

「スマートフォンと購買行動」 調査概要

●調査(1) 定量調査

調査対象者：20~39歳の男女、Androidスマートフォン保有者で過去1カ月以内にスマートフォンで下記のことを行った人

条件①インターネット通販利用 676s

条件②店頭検索行動経験 679s

条件③クーポン入手と使用 673s

*スクリーニング調査を14,776sに対して行い、上記対象者を抽出。

居住エリア：全国

調査方法：スマートフォンによるインターネット調査

調査日時：2012年12月

調査実施機関：株式会社インテージ、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

●調査(2) 日記式調査

調査対象者：15~39歳の男女、Androidスマートフォン保有者で過去1カ月以内にスマートフォンで、インターネット通販/店頭検索行動/クーポン入手と使用頻度が高い人 86s

居住エリア：全国

調査方法：レコーディングリサーチ（株式会社ドコモ・インサイトマーケティング提供のスマートフォンアプリによる日記式調査）

調査日時：2012年12月

調査実施機関：株式会社インテージ、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

【2009年の調査について】

・調査対象者：20~39歳の男女、携帯電話保有者で過去1カ月以内に携帯電話で下記のことを行った人

条件①インターネット通販利用 800s

条件②店頭検索行動経験 800s

*スクリーニング調査を5,895sに対して行い、上記対象者を抽出。

・居住エリア：全国

・調査方法：携帯電話によるインターネット調査

・2009年11月実施。

※モバイル通販の利用経験率のみADK「生活者総合調査」のデータを使用

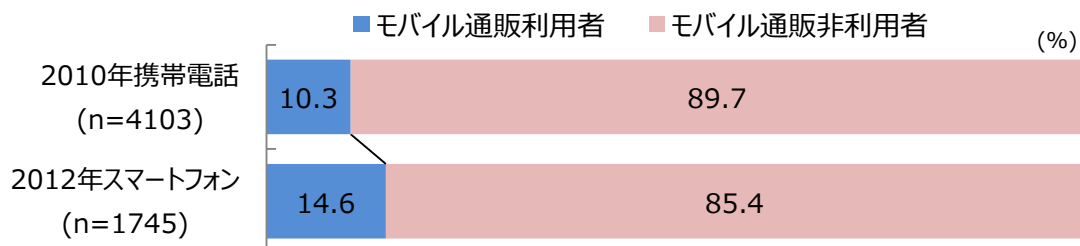
調査対象者：12~69歳男女（20~39歳男女を切り出して集計）

居住エリア：東京30km圏

調査手法：インターネット調査

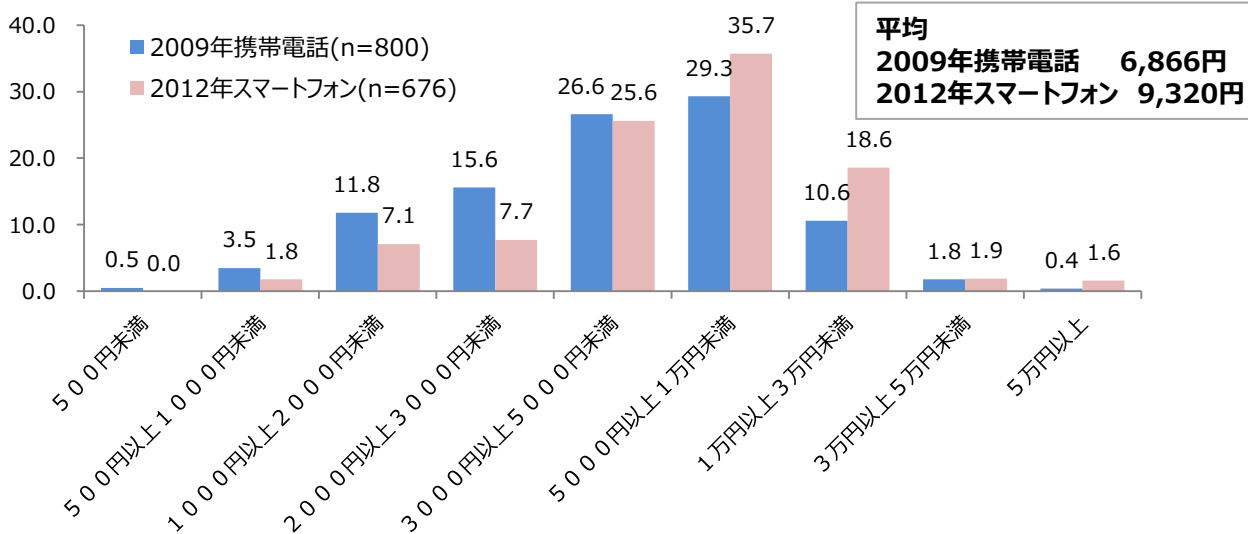
調査日時：2010年5月、2012年5月

【図1】過去1カ月以内のモバイル通販利用率 ※

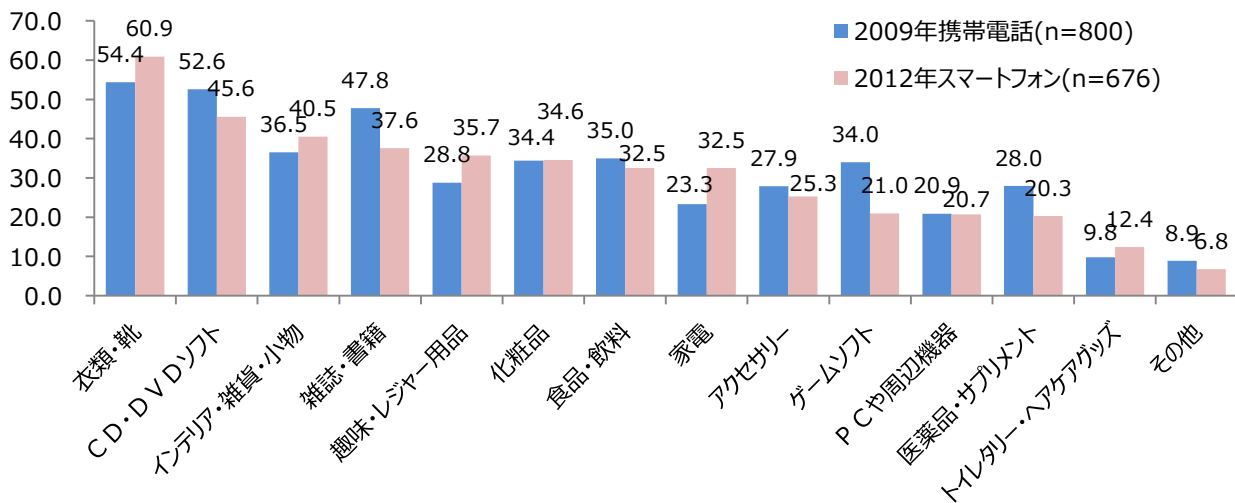


※この調査データのみ、ADK生活者総合調査2010年、2012年を使用

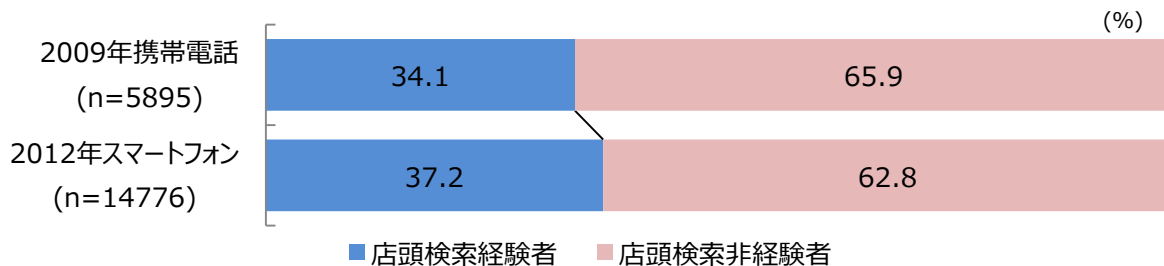
【図2】モバイル通販 1 回当たりの購入金額



【図3】モバイル通販で購入する商品

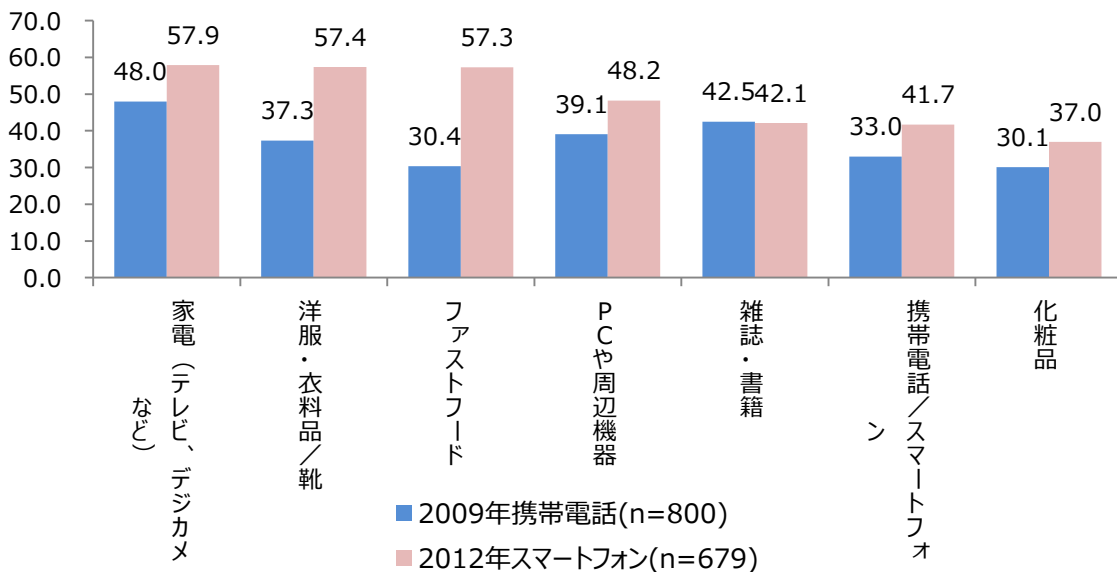


【図4】過去1か月以内のスマートフォンでの店頭検索行動経験率



- 店頭検索行動とは、ショッピング中、買おうとする商品について、他店での価格、評判、成分・原材料、クーポンの有無などをネットで検索し、買い物の参考にすること。
- 2009年、2012年ともスクリーニング調査結果より分析

【図5】店頭検索経験のある商品ジャンル



- 商品・サービスごとの店頭での情報検索経験を2009年と2012年の比較で見ると、「家電」「衣料品・靴」「ファストフード」「化粧品」で経験率が上昇している。

【図6】商品ジャンル別：店頭での情報検索の目的・検索先と検索後の行動

ジャンル	検索の目的 (1位)	主な検索先	検索後の行動 (1位)
PC・家電	より低価格で買いたい (66%)	価格比較サイト	店員と価格交渉する (47%) ※ネットで買うは31.4%
ファッション・アクセサリ	より低価格で買いたい (56%)	メーカー/量販店、ネット通販のサイト・アプリ	安心してその場で購入 (63%)
化粧品・トイレタリー・ヘアケア・医薬品	商品の評判を知りたい (58%)	クチコミサイト	安心してその場で購入 (62%)
食品・飲料	商品の詳細を知りたい (48%)	検索エンジン、レシピ投稿サイト・アプリ	安心してその場で購入 (66%)
飲食店	クーポンの有無を調べる (66%)	飲食店情報・クーポン情報サイト	クーポンで割引を受ける (84%)

商品ジャンルによって、検索する情報、検索先、検索後の行動が異なる。

● **家電：価格交渉のため「情報武装」**

- 「PC・家電」カテゴリーでは、ショッパーは「より低価格で買う」ために、店頭で価格比較サイトなどをチェックする。「店員との価格交渉」のために、言わば「情報武装」している

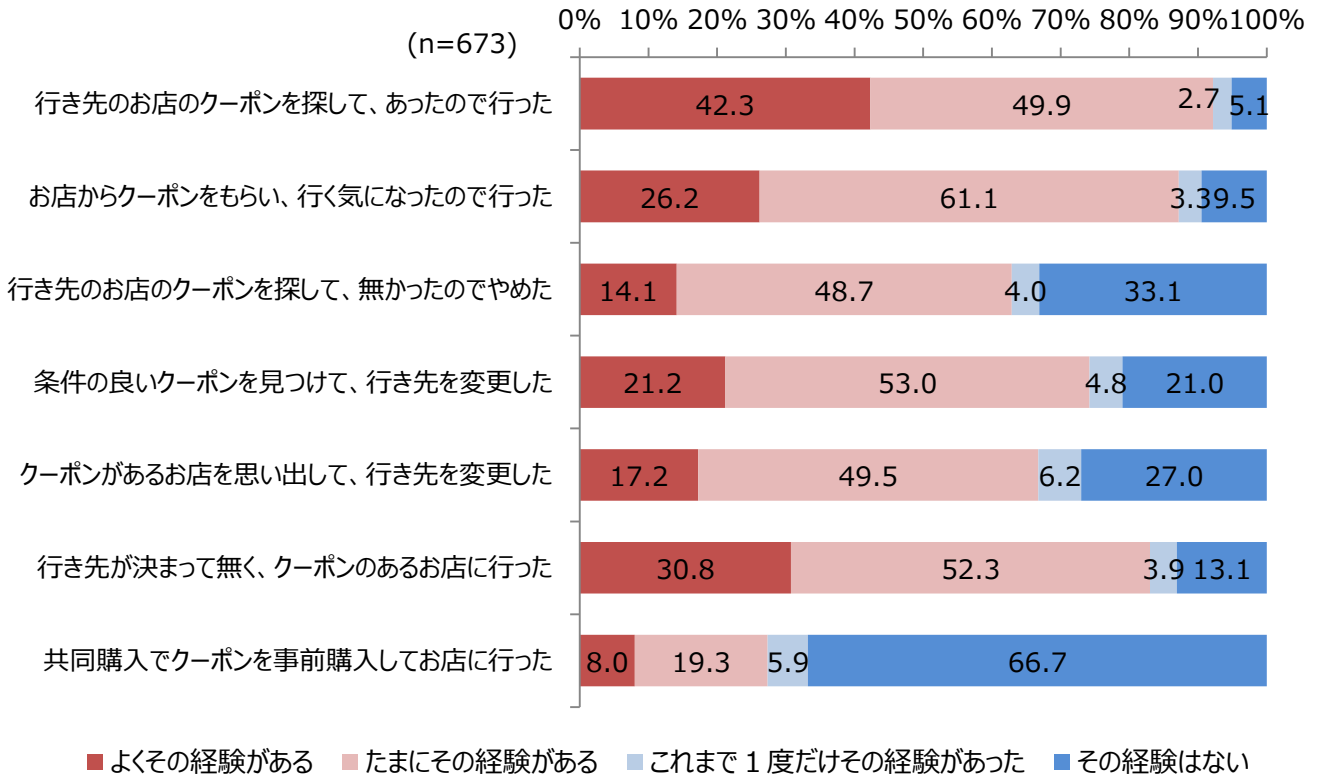
● **化粧品、食品：クチコミをチェックし、「安心」して購入**

- 「化粧品・トイレタリー・ヘアケア・医薬品」「食品・飲料」カテゴリーでは、「商品の評判」をクチコミサイトなどでチェックすることが「安心」購入へとつながっている

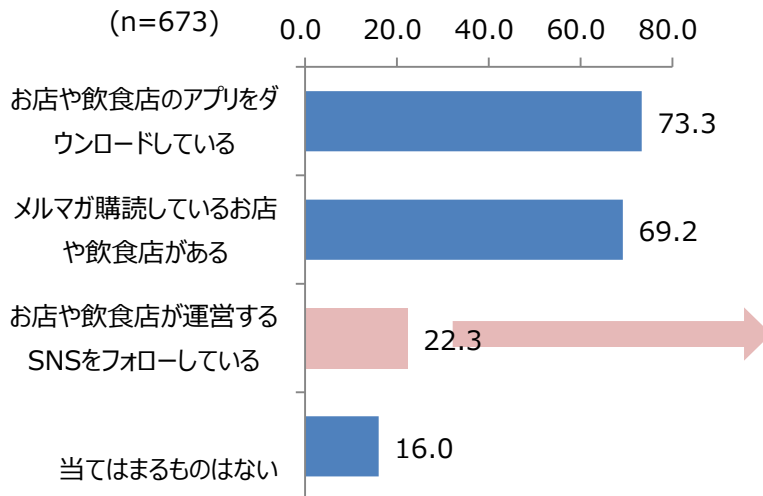
● **飲食店：クーポンをチェック、ゲットして割引を受ける**

- 「飲食店」の利用にあたっては、「クーポン」の有無を調べ、入手したクーポンで割引を受けることが、情報検索の主な目的となっている

【図7】スマートフォンで入手したクーポンに関し、経験があること



【図8】スマートフォンを使ったお店や飲食店とのつながり



【図8】フォローしているSNSの種類

