

2015年2月16日

報道関係各位

GMOメディア株式会社

GMOメディア、「ファッションアプリに関する調査」を実施 ～約5割のユーザーが「アプリで閲覧した衣類の購入経験あり」～

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社(代表取締役社長:森 輝幸 以下、GMOメディア)は、「ファッションアプリを利用している」10代～60代の女性 889人を対象に、「ファッションアプリに関する調査」をインターネット上で実施いたしました。

またGMOメディアは、この度の調査で、ファッションアプリの利用目的のうち「コーディネートに参考にするため」と答えた人が7割以上いたことを受けて、提供サービスであるファッション共有SNS「CoordiSnap(以下、コーデスナップ)」のスマートフォンアプリにおいて、おすすめのコーディネートを提案する新機能を開発し、Android™アプリおよびiPhone®アプリでの提供を開始いたしました。

<調査概要>

■ 調査対象	10代～60代の「ファッションアプリ」を利用している女性
■ 調査日	2015年1月30日
■ 調査方法	インターネットリサーチ
■ 設問数	4問
■ 有効回答数	889サンプル
■ 調査主体	GMOメディア株式会社
■ 調査機関	MMD 研究所

【調査背景】

昨今、全身コーディネート画像の閲覧・投稿などができる「ファッションアプリ」の利用者が増加しています。

GMOメディアにおいても、コーディネートに参考にするためという回答が75.5%と最も多く、日常的にアプリを参考にコーディネートをしているユーザーが一定数いることがうかがえます。また「商品購入の参考にする(44.1%)」というユーザーも多いことがわかりました。

そこでGMOメディアは、こうした「ファッションアプリ」の利用実態を把握し今後のサービス拡充に活用するべく、「ファッションアプリ」を利用している10代～60代の女性を対象に、インターネットでのアンケートを実施いたしました。

※本調査における「ファッションアプリ」とは、芸能人・一般消費者などが自身の持っているアイテムなどを組み合わせたコーディネート画像を投稿・閲覧することができるサービスを指します。

【「ファッションアプリに関する調査」結果概要】

■ファッションアプリの利用頻度・理由(図1-2)

まず「ファッションアプリの利用頻度」に関して調べたところ、「週に1回以上利用している」と回答した人の割合が26.7%、「ほぼ毎日」も17.1%となり、合わせて43.8%の人が毎週アプリを利用することがわかりました。

一方「ファッションアプリを利用している理由」では、「コーディネートに参考にするため」という回答が75.5%と最も多く、日常的にアプリを参考にコーディネートをしているユーザーが一定数いることがうかがえます。また「商品購入の参考にする(44.1%)」というユーザーも多いことがわかりました。

■ファッションアプリで閲覧した衣類の購入経験・購入方法(図3)

次に「ファッションアプリで閲覧した衣類の購入経験」について調べたところ、「購入したことはない」と答えた人が51.9%だったことから、残りの約半数(48.1%)が「購入した経験がある」ことが分かりました。また、購入方法については、「実際の店舗(22.9%)」に次いで「インターネットの検索エンジン経由(20.7%)」、「インターネットの直接リンク(19.1%)」となり、複数の方法で購入している人もある程度存在すると考えられます。

■アプリで参考にするコーディネート(図4)

「ファッションアプリで参考にするコーディネート」については、「一般のユーザーのコーディネート(58.9%)」が最も多く、次いで「ショップスタッフのコーディネート(48.0%)」「芸能人のコーディネート(42.9%)」と続きました。最近では、ユーザーの身長を登録できるアプリも増加しているため、より身近で等身大な一般ユーザーのおしゃれが参考になると感じている方が多いようです。

【総論】

今回の調査で、「ファッションアプリ」の活用実態が明らかになりました。

「ファッションアプリ」の多くは商品購入を促すためのものとして提供されていますが、ユーザーの利用目的の大半が主にコーディネートの参考にするためであることが分かりました。しかし商品購入の参考にしている人も多く、約半数の人がアプリで閲覧した衣類を実際にオンラインショップや実店舗で購入した経験があることも分かりました。また、一般ユーザーのコーディネートを参考にしている人が最も多く、著名人のみならず一般ユーザーが与える影響も大きいと考えられます。

こうした結果から、「ファッションアプリ」の活用が、アパレルブランドのプロモーションの場として効果を発揮し、オンラインショップへの集客のみならず、実店舗での購入につなげていく O2O^(*)施策としても一定の効果があるといえます。今後は一般の人気ユーザーとアパレルブランドのタイアップ企画など、「ファッションアプリ」のコーディネートを活用した販促活動が重要となると考えます。

GMO メディアは「コーデスナップ」を通じて、引き続きユーザーに便利な機能を追加していくほか、オンライン／実店舗問わずアパレルブランドの販売促進に活用いただけるよう、サービス拡充に努めてまいります。

(*) O2O: Online to Offline の略で、インターネット上の情報やサービスを活用し、実店舗への送客を促進するサービスのこと。

コーデスナップ 【「コーデスナップ」の新機能について】

この度の調査で、ファッションアプリを利用する主な理由が「コーディネートの参考にするため(75.5%)」であったことを受けて、「コーデスナップ」は、ユーザーの検索キーワードやコーディネートの閲覧履歴を分析し、ユーザーの好みに合わせたおすすめのコディネートをホーム画面へ表示する機能を追加いたしました。この機能により、ユーザーはコーディネートを検索・閲覧するごとに、好みのコーディネートを見つけやすくなります。

コーデスナップ
【「Coordisnap」とは】(URL: <http://coordisnap.com/>)

ファッション共有 SNS「コーデスナップ」は、ファッションへの関心の高いユーザー同士がコーディネートを通じてコミュニケーションをとることができる PC/スマートフォン向けサービスです。自身のコーディネートを投稿することはもちろん、他ユーザーのコーディネート閲覧し、コメントを残すこともできるため、様々なテイストのおしゃれを楽しむ若い女性を中心とした多くのユーザーに支持され、月間利用者数はウェブサイトとスマートフォン向けアプリの合計で250万人となっております。

また、2012年11月の日本での提供開始に続いて、2013年7月に提供開始した繁体字の台湾・香港ユーザー向け「コーデスナップ」も好評で、全ダウンロード数の約25%を占めるほどになっています。2015年1月には英語版の提供を開始し、Google Play™を通じて世界140カ国以上に提供しています。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 広報担当 加藤
TEL: 03-5456-2626 FAX: 03-5459-6077
E-mail: pr@gmo-media.jp

●GMOインターネット株式会社 グループ広報・IR部 石井・島田
TEL: 03-5456-2695 FAX: 03-3780-2611
E-mail: pr@gmo.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 事業推進室 杉森
TEL: 03-5456-2626 FAX: 03-5459-6077
E-mail: info@gmo-media.jp

【GMOメディア株式会社】(URL: <http://www.gmo-media.jp/>)

会社名	GMOメディア株式会社
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■デジタルコンテンツ提供事業

【GMOインターネット株式会社】(URL: <http://www.gmo.jp/>)

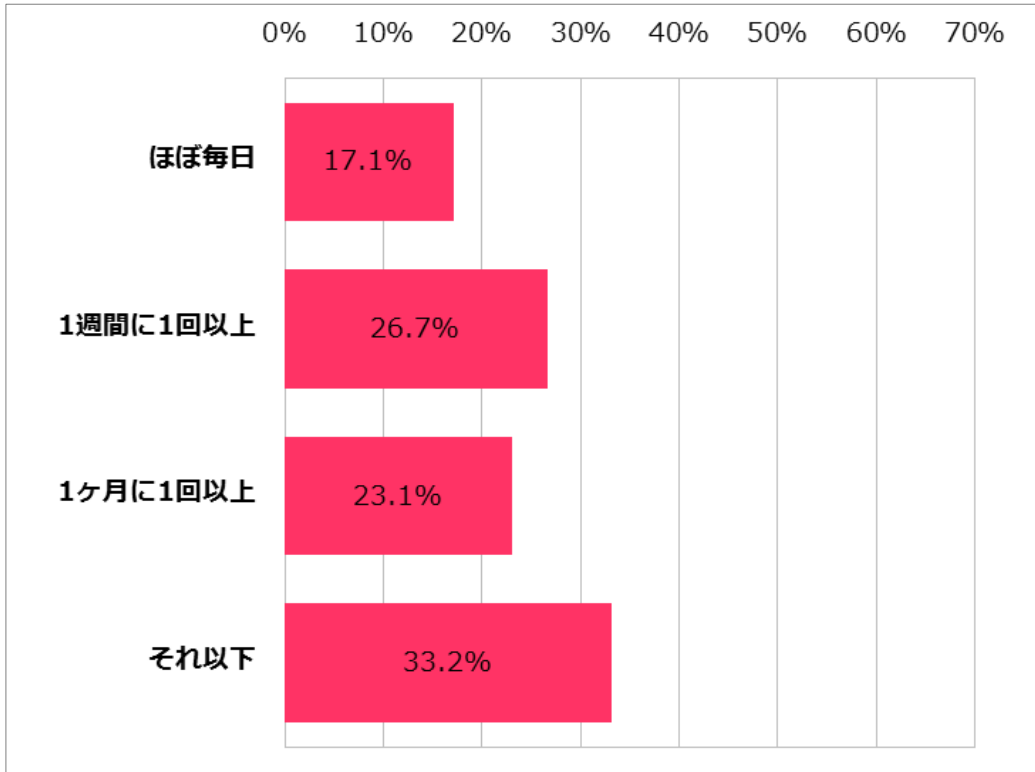
会社名	GMOインターネット株式会社 (東証第一部 証券コード:9449)		
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー		
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿		
事業内容	■インターネットインフラ事業	■インターネット広告・メディア事業	
	■インターネット証券事業	■モバイルエンターテインメント事業	

※Google Play は、Google Inc.の登録商標または商標です。

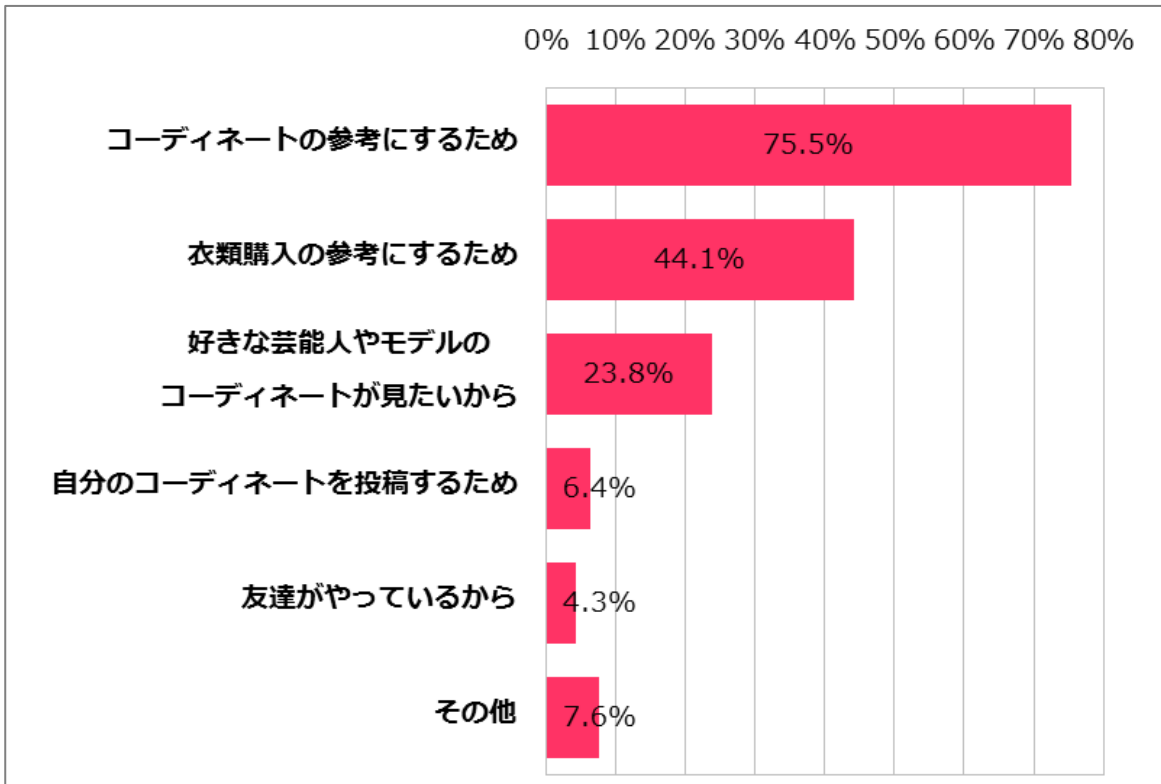
Copyright (C) 2015 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.

【参考資料】

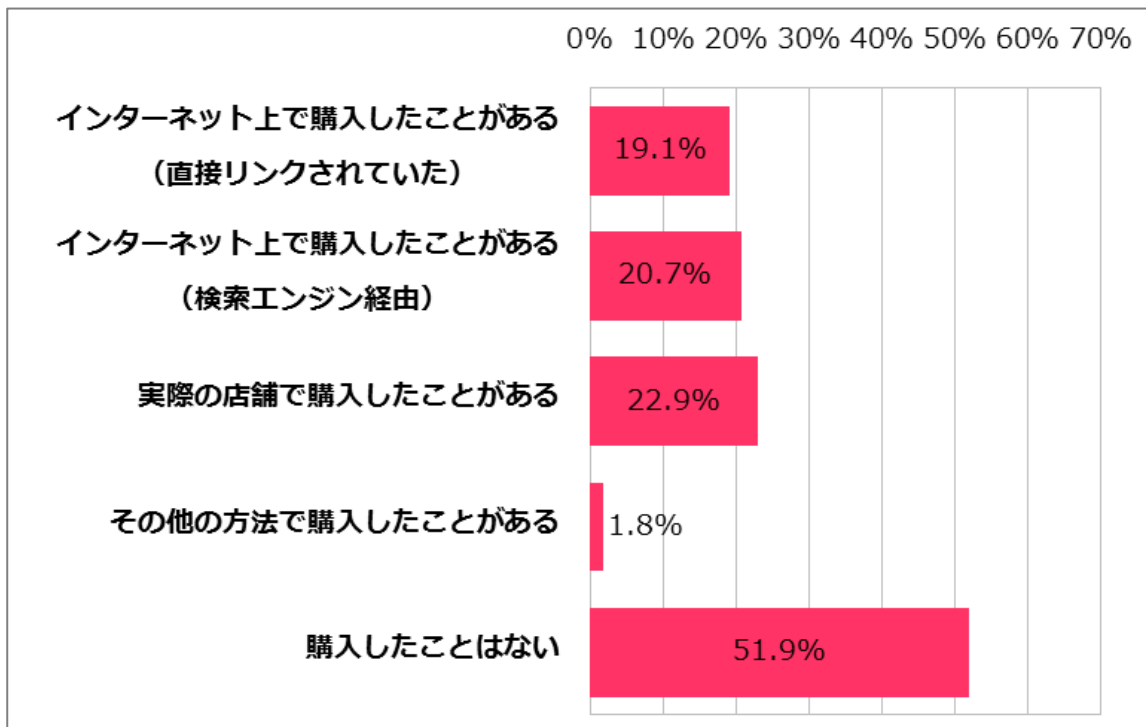
(図 1) あなたは普段、ファッションアプリをどのぐらいの頻度で利用していますか？(N=889) 単一回答



(図 2) あなたがファッションアプリを利用している理由は何ですか？(N=889) 複数回答



(図 3)ファッションアプリで閲覧した衣類を実際に購入したことはありますか？(N=889) 複数回答



(図 4)ファッションアプリでコーディネートを参考にしている方を教えてください(N=889) 複数回答

