

[報道関係者各位]

[マーケティング担当者様]

平成 21 年 12 月 22 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

タッチパネル携帯の利用動向に関する調査

~ 今後の期待が高まるタッチパネル、操作性を考慮した UI 設計が重要 ~

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）のモバイルユーザビリティ研究所は、「タッチパネル携帯の利用動向に関する調査」を実施いたしました。

調査期間は 2009 年 11 月 25 日～11 月 27 日、有効回答数は 313 名から得られました。

【調査結果概要】

調査結果より、数字キー付タッチパネル携帯保有者のうち、サイトを閲覧する際にキー操作ではなくタッチパネルで操作している割合は 1 割にとどまる結果となりました。そのサイト閲覧では、「リンクを押す」「ページ移動する」といったページ遷移における操作性（ミスタッチなど）に不満を抱いている人が多く、このことはタッチパネル携帯の今後の課題と考えられます。

一方、タッチパネル携帯ユーザーの中で、次回の携帯電話購入時に再びタッチパネル携帯を購入したいと考えている人は 5 割を超えており、タッチパネル携帯の浸透は今後ますます進んで行くと予測されます。

今後タッチパネル携帯の普及に合わせ、タッチパネル機能の性能だけでなく、サイト構築においてもタッチパネル操作でのユーザビリティを考慮したサイト設計を行うなど、ユーザーの利便性向上に努める必要があると思われます。

【調査結果のトピック】

タッチパネル操作でサイトを閲覧している人は数字キー付ユーザーの 1 割にとどまる

フルタッチユーザーは数字キー付ユーザーより、操作性に好印象

タッチパネルでのサイト閲覧は、ページ遷移の操作性に課題

操作性の満足度は購入前の期待度を下回る。ミスタッチ、反応速度・感度に不満

過半数のユーザーが次回機種変更でタッチパネル携帯の購入意向あり

フルタッチユーザー：数字キーがなく、タッチパネルでの操作のみが可能な携帯電話保有者

数字キー付ユーザー：数字キーとタッチパネルによる操作が可能な携帯電話保有者

【調査結果詳細】

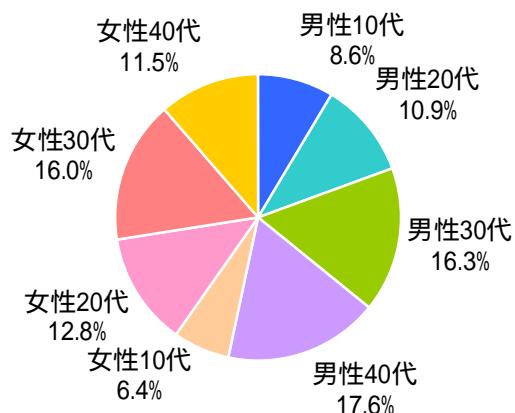
調査概要

- ・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 : 12~49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 : 313サンプル
- ・調査日時 : 2009年11月25日~11月27日

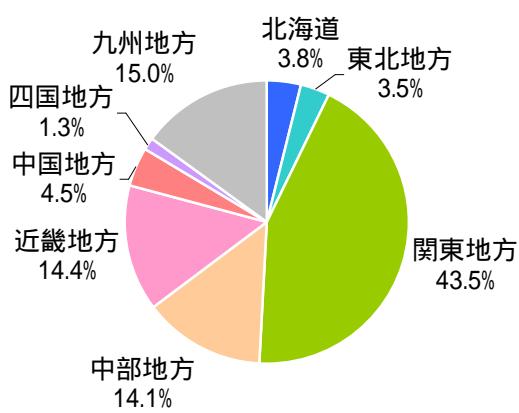
回答者プロフィール

スマートフォンを除く、タッチパネルによる操作が可能な携帯電話の保有者

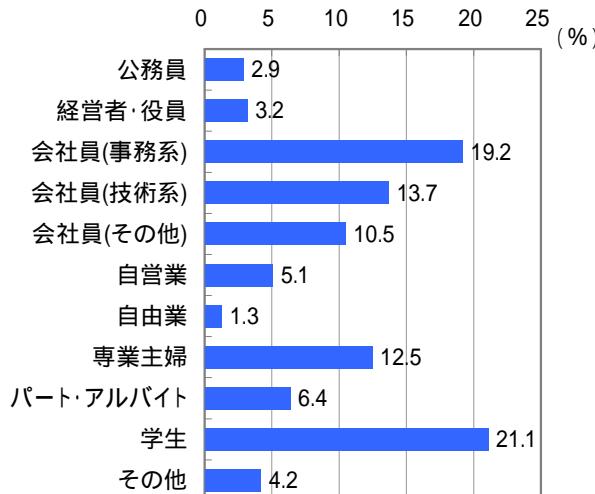
性年代 (n=313)



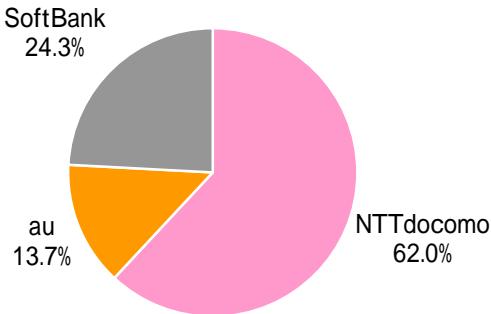
居住地域 (n=313)



職業 (n=313)



保有キャリア (n=313)



タッチパネル操作でサイトを閲覧している人は数字キー付ユーザーの1割にとどまる

数字キー付ユーザーに対し、携帯電話の機能全般において、タッチパネルとキーのどちらで操作しているか尋ねたところ、約4割がタッチパネルで操作していることがわかりました。

また、それぞれの機能について同様に尋ねたところ、タッチパネルで操作している（「主にタッチパネル操作」「タッチパネル操作とキー操作を併用」）との回答は、「ワンセグ」（66%）が最も多く、次いで「カメラ」（52%）「WEBサイト閲覧」（40%）となりました。

図1 数字キー付ユーザーの携帯電話機能全般における操作方法（単一回答）
【n=245 数字キー付ユーザーのうち機能利用者】

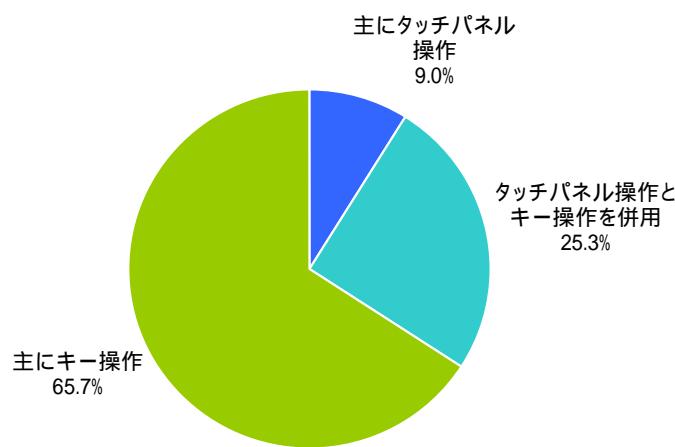
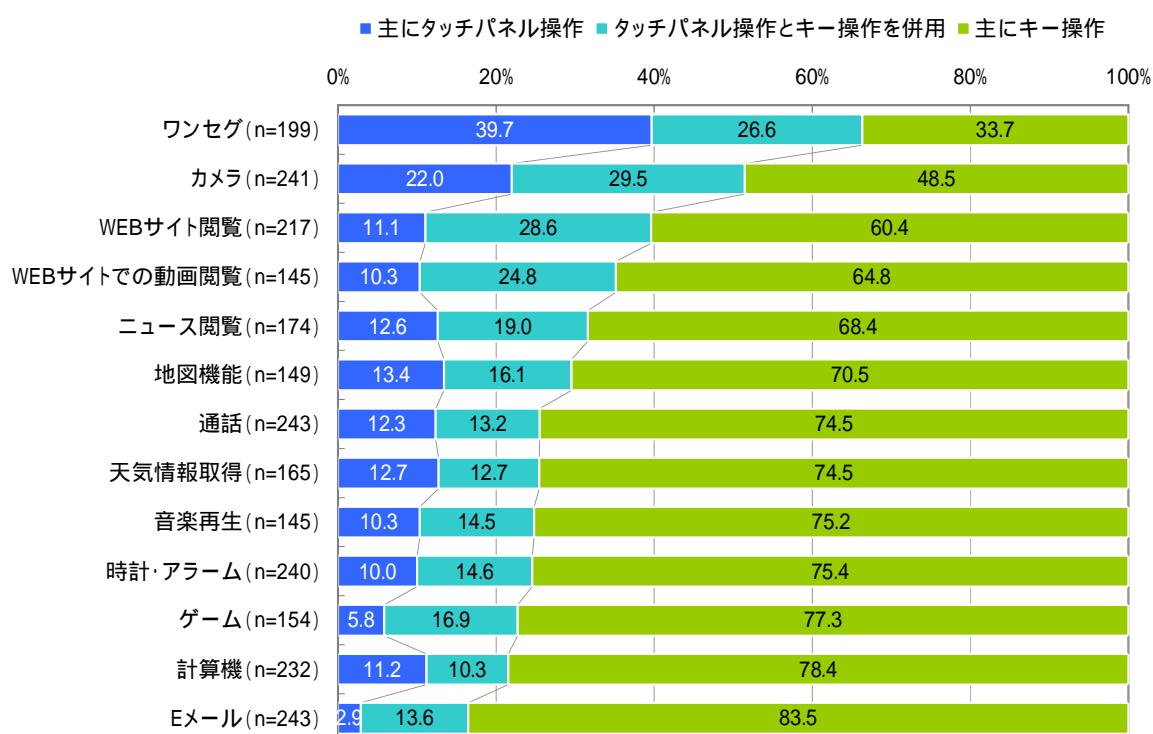


図2 数字キー付ユーザーの機能ごとの操作方法（単一回答）
【n=245 数字キー付ユーザーのうちそれぞれ機能利用者】



数字キー付ユーザー：数字キーとタッチパネルによる操作が可能な携帯電話保有者

フルタッチユーザーは数字キー付ユーザーより、操作性に好印象

携帯電話の機能全般における操作性について尋ねたところ、「非常に良い」「やや良い」と回答したフルタッチユーザーは 58%にのぼり、数字キー付ユーザーより 18 ポイント高い結果となりました。また、各機能の項目においてもポイントの差に違いはあるものの、同様の傾向を示しています。

図 3 機能全般における操作性の評価（単一回答）

【n=313】

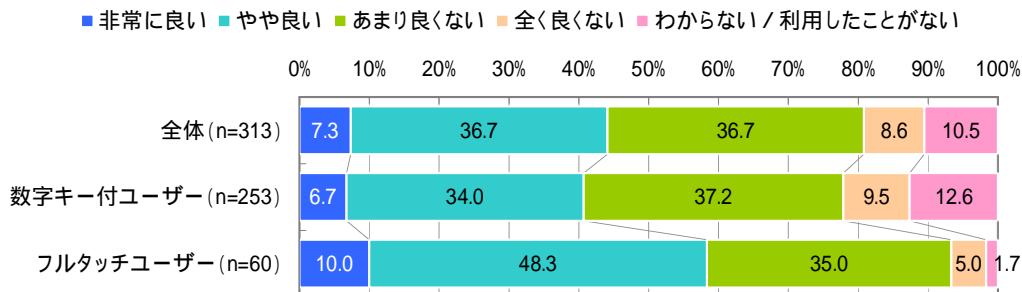
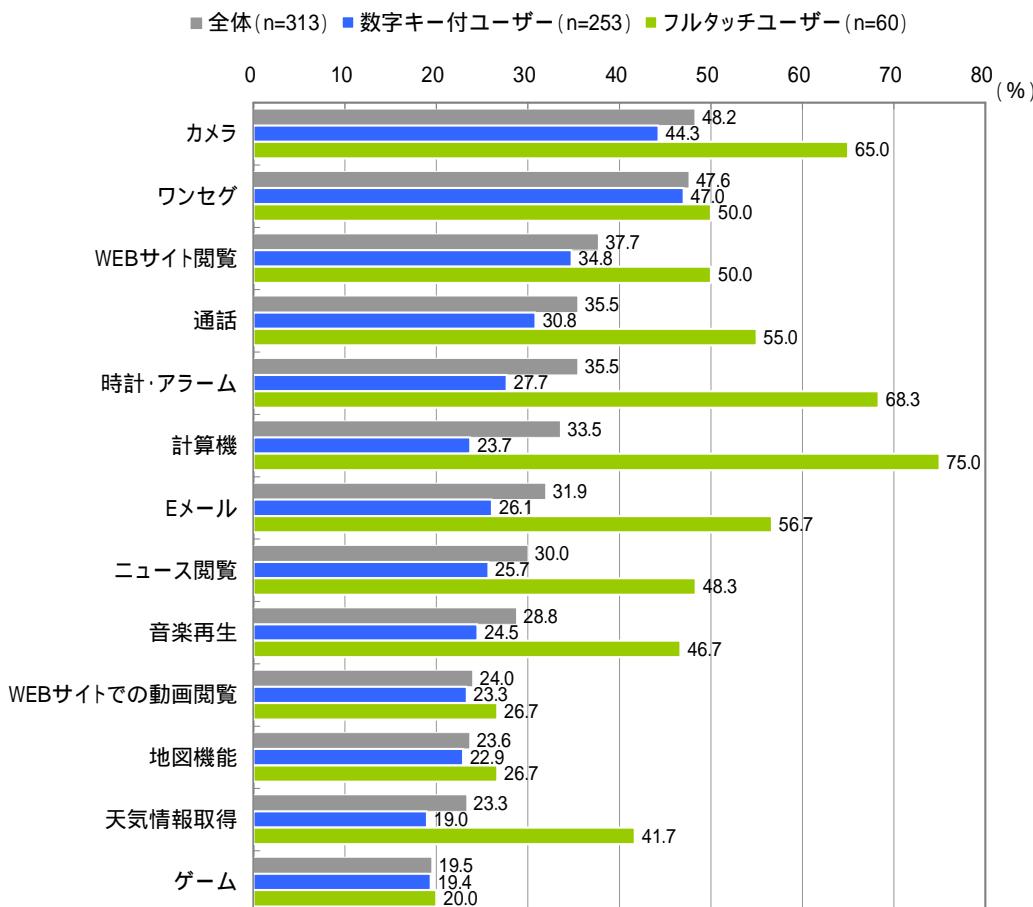


図 4 機能ごとの操作性の評価（単一回答）（「非常に良い」「やや良い」の合計を算出）

【n=313】



フルタッチユーザー：数字キーがなく、タッチパネルでの操作のみが可能な携帯電話保有者

数字キー付ユーザー：数字キーとタッチパネルによる操作が可能な携帯電話保有者

タッチパネルでのサイト閲覧は、ページ遷移の操作性に課題

サイト閲覧におけるタッチパネルでの操作性について尋ねたところ、「画像を閲覧する」が最も評価が高く、次いで「文章を読む」「縦のページスクロール」となり、単一ページを閲覧する際の操作について、半数以上のユーザーが利便性を感じていることがわかりました。一方、「リンクを押す」「ページ移動」といった別のページを閲覧する際の操作には、4割以上のユーザーが不便さを感じており、今後の課題と考えられます。

また、それらを不便に感じている理由（自由回答）としては、「リンクを押せているのかが分からない」「画面をスクロールさせるつもりが、リンクを押してしまいページが遷移してしまう」等の意見があがっています。

図5 サイト閲覧時におけるタッチパネルでの操作性の評価（単一回答）

【n=313】

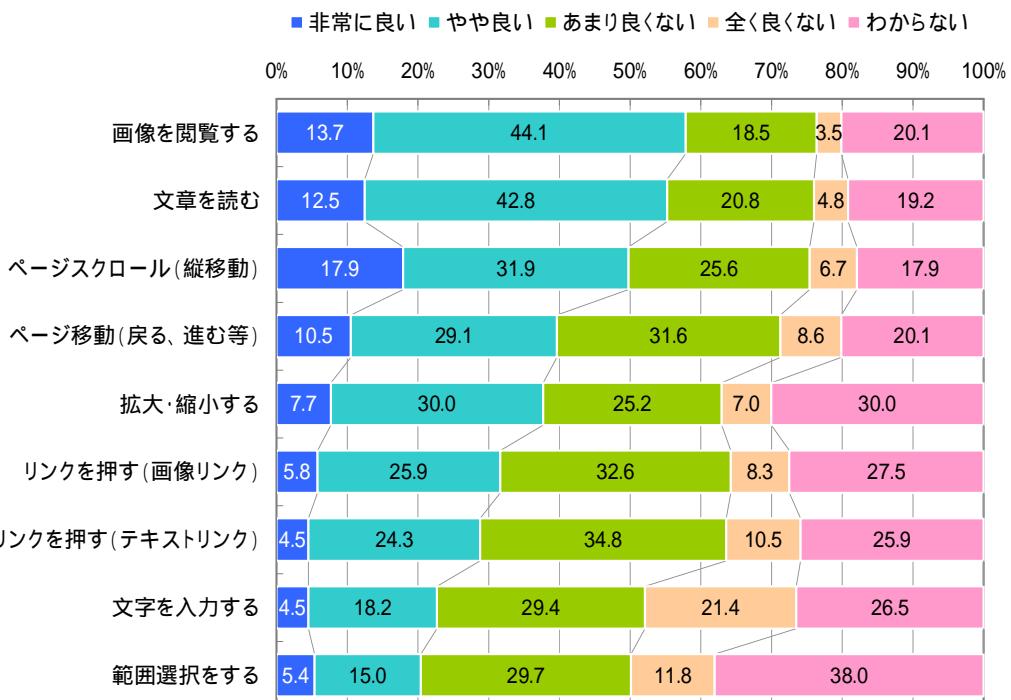


表1 サイト閲覧時におけるタッチパネル操作の不満点（自由回答）一部抜粋

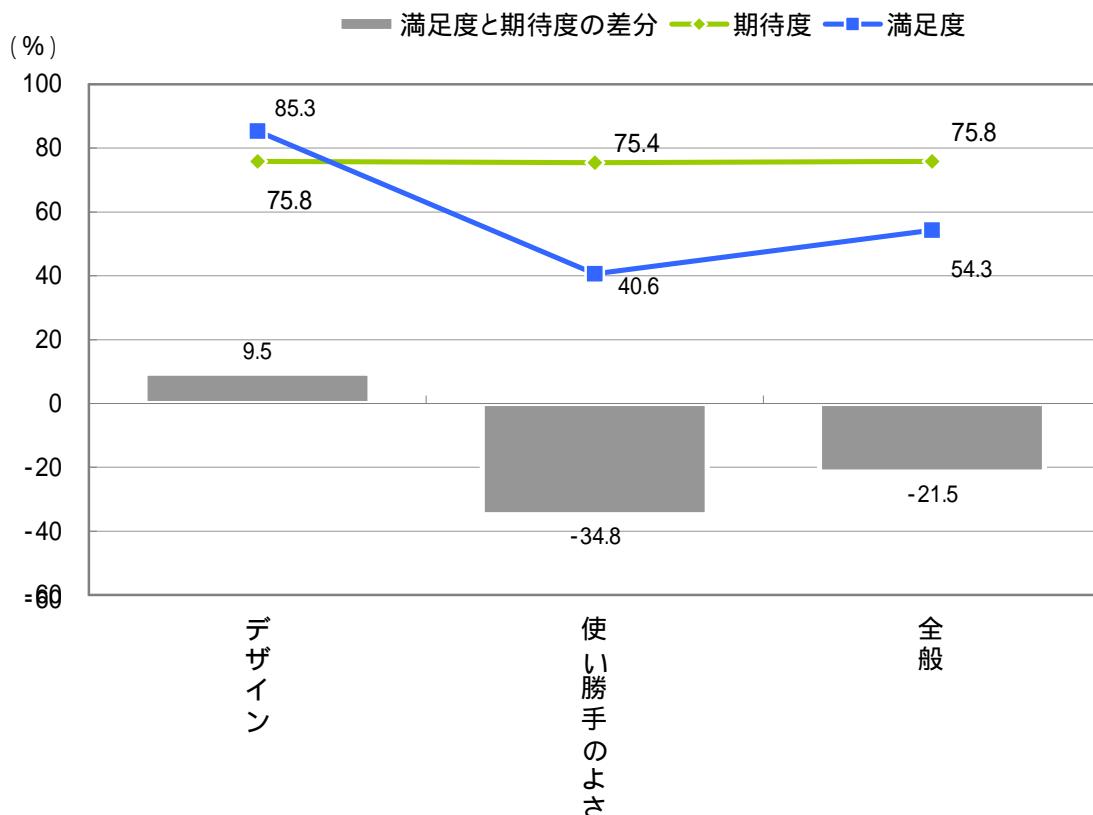
サイト閲覧時におけるタッチパネル操作の不満点	性別	年齢
知らない間にリンクを押したりしている	男性	16歳
たまに、押したくないボタンを押してしまう。	女性	28歳
小さなリンクを選択しづらい	女性	29歳
しばしば押そうと思った箇所と別のボタンを押したように表示されてしまう。キーと違って独立していないため隣のアイコンをタッチしてしまう	男性	19歳
小さな文字のリンクが押しにくい	男性	19歳
テキストリンクのみが並んでいる場合に間違ったリンクを開きやすい。	女性	37歳
リンクなどが小さくて押しにくい。かといって表示サイズを大きくすると画面の表示量が減ったりスクロールの回数が増えたりして非常に面倒。小さいせいで押したところと別のリンクが開かれてしまったり、下にスクロールをしていてもちょっと指がかすっただけで上にスクロールされてしまい、何度もスクロールすることがある。	女性	25歳
キー操作でないと、反応しない箇所があるので、結局タッチパネルを使用しない場合がほぼ。	女性	31歳
完全なタッチパネルでは無いので、操作と感覚が一致しない	男性	40歳

操作性の満足度は購入前の期待度を下回る。ミスタッチ、反応速度・感度に不満

利用者の購入前の期待していた点と利用後の満足度を尋ねたところ、タッチパネル携帯全般では満足度が期待度を 21.5 ポイント下回る結果となりました。特に「使い勝手の良さ」に関しては、35 ポイント減と大きな差異を示しています。

それぞれの回答の理由を尋ねたところ、デザインに関しては「シンプル」「スマート」「スタイルッシュ」「画面が大きく見やすい」といった点が満足度を高める理由として挙げられています。一方、操作性については、「ミスタッチ」「反応速度・感度」が満足度を下げる理由として挙げられています。

図 6 購入前の期待度と実際利用しての満足度とその差分（満足度 - 期待度）（単一回答）
(「非常に期待していた」「やや期待していた」の合計、「非常に満足」「やや満足」の合計を算出)
【n=313】



過半数のユーザーが次回機種変更でタッチパネル携帯の購入意向あり

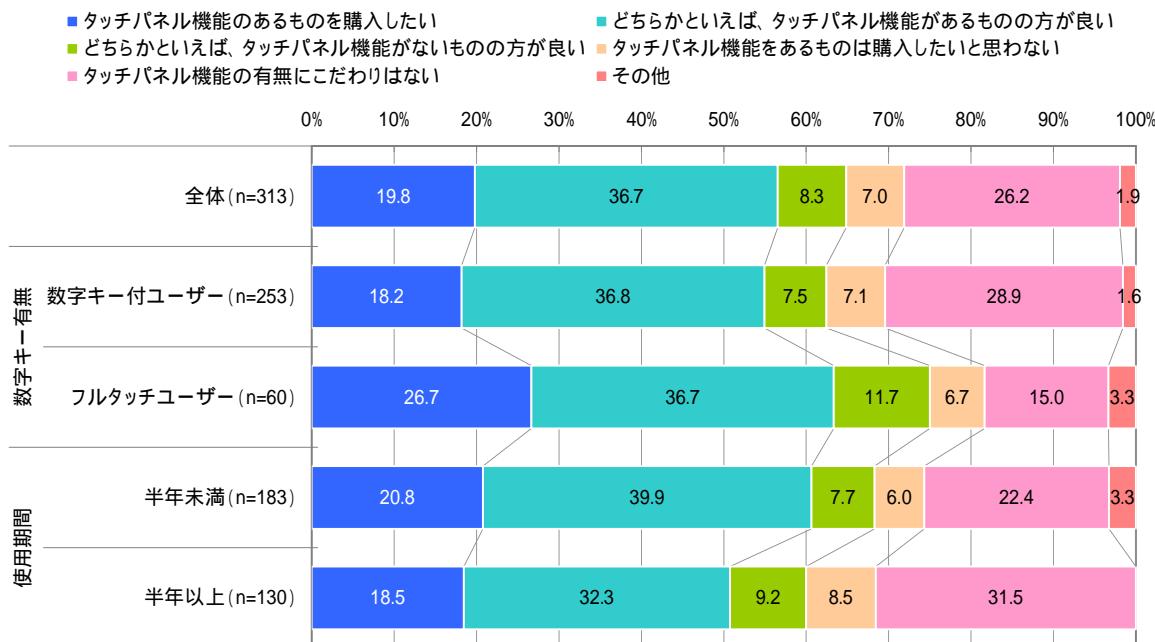
次回の機種変更の際にタッチパネル携帯を購入する意向があるか尋ねたところ、タッチパネル携帯ユーザーの20%が「タッチパネル機能のあるものを購入したい」と回答しており、「どちらかといえば、タッチパネル機能のあるものが良い」を含めると57%のユーザーが今後もタッチパネル携帯を購入したいと考えていることがわかりました。

その理由としては「慣れると便利」「今後の進化を期待して」「操作が楽しい・面白い」といったことがあります。

また、現在の機種を所持して半年以内のユーザー、フルタッチユーザーの6割以上が同様の意向を持っており、タッチパネル携帯を支持する傾向が強い結果を得ました。タッチパネルを搭載する機種の性能が上がってきていることにより、ユーザーの操作性の向上が図られていること、フルタッチユーザーはタッチパネルでの操作に適応し利便性を享受していることが、それぞれの理由として推察されます。

図7 次回の機種変更時のタッチパネル携帯購入意向（単一回答）

【n=313】



フルタッチユーザー：数字キーがなく、タッチパネルでの操作のみが可能な携帯電話保有者

数字キー付ユーザー：数字キーとタッチパネルによる操作が可能な携帯電話保有者

【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 12 月現在)
従業者数	約 350 名 (2009 年 12 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 担当：嶋田
TEL : 03-5759-0188 E-mail : jk@imjmobile.co.jp

報道関係者のお問合せ先

広報 IR グループ 担当：森竹
TEL : 03-5759-0177 E-mail : press@imjmobile.co.jp