

PRESS RELEASE

株式会社 アイ・エム・プレス
I. M. press, Inc
2011年3月9日

— 「【生活者に聞く!】第1回 共同購入型クーポン販売サイト」ダイジェスト —

利用者は全体の18.1%に。

そのうち、“割引がなくてもまた利用・購入したい”は約5%にとどまる。

詳細は月刊『アイ・エム・プレス』 Vol.179(4月号)誌上で!

株式会社アイ・エム・プレスは、月刊『アイ・エム・プレス』4月号からの新連載「生活者に聞く!」シリーズ（調査主体：(株)アイ・エム・プレス 調査協力：(株)ドゥ・ハウス）で、共同購入型クーポン販売サイトについて調査を行いました。本リリースでは、同調査結果のダイジェストをお送りします。

<調査の概要>

調査期間:2011年2月18日~22日
調査方法:(株)ドゥ・ハウス myアンケート を利用
調査対象:首都圏および関西圏在住の20~60代の男女
サンプル数:1,422
調査主体:(株)アイ・エム・プレス
調査協力:(株)ドゥ・ハウス

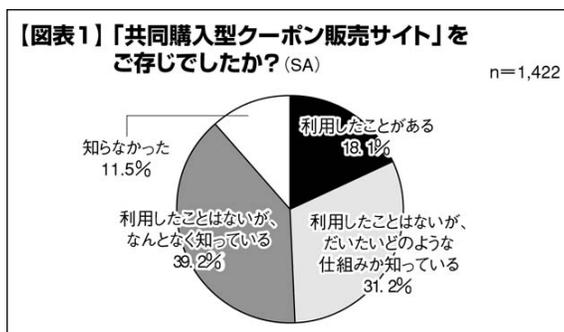
<調査結果紹介>

●2割弱が利用経験あり

スカスカおせちが話題になるなど決して良い評判ばかりではない共同購入型クーポン販売サイト。生活者にはこのサービスがどのくらい広まっているのだろうか。

共同購入型クーポン販売サイトをこれまでに「利用したことがある」人は全体の18.1%と2割弱に上る（図表1）。

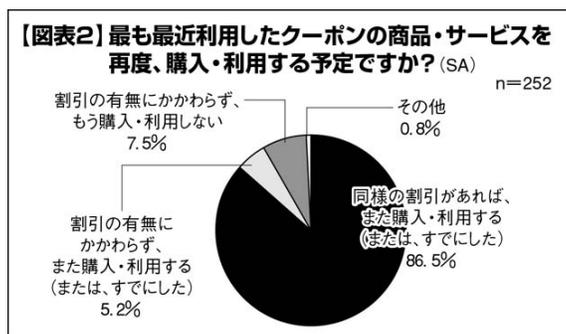
このようなサービスを「知らなかった」は11.5%にとどまり、すでに生活者の中では周知が進んでいることが分かる。「利用したことがある」と答えた258人の性別は、男性45.3%、女性54.7%とほぼ半々。年代別では20代が26.4%と最も多かったものの、30代が21.3%、40代が19.8%、50代が17.4%、60代が15.1%と、幅広い年齢層で利用されていた。



●利用者の5%が顧客として定着？

共同購入型クーポン販売サイトをこの1年間に利用した人に、最も最近利用した商品・サービスについての再利用意向を聞いた（図表2）。

「割引の有無にかかわらず、また購入・利用する」は5.2%。一方で「同様の割引があれば、また購入・利用する」が86.5%と圧倒的に多い。クーポンを販売する企業としては、これをトライアルとして利用してもらい、顧客化につなげたいところ。しかし今回の調査結果を見る限り、そのラプコールに即、応えてくれた利用者は約5%。これを多いと見るか少ないと見るかは見解が分かれるところだろう。



なお調査結果の詳細は、2011年3月25日発行の月刊『アイ・エム・プレス』Vol.179（4月号）に掲載いたします。月刊『アイ・エム・プレス』Vol.179の詳細は、<http://www.im-press.jp/magazine/> から。

「生活者に聞く!」のさらなる情報は以下のサイトへ!
「アイ・エム・プレス」Webサイトはこちら!

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

インターネットが企業と生活者、そして企業と企業をつなぐ時代。従来からの競合の概念は大きく変化し、顧客主導型経営の重要性が叫ばれています。月刊『アイ・エム・プレス』では、このような“変革の時代”に勝ち残るための顧客づくりのヒントを、年間定期購読システムによりお届けしております。

<株式会社アイ・エム・プレス>

代表取締役社長： 西村道子 / 設立： 1952年2月5日

業務内容： 出版、セミナー企画、調査、編集

〒113-0033 東京都文京区本郷 2-14-14 ユニテビル 6F

<本リリースに関する問い合わせ先>

(株) アイ・エム・プレス 編集部 / edit@im-press.jp までお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3815-8991 / FAX : 03-3815-8957 / URL : <http://www.im-press.jp/>