

2007年10月23日
アバカス・ジャパン株式会社

アバカス・ジャパン 2007年度 通信販売におけるマルチバイヤーのチャネル動向調査を実施 ～ マルチ・コンタクトの有効性を導出 ～

通信販売企業向け協同(コーポラティブ型)データベースの構築・運営を展開するアバカス・ジャパン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役CEO:河野 洋一、以下、アバカス)は、通信販売におけるマルチバイヤーのチャネル動向調査を実施し、結果をまとめました。

【調査概要】

調査方法 : パネルを利用したインターネットリサーチ
調査対象 : ・ 20～59歳の女性
・ 過去2年のマルチバイヤー
(事前に予備調査を行い、2005年9月～2007年8月の期間中に、通販の利用が5回以上、かつ利用した通販会社が2社以上であったパネルのみを対象とした)
・ 20代、30代、40代、50代、それぞれから200名、合計800名の回答による
調査時期 : 2007年8月末
調査機関 : ヤフーバリューインサイト株式会社(旧株式会社インタースコープ)

【調査結果】

通販マルチバイヤー(*)へのアプローチは、各商材のターゲットに合致したチャネルを利用することは不可欠であるが、無料カタログやDM等の紙媒体を組み合わせ、タイミングをはかりつつ、オンラインを含めたマルチコンタクトが今後も効果を発揮していくと考えられる。

(*) 通販マルチバイヤー:複数の通信販売会社を利用している消費者/生活者

- ▶ 新規顧客の獲得には通販における空中戦となる「テレビ」、「無料カタログ」、「オンライン(Web)」を中心としつつ、商材に合致した認知メディアを組み合わせることが必要。
- ▶ 今回の結果から、通販顧客のライフタイムバリューを高めるには、世帯人数が多く、食品・健康食品系を購買しているセグメントを見つけ出してアプローチすることが不可欠と言える。
- ▶ 季節先取りを考えたマルチコンタクトは、ファーストコンタクトによるカタログなどの紙媒体がマインドセットとして機能する。購買を促すには、初期の紙媒体でのアプローチは効果的な機会創出となる。
- ▶ 商材の傾向やターゲットの要素は入るものの、リピート購買を促すには、まずは無料カタログなどの紙媒体でコンタクトをし、その後のeメール、Web等でのフォローアップは外せない。

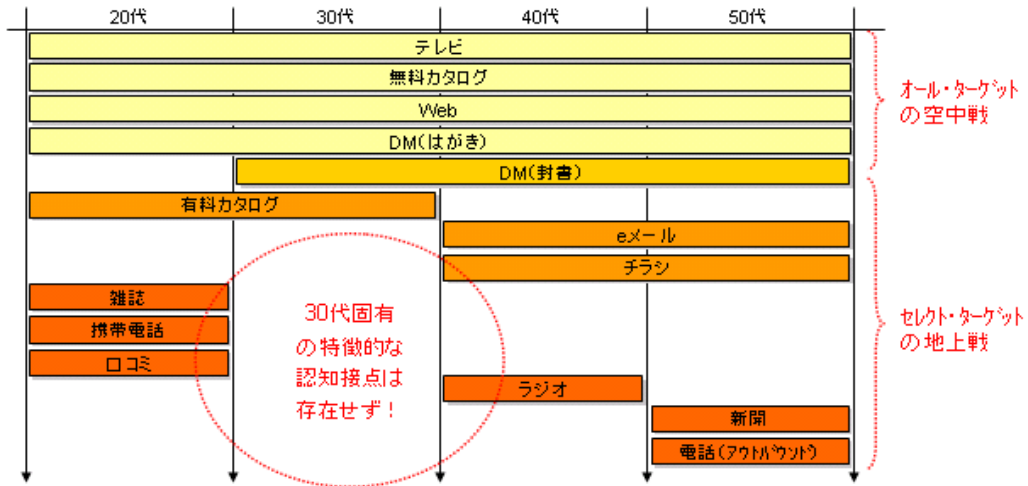
【調査結果概要／調査結果の一部のみ掲載】

※全てのレポートは下記 URL から PDF ファイルのダウンロードにてご覧いただけます。

http://www.abacusjapan.co.jp/pdf_dl/

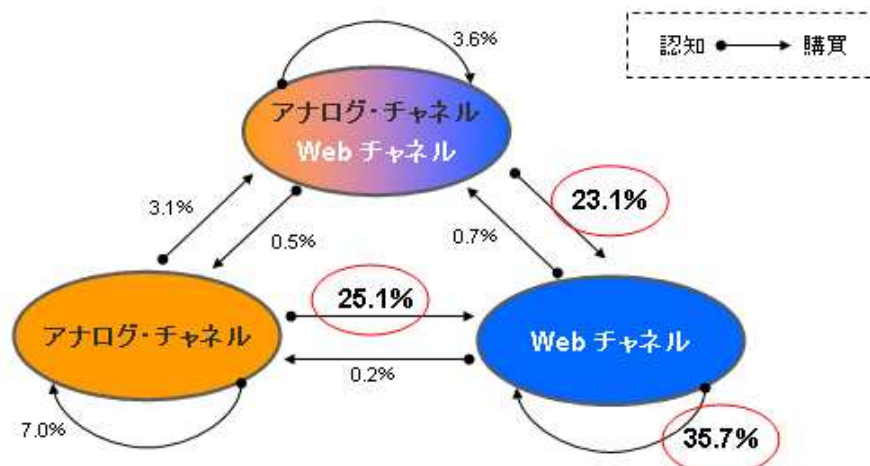
● 通販での認知チャンネル／特徴のある年代別の認知接点

通販で購入した商品について、その商品の認知チャンネルについて質問をした。回答を年代別にまとめ、その構成比から年代別に特徴が見られる認知チャンネルとしてまとめた内容。



● マルチチャンネル／マルチコンタクトの関係性

購入した各商品から商品の認知チャンネル・購買チャンネルを特定し、その総和を比率に落とし込んでチャートにしたもの。矢印が認知チャンネルから購買チャンネルを示す内容。



【認知】 アナログ=TV、ラジオ、新聞、雑誌、カタログ、チラシ、DM、電話
 ネット=VWeb、モバイル

※認知でのロコミ、その他、購買でのその他は除く

【購買】 アナログ=電話、はがき、FAX、店頭
 ネット=VWeb、モバイル

アバカス・ジャパン株式会社 会社概要

会社名 : アバカス・ジャパン株式会社
代表者 : 代表取締役 CEO 河野 洋一
本社所在地 : 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント
URL : <http://abacusjapan.co.jp/>
設立 : 2002年12月
資本金 : 1億円
事業内容 :

- ・協同（コーポラティブ型）データベース<アバカス・アライアンス>の構築と管理・運営
- ・アバカス・アライアンスによる各種サービス
- ・コンサルティングの提供

本調査に関するお問い合わせ先

アバカス・ジャパン株式会社 加瀬/横山

T e l : 0 3 - 5 7 7 4 - 9 0 2 0 F a x : 0 3 - 5 7 7 4 - 9 0 3 5

報道関係者お問い合わせ先

トランスコスモス株式会社 広報宣伝部 富澤

T e l : 0 3 - 4 3 6 3 - 0 1 2 3 F a x : 0 3 - 4 3 6 3 - 1 1 2 3

トランスコスモス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：奥田 昌孝、以下、トランスコスモス）は、2005年12月19日、米国ダブルクリック社からアバカス・ジャパン株式会社（以下、アバカス・ジャパン）の全株式を取得し、連結子会社化した関係で広報のサポートをしています。