

【報道関係者各位】

プレスリリース

2010年10月6日

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

競争激化！ ゲーム登場で GREE 追い上げ。揺れるケータイ SNS 市場 ～過去数年間の市場の変化とは～

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン(本社:東京都港区、代表取締役社長:江尻尚平、以下モバイルマーケティング・ジャパン)は、モバイルモニター会員を対象に、「ケータイ SNS(ソーシャルネットワーク)」に関する利用者の実態調査を実施しました。自社モニター向けに4年前より継続的に行った調査結果より、市場がどのように成長し、変化してきたか、今後どのように進化していくかを分析しています。

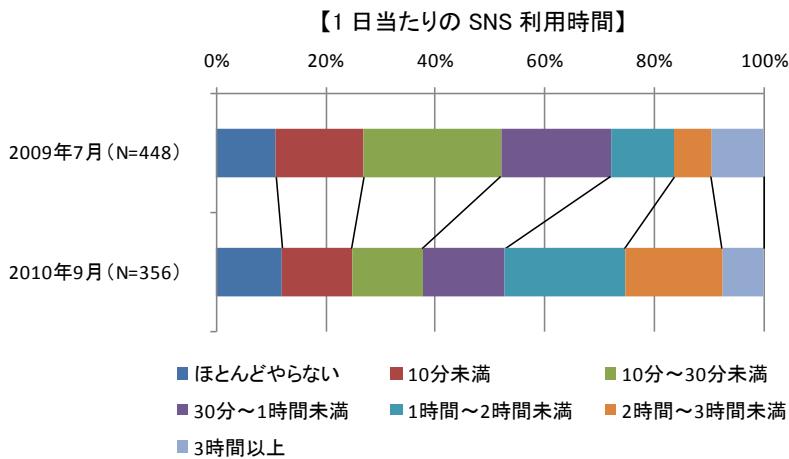
モバイルマーケティング・ジャパンでは、強みとする携帯、モバイルを活用したインターネットリサーチを市場でニーズの高いテーマのもと実施し、自主調査結果として情報公開しております。

《トピックス》

- ◆利用時間は増加傾向も、ヘビーユーザーは減少？
- ◆SNS 目的:「友人コミュニケーション < ゲーム」
- ◆30代、40代は SNS ゲーム好き
- ◆認知度、利用率、ゲーム目的利用…**GREE** がダントツの追い上げ
- ◆**メイン利用は mixi、サブ利用はモバゲー。**ともに追いあげる GREE
- ◆mixi は友人とのつながり、モバゲー、GREE はゲームのため
- ◆**色々なアプリを試したいモバゲーユーザー、特定のアプリで楽しむ GREE ユーザー**

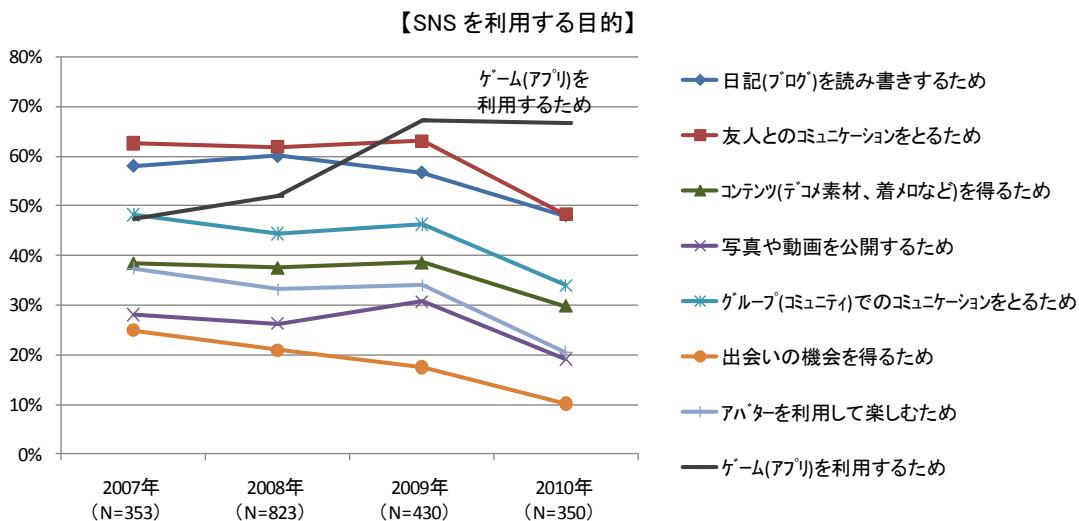
■利用時間は増加傾向も、ヘビーユーザーは減少？

1日あたりのSNS利用時間を昨年、今年で比較してみると、1時間以上利用する人の割合が10%以上増加している。全体的には利用時間の増加が見られるが、3時間以上というヘビーユーザー割合は、やや減少傾向にある。



■SNS目的:「友人コミュニケーション < ゲーム」

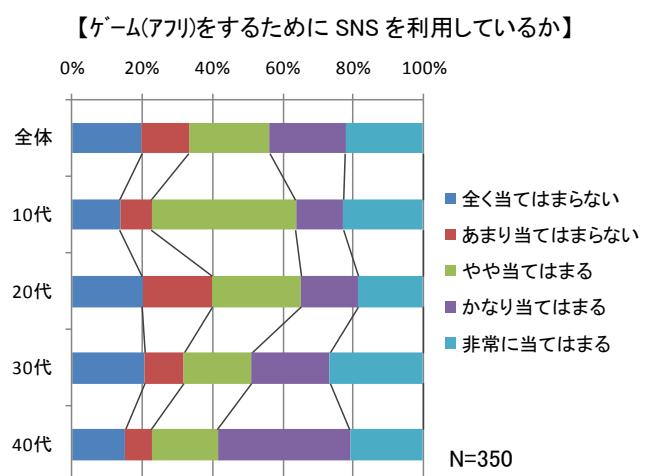
SNSを利用する目的を聞いたところ、「ゲーム(アプリ)をするため」が、2007年には高かった「日記(ブログ)を読み書きするため」、「友人とのコミュニケーションをとるため」を抜いてトップとなった。一方で、その他の目的は減少傾向。特に昨年から今年への落ち幅が大きい。



■30代、40代はSNSゲーム好き

利用目的として大きく伸びた「ゲーム(アプリ)」を目的にSNSを利用しているか、という質問結果を年代別にみると、10代、20代の若年層よりも30代、40代での利用率が高く、過半数を超えた。

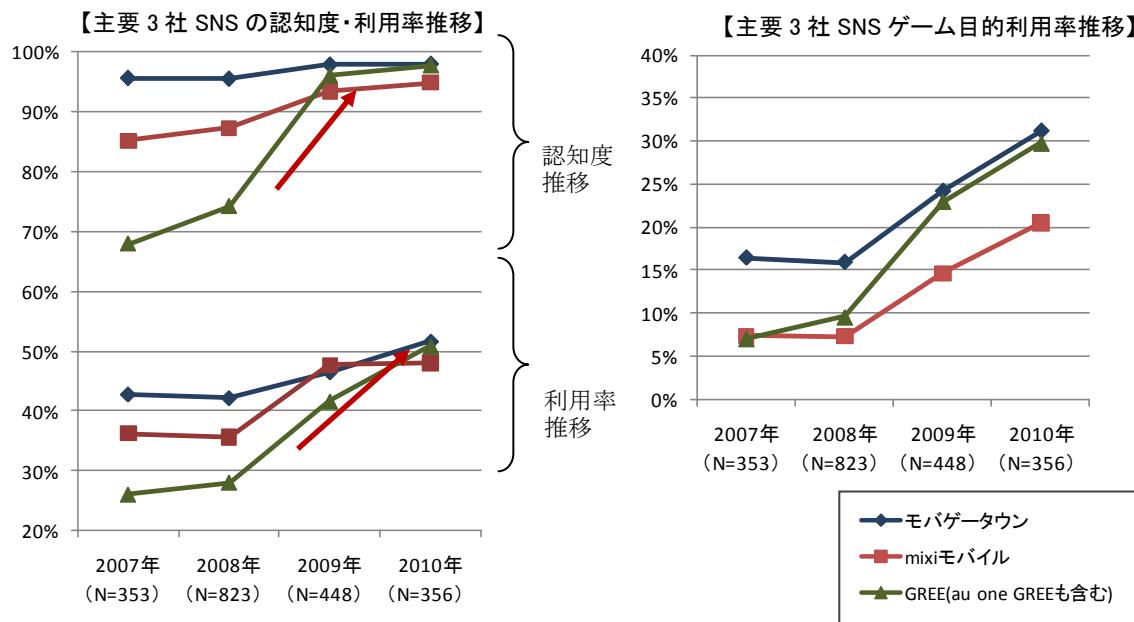
全体としても、ゲーム目的のSNS利用者は増加しているが、特にこの30代、40代が伸びの後押しをしていると考えられる。



■認知度、利用率、ゲーム目的利用…GREE がダントツの追い上げ

一般的認知度の高い 3 つの SNS の「認知度」と「利用率」推移をみたところ、2007 年には、TOP2 から 10%以上の差を引き離されていた GREE が堅調にのび、2010 年現在ではほぼ同レベルまで追い上げている。更に、SNS 利用目的として伸びている「ゲーム(アプリ)目的」者の割合は、3 社とともに伸びる中も、GREE 利用者の割合がもっとも伸びている。

そのため、GREE の認知度、利用率の伸びはゲーム(アプリ)における戦略が功を成したと考えられる。



【SNS アクティブラリティ率ランキング】

	2007		2008		2009		2010	
	SNS	%	SNS	%	SNS	%	SNS	%
1	モバゲータウン	42.8%	モバゲータウン	42.6%	モバゲータウン	47.7%	モバゲータウン	51.7%
2	mixiモバイル	36.3%	mixiモバイル	36.1%	mixiモバイル	46.5%	GREE(au one GREEも含む)	50.8%
3	GREE(au one GREEも含む)	26.1%	GREE(au one GREEも含む)	25.9%	GREE(au one GREEも含む)	41.6%	mixiモバイル	48.0%
4	ブチゲーフレンズ	10.2%	ブチゲーフレンズ	10.2%	ケータイ ウィメンズパーク	17.0%	ケータイ ウィメンズパーク	21.1%
5	StyleWalker	8.8%	StyleWalker	8.5%	ログとも	10.0%	CR00Z(旧:ブチゲーフレンズ)	7.3%
6	エキモバ	7.1%	エキモバ	6.8%	StyleWalker	6.7%	ハンゲーム	5.6%
7	Yahoo! Days	5.7%	Yahoo! Days	5.4%	ixen イクセン	5.3%	モバレボ	5.3%
8	オクトモ	4.5%	Gocco	2.8%	Disney ワンダーデイズ	4.9%	ixen イクセン	4.2%
9	Any	3.1%	Any	0.6%	大集合 NEO	4.4%	StyleWalker	3.1%
10	Gocco	2.8%	—	—	Yahoo! Days	3.3%	みなくるホーム	1.4%

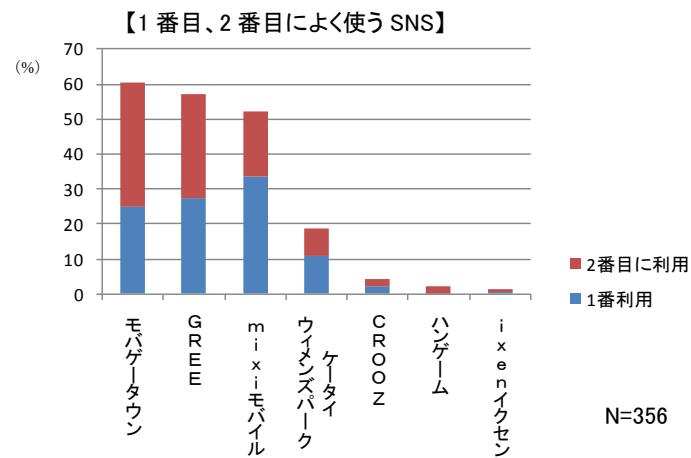
※アクティブラリティ率=「たまに利用している」+「いつも利用している」として計算。

■メイン利用は mixi、サブ利用はモバゲー。ともに追いあがる GREE

SNS アクティブユーザーを見ると、モバゲータウン、GREE、mixi モバイルが 50%近くの近差で TOP3 を占める。次いでケータイウィメンズパークが 20%超え。その他 SNS は 10%未満にとどまった。

アクティブユーザー率と別に 1 番目、2 番目によく利用する SNS をたずねたところ、**1 番利用している人の割合は mixi モバイルがもっとも高く、2 番目に利用している人の割合はモバゲータウンが高い結果。GREE は 1 番目、2 番目ともに、2 位に追い上げている。**

複数の SNS 利用者が多い中では、単純なアクティブ利用率だけでなく、いかに他 SNS よりも「1 番利用する(したい)」SNS となるかが大きな鍵をにぎる。急激に追い上げる GREE と、それに対抗するモバゲー、mixi、その他成長段階の SNS がどのように市場を動かしていくかが注目される。



■mixi は友人とのつながり、モバゲー、GREE はゲームのため

1番目と2番目によく利用するSNSと、その理由をたずねたところ、mixiを選択した人の回答は友人とのコミュニケーションを挙げる人が目立った。一方でモバゲー、GREEはともにゲームの面白みや充実性を回答する人が多く挙がった。

《回答例》

mixi

- ・大学時代 mixi が流行った時にマイミクになったたくさんの友人が登録しているから。つながりをなくしたくない。(20代/女性)
- ・サークルのコミュニケーションに利用している。(30代/女性)
- ・仕事を辞め、実家に帰ることにした私に、暇つぶしにと友人が教えてくれたから。(20代/女性)
- ・コミュニティーサイトの先駆けで一番先に利用したから利用しやすい。(30代/女性)
- ・同級生や職場仲間も登録していて離れていてもコミュニケーションが取れるので。(20代/女性)

モバゲー

- ・ニュースが早いし読みごたえがあるし楽しい。(20代/女性)
- ・CMをよく目にして、ひまだったときにやってみた。(30代/女性)
- ・ゲームの種類が多くて楽しい内容のゲームばかりだから。(40代/女性)
- ・単独で無料公開されていたゲームがモバゲーに掲載されたから。(40代/女性)
- ・ゲームが面白いのとゲームのキャラが可愛い。アバターも他サイトに比べて断然可愛い。(30代/女性)

GREE

- ・楽しんで出来る、ログインログアウトしやすい。操作しやすい。(30代/女性)
- ・ゲームが無料で種類も豊富だから。またゲームでポイントがたまるから。(40代/女性)
- ・友達も沢山だし、ゲームもコミュも充実して飽きない。(30代/女性)
- ・CMでやっているゲームをやってみたくて。(40代/女性)
- ・ゲームが好きで、よくゲームをする。ゲーム内の友達とのやりとりが楽しい。(50代/女性)

ケータイウィメンズパーク

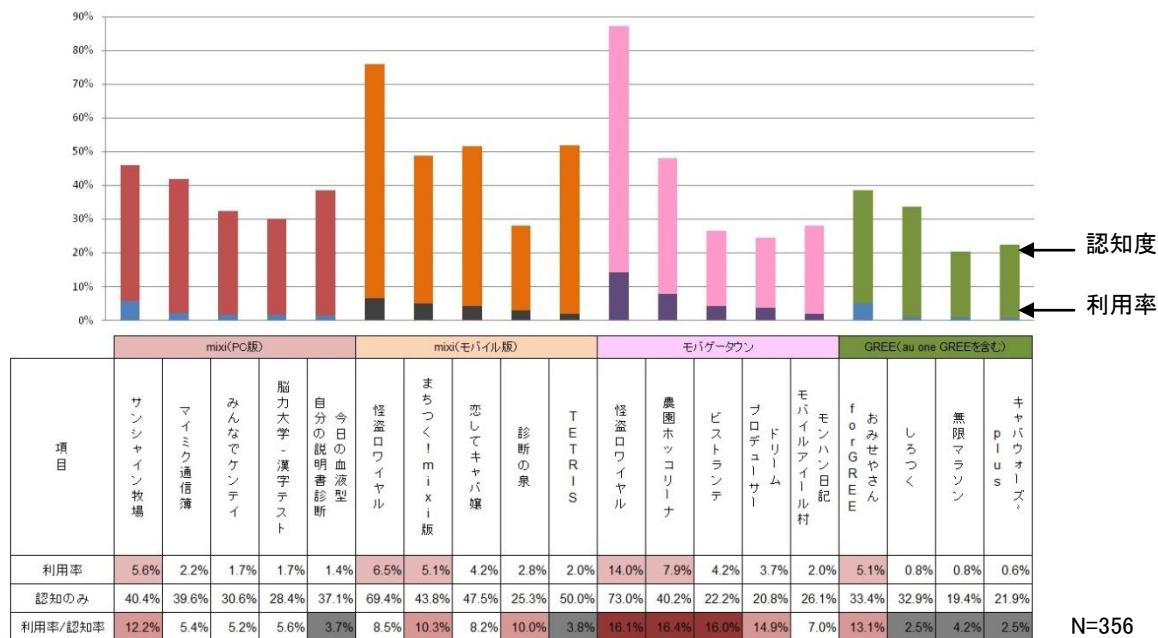
- ・子育て中の色々な不安を相談しあったりするため。(20代/女性)
- ・女同士で子育ての悩みや愚痴等を交換できるから。(20代/女性)
- ・地元のいろいろな情報を調べることが出来る。(50代/女性)
- ・子供の事や家族についての悩みとか共感できることが多いし、沢山の人の意見など書かれているので勉強になったり、とても参考になります。リアルな悩みや意見が毎日あるので、飽きずについつい見てしまいます。(20代/女性)

■色々なアプリを試したいモバゲーユーザー、特定のアプリで楽しむ GREE ユーザー

ソーシャルアプリを提供しているmixi(PC版＆モバイル版)、モバゲー、GREEの主要アプリの認知率、利用率については、mixi モバイル版の認知率の高さが目立ったが、利用率/認知率では、モバゲーが高く、他 SNS サイトのユーザーよりも様々なアプリにモバゲーユーザーが接触していることが推測できる。GREE は、他 SNS サイトと比較して、利用率/認知率では非常に低い結果となつたが、認知率では調査対象のアプリ全てで約 20%を上回っていることから、ゲーム目的のユーザーを多く抱えているにもかかわらず、多くのアプリに接触するユーザーは少ないことが考えられる。人気アプリのジャンルは、「怪盗ロワイヤル」の「バトルゲーム」、「恋してキャバ嬢」、「農園ホッコリーナ」、「おみせやさん for GREE」のような「育成ゲーム」が目立ち、「まちつく！」「しろつく」等の位置情報を利用した「位置ゲーム」も依然人気がある。

各 SNS サイトで多くのユーザーを獲得しているアプリの特徴を見ると、mixi ではマイミク同士(実際の友人・知人)で協力し、コミュニケーションが多く図れる「育成系」アプリが人気。モバゲーでは、ゲームを進行するうえで見知らぬユーザー同士が競い合うような「バトル系」、GREE ではシンプルで簡単に遊べる「カジュアルゲーム系」アプリの人気が高いようだ。

【各 SNS 主要アプリの認知率 & 利用率】



N=356

【調査概要】

2007年12月

○ 調査対象: ケータイリサーチ「モバモニ」パネル(弊社所有)

○ 調査地域: 全国

○ 調査期間: 2007年12月

○ 回答サンプル数: 352サンプル

年代: 10代18%、20代44%、30代27%、40代9%、50代2%

性別: 女性64%、男性36%

2008年6月

○ 調査対象: ケータイリサーチ「モバモニ」パネル(弊社所有)

○ 調査地域: 全国

○ 調査期間: 2008年6月

○ 回答サンプル数: 822サンプル

年代: 10代15%、20代40%、30代29%、40代13%、50代3%、60代0.1%

性別: 女性82%、男性18%

2009年7月

○ 調査対象: ケータイリサーチ「モバモニ」パネル(弊社所有)

○ 調査地域: 全国

○ 調査期間: 2009年7月

○ 回答サンプル数: 448サンプル

年代: 10代18%、20代44%、30代25%、40代11%、50代2%、60代0.2%

性別: 女性87%、男性13%

2010年9月

○ 調査対象: ケータイリサーチ「モバモニ」パネル(弊社所有)

○ 調査地域: 全国

○ 調査期間: 2010年9月

○ 有効回答数: 365サンプル

年代: 10代5.5%、20代37%、30代37%、40代17.8%、50代2.5%

性別: 女性81%、男性19%

調査機関: 株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

本件についてのお問い合わせ:

■ 株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

<http://mobilemarketing.jp/>

〒108-0073 東京都港区三田 4-1-30 慶通ビル 4F

Tel: 03-6802-7901

info@mobilemarketing.jp

担当: 遠藤、丸山