

## NEWS LETTER (調査レポート)

報道関係各位

## 日本人のポイント活用に関する調査2019

## ネットエイジアリサーチ・消費者評価ランキング

利用しているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」

ポイントの貯めやすさ満足度 「楽天スーパーポイント」がダントツ

“お得感がある”ポイントの使い方 TOP3は「買い物で使う」「現金化」「特典航空券と交換」

デート中、好感度アップを招くポイント活用術 1位「ポイントでおごり」2位「プチ贅沢」3位「プチギフト」

モバイルリサーチ (<http://www.mobile-research.jp/>)を展開するネットエイジア株式会社 (<http://www.netasia.co.jp/>) (本社:東京都中央区、代表取締役:三清 慎一郎、以下ネットエイジア)は、2019年1月25日～1月29日の5日間、「日本人のポイント活用に関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、20歳～49歳の男女2,000名(男性1,000名、女性1,000名)の回答を集計いたしました。

今後もネットエイジアでは、世の中の関心が高いテーマの調査、今後のトレンドを占える調査など、マーケティングシーンで役立つさまざまな情報をモバイルリサーチによりタイムリーに提供してまいります。

## Index

## 《人気のポイントサービス》……P. 2

- ・利用しているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」
- ・若年女性に人気のポイントサービスは？ 20代女性の3割が「LINEポイント(LINE Pay)」を利用

## 《ポイントの貯め方》……P. 3-5

- ・ポイントの貯めやすさ満足度 「楽天スーパーポイント」がダントツ
- ・どんな店の利用でポイントを貯める？ 1位「コンビニ」2位「スーパー」3位「ドラッグストア」4位「ネット通販」
- ・ポイントを貯めるための心掛け 1位「貯まる店で買う」2位「ポイント〇倍デーに買う」3位「ネットで買う」

## 《貯めたポイントの使い方》……P. 6-9

- ・貯まったポイントの使い方 1位「買い物で使う」2位「電子マネーと交換」3位「現金化」
- ・“お得感がある”ポイントの使い方 TOP3は「買い物で使う」「現金化」「特典航空券と交換」
- ・ポイントの利用しやすさ満足度 TOP2は「楽天スーパーポイント」「Tポイント」
- ・今後も利用したいポイントサービス 1位「楽天スーパーポイント」
- ・交換条件の満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」3位「楽天スーパーポイント」
- ・特典航空券の予約しやすさ満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」

## 《ポイントに対する意識》……P. 10-11

- ・「ポイントサービスが好き」8割
- ・「ポイ活で節約ができた」7割強、「ポイ活で浪費が増えた」3割半
- ・「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」5割半
- ・貯めるポイントの三大条件 「よく行く店で貯まる」「利用できる店の数が多い」「ポイント還元率が高い」

## 《デートでのポイント活用術》……P. 12-15

- ・デートで実際に使ったポイント活用術 1位「自分の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」
- ・「デート中、ポイント活用の仕方では好感度ダウン」30代女性の71%が経験
- ・「デート中、ポイント活用の仕方では好感度アップ」30代女性の60%が経験
- ・デート中、好感度ダウンを招くポイント活用術 1位「ワリカンして自分の分はポイント支払い」
- ・デート中、好感度アップを招くポイント活用術 1位「ポイントでおごり」2位「プチ贅沢」3位「プチギフト」

# NEWS LETTER (調査レポート)

## 《人気のポイントサービス》

- ◆利用しているポイントサービス 1位「Tポイント」2位「楽天スーパーポイント」3位「Pontaポイント」
- ◆若年女性に人気のポイントサービスは？ 20代女性の3割が「LINEポイント(LINE Pay)」を利用

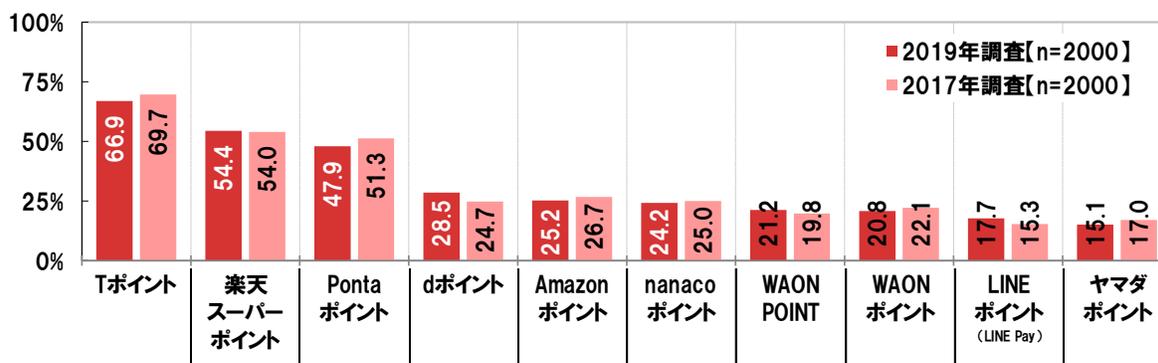
20歳～49歳の男女2,000名(全回答者)を対象に、ポイントサービス(小売店、インターネットショッピングなどでポイントが貯まるサービス)の利用実態や意識について調査を行った。

まず、全回答者(2,000名)に、利用しているポイントサービスを聞いたところ、1位は「Tポイント」(66.9%)、2位「楽天スーパーポイント」(54.4%)、3位「Pontaポイント」(47.9%)、4位「dポイント」(28.5%)、5位「Amazonポイント」(25.2%)となった。2017年12月実施の前回調査結果(※1)と比較すると、「dポイント」の利用率が上昇(2017年:6位24.7%→2019年:4位28.5%)した。積極的なプロモーション展開によって利用者を増やしている状況がうかがえる結果となった。

男女年代別にみると、20代女性で「LINEポイント(LINE Pay)」(30.3%)が4位となり、20代女性の3割が利用していることがわかった。

※1 2017年12月5日発表 日本人のポイント活用に関する調査 2017  
[http://www.mobile-research.jp/investigation/research\\_date\\_171205.html](http://www.mobile-research.jp/investigation/research_date_171205.html)

◆利用しているポイントサービス [複数回答形式] ※2019年の結果の割合が高い順に上位10位まで表示



◆利用しているポイントサービス [複数回答形式] ※性年代別に上位5位まで表示

20代男性[n=333]			30代男性[n=334]			40代男性[n=333]		
順位	サービス	%	順位	サービス	%	順位	サービス	%
1位	Tポイント	55.9	1位	Tポイント	59.9	1位	Tポイント	71.8
2位	楽天スーパーポイント	39.3	2位	楽天スーパーポイント	53.3	2位	楽天スーパーポイント	65.5
3位	Pontaポイント	36.9	3位	Pontaポイント	42.2	3位	Pontaポイント	45.9
4位	Amazonポイント	29.4	4位	dポイント	29.3	4位	dポイント	28.5
5位	nanacoポイント	22.8	5位	Amazonポイント	25.1	5位	Amazonポイント	26.1

20代女性[n=333]			30代女性[n=334]			40代女性[n=333]		
順位	サービス	%	順位	サービス	%	順位	サービス	%
1位	Tポイント	72.1	1位	Tポイント	69.2	1位	Tポイント	72.7
2位	Pontaポイント	59.5	2位	楽天スーパーポイント	60.8	2位	楽天スーパーポイント	58.6
3位	楽天スーパーポイント	48.6	3位	Pontaポイント	53.0	3位	Pontaポイント	49.8
4位	LINEポイント(LINE Pay)	30.3	4位	dポイント	32.6	4位	dポイント	31.5
5位	dポイント	27.9	5位	WAON POINT	28.7	5位	nanacoポイント	29.1

## NEWS LETTER (調査レポート)

### 《ポイントの貯め方》

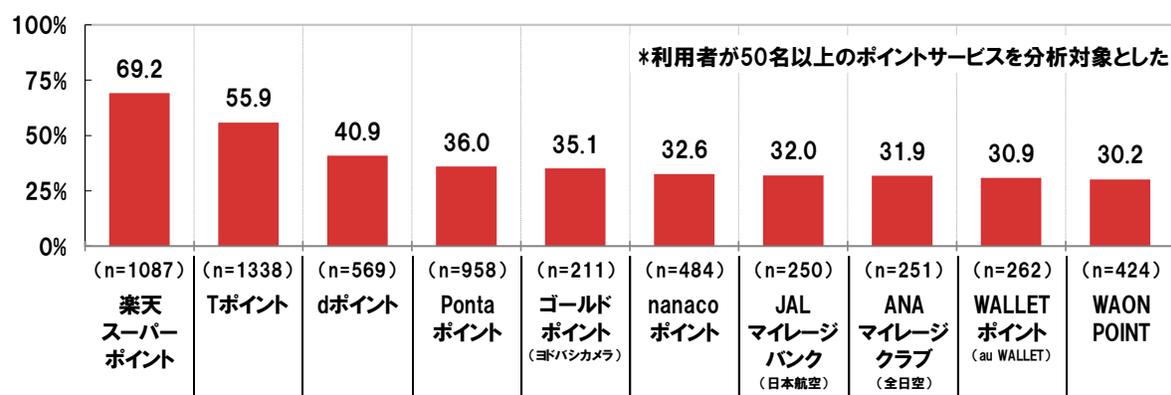
#### ◆ポイントの貯めやすさ満足度 「楽天スーパーポイント」がダントツ

では、ポイントサービスの利用者は、自身が利用するサービスをどのように評価しているのだろうか。

各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを貯めやすい”と評価した割合（以下、貯めやすさ満足度）をみると、1位は「楽天スーパーポイント」(69.2%)、2位「Tポイント」(55.9%)となった。また、「ゴールドポイント(ヨドバシカメラ)」は、「利用しているポイントサービス」における順位は10位圏外だったが、貯めやすさ満足度は5位(35.1%)となった。

#### ◆貯めやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを貯めやすい”と評価した割合)

※上位10位まで表示



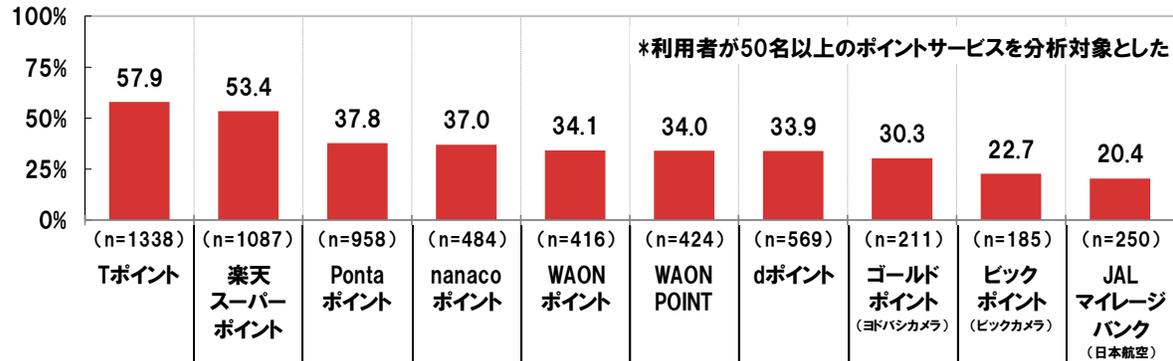
“普段の買い物”と普段の生活から離れる“旅行”というシチュエーションでは、貯めやすいポイントサービスは異なってくるのだろうか。

“普段の買い物”での貯めやすさ満足度をみると、1位「Tポイント」(57.9%)、2位「楽天スーパーポイント」(53.4%)、3位「Pontaポイント」(37.8%)となった。コンビニなどの実店舗やネット通販といった、日常的な利用シーンに対応するポイントサービスが上位にランクインした。

#### ◆普段の買い物での貯めやすさ満足度

(各ポイントサービスの利用者が“このサービスは普段の買い物でポイントを貯めやすい”と評価した割合)

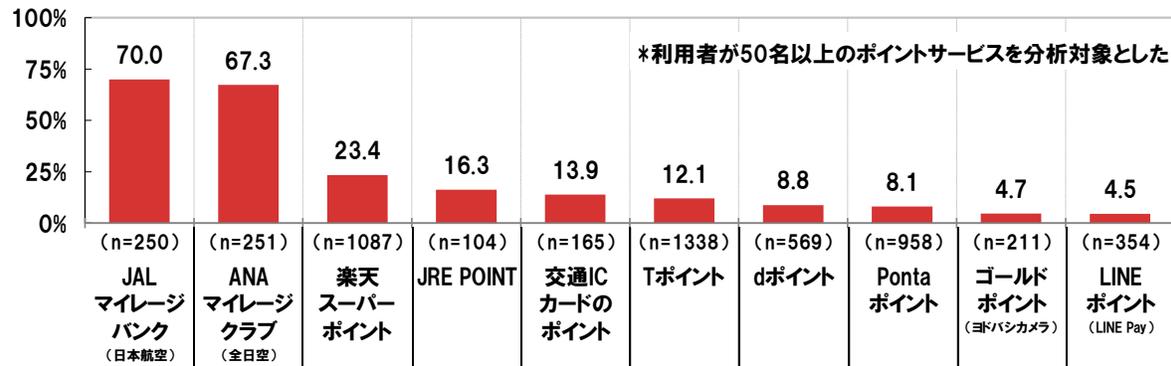
※上位10位まで表示



# NEWS LETTER (調査レポート)

一方、“旅行”での貯めやすさ満足度をみると、1位「JAL マイレージバンク(日本航空)」(70.0%)、2位「ANA マイレージクラブ(全日空)」(67.3%)と航空会社系のサービスがTOP2となった。次いで3位は「楽天スーパーポイント」(23.4%)、4位「JRE POINT」(16.3%)、5位「交通ICカードのポイント」(13.9%)が続いた。航空会社系のサービス2社の満足度は7割前後と、他の交通系サービスの満足度と差が開く結果となった。

◆旅行での貯めやすさ満足度  
 (各ポイントサービスの利用者が“このサービスは旅行でポイントを貯めやすい”と評価した割合)  
 ※上位10位まで表示



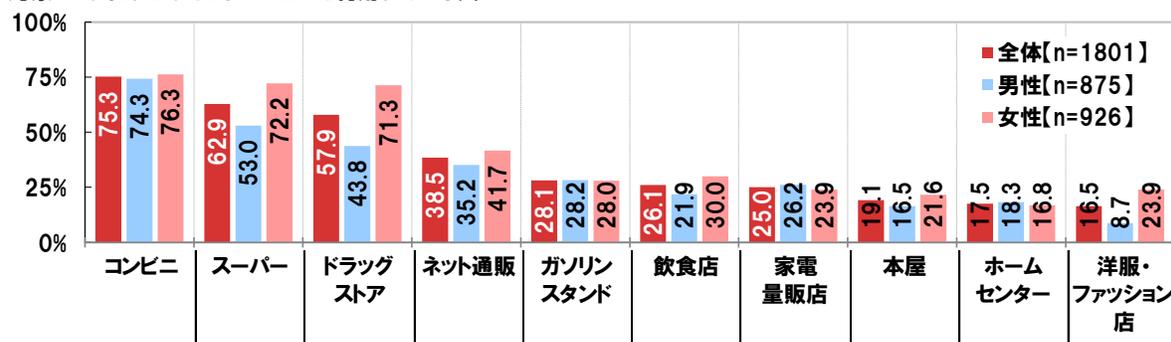
# NEWS LETTER (調査レポート)

- ◆どんな店の利用でポイントを貯める？ 1位「コンビニ」2位「スーパー」3位「ドラッグストア」4位「ネット通販」
- ◆ポイントを貯めるための心掛け 1位「貯まる店で買う」2位「ポイント〇倍デーに買う」3位「ネットで買う」

ポイントサービス利用者は、ポイントを多く貯めるためにどのような工夫をしているのだろうか。

まず、ポイントサービス利用者(1,801名)に、どのようなお店でポイントを貯めているか聞いたところ、1位「コンビニ」(75.3%)、2位「スーパー」(62.9%)、3位「ドラッグストア」(57.9%)となった。日常的な買い物でコツコツとポイントを貯めている人が多いようだ。以降、4位「ネット通販」(38.5%)、5位「ガソリンスタンド」(28.1%)が続いた。

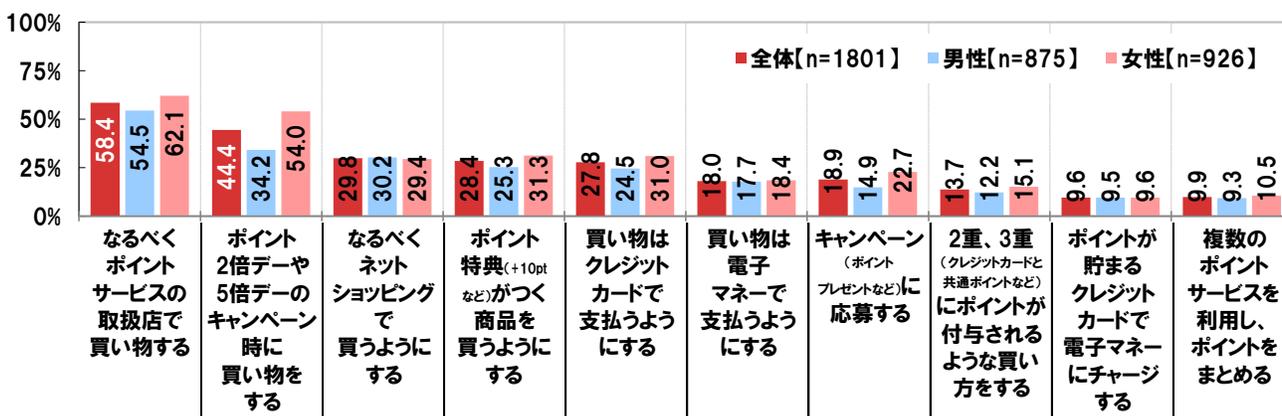
◆どのような店を利用しポイントを貯めているか [複数回答形式] ※上位10位まで表示  
対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



ポイントを貯めるために行っていることを聞いたところ、「なるべくポイントサービスの取扱店で買い物する」(58.4%)が最も高く、「ポイント2倍デーや5倍デーのキャンペーン時に買い物をする」(44.4%)、「なるべくネットショッピングで買うようにする」(29.8%)、「ポイント特典(+10ptなど)がつく商品を買うようにする」(28.4%)、「買い物はクレジットカードで支払うようにする」(27.8%)が続いた。

男女別に見ると、「ポイント2倍デーや5倍デーのキャンペーン時に買い物をする」では女性が54.0%と、男性(34.2%)と比べて19.8ポイント高くなった。ポイント付与率が高くなる日を狙って買い物をすることで、お得にポイントを貯めている人は、女性に多いことがわかった。

◆ポイントサービスのポイントを貯めるために行っていること [複数回答形式] ※上位10位まで表示  
対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



## NEWS LETTER (調査レポート)

### 《貯めたポイントの使い方》

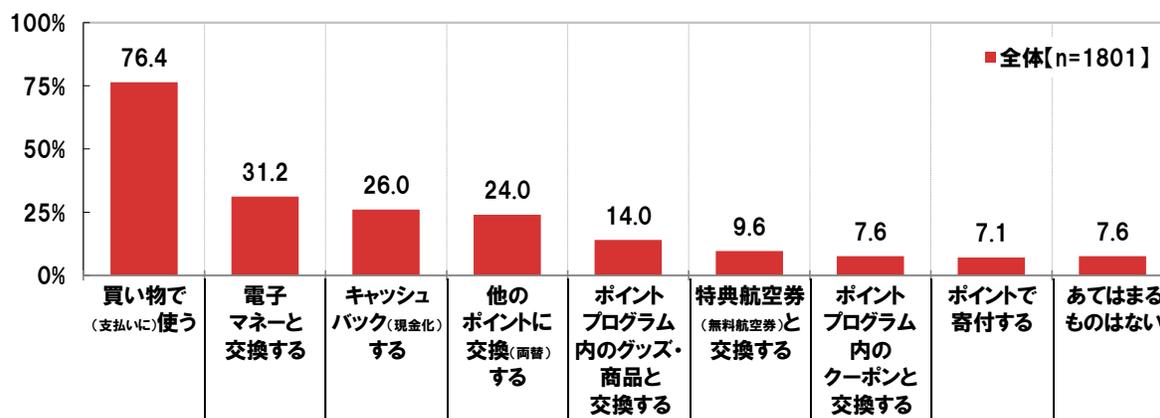
◆貯まったポイントの使い方 1位「買い物で使う」2位「電子マネーと交換」3位「現金化」

◆“お得感がある”ポイントの使い方 TOP3 は「買い物で使う」「現金化」「特典航空券と交換」

続いて、貯まったポイントの使い方について質問した。

ポイントサービスの利用者(1,801名)に、経験したことがあるポイント利用方法を聞いたところ、「買い物で(支払いに)使う」(76.4%)が最も高くなり、2位「電子マネーと交換する」(31.2%)との間に45.2ポイントの差がみられた。ポイントの使い方としては、買い物で現金代わりに使うという人が大半という結果となった。そして、「キャッシュバック(現金化)する」(26.0%)、「他のポイントに交換(両替)する」(24.0%)、「ポイントプログラム内のグッズ・商品と交換する」(14.0%)が続いた。

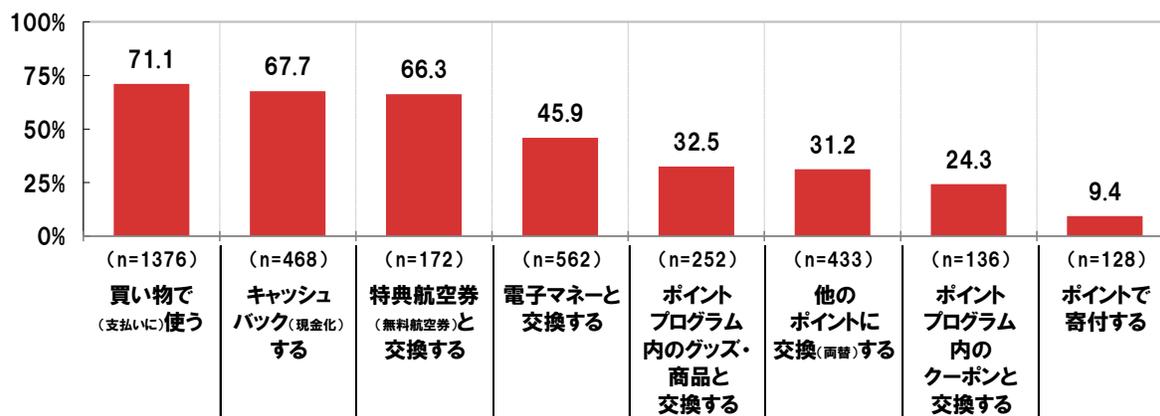
◆「実際にやったことがある」ポイント利用方法 [複数回答形式] 対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



では、どのようなポイント利用方法が、お得度が高いと評価されているのだろうか。

実際にその利用方法を体験した人が“お得感がある”と評価した割合(=お得度)が高いのは、1位「買い物で(支払いに)使う」(71.1%)、2位「キャッシュバック(現金化)する」(67.7%)、3位「特典航空券(無料航空券)と交換する」(66.3%)となった。

◆ポイント利用方法のお得度(各利用方法の経験者が“お得感がある”と評価した割合)



# NEWS LETTER (調査レポート)

◆ポイントの利用しやすさ満足度 TOP2は「楽天スーパーポイント」「Tポイント」

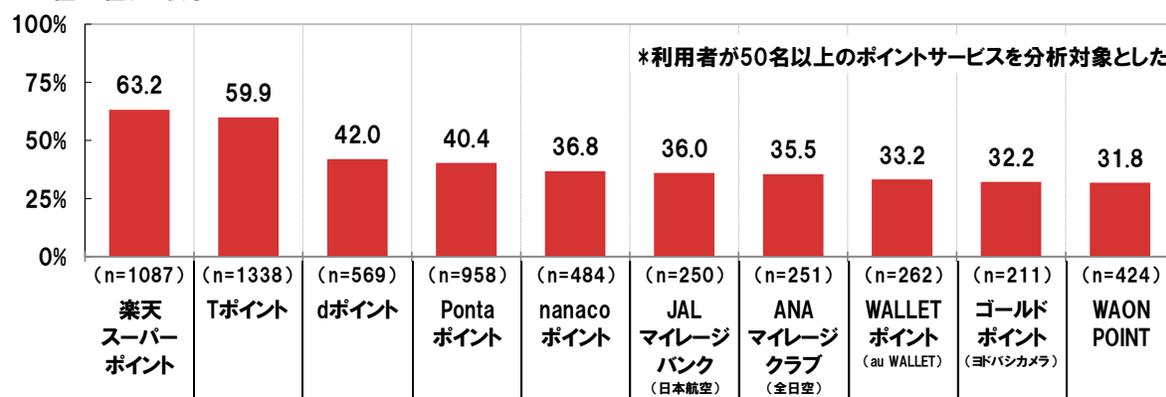
◆今後も利用したいポイントサービス 1位「楽天スーパーポイント」

◆交換条件の満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」3位「楽天スーパーポイント」

各ポイントサービス利用者が、“このサービスはポイントを利用しやすい”と評価した割合(=利用しやすさ満足度)をみると、1位「楽天スーパーポイント」(63.2%)、2位「Tポイント」(59.9%)、3位「dポイント」(42.0%)、4位「Pontaポイント」(40.4%)、5位「nanacoポイント」(36.8%)となった。TOP2の「楽天スーパーポイント」「Tポイント」は、貯めやすさ満足度ランキングでも同じ順位を占め、「貯めやすく、利用しやすい」と利用者に高く評価されていることがわかった。

◆利用しやすさ満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスはポイントを利用しやすい”と評価した割合)

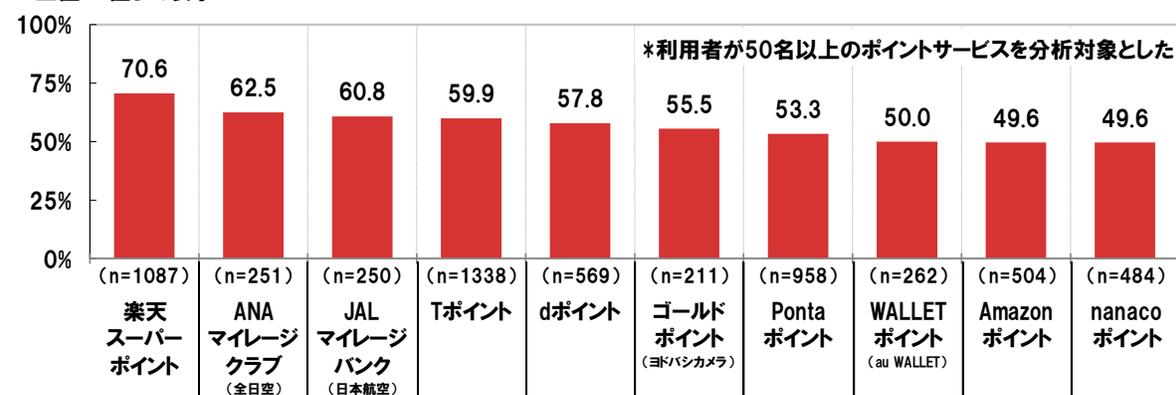
※上位10位まで表示



次に、各ポイントサービス利用者が“このサービスは今後(も)利用したい”と評価した割合(=リピート意向度)をみると、1位「楽天スーパーポイント」(70.6%)、2位「ANAマイレージクラブ(全日空)」(62.5%)、3位「JALマイレージバンク(日本航空)」(60.8%)、4位「Tポイント」(59.9%)、5位「dポイント」(57.8%)となった。

◆リピート意向度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスは今後(も)利用したい”と評価した割合)

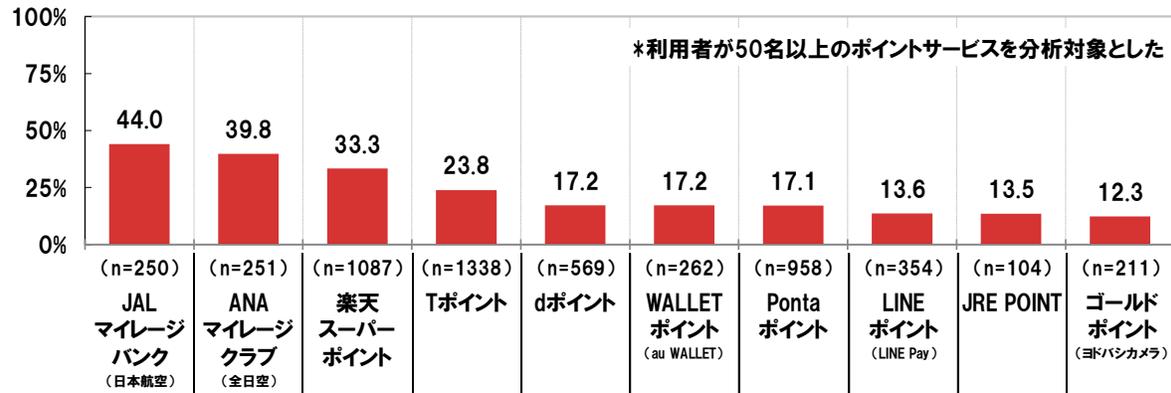
※上位10位まで表示



## NEWS LETTER (調査レポート)

また、各ポイントサービスの利用者が“このサービスは特典への交換条件が魅力的”と評価した割合(=交換条件の満足度)をみると、1位「JAL マイレージバンク(日本航空)」(44.0%)、2位「ANA マイレージクラブ(全日空)」(39.8%)、3位「楽天スーパーポイント」(33.3%)、4位「Tポイント」(23.8%)、5位「dポイント」「WALLETポイント (au WALLET)」(同率 17.2%)と、TOP2 を航空会社のサービスが占める結果となった。特典航空券などへの交換条件に、多くのマイラーが満足しているようだ。

◆交換条件の満足度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスは特典への交換条件が魅力的”と評価した割合)  
※上位10位まで表示



## NEWS LETTER (調査レポート)

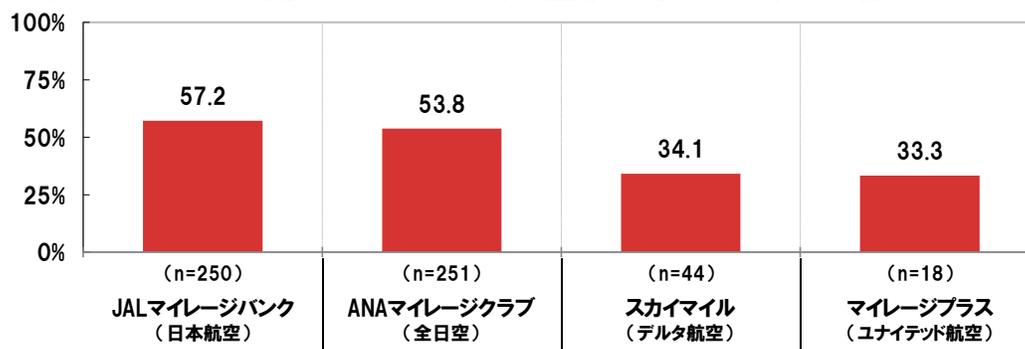
## ◆特典航空券の予約しやすさ満足度 1位「JALマイレージバンク」2位「ANAマイレージクラブ」

航空会社のマイレージサービスは特典への交換条件の満足度が高いことがわかったが、利便性の観点では、特典航空券の“予約しやすさ”も重要な要素と思われる。では、特典航空券の“予約しやすさ”の満足度が高いのは、どの航空会社のサービスなのだろうか。

各航空会社のマイレージサービス利用者が、“このサービスは特典航空券が予約しやすい”と評価した割合(=特典航空券の予約しやすさ満足度)をみると、1位は「JALマイレージバンク(日本航空)」(57.2%)、2位は「ANAマイレージクラブ(全日空)」(53.8%)、3位は「スカイマイル(デルタ航空)」(34.1%)、4位は「マイレージプラス(ユナイテッド航空)」(33.3%)となった(※2)。昨年新サービス「JAL国際線特典航空券 PLUS」を開始した「JALマイレージバンク(日本航空)」が高い評価を得たようだ。

※2 「スカイマイル(デルタ航空)」と「マイレージプラス(ユナイテッド航空)」の満足度はn数が50未満のため参考値

◆特典航空券の予約しやすさ満足度  
(各マイレージサービスの利用者が“このサービスは特典航空券が予約しやすい”と評価した割合)



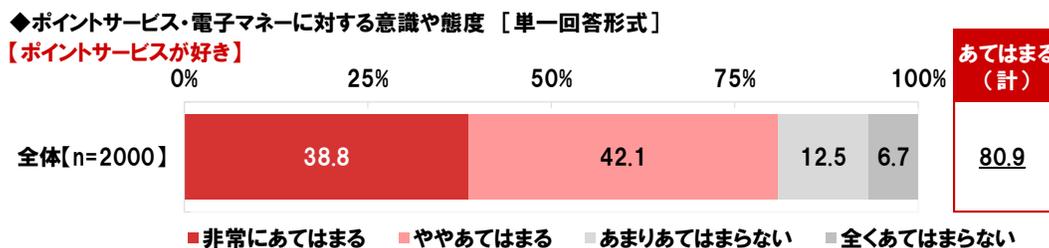
※「スカイマイル」と「マイレージプラス」はn数が少ないため参考値

# NEWS LETTER (調査レポート)

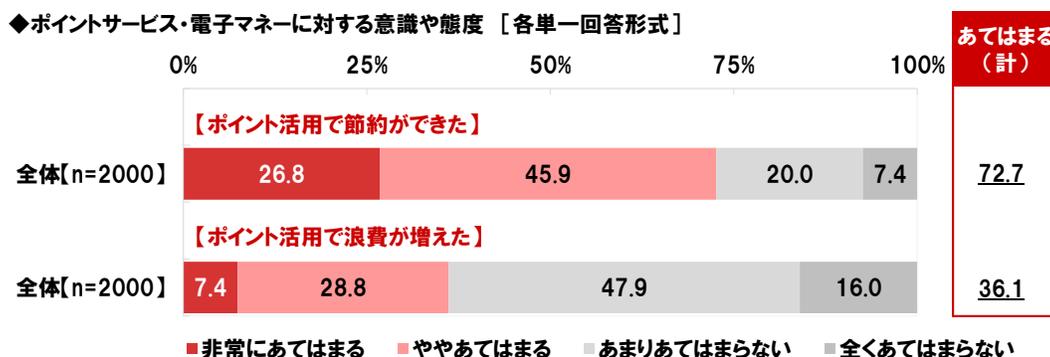
## 《ポイントに対する意識》

- ◆「ポイントサービスが好き」8割
- ◆「ポイ活で節約ができた」7割強、「ポイ活で浪費が増えた」3割半
- ◆「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」5割半

全回答者(2,000名)に、ポイントサービスに対する意識・態度について聞いたところ、「ポイントサービスが好き」では、『あてはまる』(「非常に」と「やや」の合計、以下同様)が80.9%と、大半の人が“ポイントサービス好き”を自認している結果となった。



また、「ポイント活用で節約ができた」では『あてはまる』が72.7%となったが、逆に「ポイント活用で浪費が増えた」では『あてはまる』は36.1%に留まった。ポイントサービスを上手に活用するいわゆる“ポイ活”で、節約している人は7割を超えた。



そして、「電子マネーやポイントで全ての支払いをしたい」では『あてはまる』が55.2%となり、電子マネーやポイントによるキャッシュレス決済を志向する人は半数超となった。



## NEWS LETTER (調査レポート)

### ◆貯めるポイントの三大条件「よく行く店で貯まる」「利用できる店の数が多い」「ポイント還元率が高い」

次に、ポイントサービスの利用者(1,801名)に、ポイントを貯めようと思ったきっかけや理由を聞いた。

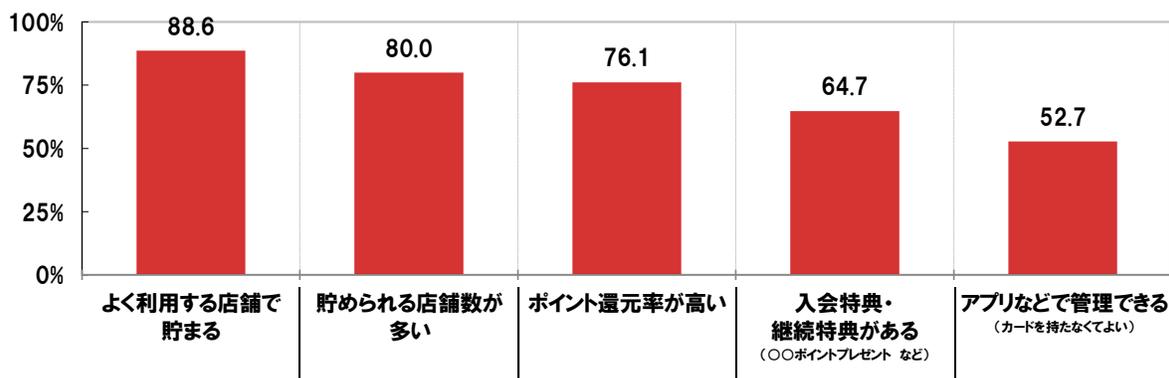
ポイントを貯めようと思ったきっかけや理由として『あてはまる』割合をみると、「よく利用する店舗で貯まる」は88.6%、「貯められる店舗数が多い」は80.0%、「ポイント還元率が高い」は76.1%、「入会特典・継続特典がある(〇〇ポイントプレゼントなど)」は64.7%、「アプリなどで管理できる(カードを持たなくてよい)」は52.7%となった。「よく行く店で貯まる」「利用できる店の数が多い」「ポイント還元率が高い」が、貯めるポイントの条件といえそうだ。

年代別にみると、「アプリなどで管理できる(カードを持たなくてよい)」は、20代で『あてはまる』が61.2%となり、30代(50.8%)、40代(46.5%)より高くなった。スマホ一つで管理できる便利さに魅力を感じる人は、若い世代に多いようだ。

#### ◆ポイントを貯めようと思ったきっかけや理由 [各単一回答形式]

※『あてはまる』(「非常に」と「やや」の合計)の割合が高い順に上位5位まで表示

対象:いずれかのポイントサービスを利用している人(n=1801)

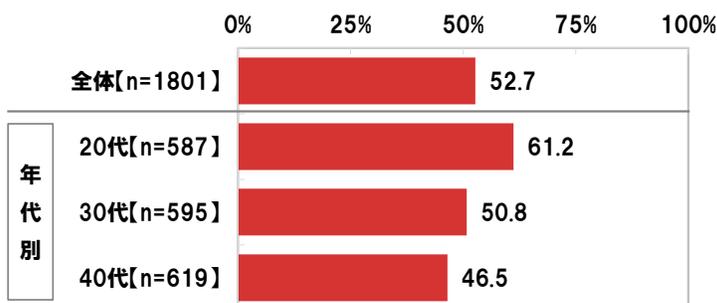


#### ◆<アプリなどで管理できること(カードを持たなくてよいこと)>が

ポイントを貯めようと思うきっかけや理由になった割合

※『あてはまる』(「非常に」と「やや」の合計)を表示

対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



## NEWS LETTER (調査レポート)

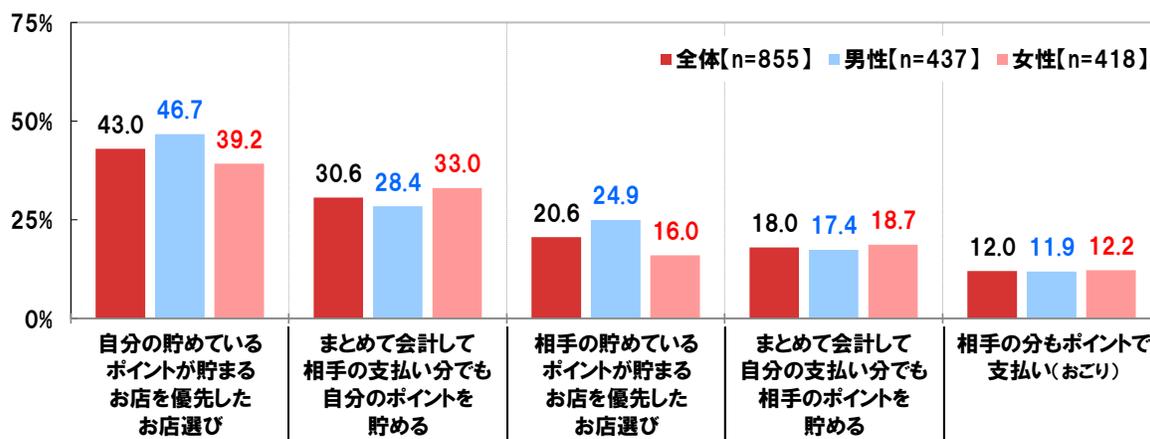
## 《デートでのポイント活用術》

## ◆デートで実際に使ったポイント活用術 1位「自分の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」

ポイント活用術の使用経験について質問した。

デート中にポイント活用術を使った経験がある人(855名)に、どのようなポイント活用術を実際に使ったか聞いたところ、1位は「自分の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」(43.0%)、2位は「まとめて会計して相手の支払い分でも自分のポイントを貯める」(30.6%)、3位は「相手の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」(20.6%)となった。

◆デートで実際に使ったことのあるポイント活用術【複数回答形式】 ※上位5位まで表示  
対象:デート中にポイント活用術を使った経験がある人



# NEWS LETTER (調査レポート)

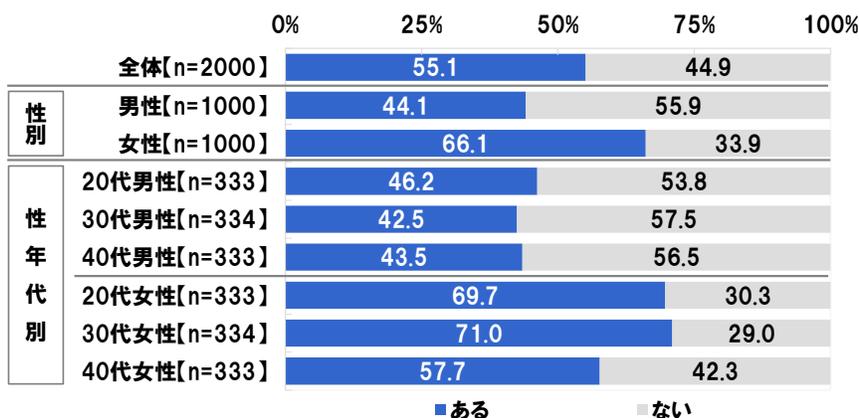
◆「デート中、ポイント活用の仕方では好感度がダウン」30代女性の71%が経験

◆「デート中、ポイント活用の仕方では好感度がアップ」30代女性の60%が経験

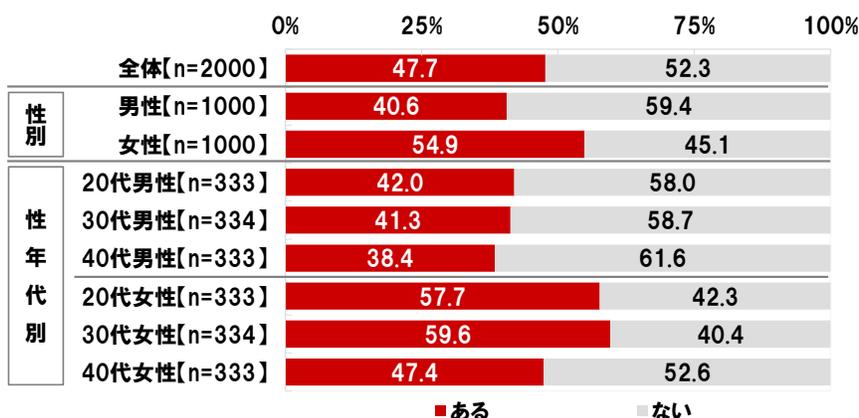
デートでポイントを利用するならば、相手から好印象を持たれる使い方を心掛けたいものだが、どのような方法が好感度をアップさせたり、好感度をダウンさせたりするのだろうか。

まず、デート相手のポイント活用の仕方では、好感度が上がることや下がることがあるか聞いたところ、「好感度がダウンすることがある」は55.1%、「好感度がアップすることがある」は47.7%となった。特に30代女性ではそれらの経験率が高く、「好感度がダウンすることがある」は71.0%、「好感度がアップすることがある」は59.6%となった。

◆デート相手のポイント活用の仕方では、好感度がダウンすること



◆デート相手のポイント活用の仕方では、好感度がアップすること



## NEWS LETTER (調査レポート)

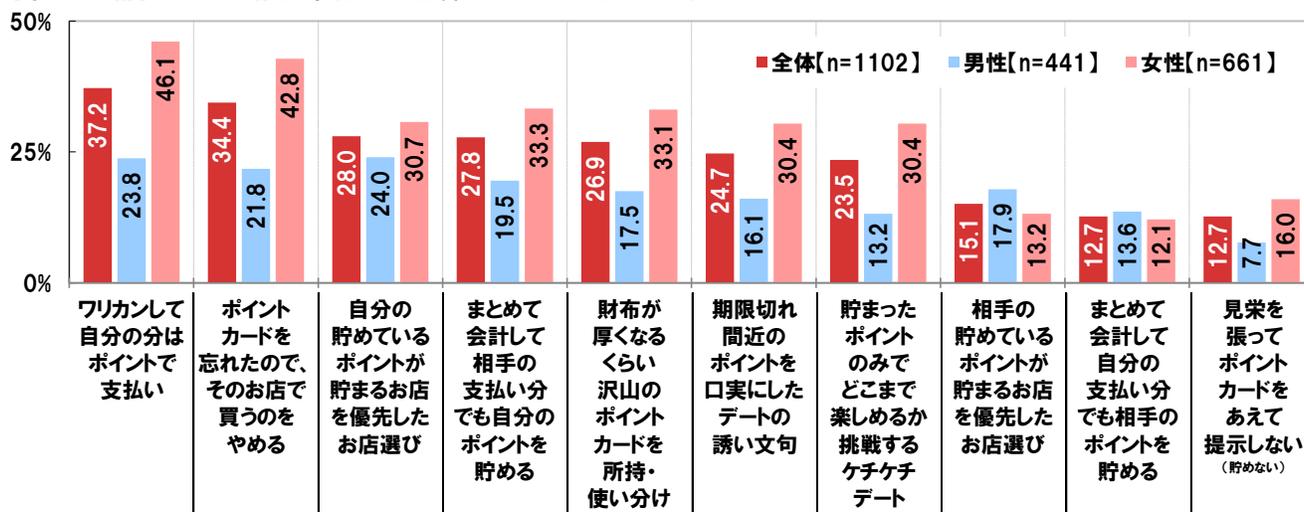
### ◆デート中、好感度ダウンを招くポイント活用術 1位「ワリカンして自分の分はポイント支払い」

デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすることがある人(1,102名)に、デート相手がしていたら好感度がダウンするポイント活用術を聞いたところ、1位は「ワリカンして自分の分はポイントで支払い」(37.2%)となった。デートでの支払いでワリカンしてポイントを使い、自分だけがお金を節約するという行動は、快く思わない人が多いようだ。2位は「ポイントカードを忘れたので、そのお店で買うのをやめる」(34.4%)、3位は「自分の貯めているポイントが貯まるお店を優先したお店選び」(28.0%)となった。

男女別にみると、「ワリカンして自分の分はポイントで支払い」(男性 23.8%、女性 46.1%)や「ポイントカードを忘れたので、そのお店で買うのをやめる」(男性 21.8%、女性 42.8%)では、男性と比べて女性のほうが20ポイント以上高くなった。

### ◆デート相手がしていたら、好感度がダウンするポイント活用術 [複数回答形式] ※上位10位まで表示

対象: デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすることがある人



# NEWS LETTER (調査レポート)

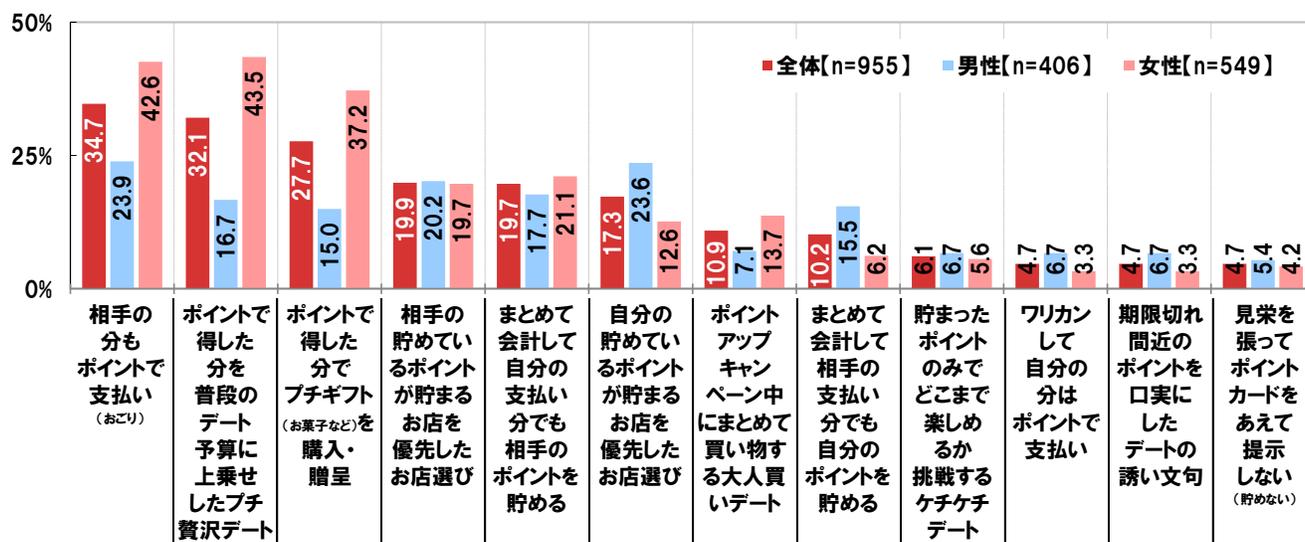
## ◆デート中、好感度アップを招くポイント活用術 1位「ポイントでおごり」2位「プチ贅沢」3位「プチギフト」

また、デート相手のポイント活用の仕方、好感度がアップすることがある人(955名)に、デート相手がしていたら好感度がアップするポイント活用術を聞いたところ、1位は「相手の分もポイントで支払い(おごり)」(34.7%)、2位は「ポイントで得た分を普段のデート予算に上乗せしたプチ贅沢デート」(32.1%)、3位は「ポイントで得た分でプチギフト(お菓子など)を購入・贈呈」(27.7%)となった。

男女別にみると、「ポイントで得た分を普段のデート予算に上乗せしたプチ贅沢デート」(男性 16.7%、女性 43.5%)では、男性と比べて女性のほうが 26.8ポイント高くなった。プラスアルファの贅沢を二人で楽しむといったポイントの使い方に好感を持つという人は女性に多いことがわかった。

上手なポイントの使い方を心掛けることで、デート相手の心をつかむことができそうだ。

◆デート相手がしていたら、好感度がアップするポイント活用術 [複数回答形式] ※上位10位まで表示  
対象:デート相手のポイント活用の仕方、好感度がアップすることがある人



## NEWS LETTER (調査レポート)

## ◆調査概要◆

- ◆調査タイトル : 日本人のポイント活用に関する調査2019
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする20歳～49歳の男女
- ◆調査期間 : 2019年1月25日～1月29日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 2,000名

	20代	30代	40代	計
男性	333s	334s	333s	1,000s
女性	333s	334s	333s	1,000s

- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

本ニュースレターは報道関係の皆様に向けて発信する報道用の調査レポートとなります。

本ニュースレターに含まれる全ての情報や調査結果を、ネットエイジア株式会社の許可を得ることなく、広告宣伝や広報・PR活動等のために無断で転用することを禁止します。

## ■報道関係の皆様へ■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、  
「ネットエイジアリサーチ調べ」と付記のうえ  
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

## ■本調査に関するお問合せ窓口■

ネットエイジア株式会社 マーケティング事業本部  
TEL : 03-3531-1411  
FAX : 03-3531-1461  
E-mail : mobile-press@netasia.co.jp

## ■ネットエイジア株式会社 会社概要■

組織名 : ネットエイジア株式会社  
 代表者名 : 代表取締役 三清 慎一郎  
 設立 : 2005年2月  
 所在地 : 東京都中央区晴海 1-8-10  
           晴海アイランド トリトンスクエア オフィスタワーX 27階  
 資本金 : 3億1,552万円  
 主な業務内容 : ネットリサーチ事業  
 URL : <http://www.mobile-research.jp/>