

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

2010年11月4日
株式会社IMJモバイル
東京都目黒区青葉台3-6-28
代表取締役社長 川合 純一

「モバイルサイト会員登録ユーザーの実態調査」
～会員登録のきっかけは？商品・サービスの購買・利用に繋がるのか？～
業態・商材ジャンルごとに異なる、消費者へのアプローチを読み解く

株式会社アイ・エム・ジェイ（JASDAQ 4305）のグループ会社である株式会社IMJモバイル（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：川合 純一）のモバイルナレッジラボ（ ）は、「モバイルサイト会員登録ユーザーの実態調査」を実施いたしました。

調査期間は2010年9月16日～9月22日、有効回答数は790名から得られました。

【調査結果概要】

IMJモバイルでは、BtoC企業が展開するモバイルサイトを業態・商材別に5つのジャンルに分け、それぞれに登録しているユーザーへの調査を実施いたしました。本レポートでは、調査結果の一部を紹介いたします。

【調査結果のトピック】

「小売・店舗（飲食）」（例：マクドナルド、スターバックス、ミスタードーナツなど）

モバイルサイトに登録、アクセスすることで、お得な情報を入手し、実際に購入をすることに繋がっていることがわかりました。

「小売・店舗（衣料）」（例：H&M、GAP、ZARAなど）

メルマガをきっかけとして、セール情報や最新情報を確認している様子が伺え、販売店への誘導にモバイルサイトが貢献できていると推察できます。

「インポートブランド」（例：COACH、BVLGARI、LOUIS VUITTONなど）

ブランドそのものが好きでモバイルサイトへ登録するユーザーが多いため、ダウンロードコンテンツがひとつのフックとなっていることがわかりました。

「生活消費財メーカー」（例：コカコーラ、GATSBY、日清食品など）

モバイルサイトへの登録はキャンペーンがきっかけではあるものの、サイト閲覧後に実際に商品を購入したり、購入頻度が増えたりと消費行動の促進に繋がっている様子が伺えます。

「耐久消費財メーカー」（例：ソニー製品情報、パナソニック、NISSANなど）

価格帯が比較的高いジャンルであるため、すぐに購入に繋がる割合は低いものの、商品についてクチコミ等を調べたり、比較検討の候補にいれたり興味喚起ができていることがわかりました。

モバイルナレッジラボとは



IMJモバイルのモバイルナレッジラボは、日々進化を続けるモバイルを取り巻くさまざまなテーマについて、多様な視点から調査・分析を行い、ナレッジ化し、世の中に発信していくことを目的として活動を行っています。

【調査結果詳細】

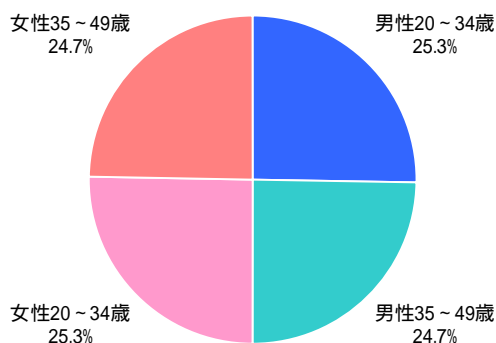
調査概要

- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 20～49歳の3G端末(スマートフォン除く)を保有している男女
調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 790サンプル
- ・調査日時 : 2010年9月16日～9月22日

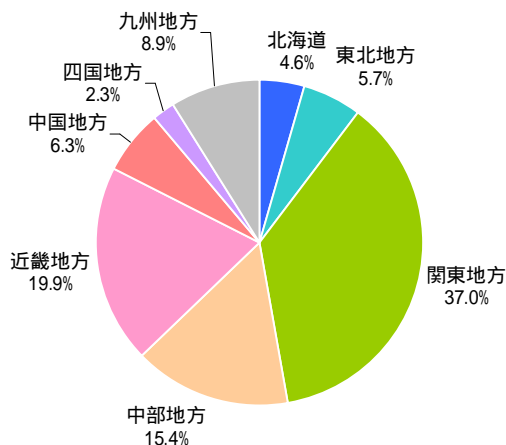
対象者条件

- ・以下のECサイトを除くモバイルサイトに最近1年以内に会員登録をしたユーザー
小売・店舗(飲食) マクドナルド、スターバックス、ミスタードーナツなど
小売・店舗(衣料) H&M、GAP、ZARA、TOMORROWLANDなど
インポートブランド(服、靴、時計など) COACH、BVLGARI、LOUIS VUITTONなど
生活消費財メーカー(化粧品、食料品、飲料など) コカコーラ、GATSBY、日清食品など
耐久消費財メーカー(自動車、家電など) ソニー製品情報、パナソニック、日産羅針盤など

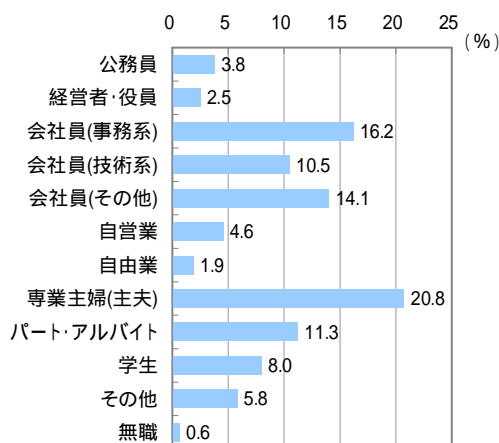
性年代 (n=790)



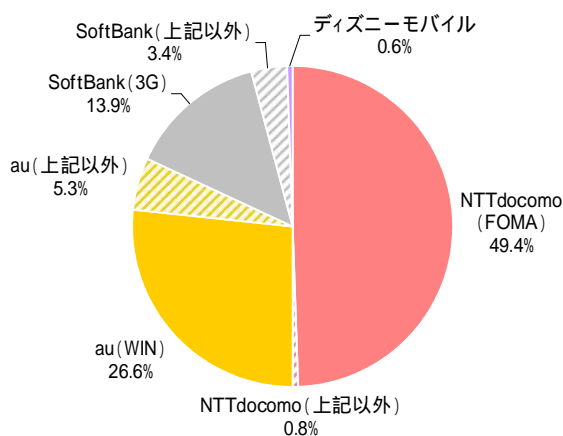
居住地域 (n=790)



職業 (n=790)



保有キャリア (n=790)



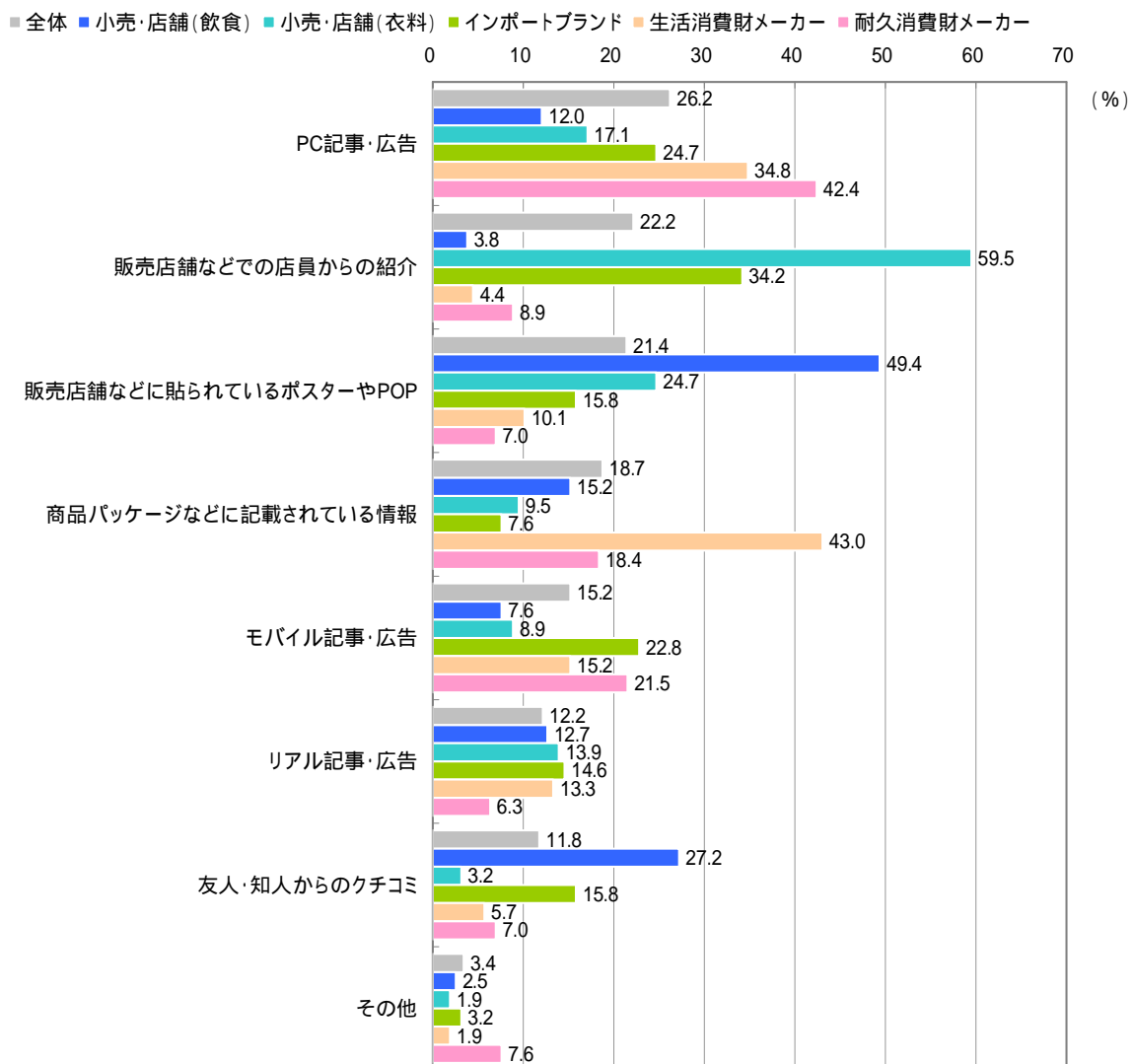
登録しているモバイルサイトの認知経路

サイトの認知経路を尋ねたところ、「小売・店舗（飲食）」「小売・店舗（衣料）」「インポートブランド」のモバイルサイトに登録しているユーザーは「販売店舗の店員やPOP」、「生活消費財メーカー」は「商品パッケージ」、「耐久消費財メーカー」は「PCやモバイルの記事・広告」との回答が多く見られました。このように、登録しているモバイルサイトの認知経路は、業態や商品のジャンルによって違いが見られることから、各ジャンルにおいて接点の高い認知経路に着目し、それらを積極的に活用することでモバイルサイト認知拡大への有効なアプローチになると思われます。

また、「小売・店舗（飲食）」「インポートブランド」では「友人・知人からのクチコミ」（27%、16%）が他ジャンルに比べ高く、話題に取り上げられるようなコンテンツ企画や伝達しやすい機能などが認知拡大の施策として考えられます。

図1 登録しているモバイルサイトの認知経路（複数回答）

【n=790】



モバイルサイトに登録した理由

モバイルサイトへの登録理由を尋ねたところ、「小売・店舗（飲食）」では、「クーポンがもらえるから」（90%）が最も多く、割引クーポンなどの直接的なメリットが会員登録の動機に直結していることがわかります。

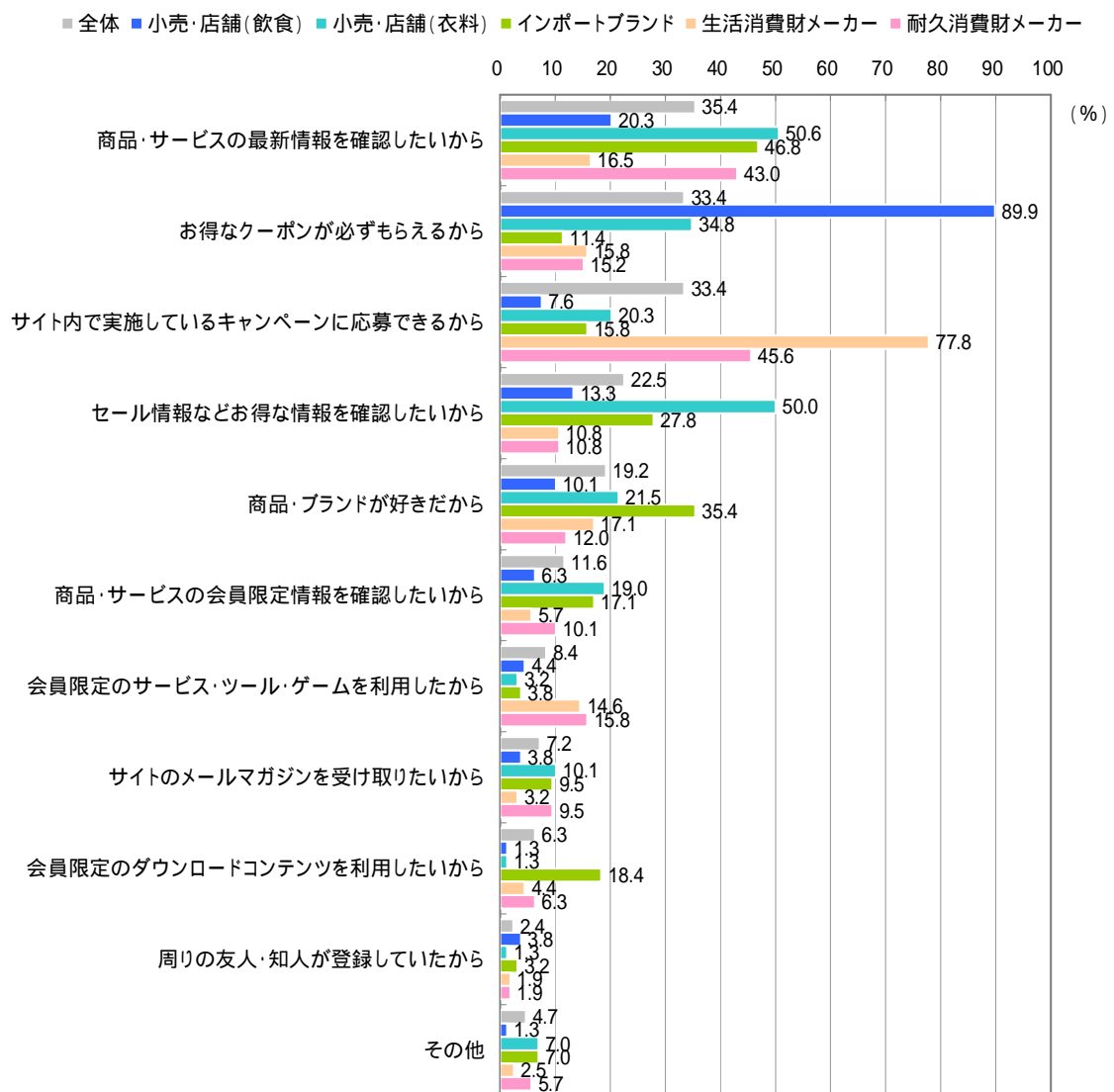
「小売・店舗（衣料）」では、「最新情報」（51%）、「お得な情報」（50%）を確認したいとの回答が多く、会員登録・メルマガ受信により情報を漏れなくキャッチしたいという動機が伺えます。

「インポートブランド」では、「商品・ブランドが好きだから」（35%）、「会員限定のダウンロードコンテンツを利用したいから」（18%）が他ジャンルに比べ高く、商品への愛着がそのまま会員登録に繋がりがやすいこと、会員限定のダウンロードコンテンツが登録のきっかけになり得ることがわかりました。

「生活消費財メーカー」「耐久消費財メーカー」では、「キャンペーンに応募できるから」（78%、46%）が高く、消費者にとって魅力的な付加価値を提供することは有効であることが読み取れます。

図2 モバイルサイトに登録した理由（複数回答）

【n=790】



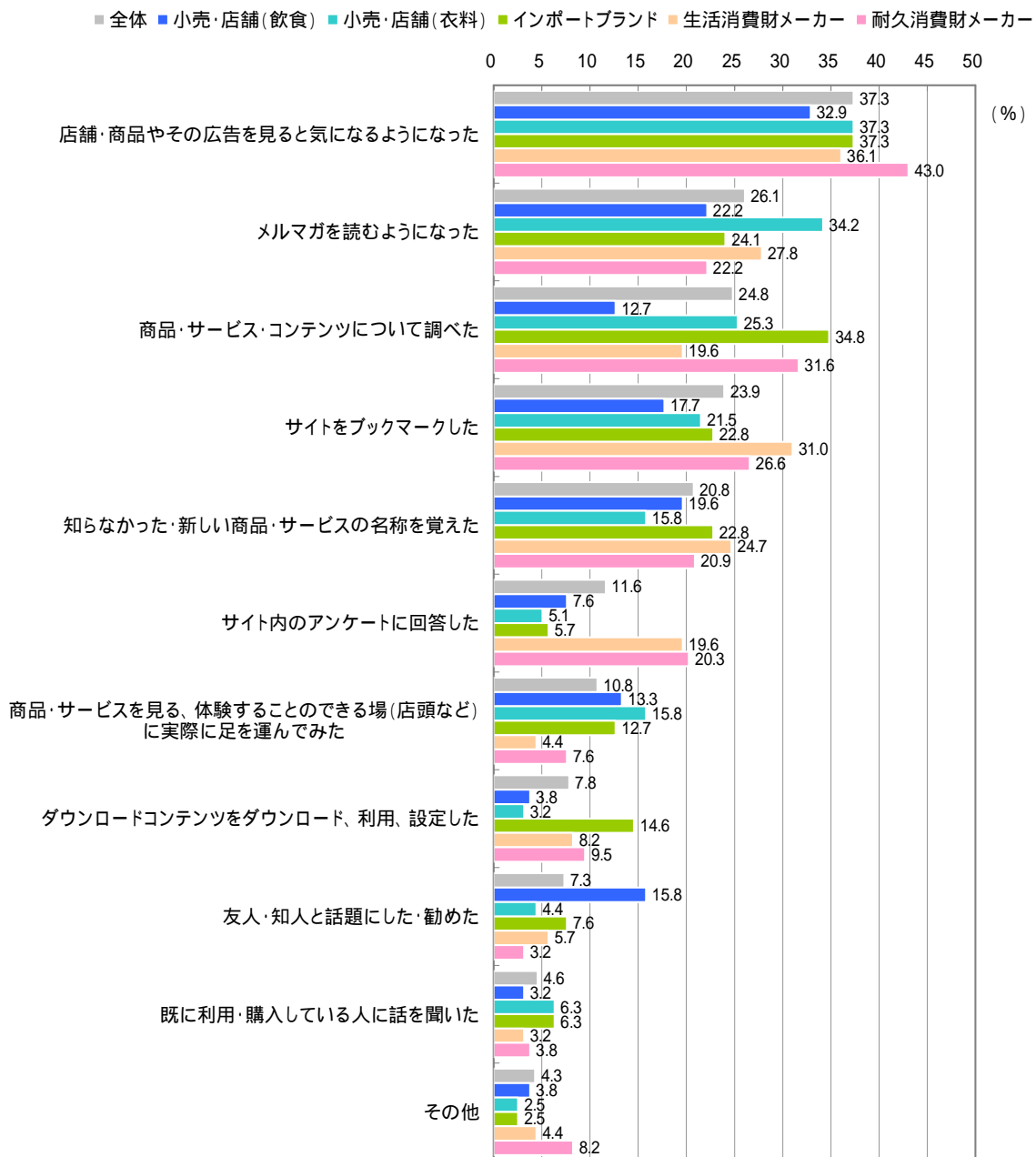
モバイルサイト閲覧後の興味・関心に関する行動・感情

商品・サービスへの興味・関心について、モバイルサイト閲覧後の行動、感情を尋ねたところ、「店舗・商品やその広告を見ると気になるようになった」(37%)が最も多く、次いで「メルマガを読むようになった」(26%)、「商品・サービス・コンテンツについて調べた」(25%)となり、モバイルサイトは興味・関心の喚起に好影響があることがわかりました。

また各ジャンルについて見ると、「インポートブランド」「生活消費財メーカー」「耐久消費財メーカー」では、「商品・サービスを調べた」「サイト内のアンケートに回答した」が他ジャンルに比べ高く、能動的な行動に繋がりと推察できます。

図3 モバイルサイト閲覧後の興味・関心に関する行動・感情（複数回答）

【n=790】



モバイルサイト閲覧後の購入・利用に関する行動・感情

商品・サービスの購入・利用について、モバイルサイト閲覧後の行動、感情を尋ねたところ、「販売店へ出向いた」という回答が多く、「小売・店舗(衣料)」「小売・店舗(飲食)」「インポートブランド」という結果となりました。

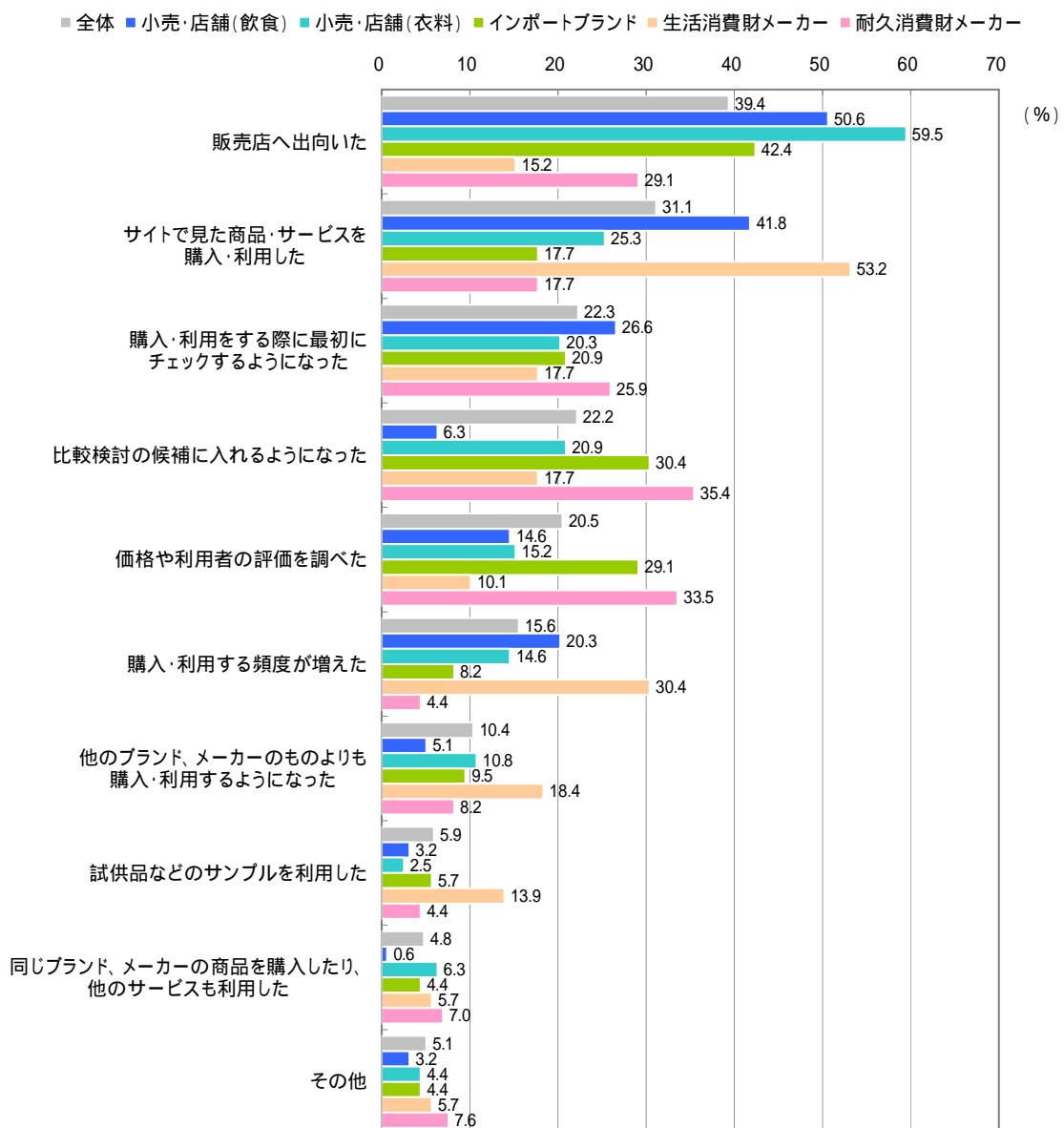
また各ジャンルについて見ると、価格帯が比較的安い「小売・店舗(飲食)」「生活消費財メーカー」では、「購入・利用した」「購入・利用頻度が増えた」との回答が他ジャンルに比べ多く、購入・利用に直接結びつく可能性が高くなることがわかりました。

他方、価格帯が比較的高い「インポートブランド」「耐久消費財メーカー」では、「比較検討候補に入るようになった」「価格や利用者の評価を調べた」という回答が他ジャンルに比べ多く、購入・利用の検討に繋がることがわかりました。

このことから、モバイル会員サイトの閲覧によって、購入・利用する、もしくは検討するという消費行動を促すことができると言えそうです。

図4 モバイルサイト閲覧後の購入・利用に関する行動・感情(複数回答)

【n=790】



【株式会社IMJモバイル 会社概要】

株式会社アイ・エム・ジェイのグループ企業であるIMJモバイルは、調査分析から戦略立案、ユーザビリティ設計、クリエイティブ、システム開発、運用までのフルサービス&ワンストップサービスを提供しております。国内最大級の実績と経験をベースに、スマートフォンを含めたモバイル領域において、企業のデジタルマーケティングをサポートいたします。

社名	株式会社IMJモバイル
本社	東京都目黒区青葉台 3-6-28 住友不動産青葉台タワー
URL	http://www.imjmobile.co.jp/
設立	2000年7月18日
資本金	3億963万7500円(2010年7月現在)
従業者数	約350名(2010年7月現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯公式サイト企画・運営事業 ・携帯メディア、広告事業 ・携帯サイト構築・運営代行業業 ・携帯ソリューション事業、等

< 本件に関するお問合せ先 >

調査に関するお問合せ先

株式会社IMJモバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>
 マーケティング本部 プランニング室 担当：嶋田 TEL：03-6415-4352

プレスからのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ <http://www.imjp.co.jp/>
 広報グループ TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp