

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 12 月 3 日
株式会社 IMJ モバイル
東京都品川区西五反田 2-28-5
代表取締役社長 川合 純一

企業のモバイルサイトへの取組み実態調査 ～モバイルサイト制作・運用予算、半数以上の企業が 1 千万円以上～ 企業担当者は今後さらに予算 UP と回答

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都品川区 代表取締役社長：廣田 武仁）のグループ会社である株式会社 IMJ モバイル（本社：東京都品川区 代表取締役社長：川合 純一）は、売上高 50 億円以上の企業に勤務している正社員を対象に「企業のモバイルサイトへの取組み実態調査」を実施いたしました。

調査期間は 2009 年 11 月 11 日～11 月 12 日、有効回答数は 500 名から得られました。

【調査結果概要】

調査結果より、最も予算配分の多いメディアは「テレビ」との回答が最多でしたが、今後予算が増えていくメディアでは、約半数の企業が「PC」「モバイル」と回答していることがわかりました。

また、モバイル活用の目的としては、情報発信に次いでブランディングとしている企業が多い結果となりました。Flash の採用など企業や商品・サービスの世界観を表現しやすくなっていることから、モバイルがブランディングのためのメディアのひとつと捉えられていることがうかがえます。

来期に注力する予定のあるモバイル施策としては、コンテンツの充実やユーザビリティ改善と回答した企業が 4 割前後にのぼり、ユーザーの利便性向上のため今後益々モバイル戦略を強化する企業が増えることが推測されます。

【調査結果のトピック】

今後予算比率が増えるメディアは、「PC」「モバイル」「テレビ」
全体の半数以上が、モバイルサイト制作・運用に 1,000 万円以上投資
モバイル戦略上の問題は、「予算の確保」「戦略そのもの」「優秀な人材」
モバイルの活用目的は、「情報発信」「ブランディング」「キャンペーン」
来期注力予定のモバイル施策は、「コンテンツ充実」「ユーザビリティ改善」が上位

（本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。）

【調査結果詳細】

調査概要

- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 24歳以上の男女 調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 500 サンプル
- ・調査日時 : 2009年11月11日～11月12日

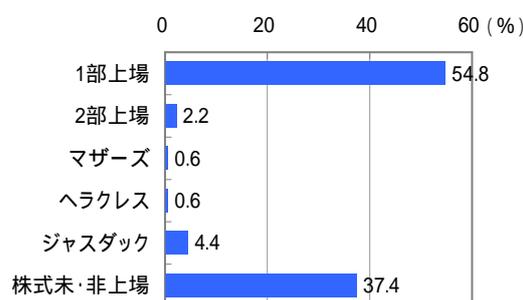
回答者プロフィール

- ・モバイルサイトを保有している売上高50億円以上の企業に勤務している正社員
- ・自社で保有しているモバイルサイトに対する以下の権限を持つ
 - ・企画立案に関与している
 - ・投資に関する意思決定に関与している

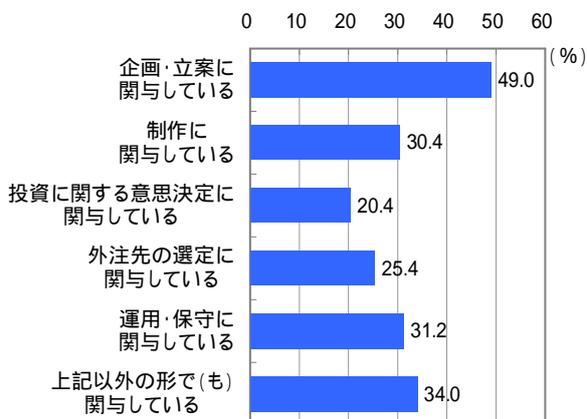
勤務先の売上規模 (n=500)



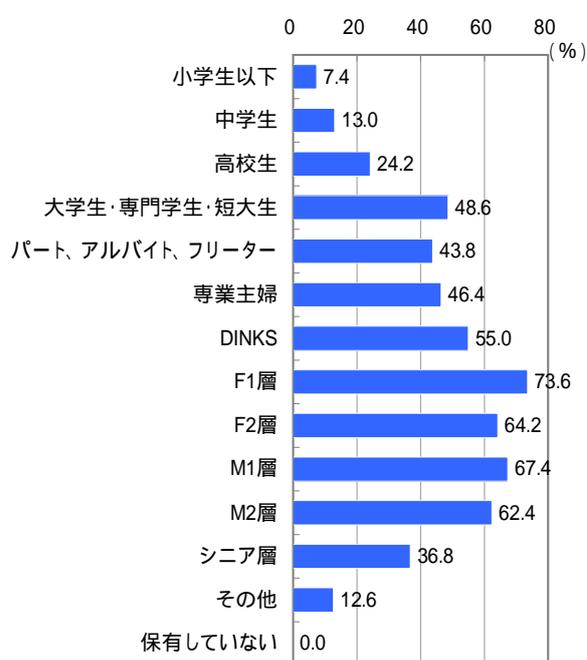
勤務先の会社形態 (n=500)



モバイルサイトに関する役割 (n=500)



モバイルサイトのターゲット (n=500)



(本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。)

今後予算比率が増えるメディアはPC、モバイル、テレビ

広告部門で最も予算配分の多いメディアを尋ねたところ、「テレビ」(36%)が最も多く、次いで「PC サイト」(18%)、「新聞」(9%)となりました。また、今後予算比率が増減するメディアを尋ねたところ、増えるメディアは「PC」(53%)、「モバイル」(41%)、「テレビ」(24%)、減るメディアは「新聞」(24%)、「雑誌」(19%)、「屋外広告」(18%)の順となりました。

図1 予算配分の最も多いメディア（単一回答）

【n=500】

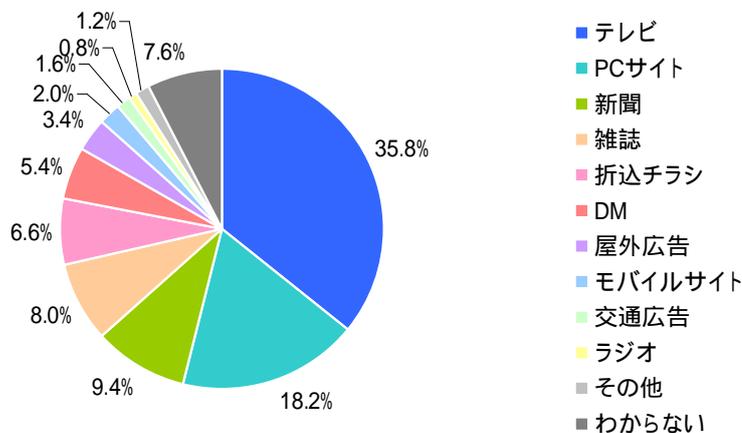


図2 今後予算比率が増えるメディア（複数回答）

【n=500】



図3 今後予算比率が減るメディア（複数回答）

【n=500】



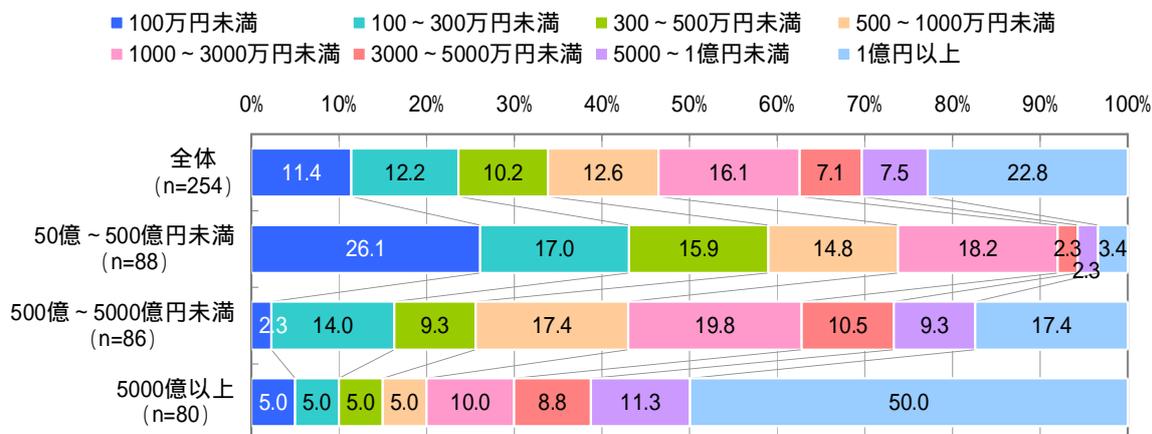
(本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。)

全体の半数以上がモバイルサイト制作・運用に1,000万円以上投資

今期のモバイルサイト制作・運用関連予算を尋ねたところ、「1億円以上」(23%)がボリュームゾーンであり、1,000万円以上と回答した企業は54%であることがわかりました。売上規模別に見てみると、売上高が大きくなるにつれ予算も大きくなる傾向があり、売上高5,000億円以上の企業では「1億円以上」との回答が半数を占める結果となりました。

図4 売上規模別の今期モバイルサイト制作・運用関連予算(単一回答)

【n=254 「わからない」「答えられない」除く】



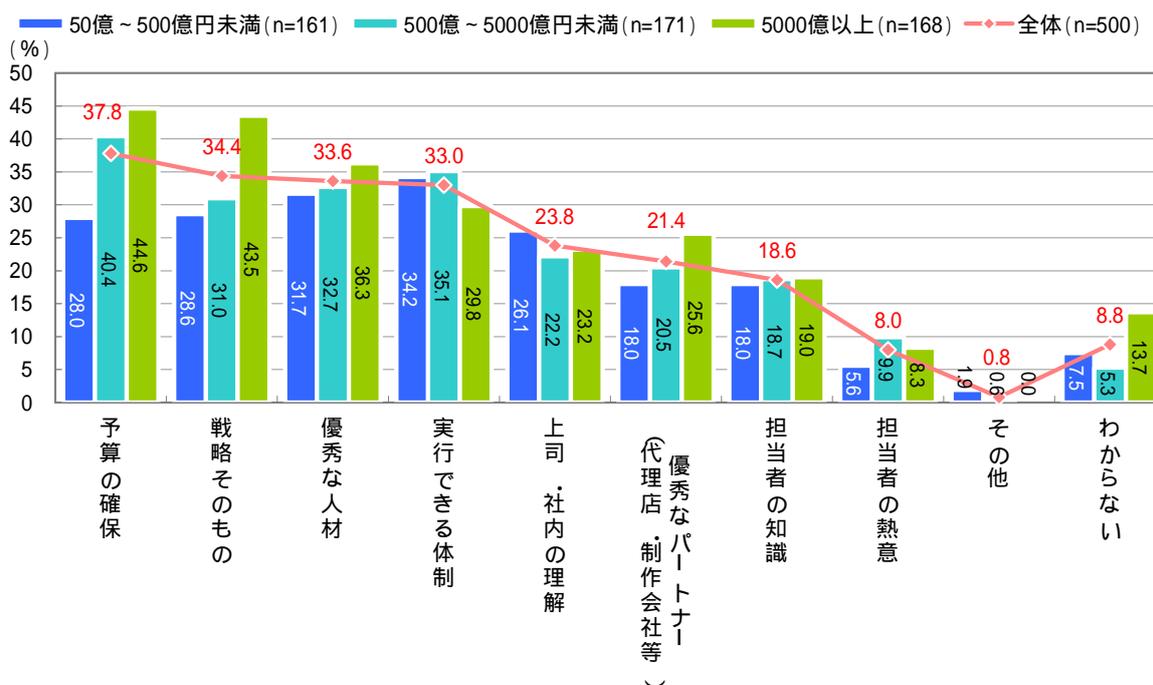
(本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。)

モバイル戦略上の問題は「予算の確保」「戦略そのもの」「優秀な人材」

モバイル戦略を実行する上で現在抱えている問題について尋ねたところ、「予算の確保」(38%)が最も多く、次いで「戦略そのもの」(34%)、「優秀な人材」(34%)、「実行できる体制」(33%)となりました。売上規模別に見てみると、売上高500~5,000億円、5,000億円以上の企業ともに最も多い回答は「予算の確保」であるのに対し、50~500億円の企業では「実行できる体制」が最も多く、「予算の確保」は4番手でした。売上規模によって抱えている問題点が大きく異なっていることがわかります。

図5 モバイル戦略を実行するにあたり抱えている問題（複数回答）

【n=500】



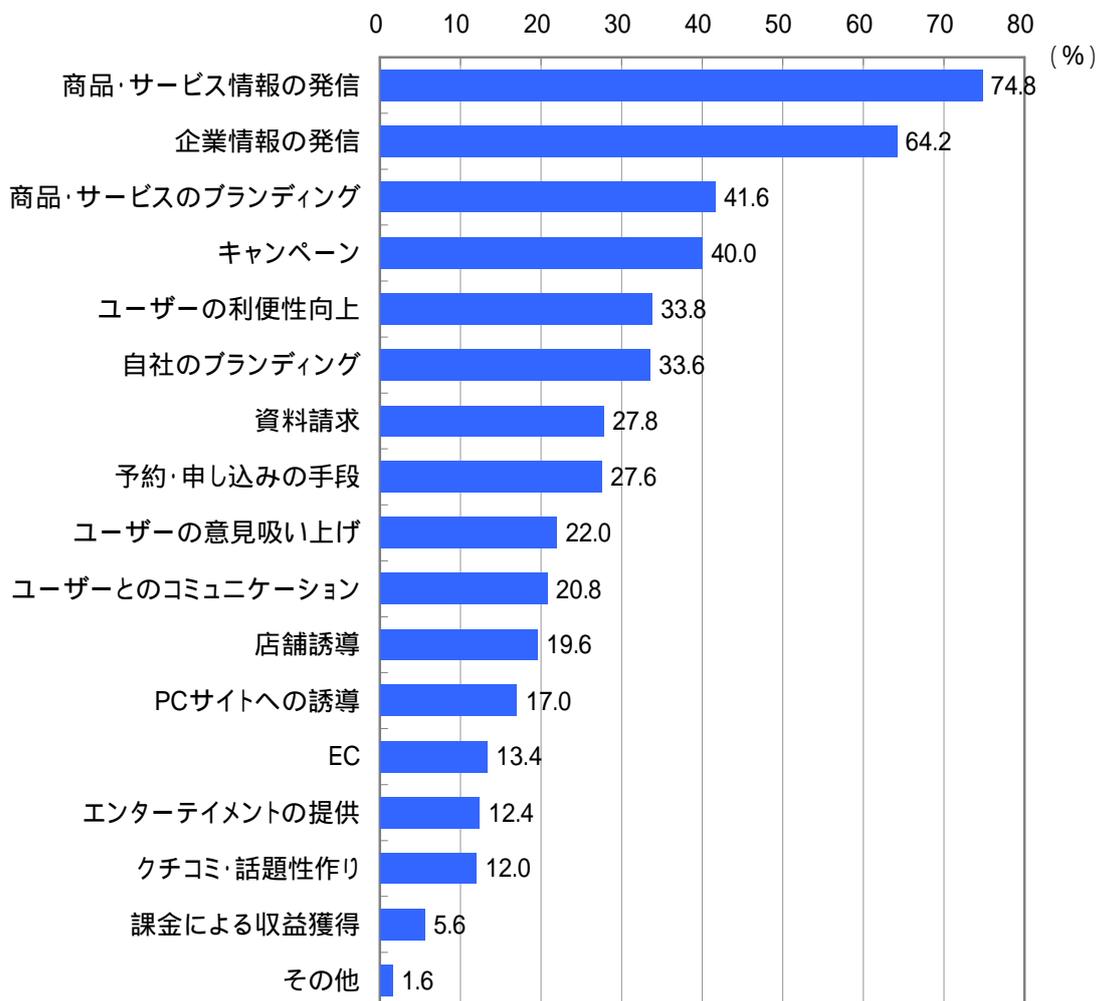
（本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。）

モバイルの活用目的は情報発信、ブランディング、キャンペーン

自社でのモバイルの活用目的について尋ねたところ、「商品・サービス情報の発信」(75%)が最も多く、次いで「企業情報の発信」(64%)、「商品・サービスのブランディング」(42%)となりました。情報発信だけではなく、モバイルを活用したブランディングを実施している企業も多いことがわかり、これはFlashの採用などで表現の幅が広がっていることが影響していると考えられます。

図6 モバイルの活用目的(複数回答)

【n=500】



(本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。)

来期注力予定のモバイル施策はコンテンツ充実ユーザビリティ改善が上位

今期注力しているモバイル施策を尋ねたところ、「コンテンツの充実」(46%)が最も多く、次いで「集客」(42%)、「顧客データ分析」(34%)の順となりました。来期注力する予定のモバイル施策では、「コンテンツの充実」(43%)が最も多く、以下「集客」(40%)、「ユーザビリティ改善」(37%)が続いています。「ユーザビリティ改善」は今期注力した施策では4番手でしたが、来期注力する予定の施策では3番手に順位をあげており、重要度が増している傾向がうかがえます。特に売上高5,000億円以上の企業でその傾向が顕著であり、来期注力予定の施策に「ユーザビリティ改善」をあげた企業は半数を超える結果となりました。

図7 売上規模別の今期注力しているモバイル施策(複数回答)

【n=500】

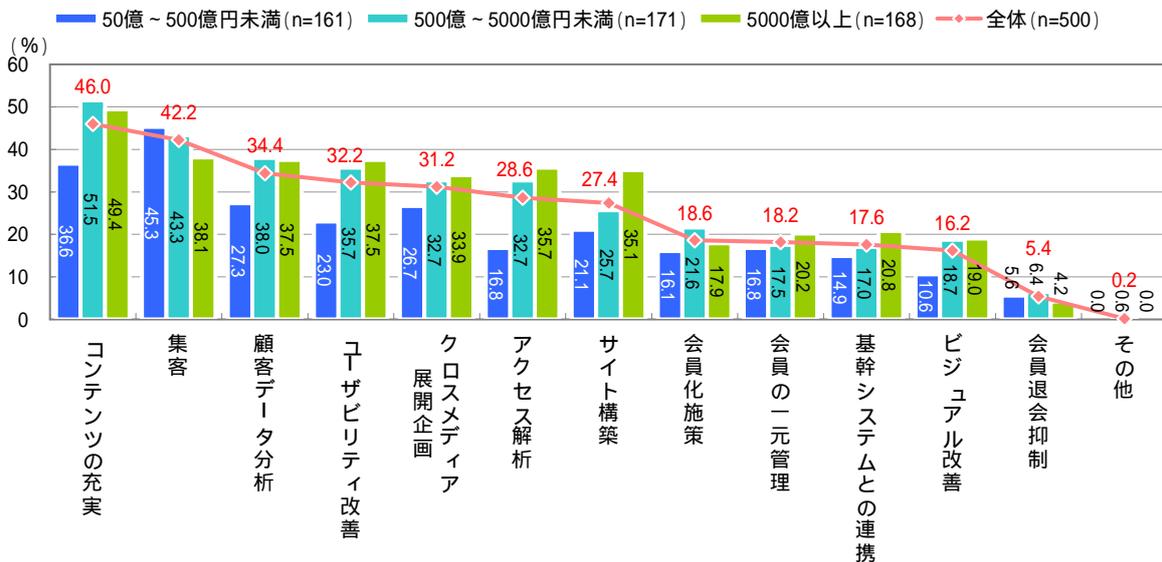
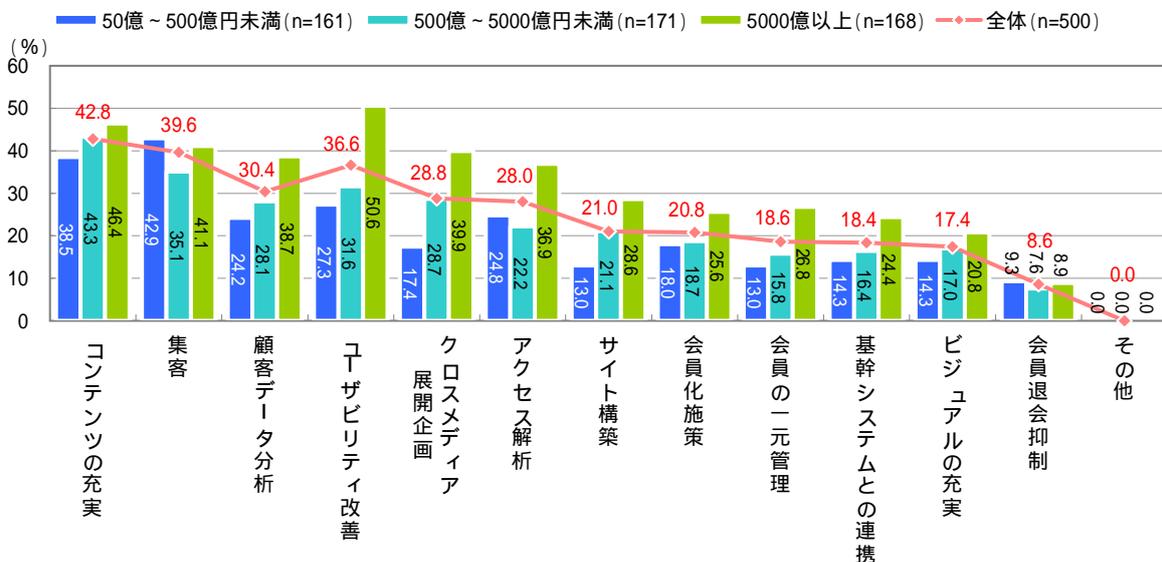


図8 売上規模別の来期注力する予定のモバイル施策(複数回答)

【n=500】



(本調査はモバイルに関する担当者から聴取したものであり、企業単位の集計ではありません。)

【株式会社 IMJ モバイル 会社概要】

株式会社 IMJ モバイルは、携帯に関する調査・診断・企画・開発・制作・運用に関する豊富なノウハウにより、携帯の BtoB 及び、BtoC サイトを提供しており、国内最大級の実績とリソースを保有するモバイルインテグレーターです。

現在では、コマース事業、サイト調査・診断事業、QR コード、フェリカ、IC タグ関連の技術開発及びソリューションの提供を多くの企業様に提供しており、企業様を対象とした携帯サイトの公式化支援事業にも力を入れております。

社名	株式会社 IMJ モバイル
本社	東京都品川区西五反田 2-28-5 第 2 オークラビル
URL	http://www.imjmobile.co.jp/
設立	2000 年 7 月 18 日
資本金	3 億 963 万 7500 円 (2009 年 11 月現在)
従業員数	357 名、グループ従業員数 540 名(2009 年 11 月現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯公式サイト企画・運営事業 ・ 携帯メディア、広告事業 ・ 携帯サイト構築・運営代行事業 ・ 携帯ソリューション事業、等

< 本件に関するお問合せ先 >

株式会社 IMJ モバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>

調査に関するお問合せ先

市場調査室

TEL : 03-5759-0188

担当 : 嶋田

報道関係者のお問合せ先

広報 IR グループ

TEL : 03-5759-0177 E-mail : press@imjmobile.co.jp

担当 : 森竹