	スポーツ・アウトドア	スマートフォン・タブレット
ダイエット・健康	バッグ・小物・ブランド雑貨	ビール・洋酒	ペット・ペットグッズ	ホビー
レディースファッション	医薬品・コンタクト・介護	家電	花・ガーデン・DIY	靴
食品	水・ソフトドリンク	日本酒・焼酎	日用品雑貨・文房具・手芸	美容・コスメ・香水
本・雑誌・コミック				

3.2 データ収集項目

date	rank	楽天ショップ	楽天ジャンル	商品名	送料	価格	レビュー得点	総レビュー数	月レビュー数	レビュー文章
2018/6/1	1	爽快ドリンク専	水・ソフトドリンク	クリスタルガイザー 水(5		2,097	4.51	26,268	0	[]
2018/6/1	2	NetBabyWorld	キッズ・ベビー・マ	※まとめ買い不可※ パン	送料無料	4,662	4.62	8,636	0	[]
2018/6/1	3	下町バームクー	スイーツ・お菓子	スーパージャンボクーへ	送料無料	1,980	4.22	6,684	0	[]
2018/6/1	4	タマチャンショ	スイーツ・お菓子	2019楽天年間ランキング	送料無料	1,490	4.43	23,773	0	[]
2018/6/1	5	楽天ブックス	CD・DVD・楽器	namie amuro Final Tour	送料無料	8,799	4.76	250	11	['2018-06-20',

レビュー文章例



※レビュー内容はぼかしている

データ収集項目は、

①日付②ランキング③楽天ショップ名④楽天ジャンル⑤商品名⑥送料の有無⑦価格⑧レビュー得点⑨総レビュー数⑩月レビュー数⑪レビュー文章(投稿日、評価、年代・性別、レビュー文章)

の11項目である。

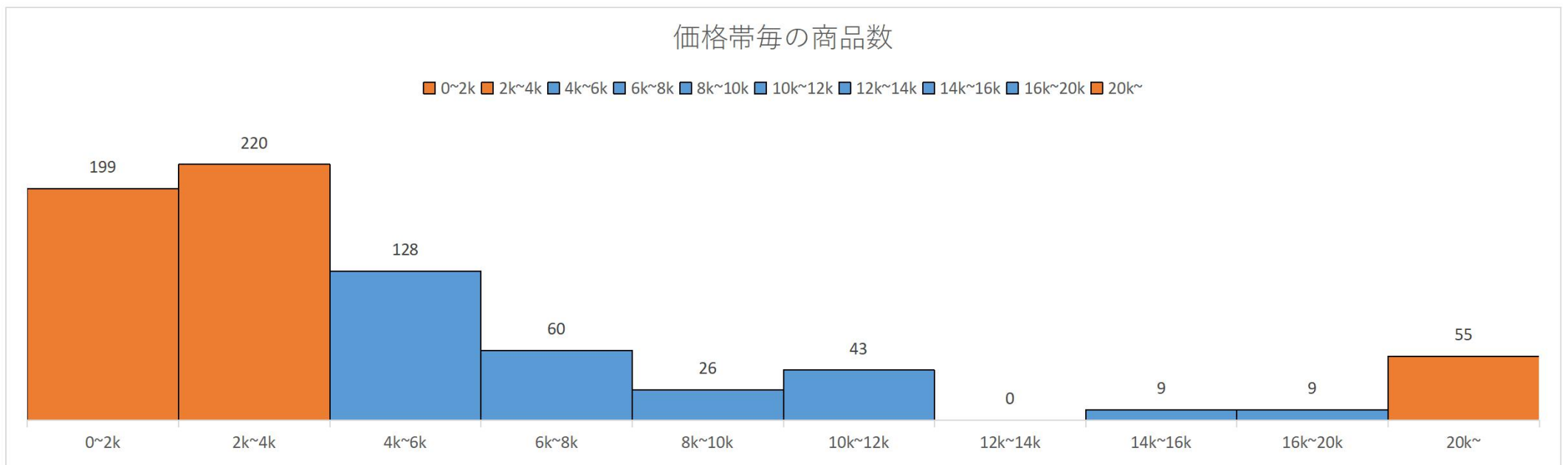
「⑨総レビュー数」はその商品の全レビュー数である。本研究ではランクインした月の影響を探るために「⑪レビュー文章」ではランクインした月のレビューのみを取得している。そのレビューの数が「⑩月レビュー数」である。

目次

1	研究背景と目的
2	分析の枠組みと分析手法
3	収集データ
4	上位商品の特徴
5	自粛後の特徴
6	考察・結論
7	参考文献

4.1.1 商品価格データの可視化

商品価格分布の特性を調べるために、ビン幅を2000円に設定しヒストグラムを作成した



※k=1,000円

平均値	7130
中央値	3894
標準偏差	10932
最小値	380
最大値	99800
歪度	4

- ・0~4000円の商品数が特に多く全体の半数以上を占めている
- ・価格が上がるごとに商品数は減少傾向にあり、歪度からも分かるように右裾が長い分布となっている
- ・20,000円以上の商品数を見ると、55件ありこれは全体の7%を占めている。平均値と中央値の大きな差は、この高価格帯商品数の影響である

4.1.2 低価格帯商品の特定

0~4,000円の商品を低価格帯と定義づけ、ジャンルや商品名について調べた

ジャンル	頻度	平均価格	男性	女性	未回答
水・ソフトドリンク	85	1977	951	1268	859
医薬品・コンタクト・介護	66	2633	184	1161	1396
ダイエット・健康	57	1479	1226	2492	1934
食品	37	2201	560	1383	1303
スイーツ・お菓子	31	2278	514	1279	1105
日用品雑貨・文房具・手芸	31	1172	362	1372	1890

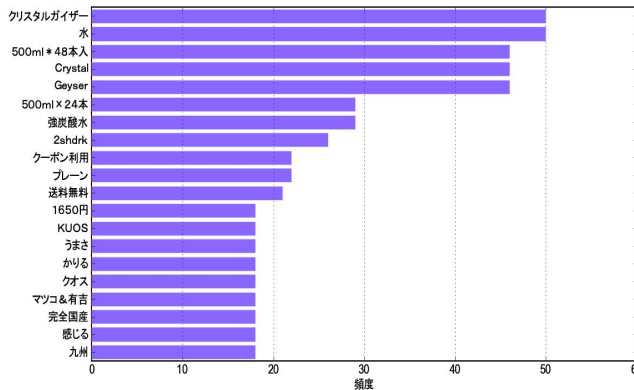
※頻度30以上のみ

- ・水・ソフトドリンクの頻度が85件と低価格帯商品の20%を占めている
- ・医療品・コンタクト・介護ジャンルでは回答者のうち女性が86%とほとんどを占めている
- ・ダイエット・健康は全ジャンルの中で男性・女性ともにレビュー数が一番多い

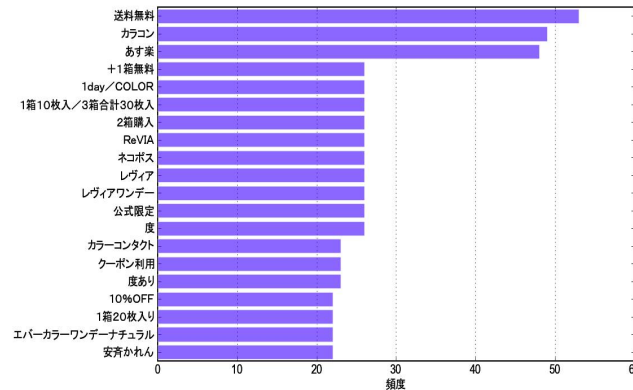
水・ソフトドリンク

医療品・コンタクト・介護ジャンル

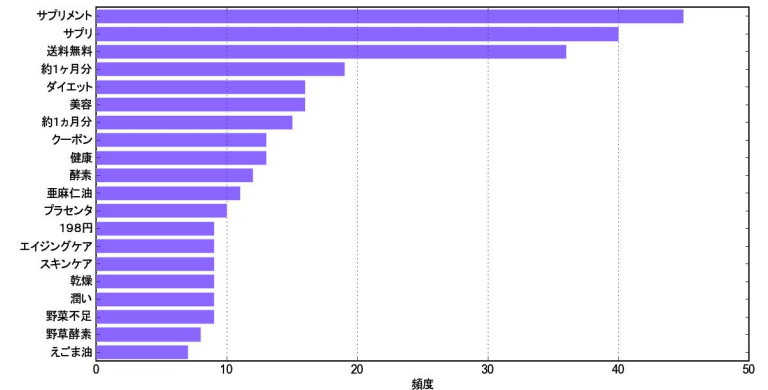
水・ソフトドリンク



- ・クリスタルガイザー(50件)
- ・強炭酸水(29件)



- ・コンタクト関連(51件)



- ・サプリメント(45件)

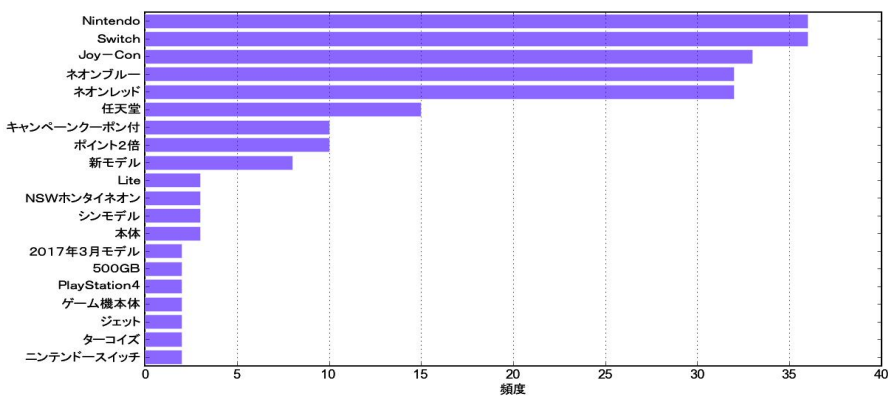
4.1.2 高価格帯商品の特定

2万円以上の商品を高価格帯と定義づけ、ジャンルや商品名について調べた

ジャンル	頻度	平均価格	男性	女性	未回答
おもちゃ・ゲーム	38	32106	77	59	135
家電	12	66817	87	180	315
美容・コスメ・香水	2	26840	21	128	184
スマートフォン・タブレット	2	67225	63	24	80
TV・オーディオ・カメラ	1	29390	180	22	193

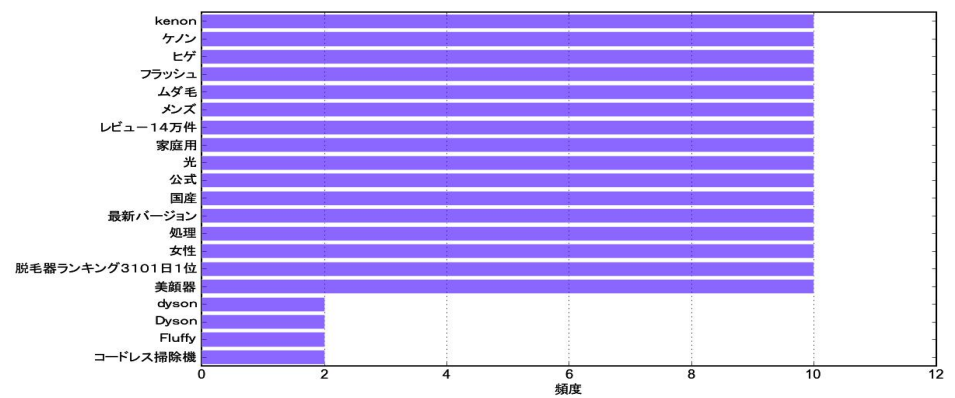
- ・おもちゃ・ゲームが55件中38件と高価格帯商品の7割を占める
- ・家電や美容・コスメ・香水は特に女性のレビュー数が多い⇒女性の購入数が多い
- ・スマートフォンやTV・オーディオ・カメラは男性のレビュー数が多い⇒男性の購入数が多い

おもちゃ・ゲーム



- ・Nintendo Switch(36件)
- ・PlayStation4(2件)

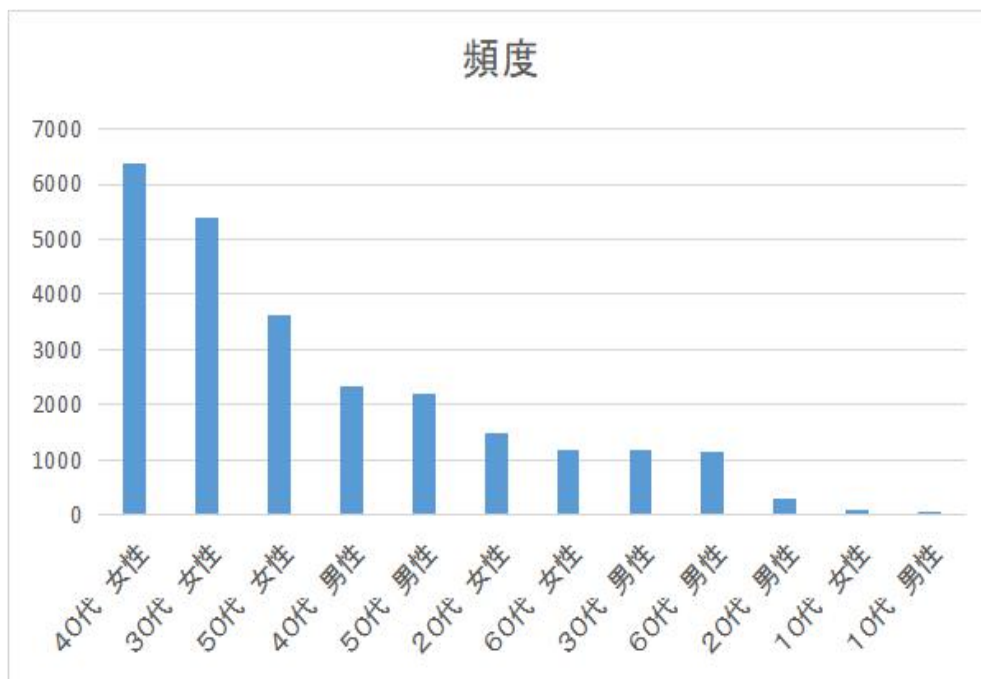
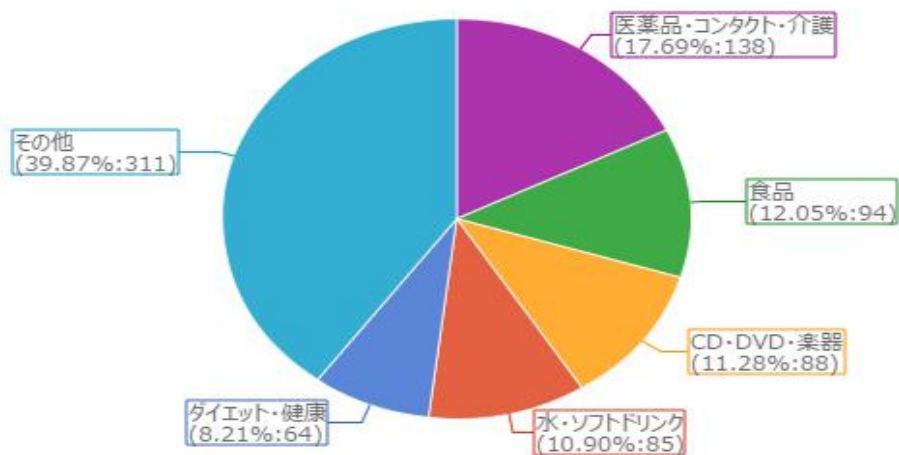
家電



- ・ケノン(10件)
- ・ダイソン(2件)

4.2.1 ジャンル頻度とユーザ分布の可視化

ジャンルとユーザの関係性を明かすために、初めにランクイン商品のジャンル割合、ユーザレビューから年代 性別で区別しその頻度を求めた



ランクイン回数が一番多かったジャンルは医療品・コンタクト・介護で138件(17.69%)であった。次いで食品が94件(12.05%)、CD・DVD・楽器が88件(11.28%)、水・ソフトドリンクが85件(10.90%)

4つのジャンルで50%以上を占めていることがわかる。

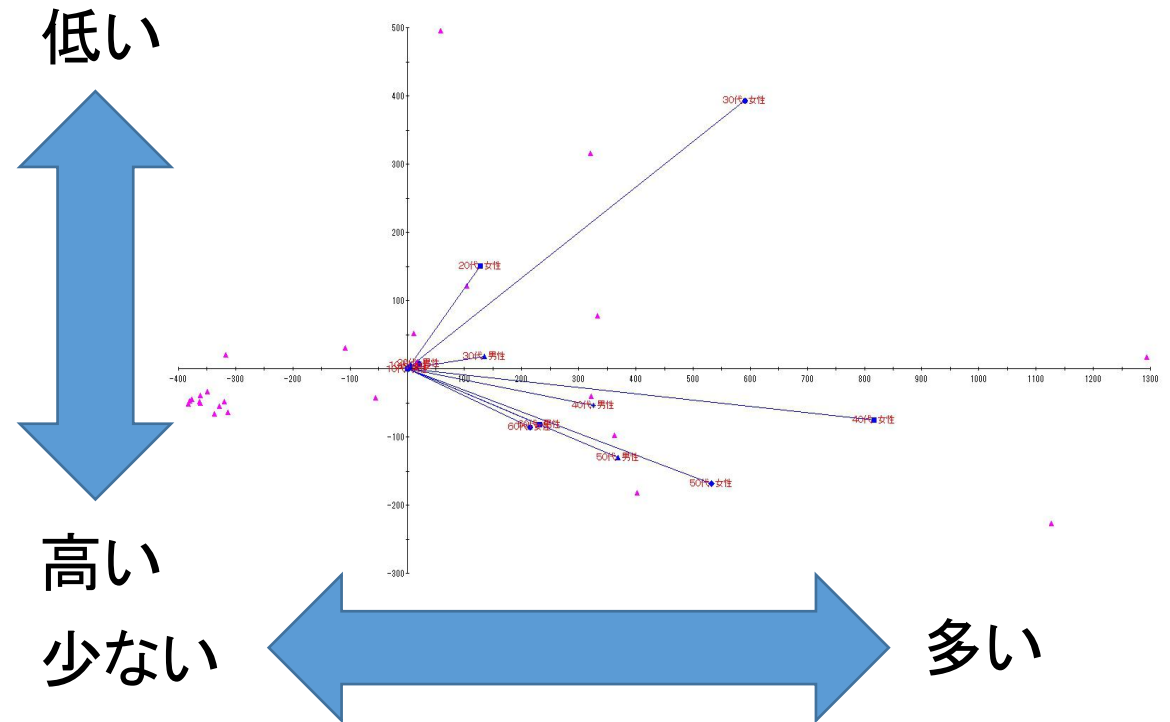
総レビュー数72,849件のうち、年代-性別の回答数は25,286人と半数近いユーザが回答している。女性のレビュー数は18,121人と全回答数の67%を占めている。10代~20代のレビュー数は1,866人(7.4%)と少なく30代~40代の15,275人(60.4%)と比べ、50%以上の差があることがわかる。

4.2.2 次元削減と軸の解釈

表頭を年代-性別に、表側をジャンルに設定しクロス集計を作成した。次元を削減し扱いやすいデータにするために主成分分析を行った。

因子	第1主成分	第2主成分	第3主成分
40代 女性	0.63	-0.15	0.43
30代 女性	0.46	0.79	-0.07
50代 女性	0.41	-0.34	0.26
40代 男性	0.25	-0.11	-0.50
50代 男性	0.29	-0.26	-0.52
20代 女性	0.10	0.30	0.02
60代 女性	0.17	-0.17	0.10
30代 男性	0.10	0.04	-0.34
60代 男性	0.18	-0.17	-0.29
20代 男性	0.02	0.02	-0.09
10代 女性	0.00	0.01	0.00
10代 男性	0.00	0.00	0.00
標準偏差	459.09	143.80	76.78
寄与率	0.87	0.09	0.02
累積寄与率	0.87	0.96	0.98

第1主成分が87%、第2主成分が9%となっており、第1主成分の情報量が特に多いことがわかる。累積寄与率は第2主成分までで96%と元の情報をほとんど失うことなく2次元に落とすことができた。



主成分負荷量である年代-性別は全て右を向いている。y軸で一番差のある年代-性別は30代女性と50代女性で意外な結果になった。

第1主成分・・・商品の売れ行き
第2主成分・・・年代

4.2.3 最適なクラスタ数

主成分分析の結果を使用しジャンルをグループ化するためにK-Means法でクラスタ分析を行った。下記はその際使用したVMSのcluster validationの説明である。

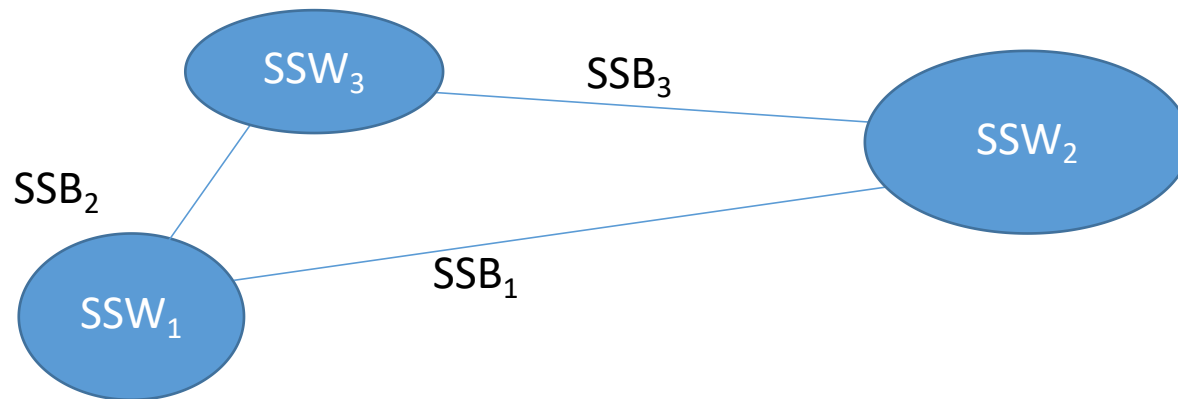
クラスタ数	cluster validation
k=2	33.40085442
k=3	69.88991939
k=4	68.91109095
k=5	144.1413591
k=6	144.2453035
k=7	112.0769457
k=8	60.3914341

cluster validationとは、クラスタ数の評価ができる指標である。設定は、デフォルトで使用した。設定の1つであるValidation Indexの「Calinski」は

$$Calinski = \frac{SSB / (k - 1)}{SSW / (n - k)}$$

から求めることが出来る。

SSBとは群間平方和で、SSWとは群内平方和のことである。ここでnはレコード数、kはクラスタ数である。群間分散が大きく、群内分散が小さいほうが良いので、この指標は大きな方がよい。



4.2.4 ジャンルのグループ化

集計できたジャンルが全部で25ジャンルと少なく、K=6が最大値であったがほとんど差のないK=5を採用し、各クラスタの詳細を求めた。

クラスタ1・・・食品、ダイエット・健康

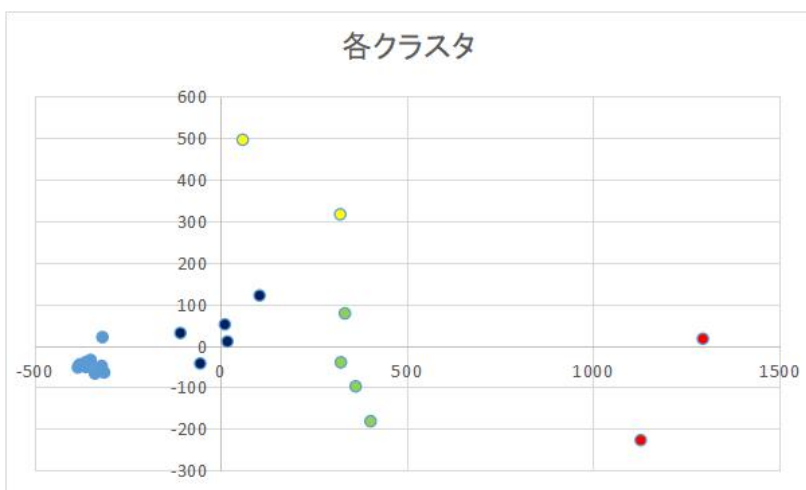
クラスタ2・・・水・ソフトドリンク、スイーツ・お菓子、日用品雑貨、美容・コスメ

クラスタ3・・・医療品、キッズ

クラスタ4・・・家電、おもちゃ・ゲーム、CD、花、レディースファッション

クラスタ5・・・スマホ、インナー、靴、TV、バッグ、ペット、ビール、インテリア、キッチン、日本酒、本、スポーツ

クラスタ	レビュー数	商品数	女性が占める割合(%)	男性が占める割合(%)	平均価格(円)	平均評価(点)
クラスタ1	8481	158	65.7	34.3	4623.4	4.3
クラスタ2	7424	186	73.7	26.3	2549.2	4.5
クラスタ3	3033	182	83.1	16.9	5935.4	4.5
クラスタ4	4823	212	73.8	26.2	14024.9	4.4
クラスタ5	1525	42	65.4	34.6	6609.5	4.5



右に行くほどレビュー数は増え、左に行くほどレビュー数は減っているため、第1主成分は売れ行きと判断できた。

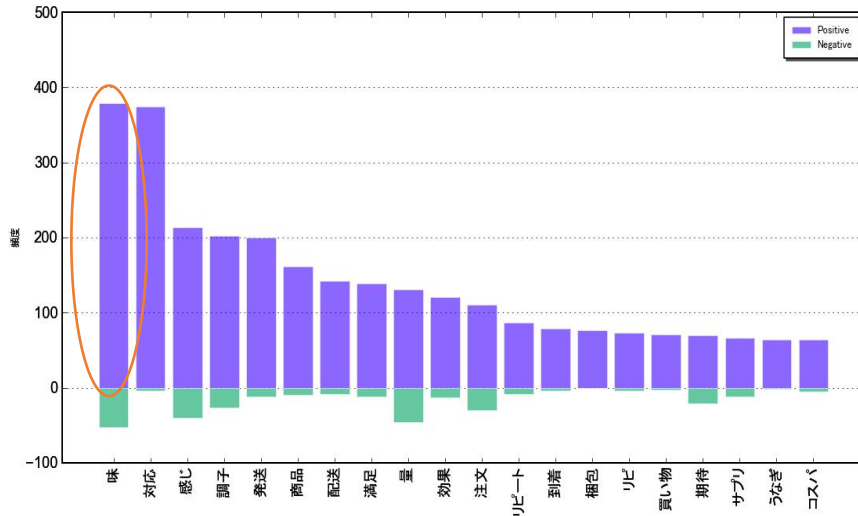
原点に近づくほど女性の割合が増え、原点から離れるほど男性の割合が増えていることがわかる。

クラスタ4には、高価格帯の2ジャンルが含まれているので他のクラスタより平均価格が高い。

4.2.5 クラスタ別評判分析

TMSの評判分析を使用し、レビュー数の多いクラスタ1,2でポジティブ・ネガティブなレビューがされている単語を抽出した。

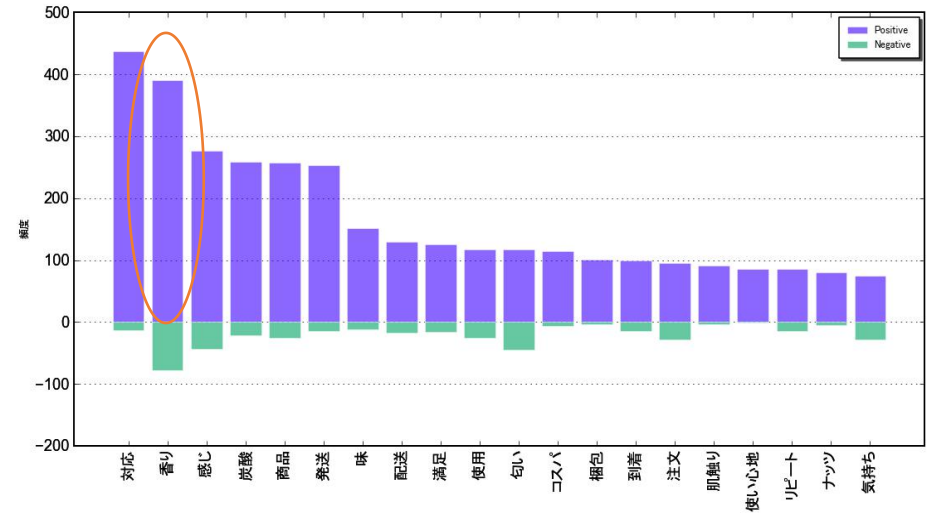
クラスタ1



高評価: 味
低評価: 味・量

原文例
味は飲みやすい青汁。
味は苦手かも(^__^;)
味は想像以上です

クラスタ2

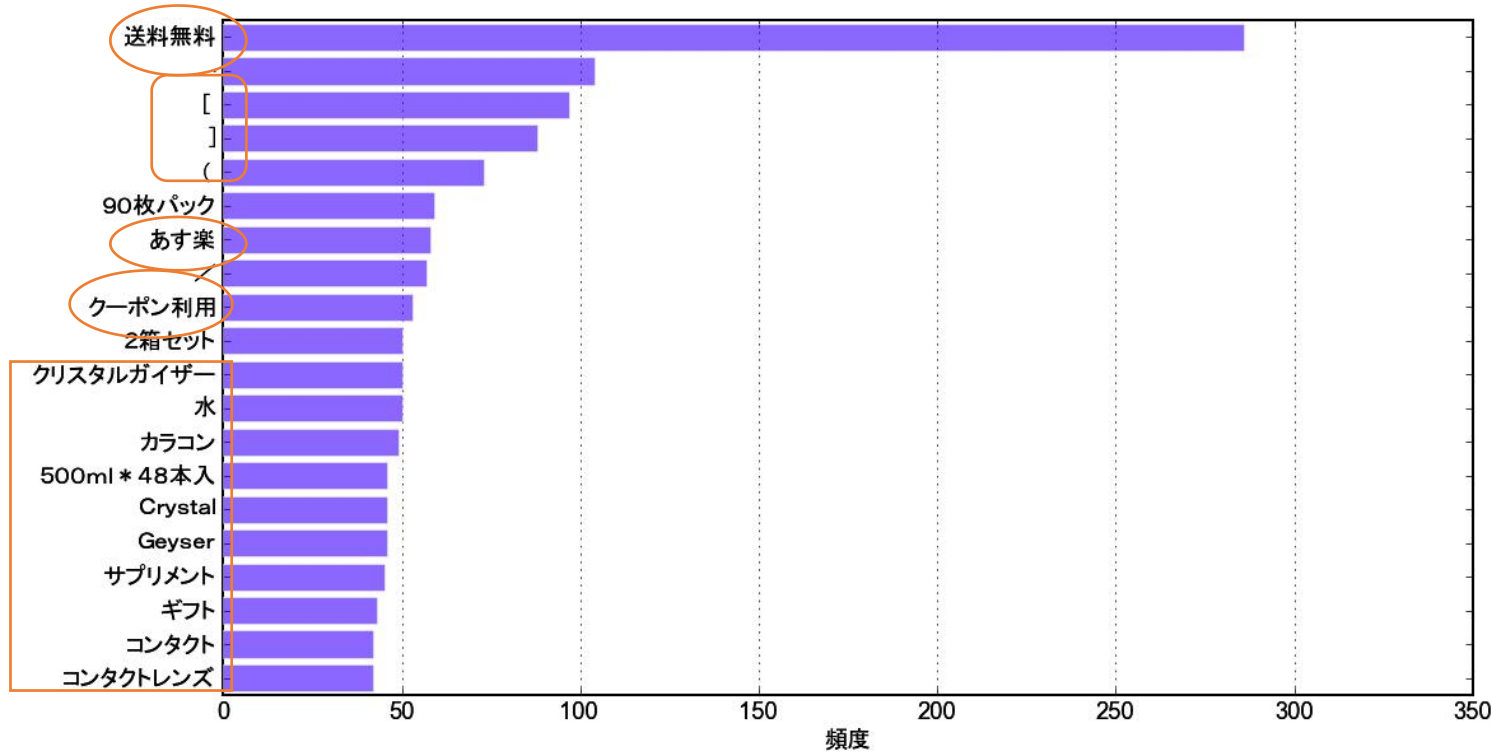


高評価: 香り
低評価: 香り・匂い

原文例
もう少しコーラの香りがしたら良いなあー
ボディソープ使っていますが、いい香りがして使いやすいです
香りが付いていないのも気に入っています。

4.3 単語頻度解析からみる商品名の特徴

TMSの単語頻度解析を使用し、ランクインしている商品名に使われている単語や記号を調べた。



- ・商品名ではなくそれ以外の送料無料、あす楽、クーポン利用が多く使われていることがわかる
- ・鍵括弧 [] の多くはCD・DVD・楽器ジャンルの商品に書かれている。使用例 [嵐]、[Mr. Children]、[安室奈美恵]
- ・水(クリスタルガイザー)、サプリメント、コンタクト(90枚パック、2箱セット、処方箋不要)が多くなっていた

目次

1	研究背景と目的
2	分析の枠組みと分析手法
3	収集データ
4	上位商品の特徴
5	自粛後の特徴
6	考察・結論
7	参考文献

5.1 自粛後の特徴の分析概要

ここでは、新型コロナウイルスが楽天市場でどのような影響を与えたかについて探る。本研究ではコロナウイルスにより2つの影響があると推測した。

- ① 特別定額給付金による何かしらの変化
 - ② 外出自粛による購買動向(楽天ジャンル)の変化
- である。

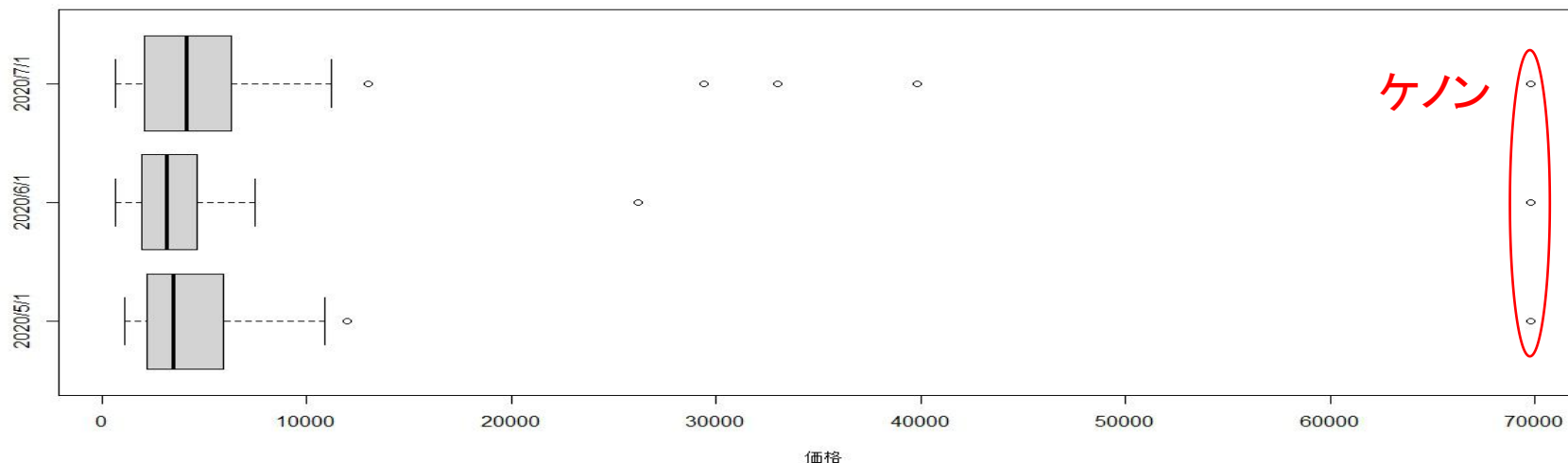
①を探るために、単語頻度推移を用いて「10万円」、「給付金」を含む単語の出現頻度、影響の出た月、影響を受けた商品は何かを探る。

②を探るために、26ジャンルの中から特に大きく影響を受けたジャンルの特定を行い、そのジャンルに対して詳しく分析を行っていく。影響を受けたジャンルの特定方法は以下の2つである。

②-(1)
「コロナ」、「自粛」を含む単語の単語頻度解析をジャンルごとに集計し単語出現回数が多いジャンルを新型コロナウイルスの影響を受けたジャンルとする。

②-(2)
「コロナ」、「自粛」を含む単語の単語頻度推移を調べ、楽天市場上で新型コロナウイルスの影響が出た期間を探る。その期間にランクインしたジャンル数が大きく変化したものを新型コロナウイルスの影響を受けたジャンルとする。

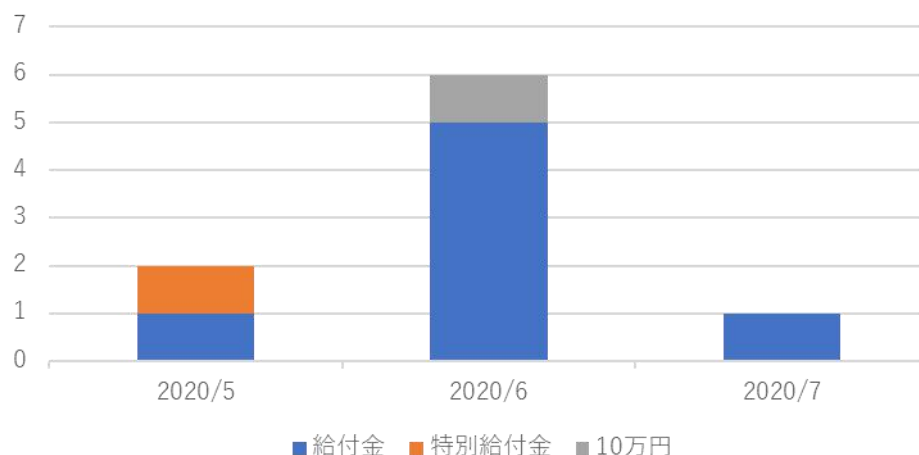
5.2 特別定額給付金による影響



ケノンのランクインした月とランキング

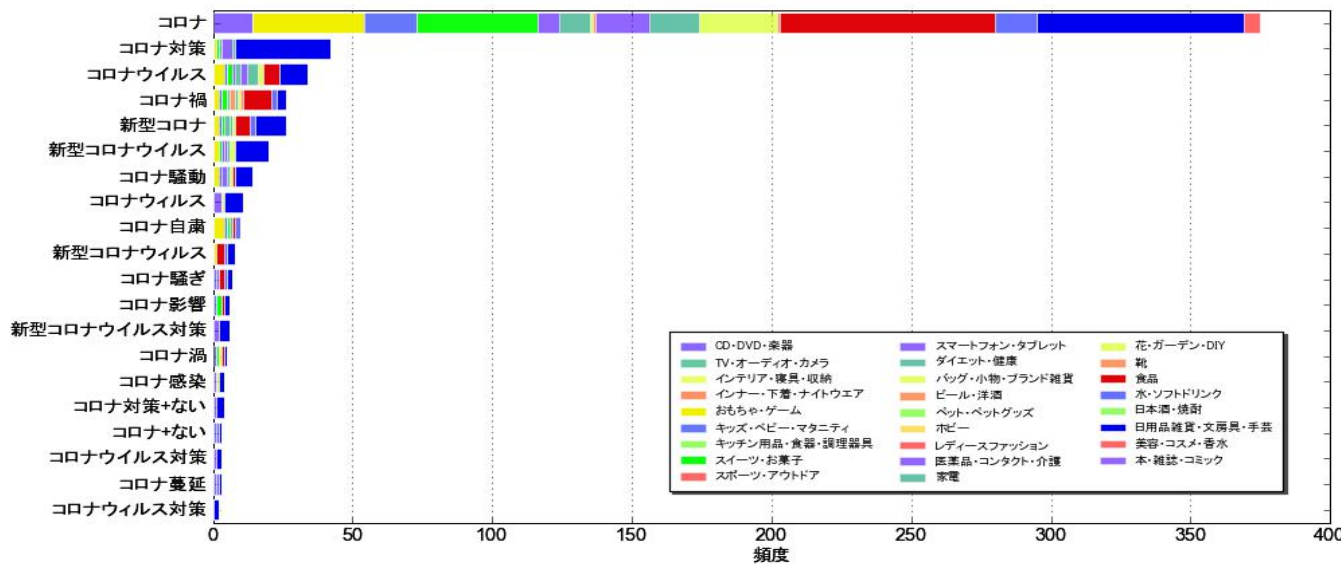
2018/6	17
2018/7	14
2018/8	18
2019/6	22
2019/7	16
2019/8	26
2019/9	23
2020/5	9
2020/6	11
2020/7	7

特別定額給付金に関する単語数

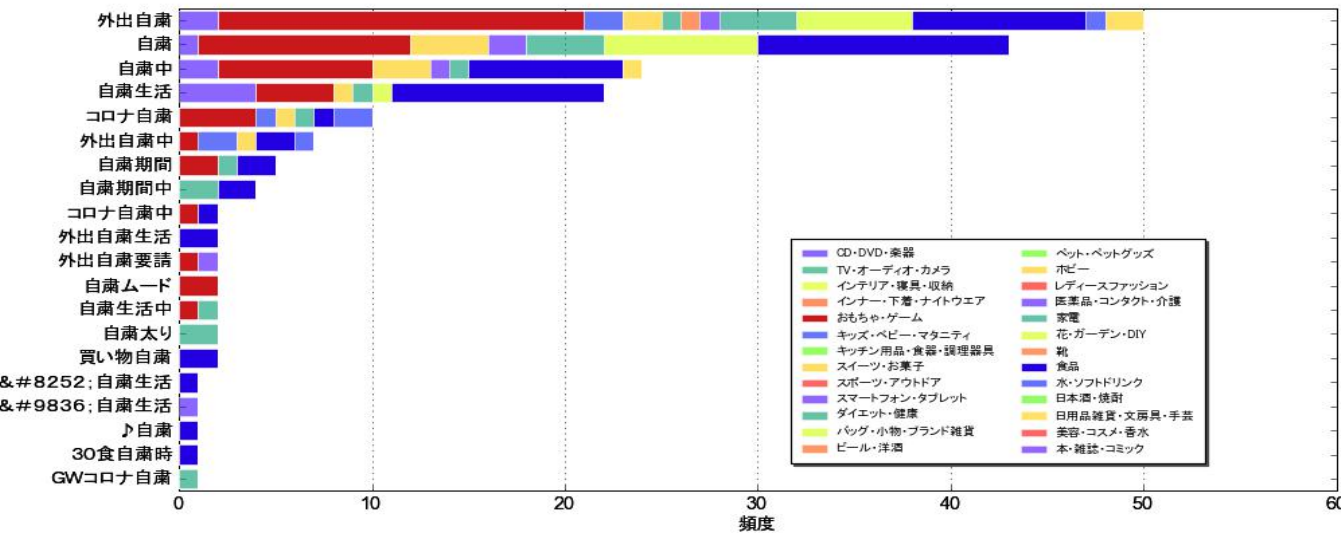


レビュー文章に対する単語頻度推移の結果、給付金に関する単語は9件(2020/5 2件、2020/6 6件、2020/7 1件)であった。そのうち8件は家庭用脱毛器「ケノン」¥69800に対するレビューの中に含まれていた。「ケノン」は箱ひげ図からもわかる通り、高価で外れ値となっている。そのケノンにレビューが集中していることから給付金により買われやすくなったと考えられる。また、ランキングについてもランクインしたほかの月と比べて高い順位になっていた。

5.3 影響を受けたジャンルの特定②-(1)



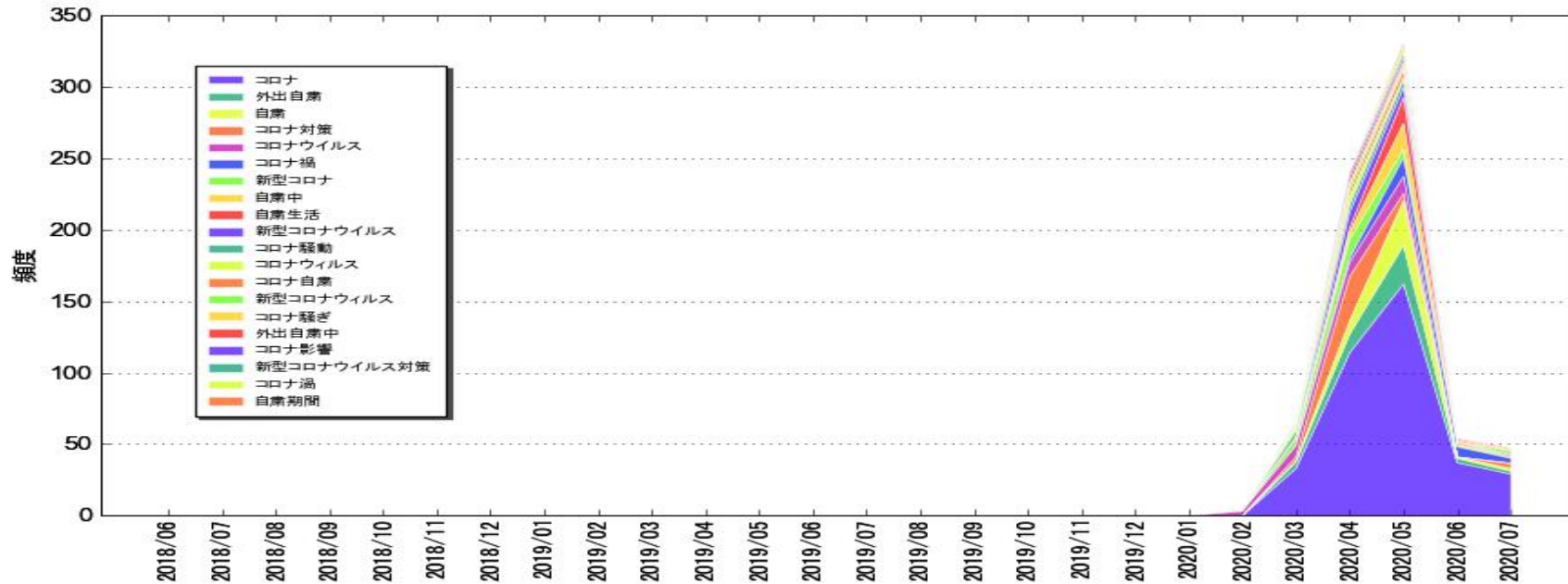
レビュー文章に対して分析を行った。上図は「コロナ」が含まれる単語の出現頻度上位20件の単語頻度をジャンル毎に色分けしたものである。
[おもちや・ゲーム][スイーツ・お菓子][食品][日用品雑貨・文房具・手芸]のジャンルで多く見られる。



下図は「自粛」が含まれる単語の出現頻度上位20件の単語頻度をジャンル毎に色分けしたものである。
[おもちや・ゲーム][食品]のジャンルで多く見られる。

今回はコロナの影響を受けたジャンルの基準として2つの結果を合わせて単語頻度が100以上のジャンルとした。該当するジャンルは
[おもちや・ゲーム] 112件
[食品] 163件
[日用品雑貨・文房具・手芸] 183件であった。

5.4 影響を受けたジャンルの特定②-(2)

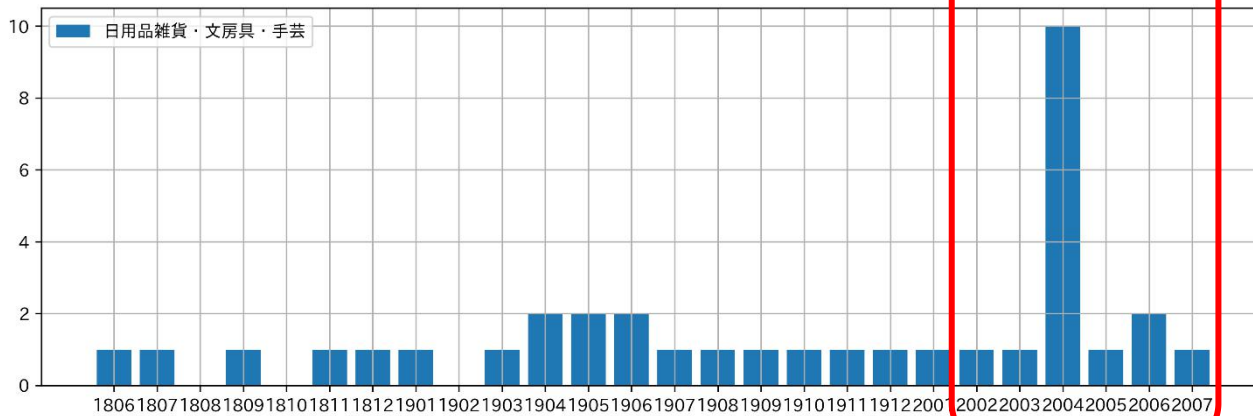
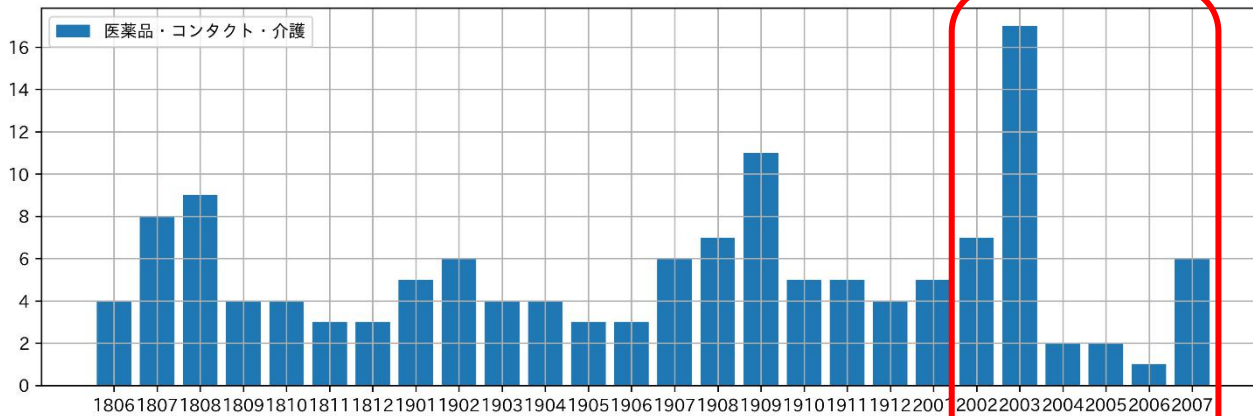


レビュー文章に対し、「コロナ」、「自粛」を含む単語で単語頻度推移を行った。その結果が上図である。

結果、コロナウイルス関連単語は2020/2～2020/7の期間に存在し、ピークの2020/5での頻度は330であった。

よって、コロナウイルスの影響がでた期間を2020/2～2020/7と推測しこの期間にランクインした商品数が大きく変化したジャンルをコロナウイルスの影響を受けたジャンルとして、より詳しい分析を行っていく。

5.5 影響を受けたジャンルの特定②-(2)



各ジャンル毎にランクインした商品数をグラフにしてランクインした商品数の変化を調べた。

2020/2～2020/7の期間にランクインした商品数が大きく変化したジャンルは、

[医薬品・コンタクト・介護] 2020/3

[日用品雑貨・文房具・手芸] 2020/4

の2つであった。

[医薬品・コンタクト・介護]に関しては2020/3に上位30件中17件がこのジャンルの商品

[日用品雑貨・文房具・手芸]に関しては2020/4に上位30件中10件がこのジャンルの商品

以上の結果と②-(1)の結果から

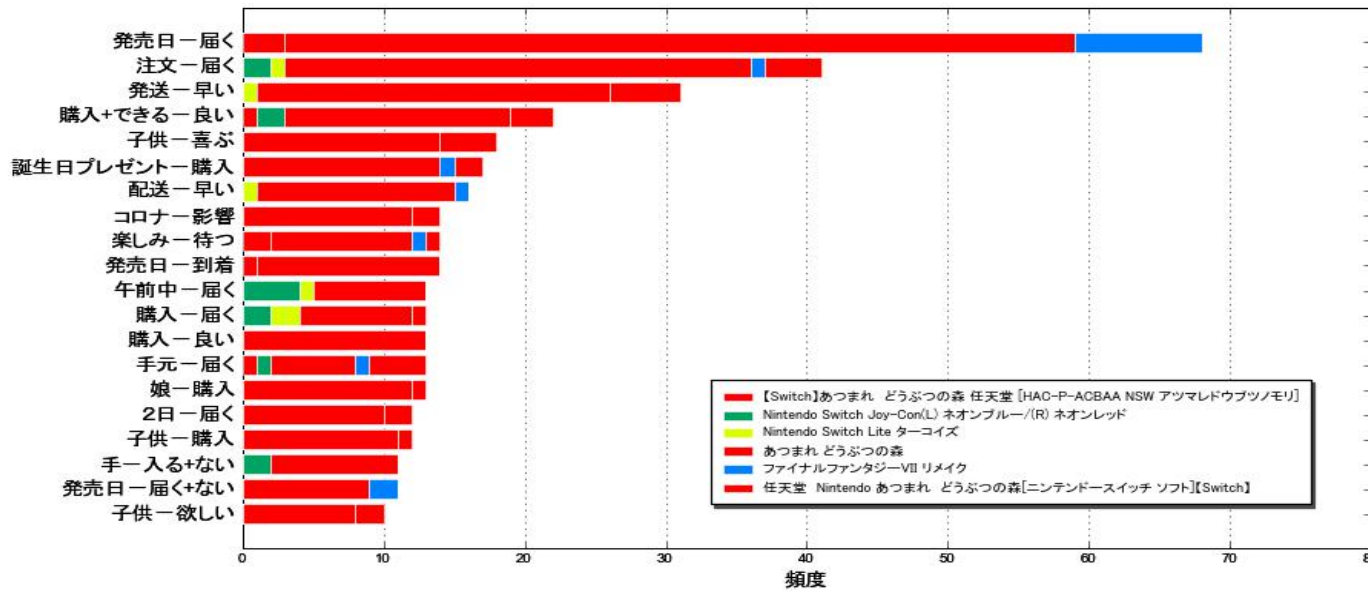
[おもちゃ・ゲーム][医薬品・コンタクト・介護]

[食品][日用品雑貨・文房具・手芸]

の4ジャンルをコロナの影響を受けたジャンルとし、単語頻度解析、係り受け頻度解析を用いてどのような影響があったのか詳しく分析を行っていく。

5.6 [おもちゃ・ゲーム]

2020/2～2020/7の[おもちゃ・ゲーム]商品のレビュー文章に対して係り受け頻度解析を行った。



ほとんどが「あつまれどうぶつの森」(赤)のレビューであった。
[おもちゃ・ゲーム]ジャンルが変化したというよりはコロナによる外出自粛の影響で「どうぶつの森」が大ヒットした影響により「コロナ」、「自粛」を含む単語が多かったと考えられる。

子供ー喜ぶ: 自粛ムードの中、GWの楽しみが一つ増えて子供も喜んでいきます！

子供が自宅待機なので喜んでゲーム中です。

コロナー影響: コロナの影響もあり家で楽しめるようにと購入に至りました。

コロナの影響で引きこもり、暇つぶしに購入しました。

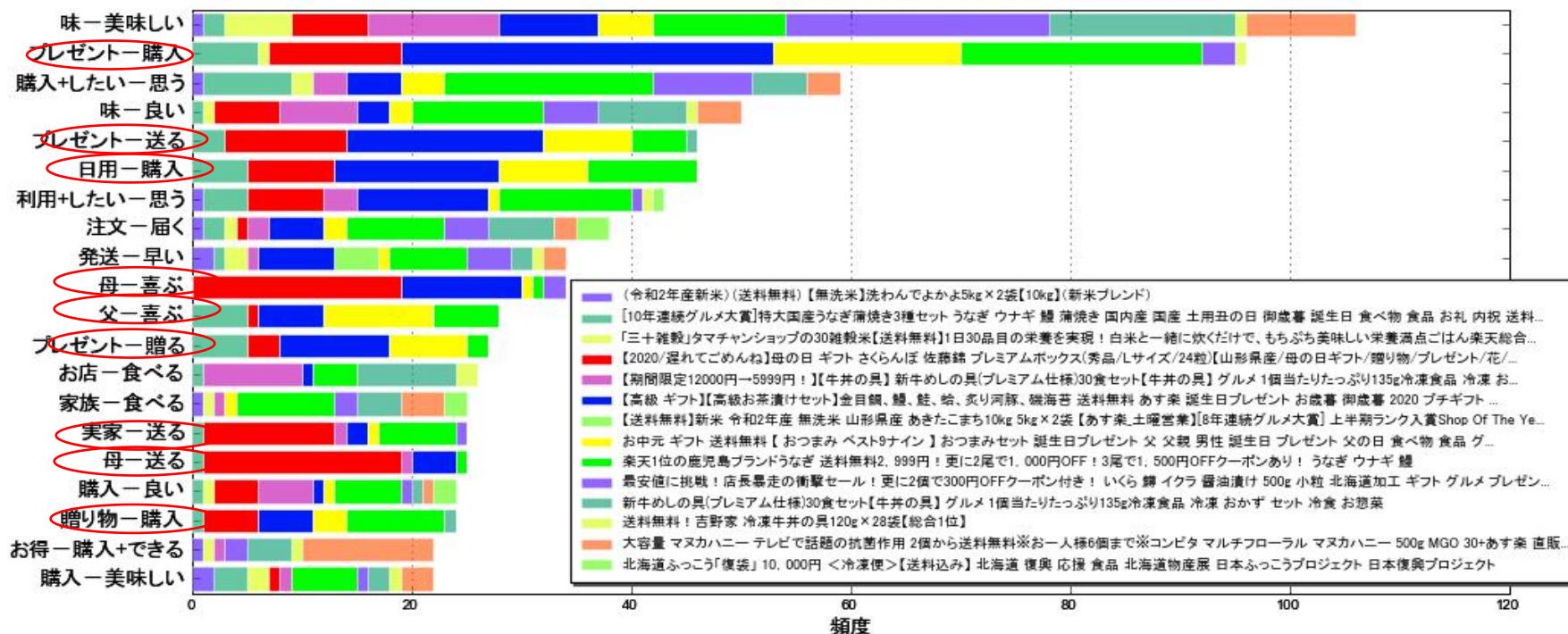
娘ー購入: 外出自粛で娘が購入。

子供ー購入: 臨時休校の為大量に出された宿題を毎日頑張る子供の為に購入しました。

→コロナによる外出自粛・学校の休校などで家で遊べるゲームの需要が高くなった

5.7 [食品]

2020/2～2020/7の[食品]商品のレビュー文章に対して係り受け頻度解析を行った。



食品なので味に関するレビューが多かった。特定の商品のレビューに偏るということもなかった。また、係り受け頻度解析の結果からは、コロナの影響が見受けられなかった。コロナよりも母の日、父の日の影響が大きかったと考えられる。

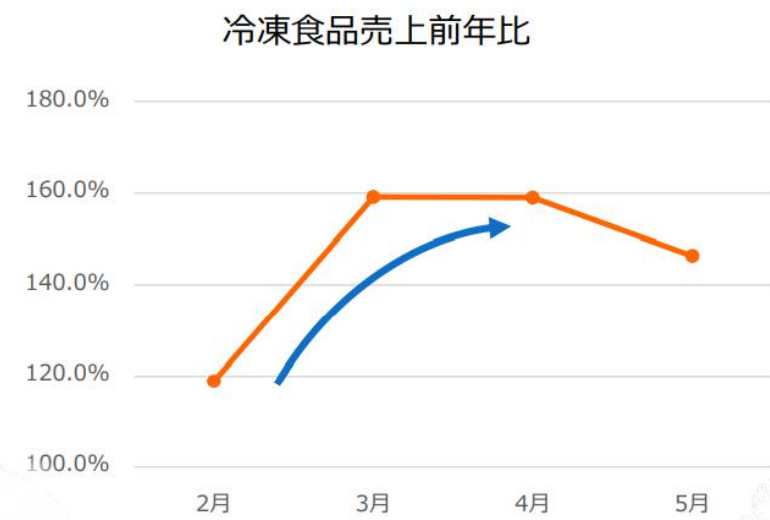
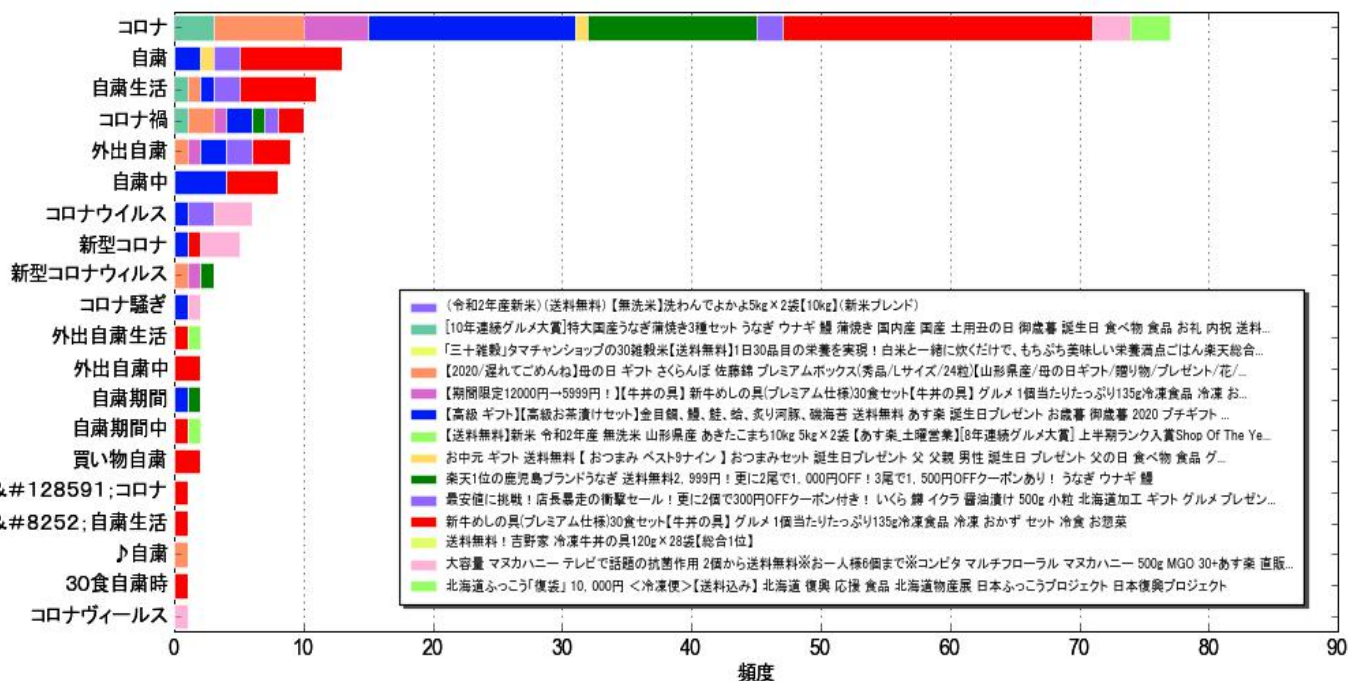
商品名を見ても、ギフト用のものが多かった。(赤、青、緑)
 プレゼント-購入: 義理の母へプレゼントとして購入しました。

プレゼント-送る: 父の日プレゼントで実家に送りました。

そのため、「コロナ」、「自粛」という単語を含む単語頻度解析を用いてこのジャンルでの影響を見る。

5.8 [食品]

2020/2～2020/7の[食品]商品のレビュー文章に対して「コロナ」、「自粛」を含む単語の単語頻度解析を行った。

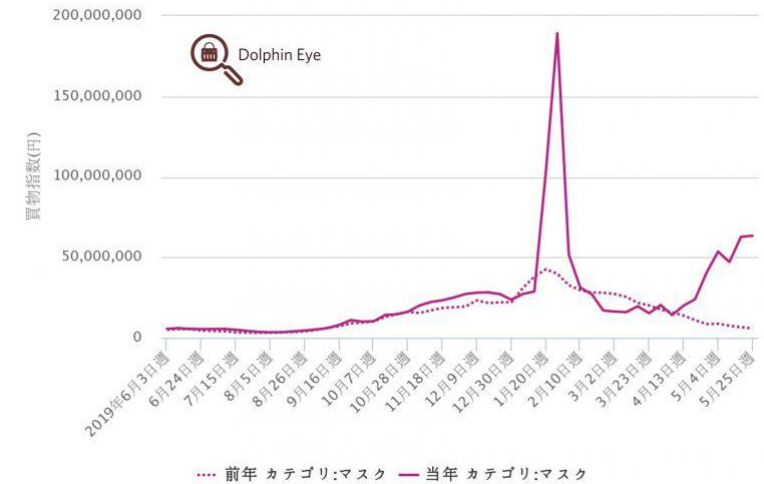
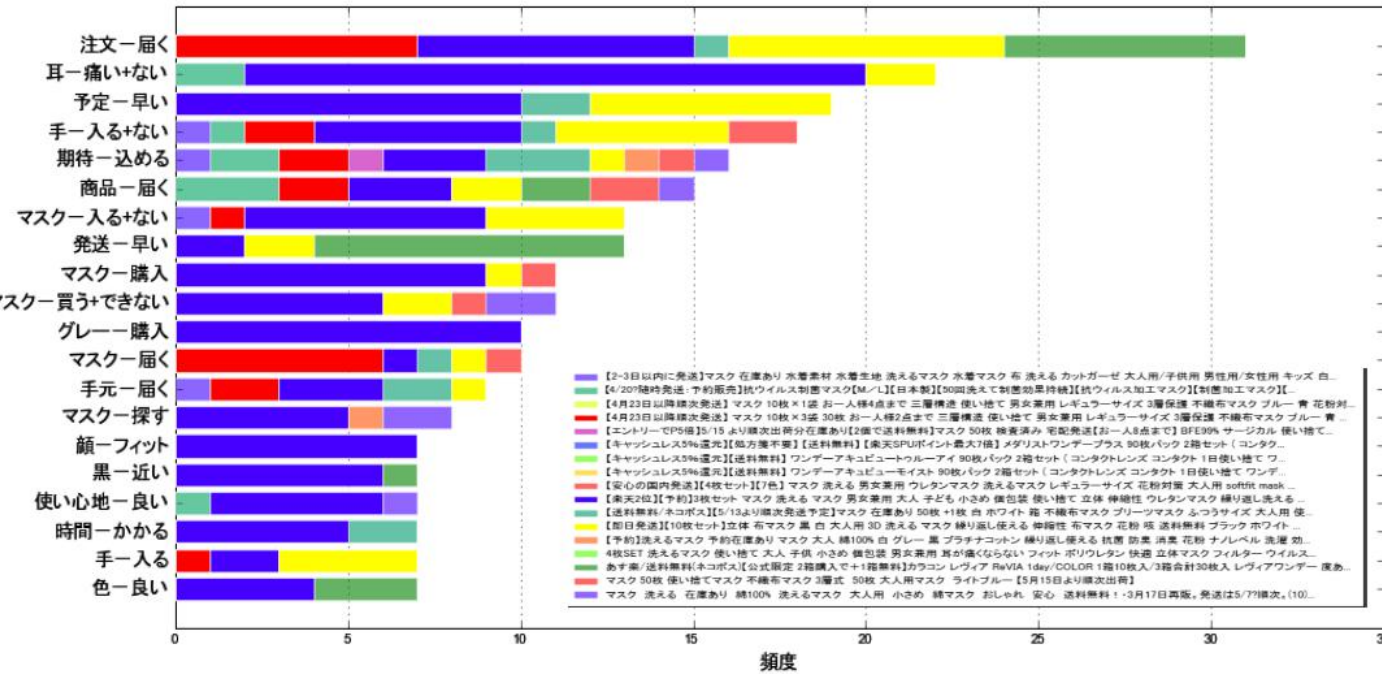


出典：吉野屋 2021年2月期第1四半期決算説明会

「コロナ」「自粛」という単語に絞ると、冷凍の牛丼(赤)に対するレビューが最も多かった。外出自粛により家で手軽にできる食事が求められていたと考えられる。実際に吉野屋は冷凍牛丼の売り上げが上がったと発表している。コロナ:コロナで在宅勤務の身には助かります。自粛:自粛の今にピッタリな商品です。それ以外にも、父の日、母の日へのギフトを外出せずに購入するためにも使われていた。コロナで実家に行くのを控えているので、郵送にしてみました。コロナの影響で買い物へ出にくいなあと思って楽天の父の日特集で気になり購入しました！

5.9 [医薬品・コンタクト・介護]

ジャンル数が大きく変化した2020/3のレビュー文章に対して係り受け頻度解析を行った。



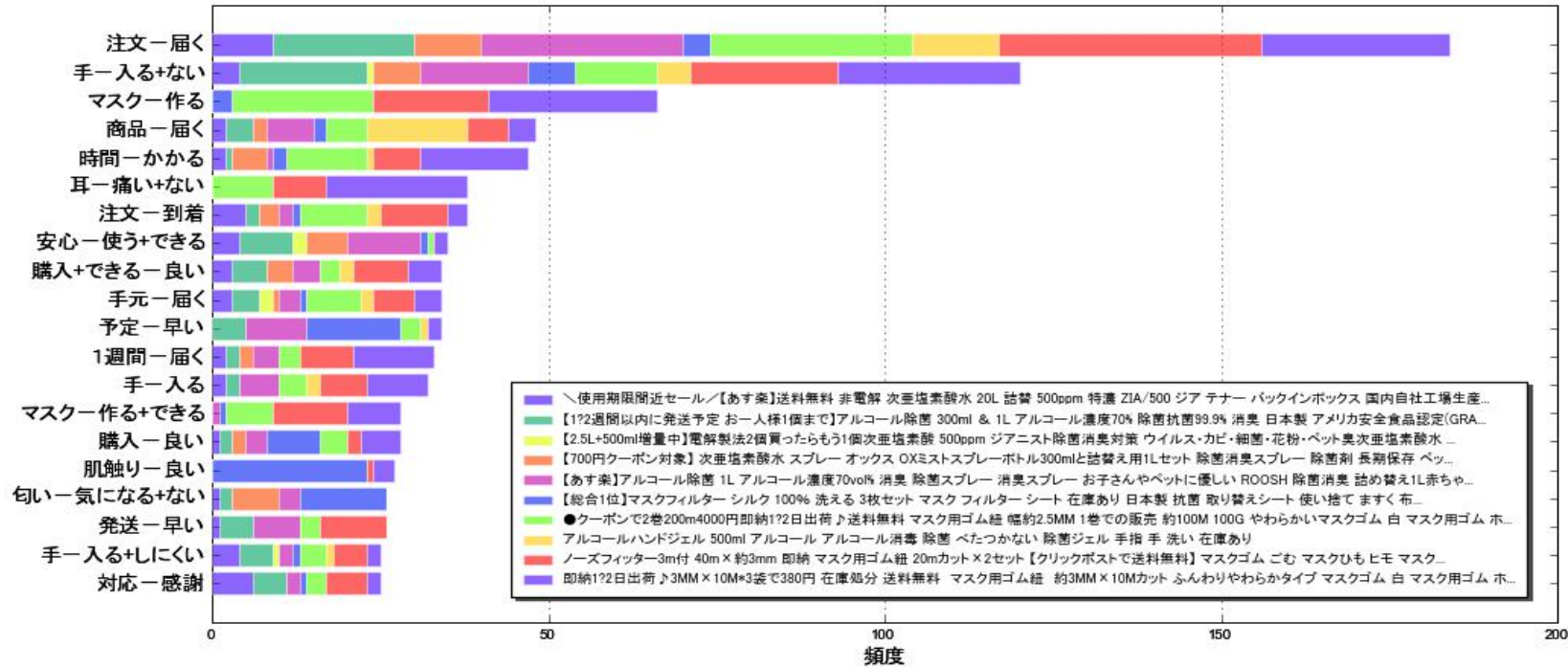
出典: True Data

ほとんどがマスクに関するレビュー(赤、青、黄)であり、商品の使い心地、世間のマスク不足に関するレビューが多くなっていた。楽天市場では3月にコロナによるマスク不足の影響が出たと考えられる。

実店舗(ドラッグストア)では、1月の終わりにマスクの販売金額のピークを迎えているため、実店舗でのマスクの入手が困難になった結果、後からECサイトでの需要が高くなったと考えられる。

5.10 [日用品雑貨・文房具・手芸]

ジャンル数が大きく変化した2020/4のレビュー文章に対して係り受け頻度解析を行った。



4月にランクインした商品10件のうち、
 消毒・除菌に関する商品(アルコール、次亜塩素酸)が6件
 マスク用ゴム紐、マスク用フィルターに関する商品が4件
 であり、これはコロナによるマスク不足や消毒の需要による影響であると考えられる。
 アルコール消毒関係の商品に関しては、「手が入らない」「安心使える」「匂い気にならない」などの表現が多く使われていた。
 マスク用ゴム紐、マスク用フィルターに関しては、「手が入らない」などに加え、「耳が痛い」「肌ざわりが良い」など使用感に関する表現が多く使われていた。

目次

1	研究背景と目的
2	分析の枠組みと分析手法
3	収集データ
4	上位商品の特徴
5	自粛後の特徴
6	考察・結論
7	参考文献

6.1 考察

目的1

日本国内EC流通総額1位の楽天市場でランクインする商品の特徴を明かす

- ・インターネット利用者が減ってもEC市場規模が小さくならないのは、既存ユーザはネット購入の利便性から離れていかないからだと考えられる
- ・CONTACTは実店舗と比べ、2倍以上も安い価格で購入できる場合があることや、消耗品でリピートするユーザが多いためランクイン回数が多くなったと考える
- ・ジャンルと年代-性別のクロス集計表から40代-女性の食品が一番多いことがわかる。これは特に、主婦層が実店舗だけでなくネット購入で食品を買う事が浸透してきていると考えられる
- ・商品名の単語頻度解析では、CD・DVD・楽器ジャンルで鍵括弧が使われていることがわかったが、これは購入商品のアーティストを強調するためのものだと考える

目的2

新型コロナウイルスの影響による楽天市場での商品流通の変化を探る

新型コロナウイルスの影響を受けたジャンルは[おもちゃ・ゲーム][医薬品・CONTACT・介護][食品][日用品雑貨・文房具・手芸]の4ジャンルであった。各ジャンルでの変化は
[おもちゃ・ゲーム]...外出自粛による「あつまれどうぶつの森」の大ヒット
[医薬品・CONTACT・介護]...コロナによるマスク不足の影響
[食品]...母の日・父の日の贈り物を外出せずに行える点での需要。手軽な冷凍牛丼の需要。
[日用品雑貨・文房具・手芸]...コロナによるマスク用品と消毒関連の商品の需要だと考えられる。

6.2 結論

目的1

日本国内EC流通総額1位の楽天市場でランクインする商品の特徴

本研究の分析でわかったランクインする商品の特徴は次の3つである

1. 価格帯が0円～4000円の商品が全体の半分を占めている。しかし、ただ安いものだけではなく2万円以上の高価格帯商品も7%と少なくない
2. 年代-性別回答者のうち、約60%が30~40代の女性で食品、ダイエット・健康、水・ソフトドリンク、スイーツ・お菓子、日用品雑貨、美容・コスメのジャンルの購入数が多いことが分かった。味や量、香りや匂いに関する高評価が多かった。
3. 商品名は、送料無料、あす楽、クーポン利用と商品名だけでなくサービス内容の記載が多く見受けられる

目的2

新型コロナウイルスの影響による楽天市場での商品流通の変化

新型コロナウイルスによる楽天市場での影響は外出自粛によるゲーム、食品の需要拡大。感染予防によるマスク、アルコール製品の需要拡大であった。
特別定額給付金による影響は楽天市場においては大きくはなかったものの、家庭用脱毛器「ケノン」に対して多少の影響があった。

目次

1	研究背景と目的
2	分析の枠組みと分析手法
3	収集データ
4	上位商品の特徴
5	自粛後の特徴
6	考察・結論
7	参考文献

7 参考文献

[1]経済産業省(2020年7月)「電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました」

<https://www.meti.go.jp/press/2020/07/20200722003/20200722003.html>

[2]総合ECモールの利用者は約3割増加。「実店舗の利用回数減らした」は43%【新型コロナウイルスにおけるEC利用動向調査】(最終閲覧日:2020年12月5日)

<https://netshop.impress.co.jp/node/7745>

[3]EC市場は2025年度に27.8兆円規模、オムニチャネルコマースは80.6兆円市場へ【NRIの予測】(最終閲覧日:2020年12月5日)

<https://netshop.impress.co.jp>

[4]吉野屋 2021年2月期第1四半期決算説明会(最終閲覧日:2020年11月18日)

<https://contents.xj->

storage.jp/xcontents/AS08813/efc800f0/4e41/4009/b1e5/9e5010ed86c5/20200730103931969s.pdf

[5]True Data マスクの売上再び急伸！ドラッグストアで前年の約7倍に

～マスクの品薄は解消!? 2020年5月の実購買データからコロナ禍の影響を調査～(最終閲覧日:2020年12月8日)

<https://www.truedata.co.jp/news/release20200619>