

【報道関係者各位】  
【マーケティング担当者様】

平成22年2月1日  
株式会社IMJモバイル  
東京都目黒区青葉台3-6-28  
代表取締役社長 川合 純一

## カップルのモバイルサイト利用に関する調査

～バレンタインや誕生日の「おねだりメール」の成功率は？～

女性の約8割、男性の約6割が相手の好きな物に関するサイトを見つけたら教えたい

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都目黒区 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：東京都目黒区 代表取締役社長：川合 純一）のモバイルナレッジラボ（ ）は、「カップルのモバイルサイト利用に関する調査」を実施いたしました。

調査期間は2009年12月15日～12月16日、有効回答数は400名から得られました。

### 【調査結果概要】

バレンタインデーやクリスマスなどのカップルが盛り上がるイベントに合わせ、モバイルサイトでもキャンペーンを展開するケースが増えてきました。そこで、恋人がいる、または結婚しているユーザーを対象に、モバイルサイト・コンテンツに関する利用実態調査を実施いたしましたので、一部をピックアップしてご紹介します。

どのような携帯サイトを見つけたらパートナーにそのサイトを教えたいと思うか尋ねたところ、パートナーが好きな物に関するサイトを見つけたら教えたいと回答したユーザーが女性の約8割、男性の約6割いることが分かりました。また、パートナーから勧められたサイトを見たことがあるユーザーは半数近くに上りました。

続いて、カップル向けコンテンツの利用動向について調査した結果、特別なイベント時に「おねだりメール」（P5参照）が来た場合、6割以上がそのおねだりに応えてプレゼントを購入したいと回答しました。また、「ペア待ち受け」の設定意向も6割を超える結果になっています。

以上のことから、モバイルサイトはカップル間話題にもよく上り、日常的に溶け込んでいると推察されます。また同時にカップル向けコンテンツの利用意向も高くなっていることから、今後益々モバイルサイト・コンテンツの受容が高まっていくと予測されます。

### 【調査結果のトピック】

- 女性の約8割、男性の約6割が、パートナーの好きな物に関するサイトを教えたい
- 半数近くがパートナーから勧められたモバイルサイトを閲覧する
- パートナーから誕生日プレゼントの「おねだりメール」をもらったら応えたい78%
- 5割以上のユーザーがサイト内キャンペーンに参加したい
- 6割以上のユーザーが「ペア待ち受け」設定の意向あり

モバイルナレッジラボ



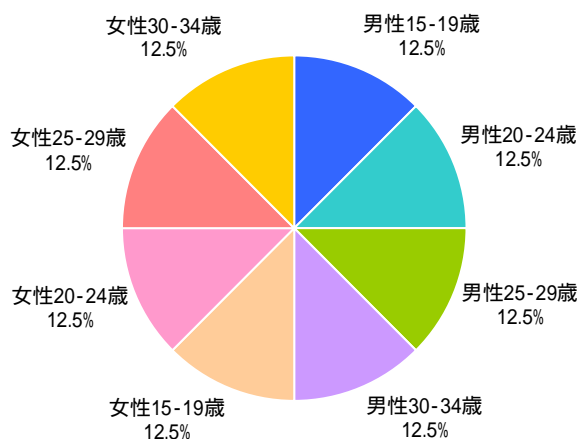
IMJモバイルのモバイルナレッジラボは、日々進化を続けるモバイルを取り巻くさまざまなテーマについて、多様な視点から調査・分析を行い、ナレッジ化し、世の中に発信していくことを目的として活動を行っています。

【調査結果詳細】

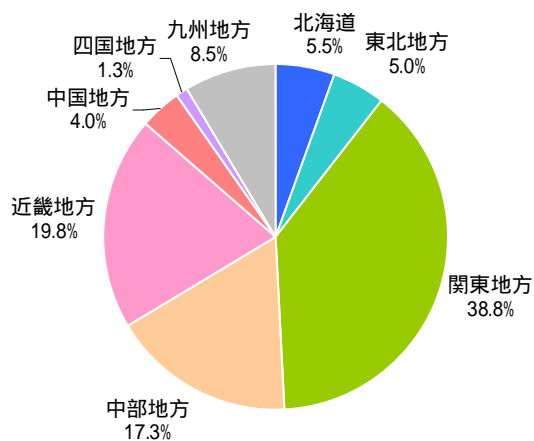
調査概要

- ・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 : 15～34歳の3G端末を保有している男女 調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 400サンプル
- ・調査日時 : 2009年12月15日～12月16日
- ・対象者条件 : 毎日モバイルサイトを閲覧している  
結婚している、または恋人がいる

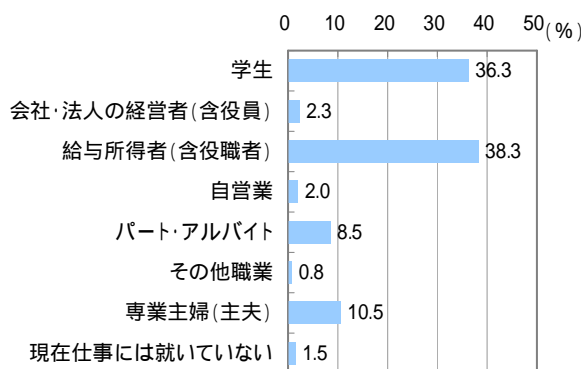
性年代 (n=400)



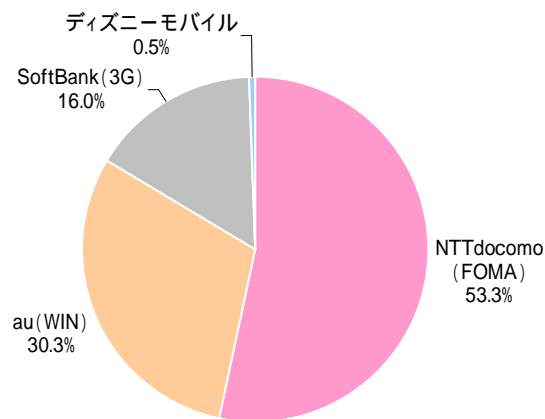
居住地域 (n=400)



職業 (n=400)



保有キャリア (n=400)



～カップル間でのモバイルサイト共有に関する調査～

女性の約8割、男性の約6割が、パートナーの好きな物に関するサイトを教えた

パートナーにモバイルサイトを勧めたことがあるかを尋ねたところ、3割以上が「勧めたことがある」と回答しました。性別でみると女性の方が男性に比べ勧めた経験が多くなっています。

次に、モバイルサイトを教えたと思う状況を尋ねたところ、「パートナーが好きな物に関するサイトを見つけたら」(74%)との回答が最も多く、次いで「お得な携帯キャンペーンを見つけたら」(66%)、「面白い携帯サイトを見つけたら」(64%)となり、全ての項目において女性が男性よりも10ポイント以上上回っていることがわかりました。

この結果から、本人の趣味・嗜好だけでなく、パートナーのものも設定させることで、ユーザーにとっても有益な情報を配信でき、カップル間での話題としてあげてもらえることが期待できます。

図 パートナーにモバイルサイトを勧めた経験（単一回答）

【n=400】

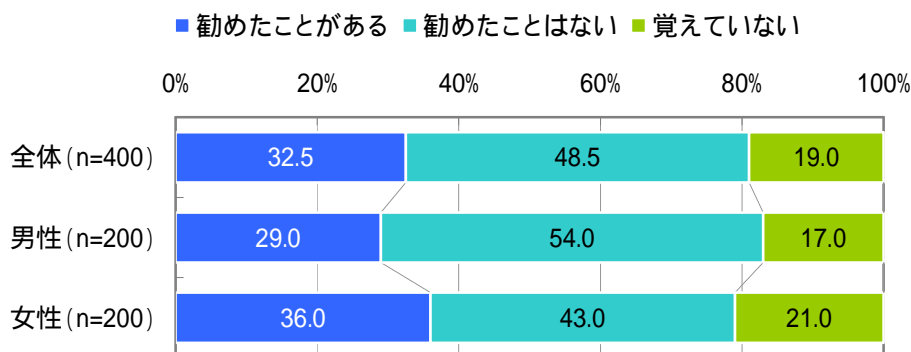
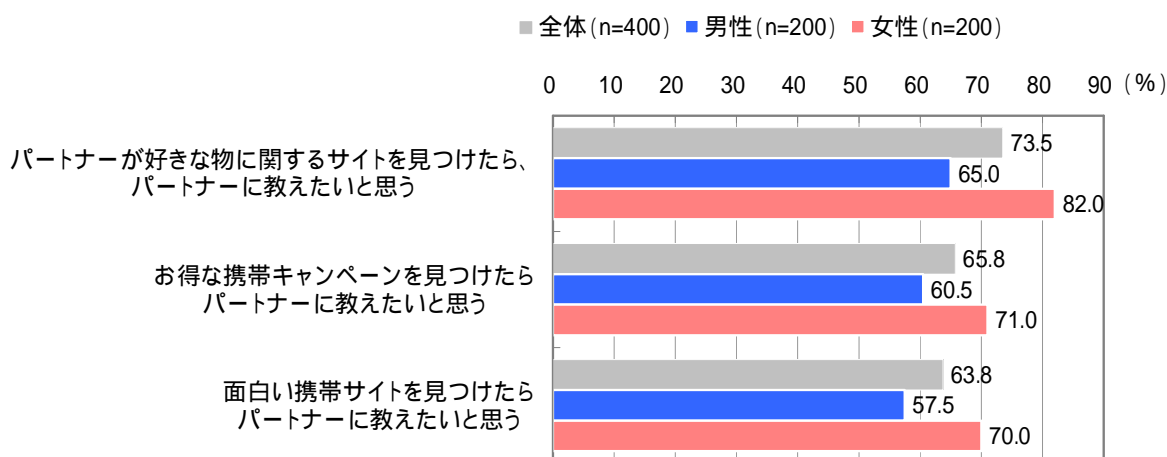


図 パートナーに教えたと思うとき（単一回答）（「そう思う」「ややそう思う」の合計を算出）

【n=400】



## 半数近くがパートナーから勧められたモバイルサイトを閲覧する

パートナーから勧められたモバイルサイトを見たことがあるか尋ねたところ、「見たことがある」との回答が半数近くにのぼることがわかりました。性年代別に見てみると、女性 20～24 歳が 56%と最も多く、次いで男性 15～19 歳が 52%、女性 30～34 歳が 50%と半数を超える結果となりました。

また、勧められたモバイルサイトの閲覧回数を尋ねたところ、「2～3回」が 45%と最多ですが、「10回以上」との高頻度の閲覧者が2割を超えています。

以上のことから、カップル間でモバイルサイトを共有している人が多い様子がうかがえ、パートナーを介して伝達されるようなモバイルサイトやコンテンツが有効であることと推察されます。

図 パートナーから勧められたモバイルサイトの閲覧経験（単一回答）

【n=400】

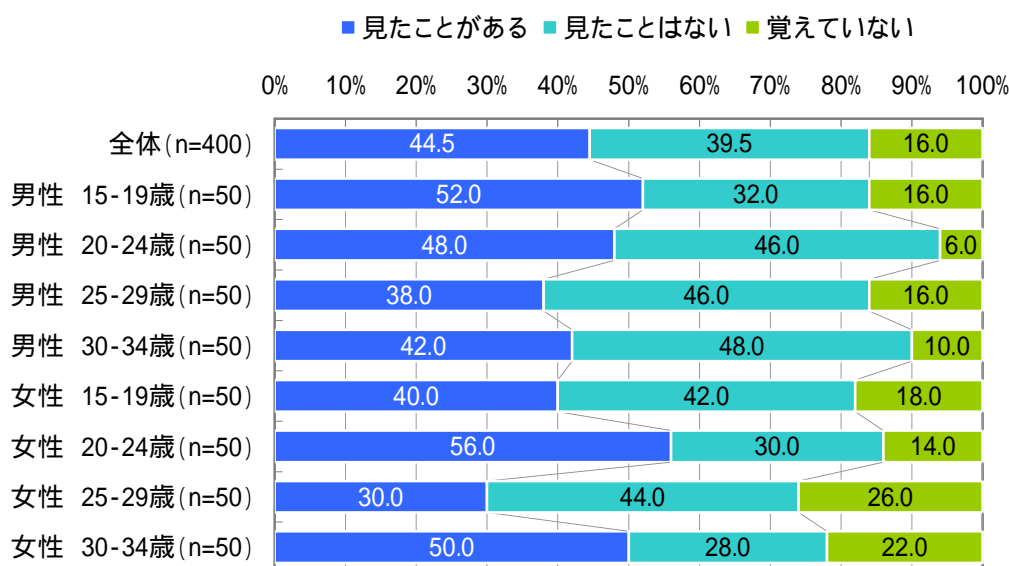
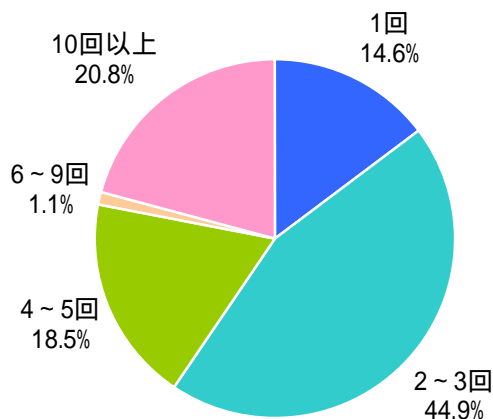


図 パートナーから勧められたモバイルサイトの閲覧回数（単一回答）

【n=178 パートナーから勧められたモバイルサイトの閲覧経験者】



～ 「おねだりメール」の利用意向調査～

パートナーから誕生日プレゼントの  
「おねだりメール」をもらったら応えたい78%

「おねだりメール」について  
調査対象者に以下の説明画像を提示した  
「おねだりメール」は自分が欲しい商品を  
メールにより相手に伝えるツール



「おねだりメール」を使いたいかどうか尋ねたところ、約4割が「おねだりメール」を使いたいと回答する結果となりました。

また、イベントそれぞれに対し、パートナーから「おねだりメール」を受け取った時にその商品を購入したいかシチュエーションごとに尋ねた結果、「相手の誕生日」(78%)との回答が最も高く、次いで「クリスマス」(66%)、「結婚記念日や付き合い記念日」(65%)となりました。また、「特別なイベントやお祝いがないとき」でも3割以上のユーザーが購入の意向を示しました。

このことから、「おねだり」される側のプレゼントの購入意向は高くなっており、サイト上でのコンテンツ設計やワーディングによって「おねだりメール」の利用を促進できれば、コンバージョン率を高めていくことができると考えられます。

図 「おねだりメール」の利用意向(単一回答)

【n=400】

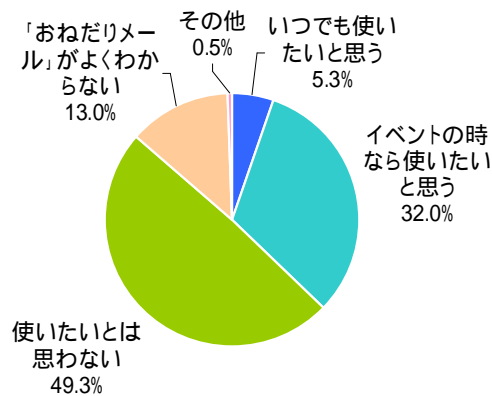
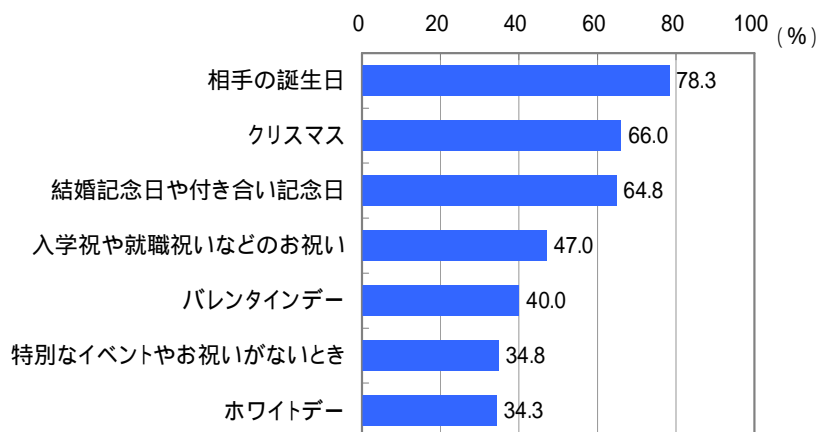


図 パートナーから「おねだりメール」が届いたらその商品を購入してあげたいと思うか(単一回答)

( イベントごとに「そう思う」「ややそう思う」の合計を算出)

【n=400】



～「カップルで楽しむキャンペーン・コンテンツ」の参加・利用意向調査～

5割以上のユーザーがサイト内キャンペーンに参加したいと回答

カップルで参加するキャンペーンへ参加したいと思うか尋ねたところ、「参加したい」「パートナーから勧められれば参加したい」との回答が、携帯サイト内で実施されるどのキャンペーンにおいても5割を超える結果となりました。また「まわりの友達が参加していたら、自分も参加したい」との回答は6%と低く、カップル対象のキャンペーンにおいてパートナー以外のクチコミには影響力が少ないことが推察されます。

次に具体的にどのようなキャンペーンに参加したいか尋ねたところ、「ゲームで遊べるキャンペーン」に比べ、「デジタルコンテンツがもらえるキャンペーン」への参加意向が高いことがわかりました。また、いずれのキャンペーンについても結婚しているユーザーより交際しているユーザーの方が参加意向は高く、「デジタルコンテンツがもらえるキャンペーン」では両者の差が17ポイントに及びました。

図 カップルで参加するキャンペーンへの参加意向（単一回答）

【n=400】

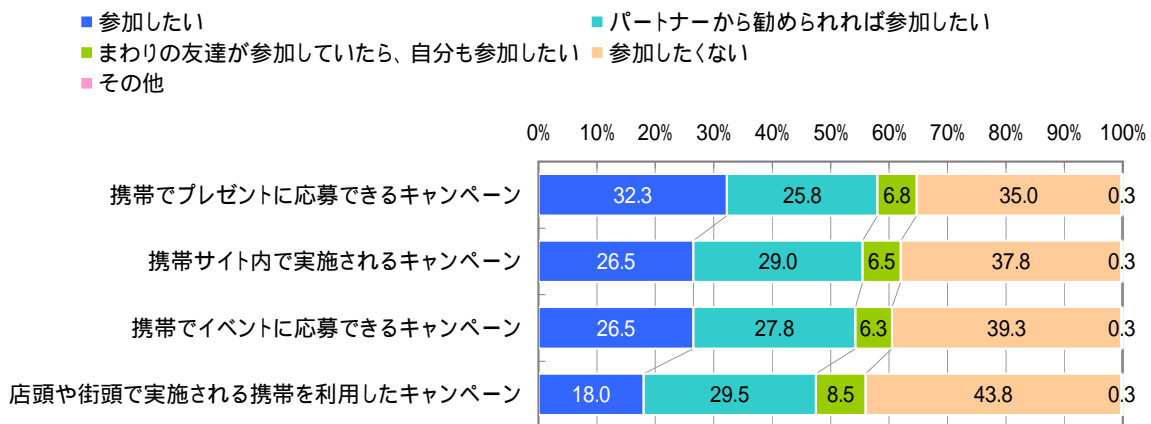
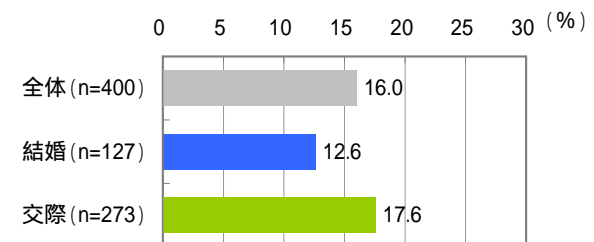
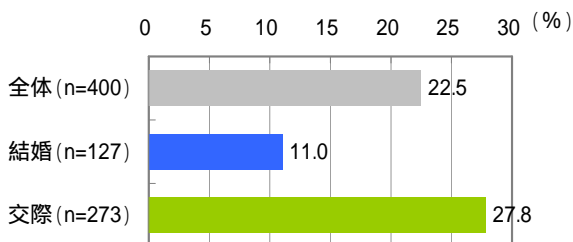


図 参加したいと思うモバイルキャンペーン（複数回答）

【n=400】

デジタルコンテンツがもらえるキャンペーン

ゲームで遊べるキャンペーン

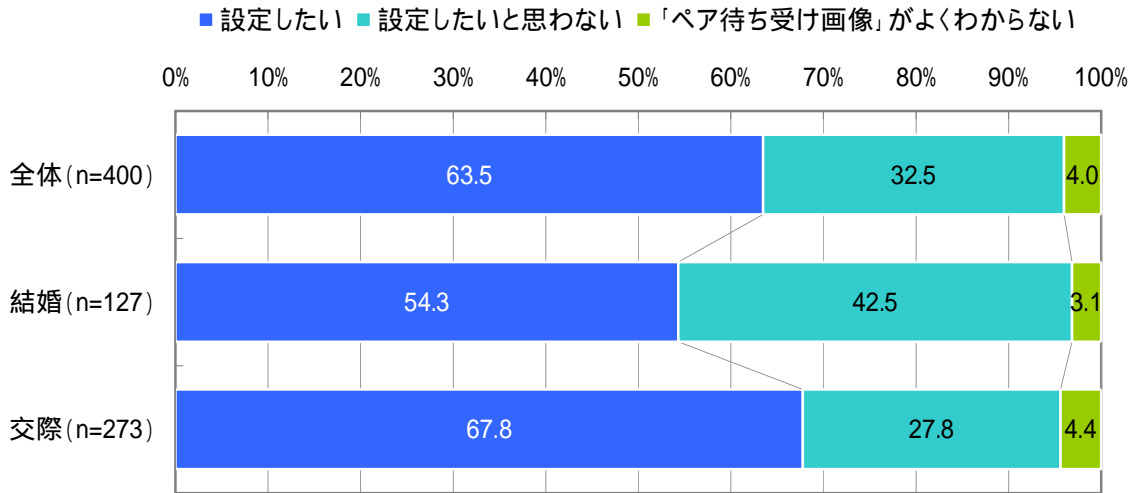


## 6割以上のユーザーが「ペア待ち受け」設定の意向あり

カップルで楽しめるデジタルコンテンツとして、「ペア待ち受け画像」を設定したいか尋ねたところ、「設定したい」との回答は全体で64%となり、交際期間中のカップルでは68%にのぼる結果となりました。「ペア待ち受け画像」をインセンティブとしたキャンペーンの有効性がうかがえます。

図 「ペア待ち受け画像」設定意向（単一回答）

【n=400】



**【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	東京都目黒区青葉台 3-6-28 住友不動産青葉台タワー
URL	<a href="http://www.imjmobile.co.jp/">http://www.imjmobile.co.jp/</a>
設立	2000 年 7 月 18 日
資本金	3 億 963 万 7500 円 (2010 年 1 月現在)
従業員数	約 350 名 (2010 年 1 月現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・携帯公式サイト企画・運営事業</li> <li>・携帯メディア、広告事業</li> <li>・携帯サイト構築・運営代行業業</li> <li>・携帯ソリューション事業、等</li> </ul>

**< 本件に関するお問合せ先 >**

**調査に関するお問合せ先**

株式会社 IMJ モバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>  
 営業統括本部 プランニング室 担当：嶋田  
 TEL：03-6415-4343

**報道関係者のお問合せ先**

株式会社アイ・エム・ジェイ <http://www.imjp.co.jp/>  
 管理本部 経営推進室 広報グループ  
 TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp