

集まって安くなる独自の共同購入サービス、ネットプライス ギャザリング®
2008年ネットで最も「瞬時的」に売れた商品番付を発表
～人々の「欲しい！」がトントン集まった商品とは？～

インターネットショッピングサイト「ネットプライス ギャザリング®」(PC : <http://www.netprice.co.jp/>)
及び「ちびギャザ®」(モバイル : <http://m.netprice.co.jp/>) を運営する株式会社ネットプライス(本社 : 東京都品川区 代表 : 代表取締役社長 佐藤輝英)はこの度、2008年1月1日から2008年11月30日までに販売を行った商品を対象に、1週間という期間で瞬時的に最も売れた商品やクチコミ評価の高かった商品、最も話題となった商品キーワードなどを集計いたしましたので発表いたします。

ネットプライスは、購入申し込み数に応じて段階的に価格が下がる独自の共同購入の仕組みを「ギャザリング®」を始めとするインターネットショッピングサービスを提供しております。ギャザリング®は、1週間の販売期間中、販売開始から販売終了後までの間に、各商品の購入申し込み数が増えれば増えるほど価格が下がります。毎週火曜日にほぼ全ての商品を更新し、週間約800アイテムを販売いたしております。

-----調査概要-----

対象期間 : 2008年1月1日から2008年11月30日まで

対象サイト : 「ネットプライス ギャザリング®」(PC) : <http://www.netprice.co.jp/>

「ちびギャザ®」(携帯) : <http://m.netprice.co.jp/>

調査内容 :

- ・ **2008年ネットで最も「瞬時的」に売れた商品番付 (WEB、モバイル総合)**
ネットプライス特有の「1週間ごとに販売をする」という仕組みにより、1回の開催期間(一週間)で最も販売個数の多かったものを集計
- ・ **クチコミ評価が最も高かった商品番付**
購入後にお客様からご記入いただく商品評価と、ネットプライス独自のお買い物コミュニティ「ギャザーズ！」に書き込まれたクチコミの評価が高かったものを集計
- ・ **検索回数が急上昇したキーワード番付**
ネットプライスのサイト内検索窓にて検索されたキーワードから、急上昇したものを集計

<結果>

3つの番付を総合した主なトピックスは以下になります。(詳細は2ページ以降をご参照下さい。)

- 携帯で撮った写真などの保存媒体としての「メモリーカード」のニーズが高まった他、PCへのデータ移行の面倒さを低価格なSDカードの複数買いで解決(いくつものSDカードに保存)
- トレンドのファッションアイテムは低価格で買えるネットで手に入れる
- ワンピース・チュニックブームと「レギンス」の重ね着が流行
- TV放送の翌日には即販売・即完売の爆発的人气“オネエ”達の影響力
- 主婦の人気ブランドは手軽で便利なカジュアル思考—Kipling と Cath Kidston と lesportsac—

2008年ネットで最も「瞬時的」に売れた商品番付（WEB、モバイル総合）

	商品名	内容
1	microSD カード	メモリーカード
2	ダウニー	洗濯用柔軟剤
3	レギンス	ファッション(インナー)
4	無地 T シャツ	ファッション
5	ムートンブーツ	靴 (レディース)
6	アベヌウォーター 300ml	化粧水
7	ETHIQUE (エティック) レースキャミソール	ファッション(インナー)
8	ボルヴィック フルーツキスレモン 500ml 48本	ミネラルウォーター
9	デュラムセモリナ 100%パスタ 3kg	食品
10	BBクリーム	化粧品

※1回の開催期間（一週間）での、「購入された個数」を集計。

■第1位「microSD カード」



microSD 2GB

販売価格：1,280円（2008年3月時点）

一週間での販売個数：11,187個

メモリー・HD（ハードディスク）市場では、大容量の製品展開が進む一方、小容量のメモリーカードに関しては2007年末より市場全体の価格が下がり始めました。それをうけてネットプライスでは、各社に先駆けてインターネット・携帯サイトにて大幅に値下げをして販売いたしました。2008年1月にはじめて“1GB”を値下げ販売した際は、1,980円でスタートした価格がギャザリング®（独自の共同購入方式）により底値999円まで下がり、一週間という短期間で9,262個を販売しました。その後、容量が“2GB”に増え、底値1,280円になった際には、一週間で11,187個という、ギャザリング®史上過去最高の一週間での瞬間売上を更新しました。

ヒットとなった背景には、デジタルカメラに加え、携帯で撮った写真などの保存媒体としてニーズが高まったことや、大容量メモリーカードが続々開発され、全体的に価格が下がったことなどが挙げられます。携帯やデジカメなど様々な電気機器に使用できるSDカードは、撮影したものをハードディスクに移行保存するよりも、低価格なSDカードを複数枚購入し、それぞれのSDカード自体に保存したほうが便利と考えられます。そのため、ネットプライスでは、2008年間で各種microSDカードを累計6万個以上販売し続けています。

■その他10位までの商品

2位のダウニーの人気の要因は「香り」です。ミスト系消臭剤やお部屋用芳香剤の流行に伴い、その「香り」系製品へ注目が集まりました。ダウニーを使用した衣類は、着用時にふんわりとした香りを放ち、そのアロマや香水のような感覚を楽しむ方が増えています。

3位・7位のレギンスやキャミソールはワンピースやチュニックが流行したことから、その重ね着アイテムとして幅広いユーザー層に支持されました。今では当たり前の「レギンス」ですが、様々な丈や、デニム風のもの、柄や色の展開、形が変わったもの、レグウォーマーと一体になったものなど、この一年で商品の種類が非常に増えました。その他10位以内のファッション商品いずれも「トレンドのファッションアイテムは安く

て手に入るネットではいち早く購入する」ユーザーの増加が見られました。トレンド、安さ、カラー展開がひとつの鍵となりました。

4位の無地Tシャツは、無地でノンブランドの商品ですが、「同じものなら安く買いたい」というユーザーが多く、徹底した安さと満足していただける品質、好みに合わせて選べるカラー展開を追求しました。また、ミネラルウォーターやパスタは、大量のまとめ買いで安く手に入れ、家まで届けてくれる便利さ。アベヌウォーターは特売特価を狙っての購入でお得にお買い物するなど、夏以降は特にユーザーが「価格」と「コストパフォーマンス」に非常に敏感になりました。

「美容コスメ・健康」ジャンルでは、10位のBBクリームが爆発的な人気となりました。これは、テレビで紹介された直後にインターネット上で話題となり、即入荷・即完売となった商品です。テレビでこの商品を紹介した人物はバラエティー番組で活躍する「オネエ」と呼ばれる方々であり、その美しさを保つ美容法などが女性から注目されています。BBクリームだけでなく、ボディマッサージを行うセルローラーやフェイスクケア用品「まゆ玉」など、年間を通してインターネットでの多くのヒット商品を生みました。テレビで紹介され、インターネットで検索、検索キーワード上昇やブログなどで話題となり、ECサイトでのヒットが生まれ、インターネットでの実績などから実店舗でも幅広く販売されるという一連の流れが見られました。

クチコミ評価が最も高かった商品番付

	商品名
1	microSD カード
2	C1000 レモンウォーター500ml 24本セット
3	立体和柄Tシャツ
4	キリン 生茶 水出し玉露入り 500ml 48本セット
5	本数の子 松前漬 (折れ子) 1.5kg

飲料のまとめ買いは、「ネット以外で買うよりも安い」「まとめて買えるので便利」などその満足度も高いものが多数。3位の和柄Tシャツは男性ファッションのなかでも常に人気の高い商品です。細やかなデザインとプリントが好評です。

また、フードジャンルでは5位の数の子のように折れてしまった商品を集めたもの、といった「ワケアリ」の特価商品は、価格と容量という面が特に好評です。形の崩れてしまったものや整っていないもの、製造時の切れ端、リニューアルによる旧版の在庫、賞味期限が近いものなど様々な「ワケ」を明確にして販売しています。

最も話題となった商品キーワード番付

	サイト内検索キーワード
1	ダウニー
2	キプリング (Kipling)
3	キャスキッドソン (Cath Kidston)
4	BBクリーム
5	SDカード

2位のキプリングは、テレビドラマで使用されたことなどから人気に火が付き、2008年新顔のブランドとなりました。またキャスキッドソンは、実店舗のセレクトショップなど国内での取り扱いが増加したことから知名度が高まり、これまで以上に伸びました。どちらも手頃な価格と軽量で使いやすい形が便利で、カジュアルなデザインが主婦の間で人気となりました。同じく Lesportsac (レスポートサック) も引き続き売れています。特別な日に使うブランド品と、日常的に使用するブランド品を使いわけていることがわかります。

■ネットプライスでは、「購入時にコメントを付ける機能」、「商品お届け後に感想やレビューを書く機能」、ネットプライスのユーザーが集まるコミュニティの場「ギャザーズ!」を提供しています。ユーザーの声は企業側が受け取り、マーケティングに生かすというだけではなく、お客様の生の声をそのまま次に購入されるお客様への情報として提供することでクチコミの流れを創っています。クチコミを表示することで、評価の高い商品は、次回販売する際に再び人気となる確率も高くなっています。

<ネットプライスとは>

ネットプライスの利用者数は約 156 万人。不況の影響などにより「ネットで賢く買い物をしたい」という流れから【ギャザリング®で良いものを低価格で】購入する動きがあり、新規顧客数は昨年度を上回る勢いで増えています。(2008年11月末時点)ギャザリング®による販売の他、同サイト内では、24時間限定のタイムセール「24バリュー」などを行っています。

ネットプライスでは、消費者のパワーが集まる「ギャザリング®」を進化させることで、ユーザー集まることで商品開発や企画を実現に導くなど、安いだけではない「ギャザリング®」そして新しいインターネットのサービスと流通を生み出すことを目指しています。

※「ギャザリング」、「ギャザ」、「ちびギャザ」は株式会社ネットプライスの商標・登録商標です。

社 名：株式会社ネットプライス

※ 株式会社ネットプライスドットコム（東証マザーズ コード：3328）の100%子会社

代 表 者：代表取締役社長 佐藤輝英

本社所在地：東京都品川区北品川 4-7-35

電 話：03-5739-3360（代表）

設 立：2004年12月27日

資 本 金：1億25百万円（2008年9月末現在）

U R L：<http://www.netprice.com/>（ネットプライスグループ）

【当プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ネットプライス 広報担当：中島

電話：03（5739）3350 FAX：03（5739）3606