

# 【調査レポート第1弾】2,009人の生活者に聞いた 企業からの情報の受け取り方

2023年5月発表



**WOW**  
WOW WORLD

株式会社WOW WORLD



当社は、CDPを中心としたエンゲージメントソリューション「WOW engage（ワオエンゲージ）」の提供を通して、企業とその顧客の間で最適なコミュニケーションが実現できる世界を目指しています。

昨今、人々が企業から受け取る情報量は爆発的に増加しています。情報を受け取る手段も、メールやLINE、SMS、アプリのプッシュ通知など、多岐にわたるようになりました。

このような中で、**人々は企業からの情報をどのような方法で受け取っているのか、また、企業に対してどのような情報発信方法を求めているのか**などの実態を把握するため、生活者を対象にインターネットリサーチを活用して調査いたしました。



本調査結果を公表することで、多くの企業とともに「**顧客が望むコミュニケーション**」について認識を深め、コミュニケーションの最適化を推進していきたいと考えております。

- 企業からの情報を受け取る手段は「**公式Webサイト**」（55%）、「**メールマガジン**」（49%）が多数。20代は「**公式SNS**」を積極的に活用。
- 企業からの重要な情報を受け取る手段は「**メール**」（55%）が最多。「**公式Webサイト**」（43%）とは10ポイント以上の差。
- 公式アプリをダウンロードするきっかけは「**会員登録するタイミングで**」（39%）が最多。どの世代でも気軽にダウンロードしている傾向あり。
- 公式LINEを友だち追加するきっかけは「**割引クーポンがもらえるから**」（31%）が最多。60代以上は「**公式LINEを友だちに追加したことがない**」人が約30%。
- 同じ企業から複数の手段で情報を受け取っている人は**33%**。54%の人は単一の手段で。
- 企業から届く情報を煩わしいと思ったことがある人は57%。「**興味がない情報**」（77%）や「**頻度の多さ**」（71%）が原因。
- 位置情報を活用したマーケティングに**好意的な人は58%**。不快と感じる人は7%。
- 気になっていた商品の**値下げや再入荷の連絡が届いたら嬉しいと感じる人は66%**。**行動履歴を利用したマーケティング**は有効性が高いといえる。
- **ポップアップ型のWeb接客**にポジティブなイメージを持っている人は多数。**閲覧中の商品のクーポンが表示されて嬉しいと感じる人は63%**。

- 内容 生活者が企業に求める情報発信方法
- 主体 株式会社WOW WORLD
- 調査方法 当社開発のアンケートシステム「WEBCAS formulator」を活用し、GMOリサーチ株式会社「JAPAN Cloud Panel」のモニターでインターネット調査を実施
- 有効回答数 2,009人（年齢の均等割付で実施）

年齢	合計
20～29歳	280
30～39歳	283
40～49歳	286
50～59歳	285
60～69歳	294
70～79歳	291
80歳以上	290
合計	2,009

- 調査期間 2023年2月15日～2月17日の3日間
- エリア 全国47都道府県

※本レポートで公開している情報については、出典元を明記の上ご自由にご利用ください。

出典元：【調査レポート】2,009人の生活者に聞いた「企業に求める情報発信方法」/株式会社WOW WORLD

## 結果

企業からの情報を受け取る手段は「公式Webサイト」(55%)、「メールマガジン」(49%)が多数。20代は「公式SNS」を積極的に活用。

図1 あなたは普段どのような手段(方法)で、企業(サービス・ブランドを含む)の情報を受け取りたいですか ※複数回答可

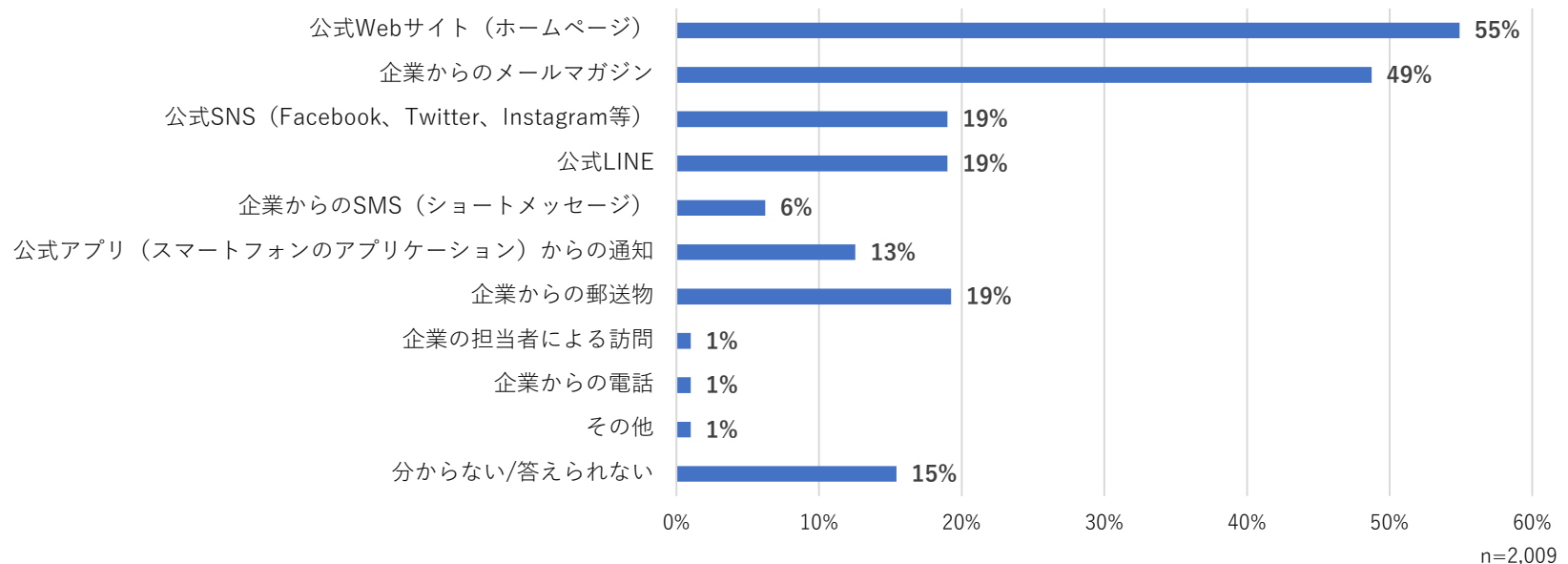


図1の「あなたは普段どのような手段(方法)で、企業(サービス・ブランドを含む)の情報を受け取りたいですか」という質問に対して、55%の人が「公式Webサイト(ホームページ)」を選択。次いで、49%の人が「企業からのメールマガジン」を選択しました。「公式SNS(Facebook、Twitter、Instagram等)」や「公式LINE」は20%未満にとどまりました。

図2 【年齢別】あなたは普段どのような手段（方法）で、企業（サービス・ブランドを含む）の情報を受け取りたいですか ※複数回答可

	公式Webサイト	企業からのメールマガジン	公式SNS	公式LINE	企業からのSMS	公式アプリ	企業からの郵送物	企業の担当者による訪問	企業からの電話	その他	分からない/答えられない
20～29歳 (n=280)	45%	28%	40%	27%	6%	17%	6%	1%	0%	1%	23%
30～39歳 (n=283)	46%	38%	34%	35%	5%	17%	9%	1%	1%	0%	18%
40～49歳 (n=286)	59%	46%	22%	24%	7%	20%	15%	1%	1%	0%	16%
50～59歳 (n=285)	61%	48%	18%	18%	8%	15%	19%	0%	1%	1%	15%
60～69歳 (n=294)	57%	57%	8%	13%	4%	10%	19%	1%	1%	0%	13%
70～79歳 (n=291)	62%	65%	3%	7%	5%	4%	28%	1%	2%	1%	9%
80歳以上 (n=290)	53%	58%	7%	9%	8%	5%	38%	3%	3%	0%	15%

図1の回答を年齢別で見ると（図2）、20代では「公式Webサイト（ホームページ）」「公式SNS（Facebook、Twitter、Instagram等）」、30代以上は「公式Webサイト」「企業からのメールマガジン」が上位を占めており、これらは顧客とコミュニケーションをとる上で欠かせないツールであると言えます。

## 結果

企業からの重要な情報を受け取る手段は「メール」(55%)が最多。「公式Webサイト」(43%)とは10ポイント以上の差。

図3 あなたは、企業（サービス・ブランドを含む）からの重要な情報（ポイントの有効期限や、商品の配送状況の通知、支払い期日のお知らせなど）をどのような手段（方法）で受け取りたいですか  
※複数選択可

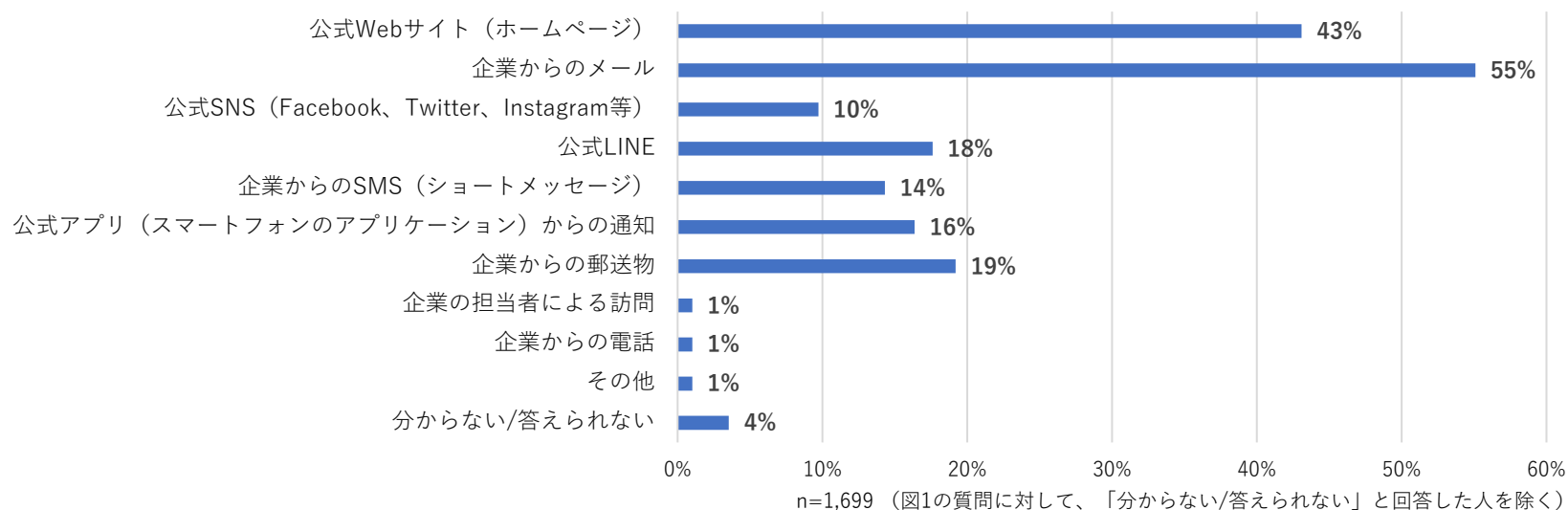


図3の「あなたは、企業（サービス・ブランドを含む）からの重要な情報（ポイントの有効期限や、商品の配送状況の通知、支払い期日のお知らせなど）をどのような手段（方法）で受け取りたいですか」という質問に対して、55%の人が「企業からのメール」を選択。次いで、43%の人が「公式Webサイト（ホームページ）」を選択しました。重要な情報はメールで受け取りたいと思っている人が半数以上という結果になりました。メールはビジネスでの利用者も多いことから、重要な連絡手段として認識されていることがうかがえます。また、メールボックスに蓄積されるため、あとから見返しやすい点や、フラグ（印）をつけて管理しやすい点なども多くの人が選んだ理由であると考えられます。

## 結果

公式アプリをダウンロードするきっかけは「会員登録するタイミングで」（39%）が最多。どの世代でも気軽にダウンロードしている傾向あり。

図4 あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式アプリをダウンロードするきっかけはなんですか ※複数回答可

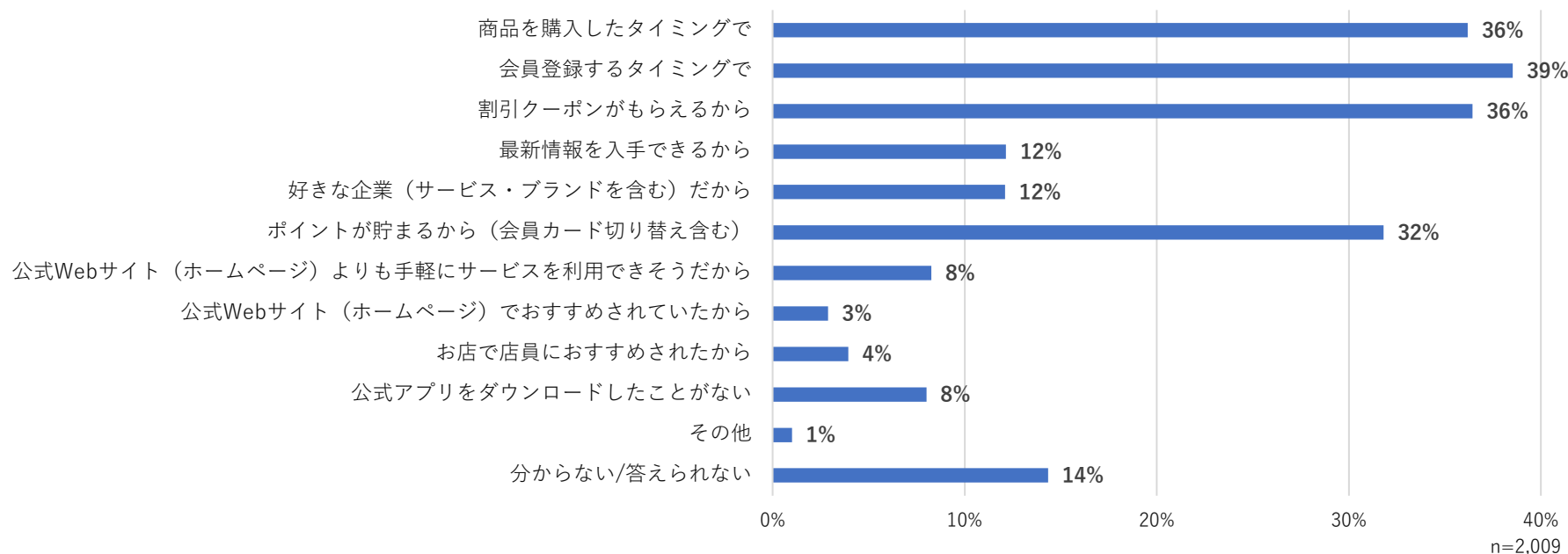


図4の「あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式アプリをダウンロードするきっかけはなんですか」という質問に対し、39%の人が「会員登録するタイミングで」を選択。次いで、36%の人が「商品を購入したタイミングで」「割引クーポンがもらえるから」を選択しました。



図5 【年齢別】あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式アプリをダウンロードするきっかけはなんですか ※複数回答可

	商品を購入したタイミングで	会員登録するタイミングで	割引クーポンがもらえるから	最新情報を入手できるから	好きな企業（サービス・ブランドを含む）だから	ポイントが貯まるから（会員カード切り替え含む）	公式Webサイト（ホームページ）よりも手軽にサービスを利用できるから	公式Webサイト（ホームページ）でおすすめされていたから	お店で店員にすすめられたから	公式アプリをダウンロードしたことがない	その他	分からない/答えられない
20～29歳（n=280）	33%	36%	49%	11%	15%	34%	11%	2%	5%	4%	0%	18%
30～39歳（n=283）	37%	35%	49%	13%	13%	31%	7%	2%	4%	4%	0%	19%
40～49歳（n=286）	33%	39%	48%	13%	10%	38%	9%	4%	4%	7%	0%	14%
50～59歳（n=285）	32%	35%	40%	11%	12%	33%	9%	4%	4%	9%	1%	14%
60～69歳（n=294）	36%	43%	29%	10%	9%	31%	6%	2%	5%	11%	1%	10%
70～79歳（n=291）	40%	42%	24%	14%	11%	31%	9%	3%	3%	10%	0%	11%
80歳以上（n=290）	43%	40%	17%	14%	15%	24%	7%	3%	3%	11%	1%	16%

図4の回答を年齢別で見ると（図5）、20～50代では「割引クーポンがもらえるから」、60代以上では「会員登録するタイミングで」「商品を購入したタイミングで」が上位を占めていることがわかりました。「公式アプリをダウンロードしたことがない」を選択した人は50代以下では10%未満、60代以上でも10%前後にとどまりました。スマートフォンが普及し、どの世代でもアプリを気軽にダウンロードする文化になってきているようです。

## 結果

公式LINEを友だち追加するきっかけは「割引クーポンがもらえるから」(31%)が最多。60代以上は「公式LINEを友だちに追加したことがない」人が約30%。

図6 あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式LINEを友だち追加するきっかけはなんですか  
※複数回答可

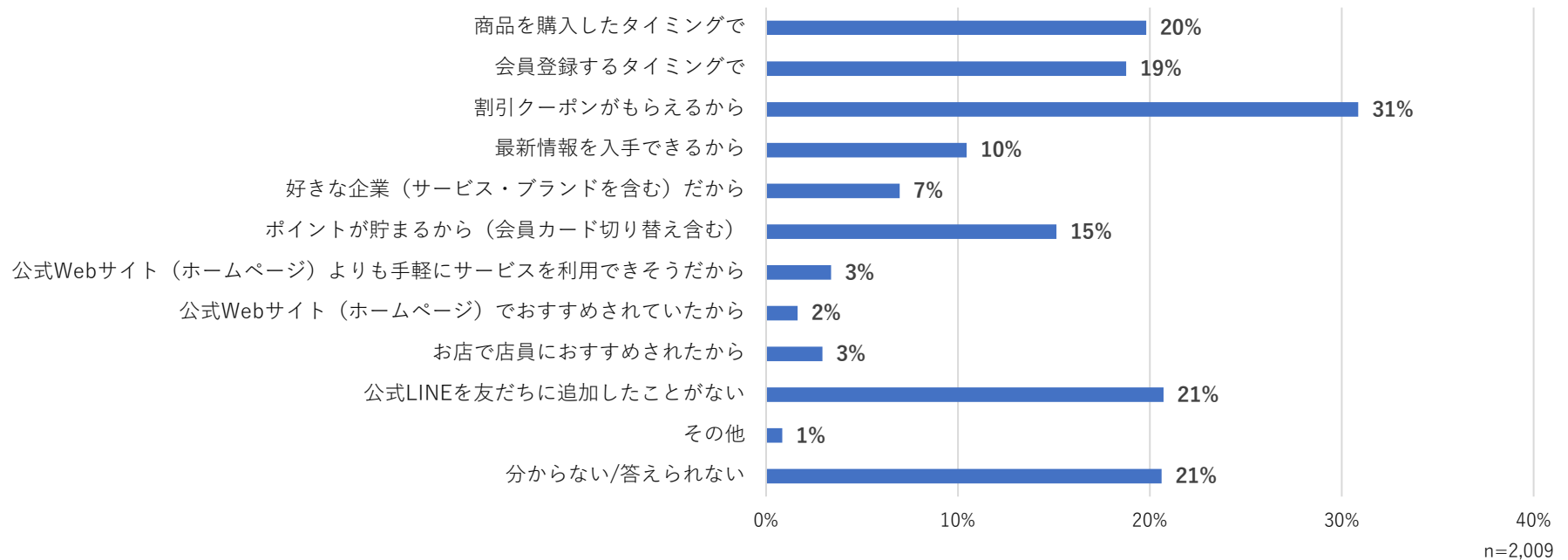


図6の「あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式LINEを友だち追加するきっかけはなんですか」という質問に対して、31%の人が「割引クーポンがもらえるから」を選択。次いで、21%が「公式LINEを友だちに追加したことがない」を選択しました。

図7 【年齢別】あなたが企業（サービス・ブランドを含む）の公式LINEを友だち追加するきっかけは  
 何ですか ※複数回答可

	商品を購入したタイミングで	会員登録するタイミングで	割引クーポンがもらえるから	最新情報を入手できるから	好きな企業（サービス・ブランドを含む）だから	ポイントが貯まるから（会員カード切り替え含む）	公式Webサイト（ホームページ）よりも手軽にサービスを利用できるから	公式Webサイト（ホームページ）でおすすめされていたから	お店で店員におすすめされたから	公式LINEを友だちに追加したことがない	その他	分からない/答えられない
20～29歳 (n=280)	21%	20%	45%	13%	8%	17%	4%	3%	5%	8%	0%	21%
30～39歳 (n=283)	24%	24%	51%	14%	8%	20%	3%	1%	2%	9%	1%	18%
40～49歳 (n=286)	17%	14%	42%	13%	6%	17%	3%	1%	3%	16%	1%	18%
50～59歳 (n=285)	22%	24%	33%	7%	10%	19%	3%	2%	3%	16%	1%	21%
60～69歳 (n=294)	20%	19%	21%	7%	5%	14%	2%	1%	3%	25%	1%	19%
70～79歳 (n=291)	16%	16%	16%	10%	4%	9%	4%	1%	2%	36%	0%	20%
80歳以上 (n=290)	19%	15%	10%	9%	7%	10%	3%	1%	2%	33%	2%	26%

図6の回答を年齢別で見ると（図7）、20～50代は「割引クーポンがもらえるから」が上位となっており、60～80代以上は「公式LINEを友だちに追加したことがない」が一番多い結果となりました。60代以上の世代では、LINEは企業からの情報を受け取る手段ではなく、家族や友人との連絡手段としての活用が多いことがうかがえます。

## 結果

同じ企業から複数の手段で情報を受け取っている人は33%。54%の人は単一の手段で。

図8 あなたは、同じ企業（サービス・ブランドを含む）からの情報を、複数の手段で受け取ることはありますか（Aという会社の情報を、メールとLINEとアプリで受け取るなど）

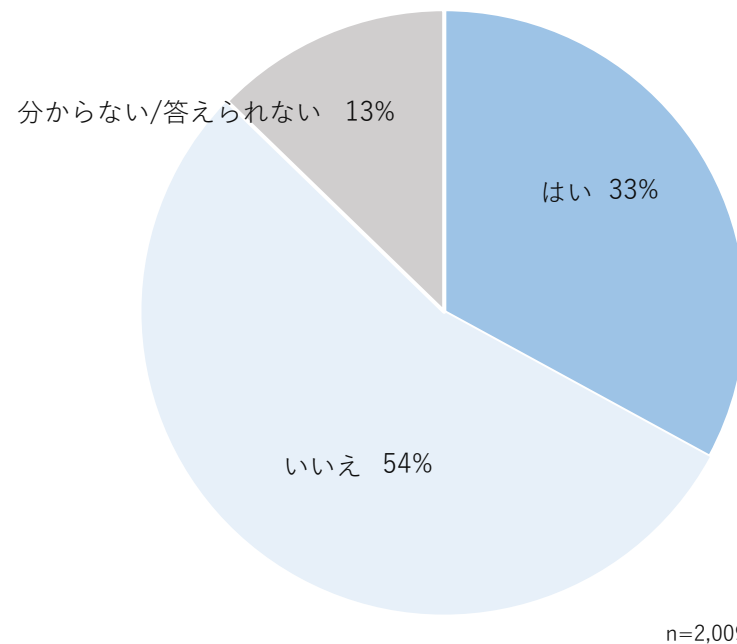


図8の「あなたは、同じ企業（サービス・ブランドを含む）からの情報を、複数の手段で受け取ることはありますか（Aという会社の情報を、メールとLINEとアプリで受け取るなど）」という質問に対して、33%の人が複数の手段を活用していると回答。受け取る情報によって使い分けている人も一定数いることが分かりました。

## 結果

企業から届く情報を煩わしいと思ったことがある人は57%。「興味がない情報」(77%)や「頻度の多さ」(71%)が原因。

図9 あなたは企業（サービス・ブランドを含む）から情報が届いて、煩わしいと思ったことはありますか

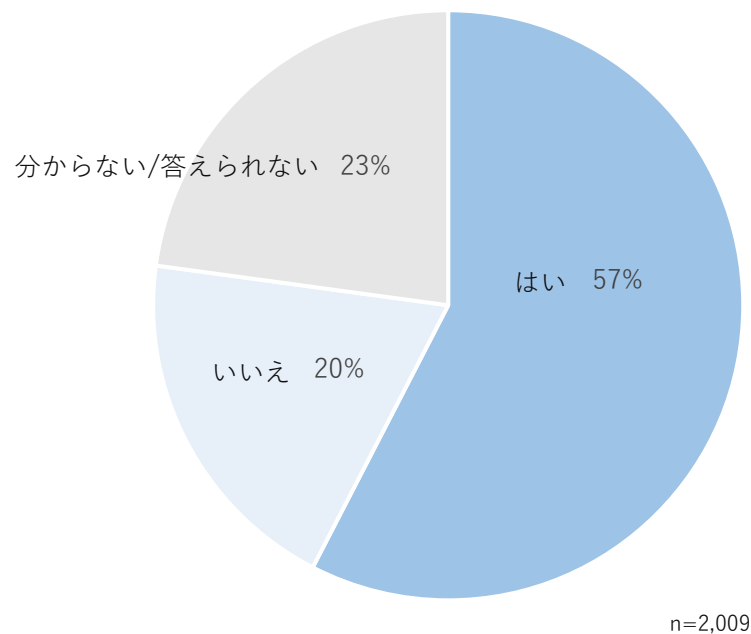
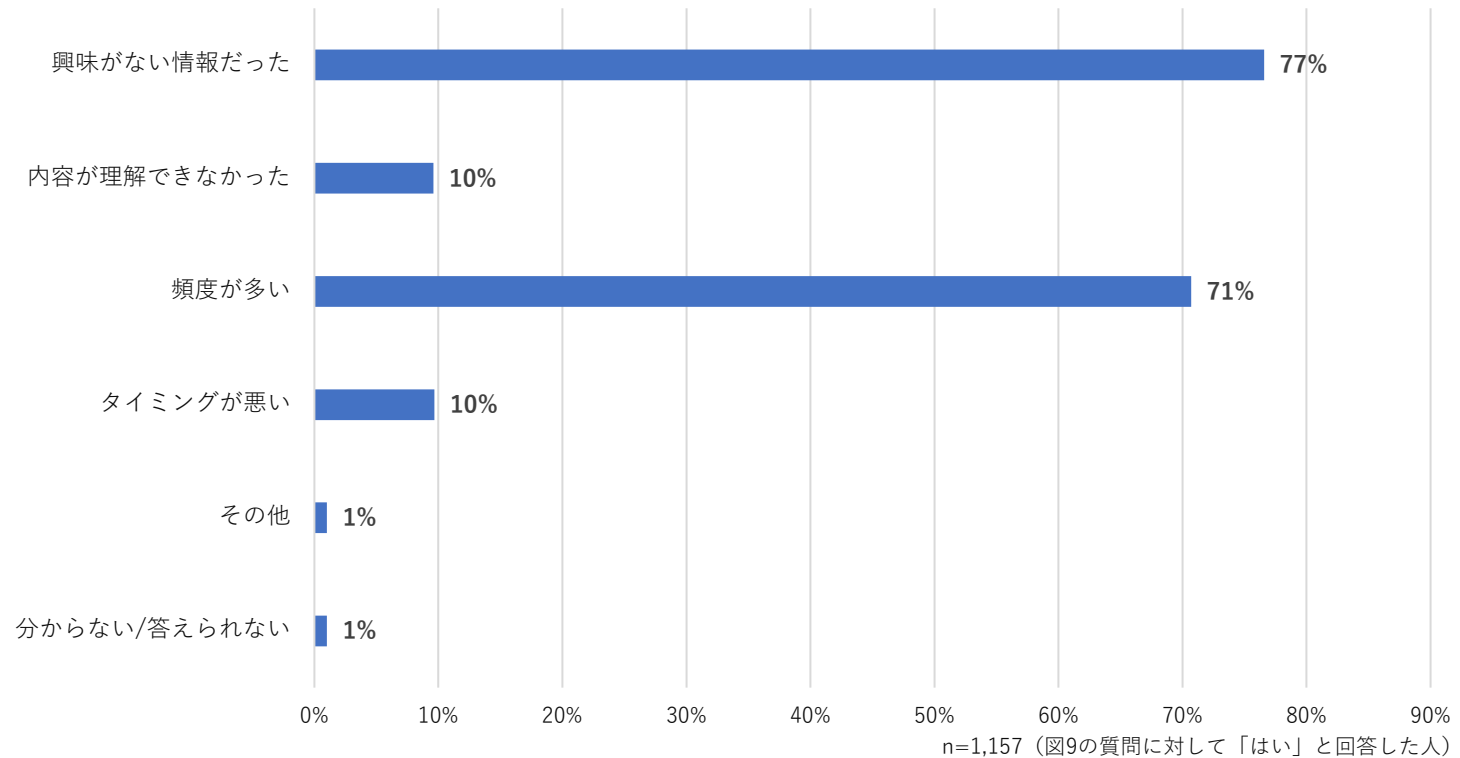


図9の「あなたは企業（サービス・ブランドを含む）から情報が届いて、煩わしいと思ったことはありますか」という質問に対して、57%の人が煩わしいと思ったことがあると回答しました。

図10 煩わしいと感じたポイントを教えてください ※複数回答可



さらに、図9の質問で「はい」を選択した人に対して、「煩わしいと感じたポイントを教えてください」と質問したところ（図10）、77%の人が「興味がない情報だった」、71%の人が「頻度が多い」を選択しました。この結果から、企業へのエンゲージメントを高めるには、その人にとって関心の高い内容を適切な頻度で配信することが重要と考えられます。企業が発信したい情報を一方的に届けるのではなく、受け取り手の興味関心によってアプローチの切り口を変える等の工夫が必要です。

## 結果

位置情報を活用したマーケティングに好意的な人は58%。不快と感じる人は7%。

図11 あなたは会員登録をしているお店に着いた瞬間、スマートフォンに割引クーポンが届いたらどう思いますか

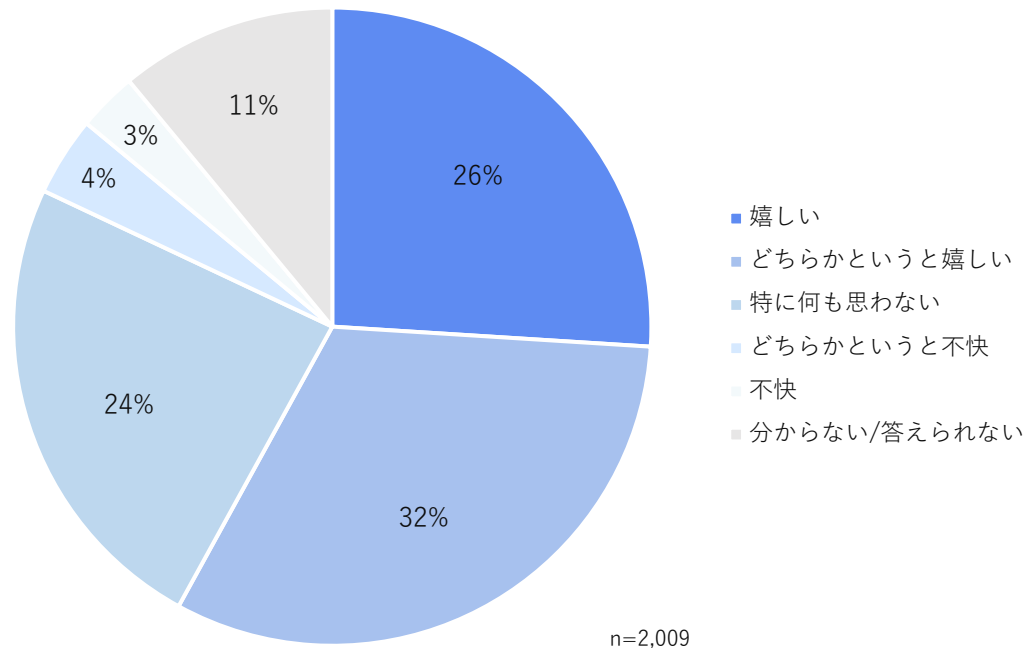


図11の「あなたは会員登録をしているお店に着いた瞬間、スマートフォンに割引クーポンが届いたらどう思いますか」という質問に対して、58%の人が「嬉しい」「どちらかという嬉しい」を選択。「不快」「どちらかという不快」を選択した人は7%にとどまりました。位置情報を活用したマーケティング（ジオマーケティング）をポジティブに捉えている人が多いことが分かりました。

## 結果

気になっていた商品の値下げや再入荷の連絡が届いたら嬉しいと感じる人は66%。行動履歴を利用したマーケティングは有効性が高いといえる。

図12 あなたは会員登録している企業（サービス・ブランドを含む）から、スマートフォンやパソコンに気になっていた商品の値下げや再入荷の連絡が届いたらどう思いますか

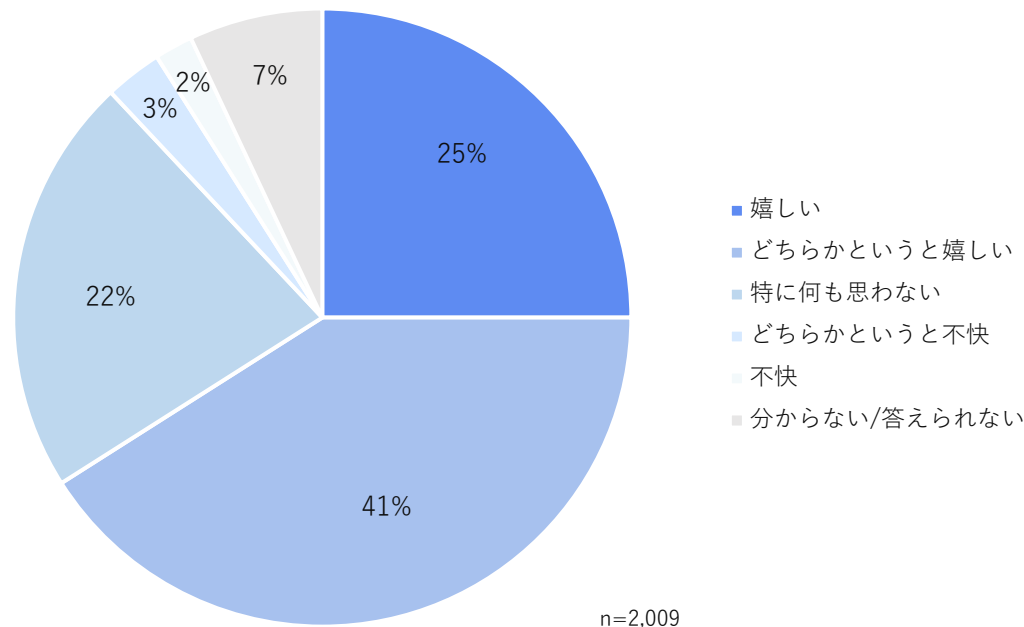


図12の「あなたは会員登録している企業（サービス・ブランドを含む）から、スマートフォンやパソコンに気になっていた商品の値下げや再入荷の連絡が届いたらどう思いますか」という質問に対し、66%の人が「嬉しい」「どちらかという嬉しい」を選択。「不快」「どちらかという不快」を選択した人は5%という結果になりました。Webサイトの閲覧履歴やお気に入り登録機能を利用したマーケティングコミュニケーションは有効であると考えられます。



## 結果

ポップアップ型のWeb接客にポジティブなイメージを持っている人は多数。閲覧中の商品のクーポンが表示されて嬉しいと感じる人は**63%**。

図13 あなたは企業（サービス・ブランドを含む）の公式サイトや公式アプリを見ているとき、今見ている商品のクーポンが表示されたらどう思いますか

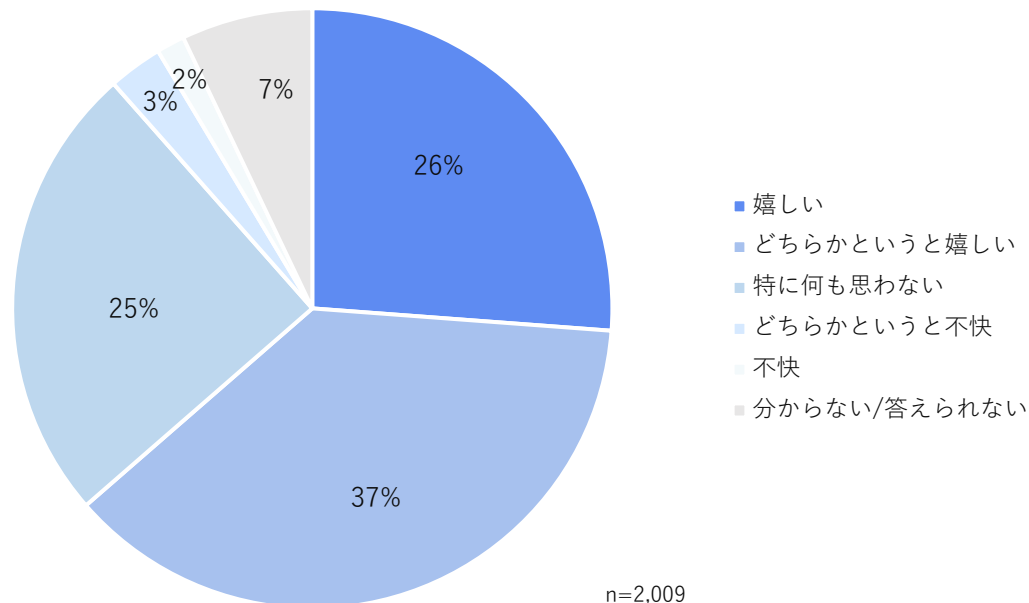


図13の「あなたは企業（サービス・ブランドを含む）の公式サイトや公式アプリを見ているとき、今見ている商品のクーポンが表示されたらどう思いますか」という質問に対して、63%の人が「嬉しい」「どちらかという嬉しい」を選択しました。「不快」「どちらかという不快」を選択した人は5%でした。ポップアップ型のWeb接客にポジティブなイメージを持つ人が多数いることが明らかになりました。ユーザーが喜ぶオファーを提示したり、適したタイミングで表示させたりすることで、より好意的に捉えてもらえる可能性が高いと考えられます。



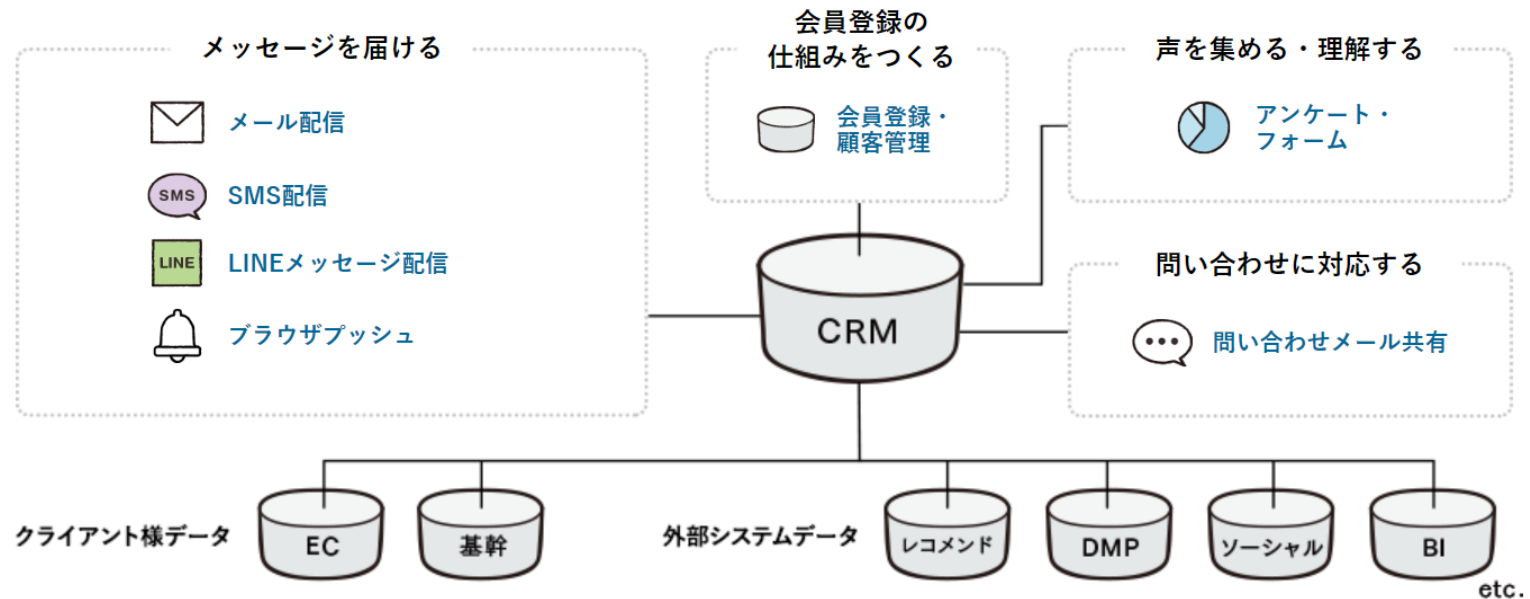
社名	株式会社WOW WORLD（英文社名：WOW WORLD Inc.）
所在地	東京本社：東京都品川区西五反田7-20-9 大阪オフィス：大阪府大阪市北区梅田1-1-3
設立	1995年4月
資本金	3億2,242万円
代表者	代表取締役社長 美濃 和男



WOW WORLDの自社開発製品である「WEBCAS（ウェブキャス）」シリーズは、企業とお客様の双方向コミュニケーションを、多様なチャネルで実現できるコミュニケーションシステムです。大がかりなシステム統合をしなくても既存の顧客データや様々なシステムとつながって、お客様の行動、ライフスタイル、属性などに合わせたコミュニケーションを実現します。



## <WEBCASができること>

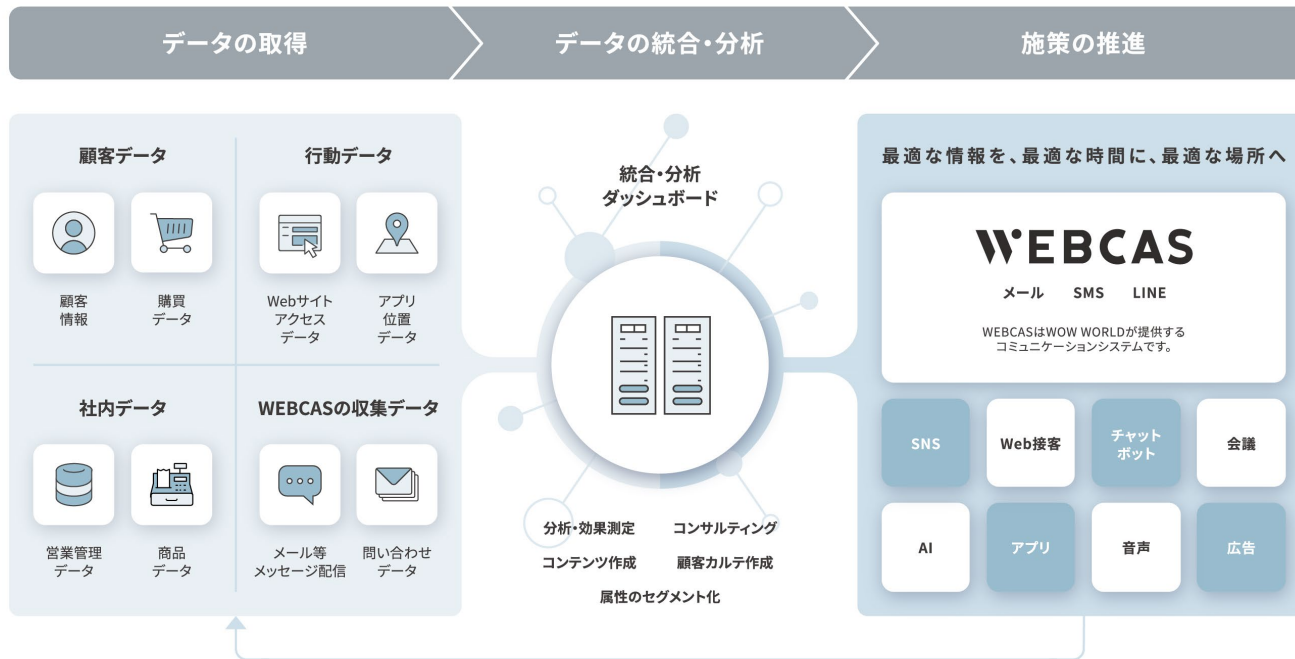


# 「WOW engage」のご紹介

「WOW engage（ワオエンゲージ）」は、企業が持つ顧客情報と購買・行動履歴等のデータを統合し、統計的因果推論等の手法で分析するCDP（カスタマーデータプラットフォーム）を中心としたエンゲージメントソリューションです。得られた分析結果をもとに、顧客にとって最適な情報を、最適なタイミングで、最適な手段を選んで配信することができます。



## <WOW engageができること>



株式会社WOW WORLD

<https://www.wow-world.co.jp/>

サービス「WEBCAS」紹介サイト

<https://www.webcas.jp/>

サービス「WOW engage」紹介サイト

<https://www.wow-engage.jp/>



当社および調査レポートに関するお問い合わせ

✉ [marketing@wow-world.co.jp](mailto:marketing@wow-world.co.jp)

サービスに関するお問い合わせ

✉ [webinfo@wow-world.co.jp](mailto:webinfo@wow-world.co.jp)

対応時間：平日 AM10時～PM7時

※ 土日祝日および年末年始の休業期間中は除きます。