

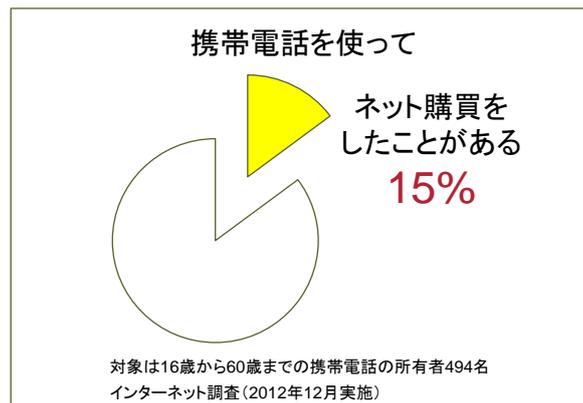
携帯電話でのネット購買経験者は 15%

～2人に1人は、店内で携帯電話を使い情報検索・収集する～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、取締役社長:大竹秀彦)は、消費者が商品・サービスの購入や情報検索・収集に携帯電話をどう利用しているのかについて16歳から60歳までの携帯電話を所有している男女494名に調査を行いました。すると、携帯電話でネット購買をしたことのある人の割合は15%でした。調査の実施時期は2012年12月です。

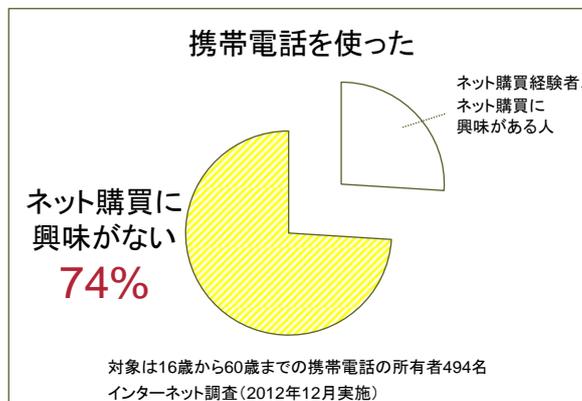
■ 携帯電話でネット購買をしたことのある人の割合は 15%

携帯電話を使ったネット購買経験の有無について消費者に尋ねました。すると、15%の人が「ある」と回答しました。



購買経験のあるカテゴリーでは、書籍が一番多くなっています。

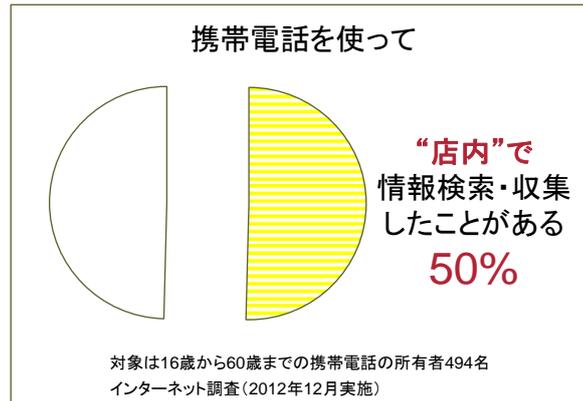
ただし、全体的には携帯電話を使ったネット購買への関心はそれほど高くないようで、約4人に3人(74%)が「興味がない」と回答しました。



■ 2人に1人は店内で情報検索・収集している

次に、商品・サービスの購入や情報検索・収集をする際に、携帯電話を店舗の中でどう使っているのかを具体的に質問しました。

総合的に見ると、2人に1人(50%)は、店舗内で携帯電話を使って情報検索・収集行為をしたことがあるという結果になりました。



以下は、回答した人の割合が多かった携帯電話の使い方です。



■ まとめ

小売店が携帯電話上のサービスを用いてクーポンを発行したり、店舗内で携帯電話向けに情報を提供したりと、消費者が店舗において携帯電話を活用する局面は増えています。したがって、店舗内で携帯電話を使った情報検索・収集行動は、今後もますます増えていくと考えられます。

一方、日本の消費者がネット購買の手段として携帯電話をもっと利用するようになるかどうかは未知数です。この調査によると、携帯電話を使ったネット購買に興味のない層が未だに多く存在することがわかります。今後携帯電話を使ったネット購買が増えるかどうかは、その分野に携わる企業が消費者の興味関心をどの程度高められるかによります。

■ 調査概要

この調査は、カンター・ジャパンと同じカンター・グループに属するテイラーネルソン・ソフレス社が年1回実施している携帯電話の購買・使用動向調査です。43カ国(地域)の消費者が日々の生活の中で携帯電話やタブレットをどのように使っているのかについて調査・分析をした結果をまとめ、レポートの形式で今月から販売しています。詳細については、お問い合わせください。

- 調査名称:「モバイルライフ調査」(2013年)
- 調査時期:2012年12月
- 調査方法:インターネット調査
- 調査対象:16歳から60歳までの男女で携帯電話の所有者
- 対象者数:494名

※調査実施国

カナダ・アメリカ・アルゼンチン・ブラジル・メキシコ・カメルーン・エジプト・ガーナ・ケニア・ナイジェリア・セネガル・南アフリカ・オーストラリア・ニュージーランド・中国・香港・インド・インドネシア・日本・マレーシア・フィリピン・サウジアラビア・シンガポール・韓国・台湾・タイ・トルコ・アラブ首長国連邦・ベトナム・チェコ・フィンランド・フランス・ドイツ・イタリア・オランダ・ノルウェー・ポーランド・ポルトガル・ロシア・スロバキア・スペイン・スウェーデン・イギリス

本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

■ 会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。13の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界最大手の広告会社であるイギリスのWPPです。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail: Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229