

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

スマートフォンユーザーの写真投稿に関する調査 ～スマートフォン保有で高まるスマートフォンでの写真撮影・投稿頻度～

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)のモバイルナレッジラボ(※)は、「スマートフォンユーザーの写真投稿に関する調査」を実施いたしました。

調査期間は2011年12月9日～12月10日、有効回答数は618名から得られました。

調査結果概要

調査結果より、スマートフォンへの買い替えに伴い、携帯電話を利用していた頃に比べ写真撮影、Web サービスへのアップロード頻度が高くなったユーザーが半数にのぼることがわかり、スマートフォンユーザーと写真の親和性が高いことが推察できます。また、撮影した写真をWeb サービスへ週1回以上アップロードしているユーザー(本レポートではヘビーユーザーと呼ぶ)は女性20代、30代に多く、写真のアップロードにTwitter、mixi、Facebookといったソーシャルメディアを活用しているユーザーが多いことがわかりました。また、写真アップロードのヘビーユーザーは「instagram」などのアプリを利用して写真を加工しているユーザーが7割を超え、写真の見栄えにもこだわっている様子が伺えます。

さらに、スマートフォンで写真をWeb サービスにアップロードしたことのあるユーザーのうち半数以上がキャンペーンなどに顔写真を投稿してもよいと回答しており、投稿には「信頼できる企業」「公開範囲の選択が可能」などの条件が重要とされていることがわかりました。

調査のトピック

- ・ スマートフォンでの写真撮影経験は9割、Web アップロード経験は5割
- ・ 約半数以上のユーザーがスマートフォン購入後、写真の撮影頻度、Web サービスへのアップロード頻度がともに増加
- ・ 写真アップロード頻度は女性20代、30代が最多
- ・ スマートフォンユーザーが写真を最もアップロードしたことがあるのはTwitter
- ・ Web で共有する写真に加工を加え見栄えにこだわるヘビーユーザー
- ・ 顔写真投稿の抵抗を下げるための条件で重要なのは「信頼できる企業」と「公開範囲の限定」

※モバイルナレッジラボとは



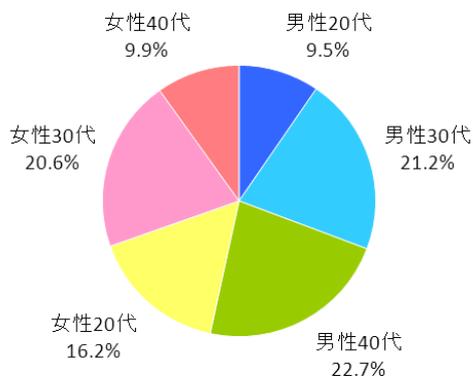
IMJモバイルのモバイルナレッジラボは、日々進化を続けるモバイルを取り巻くさまざまなテーマについて、多様な視点から調査・分析を行い、ナレッジ化し、世の中に発信していくことを目的として活動を行っています。

調査結果詳細

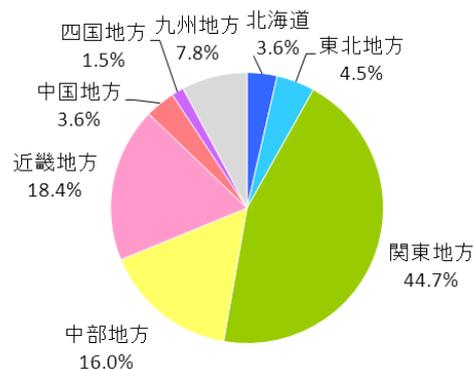
■ 調査概要

- ・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 : 20～49歳のiPhone、AndroidOSのスマートフォンを保有する男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 618サンプル
- ・調査日時 : 2011年12月9日～12月10日

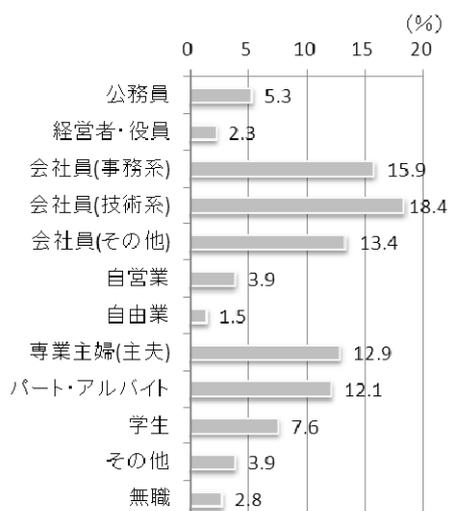
■ 性年代(n=618)



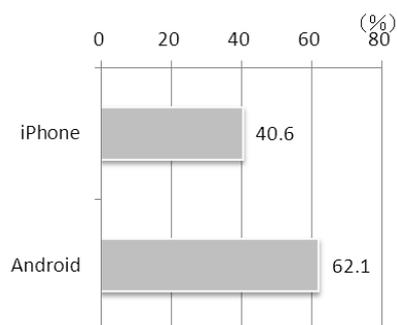
■ 居住地域(n=618)



■ 職業(n=618)



■ 保有OS(n=618)



■ スマートフォンでの写真撮影経験は9割、Web へのアップロード経験は5割

スマートフォンユーザーに対し、スマートフォンでの写真撮影経験を尋ねたところ、9割以上のユーザーが「ある」と回答しました。さらに、スマートフォンから Web サービスに写真をアップロードした経験を尋ねたところ、約半数のユーザーが「ある」と回答し、スマートフォンユーザーの写真との親和性の高さが伺えます。

図1 スマートフォンでの撮影経験(単一回答)

【n=618】

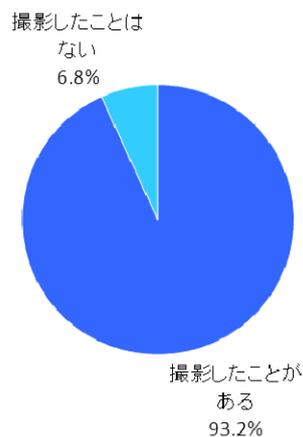
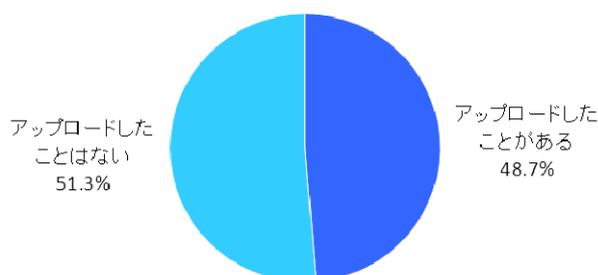


図2 スマートフォンから Web サービスへ写真アップロード経験(単一回答)

【n=618】



■ 約半数以上のユーザーがスマートフォン購入後、写真の撮影頻度および、Web サービスへのアップロード頻度がともに増加

スマートフォンを購入する前に利用していた携帯電話と比べて、スマートフォン購入後にスマートフォンで写真を撮影する頻度、撮影した写真を Web サービス(SNS やブログ、写真共有サービスなど)へアップロードする頻度の変化について尋ねたところ、撮影頻度、アップロード頻度ともに、すべての性年代において約半数以上のユーザーが「増えた」、「やや増えた」と回答しました。

また、性年代別に見てみると、撮影頻度は、男女ともに年代が若いほど頻度が高まった傾向があります。アップロード頻度は、女性 20 代において「増えた」「やや増えた」との回答が 83%と非常に高く、積極的に Web サービスへのアップロードをしている様子が伺えます。

図 3 スマートフォンで撮影する頻度の変化(単一回答)

【n=576※スマートフォンでの撮影経験者】

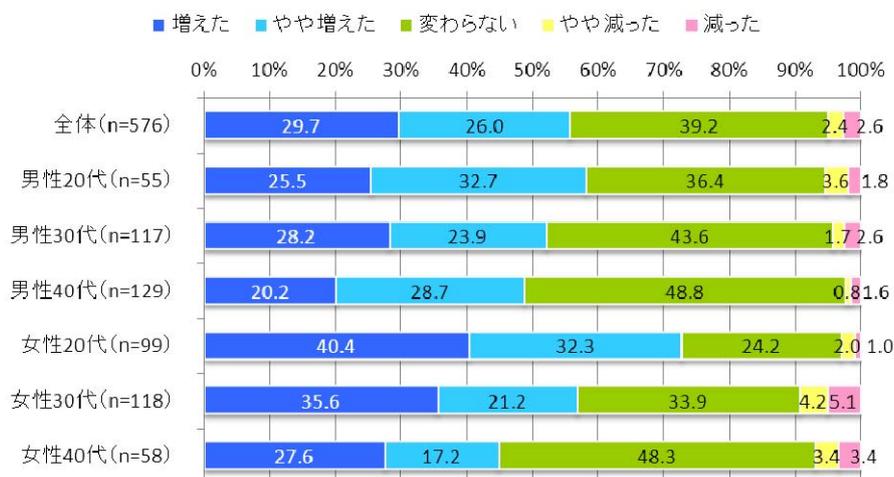
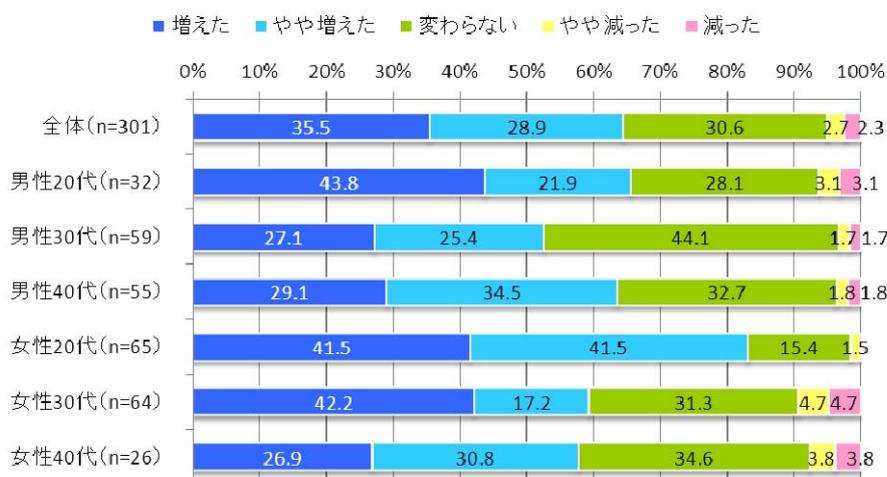


図 4 撮影した写真をスマートフォンで Web サービスへアップロードする頻度の変化(単一回答)

【n=301※スマートフォンでのアップロード経験者】



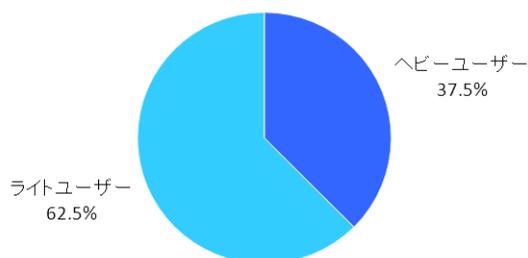
■ 写真アップロード頻度は女性 20 代、30 代が最多

Web サービスへの写真アップロード頻度が週 1 回以上のスマートフォンユーザーをヘビーユーザー、週 1 回未満のスマートフォンユーザーをライトユーザーとし、写真撮影やアップロードについての意識を分析いたしました。ヘビーユーザーは 38%、ライトユーザーは 63%となりました。

ヘビーユーザーの性年代別の割合は、女性 30 代(27%)が最も多く、次いで女性 20 代(26%)と、女性 20 代、30代が全体の半数を占める結果となり、Web サービスに写真をアップロードする頻度が非常に高いことが伺えます。

図 5 スマートフォンでの Web サービスへアップロード頻度(単一回答)

【n=301※アップロード経験者】



ヘビーユーザー:Web サービスへの写真アップロードが週 1 回以上

ライトユーザー:Web サービスへの写真アップロードが週 1 回未満

図 6 スマートフォンで Web サービスへ週 1 回以上アップロードするユーザーの性年代構成比(単一回答)

【n=113※スマートフォンで週 1 回以上アップロードするユーザー】



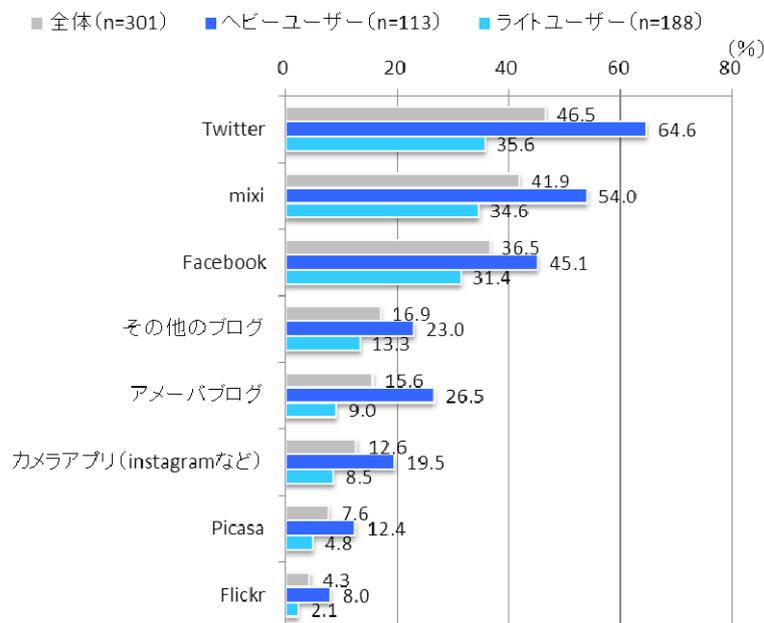
■ スマートフォンユーザーが写真を最もアップロードしたことがあるのは Twitter

スマートフォンで撮影した写真をアップロードしたことがあるソーシャルメディアを尋ねたところ、「Twitter」(47%)との回答が最も多く、次いで「mixi」(42%)、「Facebook」(37%)となり、総合的なソーシャル・ネットワーキング・サービスへのアップロードが高い結果となりました。また、「Picasa」(8%)、「Flickr」(4%)などの PC をメインデバイスとして発展した写真共有サービスに比べ、スマートフォンに特化している「instagram」などの「カメラアプリ」(13%)の方がスマートフォンユーザーに多く使われていることがわかります。

写真アップロード頻度別に見てみると、全てのサービスにおいてヘビーユーザーの回答がライトユーザーを上回り、頻度が高いほど利用するサービスも多いことが推察できます。

図 7 スマートフォンでアップロードしたことがある Web サービス(複数回答)

【n=301※スマートフォンでのアップロード経験者】



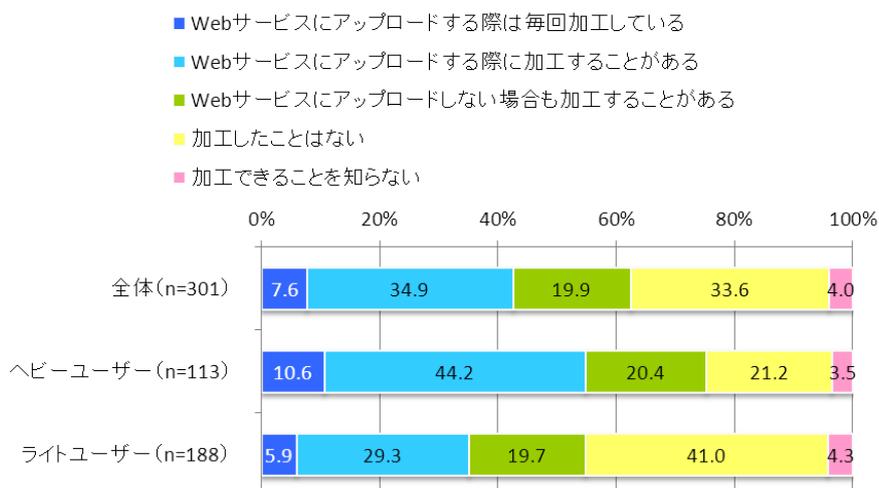
■ Web で共有する写真に加工を加え見栄えにこだわるヘビーユーザー

スマートフォンでの写真アップロード経験者に、色調変更やテキスト追加といった写真加工の経験があるか尋ねたところ、全体では 6 割以上が写真を加工した経験があることがわかりました。

また、ヘビーユーザーの 75%以上が写真加工の経験があり、アップロードする際に加工するという回答が 5 割を超える結果となりました。ヘビーユーザーは、写真を加工する手間を惜しむことなく、一手間かけて見栄えにこだわった写真を共有したいという意識が高いことが伺えます。

図 8 撮影した写真の加工(単一回答)

【n=301※スマートフォンでのアップロード経験者】



■ 条件が合えば6割以上のユーザーが顔写真を投稿 抵抗を下げるための条件で重要なのは「信頼できる企業」と「公開範囲の限定」

キャンペーンや Web サービスへの顔写真の投稿について尋ねてみたところ、「抵抗が無い」「条件によっては投稿してもよい」との回答は 64%にのぼり、ヘビーユーザーの方が顔写真の投稿に抵抗が少ない結果となりました。

顔写真の投稿への抵抗を下げる条件としては、「信頼できる企業のサービス」(67%)、「公開範囲が選択できる」(55%)、「会員限定のサイトで公開される」(38%)の順に高く、運営会社の信頼感と公開範囲の限定ができることを重視していることが伺えます。

図9 キャンペーンや Web サービスへ顔写真投稿に対する抵抗(単一回答)

【n=301※スマートフォンでのアップロード経験者】

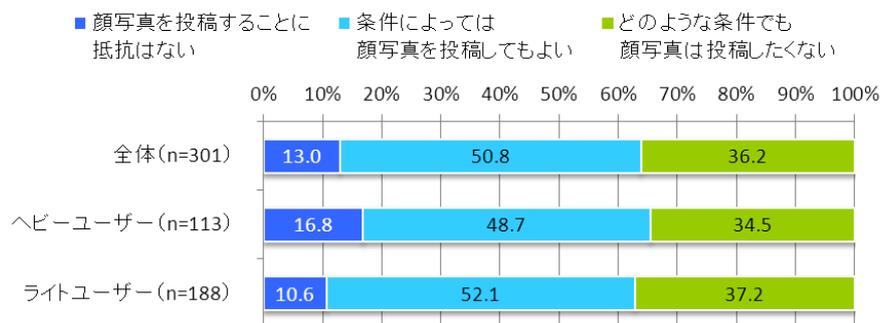
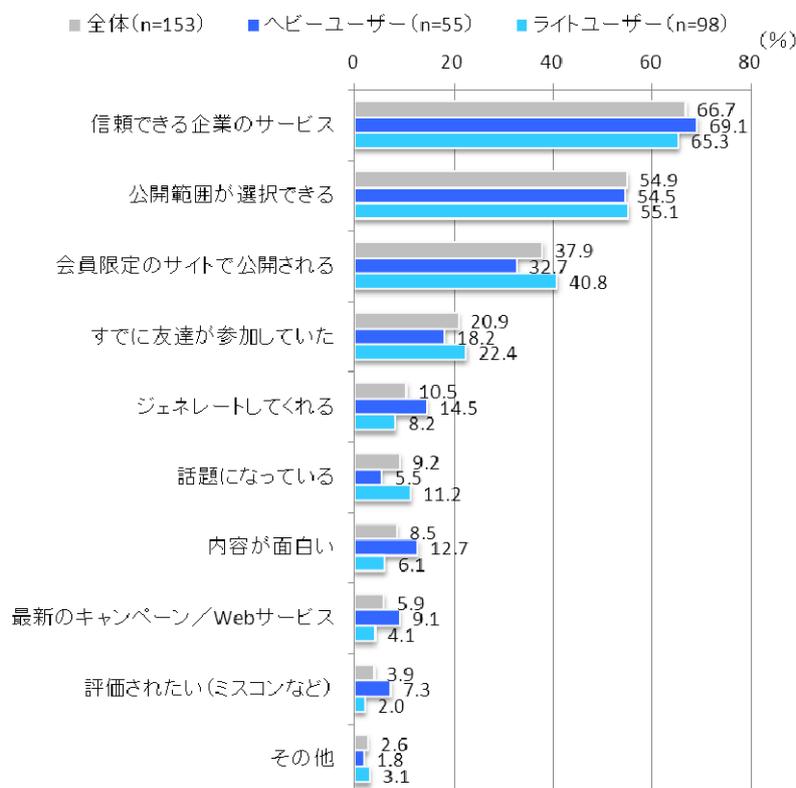


図10 キャンペーンや Web サービスに顔写真を投稿してもよいと思える条件(複数回答)

【n=153※前問「条件によっては投稿してもよい」回答者】



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(2011 年 3 月末現在)
- ・ 従業員数 246 名(2011 年 3 月末現在)
- ・ 事業内容 モバイルソリューション、モバイルコンテンツ、モバイル広告メディア等

<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 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