

2012年9月xx日

報道関係各位

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社

GMO ジャパンマーケットインテリジェンス 『住宅に関するオンラインコミュニティ調査』を実施

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチの連結会社、GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社(東京都渋谷区 代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO JMI)は、GMO JMI が保有するモニターを対象に「住宅に関するオンラインコミュニティ調査」を実施しました。

- 調査対象:戸建住宅の購入予定がある既婚女性 30名
- 調査期間:2012年7月25日~2012年8月9日
- 調査方法:オンラインコミュニティ調査

【総論】

今回は、生活者自身が住宅購入に対してどのような考えを持っているのか、その背景も含めて広く理解するために、参加者がより自由に発言しやすい環境で調査に参加できるオンラインコミュニティ調査を採用し企画設計いたしました。

その結果、現在住宅買い替えを検討している人がどのような視点で次の物件購入を検討しているのか、物件そのものに対する考え方だけでなく、その周縁にあるニーズや不安も含めて生の声が明らかになりました。住宅に関する情報はそれぞれに集めているものの、新たに住もうとしている地域に関する情報が不足している、あるいは情報を得る手段が不足している現実も見えてきています。

【調査結果】

■関心の高いトピック No.1 は「ご近所付き合いの不安」、意外に関心が高い「スマートハウス」

購入に際して不安に感じることは、今回の調査の中でも特に関心が高かったトピックの1つです。このトピックの中で参加者が具体的に挙げた不安要素の上位は、「ご近所との人間関係」「地震関連」「お金」「地域の治安、防犯」となりました。

この結果をみると、住宅購入検討者は物件以外のことにも大きな不安を抱えながら比較検討していることがわかります。また参加者同士のやりとりでは、お互いに持っている情報量に大きな差があることも明らかになっています。知らないで損をする、買った後で後悔するというような不幸な例は、こういった情報量のアンバランスさに起因しているのかもしれませんが。購入を検討している地域に関する情報などはその最たる例といえるでしょう。地域ごとのコミュニティの必要性に注目が集まりますが、新たに地域に加わろうとする人にとっても、その地域を知るための手段として地域コミュニティは機能するかもしれません。

■関心が高いトピックランキング(コメント文字数による)

	平均文字数
1「ご近所付き合い」何が不安？	211
2不安に思ってることランキング！TOP3！	193
3スマートハウス、知ってる？	191
4二世帯住宅、どう思う？	189
5ズバリ！お金。について	177
6家族構成	172
7住宅購入の不安、何がある？	160
8子供部屋の優先順位。上？下？	153
9女性専用のスペース、どう思いますか？	139
10収納のありかたについて	136
11最初の「グループ内でのごあいさつ」はこちらです♪	131
12理想のウォークインクローゼット！	127
13このコミュニティ、いかがでしたでしょうか？	123
14キッチン・収納以外に重視するポイントは何でしょう？	103
15「ここだけはゆずれない！」ポイント	102

■不安に感じることランキング

1 近所との人間関係
2 地震関連
3 お金
4 地域の治安、防犯
5 親との同居
6 住む場所の選択
7 売却できるか

【企画意図】

生活者が普段意識していないような潜在的なニーズをコミュニティ内でのディスカッションの中から引き出すべく、今回は「住宅買い替え」シーンを対象として採用しました。住宅購入では立地や間取り等、定番ともいえる重視ポイントがありますが、それ以外の見過ごされやすいが実は大事！というポイントをコミュニティでのやりとりの中から参加者自身が気づき、見つけ出していくプロセスから潜在的なニーズを明らかにすることを目的としました。

初めて住宅を購入する際にイメージしていた生活と実際の生活とのギャップ、さらには過去から現在に至る住まいに対するニーズの変化を失敗談も含めて披露してもらいながら、今どんな希望を持って新たな住まい探しをしているのか、参加者同士の考え方の違いや同調を参加者自身が経験することにより、本音、生の声を引き出すことができます。このような住宅購入検討者の本音、生の声は、住宅メーカーにとっては生活者視点のインサイトとなり、新たな商品開発に生かすことができます。

【オンラインコミュニティ調査】

米国発祥のMROC※という調査手法が注目を集めています。従来の調査手法のように質問に対して返答するというスタイルとは異なり、調査参加者はオンライン上のコミュニティに参加し、その中で様々なテーマについて発言する、あるいは他の参加者の意見を目にする事で、参加者自身にとってもメリットが得られるスタイルとなっているのが特徴です。GMO JMI ではオンラインコミュニティ調査を積極的に取り入れ、生活者と企業の関係性をより近いものにし、企業のマーケティング活動に役立つインサイトを得るためのプラットフォーム作りを目指しています。

※Marketing Research Online Community の略

【オンラインコミュニティ調査の活用】

オンラインコミュニティ調査は、参加者同士がお互いの意見の違いに触れること、あるいは自分と同じ意見に同調することを通じて、参加者自身が新たな気づきを得ていきます。こうしたやりとりに直に触れることにより、企業の新商品・サービス開発や販売促進などのマーケティング課題の解決に有効な打ち手を見つけ出すことができると GMO JMI は考えています。

GMO JMI は、以下のようなマーケティング課題の解決のためにオンラインコミュニティ調査を活用できると考えています。

■適用できるマーケティング課題

新たな商品ニーズ発見、広告宣伝用クリエイティブ製作、製品評価、等

■オンラインコミュニティ調査により得られること

- 商品・サービスの周縁にある不安や利用する上での課題の抽出
- 「私もそう思った！」と生活者の同調や共感を得られるキーワード・コンテキストの抽出
- 「私たちはこう考える」と発散→収斂を意識したやりとりによる生活者の代表意見の抽出

【GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社について】

GMO インターネットグループの GMO リサーチの連結会社で、市場調査・分析および調査データを基にしたコンサルティングサービスを提供しております。従来通りの市場調査手法はもちろん、ソーシャルメディアリサーチやアイトラッキングなど、最先端の技術と手法を駆使した GMO JMI の市場調査サービスは、企業の迅速かつ最適な意思決定のお手伝いをいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 社長室 田野
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105
E-mail : pr@gmo-research.jp
- GMO インターネット株式会社 グループ広報・IR 部 細田・石井
TEL : 03-5456-2695 FAX : 03-3780-2611
E-mail : pr@gmo.jp

【調査に関するお問い合わせ先】

- GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社 ビジネスディベロップメント部 山田
TEL : 03-5784-1100 FAX : 03-5784-1105
E-mail : takatoshi.yamada@gmo-jmi.jp

【GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社】(URL: <http://www.gmo-jmi.jp/>)

会 社 名	GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役社長 細川 慎一
事 業 内 容	■市場調査分析、広告、宣伝、出版に関する業務 ■市場の調査並びにマーケティング調査に関するコンサルタント業務 ■マーケティングリサーチ及び経営情報の調査、収集、提供 ■各種市場調査の企画、実施
資 本 金	5,000 万円

【GMO インターネット株式会社】(URL: <http://www.gmo.jp/>)

会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード:9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長 熊谷 正寿
事 業 内 容	■WEB インフラ・EC 事業 ■インターネットメディア事業 ■インターネット証券事業 ■ソーシャル・スマートフォン関連事業
資 本 金	30 億円

【調査概要】

調 査 テ ー マ	住宅に関するオンラインコミュニティ調査
調 査 手 法	オンラインコミュニティ調査(クローズド調査)
調 査 地 域	日本全国
調 査 対 象	20 代~40 代の戸建住宅の購入を検討している既婚女性
参 加 人 数	30 人
実 施 日 程	2012 年 7 月 25 日~8 月 9 日

※本調査結果の引用・転載の際は「GMO ジャパンマーケットインテリジェンス株式会社調べ」とクレジット記載をお願いいたします。