

2006年4月10日
株式会社アイ・エム・プレス

月刊『アイ・エム・プレス』編集部が独自調査 「ポイントプログラムに関するアンケート」結果ダイジェスト

株式会社アイ・エム・プレス（東京都文京区、代表取締役社長：西村道子）は、2006年2月、東京・神奈川・千葉・埼玉在住の20代から50代の男女500人を対象に、ポイントプログラムに対するインターネット調査を行いました。

これは、ポイントシステムを特集した（特集タイトル：“進化するポイントシステム”）月刊『アイ・エム・プレス』119号（2006年3月25日号）の発行に併せて実施しました。

商品購入額に応じて顧客への利益還元を行うポイントプログラムは、主にサービス業や小売業の販促手段として多用され、現在ではEC（ネット通販）でも採用されています。

本調査では、ポイントプログラムを「商品やサービスを購入することによってポイントが貯まる仕組み」と定義し、「ポイントプログラム入会の動機」「会員登録時に、提供したくない個人情報」「ポイントプログラムの不満点」などの9つの項目について、NetMile リサーチの協力により、インターネットモニター調査を行いました。本日は、同調査のダイジェストをお送り致します。また、詳しい内容は月刊『アイ・エム・プレス』119号P24～29に掲載されています。

< 調査の概要 >

調査方法：インターネットモニター調査（NetMile リサーチ調べ）

調査対象：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県在住の20代から50代の男女

サンプル数：N=500（男性：248人、女性：252人）

設問1 過去1年間に使ったポイントプログラム

設問2 入会の動機

設問3 会員登録時に、提供したくない個人情報（男女別）

設問4 ポイント付与の条件（男女別）

設問5 ポイント交換の対象

設問6 他ポイントプログラムへの交換経験有無

設問7 他ポイントプログラムへの交換頻度

設問8 最も魅力的な会員サービス（男女別）

設問9 ポイントプログラムの不満点（男女別）

< 調査内容紹介 >

7割強がポイントプログラム自体の魅力で入会を決定

「過去一年以内に使ったポイントプログラムの数はいくつありますか」という設問では、62%が「2~5」、20%が「6~10」と回答。11以上のポイントプログラムを駆使するヘビーユーザーも合わせると、実に89%が複数のポイントプログラムを活用しており、また4分の1は6種以上を使いわけていることがわかった。

次に「どんな理由からポイント会員に入会することを決めましたか」という質問で、入会の動機について3つまで回答してもらったところ、7割強の人が「ポイントプログラムが魅力的だから」(75%)と回答した。次に多かったのは「店舗/サイトによく訪れるから」の38%。「ポイント以外の特典に惹かれたから」が19%、「商品が好き/優れているから」が15%と続いた。

40代女性・50代男女を除いて6割以上が誕生日/月の特典に好反応

「どんな条件でポイントが付くとうれしいですか?」という質問で3つまで回答してもらったところ、「誕生日/月に通常より多くポイントが付く」が最も多く、60%だった。続いて、「お店に行くだけでポイントが付く」(57%)、「コメント書き込みやアンケート協力でポイントが付く」(54%)と続く。上位3つとやや差を開けて、「購入金額に応じてポイント還元率が変わる」が37%、「特定の商品を購入/サービスを利用するとボーナスポイントが付く」が26%で続いている。1位~3位と4位・5位の違いは、前者が「会員側の特性や行動によるもの」であるのに対し、後者が「購入に関して企業側が提示した条件」であることだ。顧客にとってのメリットや、うれしいと感じるかどうかといった視点からプログラムを見直す必要がありそうだ。

性・年代別に見てみると、「購入金額に応じてポイント還元率が変わる」とうれしいと回答する傾向が見られた。

50代女性で最も多かった回答が「お店に行くだけでポイントが付く」で71%。ポイント付与が来店動機となる可能性は高いと言える。同様の回答について、男性では、20代が60%と最も高く、50代は42%と全属性中最も高かった。

詳細は、月刊「アイ・エム・プレス」119号に掲載

<http://www.im-press.jp/magazine/index.html>

<月刊『アイ・エム・プレス』の概要>

“インターネット時代の顧客づくりを活性化する！”月刊『アイ・エム・プレス』は、株式会社アイ・エム・プレスより毎月25日に発行されているマーケティング情報誌です。3月25日に発行された119号では、「進化するポイントシステム」と題した特集で、ポイントシステムを活用する先進企業であるJR東日本ネットステーション(株)、(株)Tカード&マーケティング、(株)東急百貨店、(株)マニックパニック東京のケーススタディを紹介するとともに、独自調査「ポイントプログラムに関するアンケート」結果を掲載しています。

<株式会社アイ・エム・プレスの概要>

株式会社アイ・エム・プレスは、1989年設立。1995年11月に、CRMにかかわる国内唯一のマーケティング情報誌 月刊「アイ・エム・プレス」(毎月25日発売、年間定期購読料：24,000円)を創刊、2005年11月25日発売号で創刊10周年を迎えることになりました。当社では他に以下の書籍の企画・編集および販売を行っています。

- ・「テレマーケティング白書 1999～2004」
- ・「コールセンター年鑑 2005」
- ・「CRM白書 2003～2005」
- ・「CRM年鑑 2006」(「白書」よりタイトル変更、毎年3月頃発売)
- ・「CRM支援市場総覧 2005」

社名	: 株式会社アイ・エム・プレス
設立	: 1989年10月19日
資本金	: 1,000万円
代表取締役社長	: 西村道子
従業員	: 10名
所在地	: 〒113-0033 東京都文京区本郷2-3-6 聖台ビル5F
電話	: 03-3815-8991
FAX	: 03-3815-8957
URL	: http://www.im-press.jp/
業務内容	: 企画、調査、編集、出版、セミナー運営

<本リリースに関する問い合わせ先>

株式会社アイ・エム・プレス TEL: 03-3815-8991 eメール: edit@im-press.jp