



アドビシステムズ 株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー 19F

8割以上の消費者が企業からの情報を 「関心から遠い」と認識

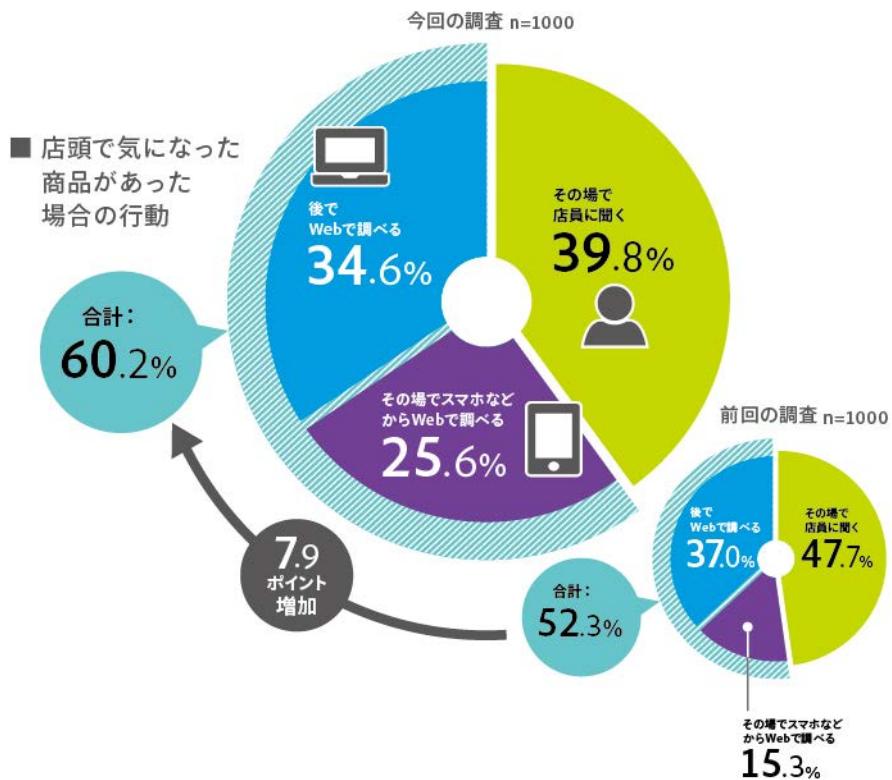
アドビ、デジタル時代の消費行動に関する調査結果を発表

【2016年3月10日】

アドビシステムズ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長 佐分利 ユージン 以下アドビ）は、企業のWebサイトやソーシャルメディア、メールマガなどのデジタルメディアが消費者の購買行動にどのような影響を与えているかに関する調査結果「[Adobe Digital Marketing Discovery 消費者行動調査 2016](#)」を発表しました。今回の調査結果から、デジタルメディアを通じて商品を確認する消費者の割合が2015年の調査よりも増加した一方で、82.9%の消費者が企業のWebサイトや電子メールから受け取る情報は「関心から遠い」と感じていることが判明しました。

本調査は、デジタル時代の消費者が新商品やサービスをどのように認知し、その後どのように検討し、購入判断をしているのかという行動変化に着目して、アドビが日経BPコンサルティングに委託し、国内の一般消費者1,000人を対象にして2015年12月に実施したものです。

**6割以上の消費者が店頭で気になった商品についてスマートフォンで調べる
特にその場で調べる消費者が増加。店頭とデジタルを横断した顧客体験が重要な
調査では新商品やサービスを認知するチャネルの割合とともに、実店舗で消費者が気になった商品を知りたいときにどのような行動をとるのかを調べています。その結果、60.2%（前回52.3%）がWebで調べると回答しました。「その場でスマートフォンなどからWebで調べる」と回答した人の割合が25.6%（前回15.3%）と前回の調査から10ポイント以上増加していることから、消費者は必要な情報をいつでもどこでも調べる習慣が定着してきたことが伺えます。納得してから購入したいという消費者の行動に応えるためにも、企業には店舗と連動した優れたデジタル体験の提供が求められます。**

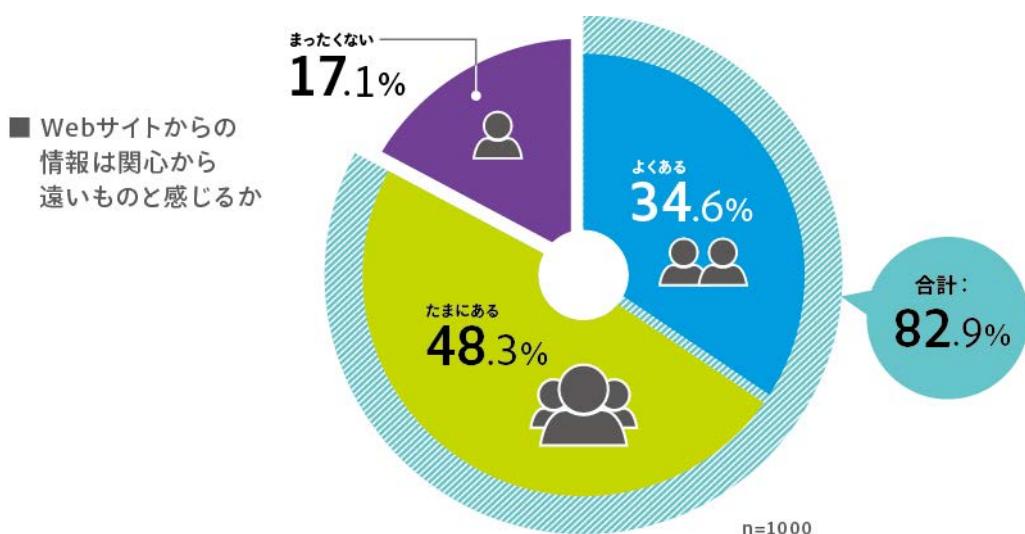


<図1：店頭で気になった商品があった場合の行動>

8割以上の消費者が企業からの情報「関心から遠い」

消費者一人ひとりにパーソナライズされた情報が関心を高める鍵に

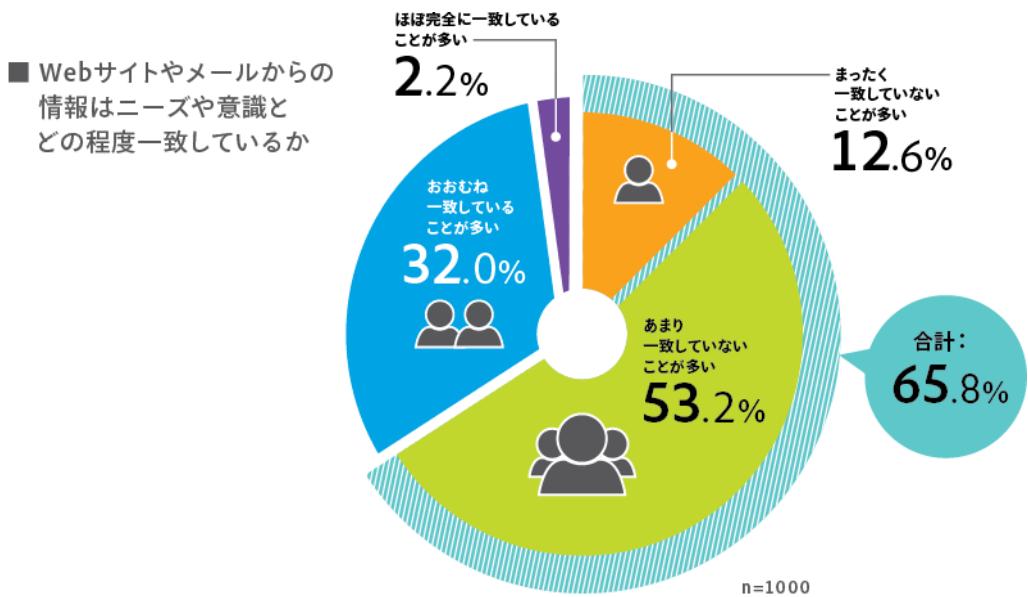
消費者が企業のWebサイトや電子メールから受け取る情報に対してどのような認識を持っているかを調べたところ、82.9%の消費者が、企業のWebサイトから提供される情報は自分の関心から遠い、と感じていることが明らかになりました。



<図2：Webサイトからの情報は関心から遠いものと感じるか>

また、企業の Web サイトや電子メールから得る情報が、その時点で本人のニーズや意識とどの程度一致しているかを尋ねたところ、「まったく一致していないことが多い」、「あまり一致していないことが多い」を合わせると 65.8%の消費者が一致していないと回答しています。

消費者の期待に応えるためには、画一的な情報ではなく一人ひとりの消費者に合った情報を提供するパーソナライズが必要です。企業には、消費者の属性や行動履歴等からニーズを理解し、適切なコミュニケーションを行う仕組みが求められます。



<図 3：Web サイトやメールからの情報はニーズや意識との程度一致しているか>

調査結果の詳細については、[こちら](#)をご覧ください。

「Adobe Digital Marketing Discovery 消費者行動調査 2016」概要

目的：消費者の購買行動におけるデジタルメディアの役割を把握する

手法：Web アンケート

対象：消費者

有効回答数：1,000 件

(29 歳以下男女 250 名、30 代男女 250 名、40 代男女 250 名、50 歳以上男女 250 名)

期間：2015 年 12 月 25 日～27 日

実施：アドビが日経 BP コンサルティングに委託して実施

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビシステムズ株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[Web サイト](#)に掲載されています。

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.