

【報道関係者各位】  
【マーケティング担当者様】

2011年3月22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

## モバイルユーザー動向定点観測 2011 ～モバイルサイトによる購買意欲・行動への寄与が向上～

株式会社アイ・エム・ジェイ（JASDAQ 4305）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）は、「モバイルユーザー動向定点観測 2011」を実施いたしました。

調査期間は2011年2月15日～2月18日、有効回答数は519名から得られました。今回で、第3回目の調査実施となります。

### 【調査結果概要】

調査結果によると、昨年と比べモバイルネットの利用時間や利用シーンは増加しており、モバイルの重要度も上がっていることがわかりました。さらに、モバイルサイト閲覧後に「購入したくなった」「購入した」「販売店へ出向いた」との回答も増加しており、購買意欲や行動への貢献度が向上している傾向がうかがえます。

また、モバイルの存在として「工作上必要なツール」「ミュージックプレイヤー」との回答は減少しており、昨年そのように捉えていたユーザーはスマートフォンに乗り換えたと推測されます。

主なポイントは以下の通りです。

	モバイルの重要性 「なくてはならない」との回答	モバイルの存在	モバイルコンテンツ 1ヶ月間利用料金	モバイルサイト 閲覧後の行動
全体	83% (5ポイント増)	「工作上必要なツール」「ミュージックプレイヤー」5ポイント程度減少	有料コンテンツ利用率が6ポイント減少	「検索した」(38%)12ポイント、「購入・利用した」(24%)7ポイント増
男性	10代	83% (変化なし)	「ニュースなどの情報源」「PCの代わり」が17ポイント増加	「購入・利用したくなった」(21%)13ポイント増
	20代	87% (10ポイント増)	「コミュニケーションツール」(16ポイント)「暇つぶし」(13ポイント)を始め、多くの項目が増加	「検索した」(35%)17ポイント、「印象がよくなった」(21%)14ポイント増
	30代	84% (4ポイント増)	「コミュニケーションツール」は12ポイント増加したが、減少している項目も多い	「購入・利用した」(25%)17ポイント増
	40代	74% (7ポイント増)	「生活に密着しているツール」(20ポイント)「コミュニケーションツール」(16ポイント)をはじめ、多くの項目が増加	「商品やブランドを知った」(53%)17ポイント、「印象に残った」(31%)14ポイント増
女性	10代	94% (6ポイント増)	「必需品」が18ポイント増加	「検索した」(34%)12ポイント、「購入・利用したくなった」(36%)「販売店へ出向いた」(14%)10ポイント増
	20代	88% (5ポイント増)	「テレビの代用」(11ポイント)「おサイフケータイ」(10ポイント)増加	ほぼ変化が見られなかった
	30代	83% (1ポイント増)	「検索ツール」(18ポイント)「ニュースなどの情報源」(10ポイント)増加	「検索した」(51%)20ポイント増
	40代	77% (6ポイント増)	「暇つぶし」(13ポイント)増加	「検索した」(47%)16ポイント増に比べ最も高い

※ 昨年の調査レポートはこちらよりご覧下さい。

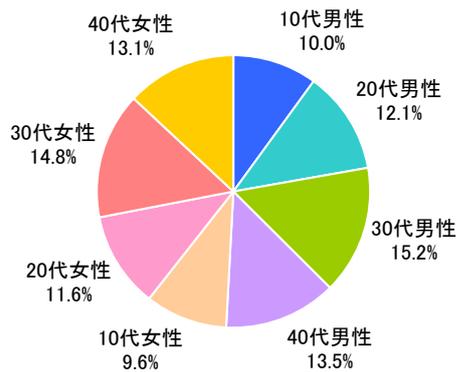
[http://www.imjmobile.co.jp/news/report\\_20100308-257.html](http://www.imjmobile.co.jp/news/report_20100308-257.html)

**【調査結果詳細】**

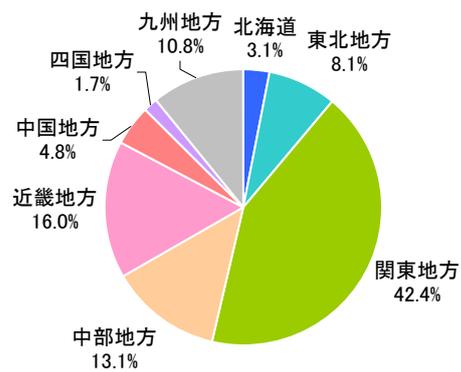
■調査概要

- ・調査方法 : モバイルインターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の携帯電話保有者 ※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 519サンプル
- ・調査日時 : 2011年2月15日～2月18日
- ・割付条件 : 「平成22年8月総務省全国男女別推計人口」の性年代別比率に基づき割付を行った

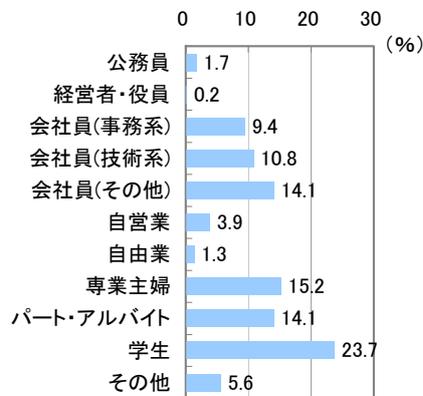
■性年代 (n=519)



■居住地域 (n=519)



■職業 (n=519)

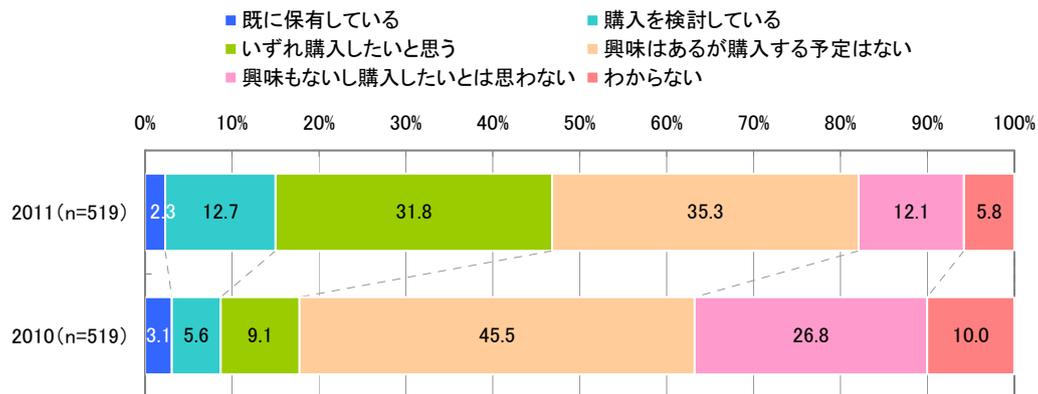


■スマートフォンの購入を検討、昨年より 30 ポイント増

スマートフォンの保有状況を尋ねたところ、「購入を検討している」「いずれ購入したいと思う」との回答が 45%にのぼり、昨年より 30 ポイント増加していることがわかりました。「既に保有している」との回答は昨年と比べると僅かに減少しており、携帯電話と併用しているユーザーが減少したと推測できます。

図1 スマートフォン購入意向（単一回答 2010年－2011年）

【n=519】

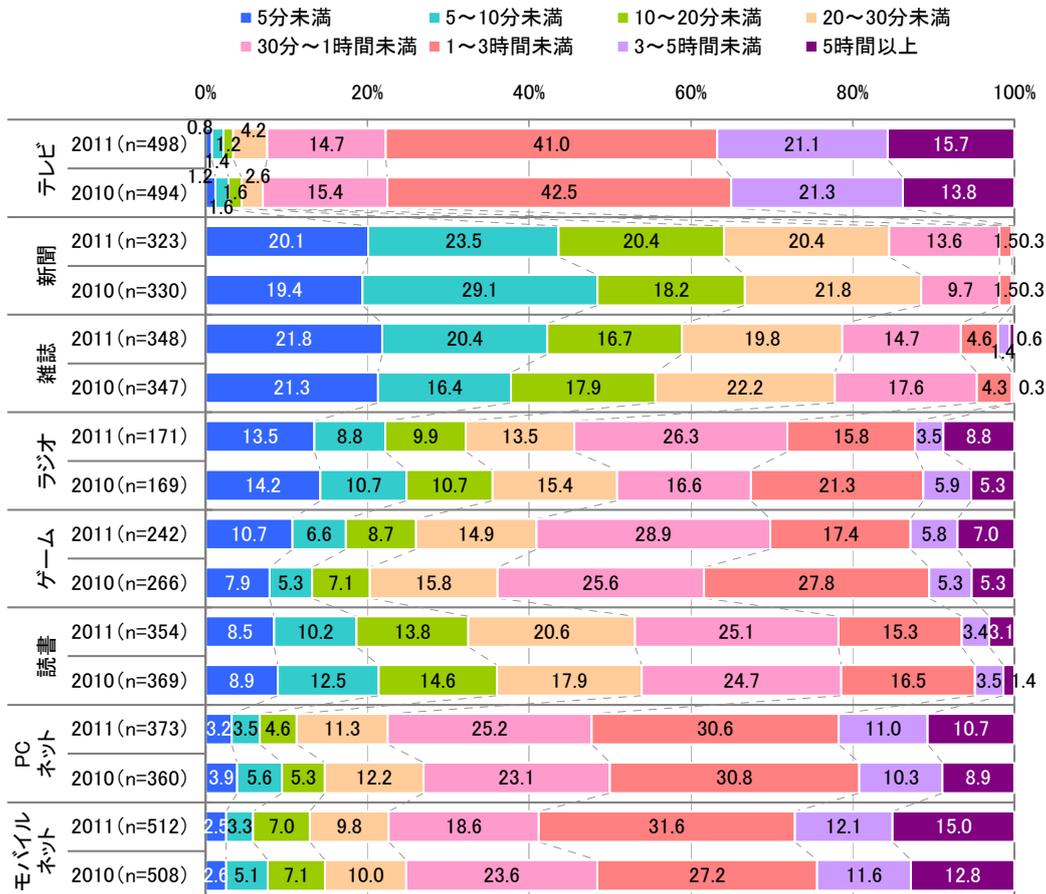


■モバイルネット「1時間以上」接触は昨年より7ポイント増え、59%

各メディアの接触者に対し、それぞれ接触時間を尋ねたところ、モバイルネット、PC ネットに「1時間以上」接しているとの回答が5割を超え、いずれも昨年より増加する結果となりました。

図2 1日あたりの各メディア接触時間（単一回答 2010年-2011年）

【※各メディア接触者】

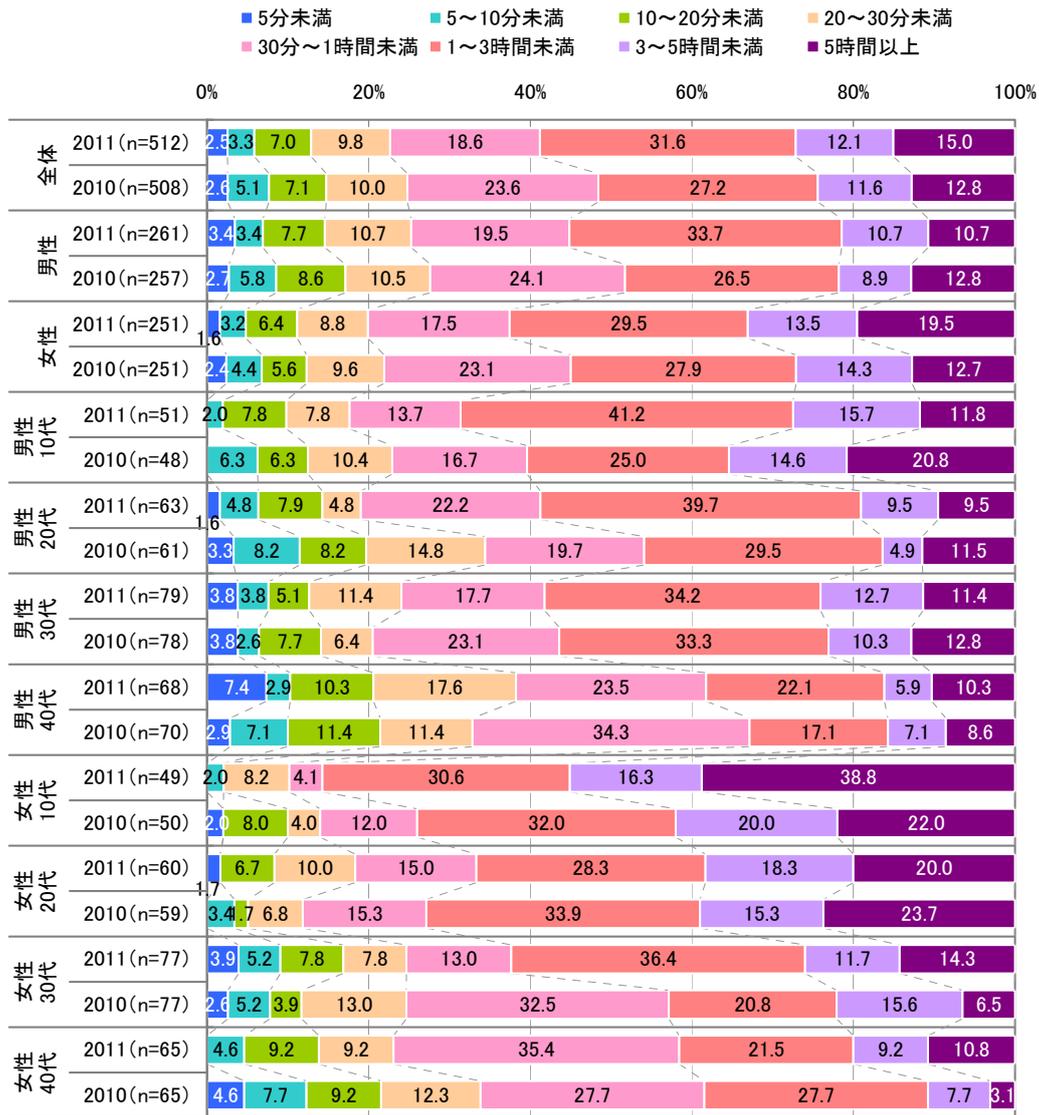


## ■モバイルネット「1時間以上」接触が最も増加したのは女性30代

モバイルネットの接触時間について、性年代別に見てみると、「1時間以上」との回答は女性10代（86%）が最も多く、次いで男性10代（69%）、女性20代（67%）となりました。また、昨年と比べてもっとも多く増加したのは、女性30代（20ポイント）、次いで男性20代（13ポイント）、女性10代（12ポイント）となりました。

図3 1日あたりのモバイルネット接触時間（単一回答 2010年－2011年の性年代別）

【※モバイルネット接触者】

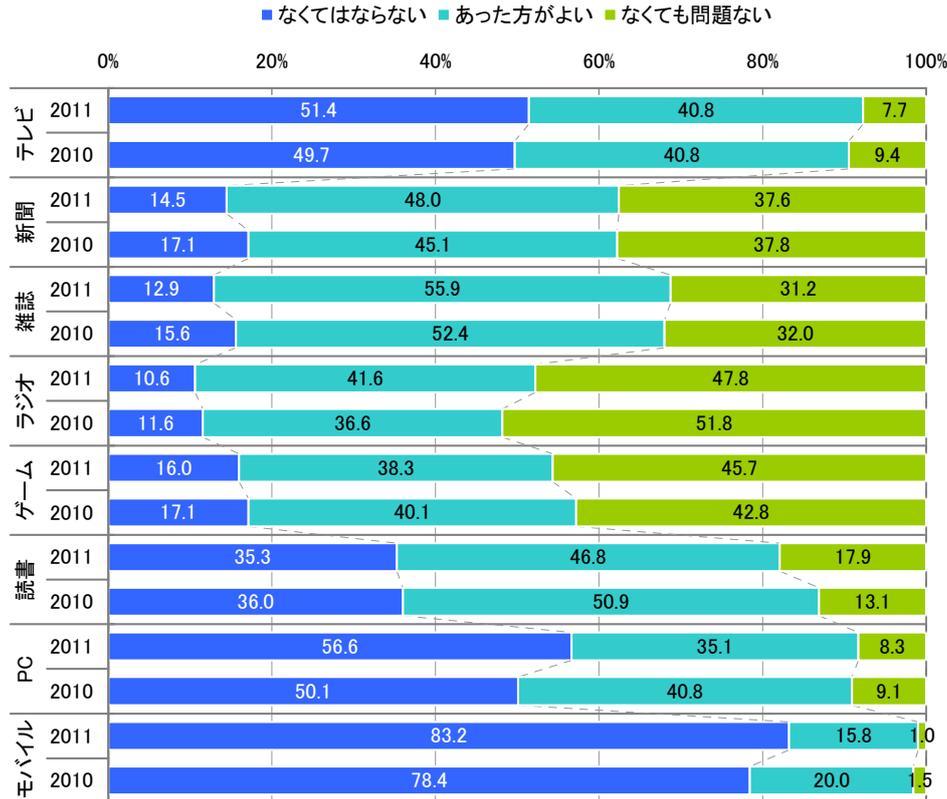


■昨年同様、メディアの重要性は「モバイル」「PC」「テレビ」の順

メディア別に生活上の重要度を尋ねたところ、「なくてはならない」との回答が最も多かったのはモバイル（83%）、次いでPC（57%）、テレビ（51%）となりました。昨年と比べるとモバイルは5ポイント、PCは7ポイント増加する結果となりました。

図4 各メディア重要度（単一回答 2010年-2011年）

【n=519】

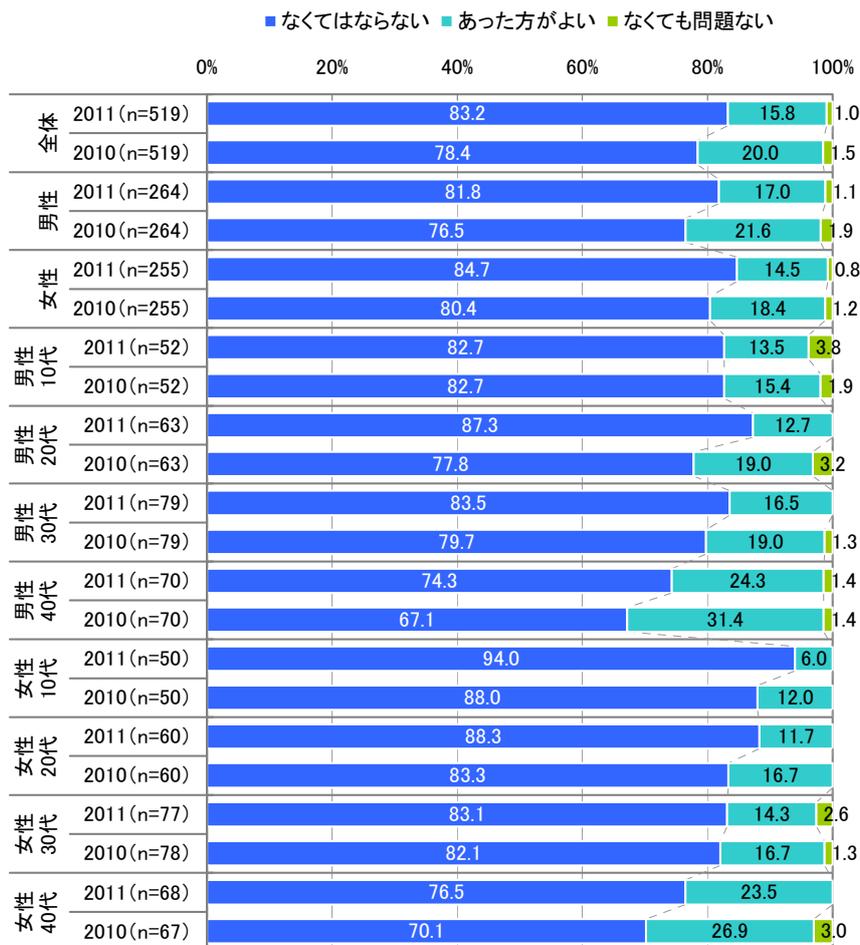


■女性 10 代の 94%がモバイルは「なくてはならない」

モバイルの重要度を性年代別に見てみると、「なくてはならない」との回答は女性 10 代（94%）が最も多く、次いで女性 20 代（88%）、男性 20 代（87%）となりました。昨年と比べて「なくてはならない」との回答が最も増加したのは男性 20 代（10 ポイント）、次いで男性 40 代（7 ポイント）、女性 40 代（6 ポイント）となりました。

図 5 モバイルの重要度（単一回答 2010 年－2011 年の性年代別）

【n=519】



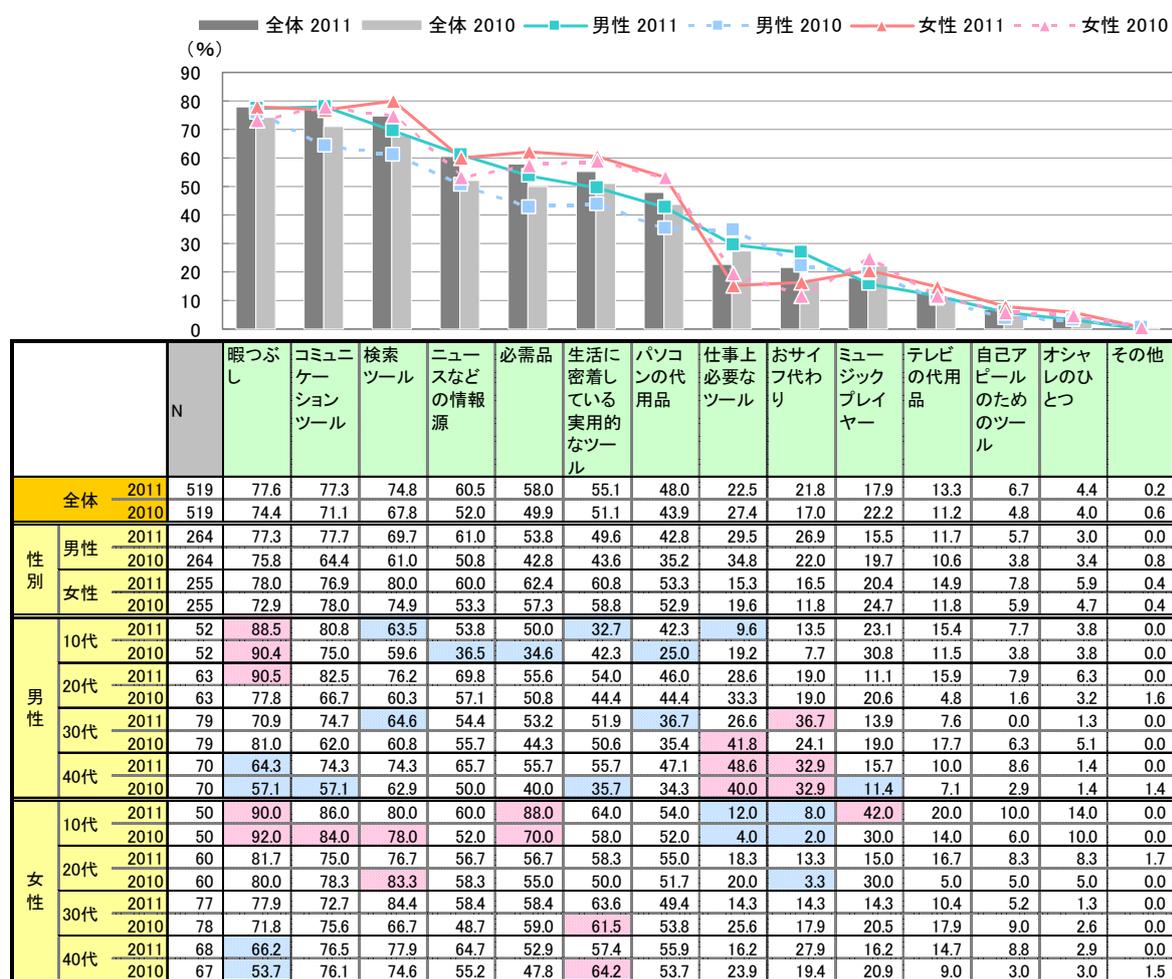
## ■モバイルを「仕事上のツール」「ミュージックプレイヤー」と捉えていたユーザーはスマートフォンへ移行か

モバイルユーザーにとって、モバイルはどのような存在か尋ねたところ、最も多かったのは「暇つぶし」(78%)、次いで「コミュニケーションツール」(77%)、「検索ツール」(75%)となりました。一方、「仕事上必要なツール」「ミュージックプレイヤー」は昨年より5ポイント程度減少していることから、モバイルをこのように捉えていたユーザーはスマートフォンに乗り換えている割合が高いのではないかと推測できます。

また、性年代別に見てみると、「暇つぶし」と捉えているのは10代、20代が多いものの、40代でも昨年より増加傾向が見られました。

図6 モバイルの存在（複数回答 2010年-2011年の性年代別）

【n=519】



※■は同年全体+10ポイント以上、■は-10ポイント以下

■様々なシーンでモバイルサイトを閲覧するユーザーが昨年より増加

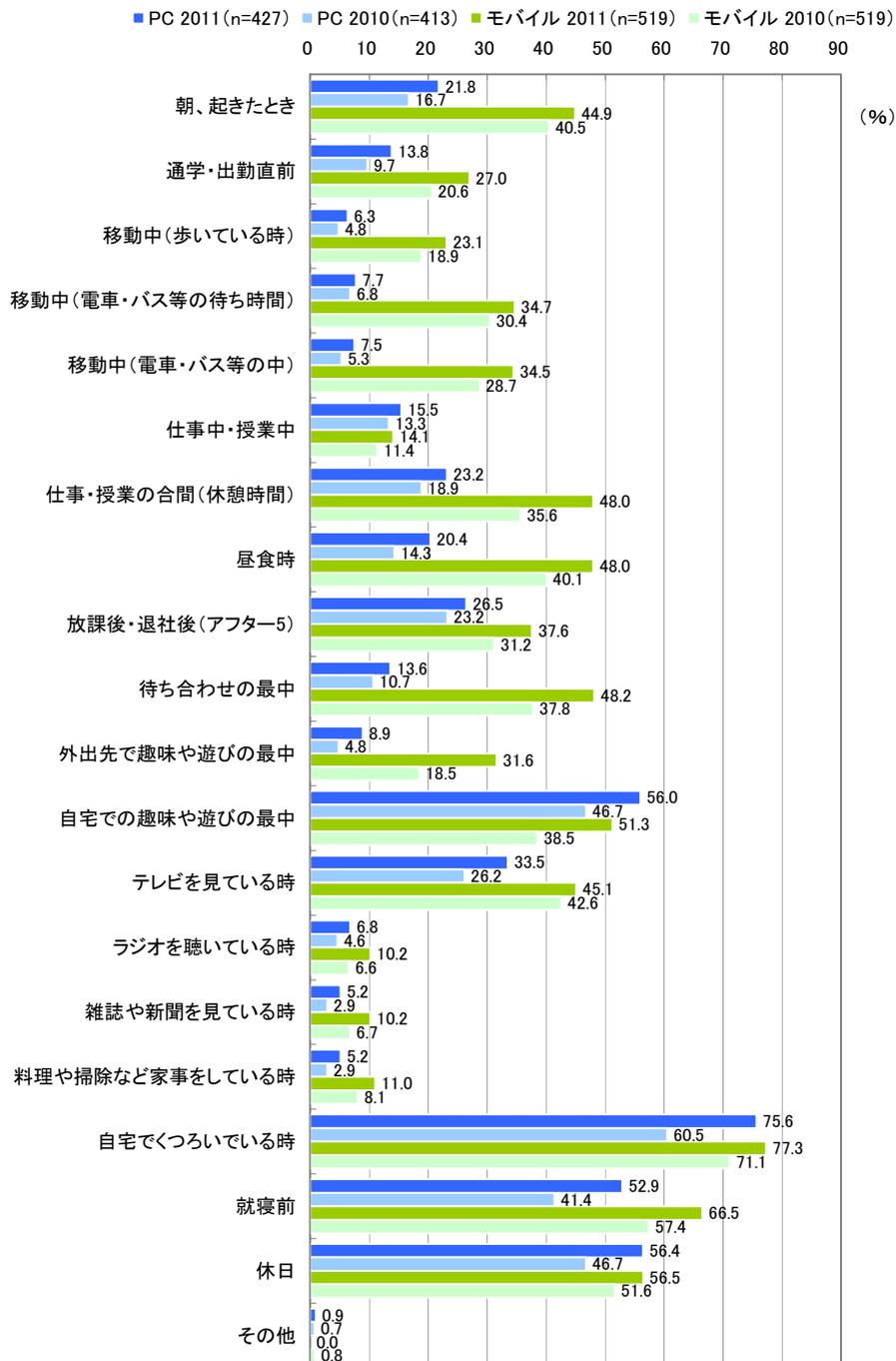
PCサイト、モバイルサイトをそれぞれプライベートで閲覧している時間帯を尋ねたところ、PC、モバイルともに「自宅でくつろいでいるとき」(PC：76%、モバイル：77%)が最も多く、昨年と比べるとPCは15ポイント、モバイルでは6ポイント増加しました。

モバイルサイトの閲覧時間帯は「外出先、自宅での趣味や遊びの最中」(13ポイント)が昨年と比べ最も増加し、次いで「仕事・授業の合間(休憩時間)」(12ポイント)、「待ち合わせの最中」(10ポイント)となりました。

ソーシャルメディア利用者数の増加が、様々なシーンでインターネットに接続しているユーザーが増加した要因と推察できます。

図7 PC、モバイルサイト閲覧時間帯(複数回答 2010年-2011年)

【※それぞれサイト閲覧者】



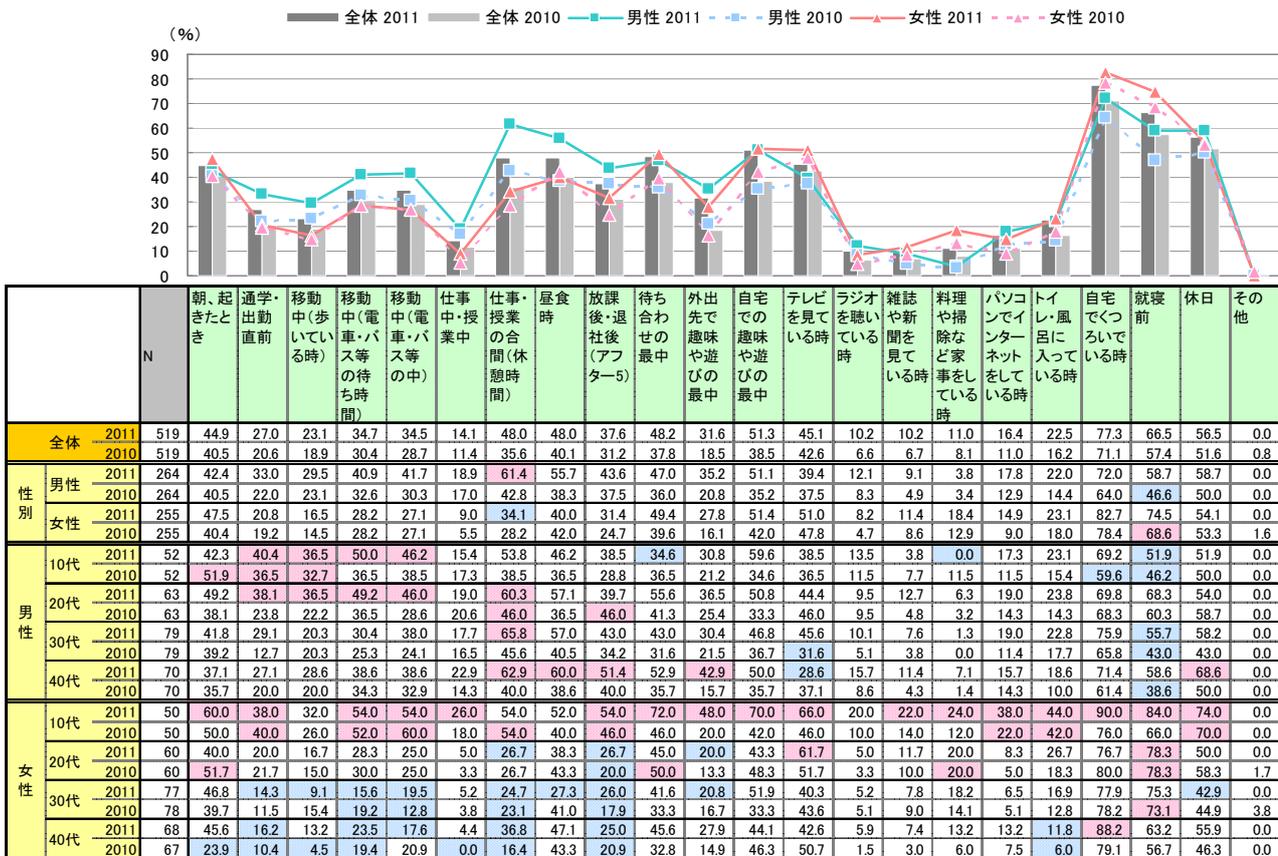
## ■男性は外出中、女性は自宅でモバイルサイトの閲覧が昨年より増加

モバイルサイトの閲覧時間帯を性別で見ると、男性は「通学・出勤直前」「移動中」「仕事・授業の合間」など朝、外出中、移動中に多く、女性は「自宅での趣味や遊びの最中」「自宅でくつろいでいる時」など自宅にいるときが多い傾向が見られました。

また、男性 20～40 代、女性 10 代は昨年と比べ全体的に閲覧している時間帯が増えていることがわかりました。

図 8 モバイルサイト閲覧時間帯（複数回答 2010 年～2011 年の性年代別）

【n=519】



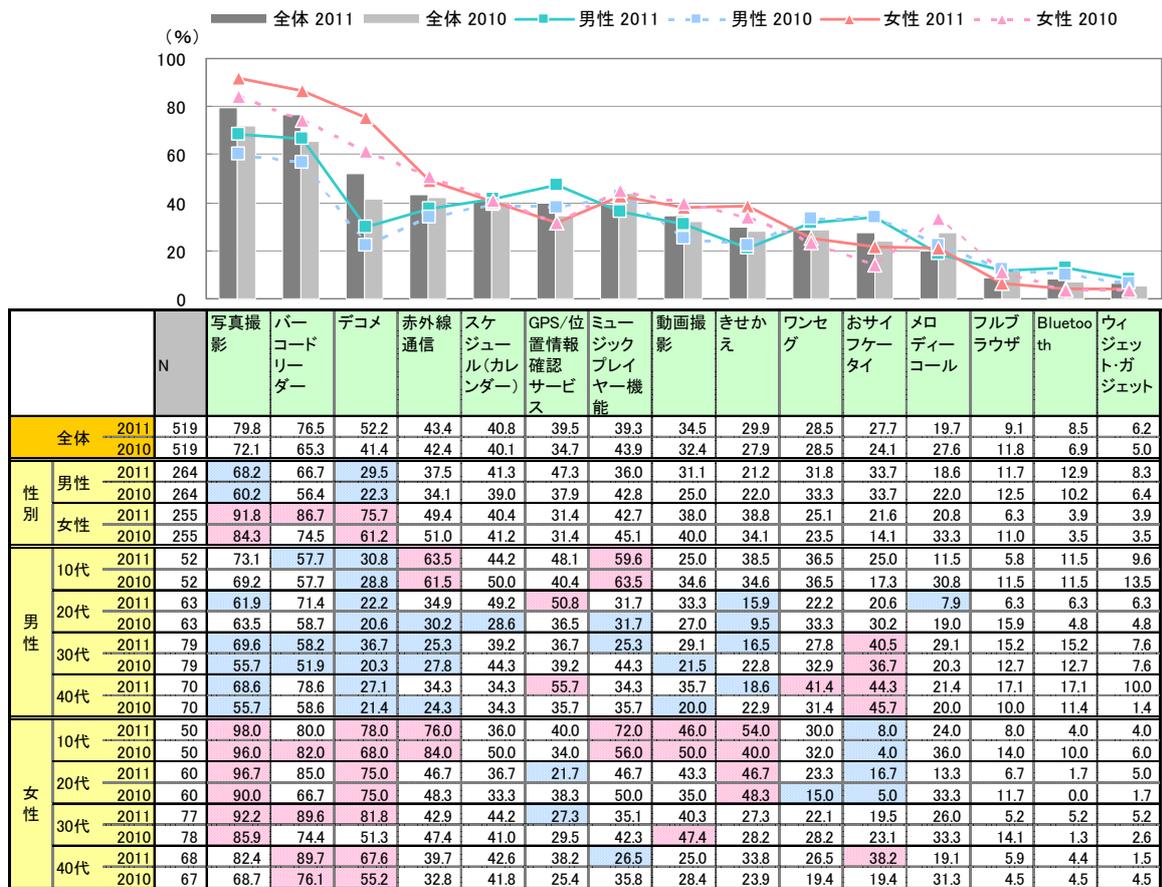
※ ■ は同年全体+10ポイント以上、■ は-10ポイント以下

### ■30代、40代のモバイル各機能の利用率が昨年より増加

モバイルの各機能について利用状況を尋ねたところ、「写真撮影」(80%)が最も多く、次いで「バーコードリーダー」(77%)、「デコメ」(52%)となり、それぞれ昨年に比べ約10ポイント増加しています。「バーコードリーダー」は特に男性40代、女性20代、30代、「デコメ」は女性30代、「写真撮影」は男性30代の回答が増えた結果となりました。

図9 利用している携帯電話の機能（単一回答 2010年-2011年の性年代別）  
（「よく利用する」「利用する」の合計を算出）

【n=519】



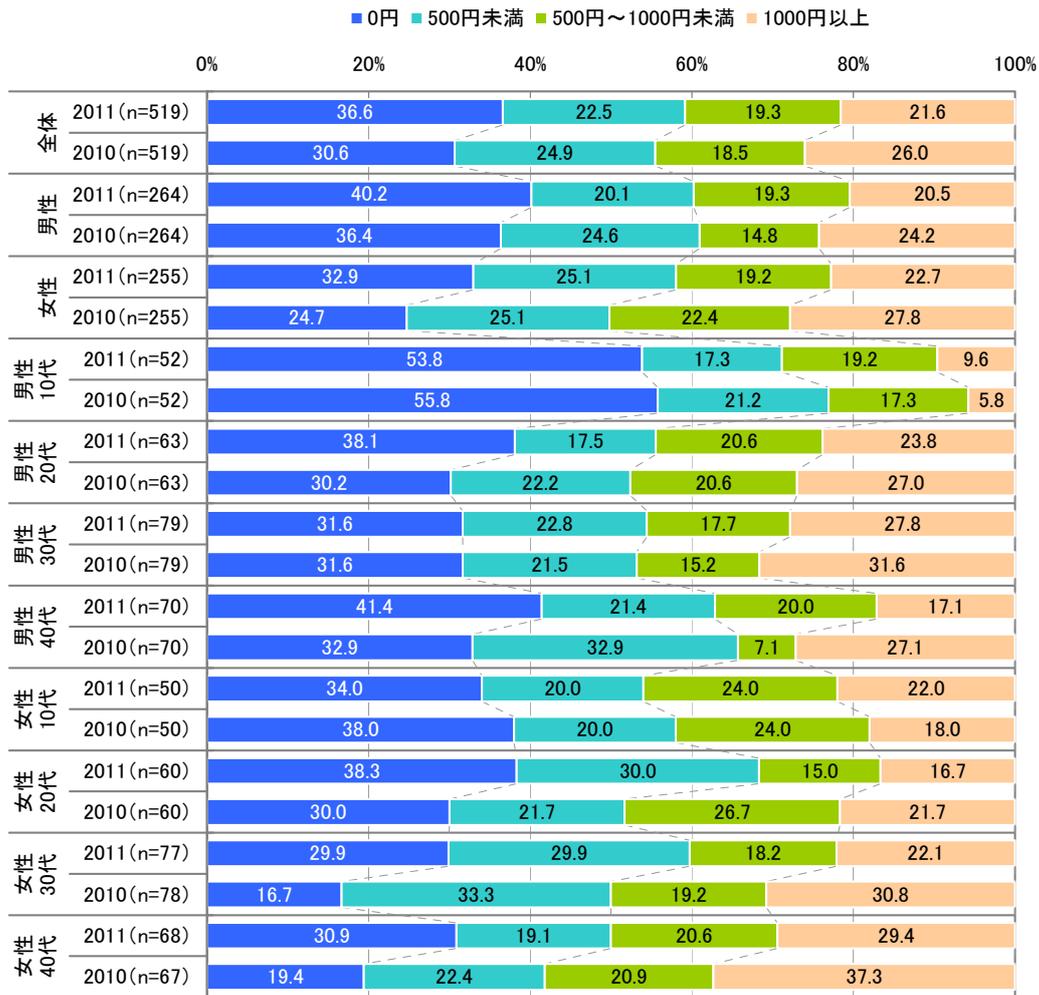
※ ■は同年全体+10ポイント以上、■は-10ポイント以下

※「デコメ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

■有料コンテンツの利用率は昨年より低下

モバイルコンテンツ全般に対して支払っている1ヶ月の料金を尋ねたところ、有料コンテンツを利用しているユーザーは昨年から6ポイント減少して、63%となりました。有料コンテンツユーザーの中でも「500円未満」(23%)が最も多く、支払い金額も減少していることがわかります。また、性年代別に見ると、男女10代では有料コンテンツ利用者の割合が僅かに増加する結果となりました。

図10 モバイルコンテンツ全般に対する1ヶ月の支払金額(単一回答 2010年-2011年の性年代別) 【n=519】

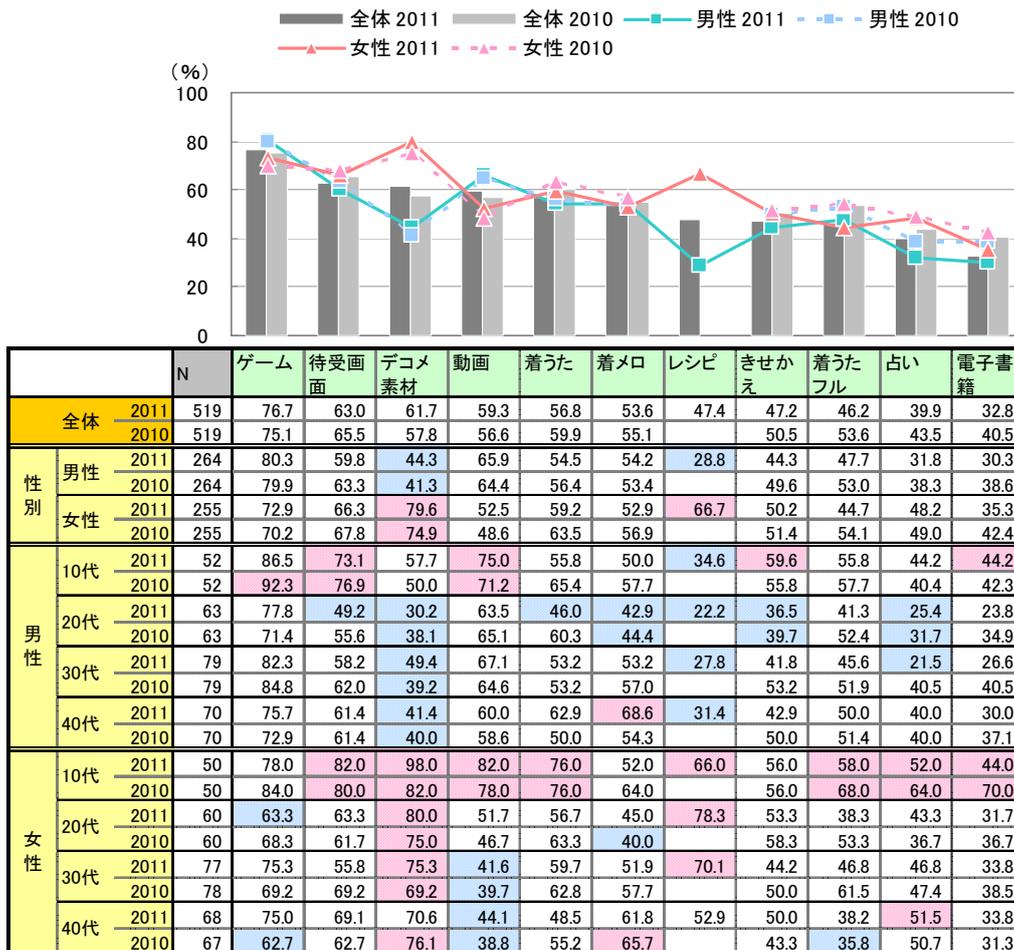


■コンテンツ利用率は昨年と比べ大きな変化なし

利用しているモバイルコンテンツを尋ねたところ、「ゲーム」(77%)が最も多く、次いで「待受画面」(63%)、「デコメ素材」(62%)となり、昨年と大きな変化は見られませんでした。性年代別に見てみると、最も多くのコンテンツを利用しているのは女性10代ですが、「着メロ」「着うたフル」「占い」「電子書籍」の利用率は昨年と比べ10ポイント以上減少していることがわかりました。

図11 利用しているモバイルコンテンツ(複数回答 2010年-2011年の性年代別)

【n=519】



※■は同年全体+10ポイント以上、■は-10ポイント以下

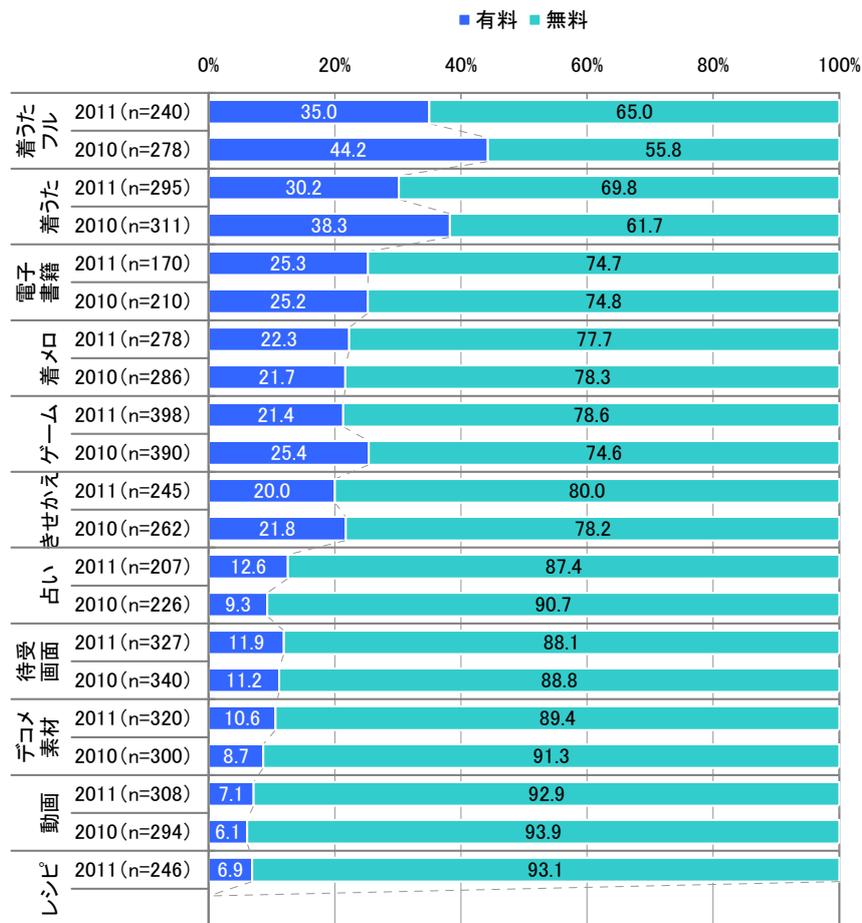
※「デコメ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

■ 「占い」「デコメ素材」は有料コンテンツの利用率が昨年より増加

それぞれコンテンツを利用しているユーザーに対し、有料コンテンツを利用しているかを尋ねたところ、「着うたフル」(35%)の利用が最も多く、次いで「着うた」(30%)、「電子書籍」(25%)となりました。利用率が昨年に比べ減少している有料コンテンツの多い中、「占い」「デコメ素材」は僅かに増加する結果となりました。「占い」は無料コンテンツの利用が減少したことにより、有料コンテンツ利用の割合が増加したと考えられます。

図 12 有料コンテンツ利用状況 (単一回答 2010年-2011年)

【※各コンテンツ利用者】



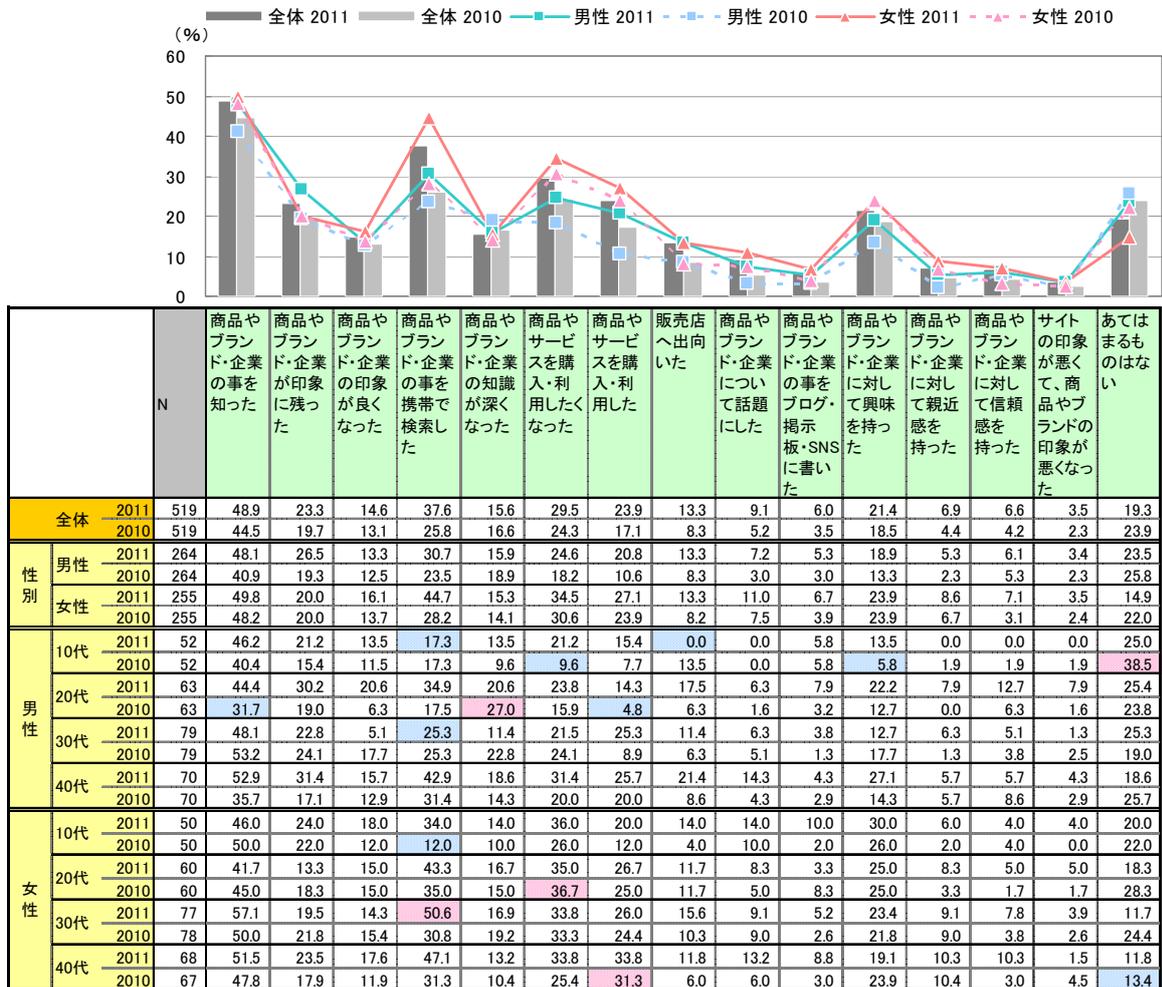
※「デコメ」は、株式会社 NTT ドコモの登録商標です。

■モバイルサイト閲覧後の購入意向・経験ともに昨年より増加

モバイルサイトを閲覧した後に経験したことがある感情や行動について尋ねたところ、「商品やブランド・企業の事を知った」(49%)が最も多く、次いで「商品やブランド・企業の事を携帯で検索した」(38%)、「商品やサービスを購入・利用したくなった」(30%)となりました。昨年と比べると、「携帯で検索した」が12ポイント、「購入・利用した」が7ポイント、「購入・利用したくなった」が6ポイント増加しており、モバイルサイトが商品・サービスの購入意欲の向上に、さらに影響を与えるようになったと推察できます。

図13 モバイルサイト閲覧後の行動、感情（複数回答 2010年-2011年の性年代別）

【n=519】



※ ■は同年全体+10ポイント以上、■は-10ポイント以下

**【株式会社 IMJ モバイル 会社概要】**

株式会社アイ・エム・ジェイのグループ企業である IMJ モバイルは、調査分析から戦略立案、ユーザビリティ設計、クリエイティブ、システム開発、運用までのフルサービス&ワンストップサービスを提供しております。国内最大級の実績と経験をベースに、スマートフォンを含めたモバイル領域において、企業のデジタルマーケティングをサポートいたします。

- 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 <http://www.imjmobile.co.jp/>
- 設立 2000年7月18日
- 資本金 3億963万7500円（2010年7月現在）
- 従業員数 約350名（2010年7月現在）
- 事業内容
  - ・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

※ 文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

<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/>  
 マーケティング本部 プランニング室 担当：嶋田  
 TEL：03-6415-4352

■プレスからのお問合せ先

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