

500人  
アンケート

“地域”を中心に聞いてみた

# ユーザーを逃さないサイトとは？

## 7つのポイント

～流通系サイト編～

サイバーエリアリサーチ株式会社  
2009年3月11日

**ユーザーそれぞれに  
適切な情報を 効果的に  
配信するには どうしたらいいのか？**

## 調査概要

## 調査結果

### 1. 実態を知る

現状のサイトでユーザーは何をしている？どう感じている？

### 2. 地域情報は必要か？

もし、現状のサイトに感じている不満が解消されたら？？

### 3. 地域情報の配信方法

情報を増やすだけでなく「？？？」することが効果的

## サイト改善のポイント

### サイバーエリアリサーチからのご提案

地域情報を充実させてユーザー満足度を底上げ！

# 調査概要

調査方法: インターネットリサーチ

調査対象: 過去半年以内に流通系サイトを利用したことがある全国のインターネットユーザー

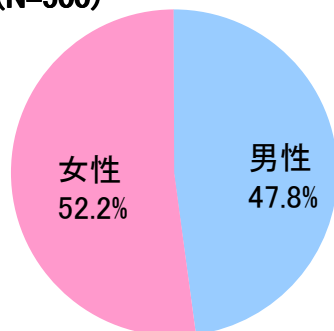
調査期間: 2009年1月16日～17日

有効回答数: 500件

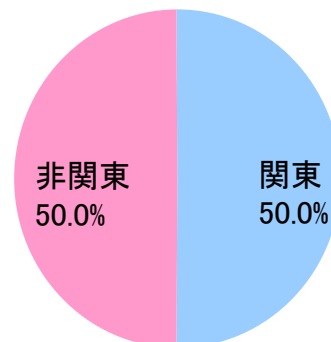
調査会社: ネットマイルリサーチ

## 回答者属性:

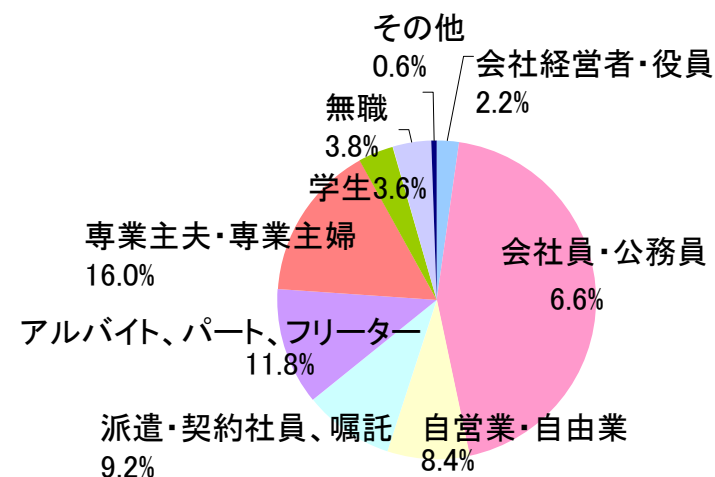
性別(N=500)



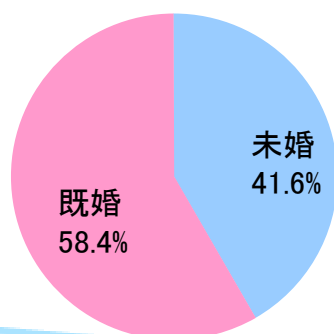
地域(N=500)



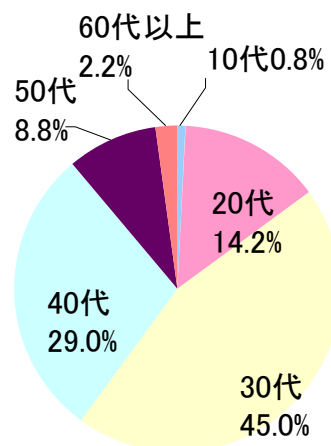
職業(N=500)



既婚・未婚(N=500)



年代(N=500)



流通系サイトにおける地域情報の有用性について

## 調査結果 詳細

# PART1. 実態を知る

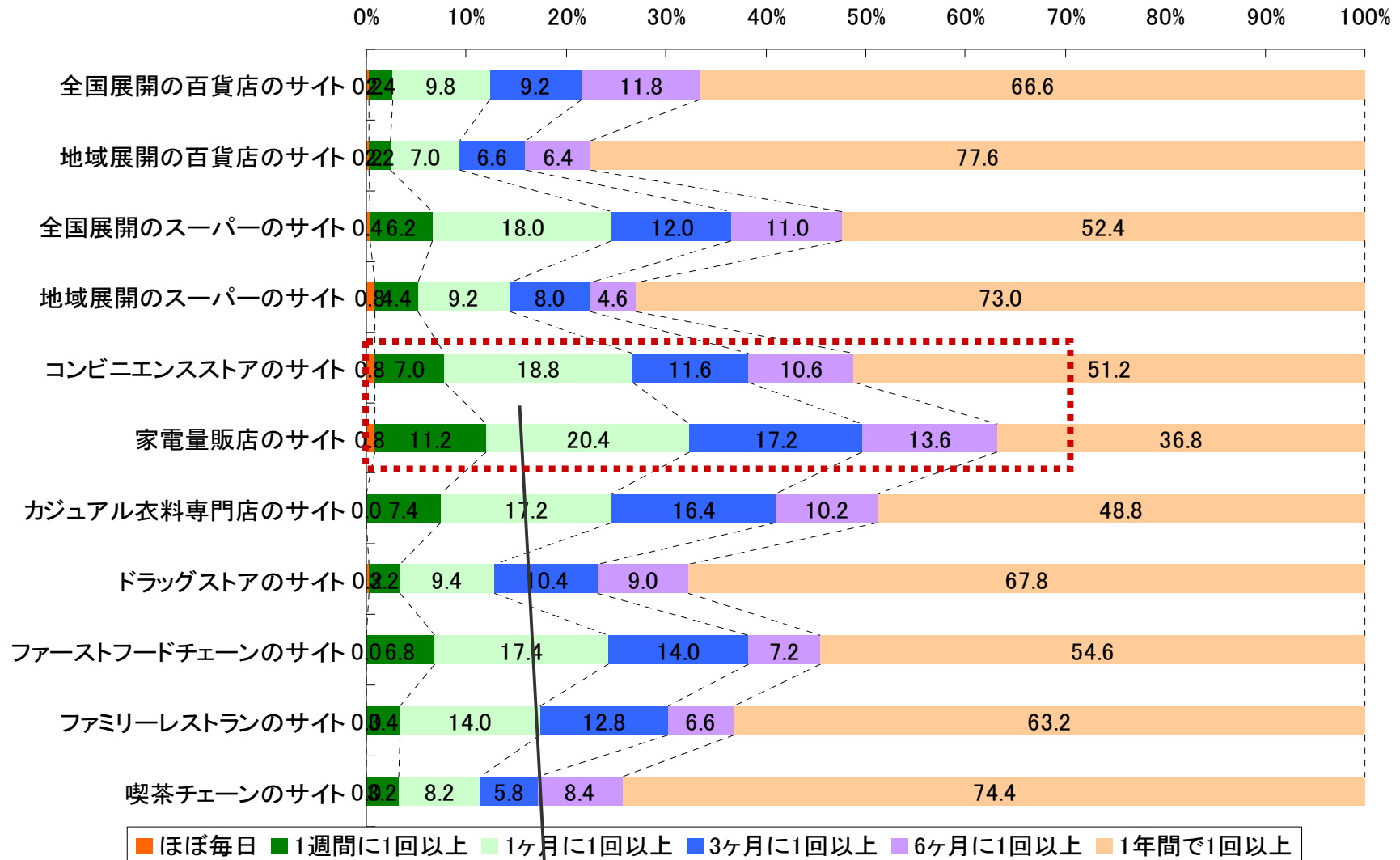
現状のサイトでユーザーは何をしている？どう感じている？

Q1. 以下の“流通系サイト”を どの程度の頻度で  
利用していますか (N=500)

- 全国展開の百貨店(三越、大丸など)
- 地域展開の百貨店(阪急など)
- 全国展開のスーパー(イオン系列、ヨーカドーなど)
- 地域展開のスーパー(オリンピック、サティ、ヨークマート、ライフなど)
- コンビニエンスストア(セブンイレブンなど)
- 家電量販店(ヤマダ電機など)
- カジュアル衣料専門店(ユニクロ、ライトオンなど)
- ドラッグストア(マツモトキヨシ、サンドラックなど)
- ファーストフードチェーン
- ファミリーレストラン(すかいらーく、ロイヤルホストなど)
- 喫茶チェーン(スターバックス、ドトールなど)
- その他流通系サイト

## 流通系サイトの利用頻度

Q1. 普段インターネットで下記の“流通系サイト”をどの程度の頻度で利用していますか(N=500)



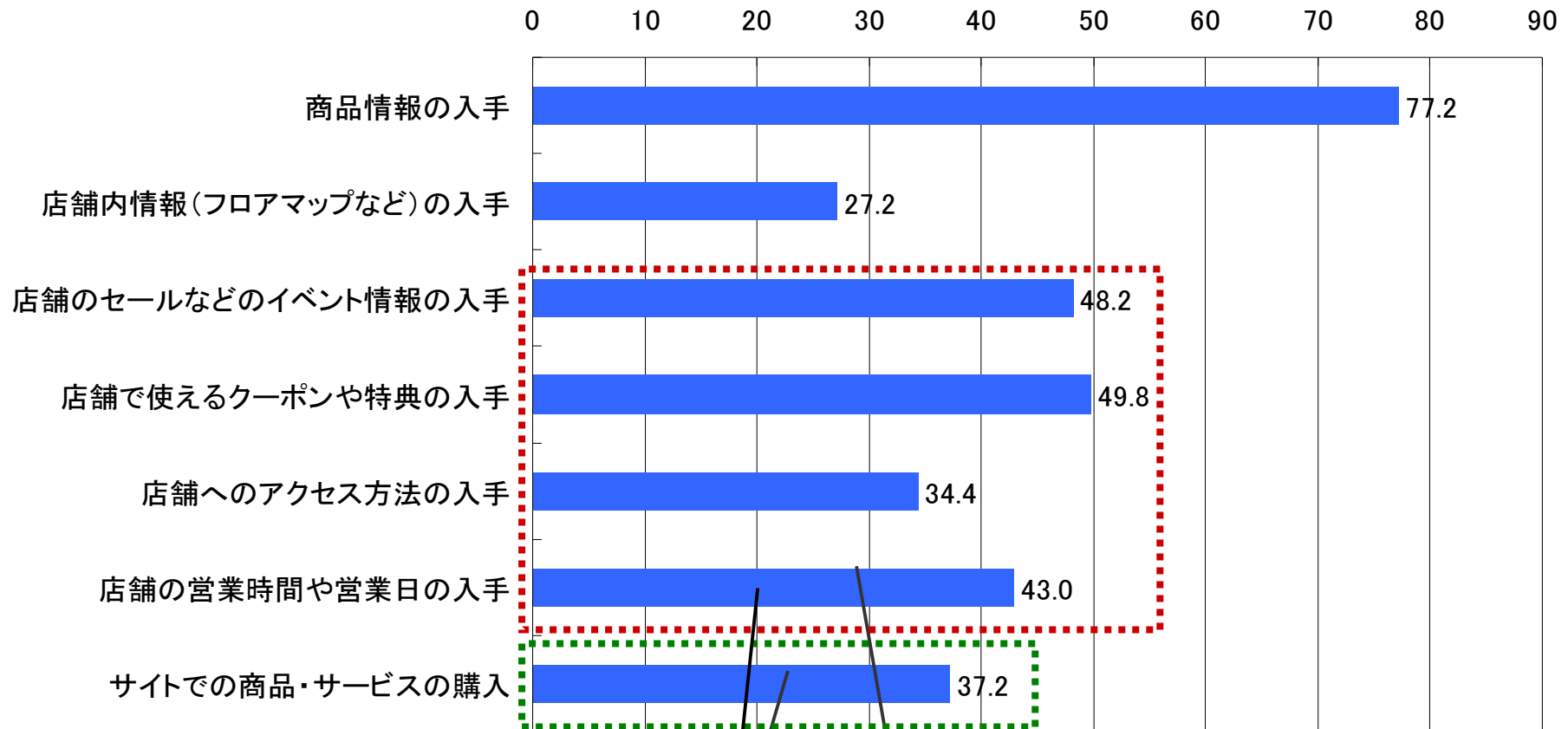
人気は家電量販店や  
カジュアル衣料品専門店

Q2. ”流通系サイト”を どんな目的で  
閲覧・利用することが多いですか。(複数回答)

- 商品情報の入手
- 店舗内情報(フロアマップなど)の入手
- 店舗のセールなどのイベント情報の入手
- 店舗で使えるクーポンや特典の入手
- 店舗へのアクセス方法の入手
- 店舗の営業時間や営業日の入手
- サイトでの商品・サービスの購入

## ■サイトの利用目的

Q2. "流通系サイト"をどのような目的で閲覧・利用することが多いですか。(N=500) 複数回答



サイトでの購入と同程度の割合で  
店舗情報を目的に  
サイトを訪問するユーザーがいる

各地域の店舗に関連した情報を  
目的にしているユーザーが  
全体の約30~50%

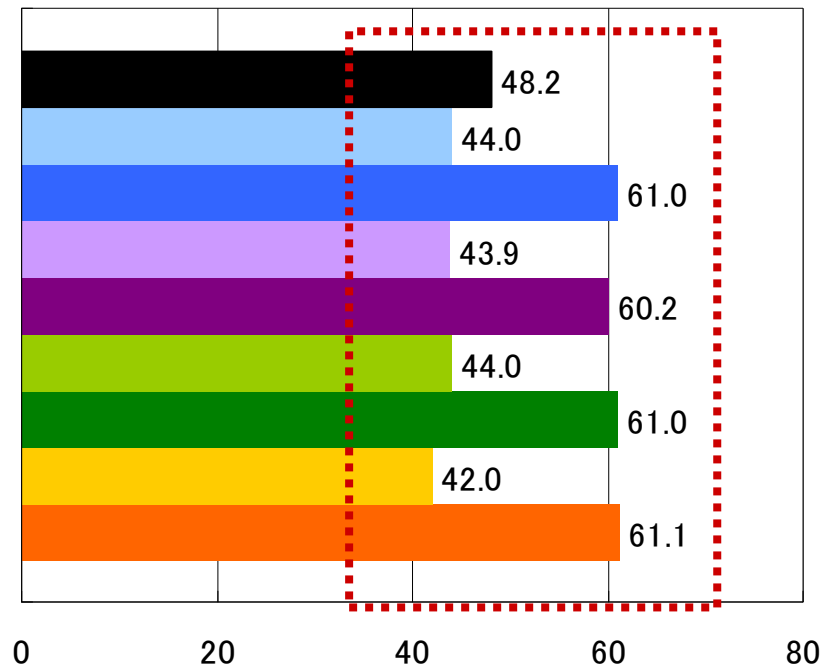
## ■サイトの利用目的

”流通系サイト”で

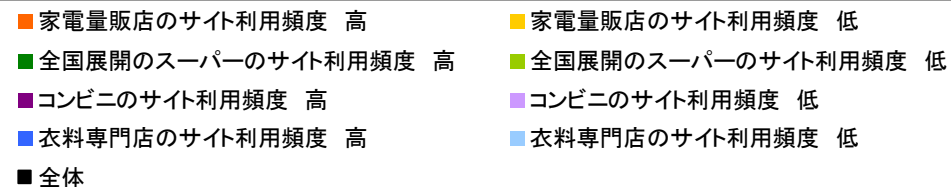
店舗のセールなどのイベント情報の入手 を目的としているユーザー

### 【サイト利用頻度別】

利用頻度 高:1ヶ月に1回以上  
利用頻度 低:3ヶ月に1回以下



約20%の差。  
よくサイトを使う人ほど  
店舗の情報を求める



## ■サイトで重視する項目

Q3. “流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目を  
どの程度 **重視**していますか (N=500)

情報量や  
サイトの機能

- 提供している商品やサービス情報の充実
- 自分の居住エリア周辺の店舗に関する情報の充実
- サイトから、商品購入やサービス利用ができること

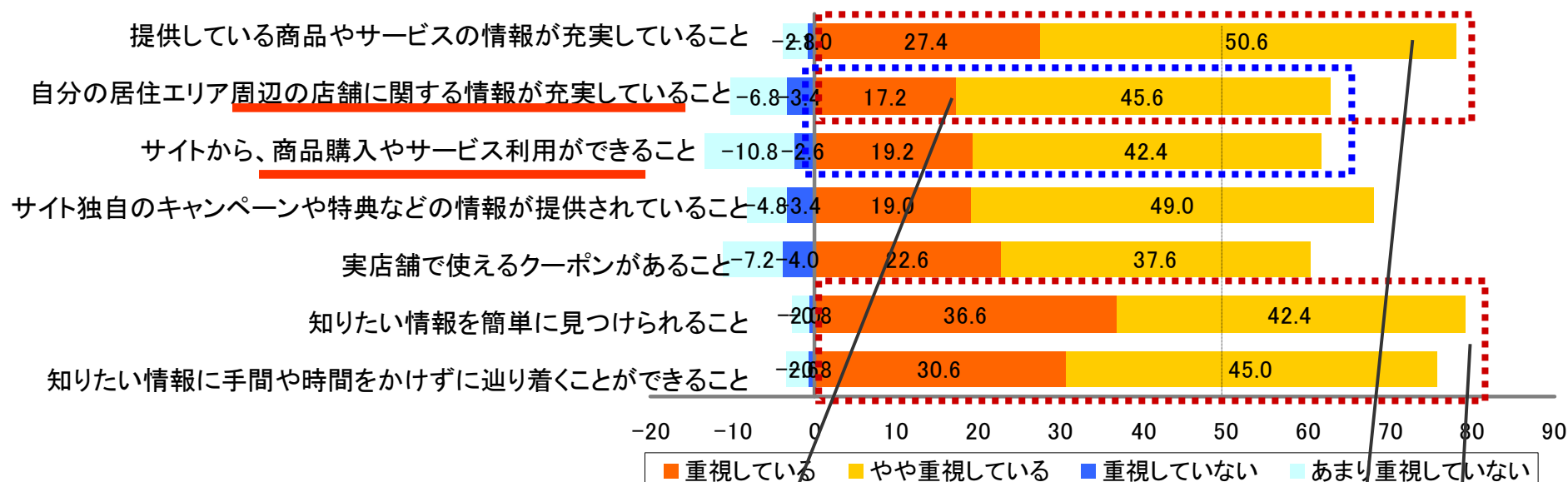
お得情報や  
付加情報

- サイト独自のキャンペーンや特典の情報
- 実店舗で使えるクーポン

- 知りたい情報がサイトの中のどこにあるか分かりやすいこと  
(情報を簡単に見つけられる)
- 知りたい情報に手間や時間をかけずに辿り着くことができること  
(情報へのクリック回数が少ない、到達時間が短いなど)

ユーザビリティ

Q3. あなたが“流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目をどの程度重視していますか。(N=500)



サイトからの購入への要望と同じくらい、近くの店舗に関連する情報への要望がある

約6~8割が商品・サービス情報を重視

約8割がユーザビリティを重視

## ■ サイトでの満足度

Q4. “流通系サイト”を閲覧・利用する際、  
前質問で重視していた項目について  
どの程度 満足していますか。(N=500)

- 提供している商品やサービス情報の充実
- 自分の居住エリア周辺の店舗に関する情報の充実
- サイトから、商品購入やサービス利用ができること

情報量や  
サイト機能

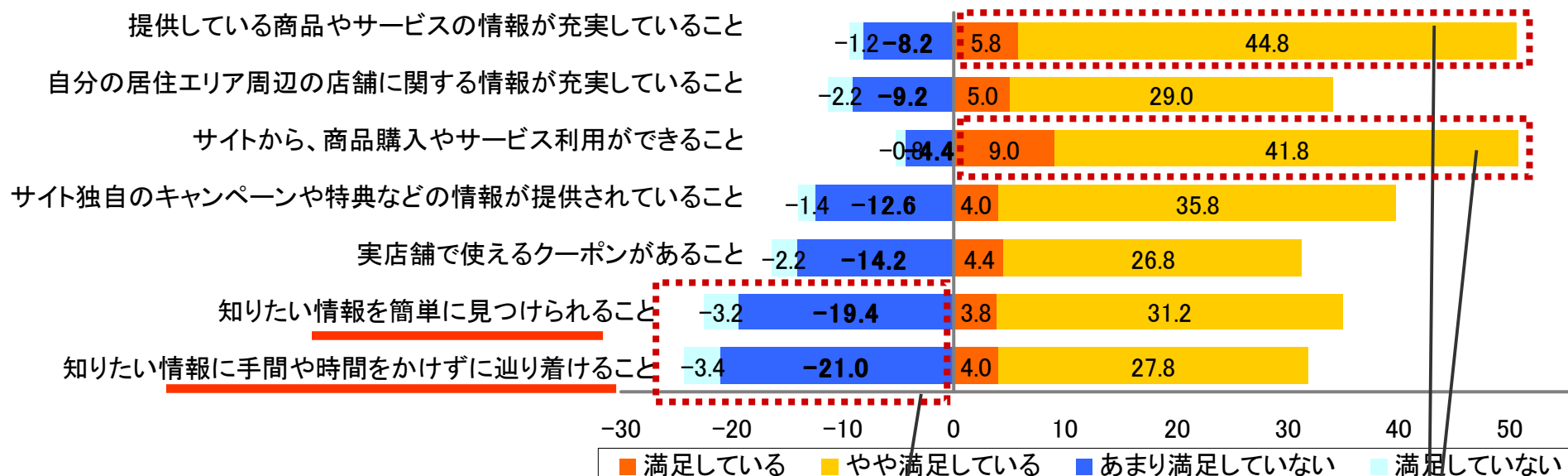
- サイト独自のキャンペーンや特典の情報
- 実店舗で使えるクーポン

お得情報や  
付加情報

- 知りたい情報がサイトの中のどこにあるか分かりやすいこと  
(情報を簡単に見つけられる)
- 知りたい情報に手間や時間をかけずに辿り着くことができること  
(情報へのクリック回数が少ない、到達時間が短いなど)

ユーザビリティ

Q4. あなたが“流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目にどの程度満足していますか。(N=500)



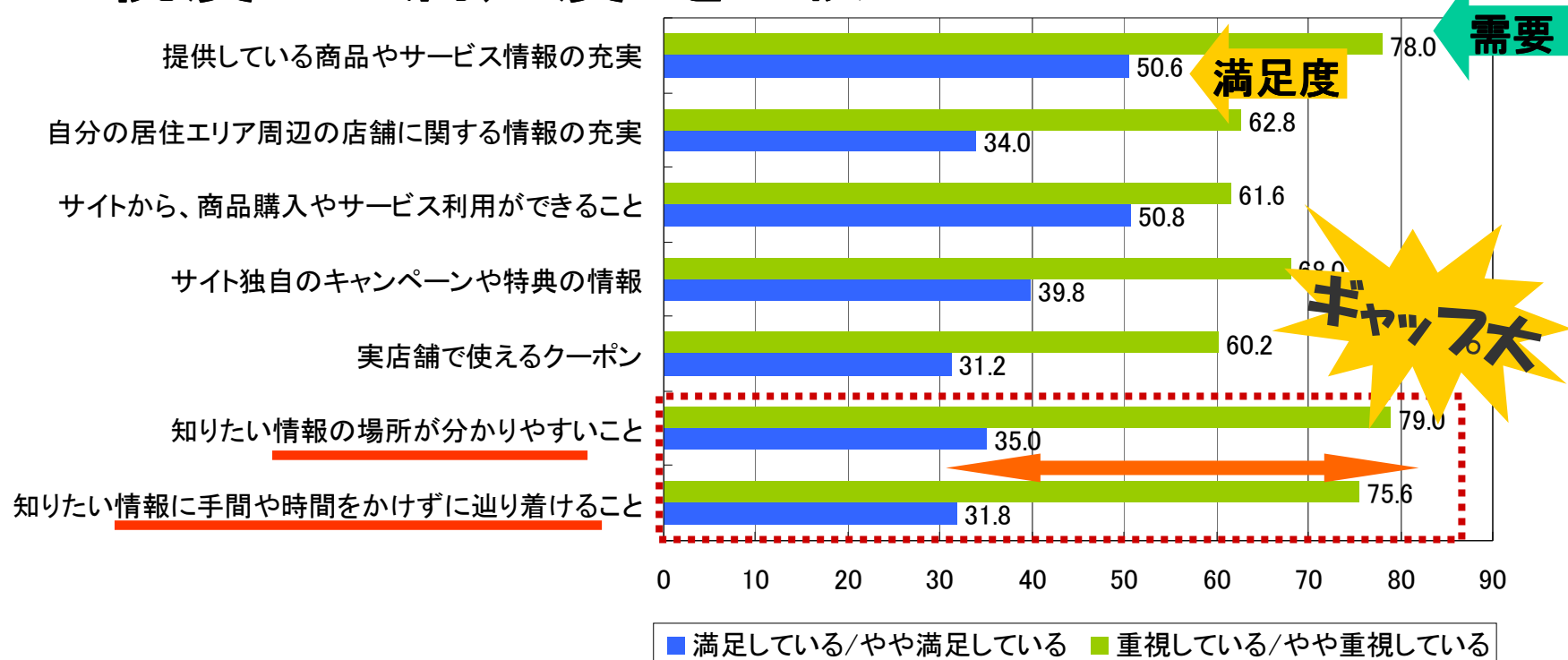
ユーザビリティへの不満度が高い

不満足度は他の項目の  
約2倍！

サイトでのサービスや  
商品情報への  
満足度は比較的高い

Q4. あなたが“流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目にどの程度満足していますか。(N=500)

## 重視度 と 満足度 を比較してみると……



ユーザビリティで需要と満足度のギャップ大！

⇒ユーザビリティの改善は  
流通系サイト共通の課題



## ■ サイト利用の現状

Q5. “流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目について  
どのように感じていますか。(N=500)

• 居住エリアの情報を探しても欲しい情報が見つからない

• 居住エリア周辺の実店舗情報をもっと知りたい

• 居住エリア周辺で実施しているキャンペーン情報などをもっと知りたい

**地域情報に  
関する不満**

• 居住エリア周辺情報が充実したサイトを他サイトより多く利用する

• 他サイトと比較して居住エリアの情報が充実したサイトは印象がよい

**サイトへ  
の印象**

• 自分の生活や居住エリアに関係ない情報は殆ど見ない

• 自分が行くことがない遠方の店舗の情報は殆ど見ない

• 自分が行くことがない遠方の店舗にしかない商品情報は必要ない

**必要とされるのは  
どの地域の情報？**

• なるべく短い経路で居住エリア関連の情報へたどり着きたい

• 居住エリアの地域を選択するステップを面倒に感じる

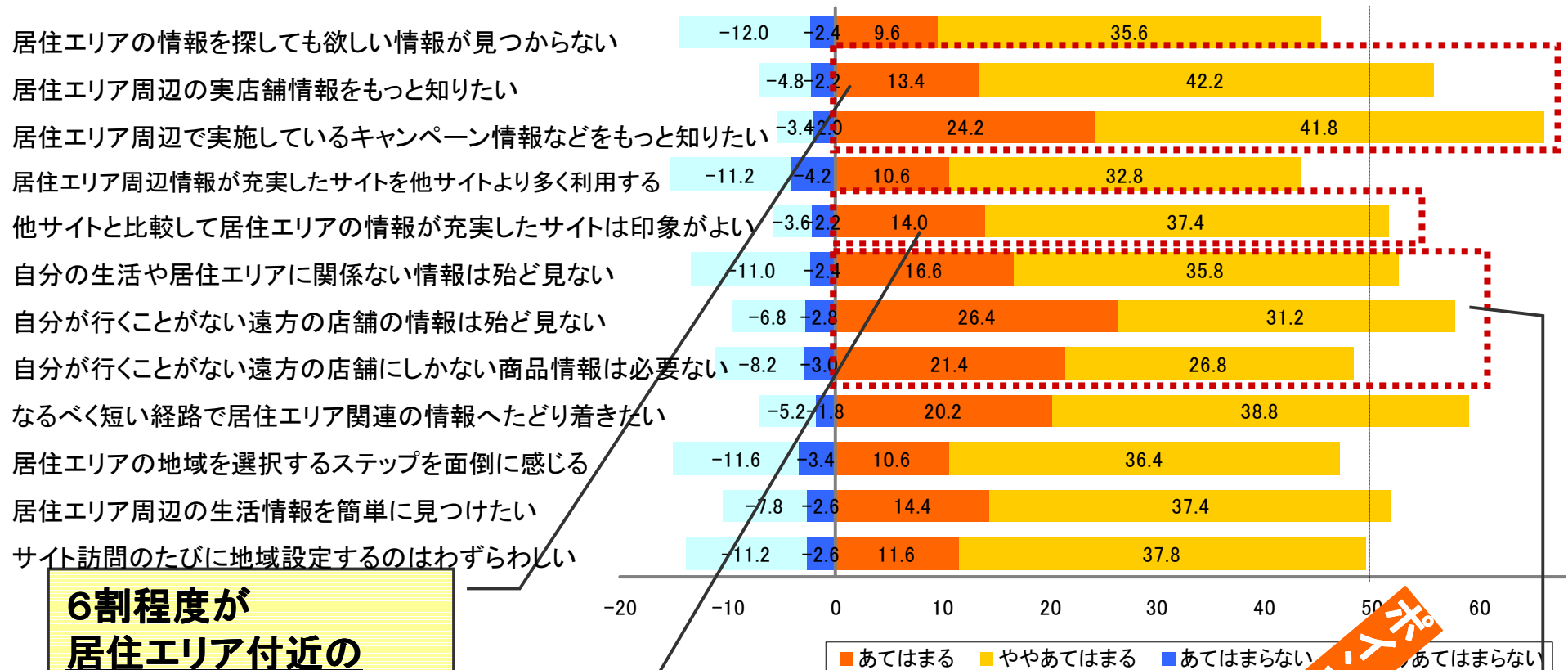
• 居住エリア周辺の生活情報を簡単に見つけたい

• サイト訪問のたびに地域設定するのはわずらわしい

**地域選択への  
要望**

## ■ サイト利用の現状

Q5. “流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目についてどのように感じていますか。(N=500)



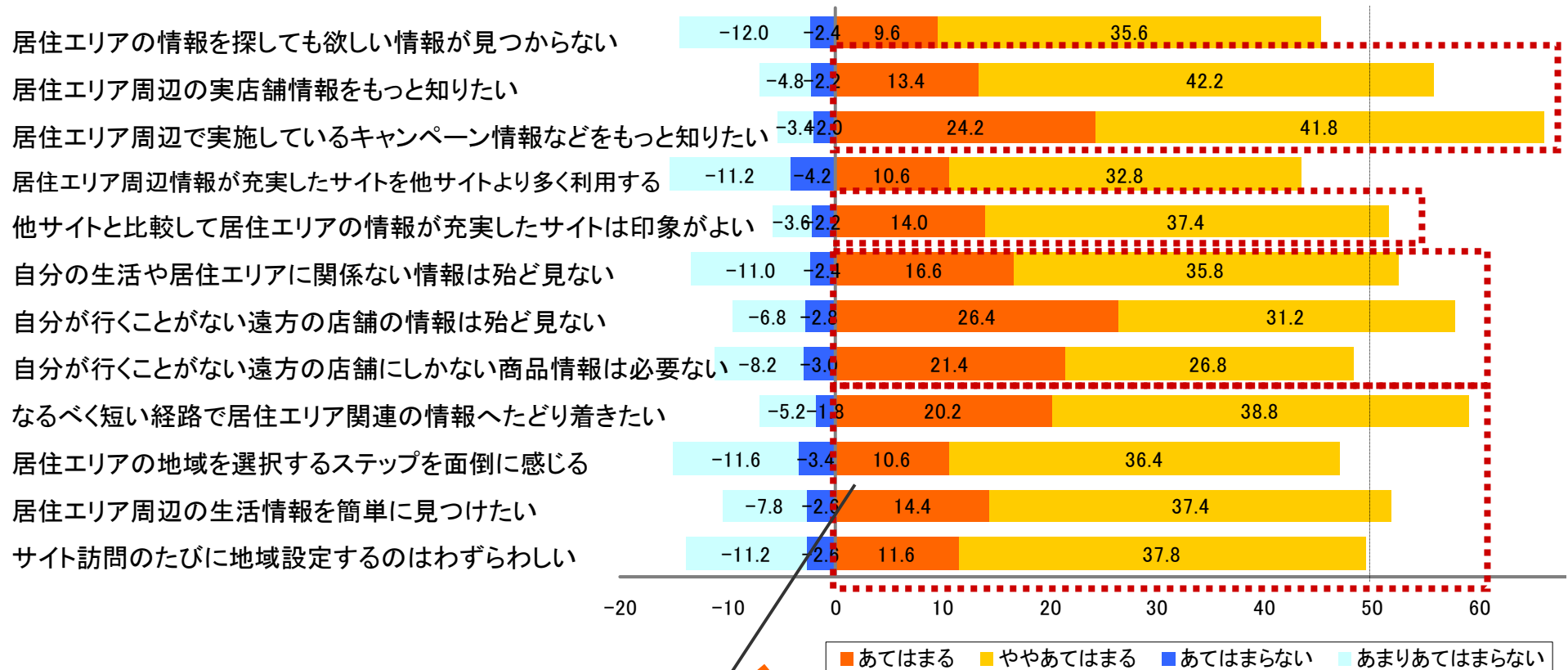
6割程度が  
居住エリア付近の  
情報をもっと知りたい

半数以上が  
エリア情報によって  
サイトの印象がよくなる！  
⇒ エリア情報で差別化

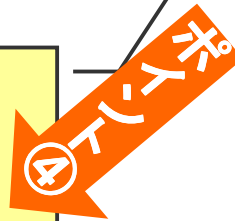
半数が  
実際に行かない地域の情報は必要としない  
⇒ エリア情報を増やすだけでは  
ユーザーは満足しない

## ■ サイト利用の現状

Q5. “流通系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目についてどのように感じていますか。(N=500)



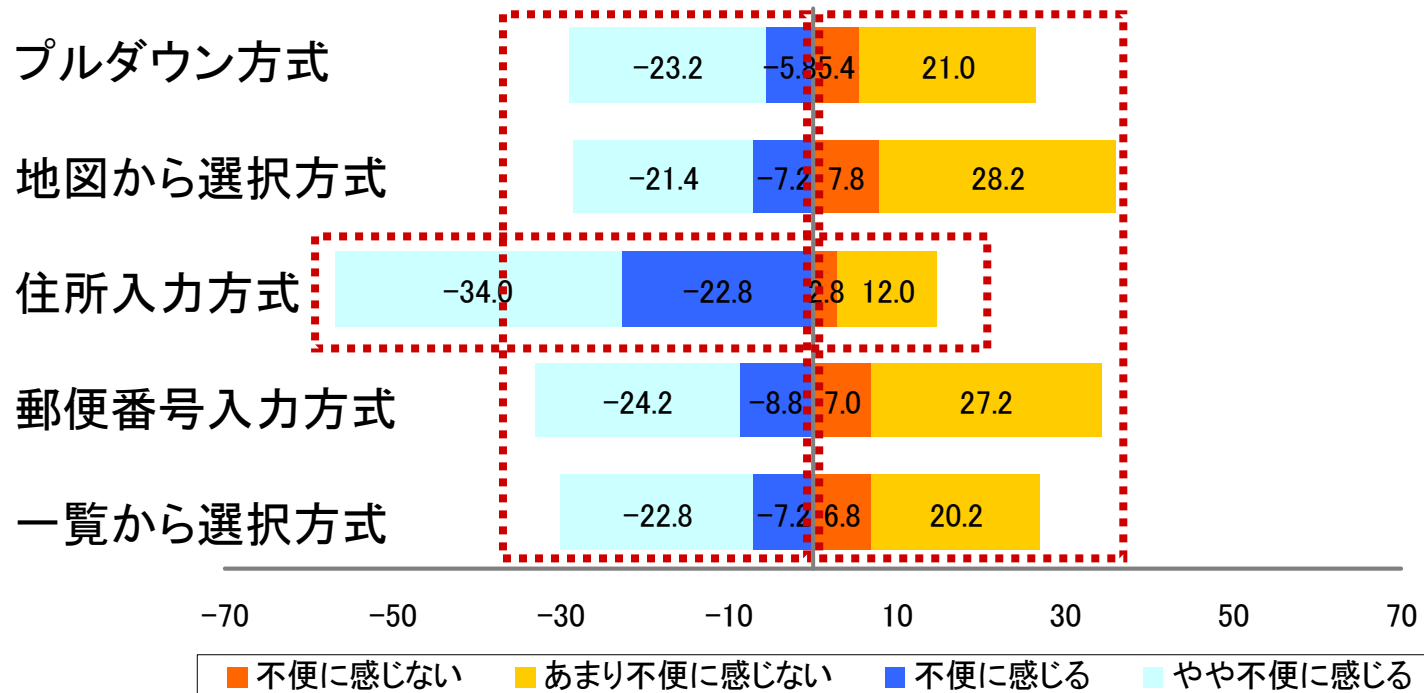
5~6割が  
エリア情報への  
経路を短くして欲しい  
⇒ 情報を見つけやすく



Q6. “流通系”サイトを利用する際、以下のエリア指定方法に  
どの程度不便さを感じていますか。(N=500)

- プルダウン方式
- 地図から選択方式
- 地名入力方式
- 郵便番号入力方式
- 一覧(リスト)から選択方式

Q6. 以下のエリア指定方法にどの程度不便さを感じていますか。(N=500)



不便を感じる人と感じない人の割合は、ほぼ半々。  
住所入力は不人気

# ここまでの結果から いえること

## 1. ユーザビリティ向上へのニーズ高

- 簡単に情報にたどり着きたい

## 2. 地域の情報を求めている

- 多くの地域情報がほしい

- 自分に関係がある情報のみ見たい

流通系サイトにおける地域情報の有用性について

## 調査結果 詳細

# PART2. 地域情報は必要か？

もし、現状のサイトに感じている不満が解消されたら??

## ■ 地域情報配信を実施した場合

Q7. 前設問のような不便さや不満が解消された場合、“流通系サイト”および、サイト提供企業に対する意識や態度に変化はあると思いますか。(N=500)

- そのサイトへの信頼感が高まる
- そのサイトへの親近感が増す
- そのサイトへの期待感が増す
- そのサイトへの興味関心が高まる
- そのサイトの利用機会が増える
- 他の企業のサイトよりも、不満解消されたサイトを利用したい
- 実店舗に行く前にサイトを訪問する機会が増える

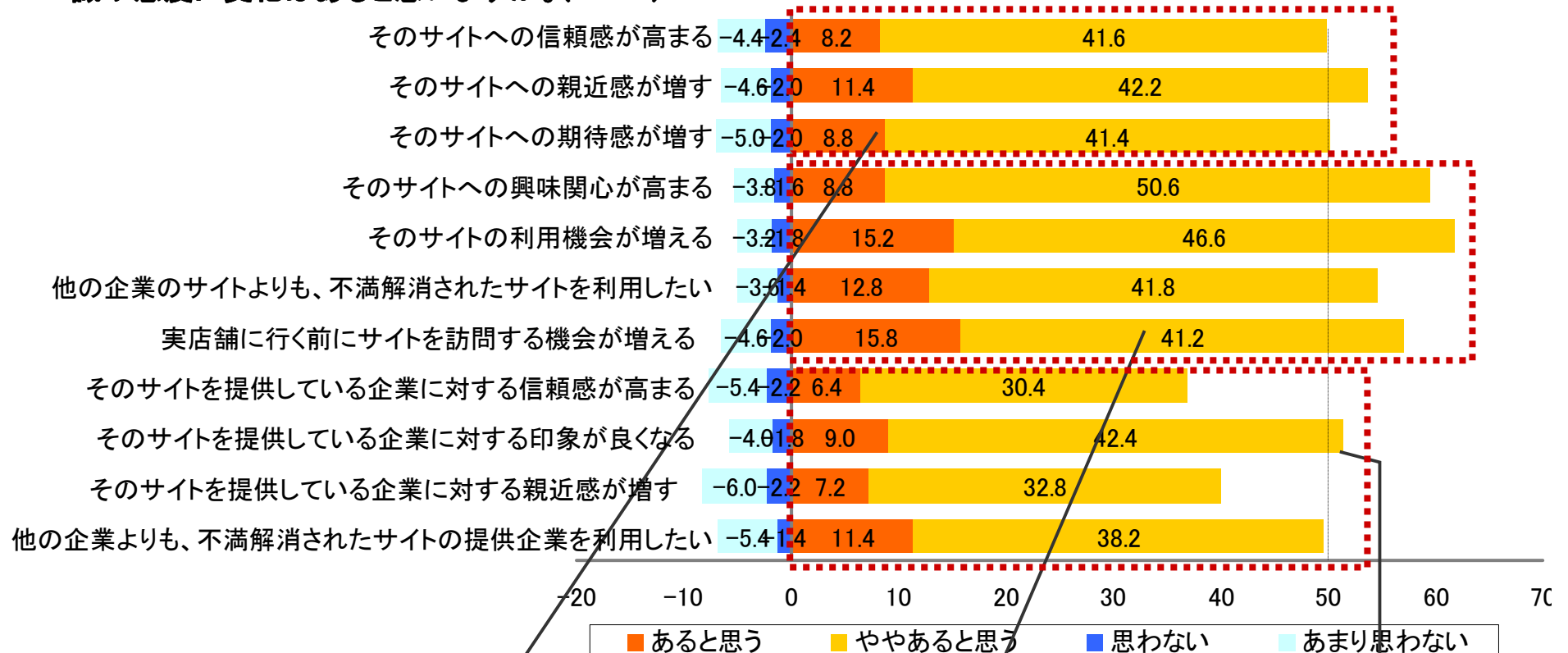
サイトへの  
効果

- そのサイトを提供している企業に対する信頼感が高まる
- そのサイトを提供している企業に対する印象が良くなる
- そのサイトを提供している企業に対する親近感が増す
- 他の企業よりも、不満解消されたサイトの提供企業を利用したい

企業への  
効果

## ■ 地域情報配信を実施した場合

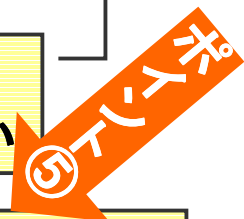
Q7. 前設問のような不便さや不満が解消された場合に、“流通系サイト”および、サイト提供企業に対する意識や態度に変化はありますか。(N=500)



地域情報が  
ブランディングに  
役立つ

満足な地域情報があれば  
サイト利用頻度が増える

地域情報がある  
サイトを利用したい

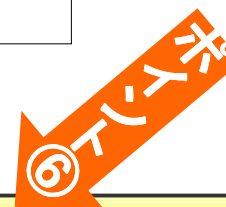
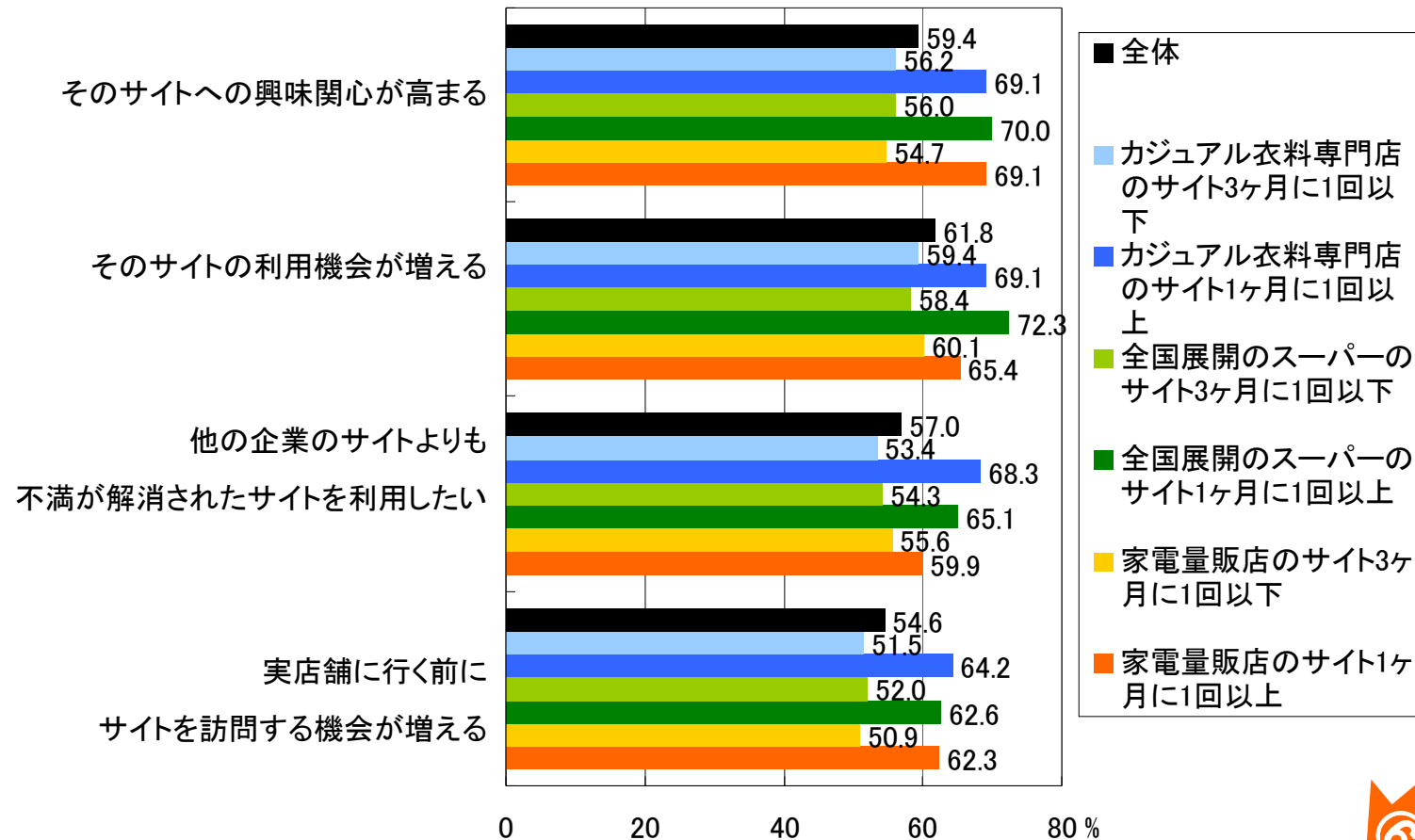


⇒ 地域情報の充実がサイトアクセス数UPにつながる

## ■ 地域情報配信を実施した場合

### 【サイト利用頻度別】

前設問の不便さや不満を解消した場合、以下の項目に「あてはまる・ややあてはまる」と回答した割合



サイト利用頻度が高いユーザーでは、特に地域情報配信の効果が高い傾向にある  
⇒ **リピーターユーザーの獲得を可能に!**

流通系サイトにおける地域情報の有用性について

## 調査結果 詳細

# PART3. 地域情報の配信方法

情報を増やすだけでなく、  
“**見つけやすくすること**”が重要

## ■ 地域配信の魅力

\* ユーザーの位置情報に応じて、  
サイトコンテンツを自動で切り替える仕組みを  
**エリアターゲティング** といいます

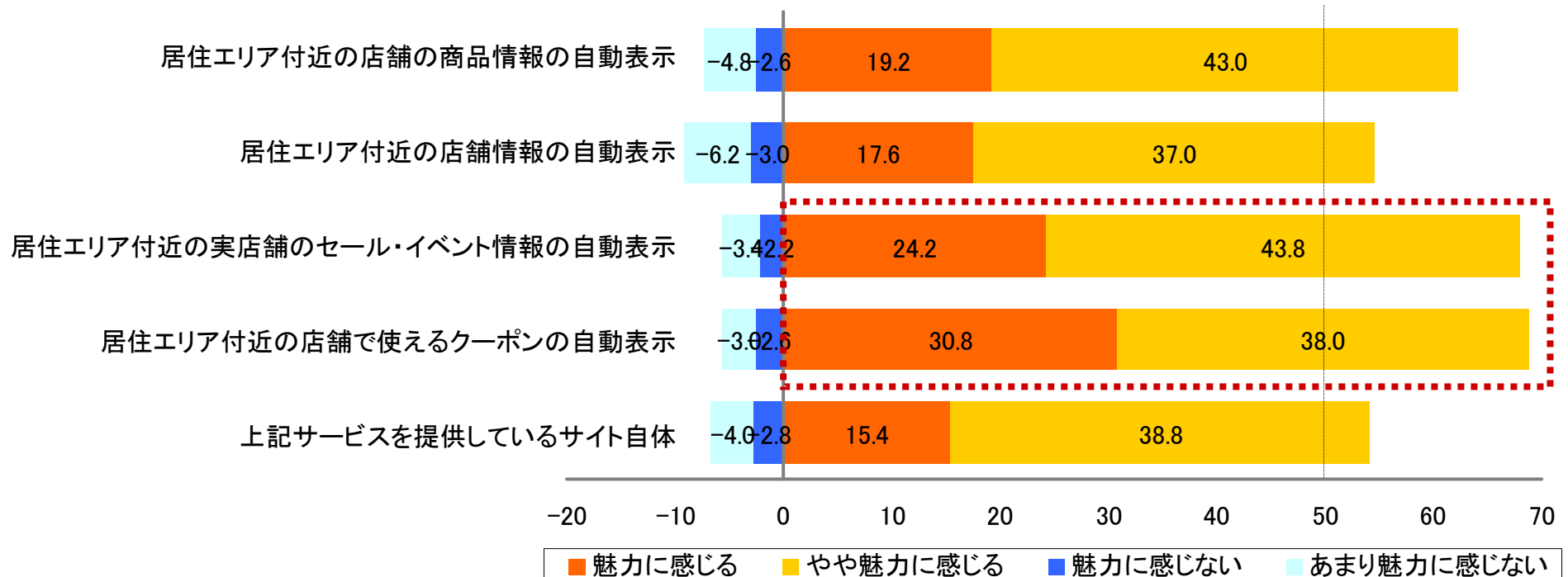
Q8. 以下のサイトのサービスとして、  
どの程度**魅力**に感じますか。(N=500)

以下の情報をサイト訪問時に自動表示する

- 居住エリア付近の店舗の商品情報
- 居住エリア付近の店舗の店舗情報(アクセスや営業時間)
- 居住エリア付近の実店舗のセール情報やイベント情報
- 居住エリア付近の店舗で使えるクーポン
- 上記サービスを提供しているサイト自体

## ■ 地域配信の魅力

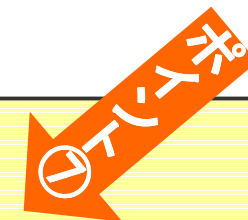
Q8. 以下のサイトのサービスとして、どの程度魅力に感じますか。(N=500)



地域配信に半数～7割が魅力を感じる

特に、

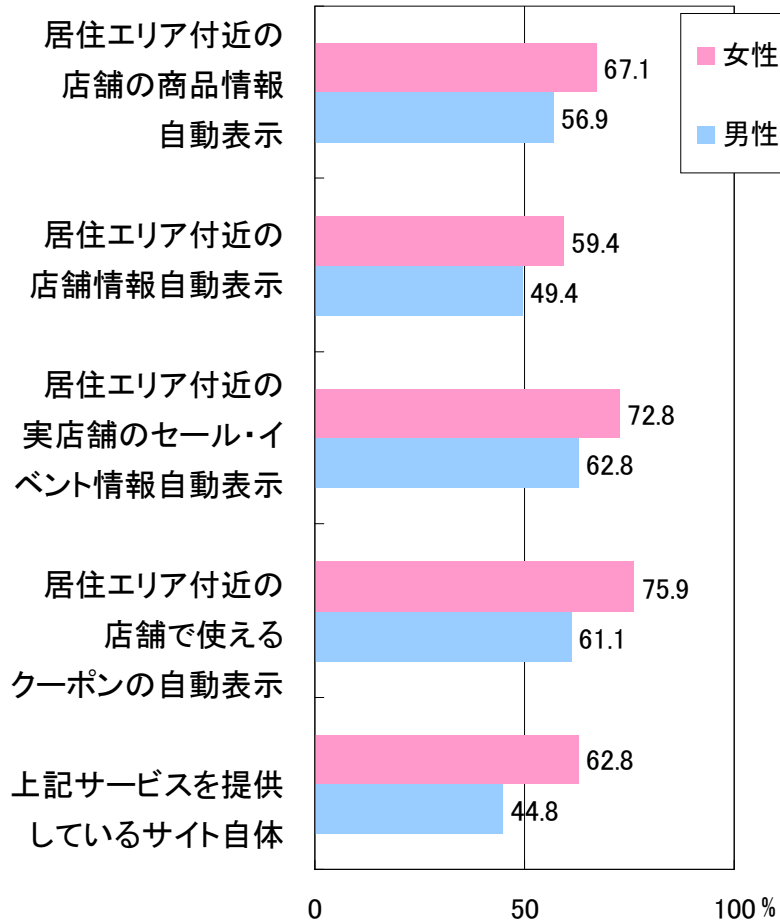
**自分にメリットのある地域の情報を素早くみつきたい**要望がある。  
(ただし、地域の情報が充実していることが前提にある)



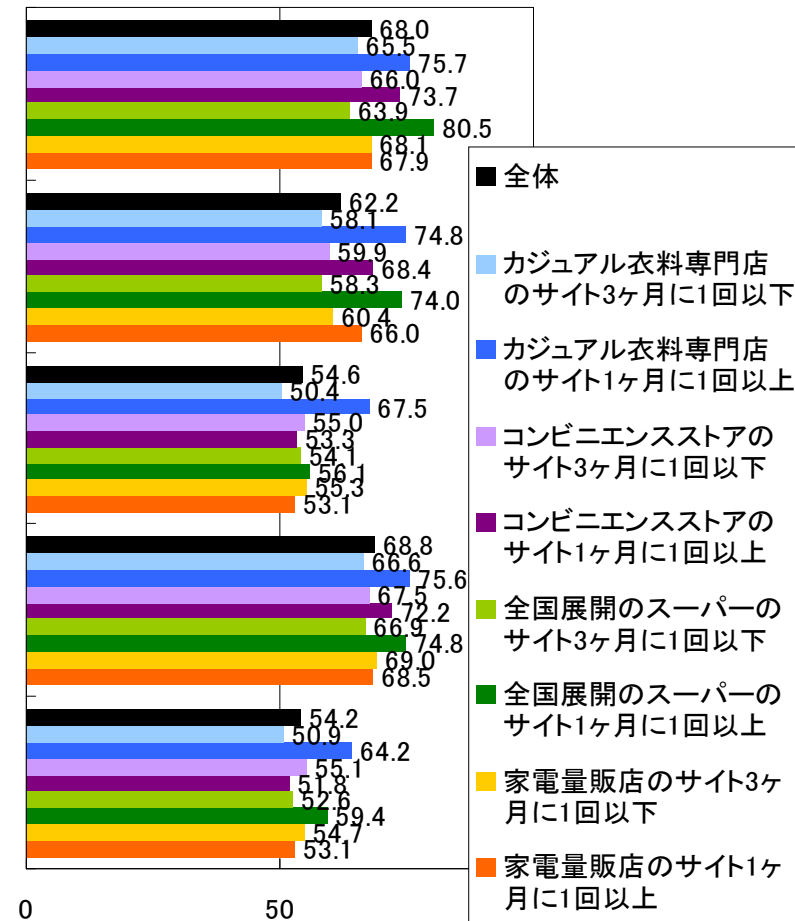
## ■ 地域配信の魅力

Q8. サイトのサービスとして「魅力を感じる」「やや魅力を感じる」と答えた割合

【性別】



【サイト利用頻度別】



女性の方が  
エリアターゲティングをより  
魅力を感じる

サイト利用頻度が高いユーザーは  
エリアターゲティングを  
より魅力を感じる

## ここまでの結果から いえること②

ユーザーは

- 簡単に情報にたどり着きたい
- 多くの地域情報がほしい
- 自分に関係がある情報のみ見たい

これらのニーズを満たすことで、  
**サイトの魅力をアップしてアクセス数増**  
**サイトを提供する企業の印象も良くなる！**  
**特に、自分にメリットのある地域情報を素早く**  
**みつけられるようにすることが効果的**

で、どうしたら いいの？

**「地域」の観点から  
サイトを改善するには……**

**～サイバーエリアリサーチの提案～**

ユーザーは

要望1 簡単に情報にたどり着きたい

要望2 多くの地域情報がほしい


要望3 自分に関係がある情報のみ見たい

まずは **地域情報を充実** させる！

**※ 地域情報の充実は、ブログで簡単に実現！**

店ごとにブログを作って、地域の店舗から直接地域情報を更新できる仕組みを。

- 地域ごとに違うフェアやイベント情報があったら  
検討の余地あり
- ユーザーが求めている店舗のお得情報を強化

でもこれだけでは、要望1と3が満たせない…そこで 

ユーザーは

要望1 簡単に情報にたどり着きたい

要望2 多くの地域情報がほしい

要望3 自分に関係がある情報のみ見たい

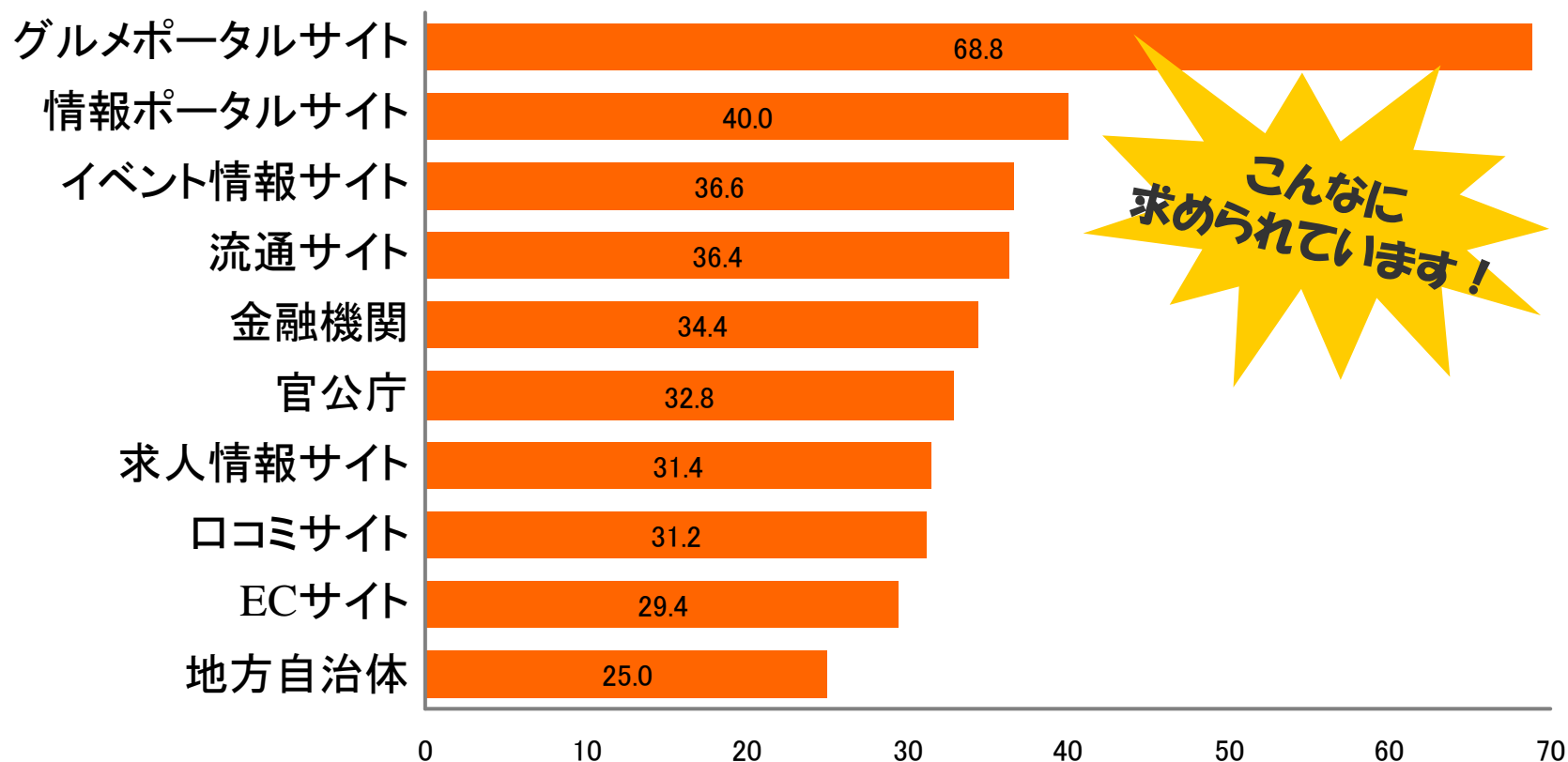
ユーザーの地域に応じてコンテンツを切り替える

“**エリアターゲティング**” で、  
適切な情報をユーザーにお届け

- ▶ コンテンツが増えても、迷うことなくユーザーを各地域の情報へ導くことが可能に
- ▶ 地域コンテンツを充実させ、情報を見つけやすいサイトにすることで他サイトとの差別化を
- ▶ 初回訪問のユーザーから自分に合った情報を得ることが可能に

## 『エリアターゲティング』が あったら良いなと思うサイト トップ10

(N=500)複数回答



## 引用・転載について

本調査結果に掲載している資料は、ご自由にお使いいただけます。  
ただし、掲載資料(文書全体または一部)を他に引用する際には、  
それらがサイバーエリアリサーチ調査資料からの引用である旨を必ず明記して  
ください。

なお、WEBサイトで引用いただく場合は、サイバーエリアリサーチサイト  
(<http://www.arearesearch.co.jp/?id=rr>)へのリンクを貼ってください。

# 本調査に関する お問い合わせ



## サイバーエリアリサーチ株式会社

■本社 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

TEL 055-991-5544 FAX 055-991-5540

■東京支社 東京都中央区日本橋1-2-10 東洋ビル5F

TEL 03-3243-1070 FAX 03-3243-1074

■URL <http://www.arearesearch.co.jp/>

**SURFPOINT™**  
<http://www.arearesearch.co.jp/ip/>

 rakulog.com  
らくろぐ解析  
<http://www.arearesearch.co.jp/web/rakulog/>

 どんどこ  
<http://www.arearesearch.co.jp/web/docodoco/>

**IPGeolocation が  
新たなビジネスバリューを構築します！**

 顧客開拓  
kaitaku.biz  
<http://www.arearesearch.co.jp/web/kaitaku/>