

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2020

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」
「楽天スーパーポイント」「dポイント」「LINEポイント(LINE Pay)」の利用率は
昨年調査から5ポイント超上昇

現在貯めているポイント 平均額は14,670円 失効させてしまったポイント 平均額は5,933円

マイナンバーカード発行で利用できる“マイナポイント” 認知率は33%、利用意向率は41%

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、2020年1月24日～1月27日の4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.2-3

- ・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」
「楽天スーパーポイント」「dポイント」「LINEポイント(LINE Pay)」の利用率は昨年調査から5ポイント超上昇
- ・“今後も利用したい”と思うポイントサービス 1位「楽天スーパーポイント」

《ポイントの貯め方》……P.4-6

- ・どうやってポイントを貯めている? 1位「店舗で買い物」2位「ネットショッピング」3位「飲食店を利用して」
- ・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、2位「Tポイント」3位「dポイント」
- ・現在貯めているポイント 平均額は14,670円
- ・失効させてしまったポイント 平均額は5,933円

《貯めたポイントの使い方》……P.7-9

- ・貯めたポイントの使い方 TOP3 は「買い物で使う」「電子マネーと交換」「現金化」
- ・“お得感がある”と評価されたポイントの使い方 TOP3 は「買い物で使う」「現金化」「特典航空券と交換」
- ・ポイントの使用しやすさ満足度 1位「楽天スーパーポイント」2位「Tポイント」3位「dポイント」
- ・交換条件の満足度では航空会社系2社のサービスがTOP2、“特典への交換条件が魅力的”と評価される
- ・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.10-12

- ・「ポイントサービスが好き」8割強、40代女性では9割以上
- ・“ポイ活”が節約に「ポイント活用で節約ができた」7割半
- ・「お得なポイントカードは積極的に作りたい」7割近く、30代女性では7割半
- ・マイナンバーカード発行で利用できる“マイナポイント” 認知率は33%、利用意向率は41%

《デートでのポイント活用術》……P.13-16

- ・デートで使ったことがあるポイント活用術 2位「まとめて会計、相手の支払い分も自分のポイントに」、1位は?
- ・「デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンした」女性の64%が経験
- ・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 2位「ポイントカード忘れを理由に買い物中止」
- ・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」、女性は「プチ贅沢」「プチギフト」に好感

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」

「楽天スーパーポイント」「dポイント」「LINEポイント(LINE Pay)」の利用率は昨年調査から5ポイント超上昇

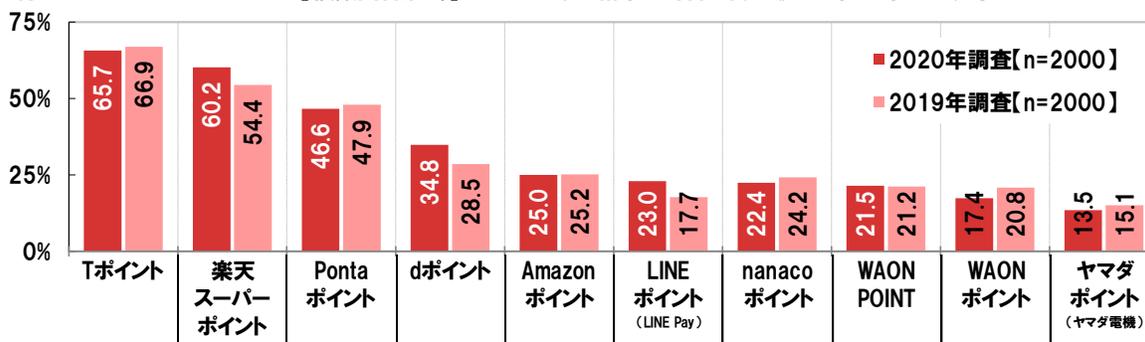
20歳～49歳の男女2,000名(全回答者)を対象に、ポイントサービス(小売店、インターネットショッピングなどでポイントが貯まるサービス)の利用実態や意識について調査を行った。

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「Tポイント」(65.7%)、2位「楽天スーパーポイント」(60.2%)、3位「Pontaポイント」(46.6%)、4位「dポイント」(34.8%)、5位「Amazonポイント」(25.0%)となった。2019年2月実施の前回調査結果(※1)と比較すると、利用率が5ポイント以上上昇したサービスは「楽天スーパーポイント」(2019年54.4%→2020年60.2%)と「dポイント」(2019年28.5%→2020年34.8%)、「LINEポイント(LINE Pay)」(2019年17.7%→2020年23.0%)だった。中でも、「LINEポイント(LINE Pay)」は2019年9位→2020年6位と、順位を大きく上げる結果となった。

※1 2019年2月27日発表 日本人のポイント活用に関する調査 2019

http://www.mobile-research.jp/investigation/research_date_190227.html

◆利用しているポイントサービス [複数回答形式] ※2020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	ポイントサービス	%	順位	ポイントサービス	%	順位	ポイントサービス	%
1位	Tポイント	52.9	1位	Tポイント	62.0	1位	Tポイント	75.7
2位	楽天スーパーポイント	47.7	2位	楽天スーパーポイント	61.7	2位	楽天スーパーポイント	67.0
3位	Pontaポイント	38.7	3位	Pontaポイント	39.5	3位	Pontaポイント	52.3
4位	dポイント	28.2	4位	dポイント	33.8	4位	dポイント	35.1
5位	Amazonポイント	25.5	5位	Amazonポイント	30.2	5位	nanaco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	ポイントサービス	%	順位	ポイントサービス	%	順位	ポイントサービス	%
1位	Tポイント	65.2	1位	Tポイント	65.3	1位	Tポイント	73.0
2位	楽天スーパーポイント	53.2	2位	楽天スーパーポイント	65.3	2位	楽天スーパーポイント	66.1
3位	Pontaポイント	46.5	3位	Pontaポイント	50.9	3位	Pontaポイント	51.7
4位	LINEポイント(LINE Pay)	31.8	4位	dポイント	39.5	4位	dポイント	40.5
5位	dポイント	31.5	5位	LINEポイント(LINE Pay)	29.0	5位	WAON POINT	28.8

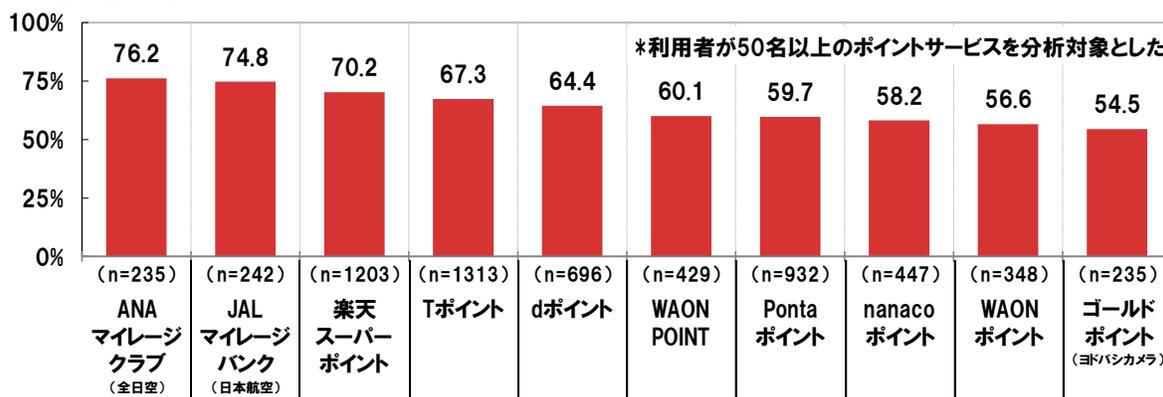
NEWS LETTER (調査レポート)

◆“今後も利用したい”と思うポイントサービス 1位「楽天スーパーポイント」

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。

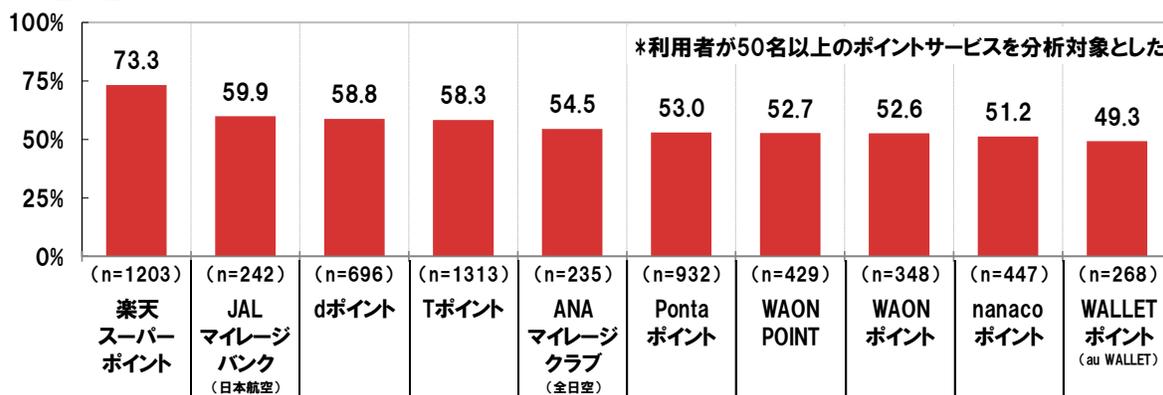
各ポイントサービスの利用者が“このサービスは信頼できる”と評価した割合(=信頼度)をみると、1位「ANA マイレージクラブ(全日空)」(76.2%)、2位「JAL マイレージバンク(日本航空)」(74.8%)、3位「楽天スーパーポイント」(70.2%)となった。航空会社系のポイントサービスを利用している人の多くが、サービスを“信頼できる”と感じていることがわかった。

◆信頼度(各ポイントサービスの利用者が“このサービスは信頼できる”と評価した割合)
※上位10位まで表示



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(=リピート意向度)をみると、1位「楽天スーパーポイント」(73.3%)、2位「JAL マイレージバンク(日本航空)」(59.9%)、3位「dポイント」(58.8%)となった。“利用しているポイントサービス”では2位だった「楽天スーパーポイント」が、リピート意向度でトップとなった。

◆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)

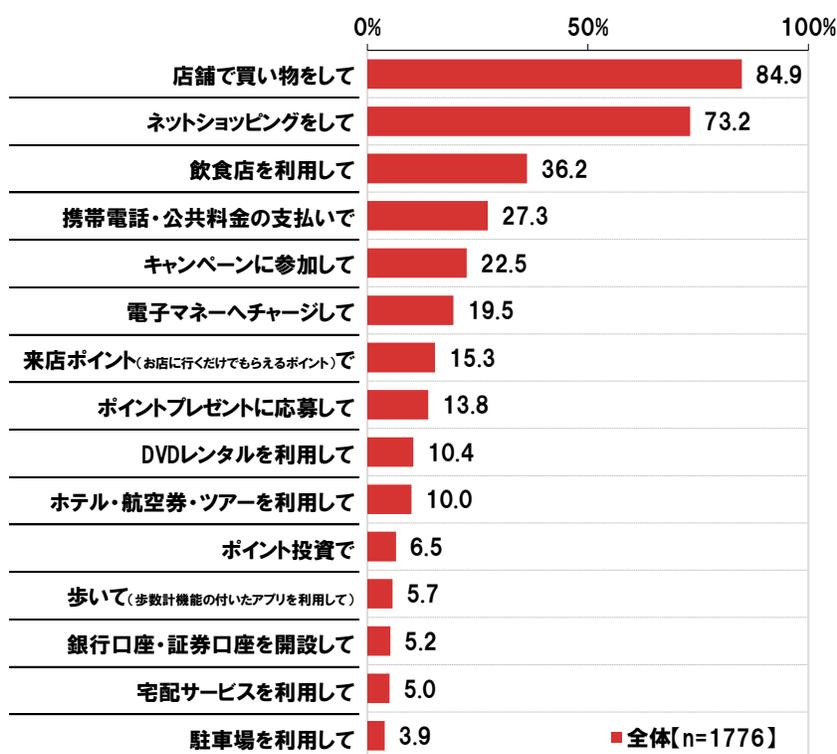
《ポイントの貯め方》

◆どうやってポイントを貯めている？ 1位「店舗で買い物」2位「ネットショッピング」3位「飲食店を利用して」

ポイントサービス利用者は、どのような方法でポイントを貯めることが多いのだろうか。

ポイントサービス利用者(1,776名)に、ポイントをどのようにして貯めているか聞いたところ、「店舗で買い物をして」(84.9%)が最も高く、次いで、「ネットショッピングをして」(73.2%)、「飲食店を利用して」(36.2%)、「携帯電話・公共料金の支払いで」(27.3%)、「キャンペーンに参加して」(22.5%)となった。店舗やネットでの買い物の際に、ポイントを貯めている人が多いようだ。また、毎月の携帯電話・公共料金の支払いで、自動的にポイントが貯まっているという人は少なくないようだ。

◆ポイントの貯め方 [複数回答形式] ※上位15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)

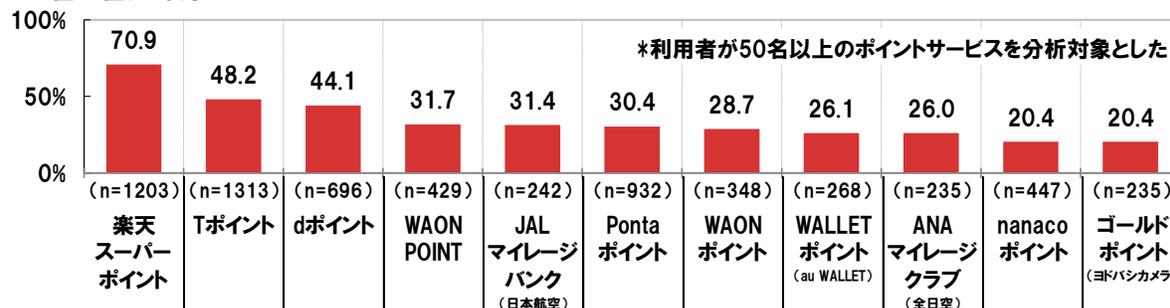
◆ポイントの貯めやすさ満足度 「楽天スーパーポイント」がダントツ、2位「Tポイント」3位「dポイント」

ポイントの貯めやすさにおける満足度が高いのは、どのポイントサービスなのだろうか。

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(=貯めやすさ満足度)をみると、1位「楽天スーパーポイント」(70.9%)、2位「Tポイント」(48.2%)、3位「dポイント」(44.1%)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

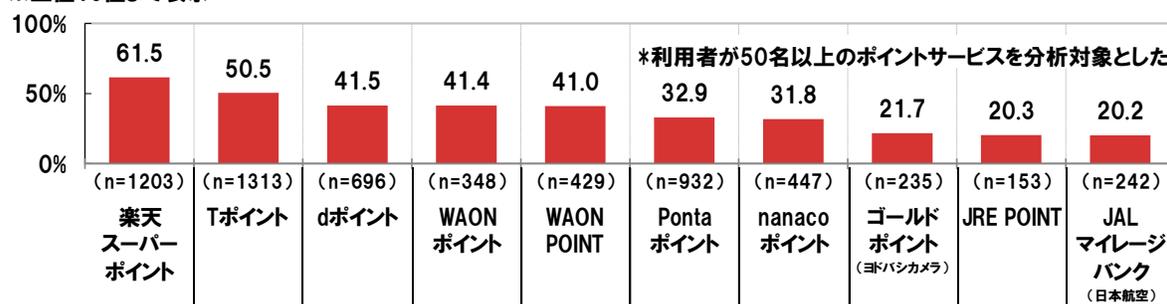


各ポイントサービス利用者の、シチュエーション別での貯めやすさ満足度をみると、“普段の買い物”での貯めやすさ満足度は、1位「楽天スーパーポイント」(61.5%)、2位「Tポイント」(50.5%)、3位「dポイント」(41.5%)となった。

◆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

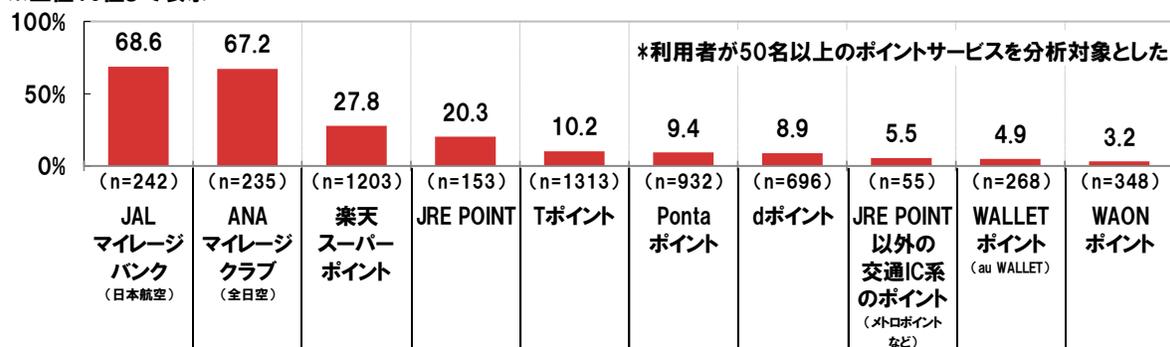


また、“旅行”での貯めやすさ満足度は、1位「JAL マイレージバンク(日本航空)」(68.6%)、2位「ANA マイレージクラブ(全日空)」(67.2%)となった。航空会社系の2社のサービスが、他社のサービスに大きな差をつけてTOP2となった。

◆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)

◆現在貯めているポイント 平均額は 14,670 円

◆失効させてしまったポイント 平均額は 5,933 円

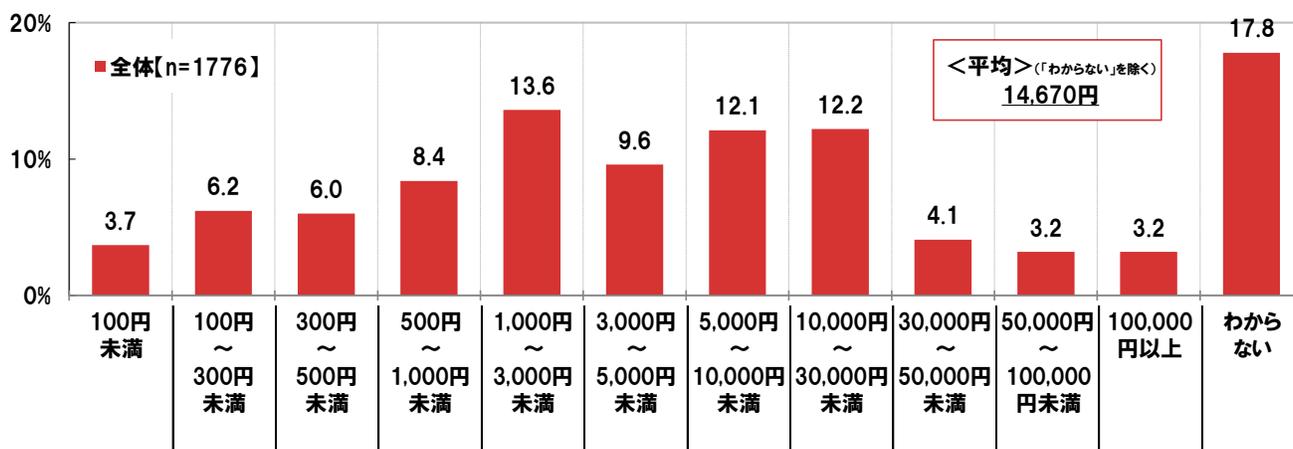
では、現在、どのくらいポイントを貯めている人が多いのだろうか。

ポイントサービス利用者(1,776名)に、現在保有しているポイントを聞いたところ、「1,000円～3,000円未満」は13.6%、「5,000円～10,000円未満」は12.1%、「10,000円～30,000円未満」は12.2%で、最も高くなったのは「わからない」(17.8%)だった。保有ポイントがどのくらいの額に相当するか、意識していない人が少なくないようだ。

「わからない」以外の回答をした人の平均額をみると、14,670円となった。

◆現在保有しているポイント(利用しているすべてのポイントサービスの合計) [単一回答形式]

対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



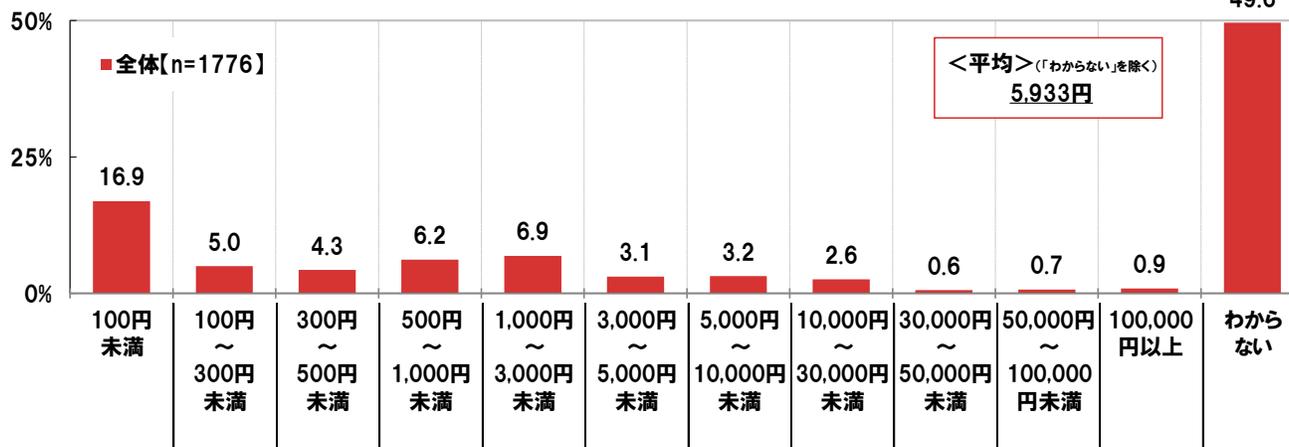
ポイントに有効期限がある場合は、期限を過ぎるとポイントが失効し、使えなくなってしまう。ポイントサービス利用者は、これまでにどのくらいポイントを失効させたのだろうか。

ポイントサービス利用者(1,776名)に、これまでに失効させたポイントを聞いたところ、金額を回答した人の中では「100円未満」(16.9%)に回答が集まった。他方、「わからない」(49.6%)は半数近くになった。ポイントの失効について意識していない人が多いようだ。

「わからない」以外の回答をした人の平均額をみると、5,933円となった。

◆これまでに失効させたポイント(利用しているすべてのポイントサービスの合計) [単一回答形式]

対象:いずれかのポイントサービスを利用している人



NEWS LETTER (調査レポート)

《貯めたポイントの使い方》

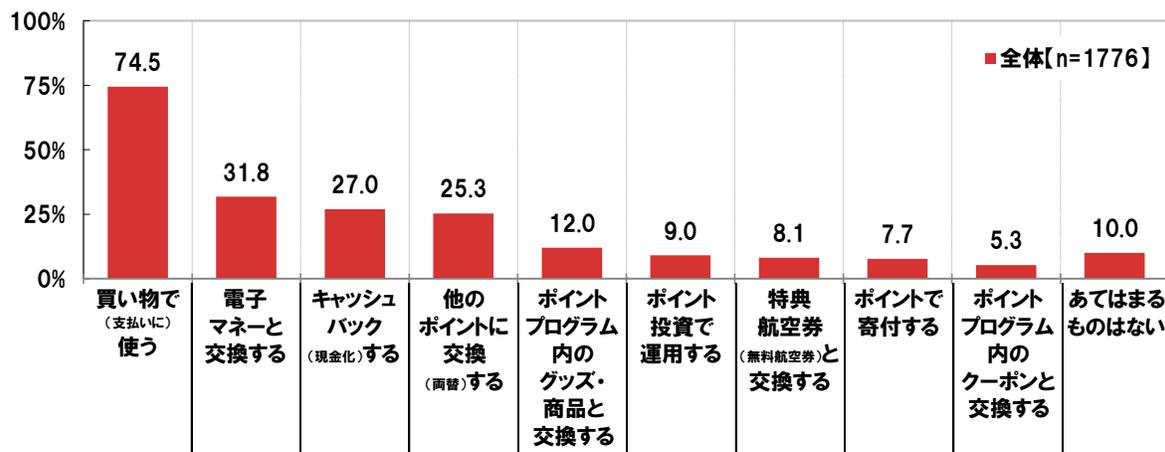
◆貯めたポイントの使い方 TOP3 は「買い物で使う」「電子マネーと交換」「現金化」

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

ポイントサービス利用者は、貯めたポイントを、どのようなことに使用しているのだろうか。

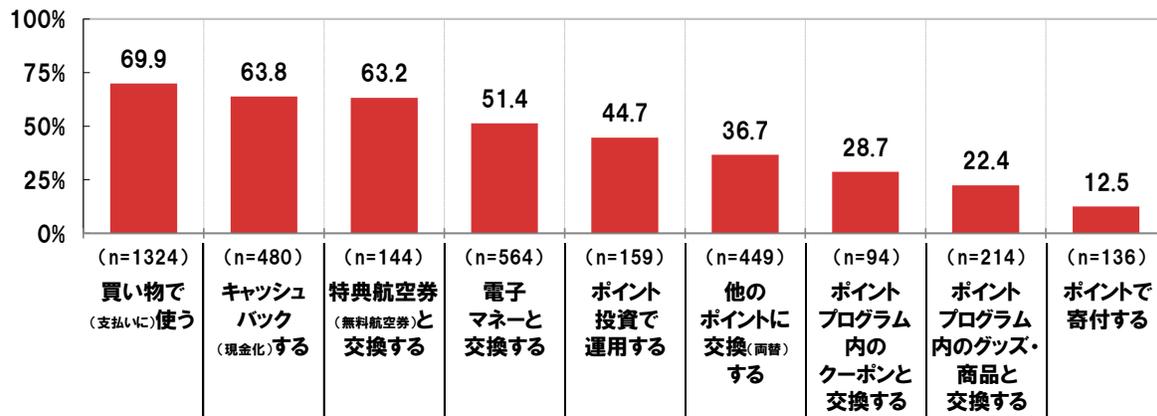
ポイントサービス利用者(1,776名)に、実際にやったことがあるポイント使用方法を聞いたところ、「買い物で(支払いに)使う」(74.5%)が最も高く、以降、「電子マネーと交換する」(31.8%)、「キャッシュバック(現金化)する」(27.0%)が続いた。

◆「実際にやったことがある」ポイント使用方法 [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



実際にその使用方法を経験した人が“お得感がある”と評価した割合(=お得度)をみると、「買い物で(支払いに)使う」(69.9%)が最も高く、次いで、「キャッシュバック(現金化)する」(63.8%)、「特典航空券(無料航空券)と交換する」(63.2%)となった。

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



NEWS LETTER (調査レポート)

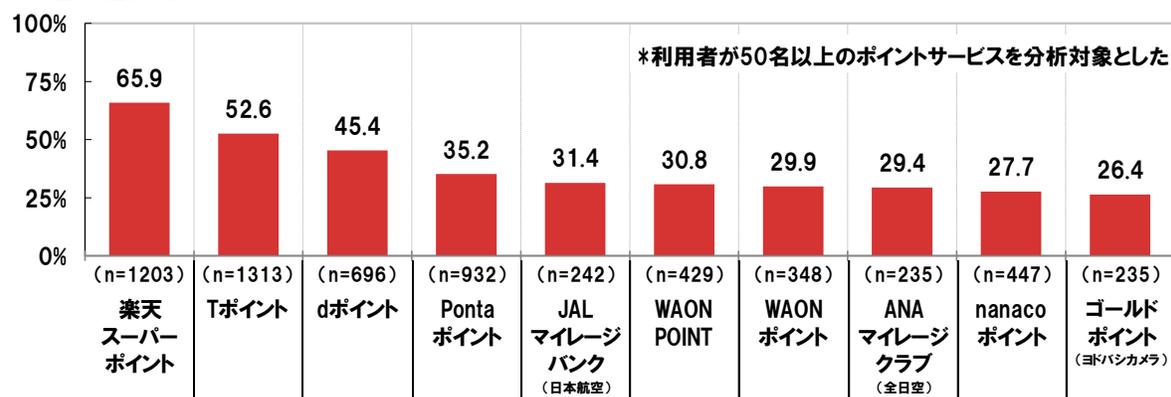
◆ポイントの使用しやすさ満足度 1位「楽天スーパーポイント」2位「Tポイント」3位「dポイント」

◆交換条件の満足度では航空会社系2社のサービスがTOP2、“特典への交換条件が魅力的”と評価される

各ポイントサービスの利用者が、“このポイントサービスはポイントを使用しやすい”と評価した割合(=使用しやすさ満足度)をみると、1位「楽天スーパーポイント」(65.9%)、2位「Tポイント」(52.6%)、3位「dポイント」(45.4%)となった。貯めやすさ満足度で1位だった「楽天スーパーポイント」が、使用しやすさ満足度でもトップとなった。

◆使用しやすさ満足度(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使用しやすい”と評価した割合)

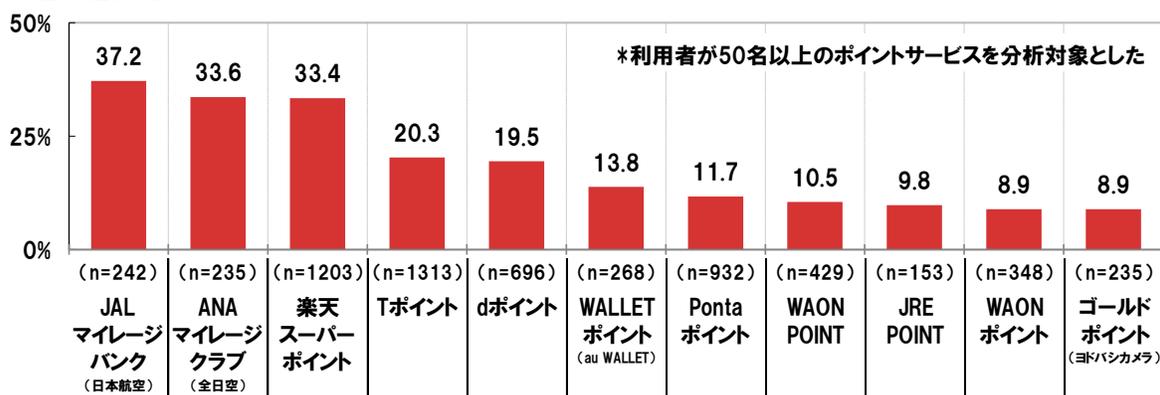
※上位10位まで表示



各ポイントサービスの利用者が、“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)」(37.2%)、2位「ANAマイレージクラブ(全日空)」(33.6%)、3位「楽天スーパーポイント」(33.4%)となった。貯まったマイルを特典航空券などに交換できる、航空会社系のサービスが1位、2位となった。

◆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」

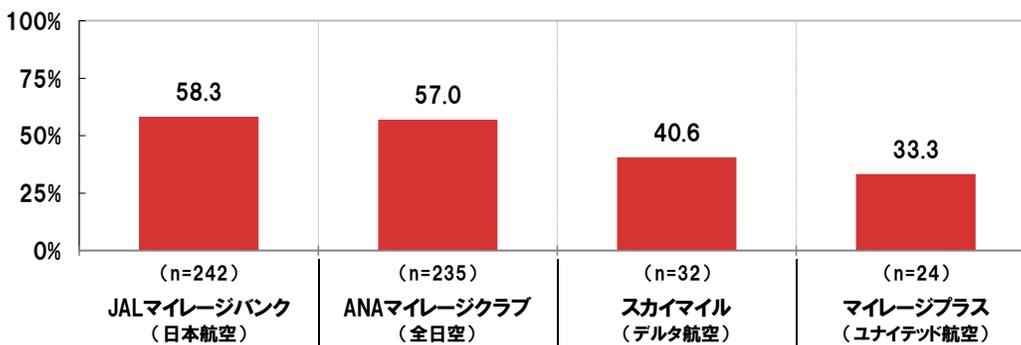
航空会社のマイレージサービスは、特典への交換条件の満足度が高いことがわかったが、利便性の観点では、特典航空券の“予約しやすさ”も重要な要素だと思われる。では、特典航空券の“予約しやすさ”の満足度が高いのは、どの航空会社のサービスなのだろうか。

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「JALマイレージバンク（日本航空）」（58.3%）、2位「ANAマイレージクラブ（全日空）」（57.0%）、3位「スカイマイル（デルタ航空）」（40.6%）、4位「マイレージプラス（ユナイテッド航空）」（33.3%）となった（※2）。

※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割強、40代女性では9割以上

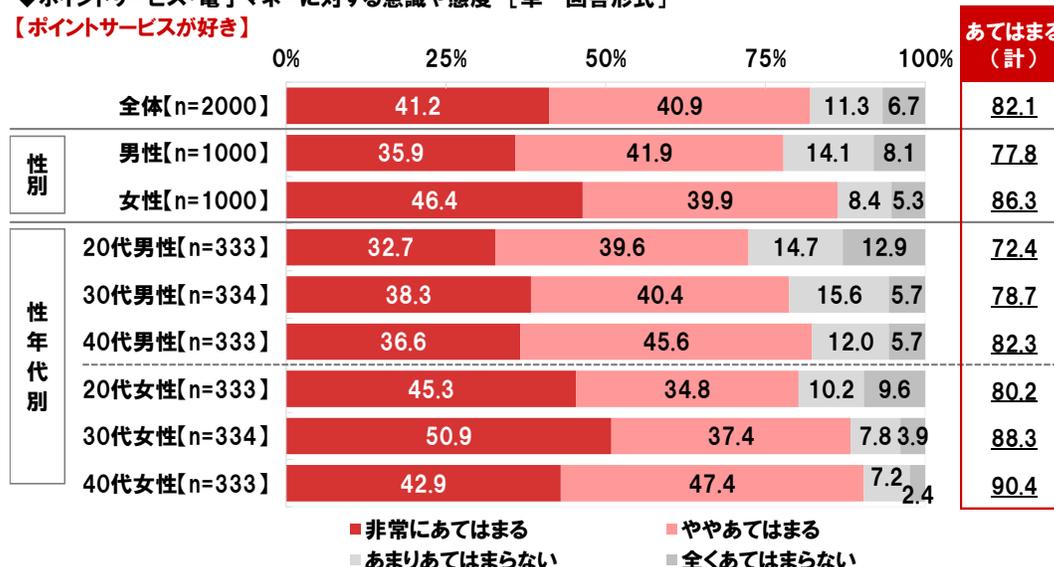
◆“ポイ活”が節約に「ポイント活用で節約ができた」7割半

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82.1%となった。ポイントサービスが好きな人が大多数を占める結果となった。

『あてはまる』の割合を性年代別にみると、40代女性(90.4%)が最も高くなった。40代女性には、ポイント好きを自認している人が多いようだ。

◆ポイントサービス・電子マネーに対する意識や態度 [単一回答形式]

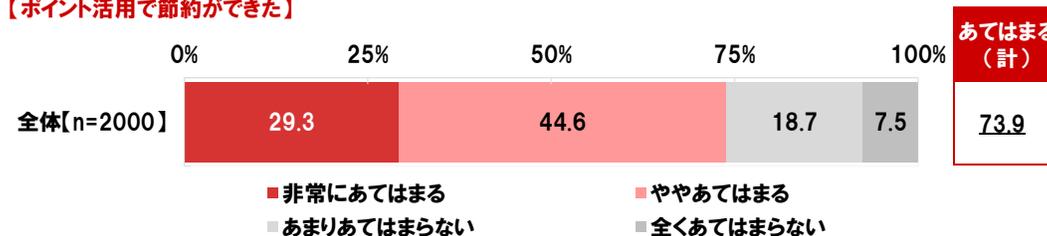
【ポイントサービスが好き】



【ポイント活用で節約ができた】では、『あてはまる』が73.9%となった。ポイントサービスを上手に活用する“ポイ活”で節約ができたと感じている人が多数派となった。

◆ポイントサービス・電子マネーに対する意識や態度 [単一回答形式]

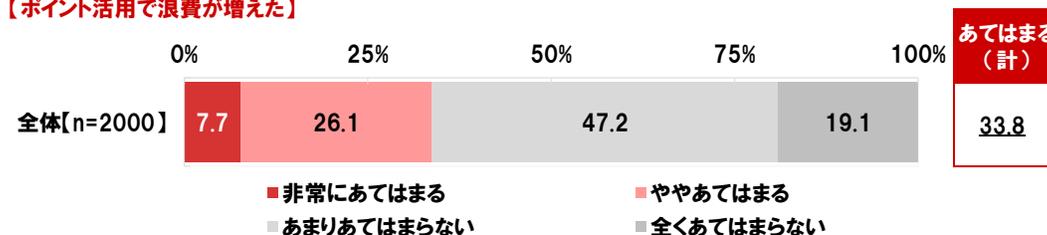
【ポイント活用で節約ができた】



また、【ポイント活用で浪費が増えた】では、『あてはまる』が33.8%となった。ポイントの活用を意識しすぎて浪費につながってしまった人があるようだ。

◆ポイントサービス・電子マネーに対する意識や態度 [単一回答形式]

【ポイント活用で浪費が増えた】



NEWS LETTER (調査レポート)

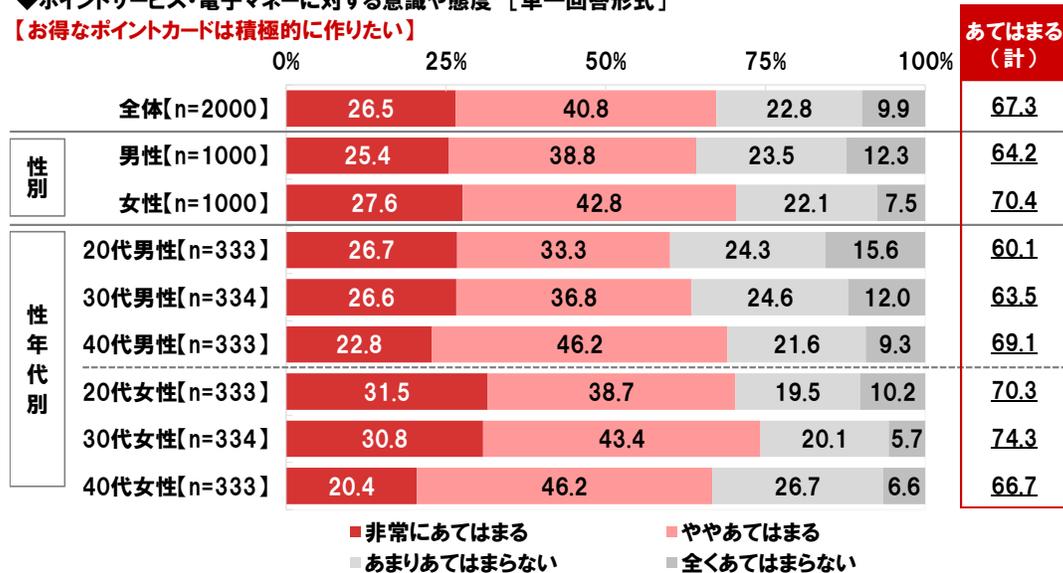
◆「お得なポイントカードは積極的に作りたい」7割近く、30代女性では7割半

【お得なポイントカードは積極的に作りたい】では、『あてはまる』が67.3%となった。

『あてはまる』の割合を性年代別にみると、30代女性(74.3%)が最も高くなった。30代女性には、お得なポイントカードへの加入に積極的な人が多いことがわかった。

◆ポイントサービス・電子マネーに対する意識や態度 [単一回答形式]

【お得なポイントカードは積極的に作りたい】

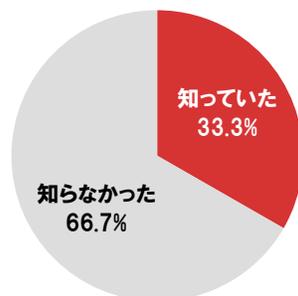


NEWS LETTER（調査レポート）

◆マイナンバーカード発行で利用できる“マイナポイント” 認知率は33%、利用意向率は41%

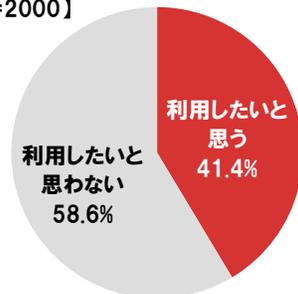
2020年9月から、マイナンバーカードの普及促進を目的としたキャッシュレス還元ポイント“マイナポイント”が開始される。キャッシュレス決済をすると、自分が選んだ決済事業者のポイントが付与される仕組みで、還元されるポイントは期間を通して最大5,000円分となっている。事業の期間は2021年3月までの予定で、マイナポイントを利用するためには、マイナンバーカードの発行など、いくつかの準備が必要となる。

全回答者(2,000名)に、この“マイナポイント”を知っていたか聞いたところ、「知っていた」は33.3%、「知らなかった」は66.7%となった。2019年10月の消費税増税時にはキャッシュレス・消費者還元制度が話題となったが、マイナポイントについてはまだ広く認知されていないようだ。

◆マイナポイントを知っていたか【単一回答形式】
全体[n=2000]

では、どのくらいの方がマイナポイントの利用に関心があるのだろうか。

マイナポイント事業が開始された際には、利用したいと思うか聞いたところ、「利用したいと思う」は41.4%、「利用したいと思わない」は58.6%で、利用に対し消極的な人が多数派となった。

◆マイナポイント事業が開始された際には、
利用したいと思うか【単一回答形式】
全体[n=2000]

NEWS LETTER (調査レポート)

《デートでのポイント活用術》

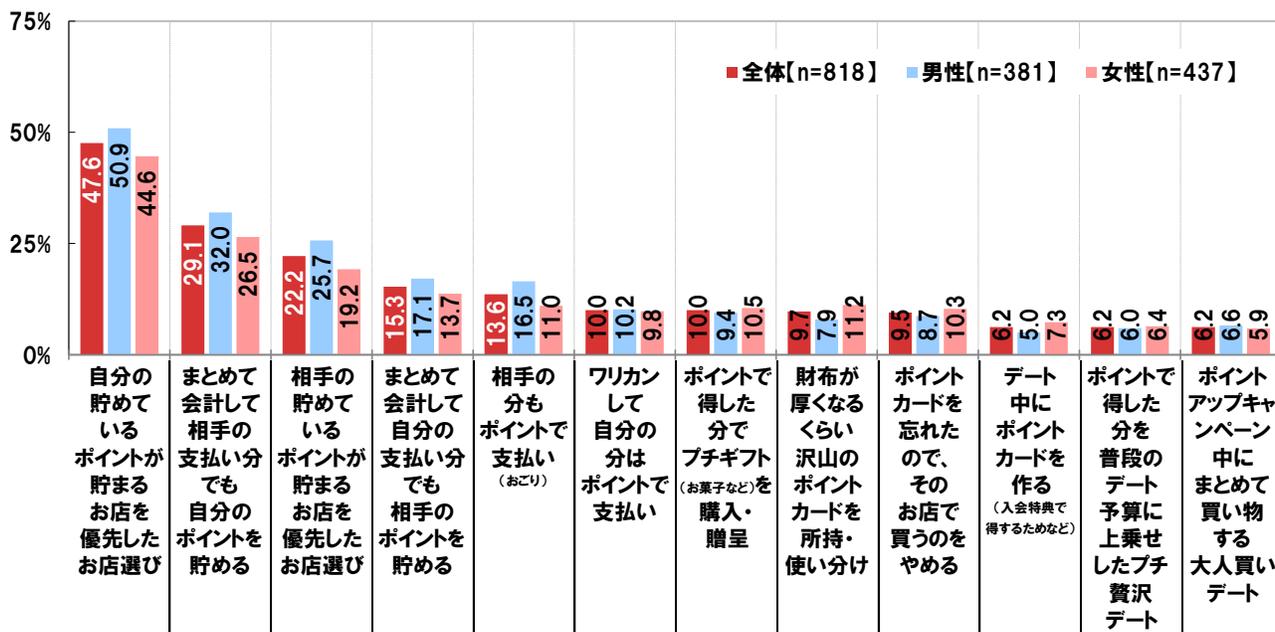
◆デートで使ったことがあるポイント活用術 2位「まとめて会計、相手の支払い分も自分のポイントに」、1位は？

デートの際のポイント活用術について質問した。

デートでポイントサービスを活用したことがある人(818名)に、デートで実際に使ったことがあるポイント活用術を聞いたところ、「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」(47.6%)、「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」(29.1%)、「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」(22.2%)となった。ポイントを優先して、デートの行先を選んだ経験のある人が多いようだ。

◆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10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)

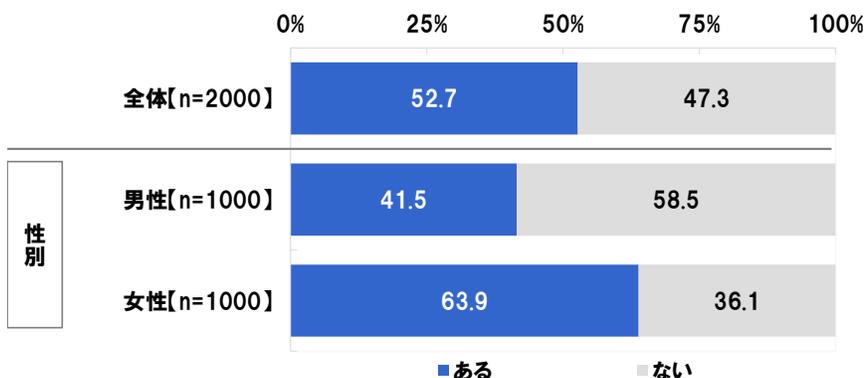
◆「デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンした」女性の64%が経験

ポイントサービスの活用方法によって、相手への印象が変わることはあるのだろうか。

全回答者(2,000名)に、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か聞いたところ、「ある」は52.7%と、半数以上になった。

「ある」の割合を男女別にみると、女性は63.9%で、男性(41.5%)より22.4ポイント高くなった。

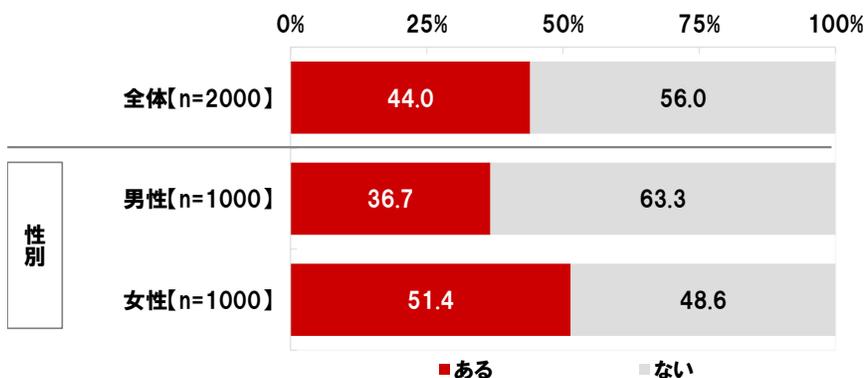
◆デート相手のポイント活用の仕方、好感度がダウンすること



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か聞いたところ、「ある」は44.0%となった。

「ある」の割合を男女別にみると、女性は51.4%で、男性(36.7%)より14.7ポイント高くなった。女性には、ポイント活用の仕方、相手への気持ちに変化するという人が多いようだ。

◆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



NEWS LETTER (調査レポート)

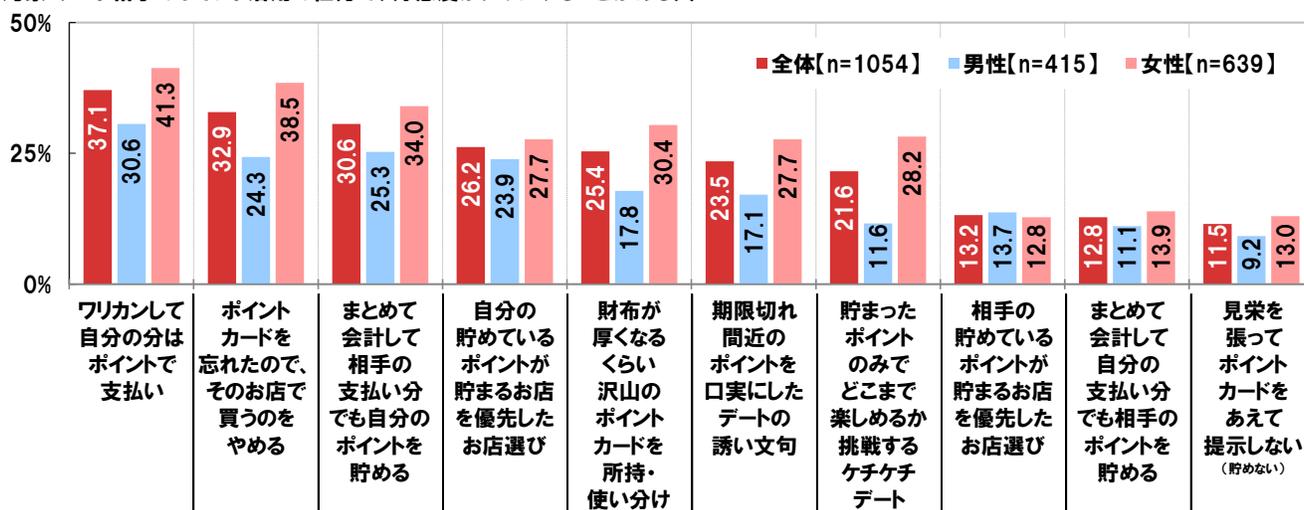
◆デート相手がしていたら好感度がダウンするポイント活用術 2位「ポイントカード忘れを理由に買い物中止」

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(1,054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、「ワリカンして自分の分はポイントで支払い」(37.1%)が最も高く、次いで、「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」(32.9%)、「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%)となった。

男女別にみると、「貯まったポイントのみでどこまで楽しめるか挑戦するケチケチデート」(男性 11.6%、女性 28.2%)は、男性と比べて女性のほうが 16.6ポイント高くなった。ポイントでの節約に力を入れすぎている男性には、幻滅してしまう女性が多いのではないだろうか。

◆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)

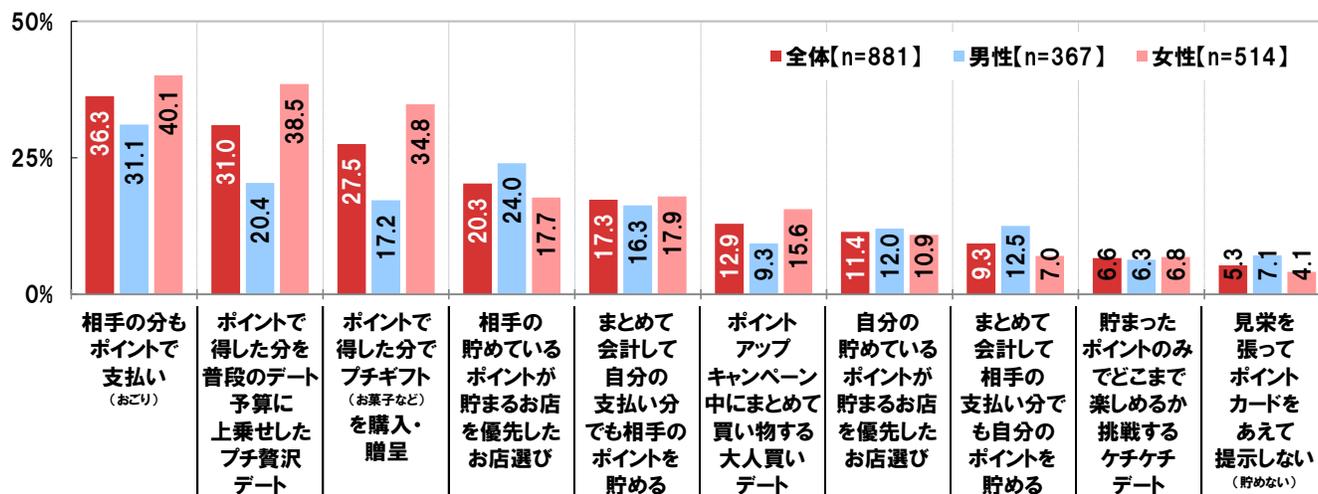
◆デート中、好感度アップを招くポイント活用術 1位「ポイントでおごり」、女性は「プチ贅沢」「プチギフト」に好感

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(881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、「相手の分もポイントで支払い(おごり)」(36.3%)が最も高く、次いで、「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」(31.0%)、「ポイントで得た分でプチギフト(お菓子など)を購入・贈呈」(27.5%)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20.4%、女性38.5%)、「ポイントで得た分でプチギフト(お菓子など)を購入・贈呈」(男性17.2%、女性34.8%)は、いずれも男性と比べて女性のほうが15ポイント以上高くなった。女性には、デートでポイントを活用して、ちょっとお得感のある演出をしてくれる男性に、好感度がアップする人が多いようだ。

◆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2020
- ◆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 : 2020年1月24日～1月27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 : 1億円
- 主な業務内容 : ネットリサーチ事業
- URL : <http://www.mobile-research.jp/>