



mediba

報道関係 各位

News Release

2010年11月4日
株式会社 mediba

medibaモバイルリサーチ 共同購入型クーポンに関する調査を実施

～サービス認知率はPC・モバイル共に4割、
利用してみたいジャンルは「グルメ」・「物品/製品」・「旅行・ホテル宿泊」の順～

株式会社 mediba(本社:東京都港区 代表取締役社長:大朝 毅 以下mediba)は、自
社が保有するモバイルリサーチ専用会員(3キャリア)を対象に、クーポンに関するモバイルリサーチを
実施しました。

■ 調査概要

- ・調査方法:mediba 保有会員に対してモバイルで調査(クローズド調査)
- ・調査対象:20～59歳の男女
- ・調査地域:全国
- ・調査期間:2010年10月12日～10月14日
- ・有効回答数:1,600人
- ・割付:20代・30代・40代・50代の男女各200サンプル
- ・調査背景と目的

「共同購入型(商品を購入する人が増えるほど割引額が大きくなる共同購入の手法を取り入れ
た)クーポン」を運営する日本語サイトは2010年9月時点で80を越え、急速に関心が高まって
いる状況です。今回の調査では、現状の共同購入型クーポンサイト(パソコン版・携帯版)の利用
実態を把握すると共に、非利用者の潜在需要と利用阻害要因を聴取しています。

■ 調査内容

- ・共同購入型クーポン(パソコン版・携帯版)認知・登録・購入状況
- ・登録している共同購入型クーポンサイト(パソコン版・携帯版)
- ・共同購入型クーポン利用意向(非登録者ベース)
- ・共同購入型クーポン利用意向ジャンル
- ・共同購入型クーポンを利用したくない理由
- ・利用した共同購入型クーポンジャンル

1. 【パソコン版】共同購入型クーポン認知・登録・購入状況

パソコン版の共同購入型クーポンサイトの認知・登録・購入状況を聞いたところ、認知率(購入したことがある+登録のみ+知っているが、登録していない:計)は42.1%、登録率(購入したことがある+登録のみ:計)は8.3%、購入率は2.6%であった。男性では年齢が高くなるほど認知率が高い傾向。他の年齢と比べて、男性50代と女性20代が登録率及び購入率共に高い傾向にある。

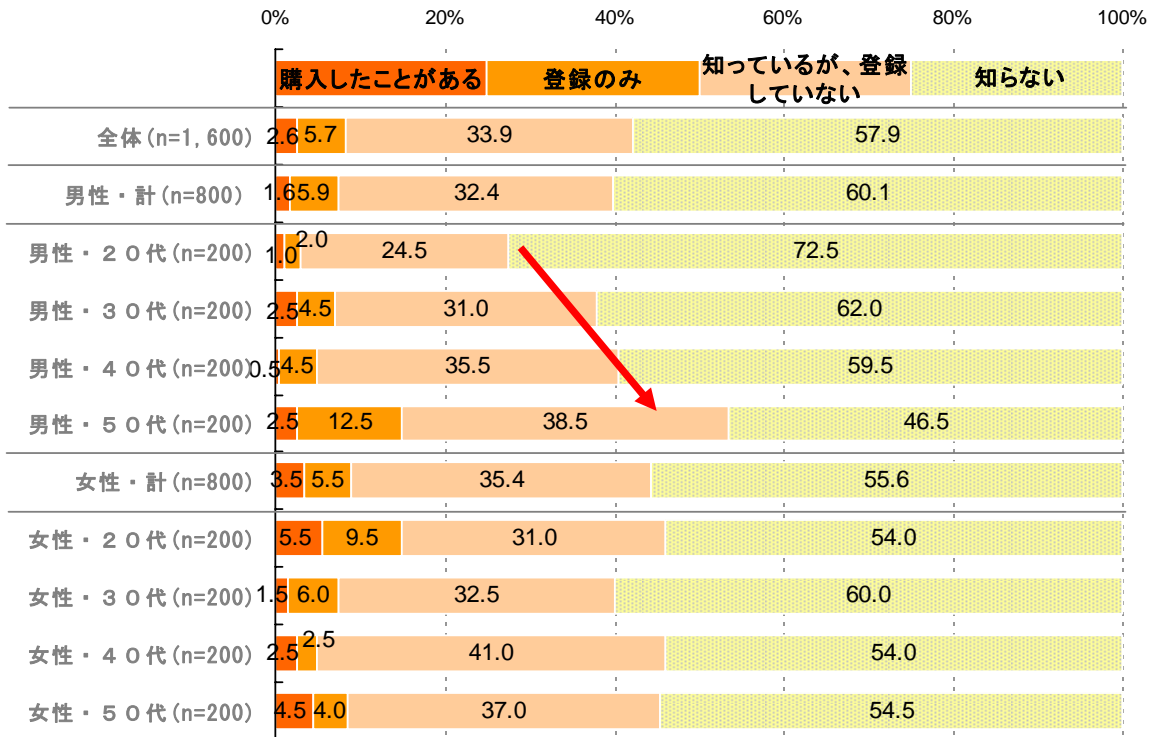


図1. 【パソコン版】共同購入型クーポン認知・登録・購入状況

2. 【パソコン版】登録している共同購入型クーポンサイト(パソコン版・共同購入型クーポン登録及び購入者ベース) <上位5サイト抜粋>

パソコン版共同購入型クーポンサイトで最も登録されているものは「Q:pod」で47.7%。

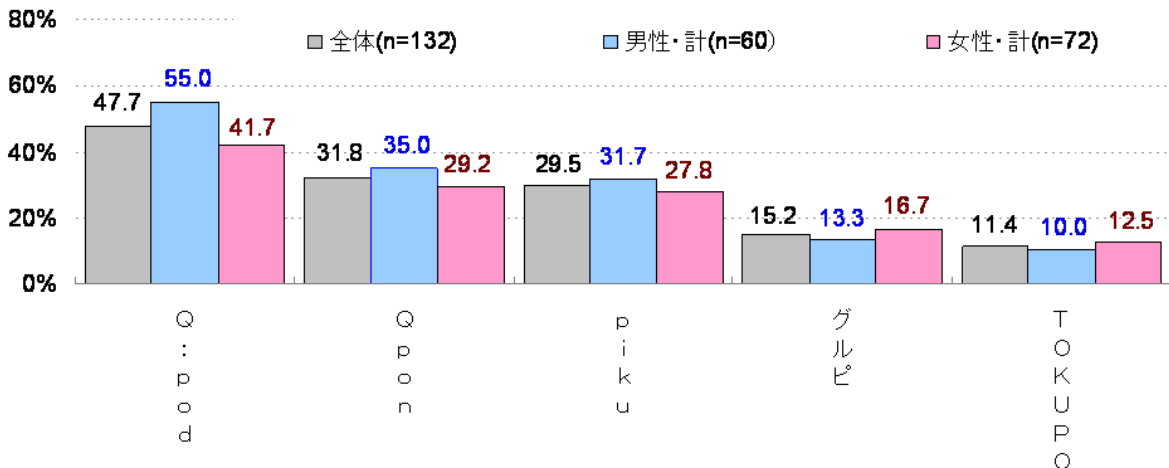


図2. 【パソコン版】登録している共同購入型クーポンサイト

3. 【携帯版】共同購入型クーポン認知・登録・購入状況

携帯版の共同購入型クーポンサイトの認知・登録・購入状況を聞いたところ、認知率(購入したことがある+登録のみ+知っているが、登録していない:計)は39.9%、登録率(購入したことがある+登録のみ:計)は8.8%、購入率は2.2%であった。男性では年齢が高くなるほど認知率・登録率ともに高くなる傾向。

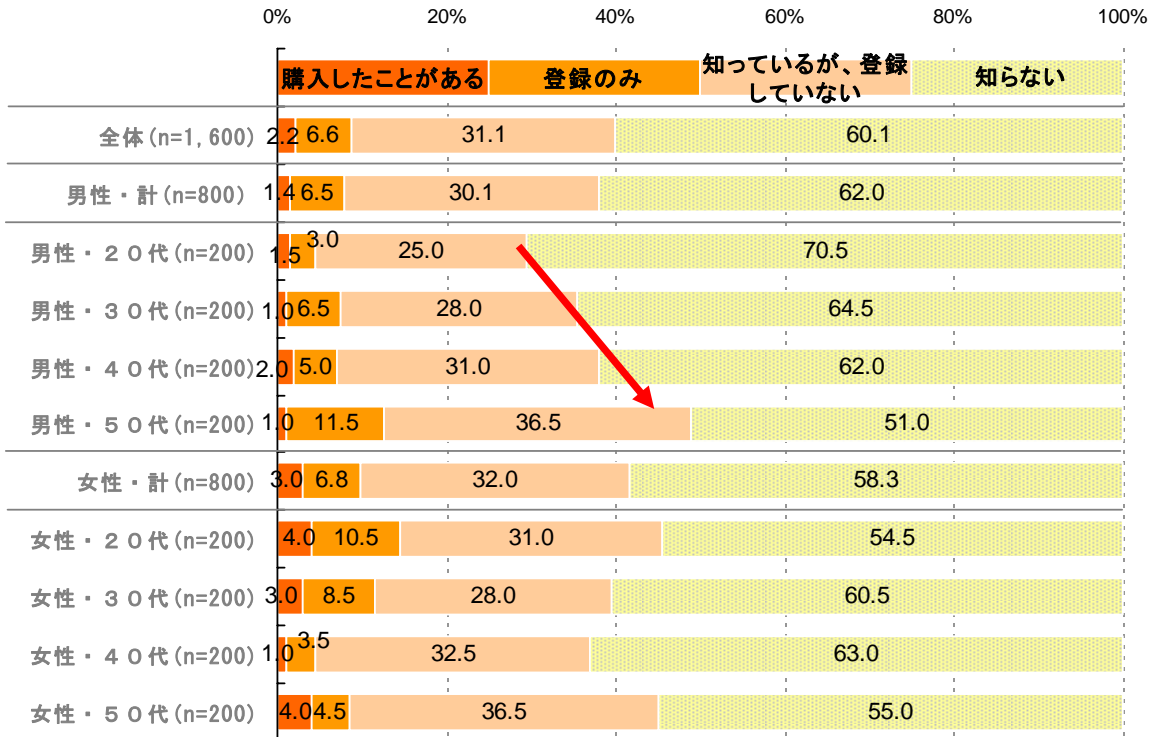


図3.携帯版・共同購入型クーポン認知・登録・購入状況

4. 【携帯版】登録している共同購入型クーポンサイト(携帯版・共同購入型クーポン登録及び購入者ベース) <上位5サイト抜粋>

携帯版共同購入型クーポンサイトで最も登録されているものは「Q:pod」で56.7%。

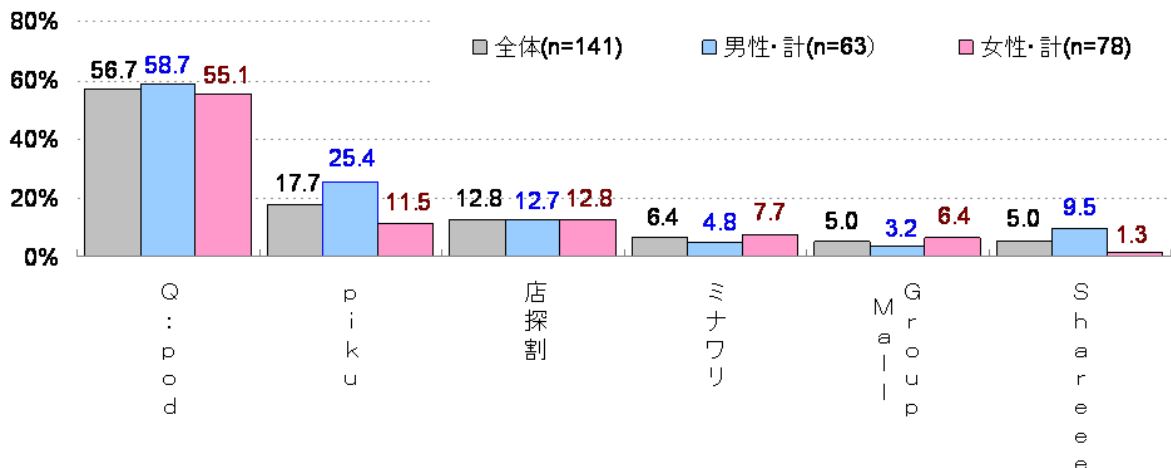


図4.【携帯版】登録している共同購入型クーポンサイト

5. 【パソコン版】共同購入型クーポン利用意向(パソコン版・共同購入型クーポン未登録者ベース)

パソコン版共同購入型クーポンの利用意向がある(是非利用したい+やや利用したい:計)人は41.4%。

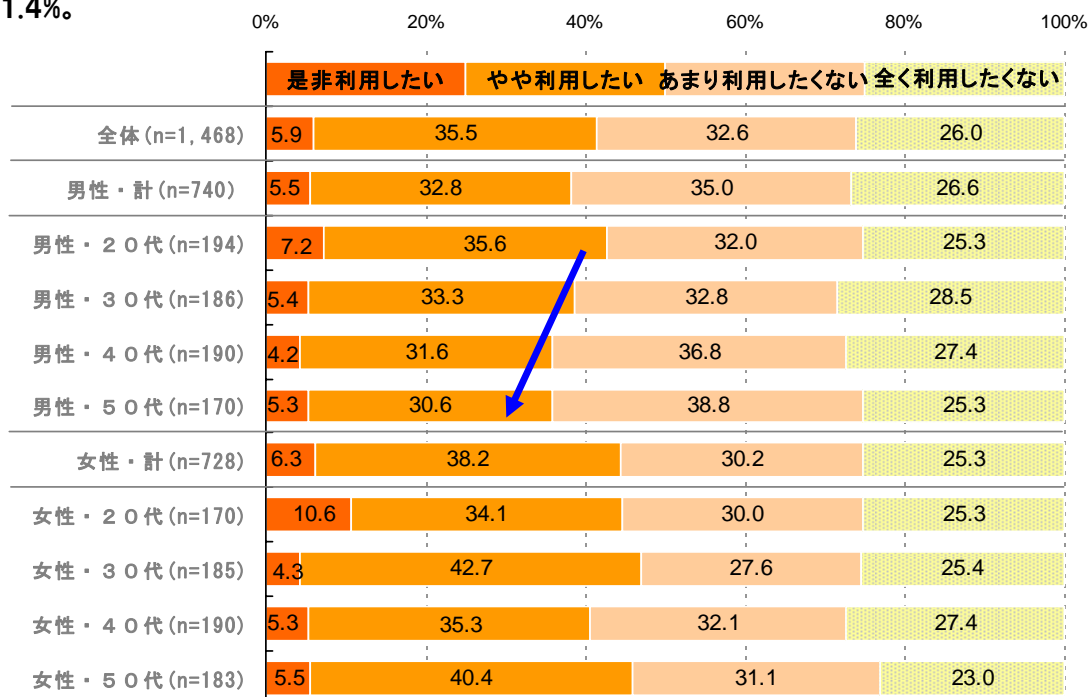


図5. 【パソコン版】共同購入型クーポン利用意向

6. 【携帯版】共同購入型クーポン利用意向(携帯版・共同購入型クーポン未登録者ベース)

携帯版共同購入型クーポンの利用意向がある(是非利用したい+やや利用したい:計)人は59.7%。

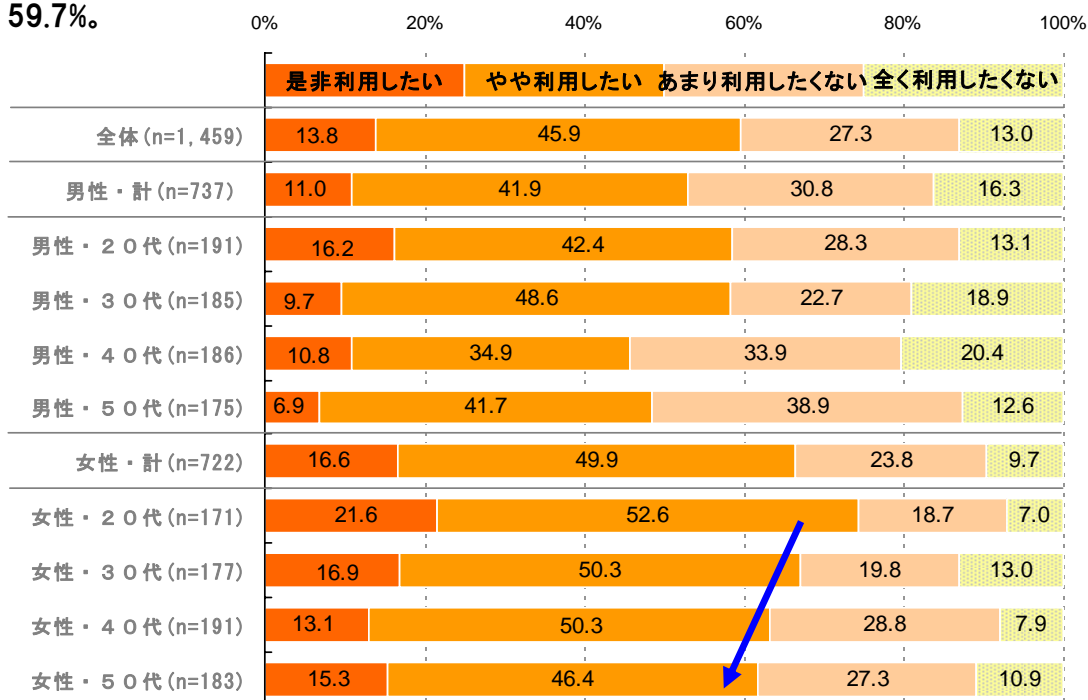


図6. 【携帯版】共同購入型クーポン利用意向

7. 【パソコン版】共同購入型クーポン利用意向ジャンル(パソコン版共同購入型クーポン未登録者でかつ利用意向有りの人ベース)

パソコン版共同購入型クーポンで購入してみたいジャンルのトップは「グルメ」で63.5%。男性のTOP5は「グルメ」、「物品・製品」、「旅行・ホテル宿泊」、「レジャー施設」、「アパレル」の順。女性のTOP5は「グルメ」、「旅行・ホテル宿泊」、「物品・製品」、「レジャー施設」、「美容・エステ・スパ」の順。

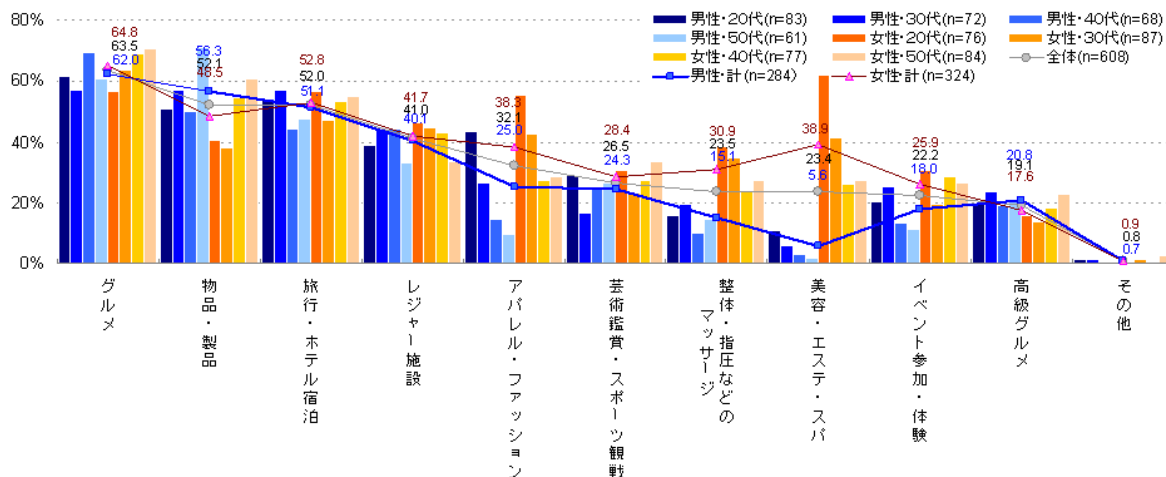


図7. 【パソコン版】共同購入型クーポン利用意向ジャンル

8. 【携帯版】共同購入型クーポン利用意向ジャンル(携帯版共同購入型クーポン未登録者でかつ利用意向有りの人ベース)

携帯版共同購入型クーポンで購入してみたいジャンルのトップは「グルメ」で73.1%。男性のTOP5は「グルメ」、「物品・製品」、「旅行・ホテル宿泊」、「レジャー施設」、「アパレル」の順。女性のTOP5は「グルメ」、「旅行・ホテル宿泊」、「物品・製品」、「レジャー施設」、「アパレル」の順。

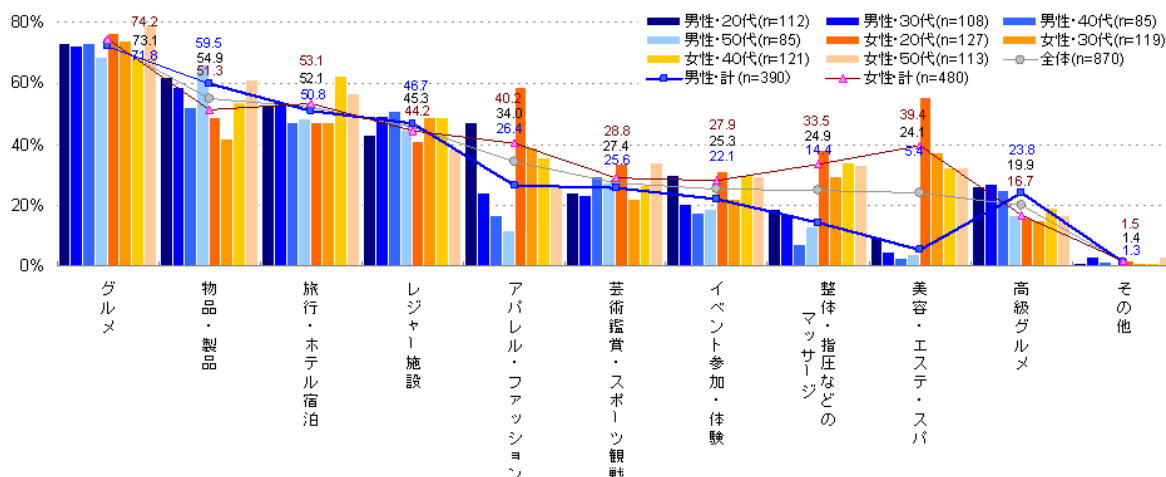


図8. 【携帯版】共同購入型クーポン利用意向ジャンル

9. 【パソコン版】共同購入型クーポンを利用したくない理由(パソコン版共同購入型クーポン未登録者でかつ利用意向なしの人ベース)

パソコン版共同購入型クーポンの非購入理由は「利用する必要性がないから」・「仕組みが分からないから」で19.1%。「仕組みが分からない」、「手続きが面倒」といった点が、共同購入型クーポンの利用阻害要因として挙げられている。

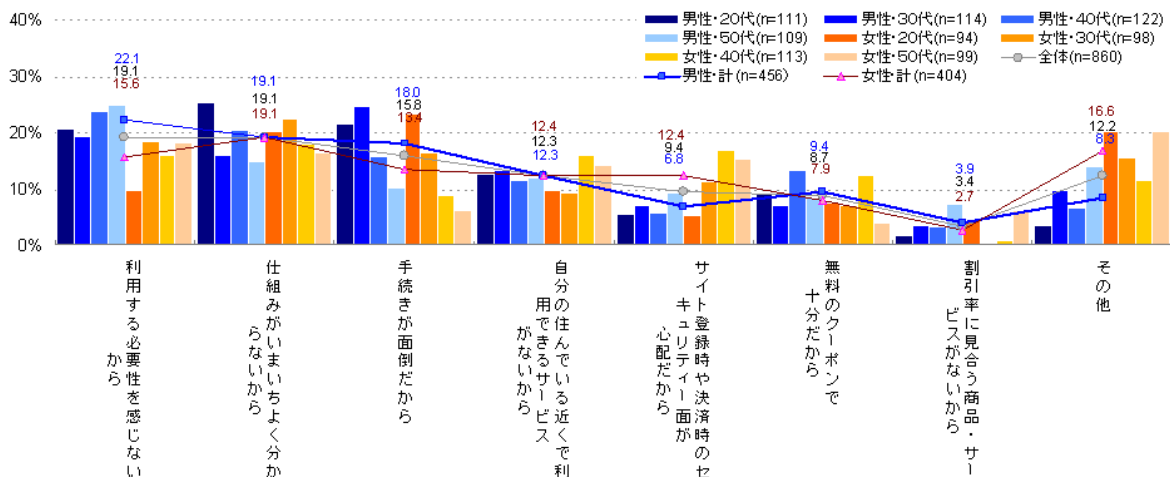


図9. 【パソコン版】共同購入型クーポン利用したくない理由

10. 【携帯版】共同購入型クーポンを利用したくない理由(携帯版共同購入型クーポン未登録者でかつ利用意向なしの人ベース)

携帯版共同購入型クーポンの非購入理由は「利用する必要性がないから」で23.9%。性別で見ると、「サイト登録時や決済時のセキュリティ面が心配だから」の項目で女性の割合が高い。

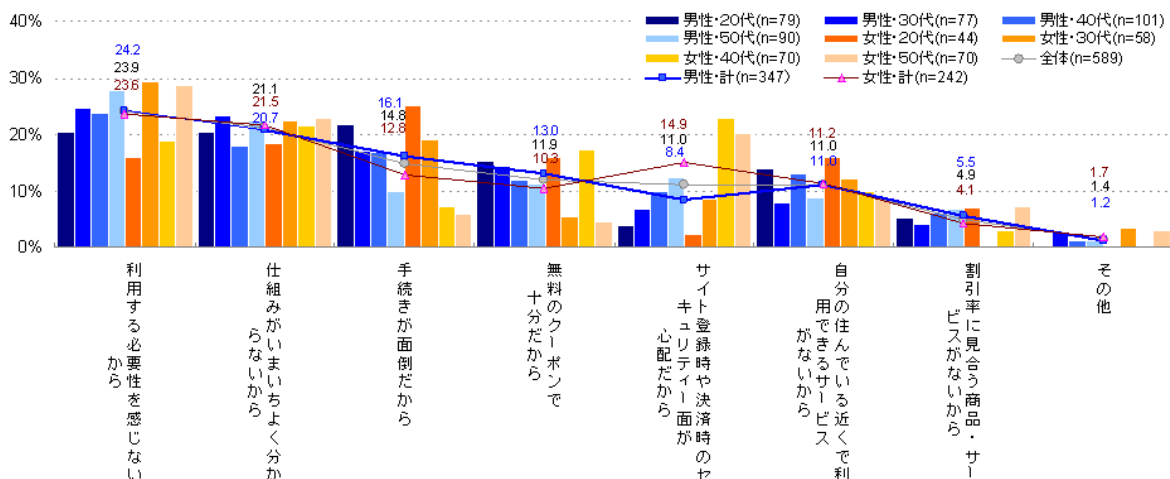


図10. 【携帯版】共同購入型クーポン利用したくない理由

11. 共同購入型クーポン購入ジャンル(共同購入型クーポン購入者ベース)

共同購入型クーポンの購入ジャンルは「グルメ」が最も高く、パソコン版で73.2%、携帯版で68.6%。

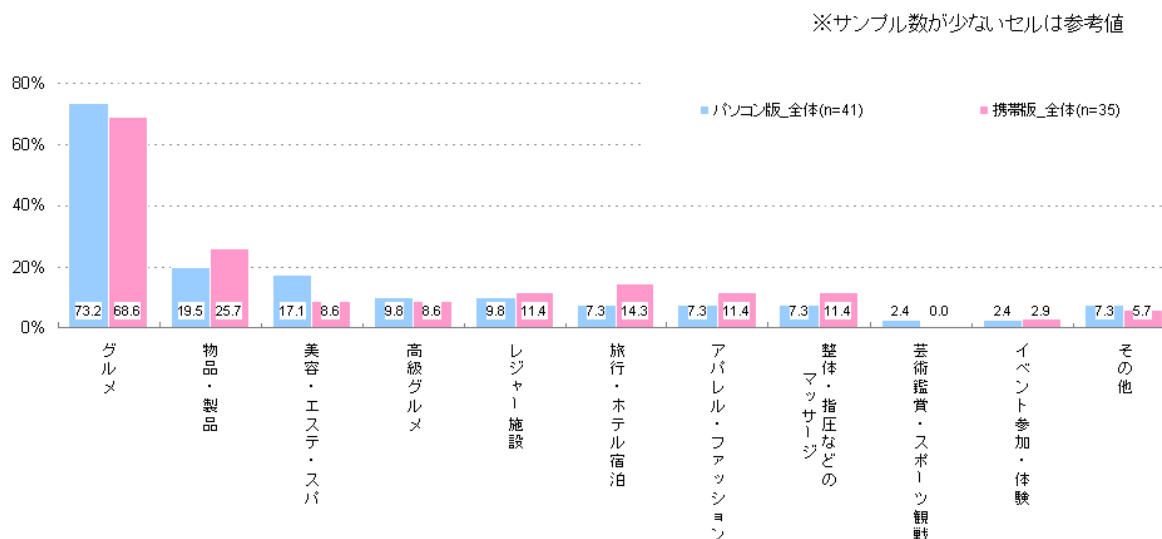


図11. 共同購入型クーポン購入ジャンル

■本件に関するお問合せ先

株式会社 mediba (メディーバ) マーケティング部広報グループ 野尻・宮崎 TEL:03-5572-7566

■掲載データの引用・転載について

この資料は、(株)mediba を出展元とし開示すれば自由に引用や転載をすることができます。
調査データの転載・引用をご希望の方は、上記の連絡先までお問い合わせ下さい。

<株式会社 medibaについて>

株式会社 medibaは、KDDI株式会社が提供するau携帯電話とPCが一体化したポータルサイト「au one」の企画・開発を核に、「au one」の広告事業を展開しています。2008年6月にはモバイルリサーチ事業を開始し、「au one」を機軸に、au携帯電話の機能を包括的に活用したソリューションの提供によって企業のマーケティング活動をサポートする、さまざまなサービスを提供しております。

会社名 :株式会社 mediba
会社設立年月日 :2000年12月6日
所在地 :東京都港区六本木一丁目6番1号 泉ガーデンタワー8階
URL : <http://www.mediba.jp/>
資本金 :10億3500万円
代表者名 :代表取締役社長 大朝 毅
従業員数 :220名(2010年4月現在)
株主構成 :KDDI 株式会社 51%
:株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 32%
:株式会社アサツー ディ・ケイ 7%
:株式会社電通 4%
:デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 4%
:株式会社デルフィス 2%