



Mobile User Book 2009



株式会社IMJモバイル

目次

| | | | |
|---------------------------------|-----------|--|-----------|
| 携帯サイトフィルタリングサービスに関する意識調査 | 2 | モバイルECサイトの「商品ページ」に関するユーザビリティ調査 | 43 |
| 回答者プロフィール(子供) | 3 | 回答者プロフィール | 44 |
| 回答者プロフィール(保護者) | 4 | 商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較 | 45 |
| 携帯電話の契約名義 | 5 | 商品ページの購入への導線のレイアウトによる比較 | 46 |
| 子供が利用しているモバイルサイトの実情と保護者の把握状況 | 6 | 商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較 | 47 |
| 必要不可欠なモバイルサイト | 7 | モバイルECサイトのTOPページに関するユーザビリティ調査 | 48 |
| モバイルサイト閲覧に対する不安事項 | 8 | 回答者プロフィール | 49 |
| フィルタリングサービスの認知度 | 9 | モバイルECサイト重視点 | 50 |
| フィルタリングサービスの利用有無 | 10 | TOPページのデザイン・情報量による比較 | 51 |
| フィルタリングサービスの解除意向 | 11 | モバイルECサイトの「買い物かご」ページに関するユーザビリティ調査 | 52 |
| 規制が必要だと思うモバイルサイトのジャンル | 12 | 回答者プロフィール | 53 |
| フィルタリングサービスへの期待 | 13 | 「買い物かご」ページの浸透名称 | 54 |
| フィルタリングサービスに対する保護者の考え | 14 | モバイルECサイトでの購入商品数・購入スタイル | 55 |
| 企業のモバイルサイトへの取り組み実態及び意識調査 | 15 | 「買い物かご」のデザイン・レイアウトによる比較 | 56 |
| 回答者プロフィール | 16 | 「買い物かご」に望む機能・表示方法 | 57 |
| 公式サイト・勝手サイト保有状況 | 17 | モバイルECサイトの購入フローに関するユーザビリティ調査 | 58 |
| モバイルサイトの活用目的 | 18 | 回答者プロフィール | 59 |
| フィルタリングサービスの影響 | 19 | 購入を途中で断念した経験とその理由 | 60 |
| 「企業・ブランド」カテゴリの認知・掲載意向 | 20 | 入力ページのデザイン・レイアウトによる比較 | 61 |
| モバイル公式サイトへの期待 | 21 | 入力方法のレイアウトの違いによる比較 | 62 |
| モバイルサイトへの投資額 | 22 | 入力ページ数の違いによる比較 | 63 |
| モバイル機能への興味 | 23 | 支持される各情報の入力方法 | 64 |
| モバイルキャンペーンに関する意識調査 | 24 | 検討中サイトへの会員登録時、登録したくない情報 | 65 |
| 回答者プロフィール | 25 | iPhoneユーザーのiPhone利用動向とその評価 | 66 |
| サイトアクセス、キャンペーン参加のきっかけ | 26 | 回答者プロフィール | 67 |
| サイト、キャンペーンへのアクセス方法 | 27 | iPhoneユーザーのプロフィール概要 | 68 |
| サイト、キャンペーンの対象商品・サービスのジャンル | 28 | 非iPhoneとの併用率とキャリア | 69 |
| 参加したモバイルキャンペーンのタイプ | 29 | iPhone購入理由 | 70 |
| キャンペーン参加後のサイト閲覧、メルマガ閲覧状況 | 30 | iPhone機能の評価 | 71 |
| モバイルキャンペーン参加理由 | 31 | iPhoneの特徴の評価 | 72 |
| サイト、キャンペーンと「AISAS理論」との関係 | 32 | iPhoneに対する期待度と満足度 | 73 |
| モバイルサイトが与える印象 | 33 | iPhoneと非iPhoneの利用時間帯比較 | 74 |
| 検索単語数・検索結果閲覧数 | 34 | iPhoneユーザーにおける非iPhoneとの時間別使い分け | 75 |
| 携帯画面のカスタマイズに関する調査 | 35 | iPhoneと非iPhoneの利用機能比較 | 76 |
| 回答者プロフィール | 36 | iPhoneユーザーにおける非iPhoneとの機能使い分け | 77 |
| 「きせかえ」設定状況 | 37 | iPhoneでの設定メールアドレスとメルマガ受信頻度 | 78 |
| 現在設定している各種画面の種類 | 38 | iPhoneでのネット閲覧頻度および情報メディア接触頻度 | 79 |
| 待受画面変更頻度 | 39 | iPhoneユーザー、非iPhoneユーザーの消費・生活意識 | 80 |
| 設定している「待受Flash」の種類 | 40 | iPhoneユーザーのiPhone専用サイトに対する評価 | 81 |
| デジタルインセンティブの取得経験 | 41 | 回答者プロフィール | 82 |
| デジタルインセンティブによる行動・感情 | 42 | iPhoneでのWEBサイト閲覧シーン | 83 |
| | | PCサイトとiPhoneサイトの違いの認識 | 84 |
| | | iPhone専用サイトの良いところ | 85 |
| | | iPhone専用サイトの悪いところ | 86 |
| | | iPhone専用サイトとPCサイトのユーザビリティ比較 | 87 |
| | | iPhoneでのブックマーク数 | 88 |

携帯サイトフィルタリングサービスに関する意識調査

携帯電話の契約名義

子供が利用しているモバイルサイトの実情と保護者の把握状況

必要不可欠なモバイルサイト

モバイルサイト閲覧に対する不安事項

フィルタリングサービスの認知度

フィルタリングサービスの利用有無

フィルタリングサービスの解除意向

規制が必要だと思うモバイルサイトのジャンル

フィルタリングサービスへの期待

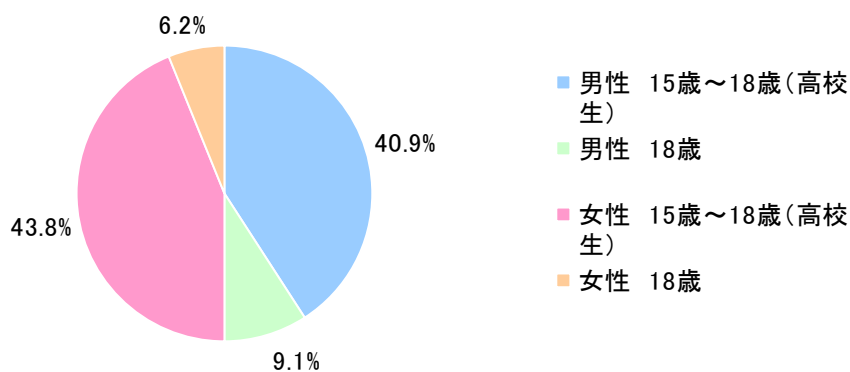
フィルタリングサービスに対する保護者の考え

■調査概要

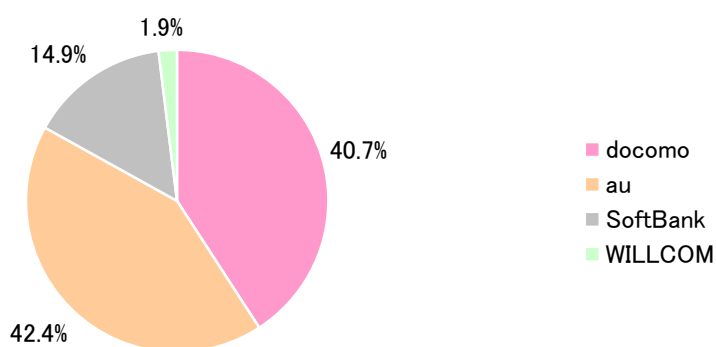
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 携帯電話を保有している15～18歳の男女
携帯電話を保有している15～18歳の子供を持つ男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 1032サンプル
- ・調査日時 : 2008年2月5日～2月6日

回答者プロフィール(子供)

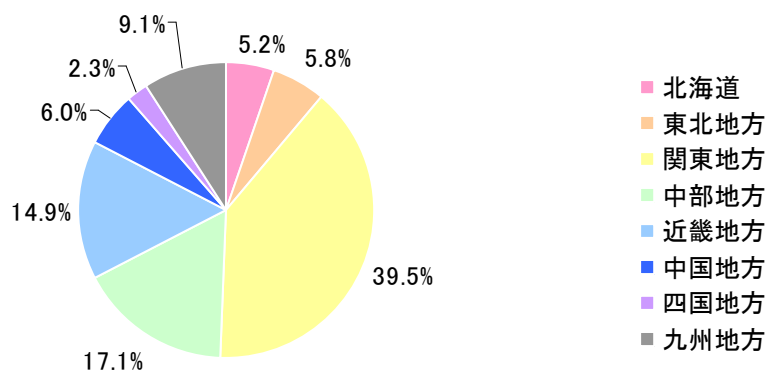
性年代(n=516)



保有携帯キャリア(n=516)

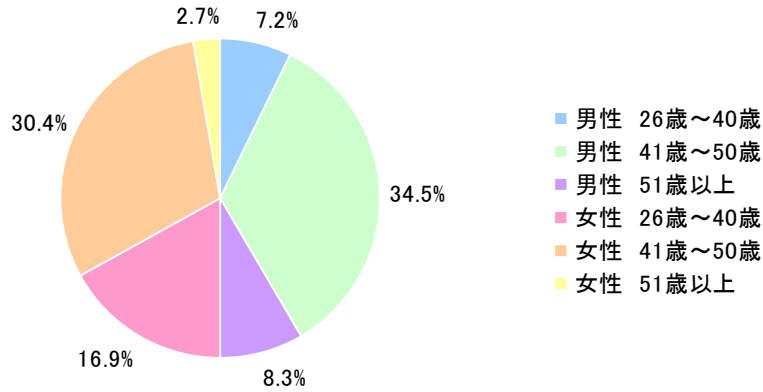


居住地域(n=516)

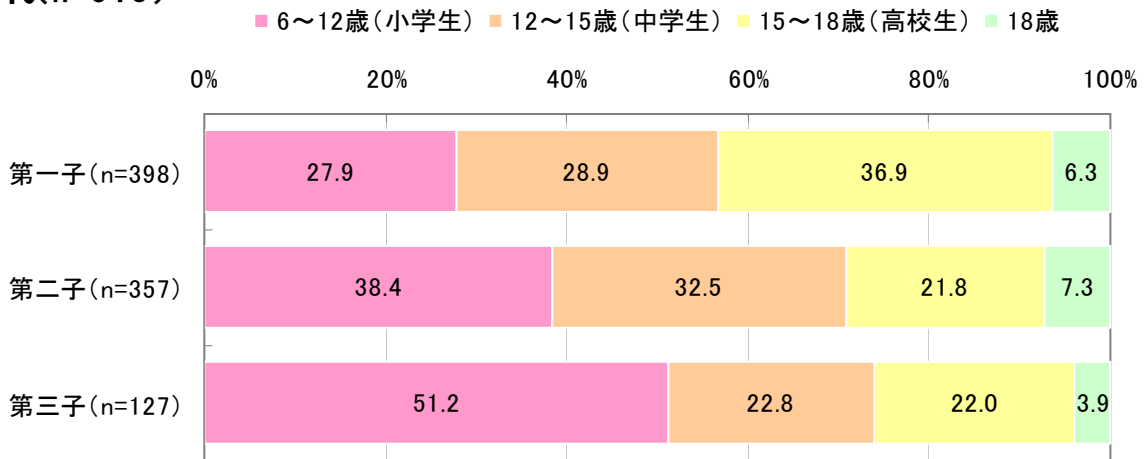


回答者プロフィール(保護者)

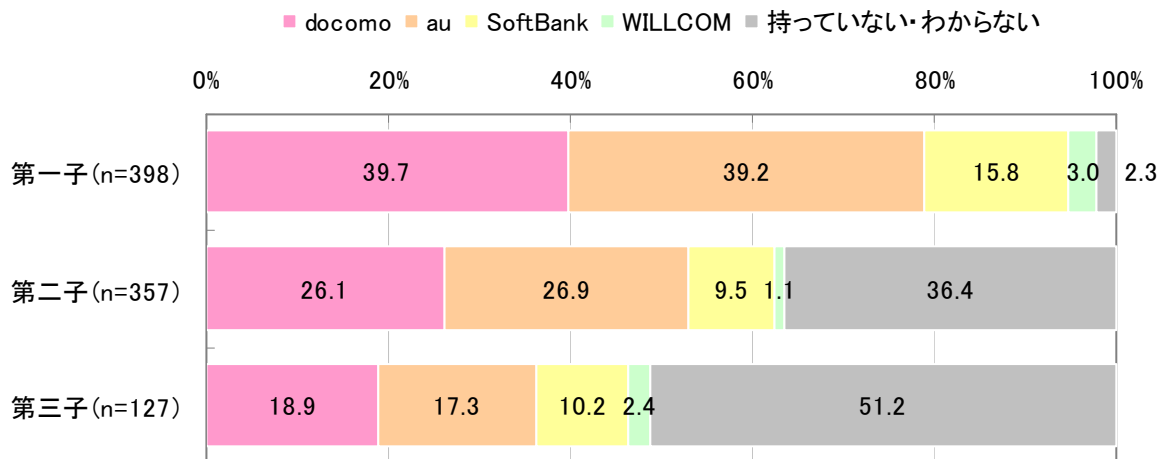
性年代(n=516)



子供の年代(n=516)



子供の保有携帯キャリア(n=516)

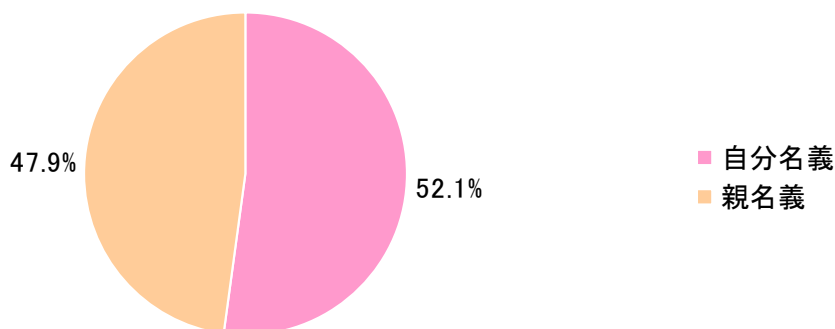


携帯電話の契約名義

Q. 現在あなたが利用している携帯電話の契約名義をお答え下さい。

【子供:n=516】

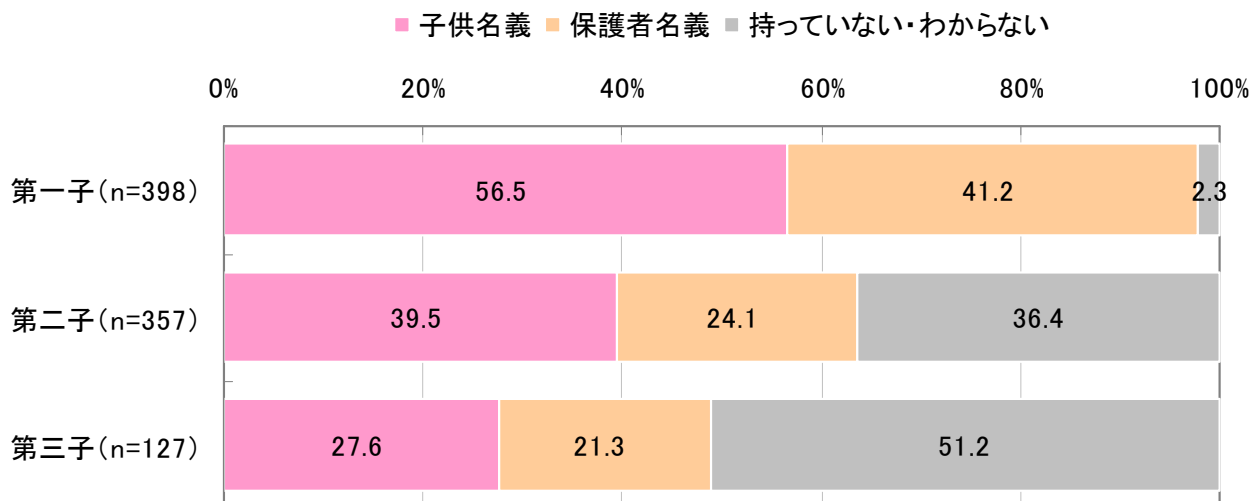
単一回答



Q. 現在あなたの子供が利用している携帯電話の契約名義をお答え下さい。

【保護者:n=516】

単一回答



子供が利用している モバイルサイトの実情と保護者の把握状況



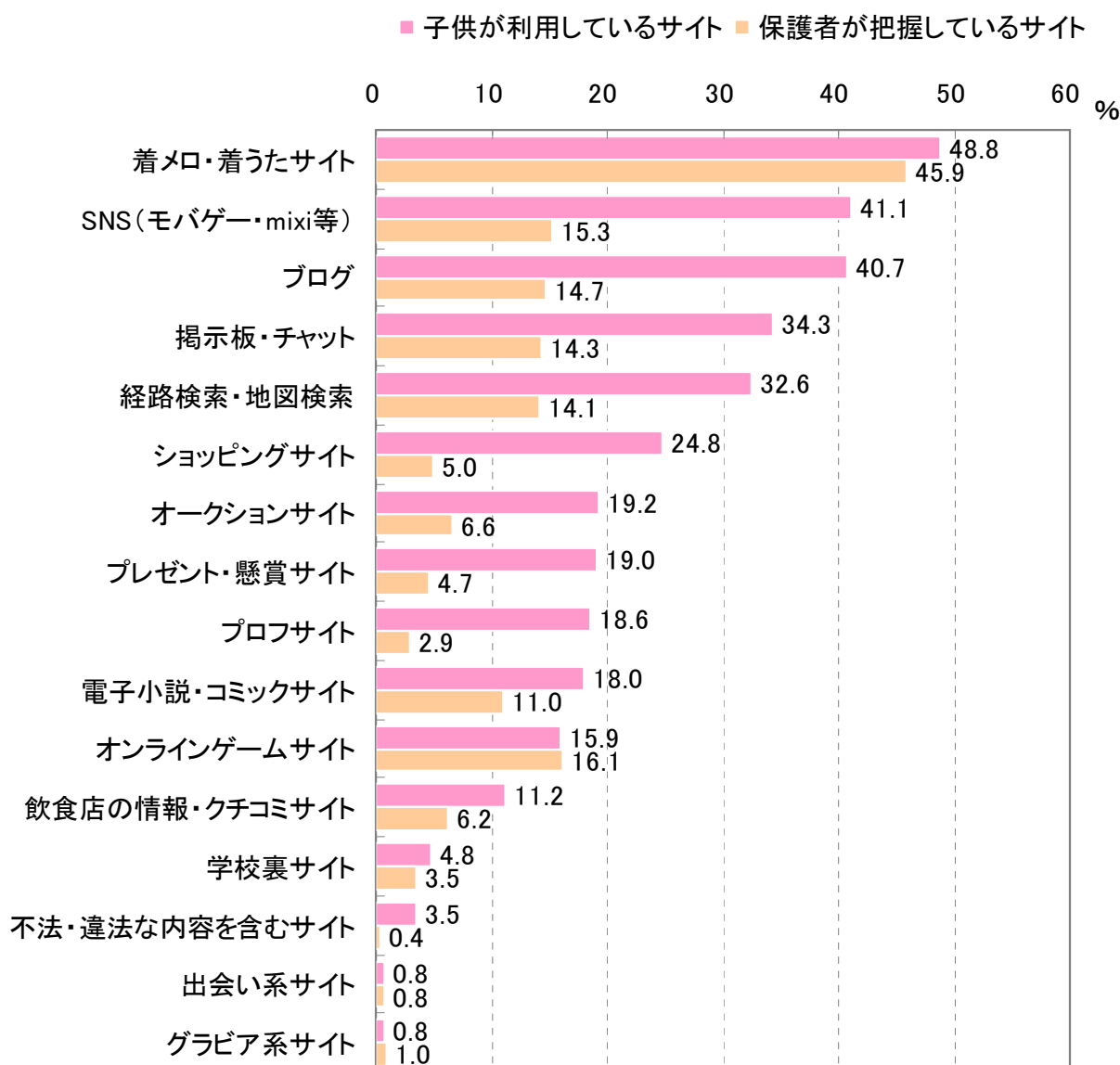
(対子供) Q. あなたが普段利用しているモバイルサイトを全てお答え下さい。

(対保護者) Q. あなたの子供はどのようなモバイルサイトを利用していますか。あなたが把握しているモバイルサイトを全てお答え下さい。

【子供:n=516】

【保護者:n=516】

複数回答

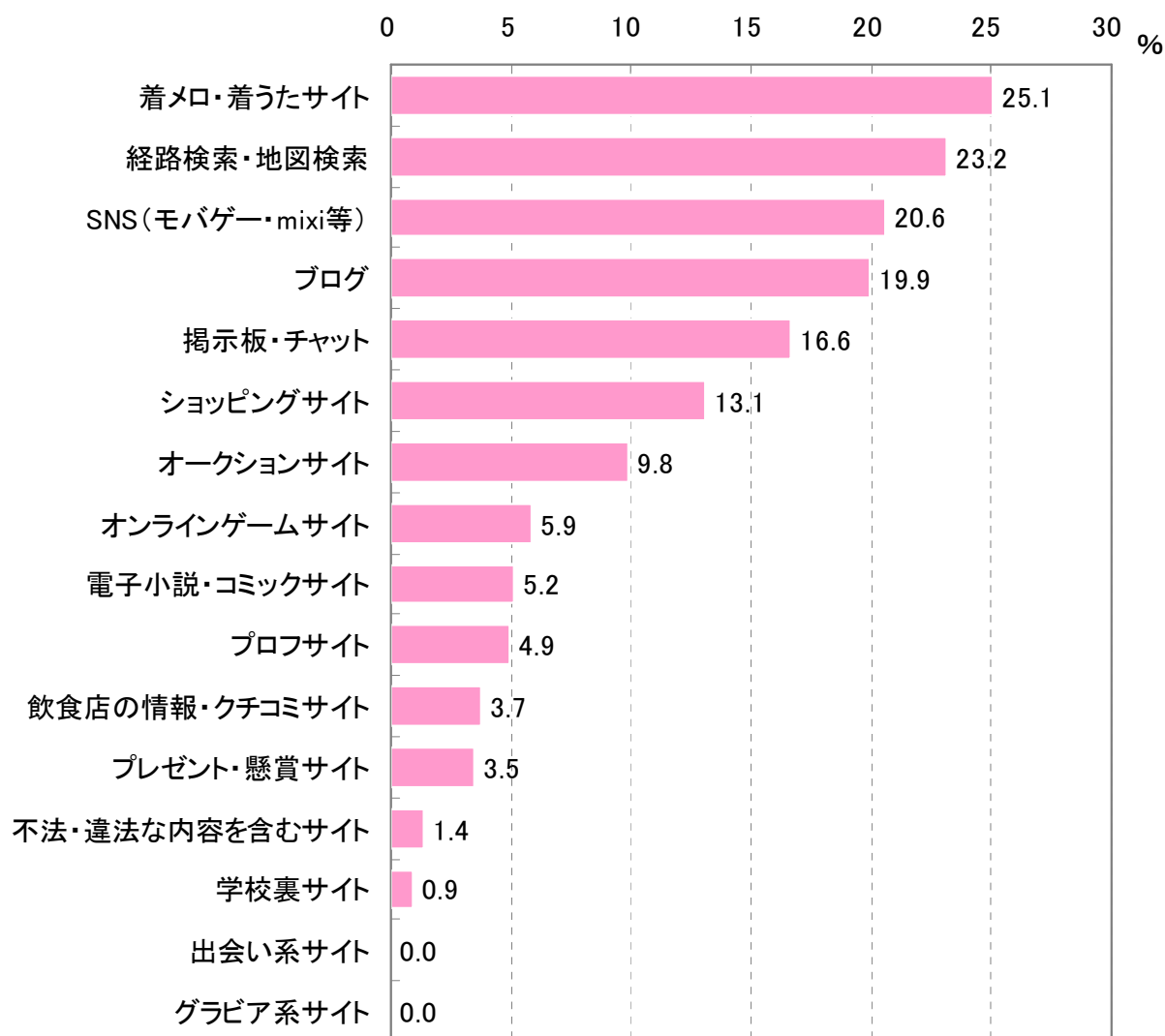


必要不可欠なモバイルサイト

Q. あなたが普段生活する上で、なくてはならないと思う携帯サイトを全てお答え下さい。

【子供:n=427※モバイルサイト利用者】

複数回答

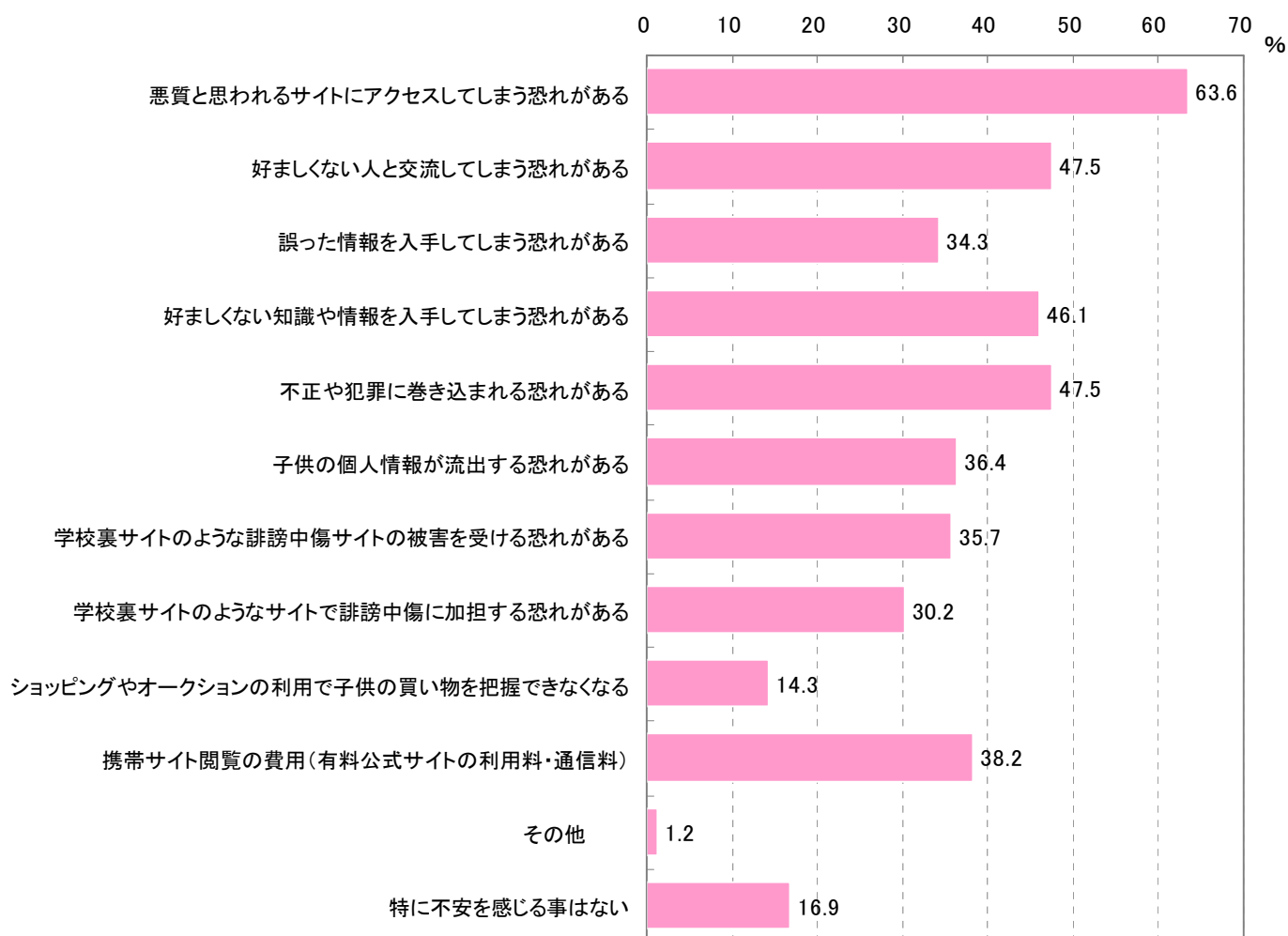


モバイルサイト閲覧に対する不安事項

Q. あなたは、子供がモバイルサイトを閲覧することに不安を感じることはありますか。不安を感じる場合がある場合は、不安を感じる項目を全てお答え下さい。

【保護者:n=516】

複数回答



フィルタリングサービスの認知度

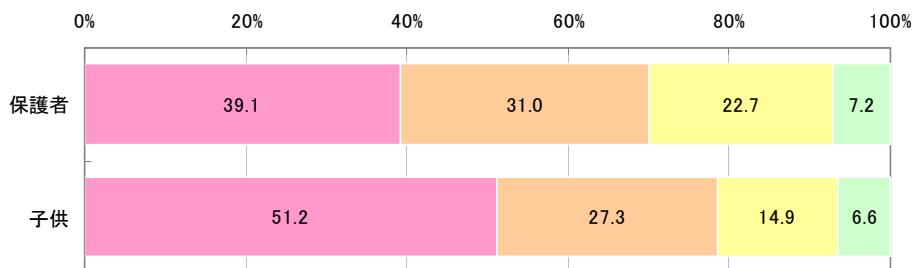
Q. あなたは、有害サイトアクセス制限サービス(フィルタリングサービス)を知っていますか

【子供:n=516】

■ 知っている ■ だいたいの内容は知っている ■ 聞いたことはあるが内容は知らない ■ 知らない・初めて聞いた

【保護者:n=516】

単一回答



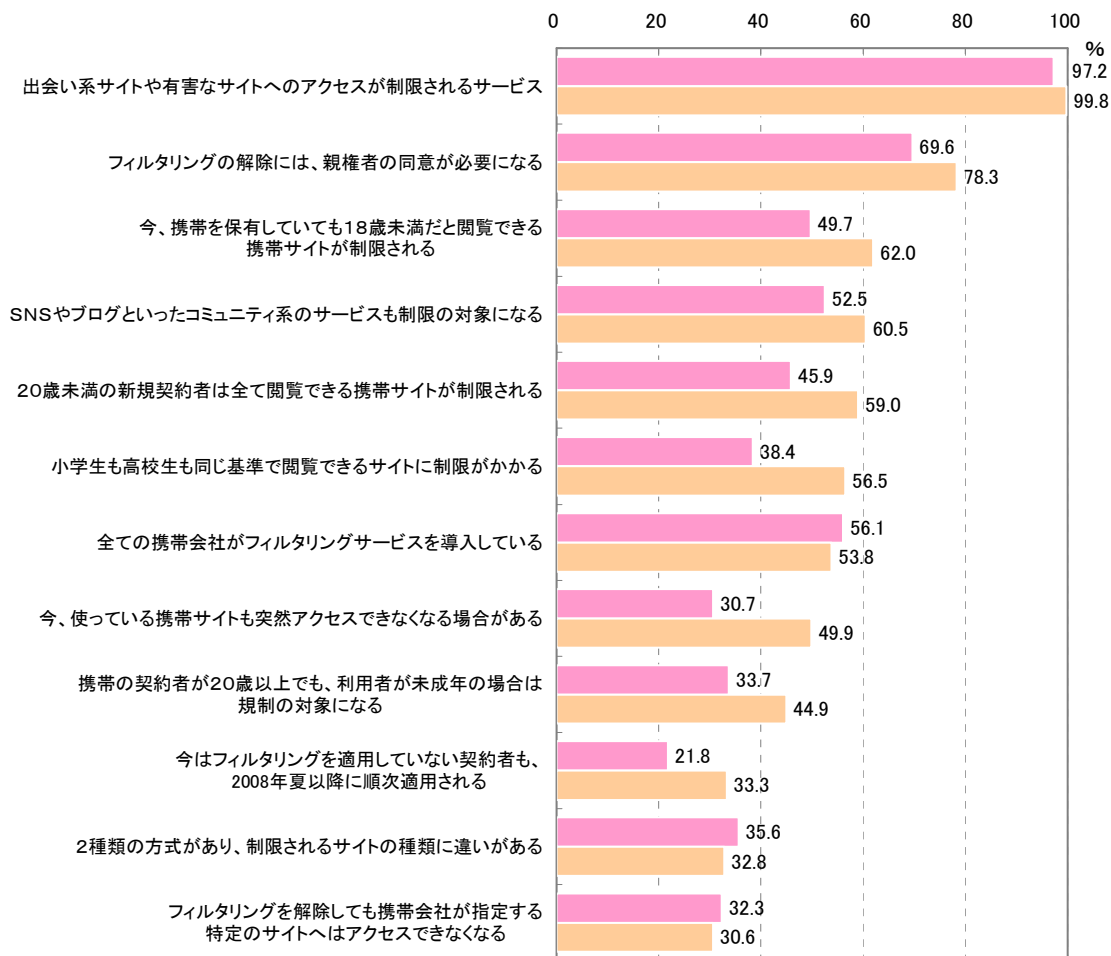
Q. あなたがフィルタリングサービスについてご存知の内容を以下より全てお選び下さい。

【子供:n=405※フィルタリングサービス認知者】

【保護者:n=362※フィルタリングサービス認知者】

■ 保護者 ■ 子供

複数回答

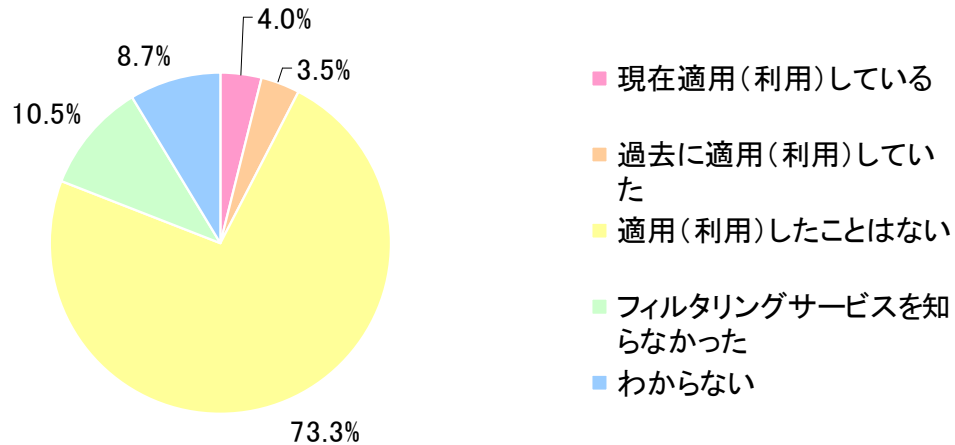


フィルタリングサービスの利用有無

Q. あなたは、フィルタリングサービスを利用したことがありますか。

【子供:n=427※モバイルサイト利用者】

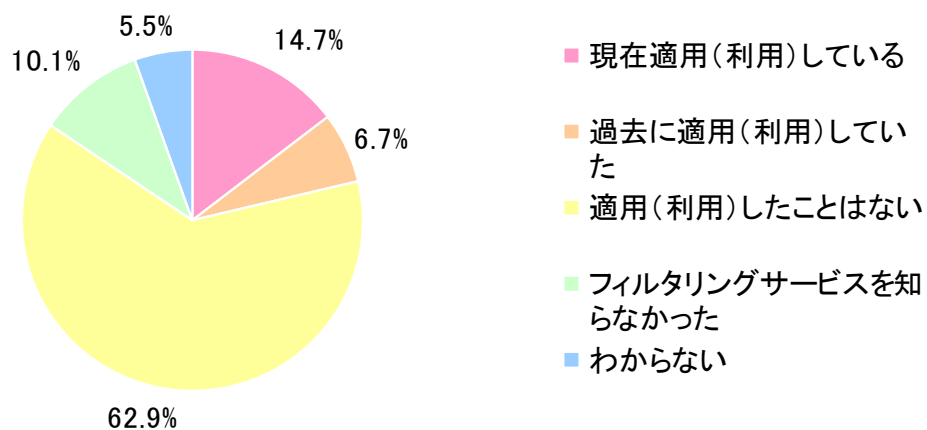
単一回答



Q. あなたはフィルタリングサービスを子供に適用(利用)したことがありますか。

【保護者:n=415※子供がモバイルサイトを利用している】

単一回答

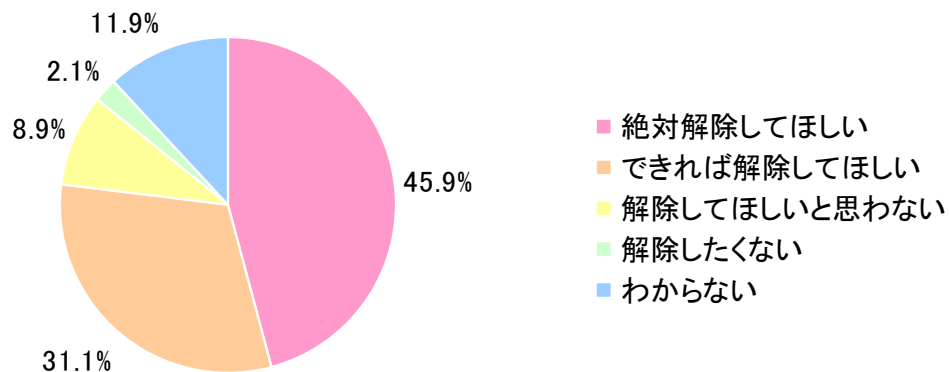


フィルタリングサービスの解除意向

Q. あなたは、自分の保有している携帯がフィルタリングサービスにより、使えるモバイルサイトが制限されたとき、フィルタリングサービスを解除したいと思いますか。

【子供:n=427※モバイルサイト利用者】

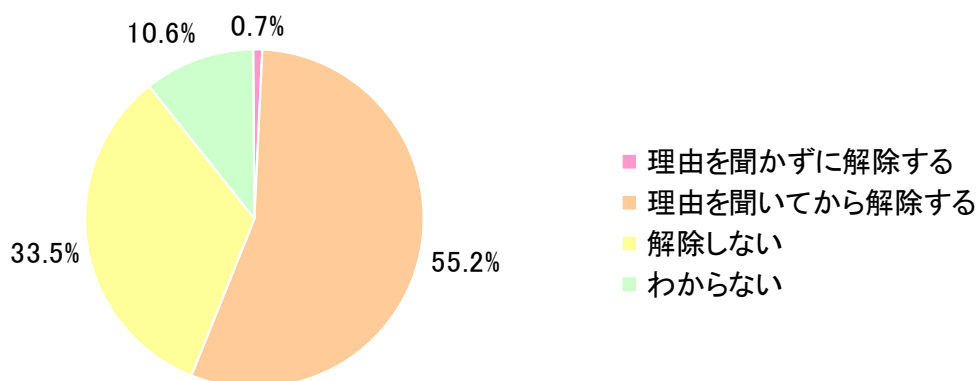
単一回答



Q. あなたはフィルタリングサービス実施後に、子供からフィルタリングサービスの解除を頼まれたらどうしますか。

【保護者:n=415※子供がモバイルサイトを利用している】

単一回答



規制が必要だと思うモバイルサイトのジャンル

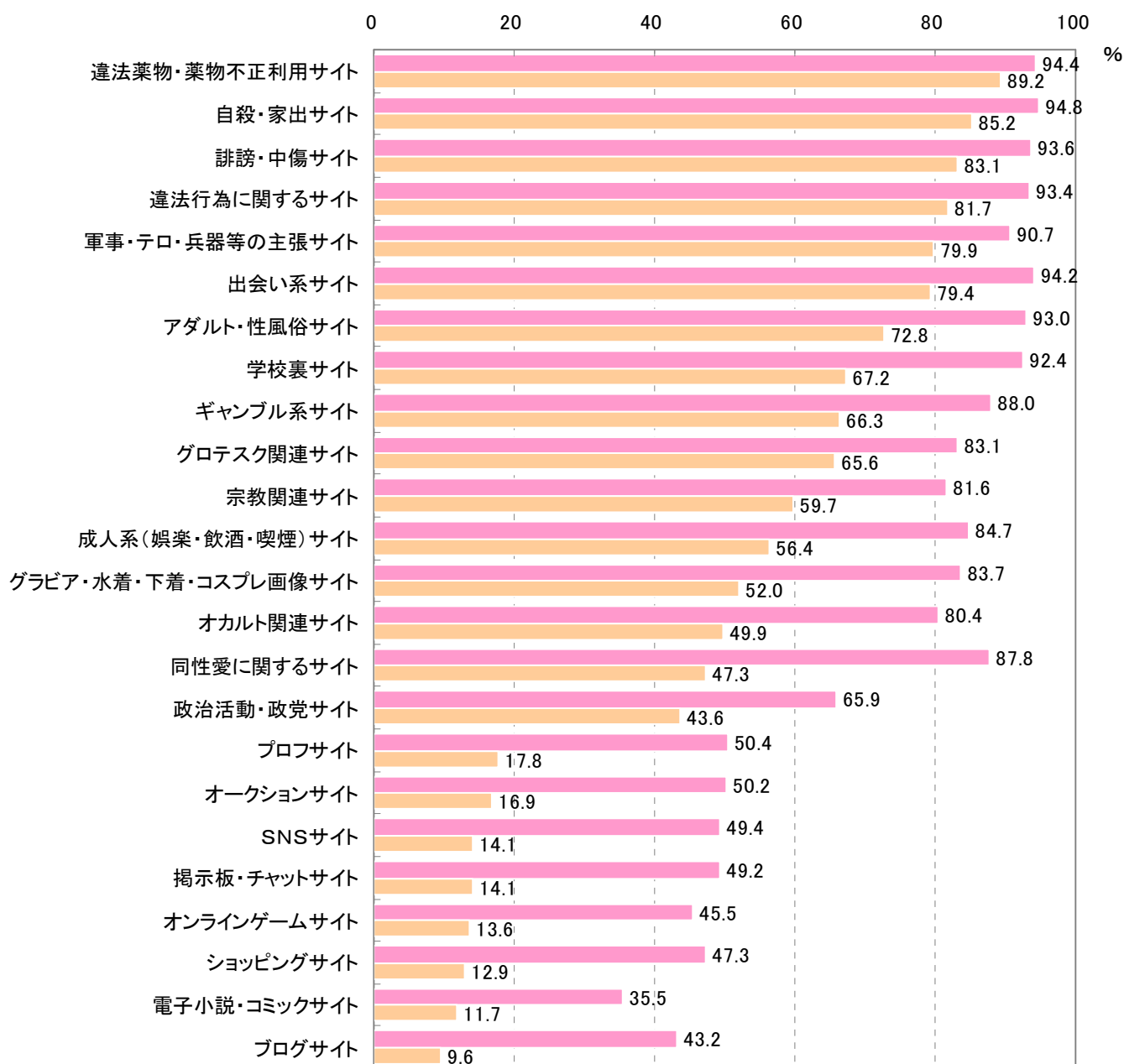
Q. あなたが、閲覧を規制されても仕方ないと思う携帯サイトはありますか？

【子供:n=427※モバイルサイト利用者】

【保護者:n=516】

複数回答

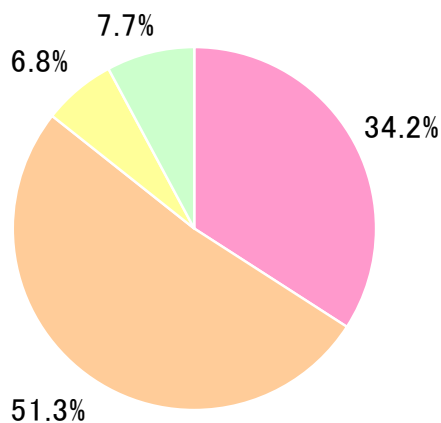
■ 保護者 ■ 子供



Q. フィルタリングによって有害な携帯サイトが規制されると、携帯サイトが関係する未成年の事件や犯罪の解決になるとお思いますか？

【子供:n=427※モバイルサイト利用者】

単一回答



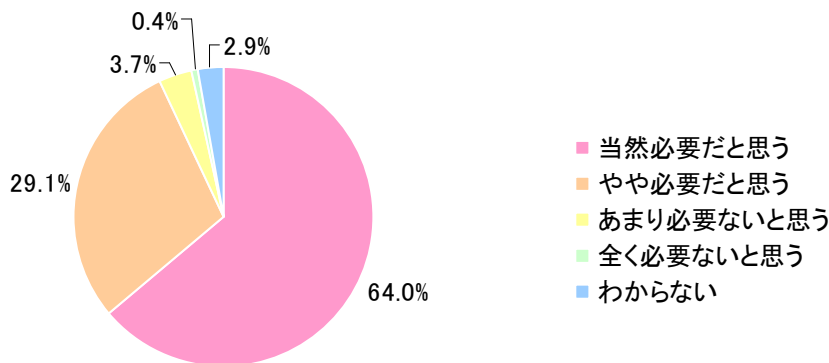
- 有害サイトの閲覧が制限されるので未成年の事件や犯罪が少なくなると思う
- 有害サイトの閲覧が制限されても、未成年の事件や犯罪は減らないと思う
- 有害サイトの閲覧制限はかえって、未成年の事件や犯罪を増やす事になると思う
- わからない

フィルタリングサービスに対する保護者の考え

Q. 現在、携帯会社が取組んでいるフィルタリングサービスの必要性についてどのようにお考えですか。

【保護者:n=516】

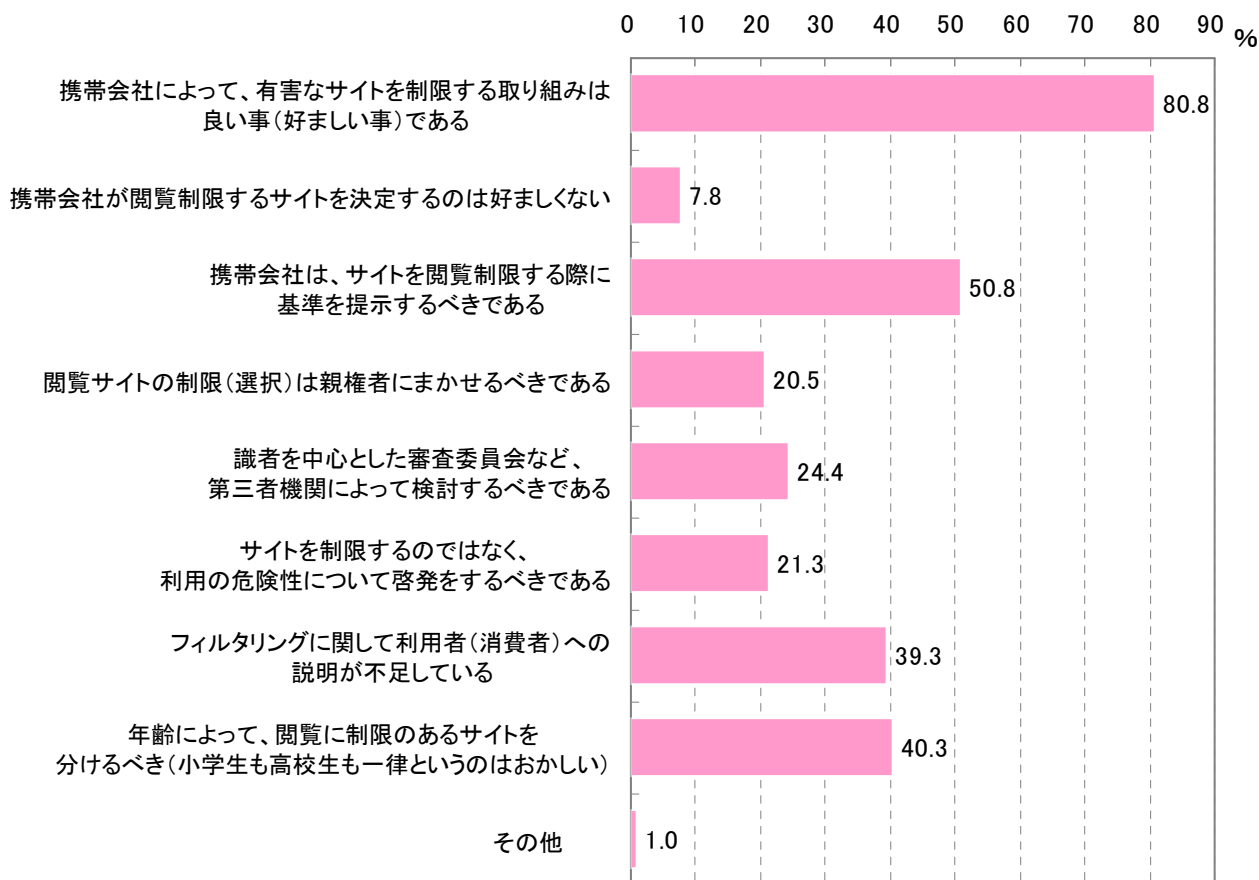
単一回答



Q. あなたのフィルタリングサービスに対するお考えとしてあてはまるものを全てお答え下さい。

【保護者:n=516】

複数回答



企業のモバイルサイトへの 取り組み実態及び意識調査

公式サイト・勝手サイト保有状況

モバイルサイトの活用目的

フィルタリングサービスの影響

「企業・ブランド」カテゴリの認知・掲載意向

モバイル公式サイトへの期待

モバイルサイトへの投資額

モバイル機能への興味

IMJ
MOBILE

■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 : 25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: 310サンプル
- ・調査日時 : 2008年5月12日～5月13日

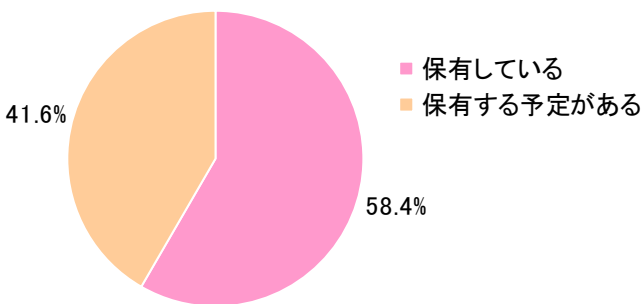
回答者プロフィール



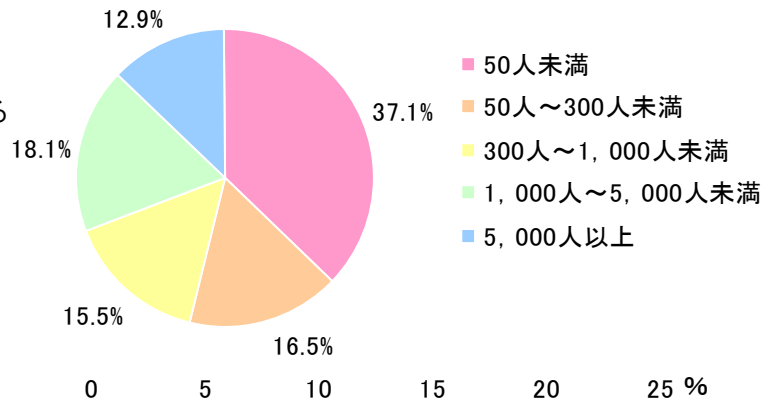
対象者条件:

- ・モバイルサイトを保有している、または保有予定・検討している企業に勤務
- ・自社で保有している、または保有予定のモバイルサイトに対する以下の権限を持つ
 - ・企画立案に関与している
 - ・投資に関する意思決定に関与している

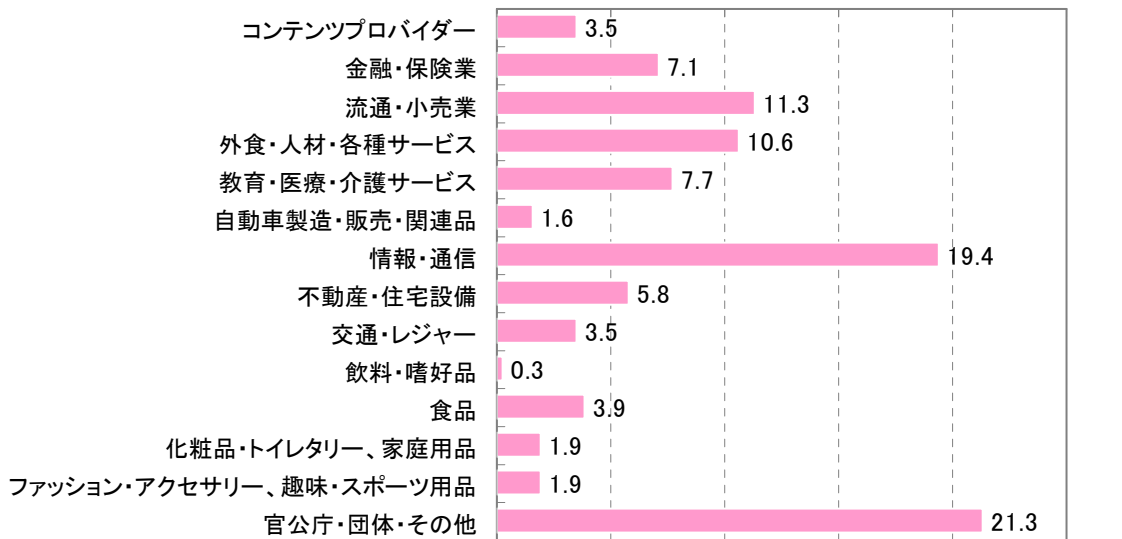
モバイルサイト保有状況(n=310)



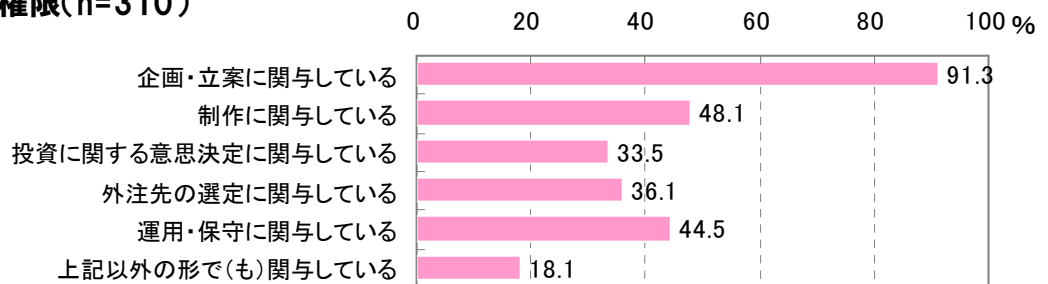
従業員規模(n=310)



業種(n=310)



モバイルサイトに関する権限(n=310)



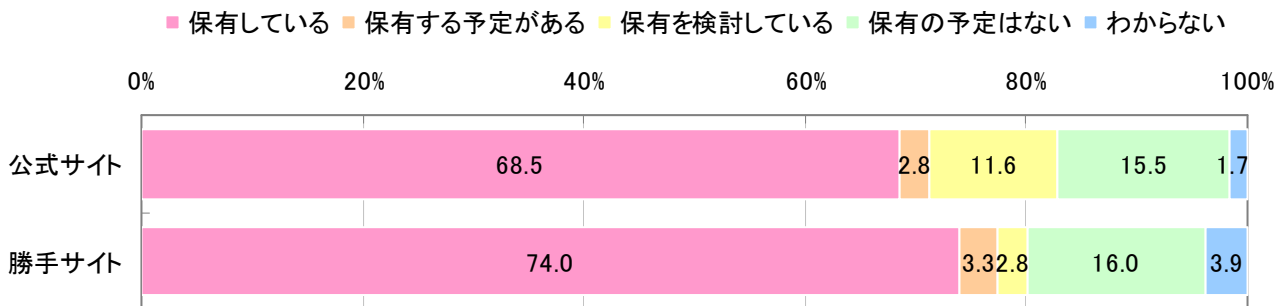
公式サイト・勝手サイト保有状況

Q. モバイルの公式サイト・勝手サイトへの取り組みの現状についてお答え下さい。

モバイルサイト保有企業のサイト保有状況

【n=181※モバイルサイト保有企業】

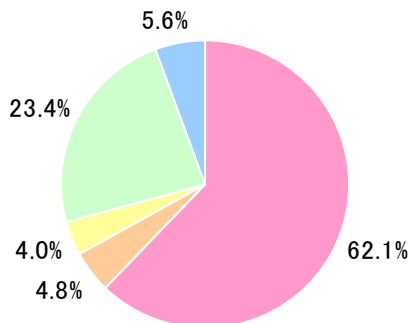
単一回答



公式サイト保有企業の勝手サイト保有状況

【n=124※公式サイト保有企業】

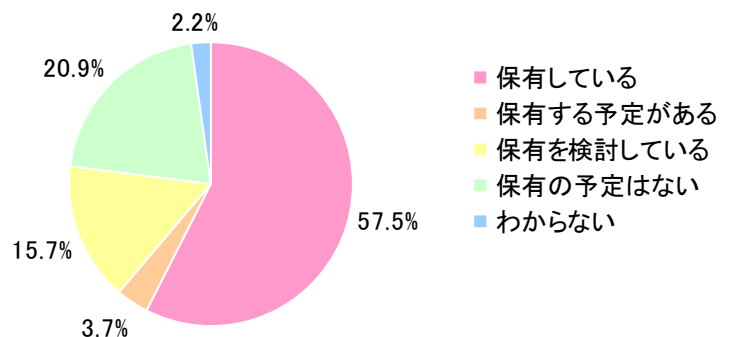
単一回答



勝手サイト保有企業の公式サイト保有状況

【n=134※勝手サイト保有企業】

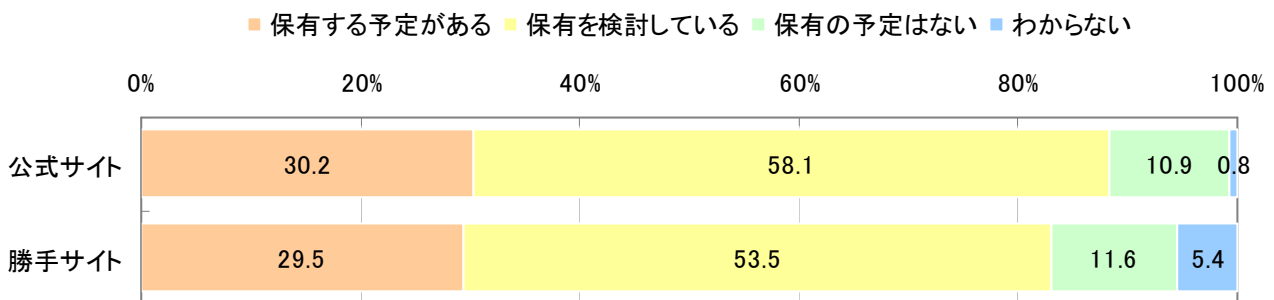
単一回答



モバイルサイト未保有企業のサイト保有意向

【n=181※モバイルサイト保有企業】

単一回答

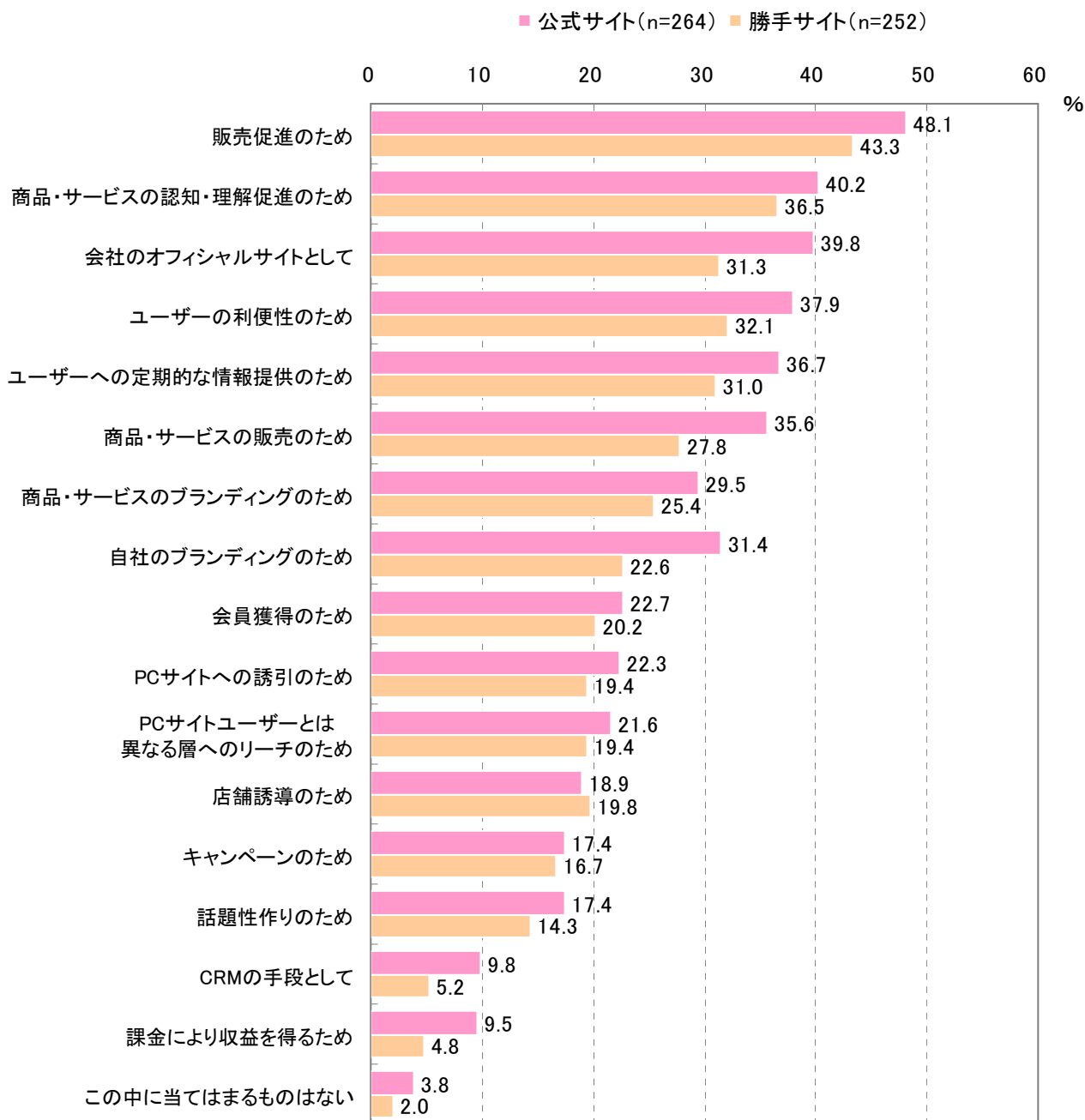


モバイルサイトの活用目的

Q. 公式サイト・勝手サイトをそれぞれどのような目的で活用されていますか？
もしくは活用する予定ですか？

【※公式サイト・勝手サイト保有、保有予定、保有検討企業】

複数回答



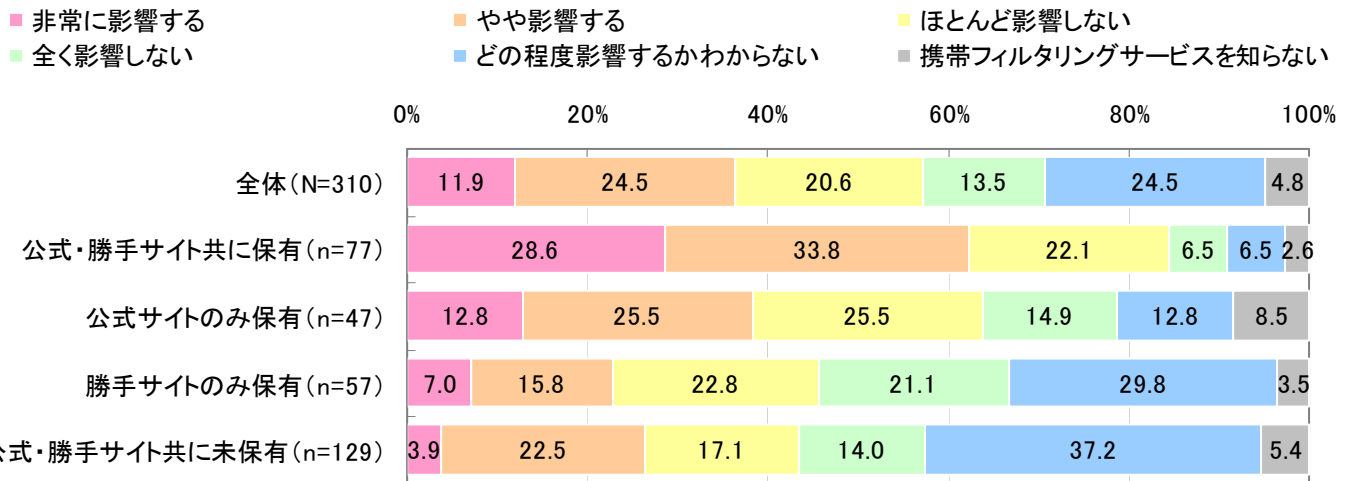
フィルタリングサービスの影響

Q. 携帯サイトフィルタリングサービスの導入はモバイルサイト運営方針にどの程度影響しますか？

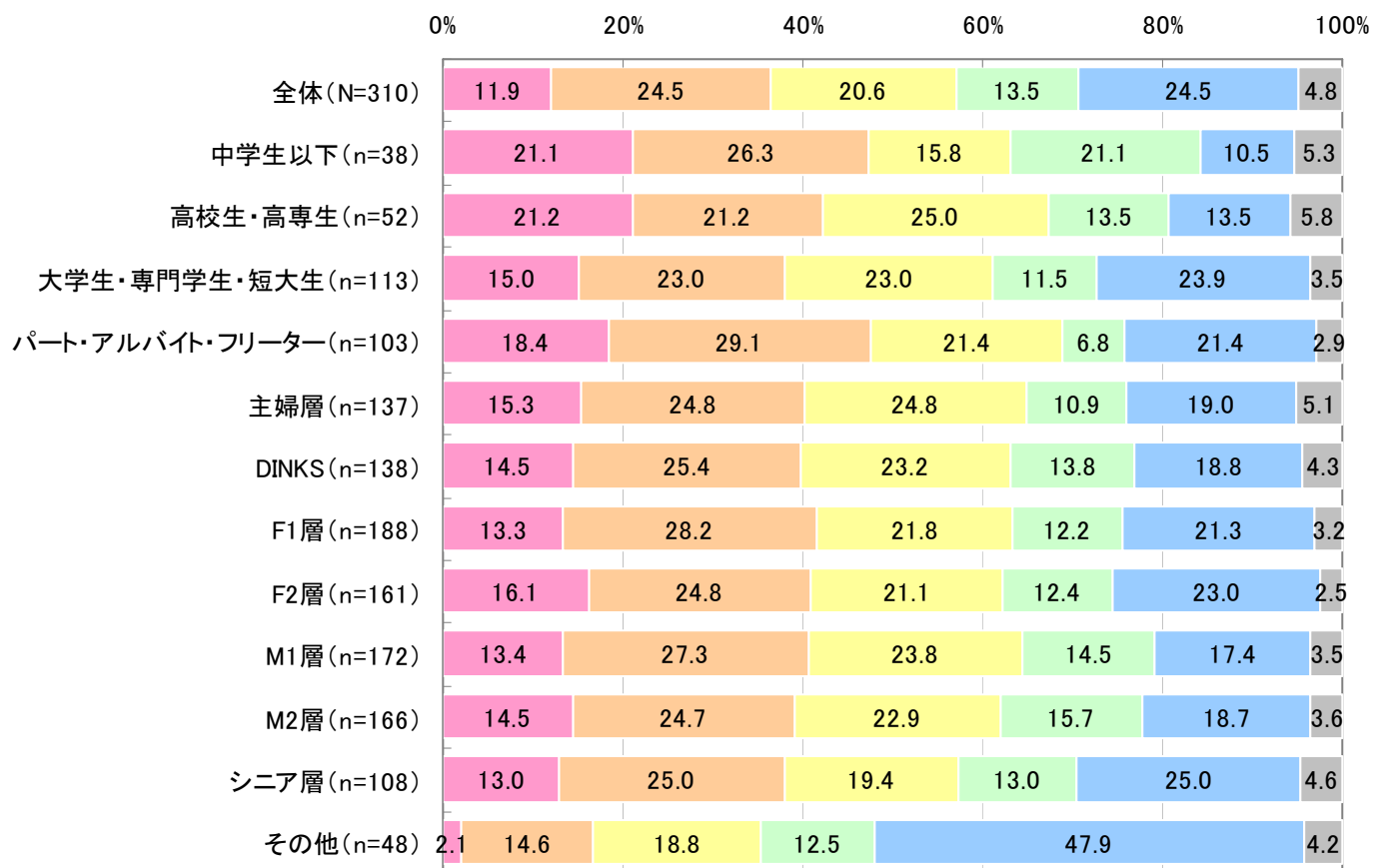
【n=310】

公式サイト、勝手サイトの保有・未保有企業別

単一回答



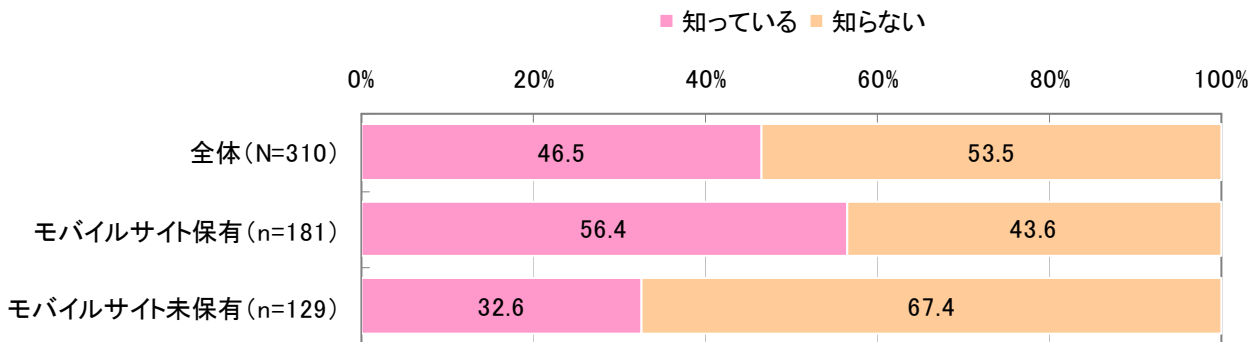
モバイルサイトのターゲット層別



「企業・ブランド」カテゴリの認知・掲載意向

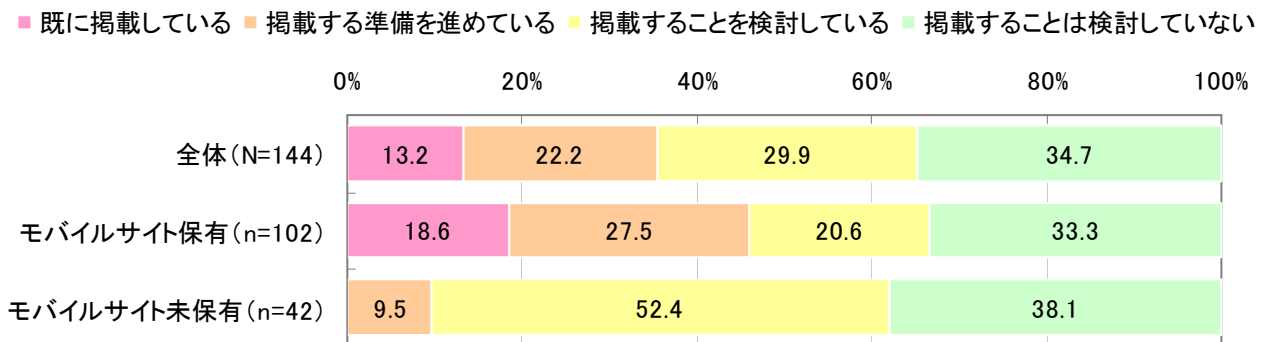
Q. NTTドコモが、iモードのメニューリスト内に「企業・ブランド」カテゴリを新設したのをご存知ですか？

【n=310】
単一回答



Q. 「企業・ブランド」カテゴリにモバイルサイトを掲載していますか？

【n=310】
単一回答

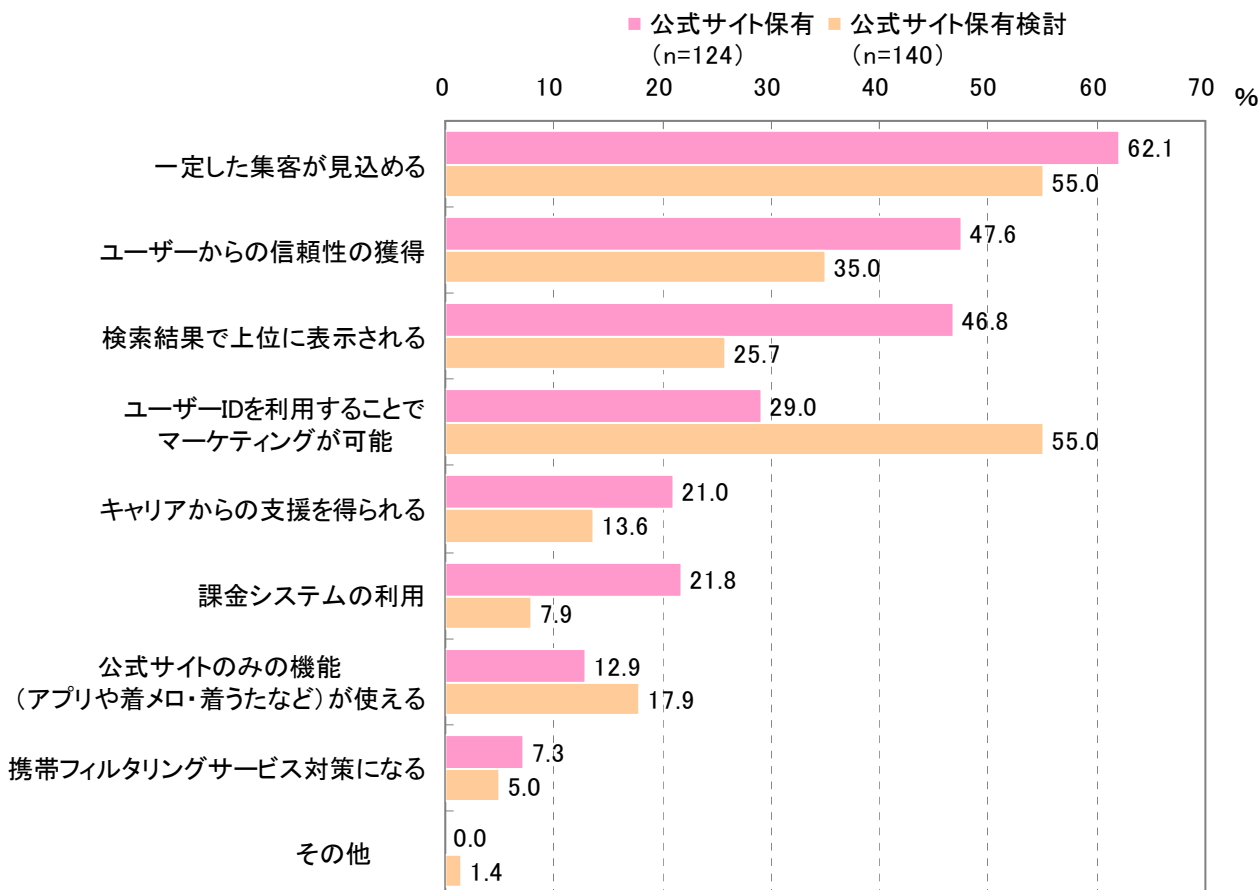


モバイル公式サイトへの期待

Q. モバイルの公式サイトに期待することは何ですか？

【n=264※公式サイト保有企業、保有検討企業】

複数回答



モバイルサイトへの投資額

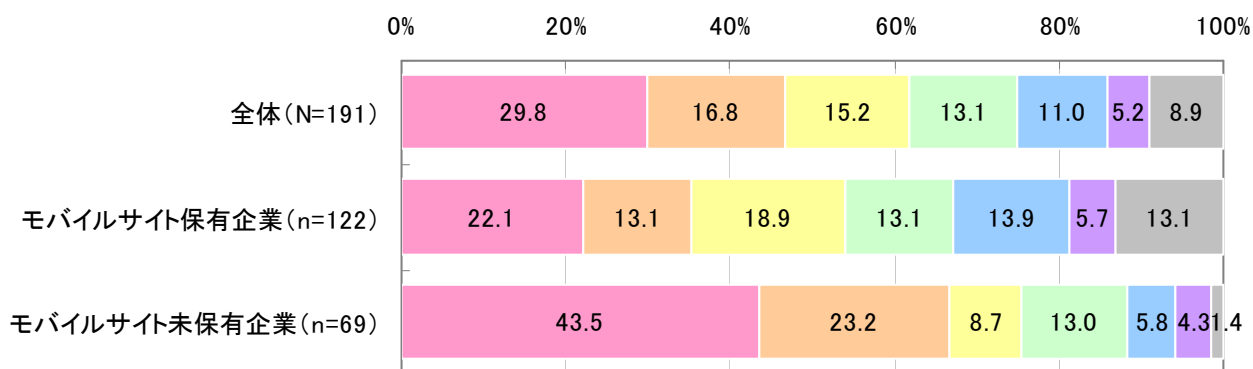
Q. 今後1年間でモバイルサイトへの投資をご検討されていますか？

【n=191※投資意向企業】

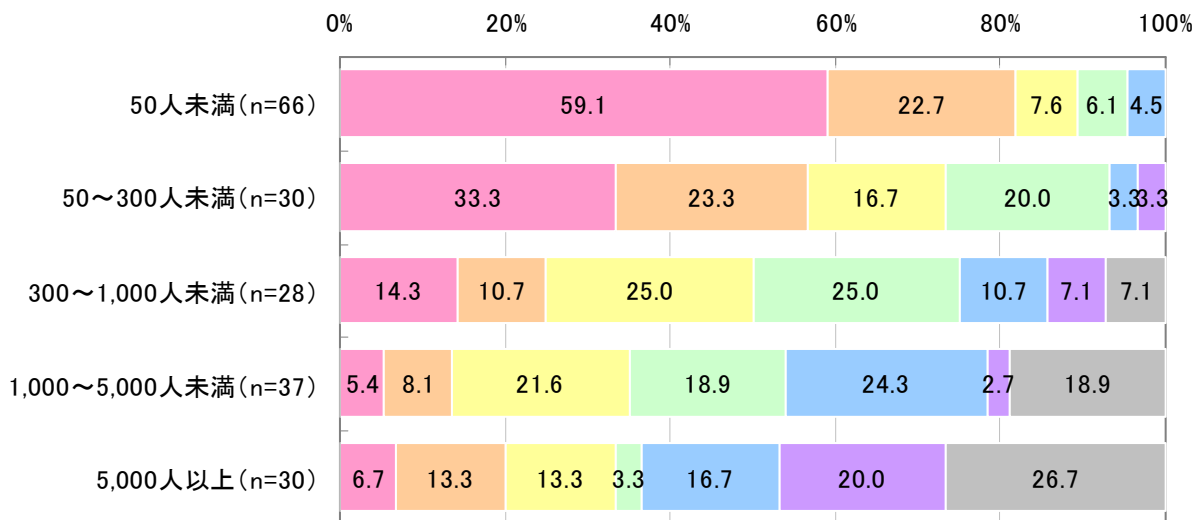
モバイルサイトの保有・未保有企業別

単一回答

■ 100万円未満
 ■ 100～300万円未満
 ■ 300～500万円未満
 ■ 500～1,000万円未満
■ 1,000～3,000万円未満
■ 3,000～5,000万円未満
■ 5,000万円以上



従業員規模別

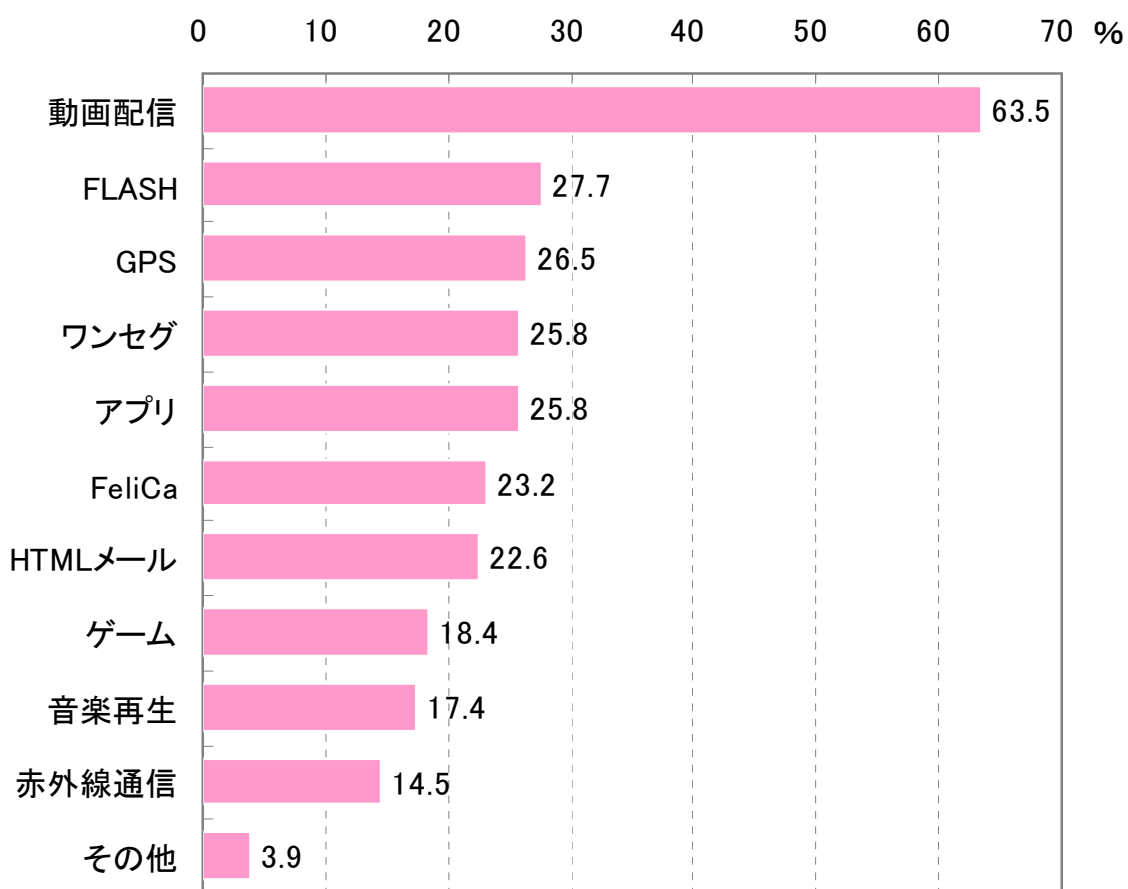


モバイル機能への興味

Q. モバイルの機能について興味のあるものをお答え下さい。

【n=310】

複数回答



モバイルキャンペーンに関する 意識調査

サイトアクセス、キャンペーン参加のきっかけ

サイト、キャンペーンへのアクセス方法

サイト、キャンペーンの対象商品・サービスのジャンル

参加したモバイルキャンペーンのタイプ

キャンペーン参加後のサイト閲覧、メルマガ閱讀状況

モバイルキャンペーン参加理由

サイト、キャンペーンと「AISAS理論」との関係

モバイルサイトが与える印象

検索単語数・検索結果閲覧数

■調査概要

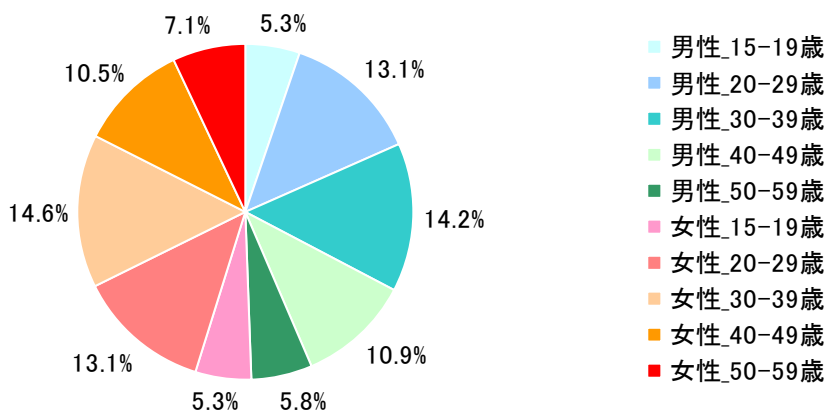
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～59歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 1035サンプル
- ・調査日時 : 2008年8月8日～8月9日
- ・割付条件 : 性年代別のモバイルサイト利用比率を、人口推計(平成20年7月版)を元に算出

回答者プロフィール

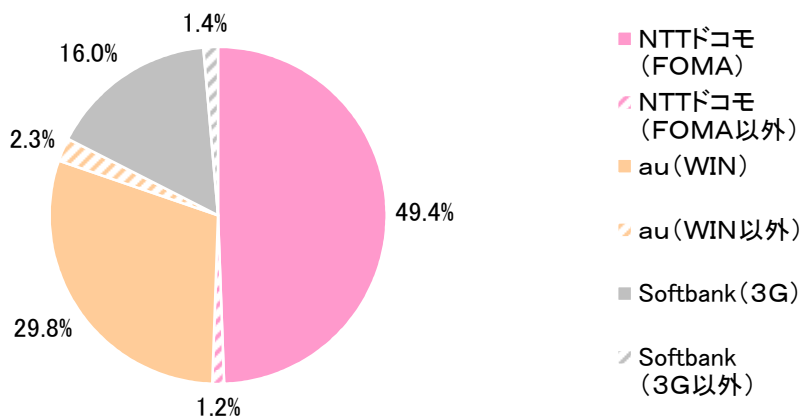
対象者条件:

- ・週1回以上モバイルサイトを閲覧している
- ・広告経由で1年以内にモバイルサイトにアクセス、またはモバイルキャンペーンに参加したことがある

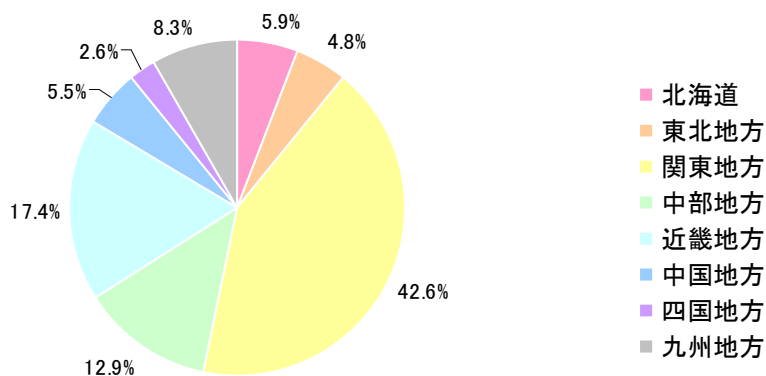
性年代(n=1035)



保有携帯端末(n=1035)



居住地域(n=312)

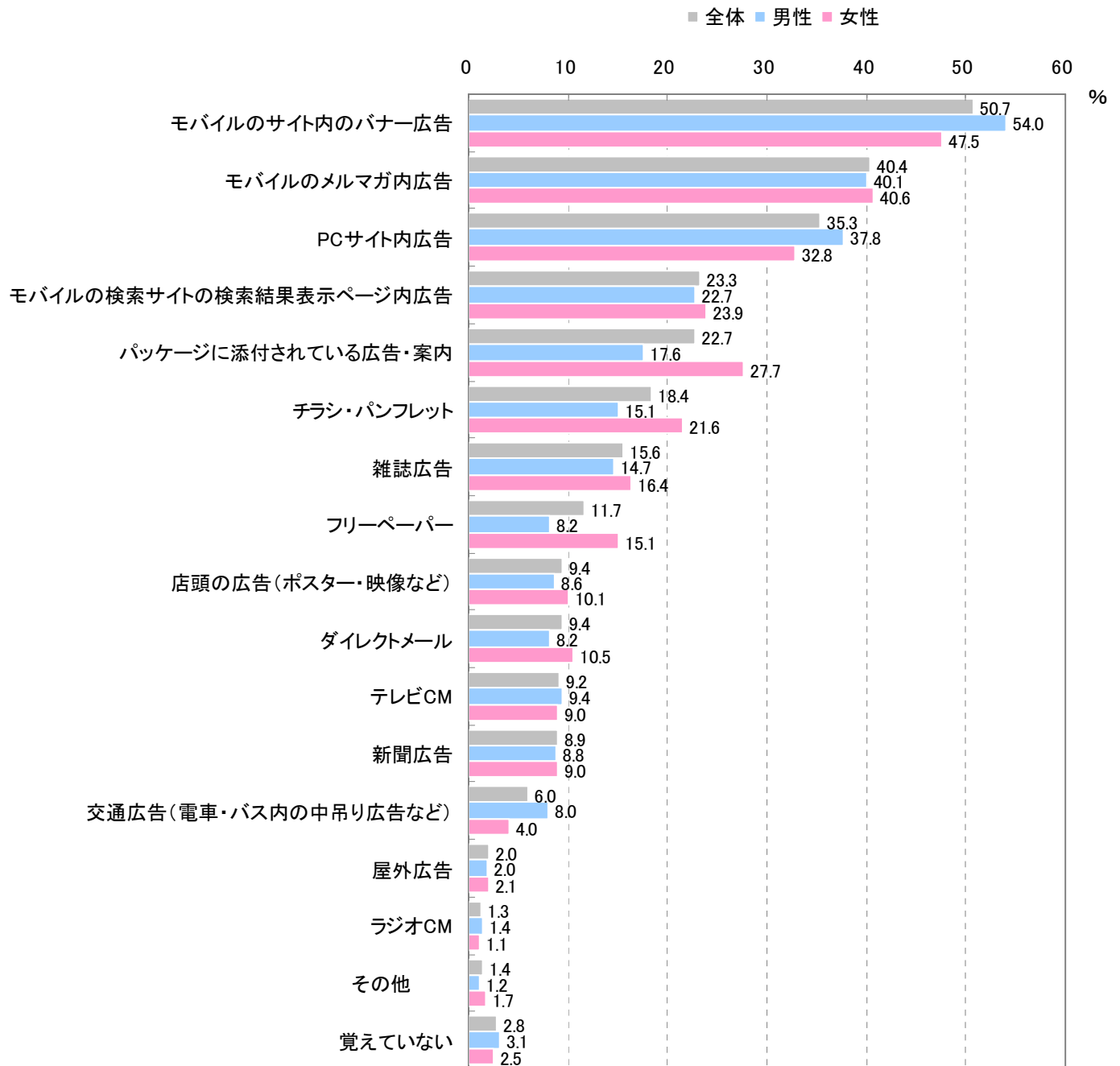


サイトアクセス、キャンペーン参加のきっかけ

Q. あなたが最近1年以内に広告を見てモバイルサイトにアクセスしたり、モバイルキャンペーンに参加したきっかけとなった広告はどのような広告ですか？

【n=1035】

複数回答

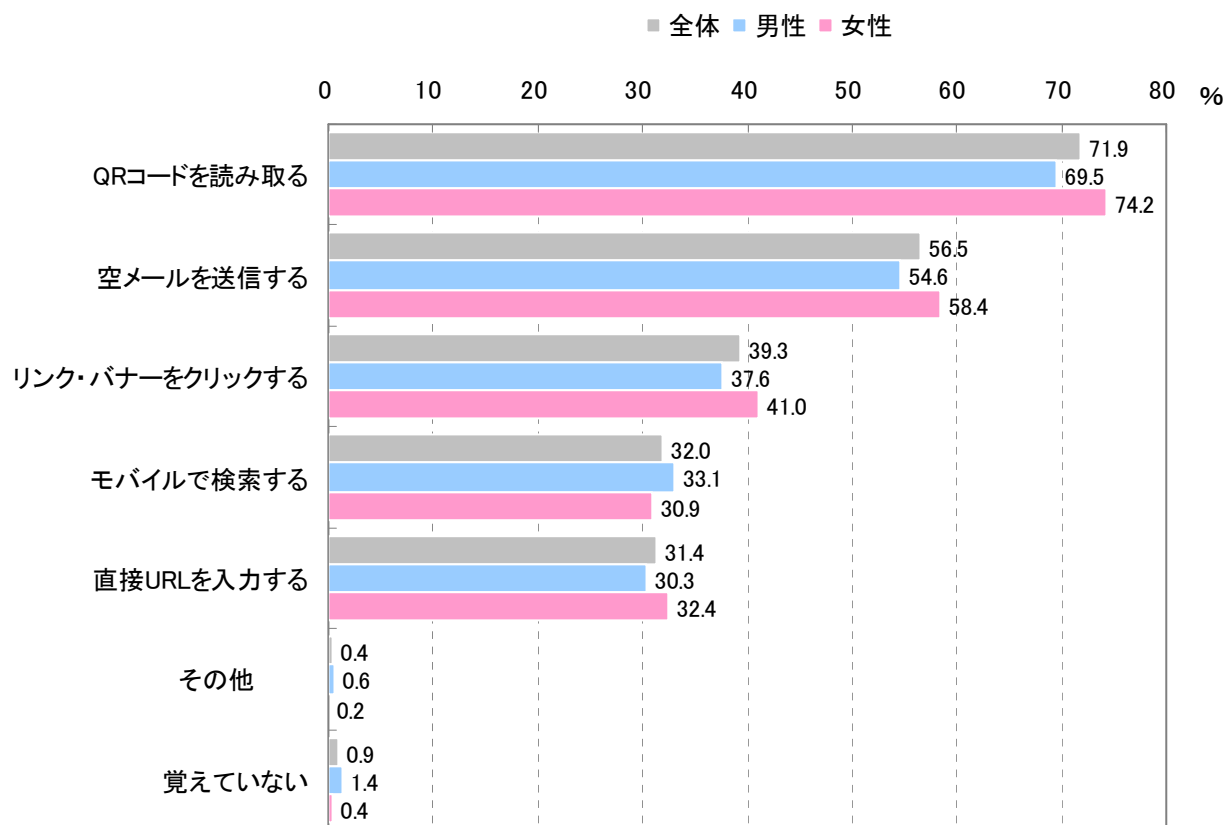


サイト、キャンペーンへのアクセス方法

Q. あなたが最近1年以内に広告を見てモバイルサイトにアクセスしたり、モバイルキャンペーンに参加した際、どのような方法でアクセスしましたか？

【n=1035】

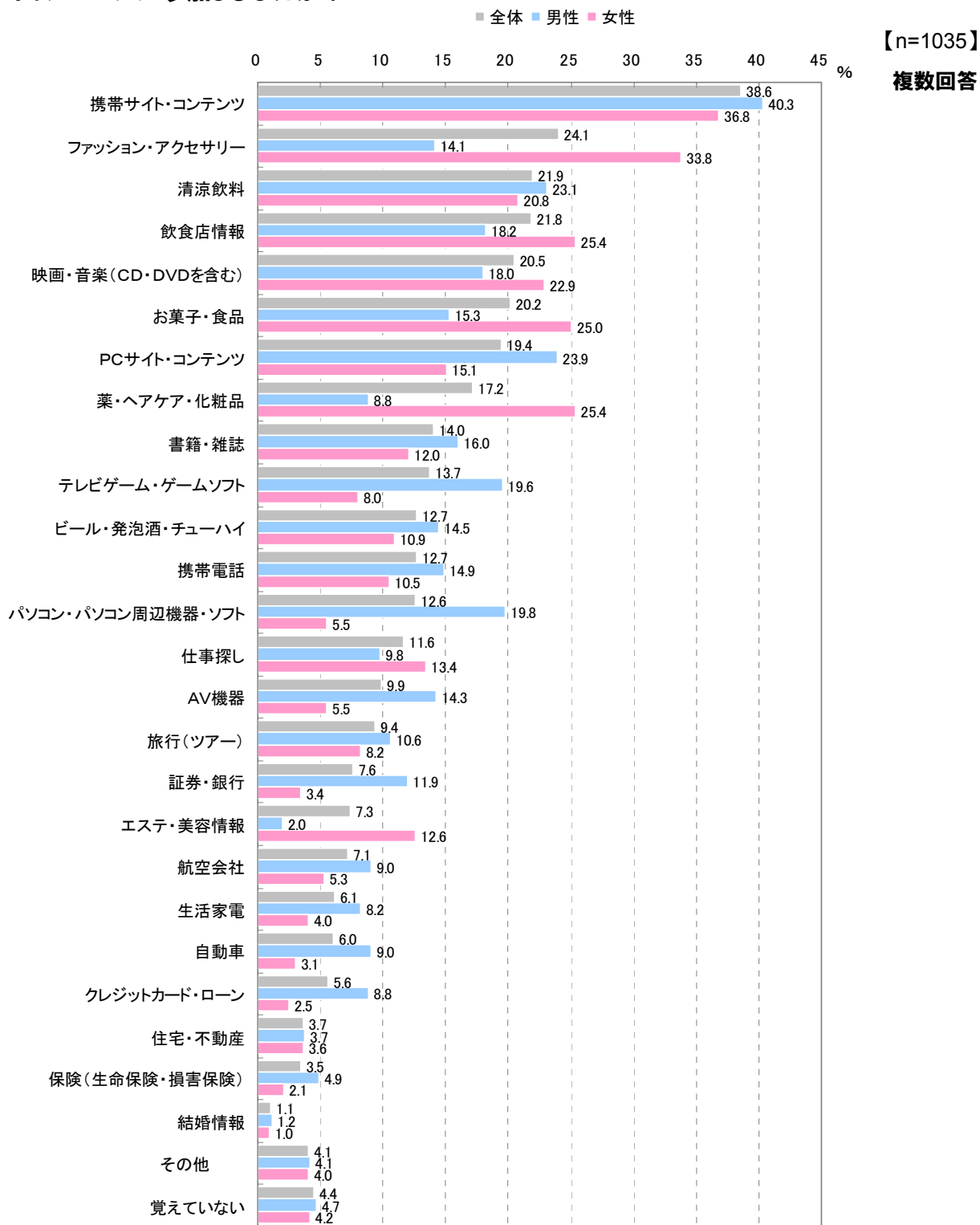
複数回答



サイト、キャンペーンの対象商品・サービスのジャンル



Q. あなたは最近1年以内にどんな商品・サービスの広告を見てモバイルサイトにアクセスしたり、モバイルキャンペーンに参加しましたか？

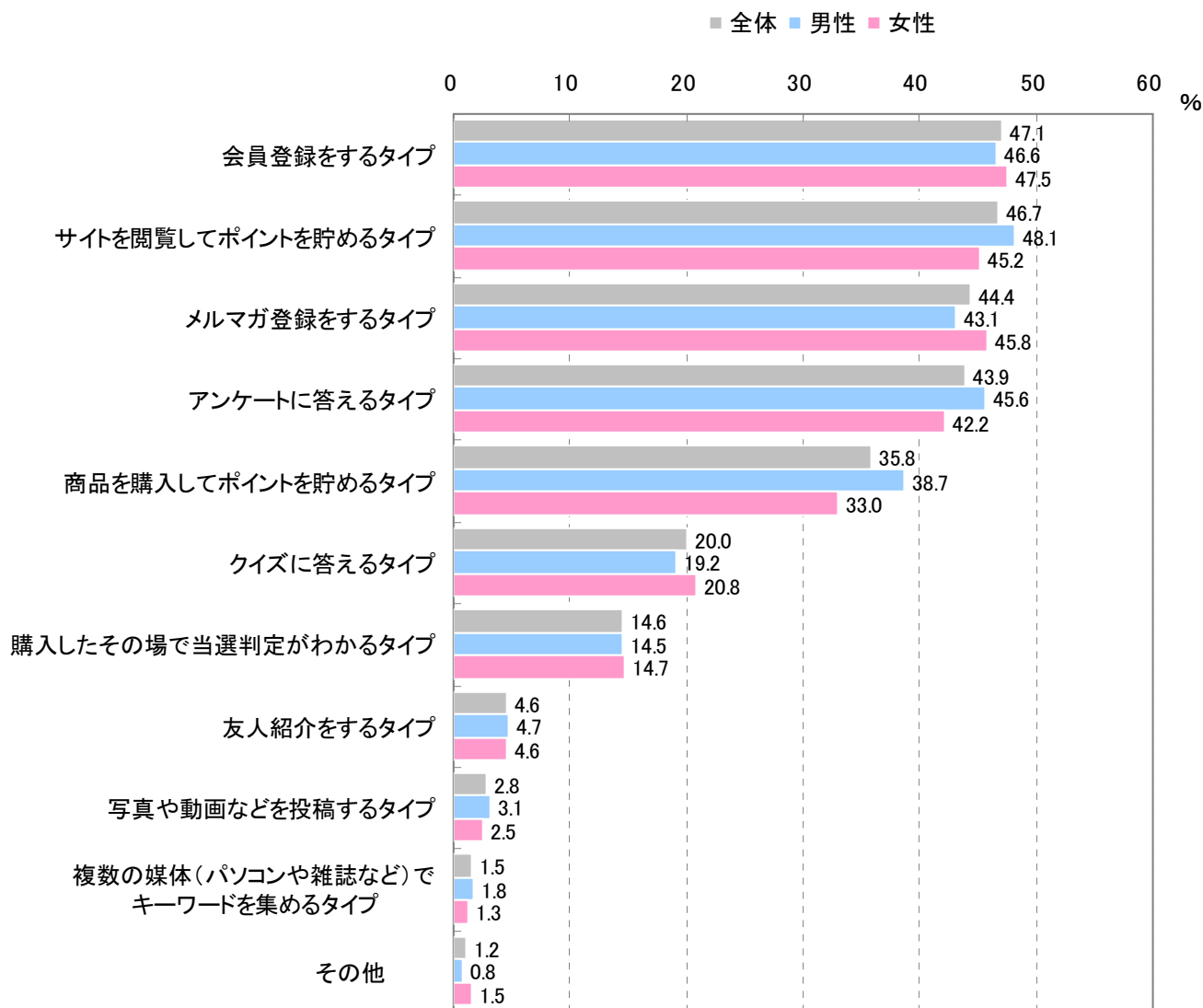


参加したモバイルキャンペーンのタイプ

Q. あなたが最近1年以内に参加したモバイルキャンペーンはどのようなタイプのものでしたか？

【n=1035】

複数回答



キャンペーン参加後のサイト閲覧、メルマガ閱讀状況

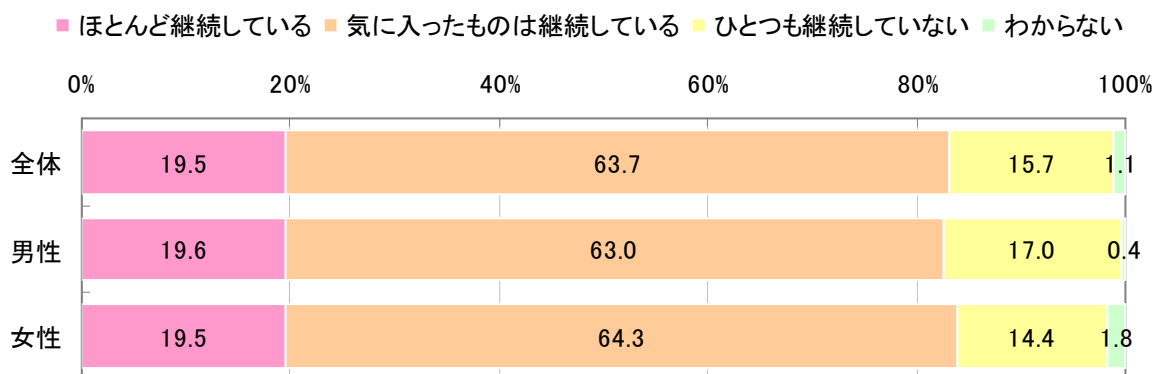


Q. あなたは最近1年以内でのモバイルキャンペーン参加後も、サイトの閲覧やメルマガの閱讀を継続していますか？

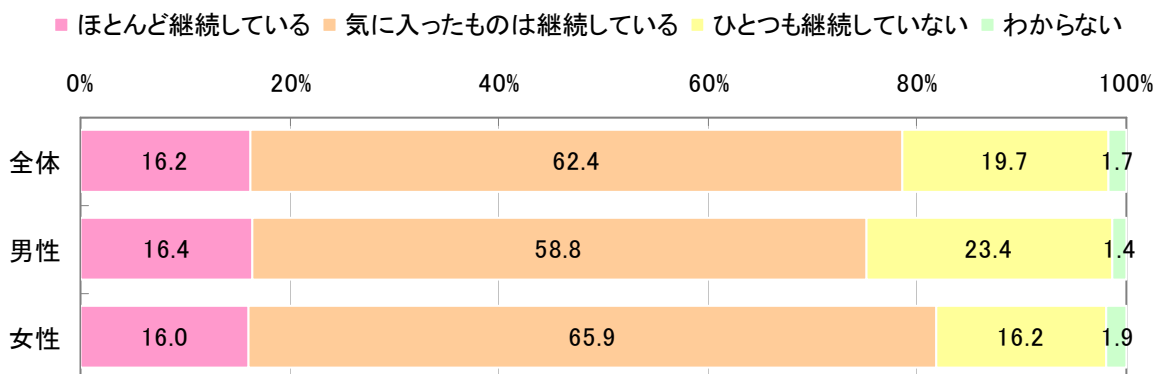
【n=1013※1年以内モバイルキャンペーン参加者】

単一回答

サイト閲覧状況



メルマガ閱讀状況

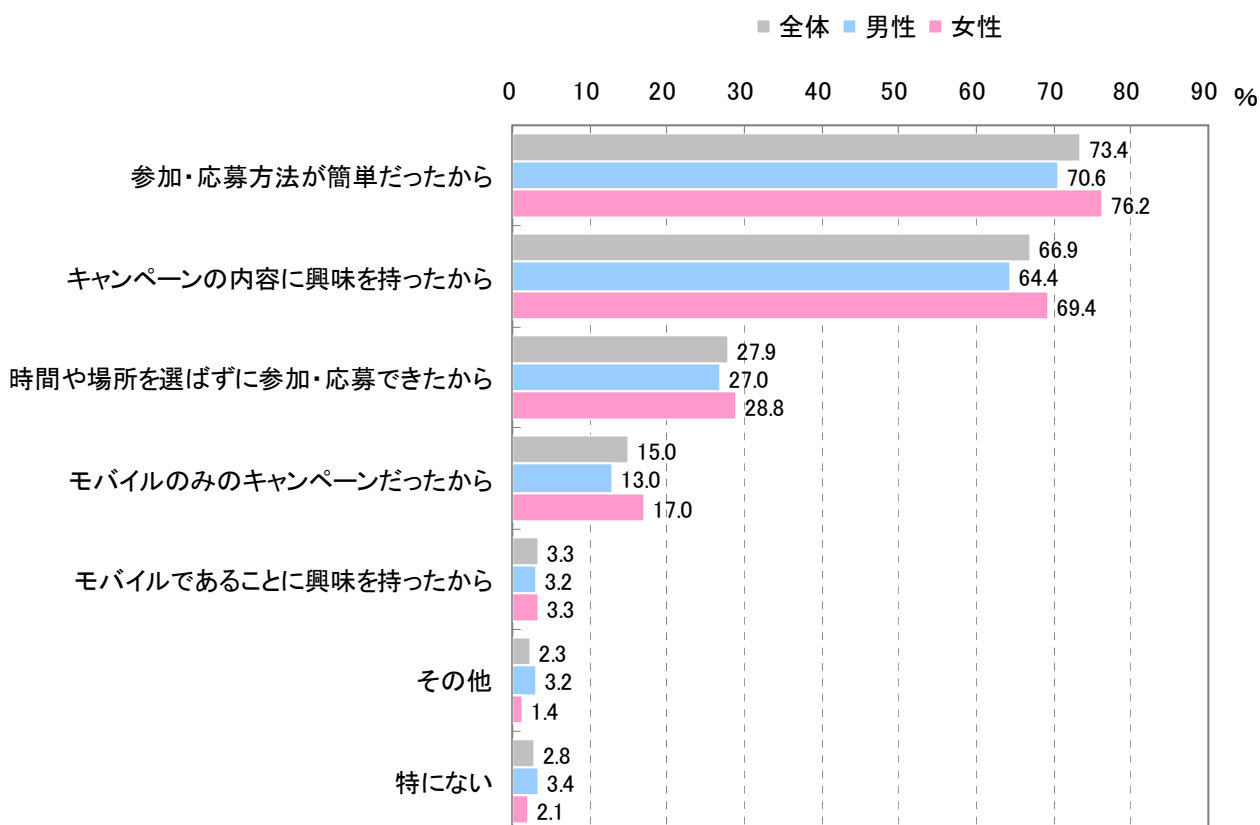


モバイルキャンペーン参加理由

Q. あなたが最近1年以内でのモバイルキャンペーンに応募や参加した理由は何ですか？

【n=1013※1年以内モバイルキャンペーン参加者】

複数回答

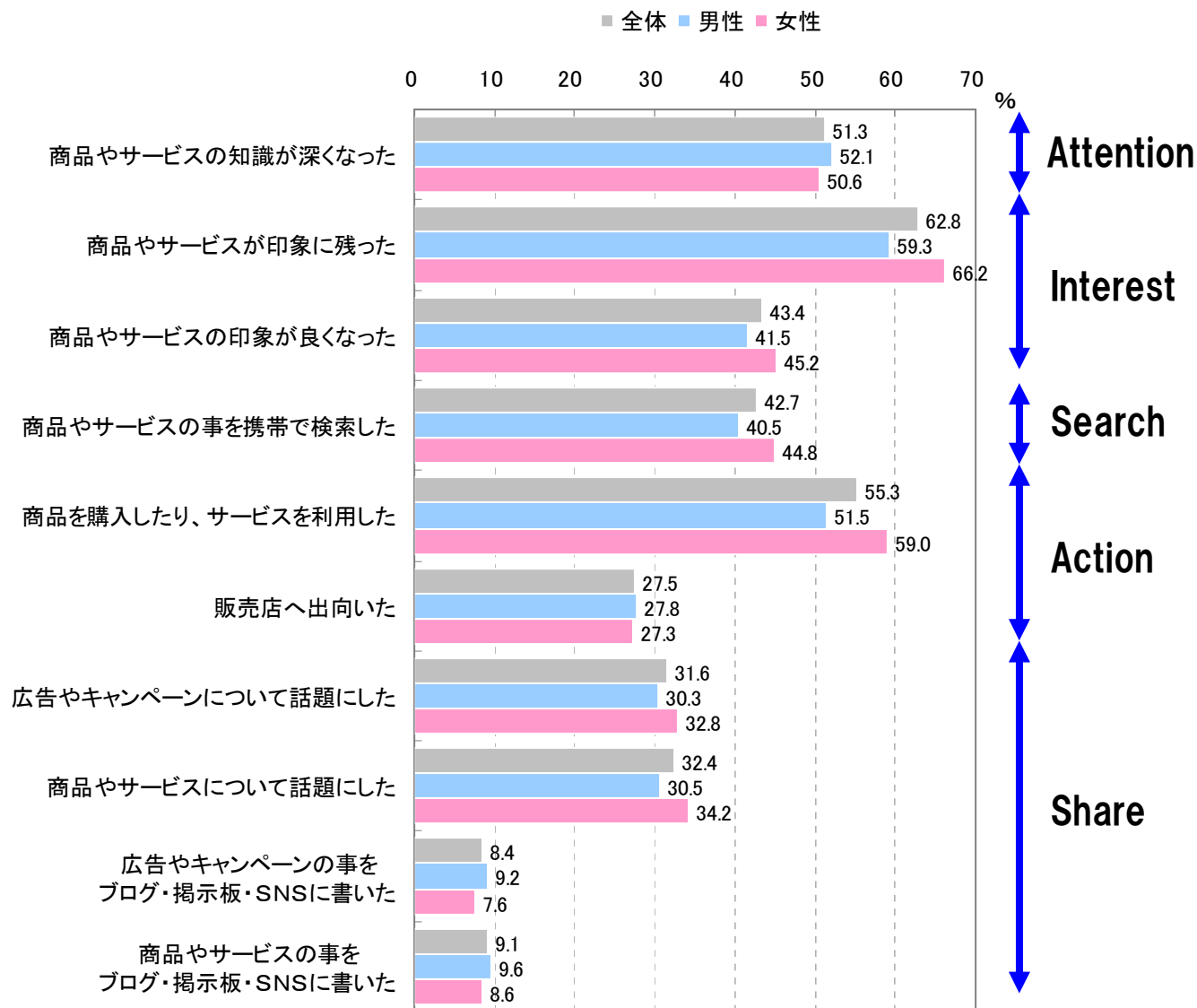


サイト、キャンペーンと「AISAS理論」との関係

Q. 広告経由でのモバイルサイト閲覧やモバイルキャンペーンへの応募・参加がきっかけで、あなたが感じたり行動した経験についてお答え下さい。

【n=1035】

複数回答



※「AISAS理論」とは、マーケティングにおける消費者行動プロセスの考え方のひとつ。

Attention(注意喚起)、Interest(興味促進)、Search(検索)、Action(行動)、Share(共有)から成り立つ。

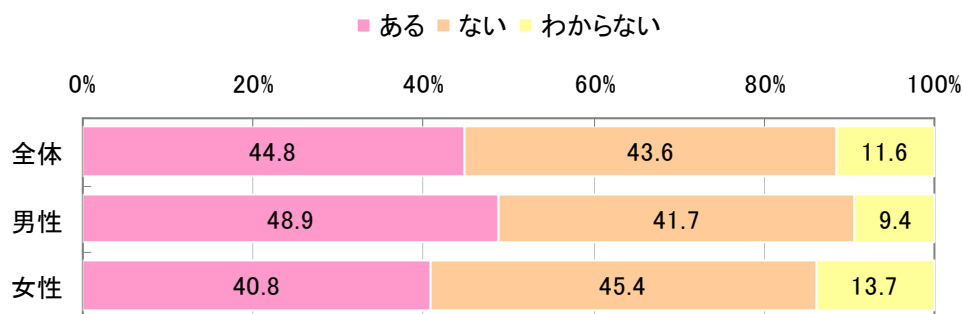
モバイルサイトが与える印象

Q. あなたはモバイルサイトを閲覧した際に以下のような経験をしたことがありますか？

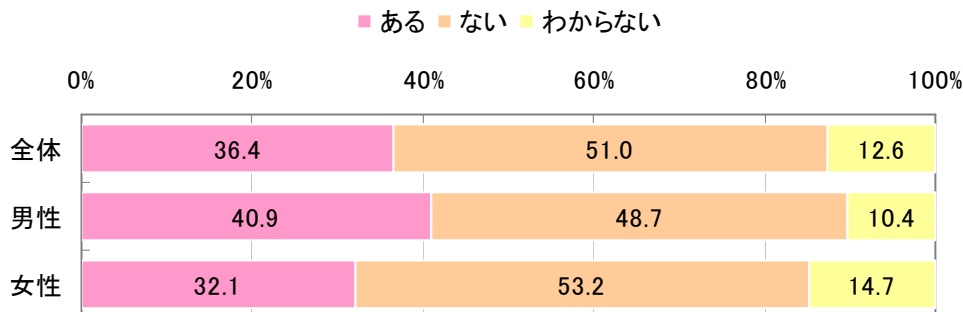
【n=1035】

単一回答

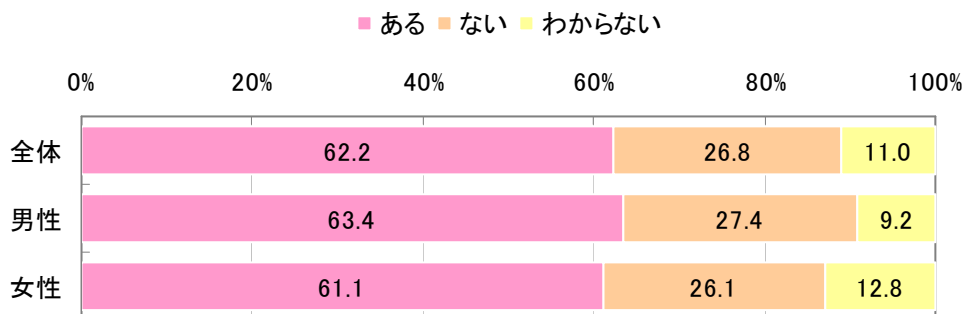
バナー広告で受けた印象と、モバイルサイトのギャップにがっかりした経験



テレビCMや雑誌広告で受けた印象とモバイルサイトのギャップにがっかりした経験



モバイルサイトの出来が悪く、その企業や商品に対してもマイナスの印象を持った経験



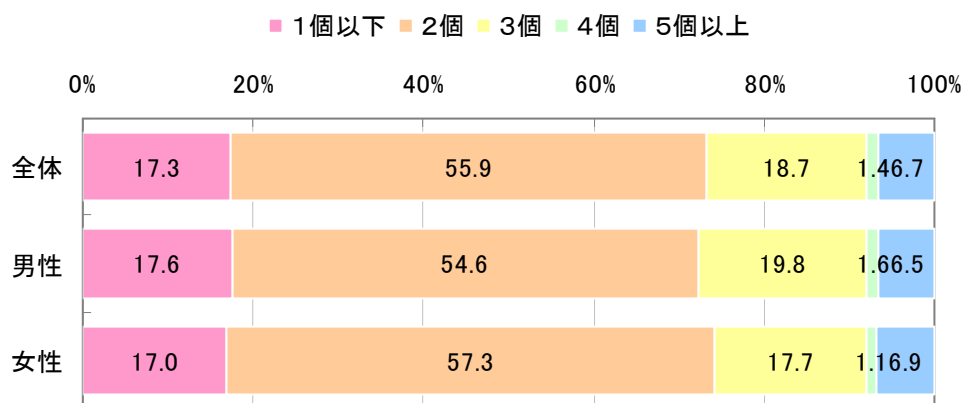
検索単語数・検索結果閲覧数

Q. あなたはモバイルの検索サイトで検索をするとき、いくつ単語を組み合わせて検索をしますか？
また、検索結果の上位何番目くらいまで閲覧しますか？

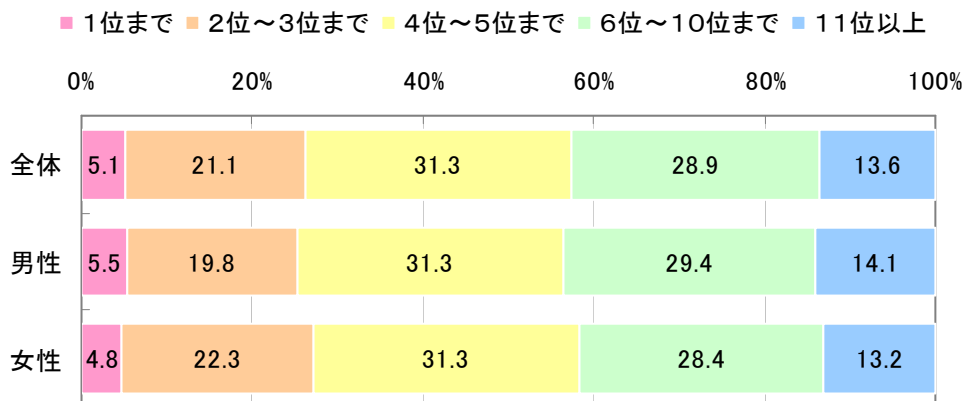
【n=1035】

自由回答

検索をする際の単語数



検索をした際の検索結果閲覧数



携帯画面のカスタマイズに関する調査

「きせかえ」設定状況

現在設定している各種画面の種類

待受画面変更頻度

設定している「待受Flash」の種類

デジタルインセンティブの取得経験

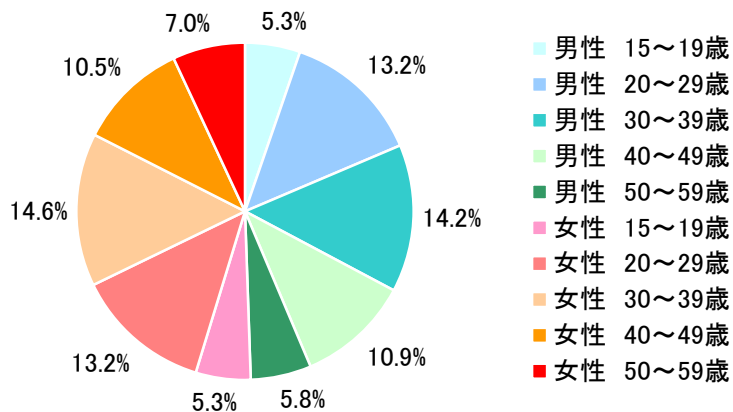
デジタルインセンティブによる行動・感情



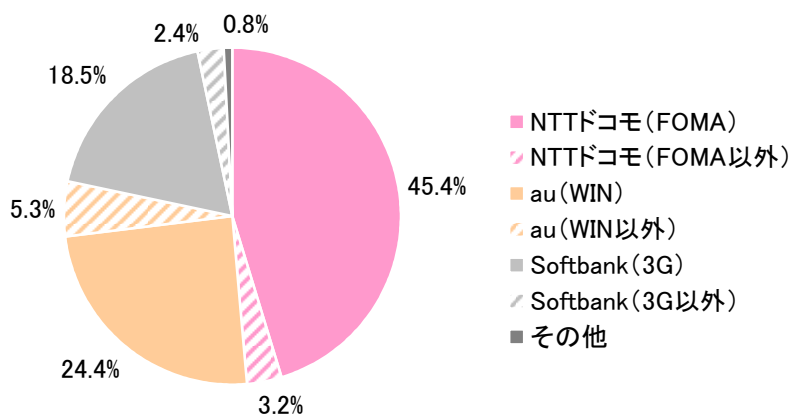
■調査概要

- ・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 : 携帯電話を保有している15～59歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 1000サンプル
- ・調査日時 : 2008年10月28日～10月29日
- ・割付条件 : 性年代別のモバイルサイト利用比率を、人口推計(平成20年7月版を元に算出)

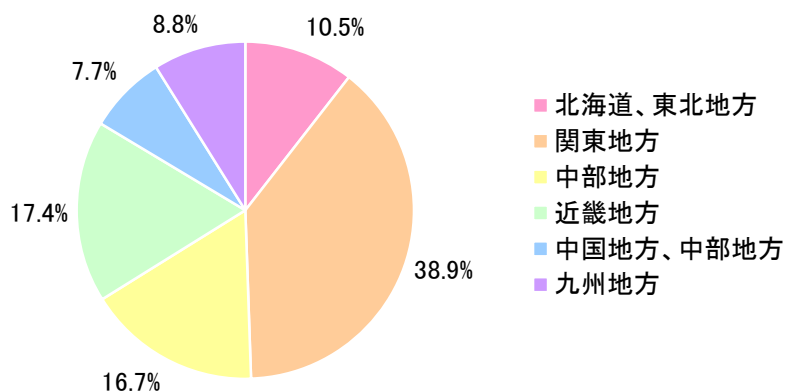
性年代(n=1000)



保有携帯端末(n=1035)



居住地域(n=312)

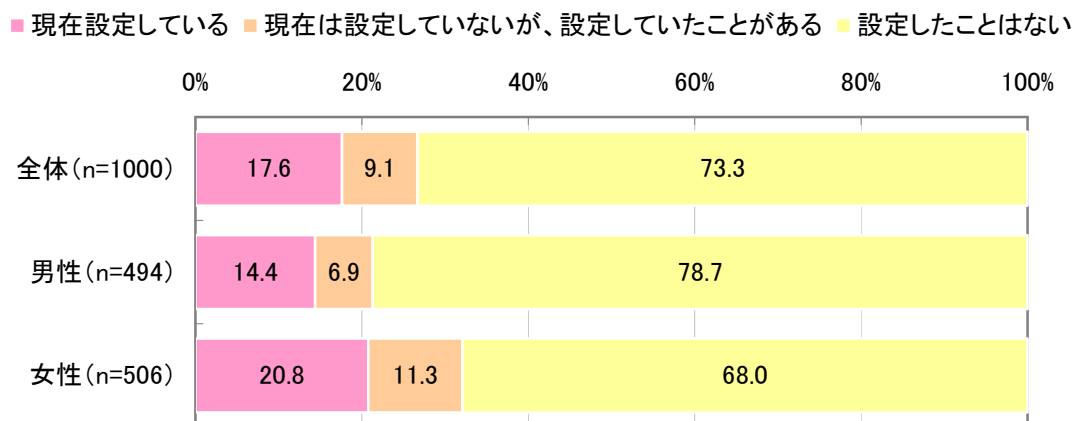


「きせかえ」設定状況

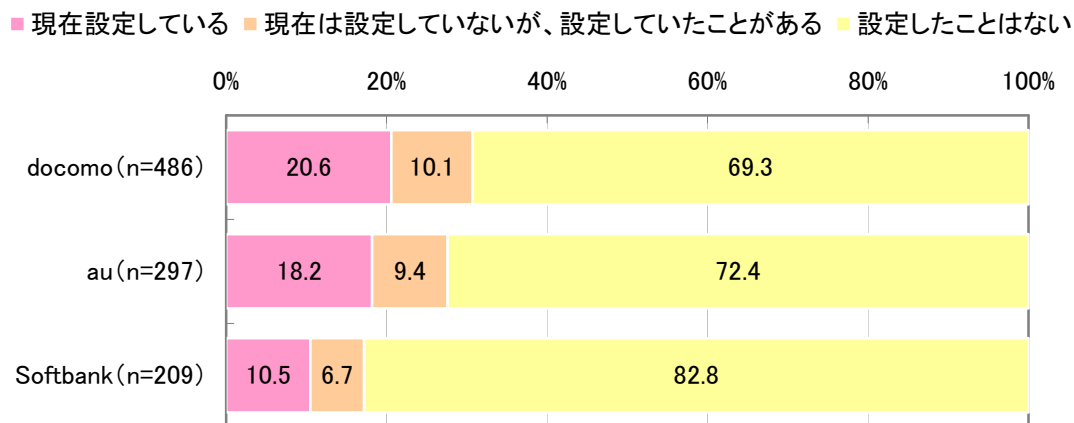
Q. あなたは携帯電話の画面の「きせかえ」を設定したことがありますか。

【n=1000】

単一回答



キャリア別



※「きせかえ」

docomo:「きせかえツール」、au:「EZケータイアレンジ」、Softbank:「きせかえアレンジ」

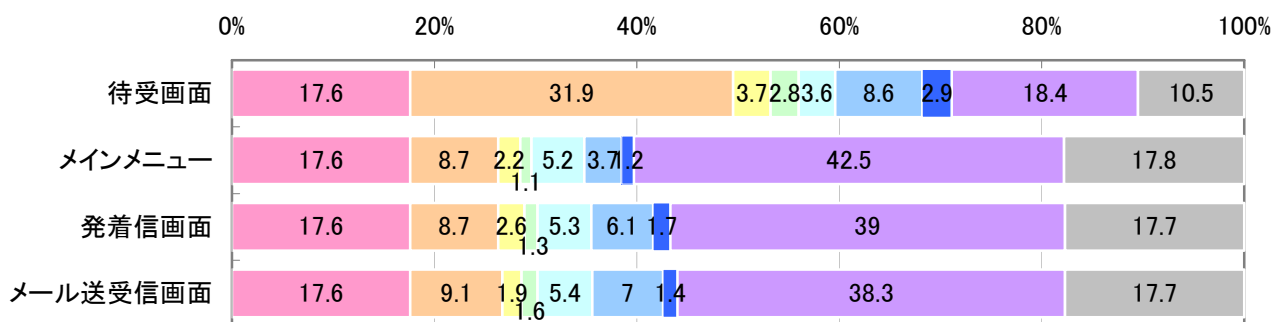
現在設定している各種画面の種類

Q. あなたは現在、携帯電話の以下の画面に何を設定していますか。

【n=1000】

単一回答

- きせかえ
- プリクラ、デジカメ等で撮影したもの
- キャリア公式サイトからダウンロードしたもの
- キャンペーンサイトからダウンロードしたもの
- その他
- 携帯電話で撮影したもの
- 自分で作成したもの
- 一般サイトからダウンロードしたもの
- プリインストールのもの



※「きせかえ」

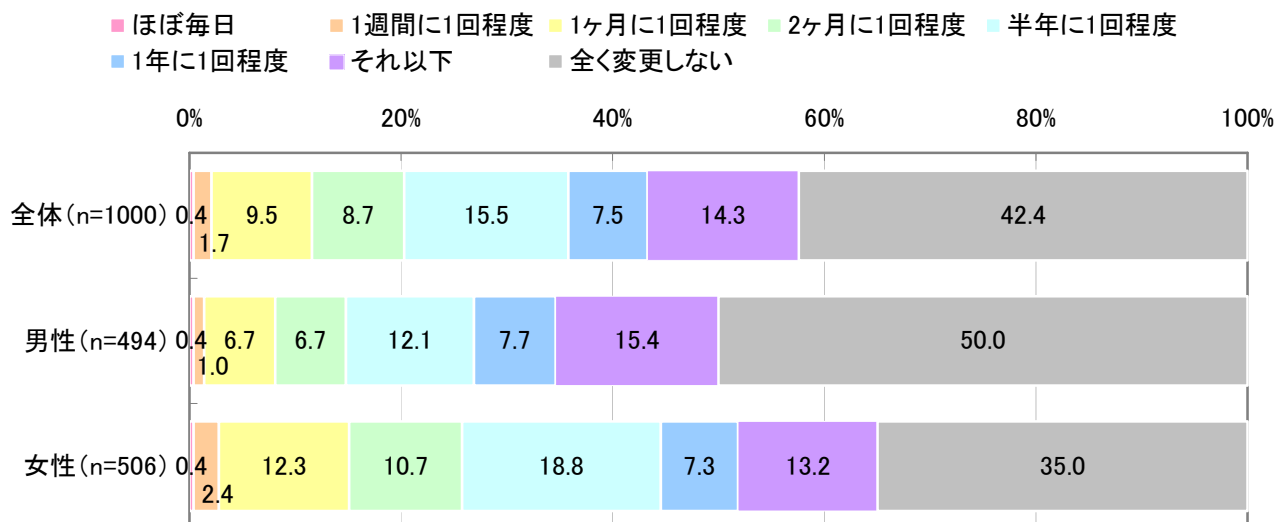
docomo:「きせかえツール」、au:「EZケータイアレンジ」、Softbank:「きせかえアレンジ」

待受画面変更頻度

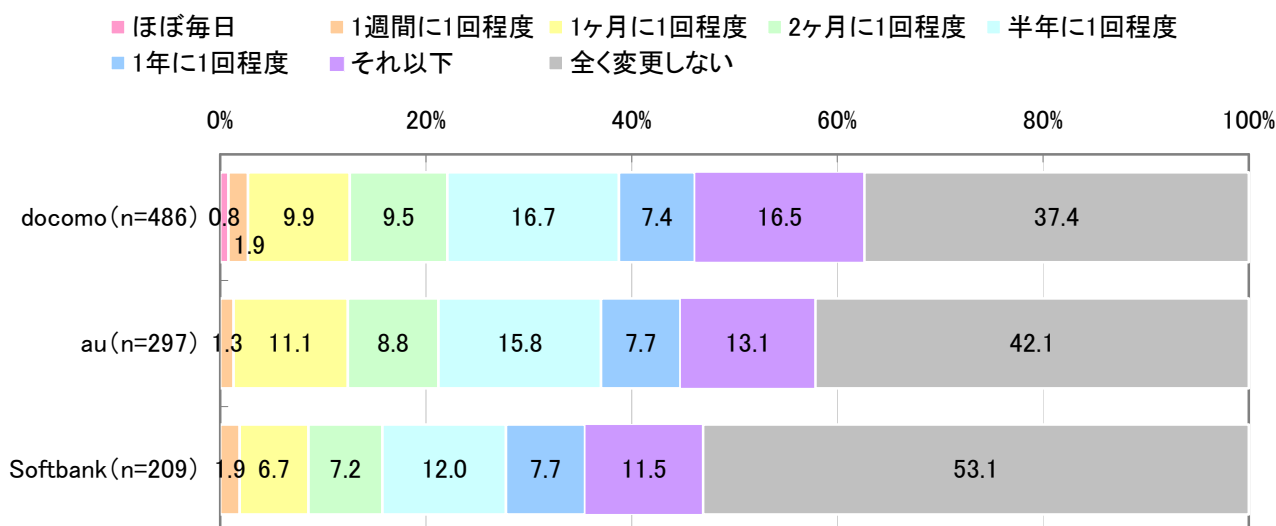
Q. あなたは携帯電話の待受画面をどのくらいの頻度で変更していますか。

【n=1000】

単一回答



キャリア別

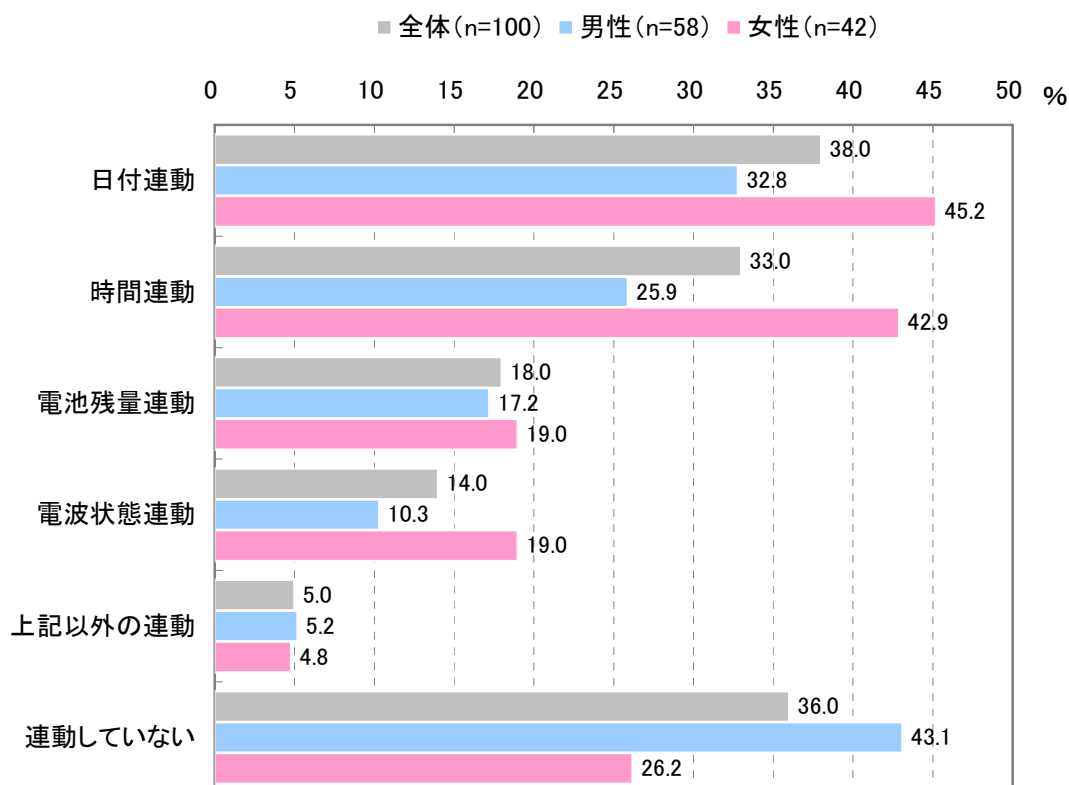


設定している「待受Flash」の種類

Q. あなたが設定している「待受Flash」の種類は何ですか。

【n=100※「待受Flash」設定者】

複数回答



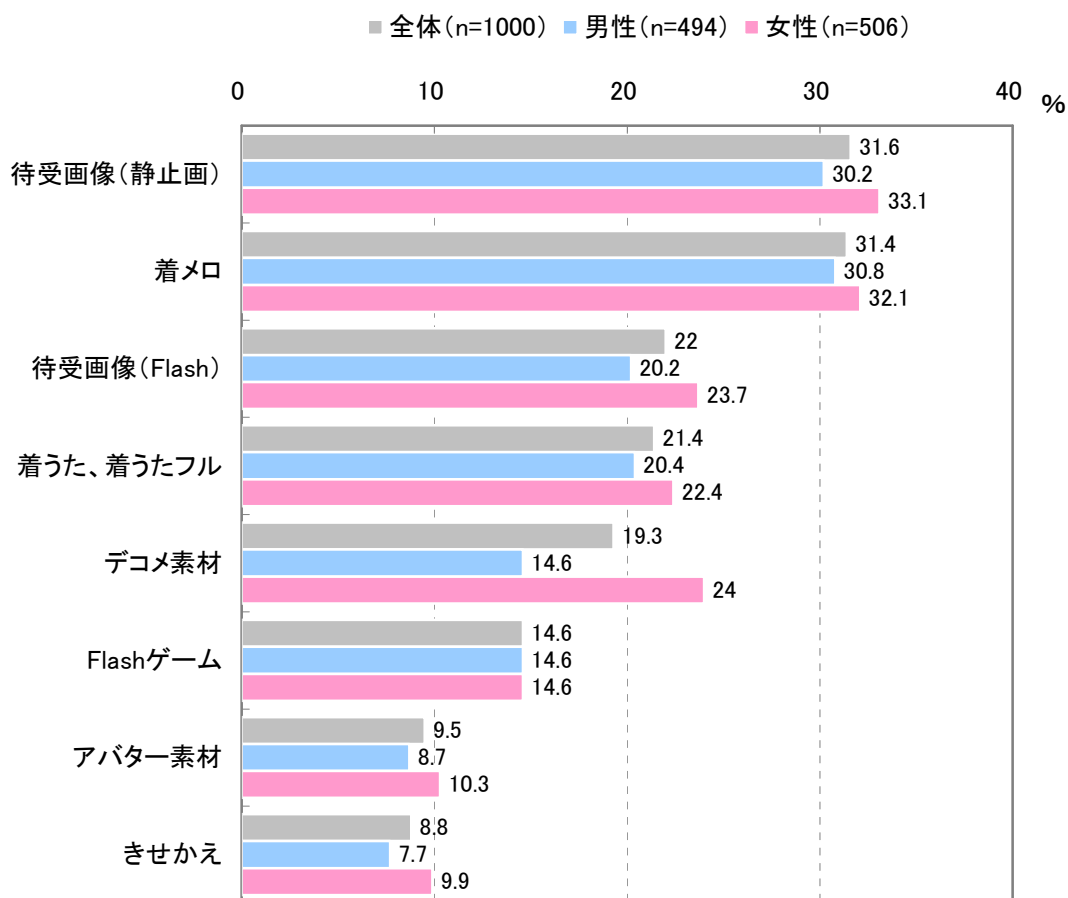
デジタルインセンティブの取得経験

Q. あなたは、モバイルサイトへの登録や、商品などの購入をすることで、下記のモバイルの特典をもらうことができますか。

【n=1000】

複数回答

「よくある」「たまにある」の合計を算出

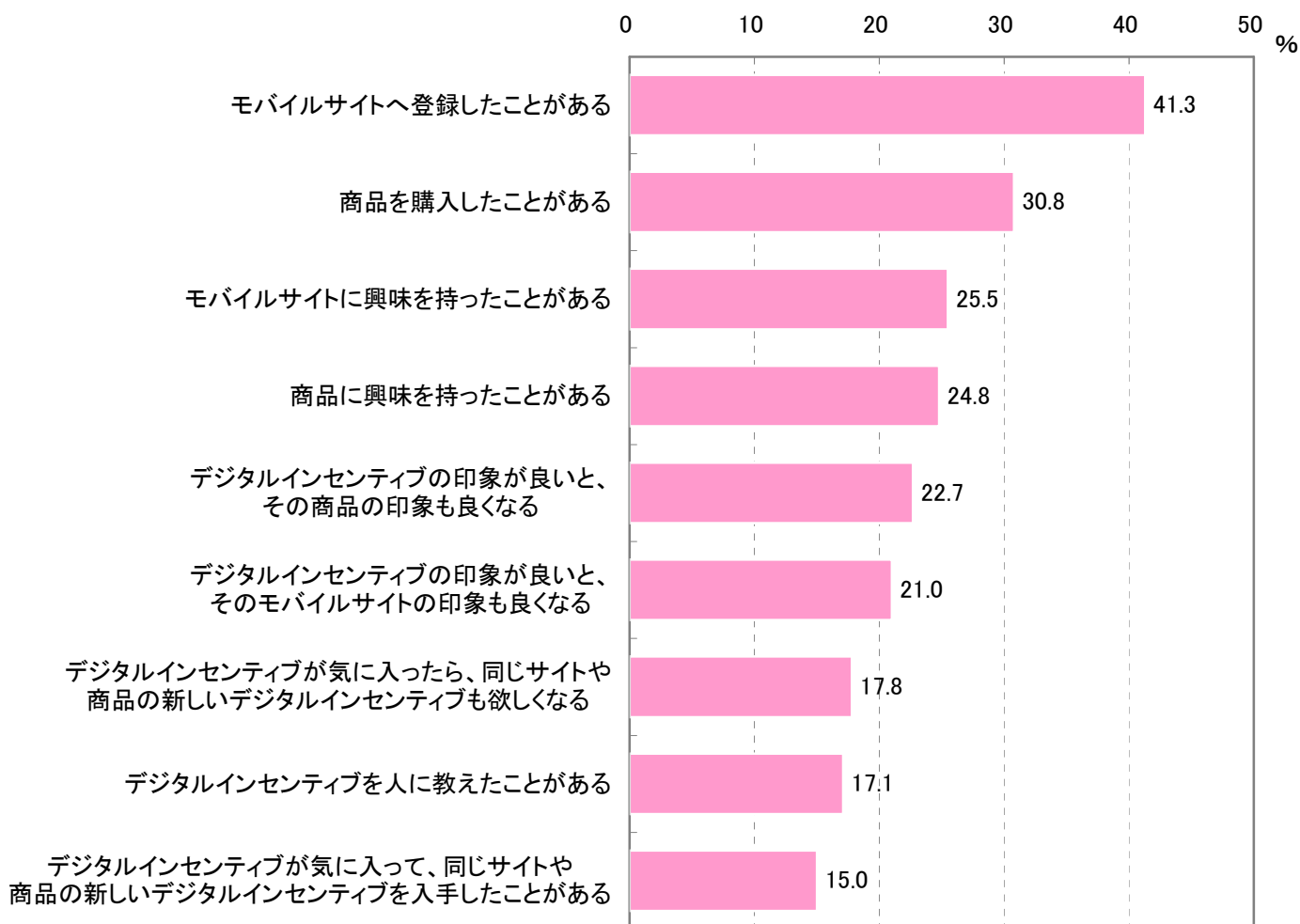


デジタルインセンティブによる行動・感情

Q. あなたはモバイルサイトや商品などに付いている、モバイルの待受画像や着メロなどの特典について、以下の経験をお持ちですか。

【n=286※デジタルインセンティブ取得経験者】

複数回答





モバイルECサイトの「商品ページ」に関するユーザビリティ調査

商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較

商品ページの購入への導線のレイアウトによる比較

商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較



■調査概要

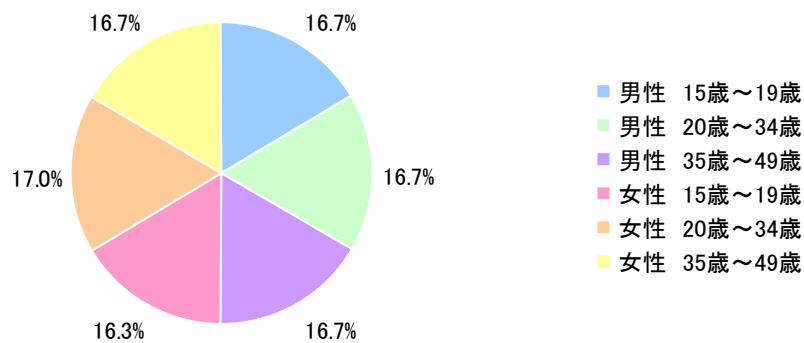
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 312サンプル
- ・調査日時 : 2007年12月7日～12月8日

回答者プロフィール

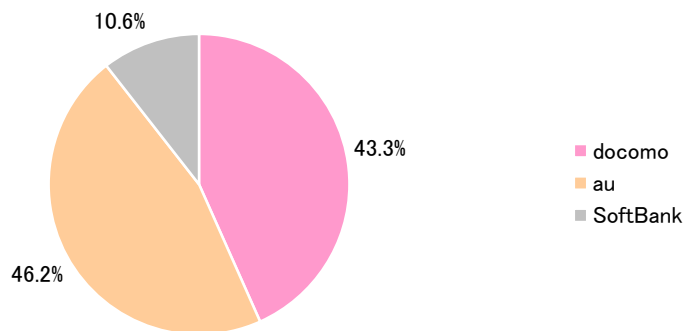
対象者条件:

- ・週1回以上モバイルサイトを閲覧している
- ・モバイルでショッピングの経験がある
- ・パケット定額制プランに加入している

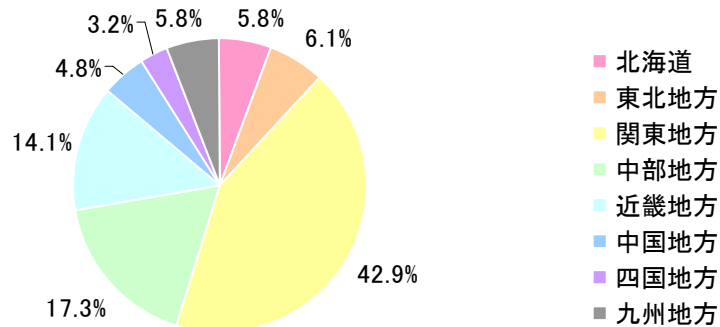
性年代(n=516)



保有携帯キャリア(n=516)



居住地域(n=516)



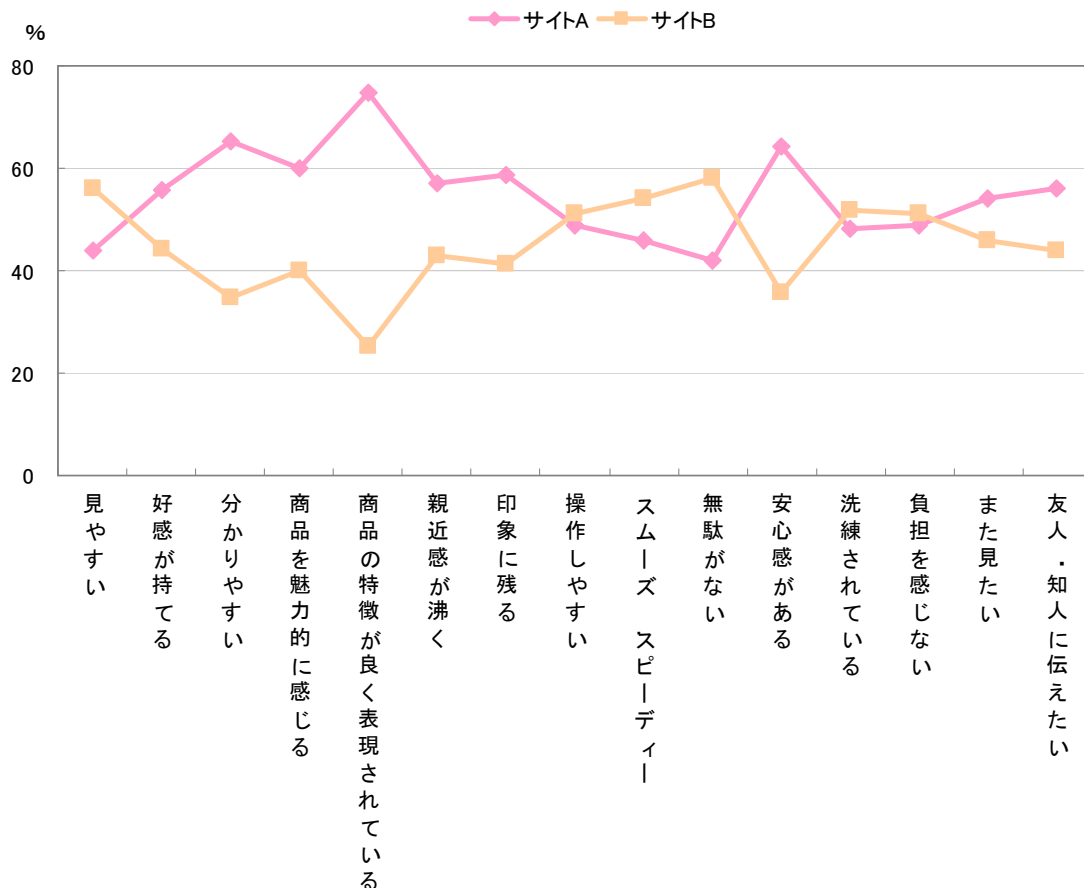
商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較

Q. 右図「モバイルサイトA」と「モバイルサイトB」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。



サイトA:商品詳細情報を記載
 サイトB:商品詳細情報ページへのリンクを設置

【保護者:n=312】
 複数回答



商品ページの購入への導線のレイアウトによる比較

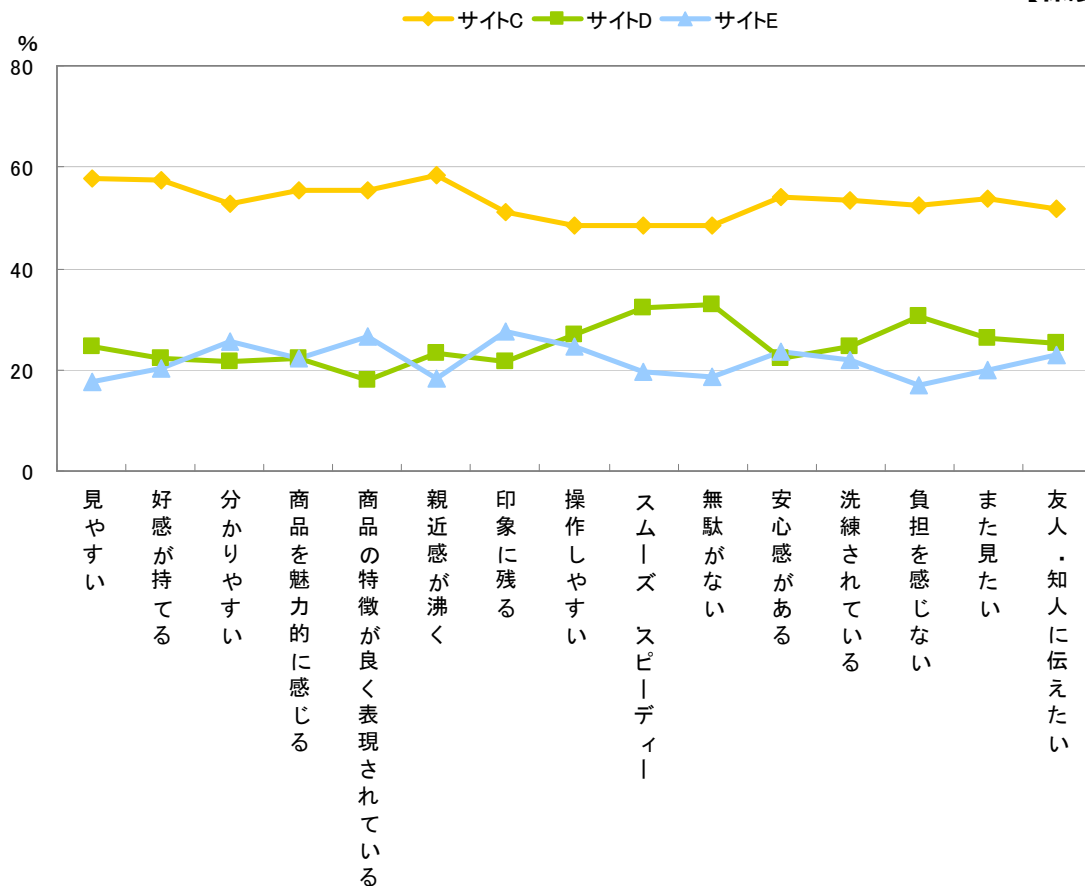
Q. 右図「モバイルサイトC」～「モバイルサイトE」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてはなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。



サイトC: 購入ボタンがページ下部
 サイトD: 購入ボタンがページ上部
 サイトE: 購入ボタンがページ上部・下部の2箇所

【保護者:n=312】

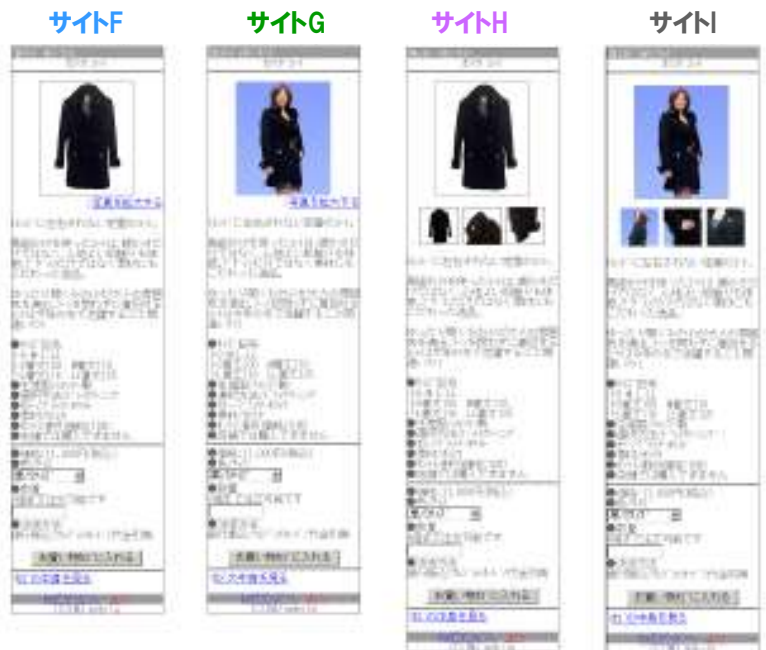
複数回答



商品ページの商品詳細情報の掲載方法による比較

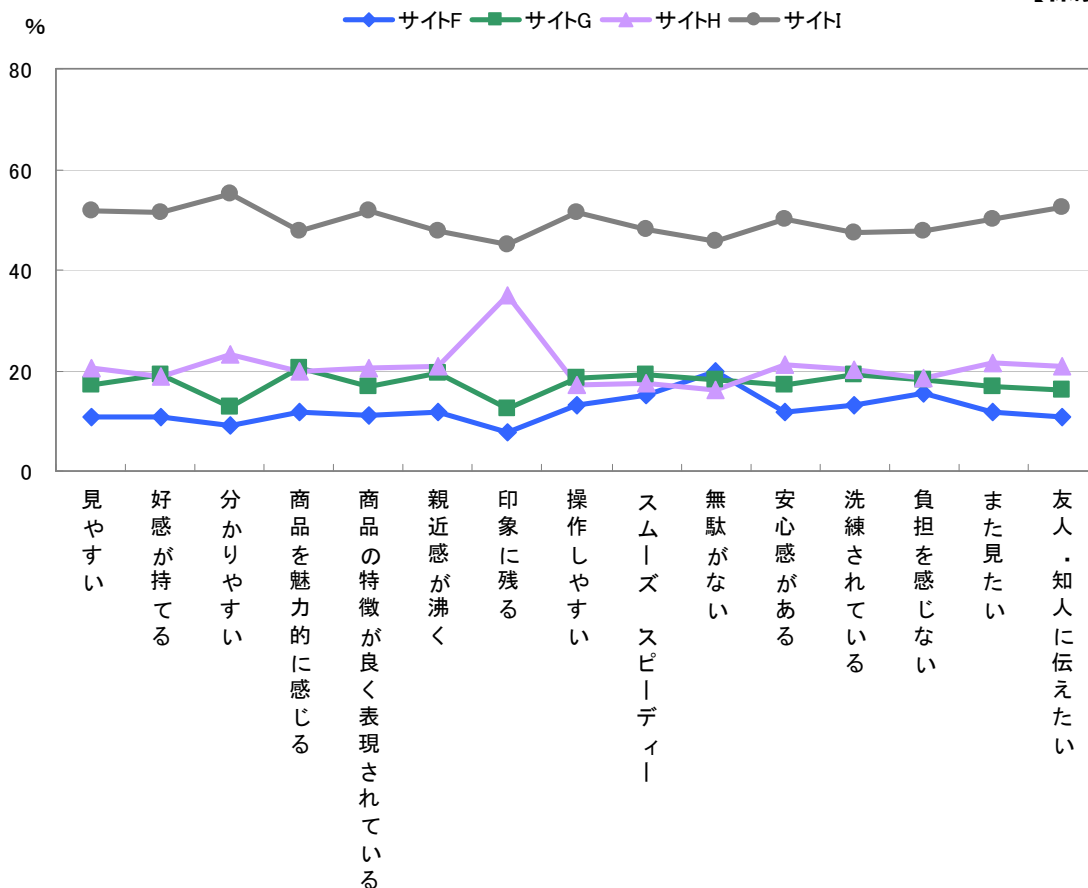
Q. 右図「モバイルサイトC」～「モバイルサイトE」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。

サイトF: 表品のみの画像
 サイトG: 利用シーンを含めた画像
 サイトH: 表品のみの画像が複数枚
 サイトI: 利用シーンを含めた画像が複数枚



【保護者:n=312】

複数回答





モバイルECサイトのTOPページに 関するユーザビリティ調査

モバイルECサイト重視点

TOPページのデザイン・情報量による比較



■調査概要

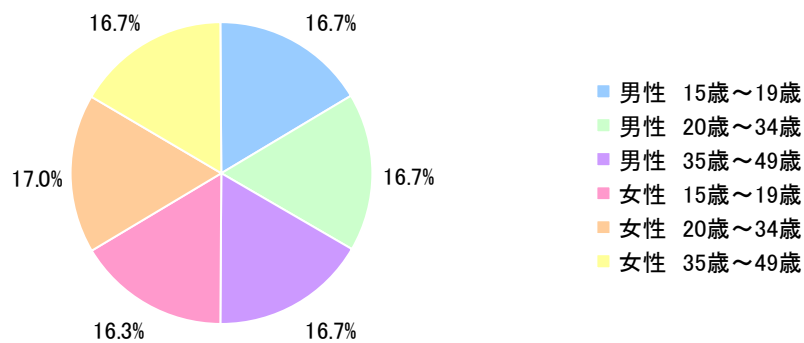
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 312サンプル
- ・調査日時 : 2008年6月4日～6月5日

回答者プロフィール

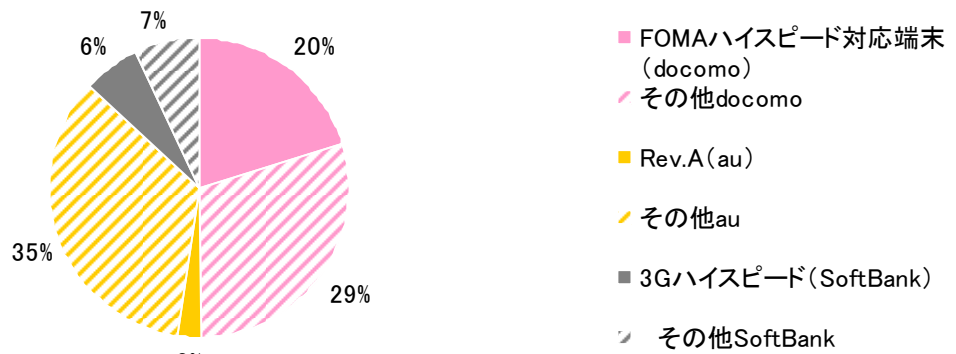
対象者条件:

- ・週1回以上モバイルサイトを閲覧している
- ・モバイルでショッピングを利用・閲覧したことがある
- ・パケット定額制プランに加入している
- ・3G端末の保有

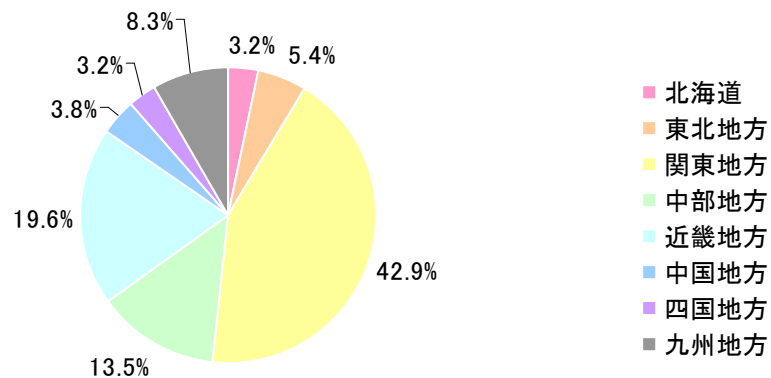
性年代(n=312)



保有携帯端末(n=312)



居住地域(n=312)

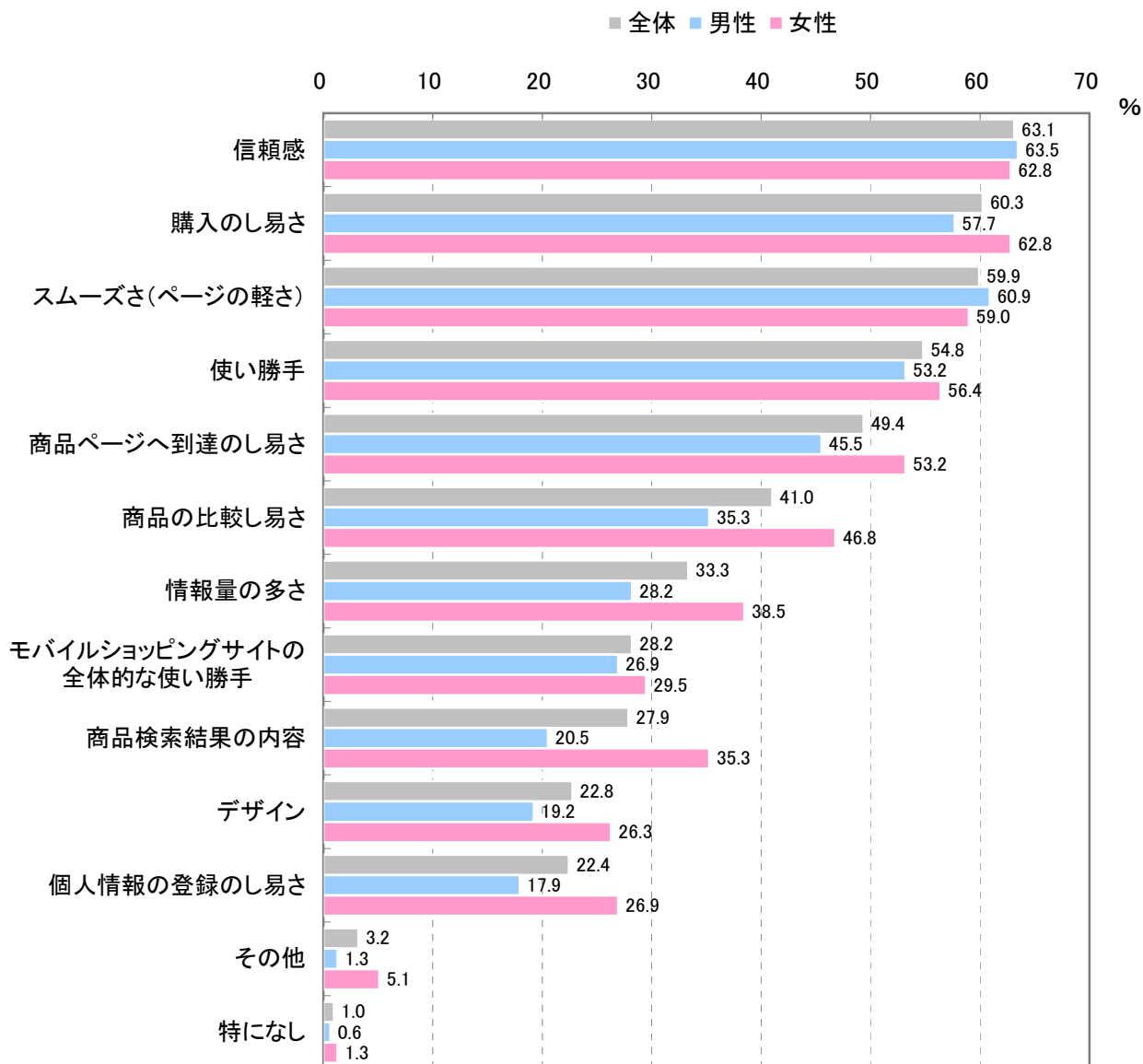


モバイルECサイト重視点

Q. モバイルECサイトを利用する上で重視しているものをお答え下さい。

【n=312】

複数回答



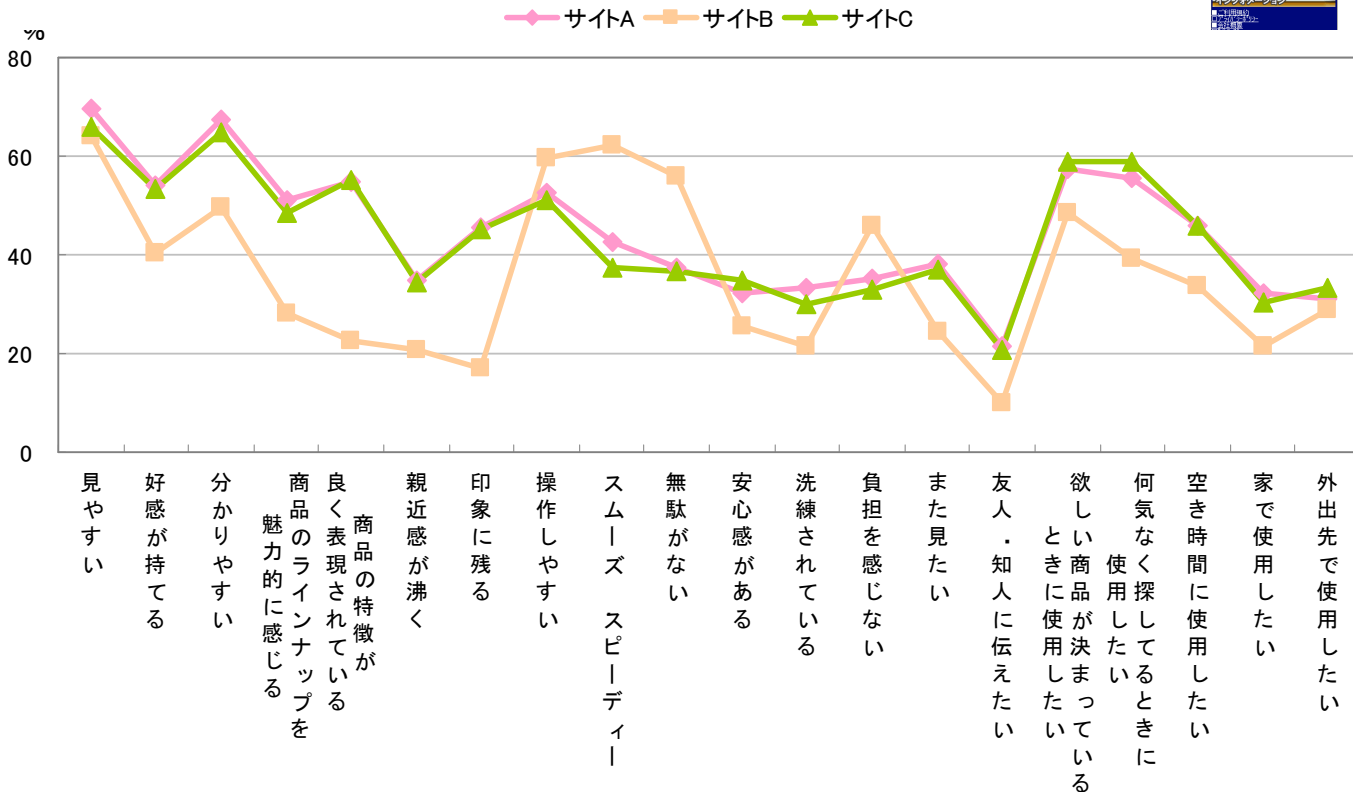
TOPページのデザイン・情報量による比較

Q. 右図「モバイルサイトA」～「モバイルサイトC」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。

サイトA: 画像の使用量が多く、適度なデザイン
 サイトB: 画像の使用料が少なく、シンプルなデザイン
 サイトC: サイトAの要素に情報を付加



【保護者:n=312】
 複数回答



モバイルECサイトの「買い物かご」ページに関するユーザビリティ調査

「買い物かご」ページの浸透名称

モバイルECサイトでの購入商品数・購入スタイル

「買い物かご」のデザイン・レイアウトによる比較

「買い物かご」に望む機能・表示方法



■調査概要

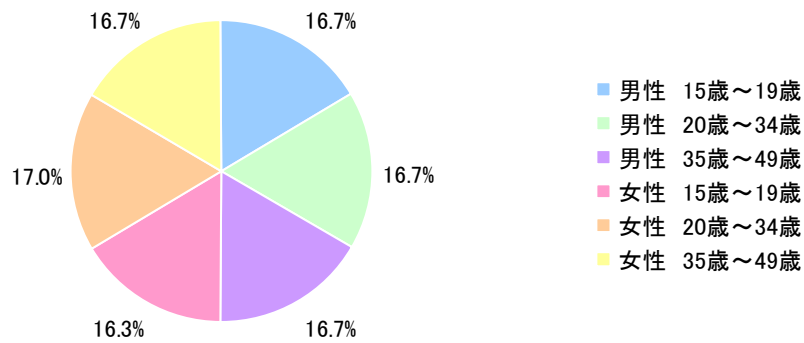
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 312サンプル
- ・調査日時 : 2008年7月30日～7月31日

回答者プロフィール

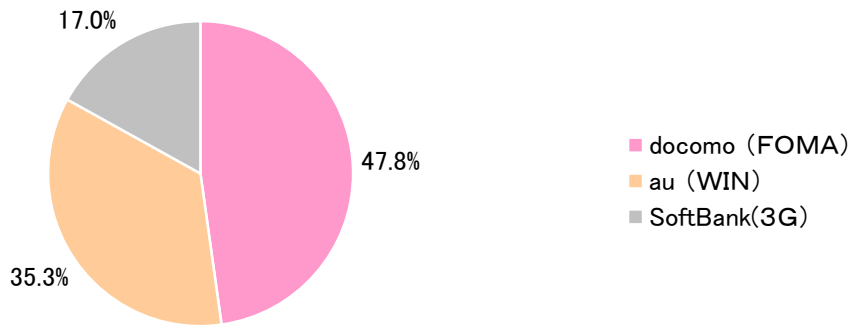
対象者条件:

- ・週1回以上モバイルサイトを閲覧している
- ・3ヶ月以内にモバイルショッピングで買い物をしている
- ・パケット定額制プランに加入している
- ・3G端末の保有

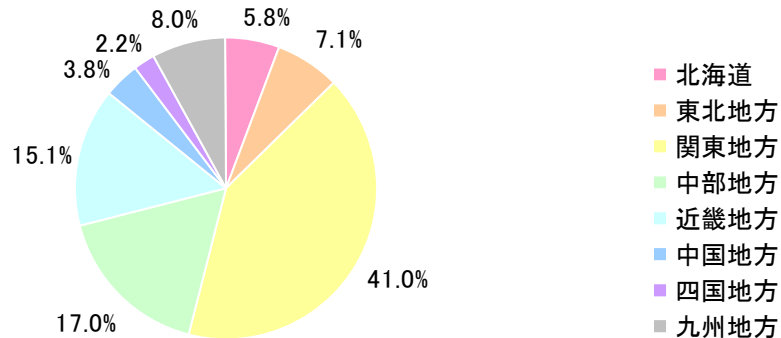
性年代(n=312)



保有携帯端末(n=312)



居住地域(n=312)



「買い物かご」ページの浸透名称

「商品詳細」のページ

「送付先情報登録」のページ



「送付先情報登録」のページ

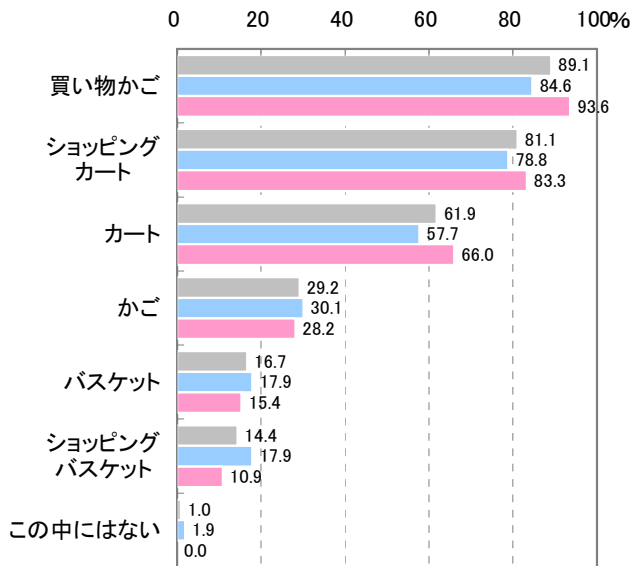
Q. 左記モバイルサイトの赤枠部分のことを言い表す言葉としてご覧になったり、聞いたことのある言葉、また最もしっくりくると思われる言葉をお答え下さい。

見聞きしたことのある名称

【n=312】

複数回答

■ 全体 ■ 男性 ■ 女性

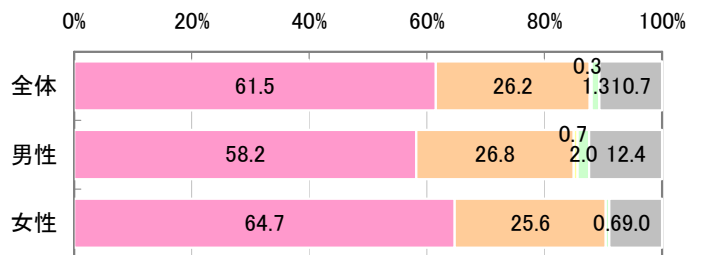


最もしっくりくる名称(単一回答)

【n=312】

単一回答

■ 買い物かご ■ ショッピングカート ■ ショッピングバスケット ■ かご ■ バスケット ■ カート

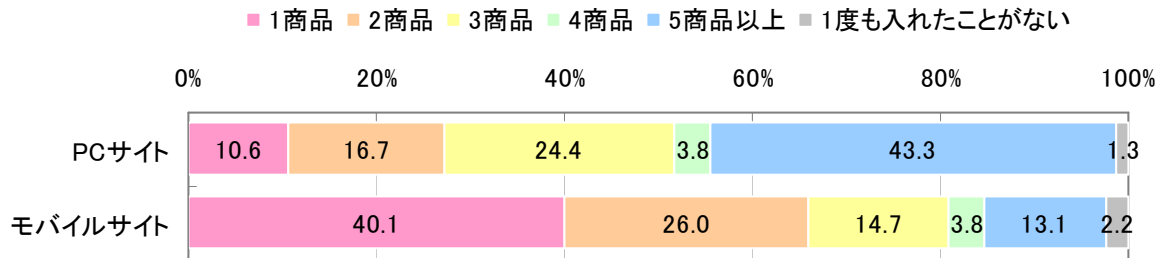


モバイルECサイトでの購入商品数・購入スタイル

Q. あなたは1回の買い物で「買い物かご」の中にいくつ商品を入れたことがありますか？
PCサイト、モバイルサイトにおいてそれぞれ最大数をお答え下さい。

【n=312】

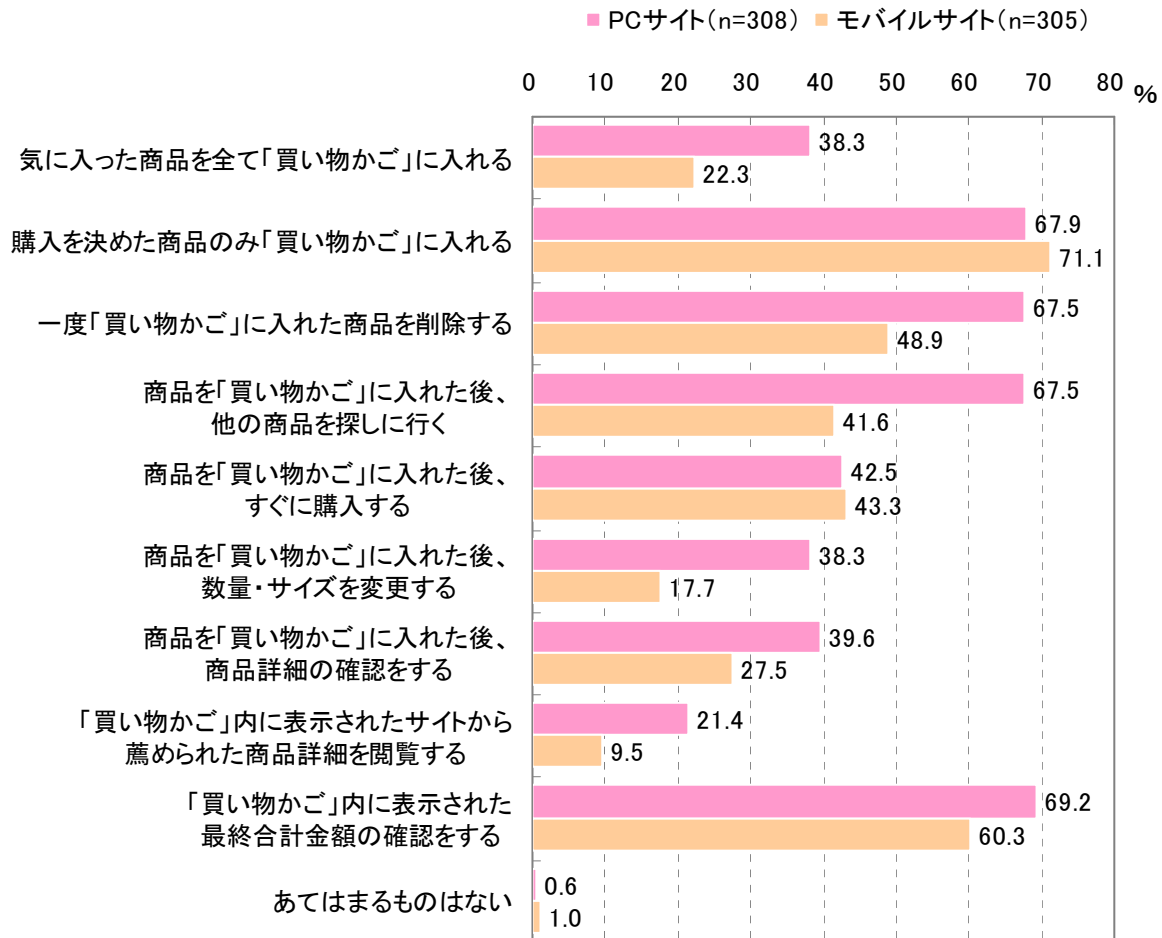
単一回答



Q. 「買い物かご」に関連する以下の行動より、あなたがとったことのある行動をPCサイト、モバイルサイトにおいてそれぞれお答え下さい。

【※「買い物かご」に商品を入れたことがある人】

複数回答



「買い物かご」のデザイン・レイアウトによる比較

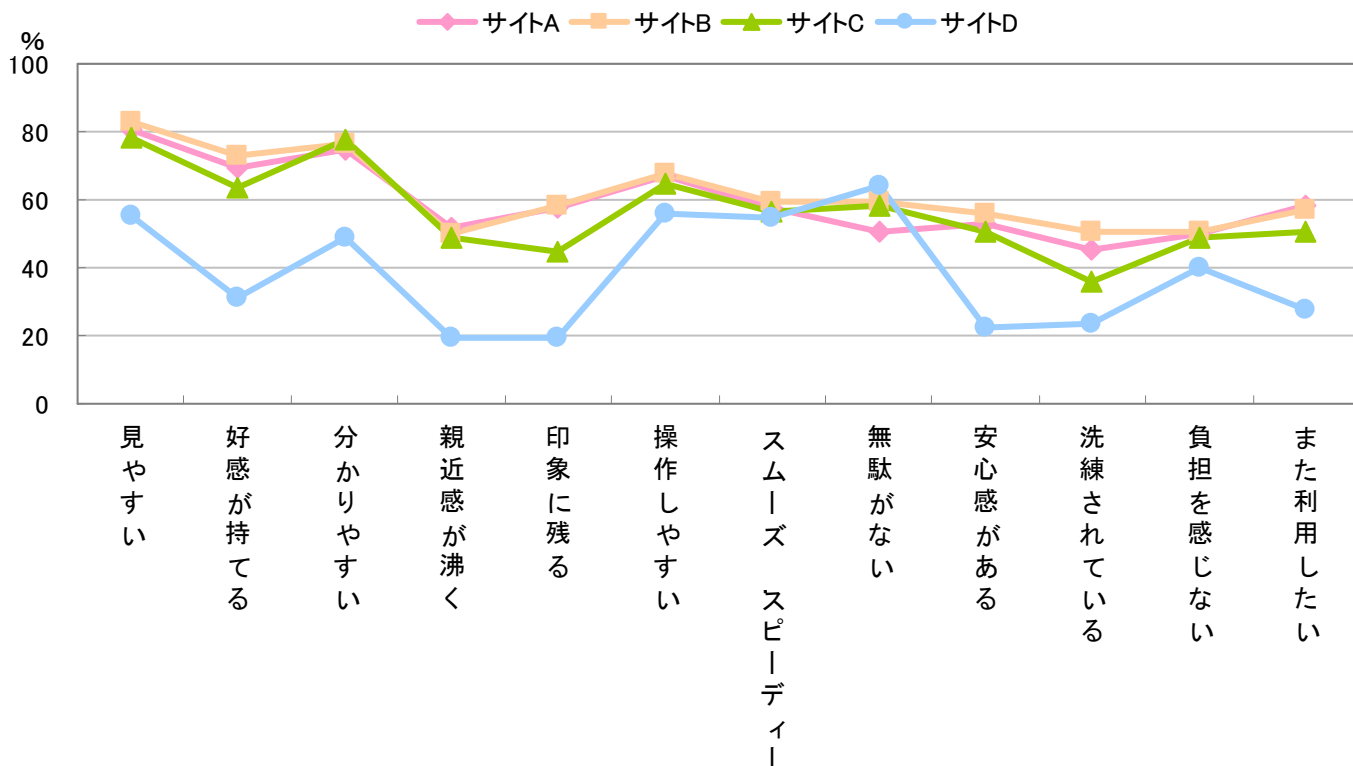
Q. 右図「モバイルサイトA」～「モバイルサイトD」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。



サイトA:コンテンツのレイアウトにテーブルを使用し、商品の情報を記載
 サイトB:コンテンツのレイアウトにテーブルを使用
 サイトC:テーブルを使用せずにコンテンツをレイアウト
 サイトD:商品画像を使用せず、テキストコンテンツのみで構成

【保護者:n=312】

複数回答

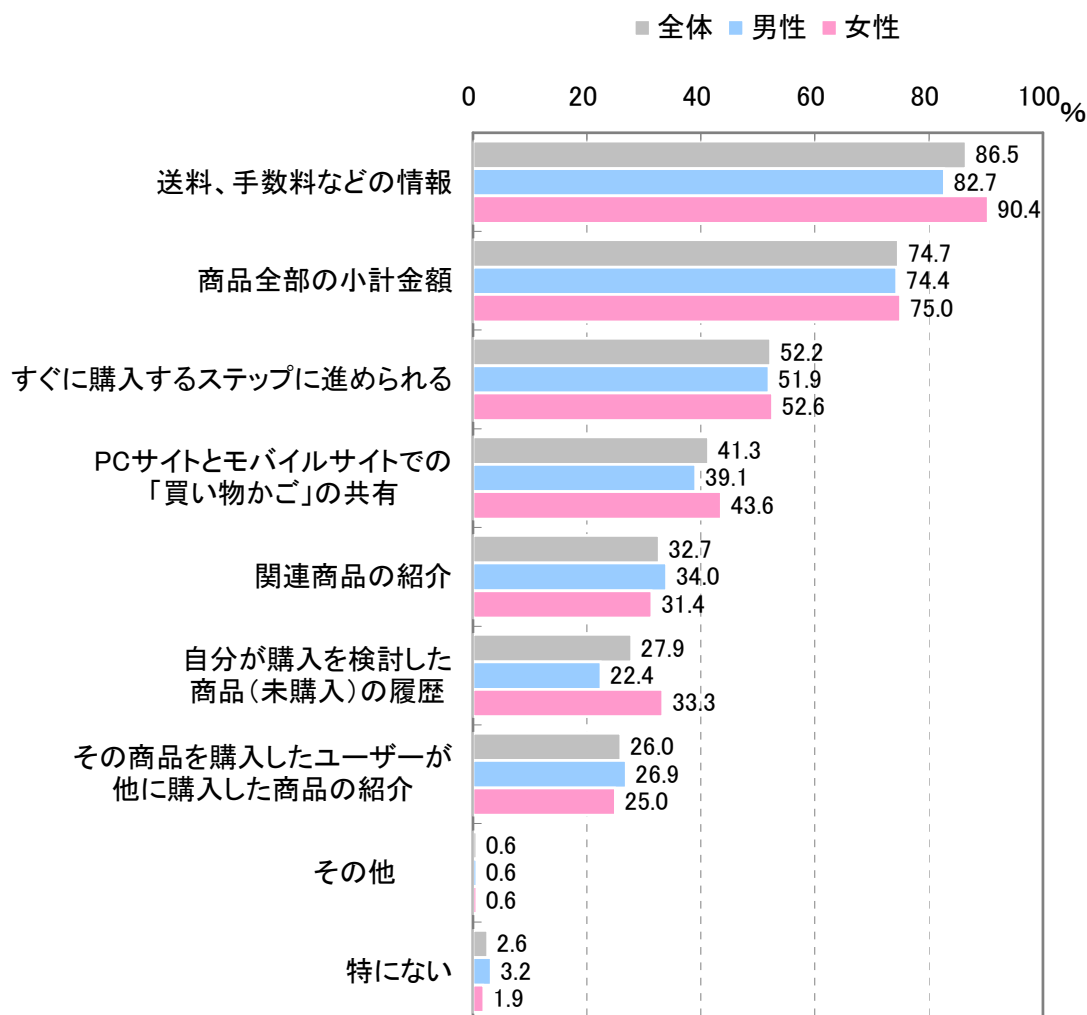


「買い物かご」に望む機能・表示方法

Q. モバイルECサイトの「買い物かご」内にあると良いと思う機能・表示方法をお答え下さい。

【n=312】

複数回答



モバイルECサイトの購入フローに関するユーザビリティ調査

購入を途中で断念した経験とその理由

入力ページのデザイン・レイアウトによる比較

入力方法のレイアウトの違いによる比較

入力ページ数の違いによる比較

支持される各情報の入力方法

検討中サイトへの会員登録時、登録したくない情報



■調査概要

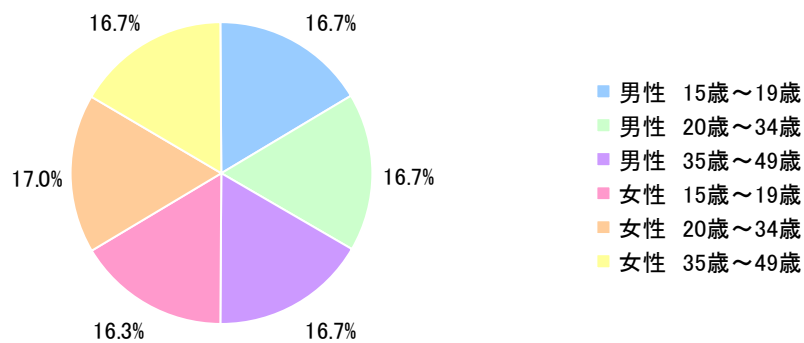
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 312サンプル
- ・調査日時 : 2008年9月5日～9月6日

回答者プロフィール

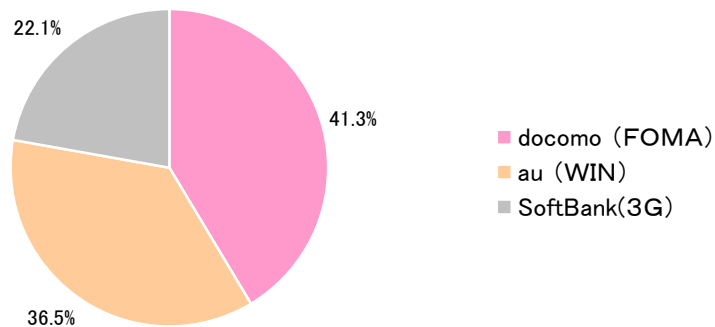
対象者条件:

- ・週1回以上モバイルサイトを閲覧している
- ・3ヶ月以内にモバイルショッピングで買い物をしている
- ・パケット定額制プランに加入している
- ・3G端末の保有

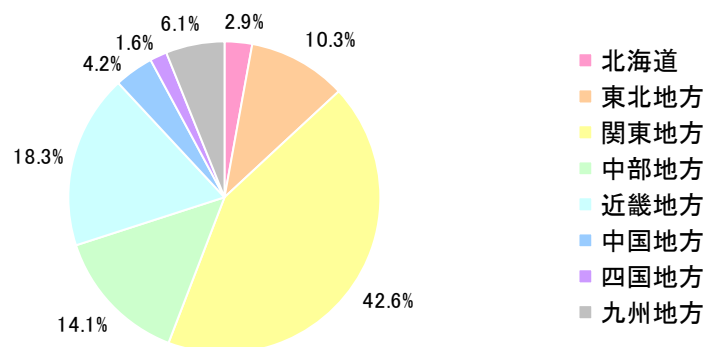
性年代(n=312)



保有携帯端末(n=312)



居住地域(n=312)

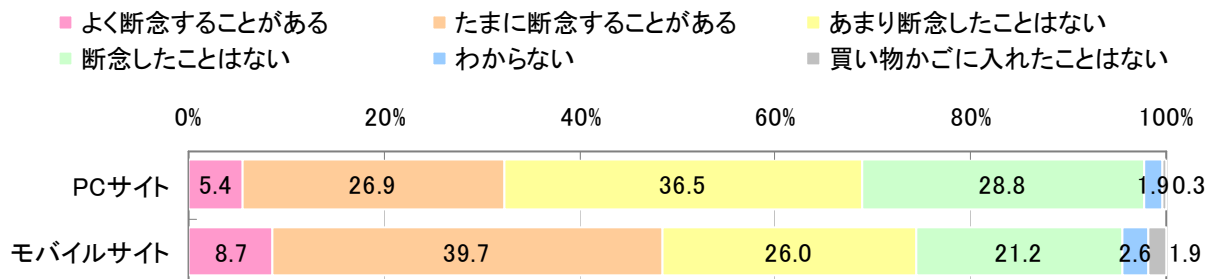


購入を途中で断念した経験とその理由

Q. PCまたはモバイルのショッピングサイトで商品を購入しようと買い物かごに入れた後、サイトの使い勝手が理由で、途中で断念したことはありますか？

【n=312】

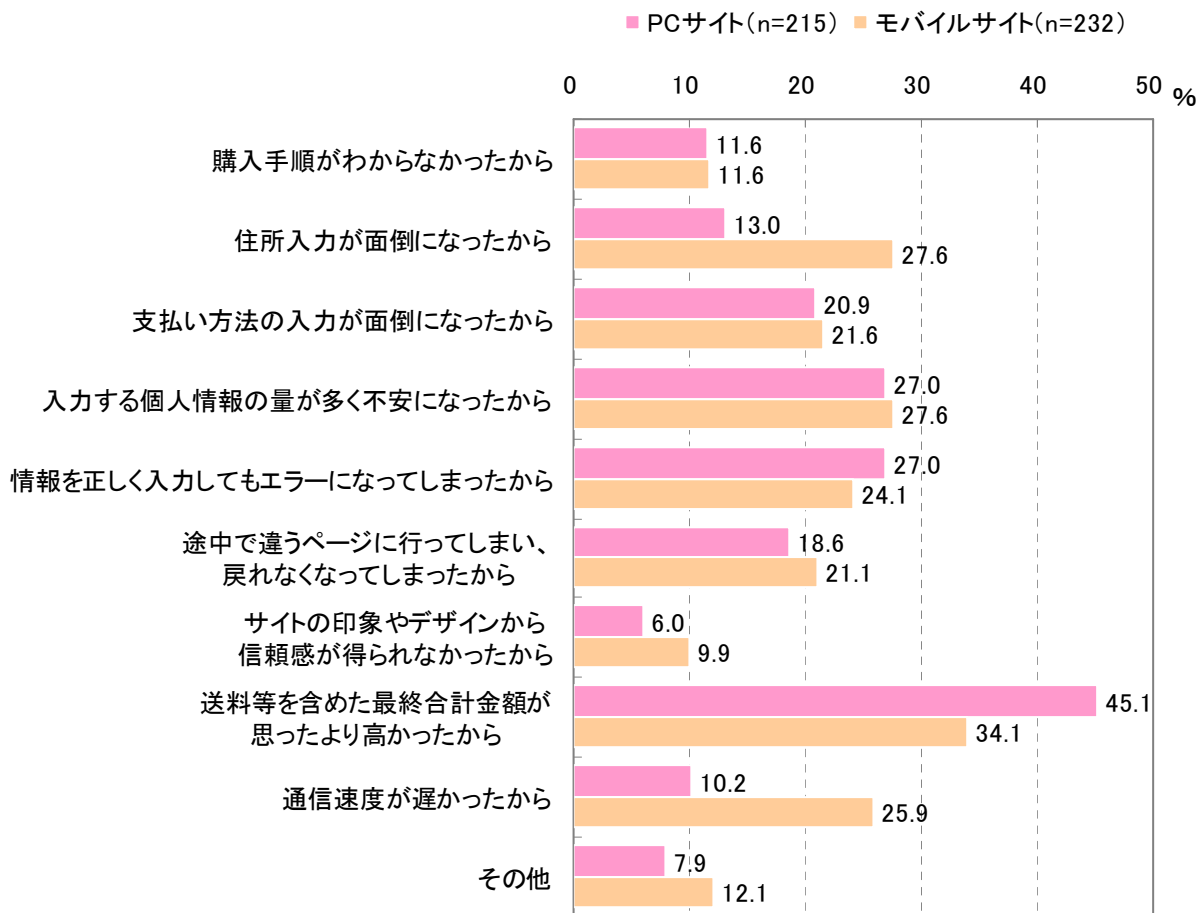
単一回答



Q. ショッピングサイトで商品を購入しようと買い物かごに入れた後、購入を断念してしまった理由は何ですか？

【※購入断念経験者】

複数回答



入力ページのデザイン・レイアウトによる比較

Q. 右図「モバイルサイトA」～「モバイルサイトB」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。

サイトA



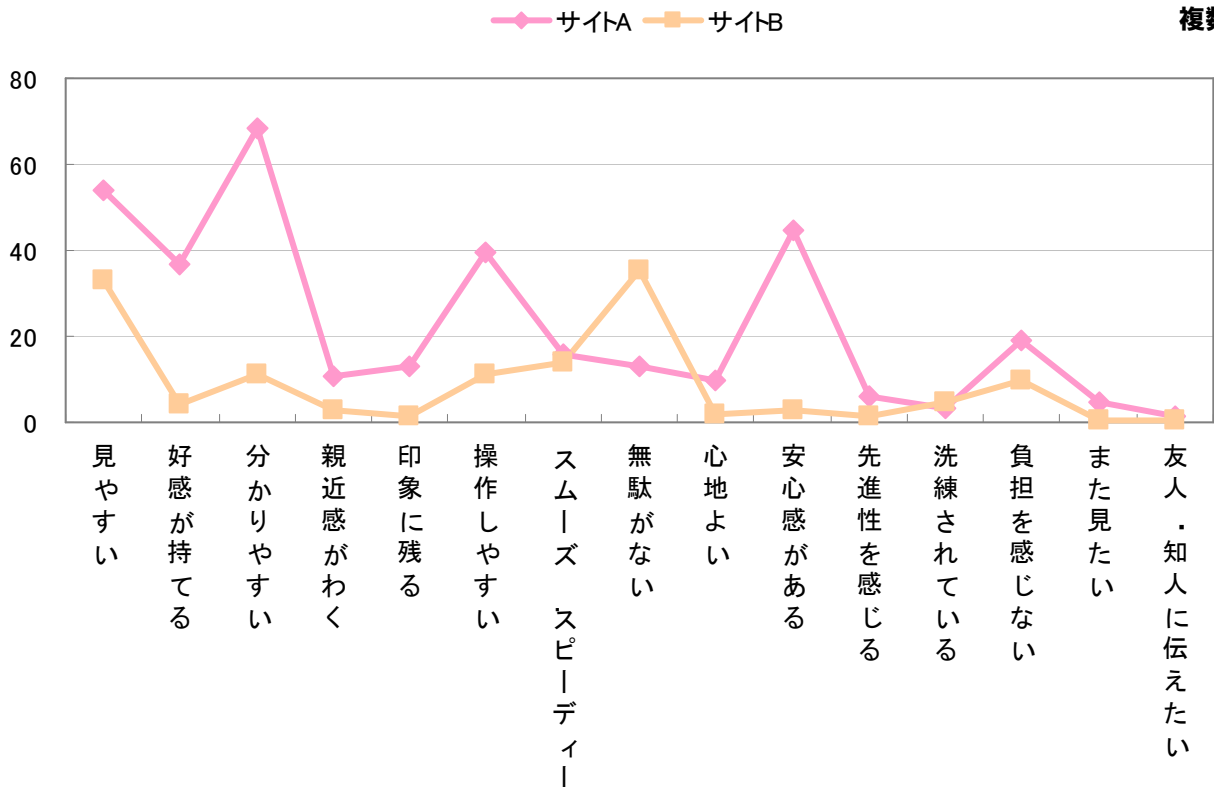
サイトB



サイトA: ページ上部に、購入フローにおける現在地を示すガイドあり
 サイトB: ガイドなし

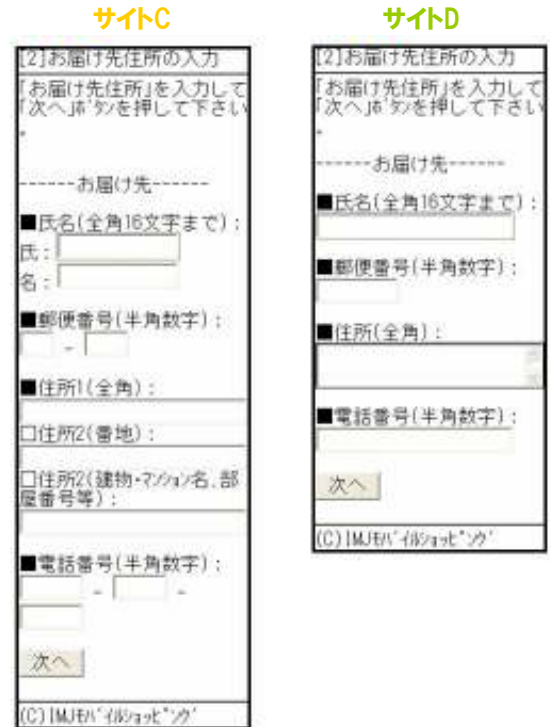
【保護者: n=312】

複数回答



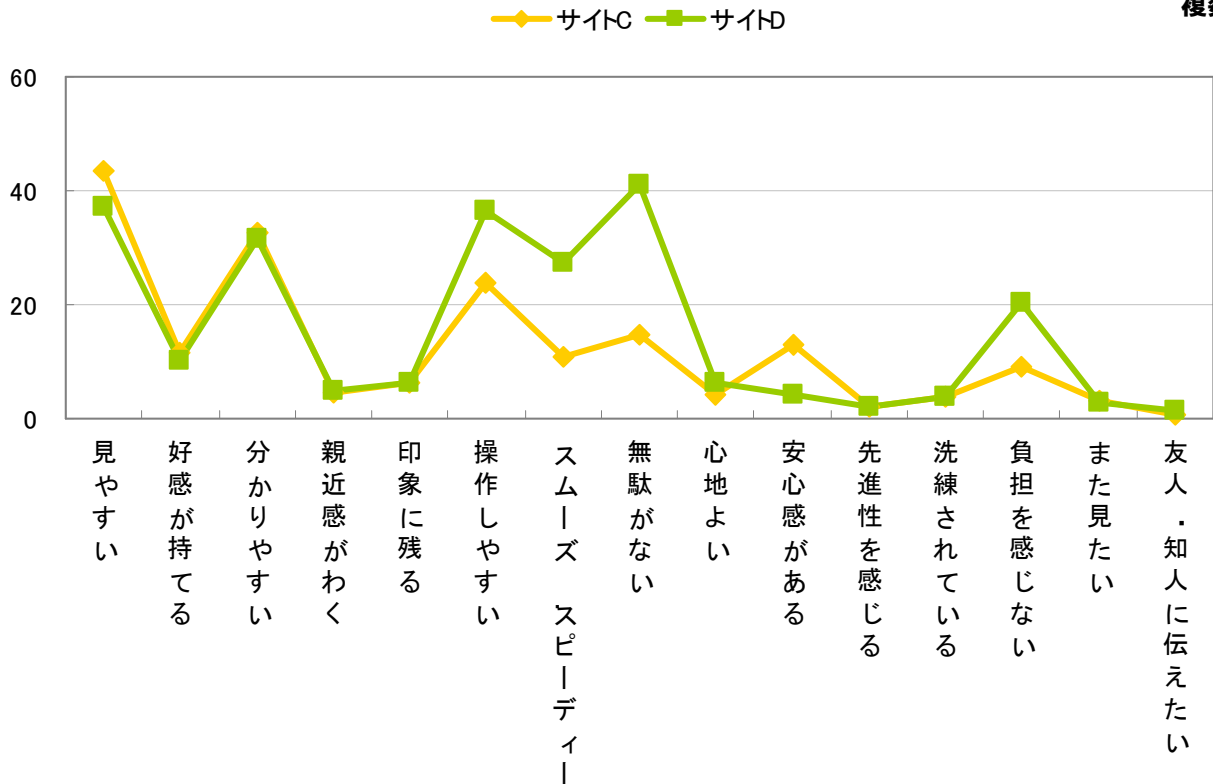
入力方法のレイアウトの違いによる比較

Q. 右図「モバイルサイトC」～「モバイルサイトD」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。



サイトC:各入力フォームを細かく分割
 サイトD:各入力フォームを分割せずまとめたも

【保護者:n=312】
 複数回答



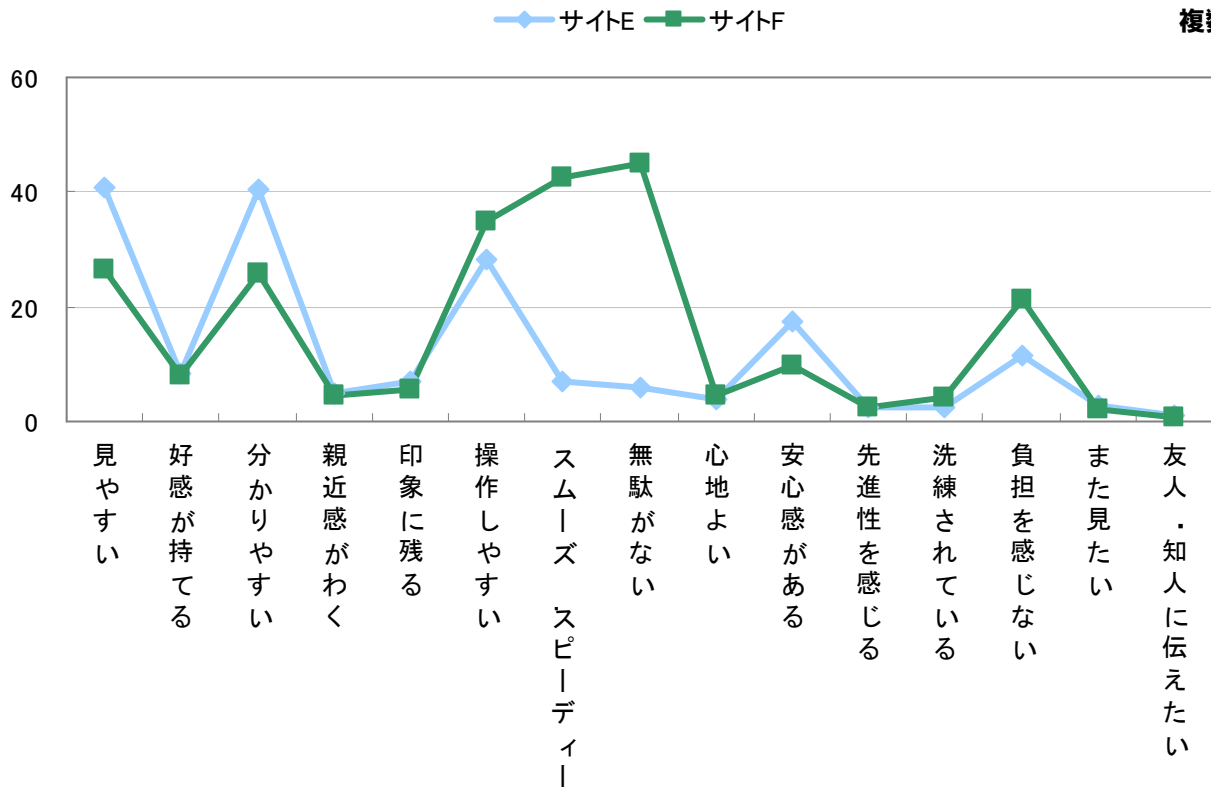
入力ページ数の違いによる比較

Q. 右図「モバイルサイトE」～「モバイルサイトF」から、以下の項目についてお気持ちに近いサイトをお答え下さい。
 ※サイトで紹介している商品やサービスについてではなくサイトのデザインや使い勝手についてお答え下さい。



サイトE: 各情報につき入力ページを分割
 サイトF: 各情報入力を1ページに収めたもの

【保護者:n=312】
 複数回答



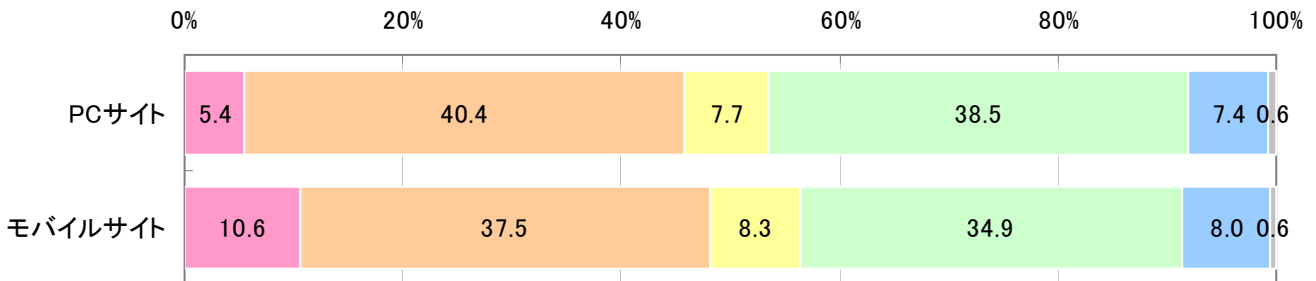
支持される各情報の入力方法

Q. 一度購入したことのあるショッピングサイトにおいて、2回目以降購入する際の送付先情報を入力する方法として最も好ましい、利用したいと思うものはどれですか？

【n=312】

単一回答

- 都度住所を入力する
- 会員登録時に登録した住所が自動的に表示され、他の送付先は都度住所を入力する
- 住所や送付先が自動的に表示されず、送付先を複数登録しておける機能(送付先リスト)から選択する
- 会員登録時に登録した住所が自動的に表示され、他の送付先は送付先リストから選択する
- 直近利用した送付先が自動的に表示され、他の送付先は送付先リストから選択する
- その他

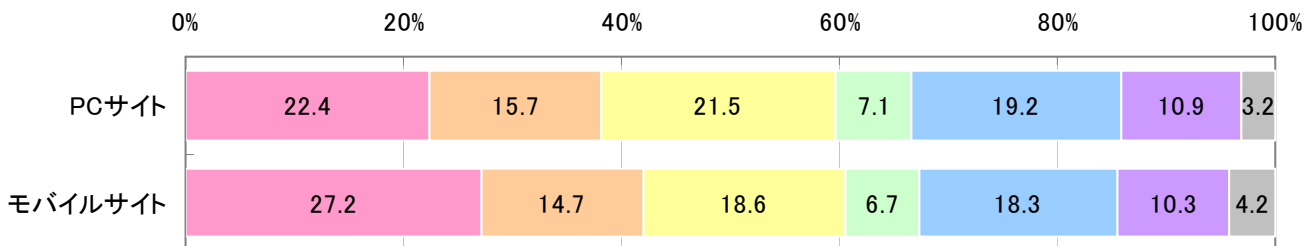


Q. 一度購入したことのあるショッピングサイトにおいて、2回目以降購入する際のクレジットカード決済時のクレジットカード情報を入力する方法として最も好ましい、利用したいと思うものはどれですか？

【n=312】

単一回答

- 都度全ての番号を入力する
- 番号の一部は自動的に表示され、残りの番号を都度入力する
- 会員登録時に登録した番号が自動的に表示され、他のクレジットカードは都度入力する
- 番号が自動的に表示されず、クレジットカード番号を複数登録しておける機能(クレジットカードリスト)から選択する
- 会員登録時に登録した番号が自動的に表示され、他のクレジットカードはクレジットカードリストから選択する
- 直近利用した番号が自動的に表示され、他のクレジットカードはクレジットカードリストから選択する
- その他

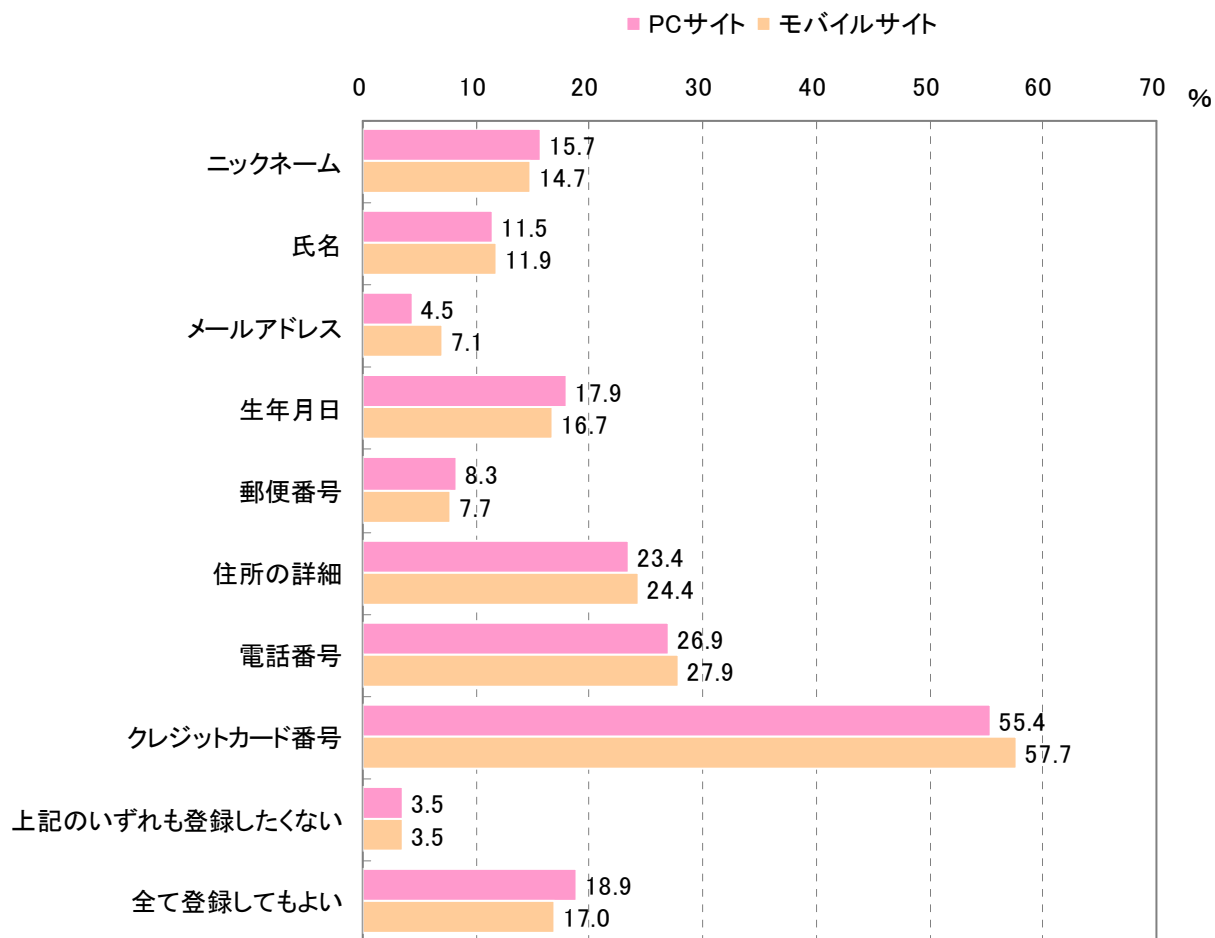


検討中サイトへの会員登録時、登録したくない情報

Q. 購入を検討中のショッピングサイトにおいて会員登録が必要になった際、あなたが登録したくない情報は以下のうちどれですか？

【n=312】

複数回答



iPhoneユーザーの iPhone利用動向とその評価

iPhoneユーザーのプロフィール概要

非iPhoneとの併用率とキャリア

iPhone購入理由

iPhone機能の評価

iPhoneの特徴の評価

iPhoneに対する期待度と満足度

iPhoneと非iPhoneの利用時間帯比較

iPhoneユーザーにおける非iPhoneとの時間別使い分け

iPhoneと非iPhoneの利用機能比較

iPhoneユーザーにおける非iPhoneとの機能使い分け

iPhoneでの設定メールアドレスとメルマガ受信頻度

iPhoneでのネット閲覧頻度および情報メディア接触頻度

iPhoneユーザー、非iPhoneユーザーの消費・生活意識

■調査概要

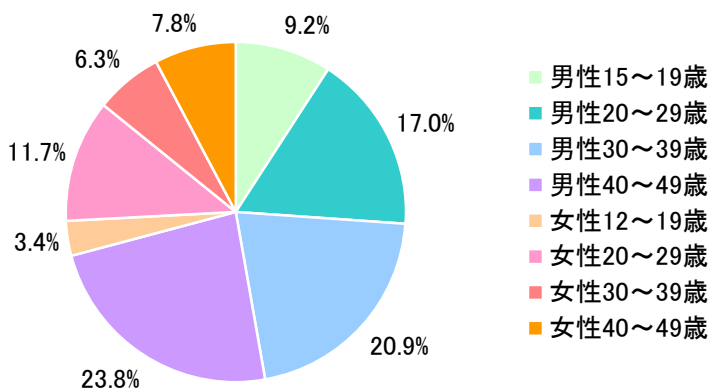
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳の男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 412サンプル
- ・調査日時 : 2008年10月17日～10月20日

回答者プロフィール

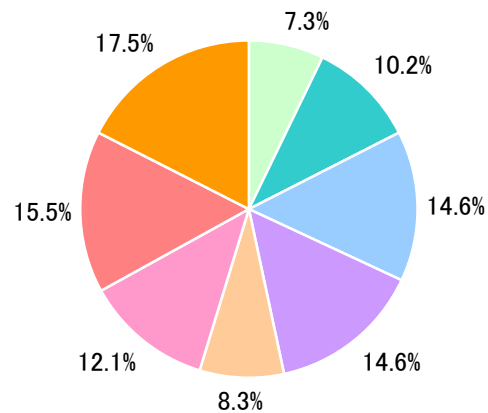
対象者条件:

- ・iPhoneユーザー : iPhone保有者
- ・非iPhoneユーザー: iPhone以外のPHSを含む携帯電話(以下、非iPhone)保有者

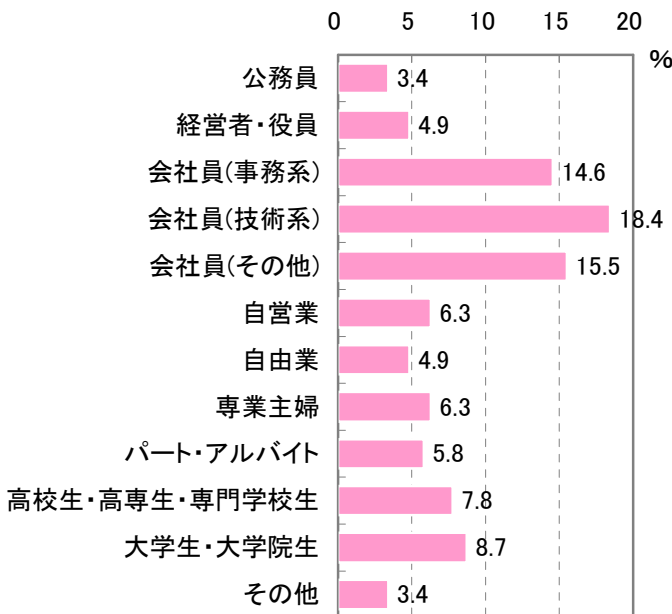
iPhoneユーザー性年代(n=206)



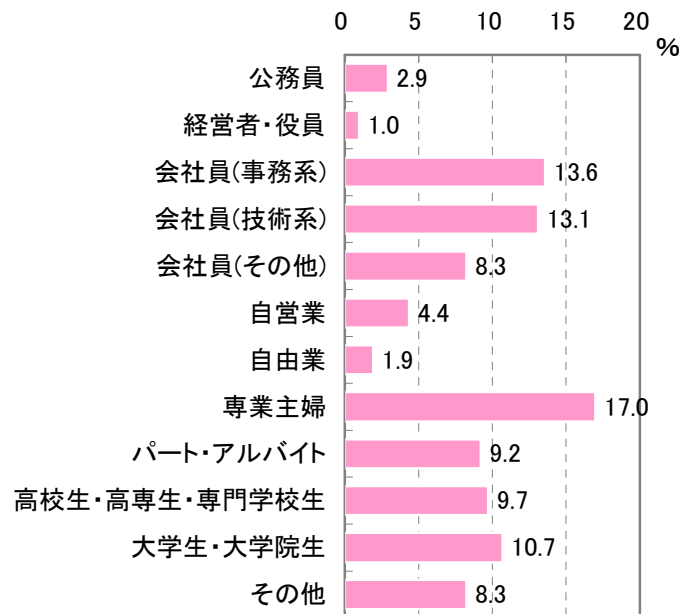
非iPhoneユーザー性年代(n=206)



iPhoneユーザー職業(n=206)



非iPhoneユーザー職業(n=206)

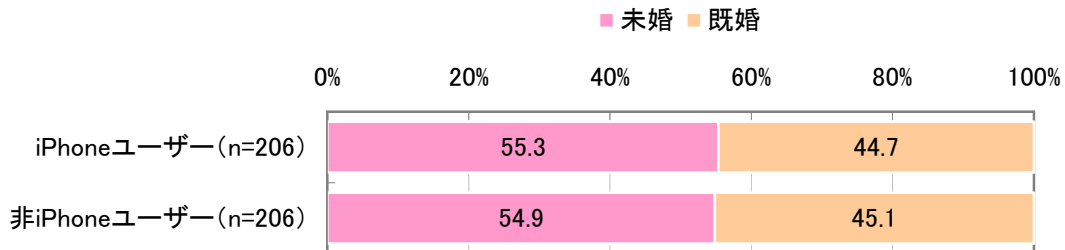


iPhoneユーザーのプロフィール概要

Q. あなたはご結婚されていますか？

【n=412】

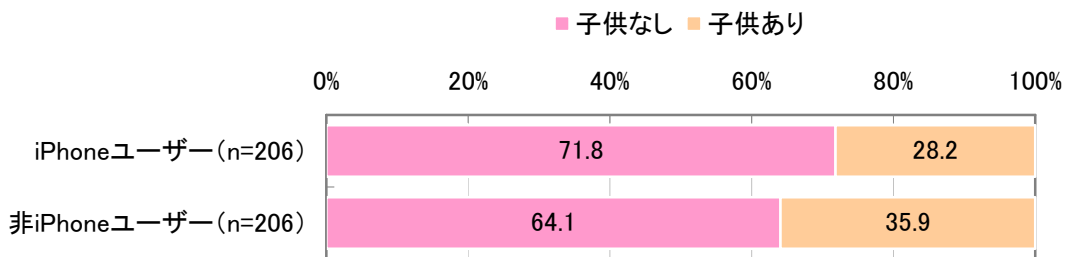
単一回答



Q. あなたはお子様がいらっしゃいますか？

【n=412】

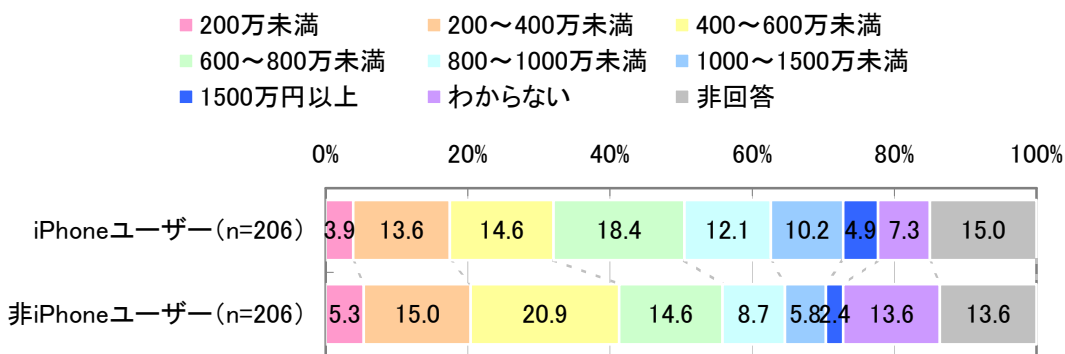
単一回答



Q. あなたの世帯年収をお答え下さい。

【n=412】

単一回答

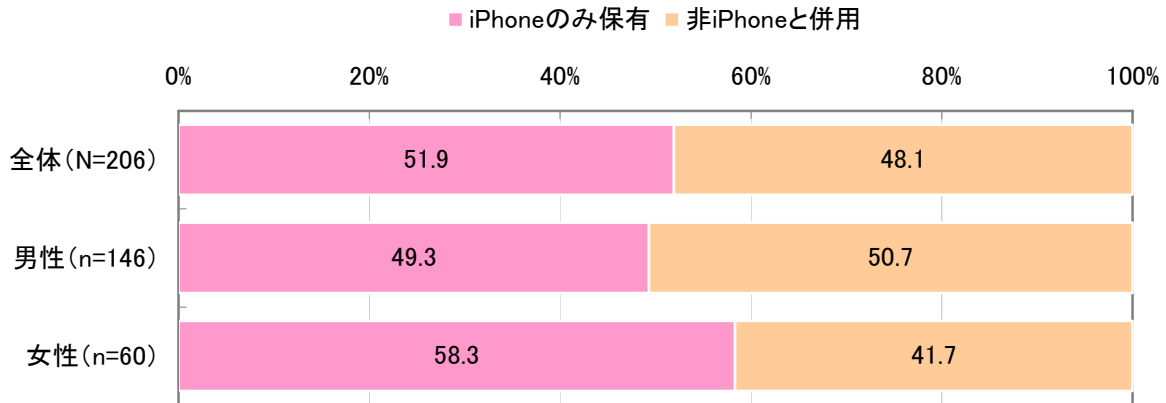


非iPhoneとの併用率とキャリア

Q. あなたは現在、以下の携帯電話(PHSを含む)を保有していますか。

【n=206※iPhoneユーザー】

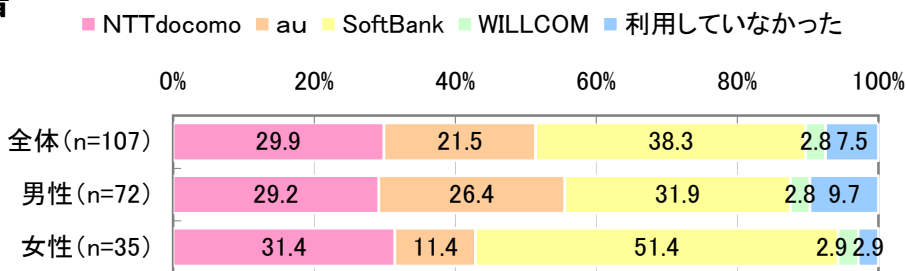
単一回答



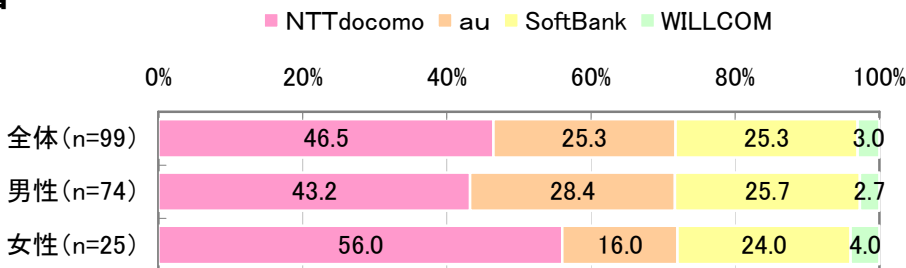
Q. あなたが現在保有しているiPhone以外の携帯電話(PHSを含む)、またはiPhone購入直前に保有されていたiPhone以外の携帯電話(PHSを含む)の種類(キャリア)を1つお答えください。

単一回答

iPhoneのみ保有者



iPhoneと非iPhoneの併用者

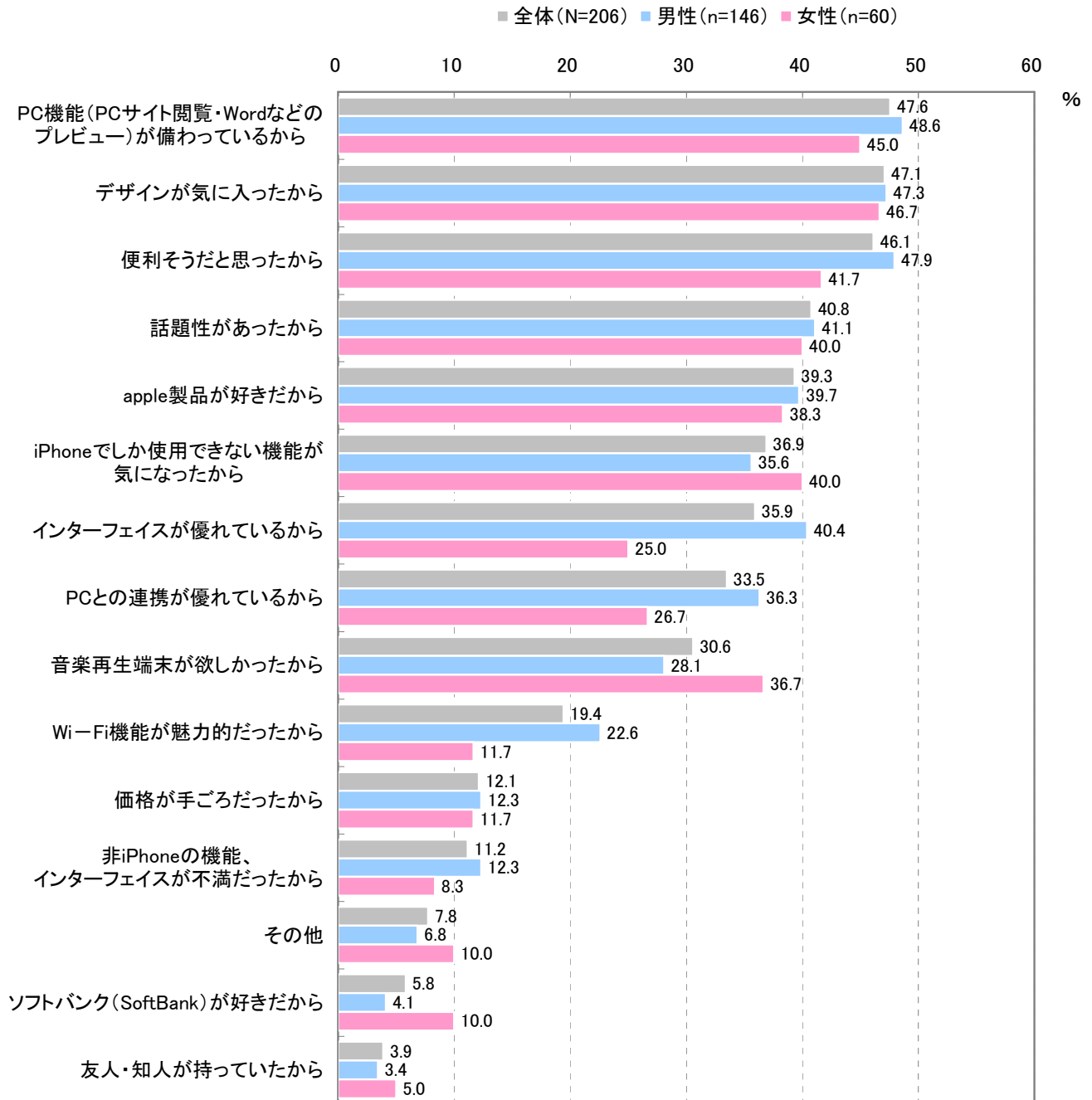


iPhone購入理由

Q. あなたがiPhoneを購入した理由はなんですか。

【n=206※iPhoneユーザー】

複数回答

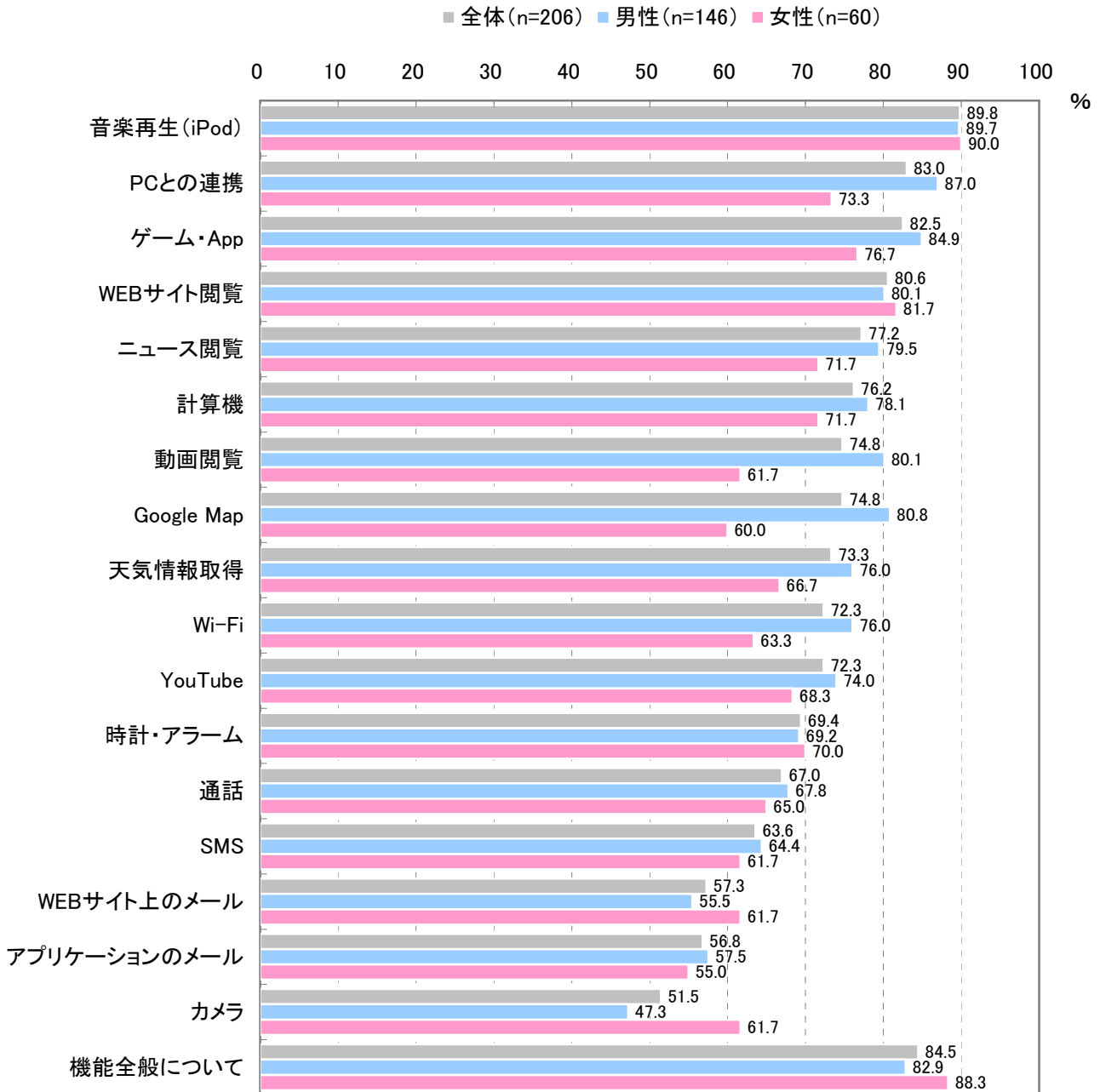


iPhone機能の評価

Q. あなたはiPhoneに搭載されている以下の機能についてどのように感じていますか。

【n=206※iPhoneユーザー】

複数回答

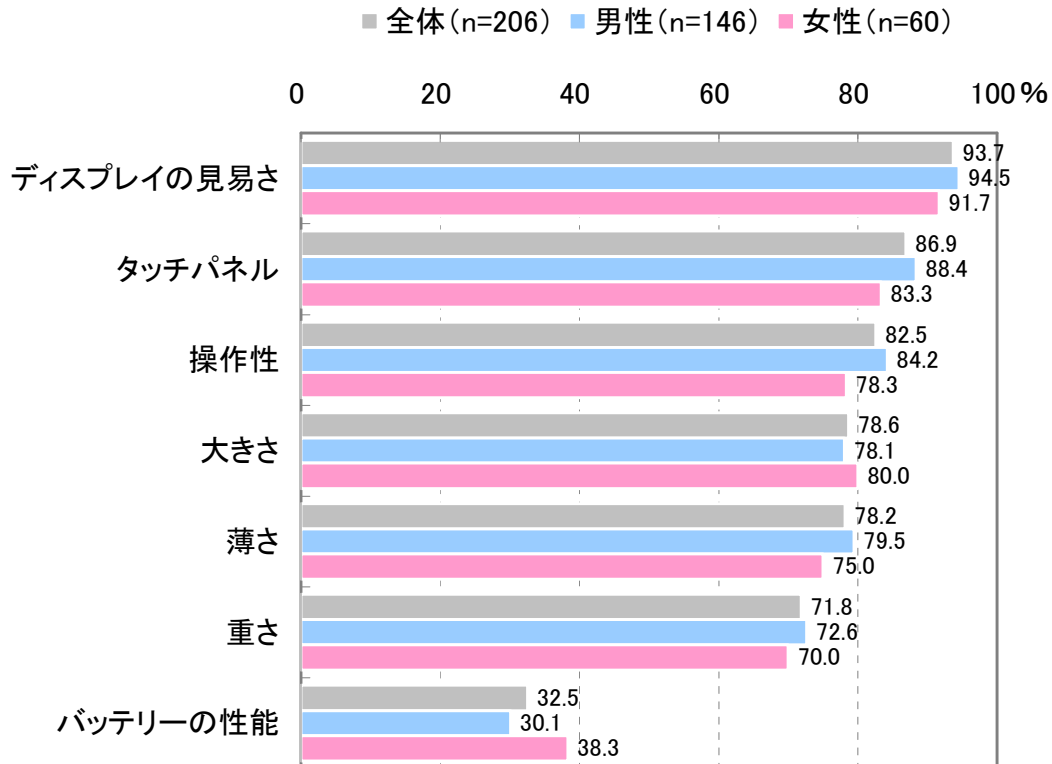


iPhoneの特徴の評価

Q. あなたは以下のiPhoneの特徴についてどのように感じていますか。

【n=206※iPhoneユーザー】

複数回答

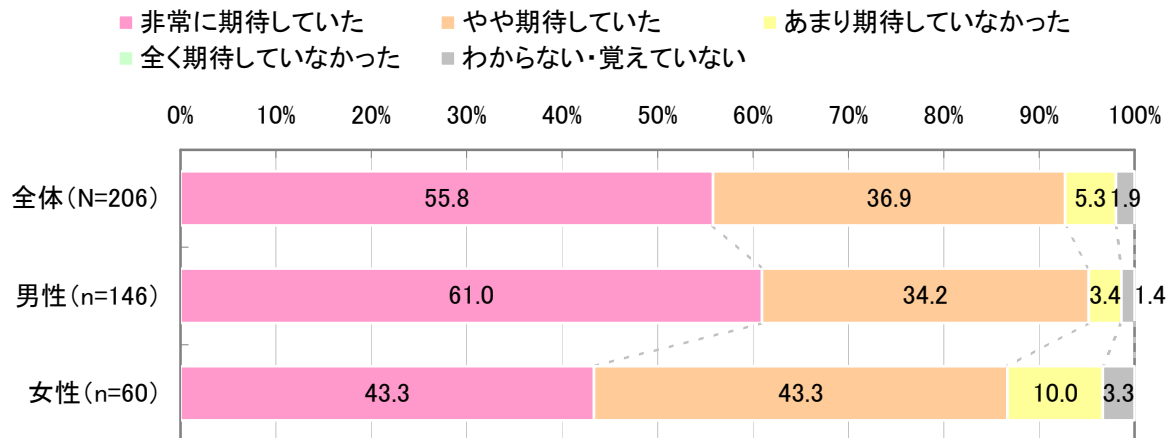


iPhoneに対する期待度と満足度

Q. あなたはiPhoneを購入する前、iPhoneに対してどの程度期待されていましたか。

【n=206※iPhoneユーザー】

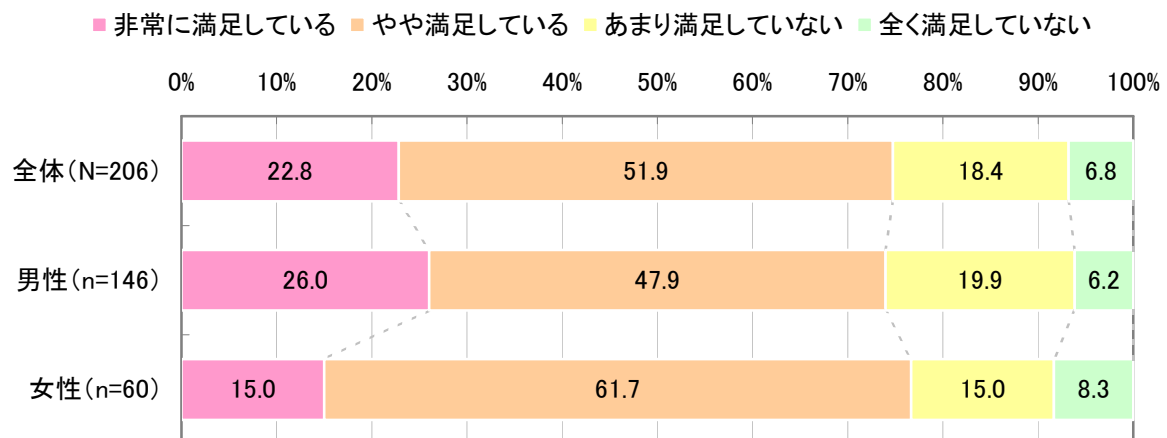
単一回答



Q. あなたは現在iPhoneに対しどの程度満足されていますか。

【n=206※iPhoneユーザー】

単一回答



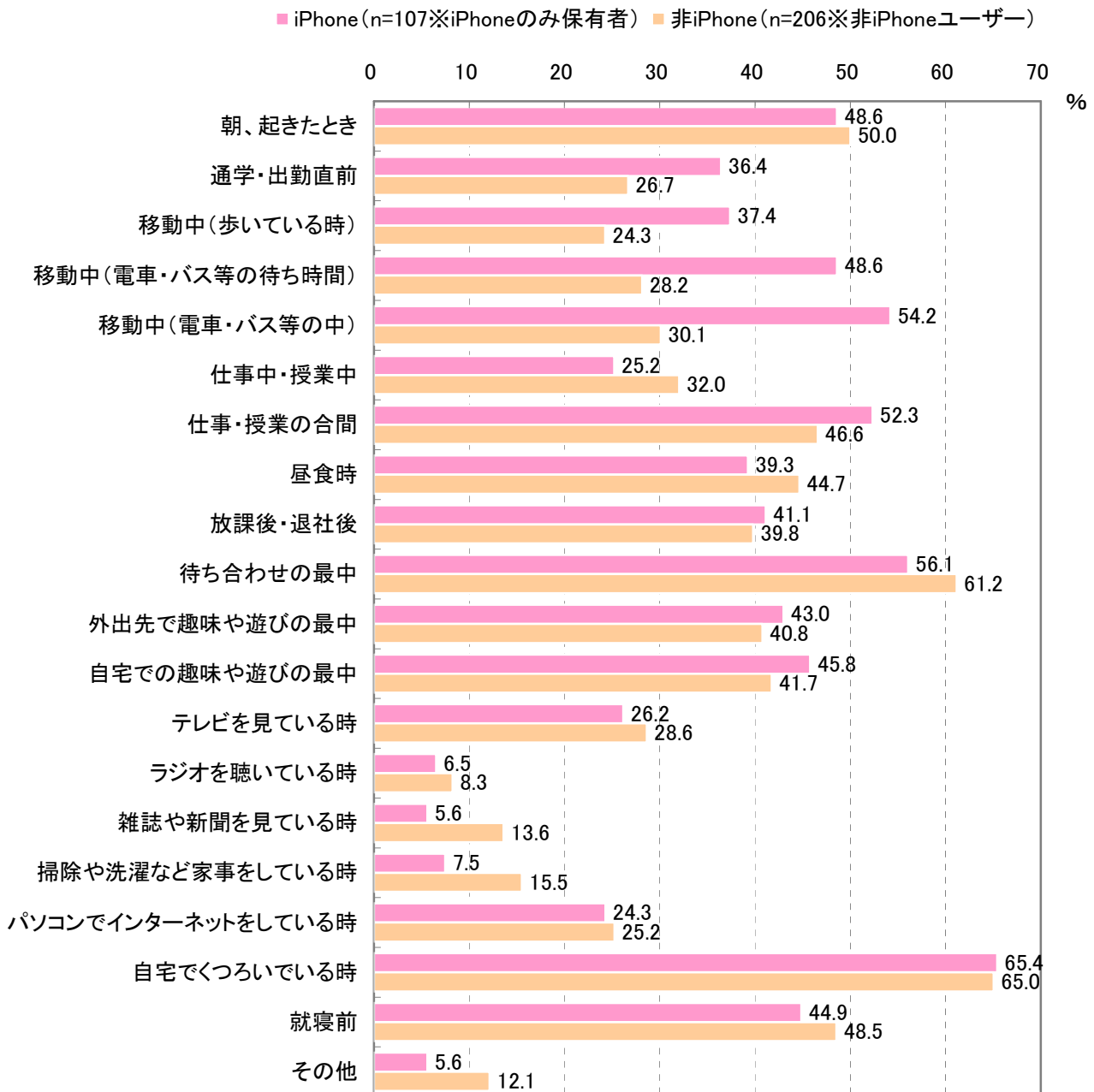
iPhoneと非iPhoneの利用時間帯比較

Q. あなたは普段iPhone、または携帯電話をどの時間帯に利用していますか。

【※iPhoneのみ保有者】

【※非iPhoneユーザー】

複数回答

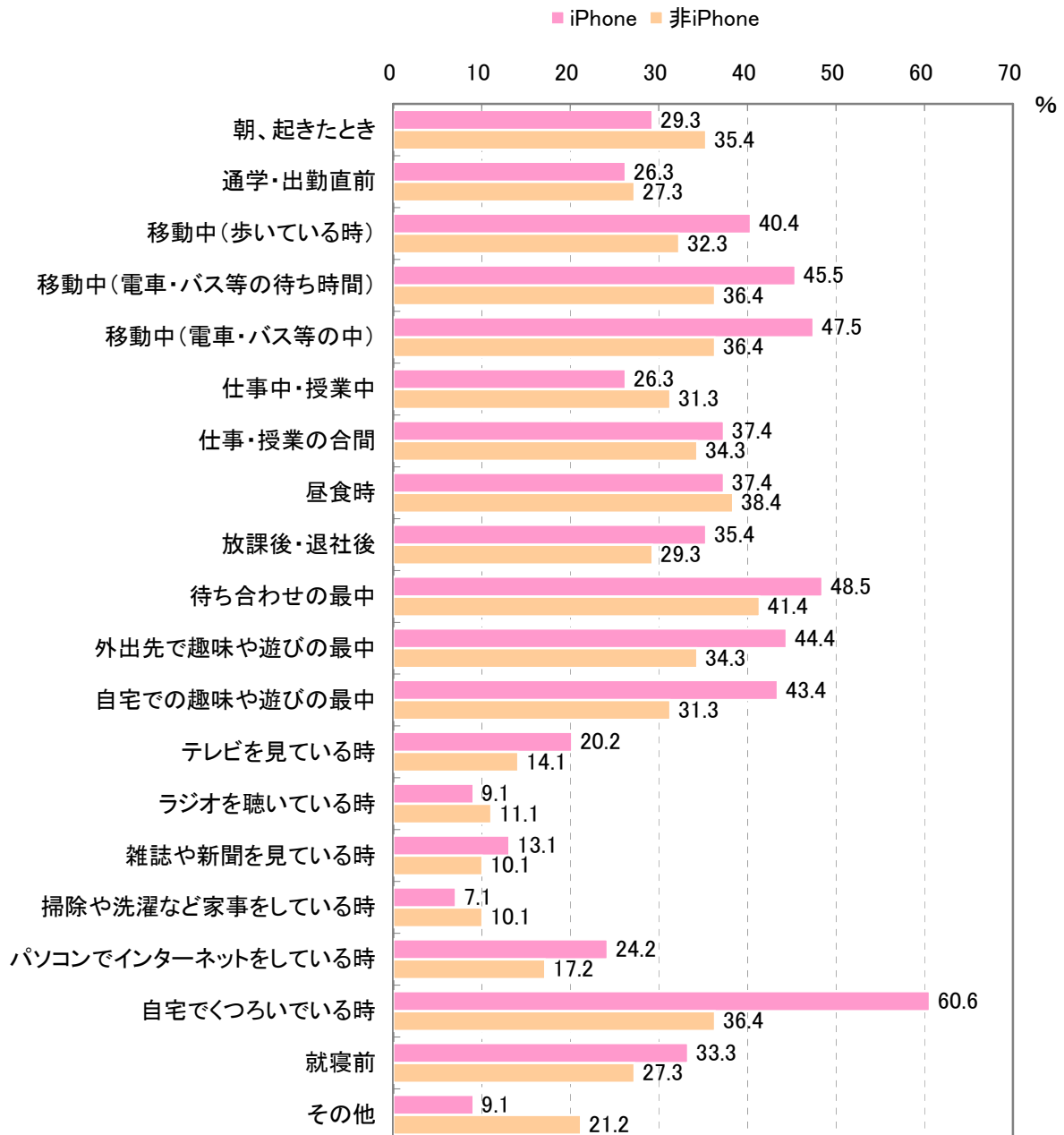


iPhoneユーザーにおける 非iPhoneとの時間別使い分け

Q. あなたは普段iPhone、または携帯電話をどの時間帯に利用していますか。

【n=99※iPhoneと非iPhone併用者】

複数回答



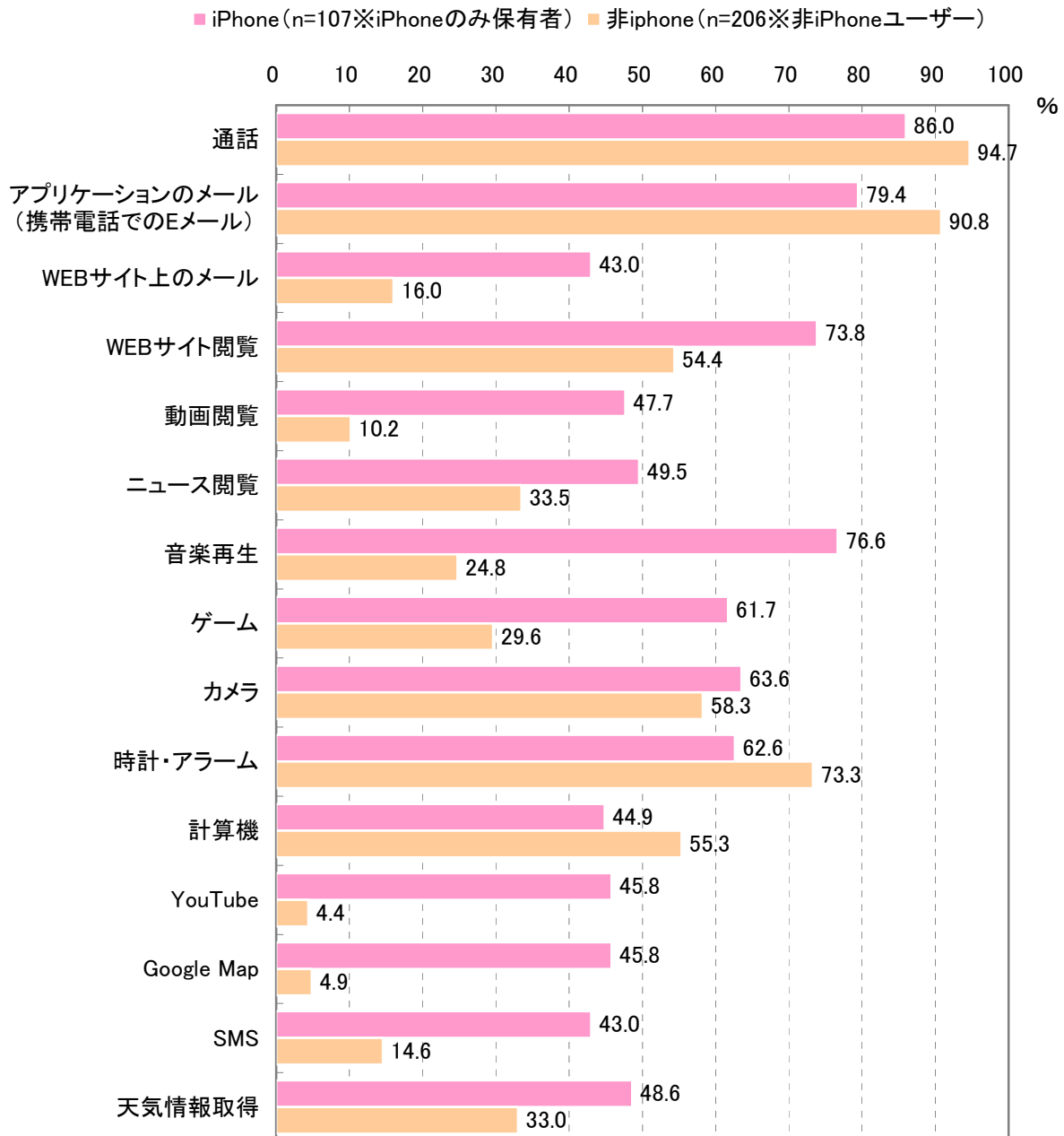
iPhoneと非iPhoneの利用機能比較

Q. あなたは普段iPhone、または携帯電話でどの機能を利用していますか。

【※iPhoneのみ保有者】

【※非iPhoneユーザー】

複数回答

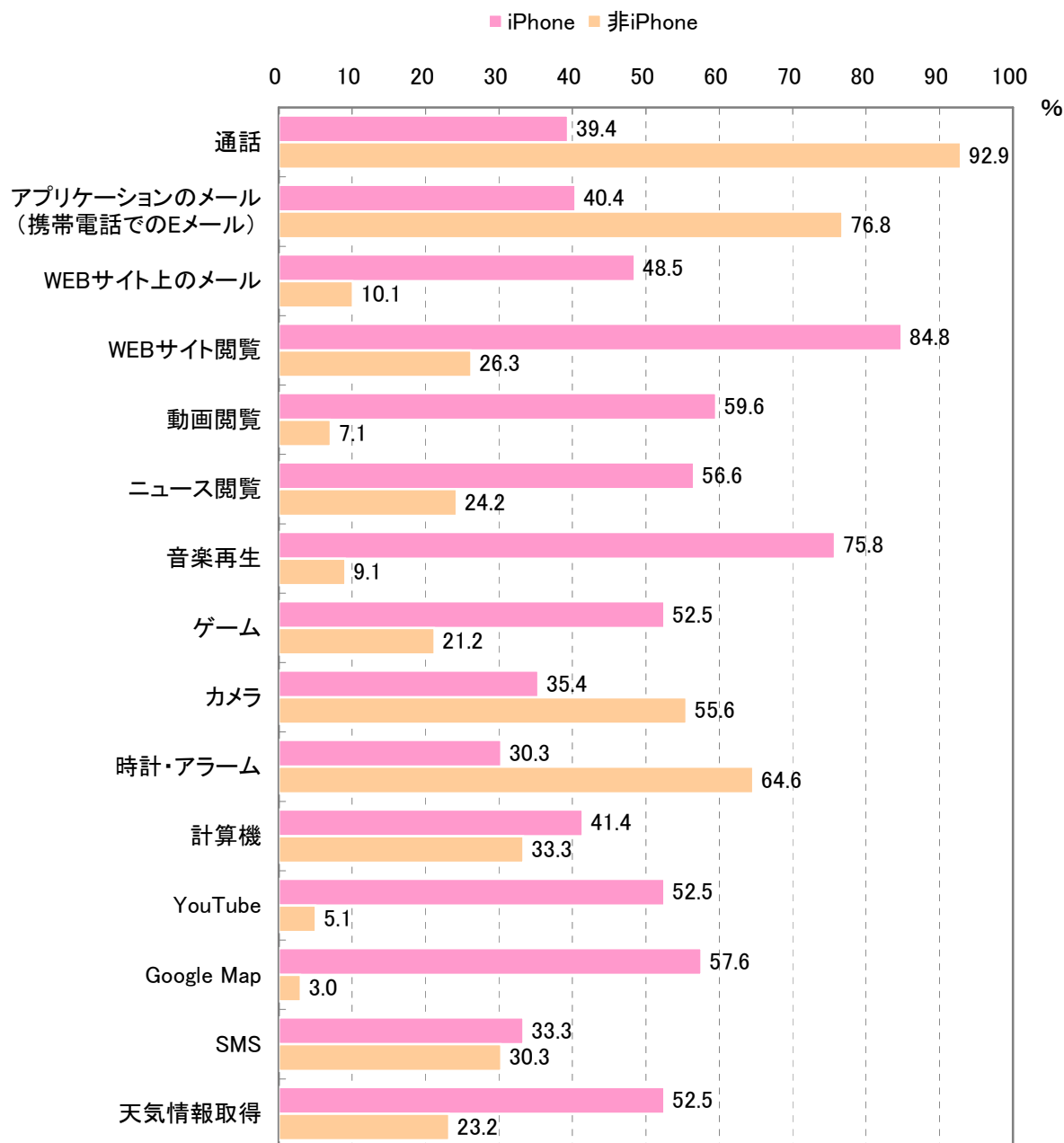


iPhoneユーザーにおける非iPhoneとの機能使い分け

Q. あなたは普段iPhone、または携帯電話でどの機能を利用していますか。

【n=99※iPhoneと非iPhone併用者】

複数回答

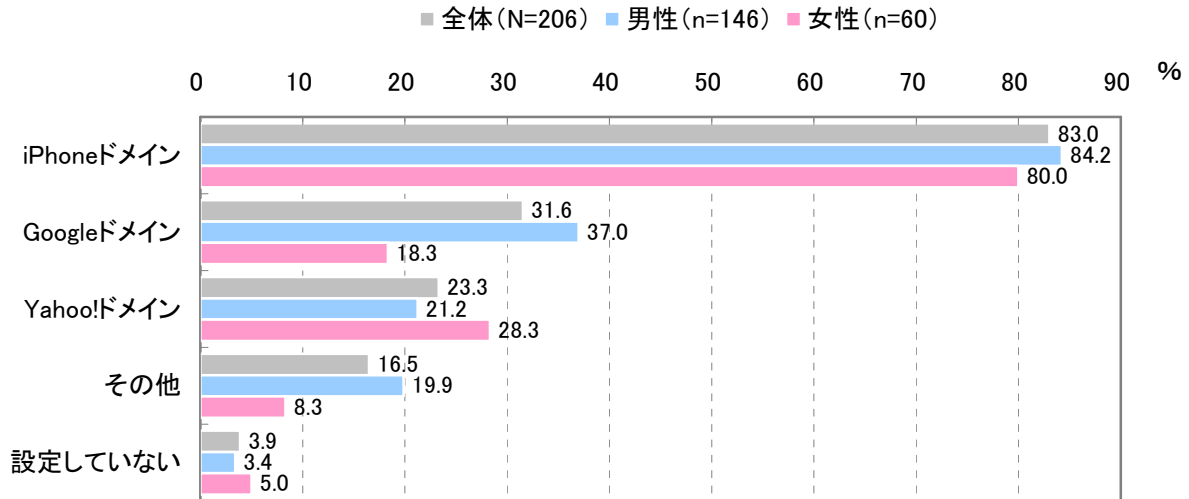


iPhoneでの設定メールアドレスとメルマガ受信頻度

Q. あなたは現在iPhoneのメールアプリケーションにどのメールアドレスを設定していますか。

【n=206※iPhoneユーザー】

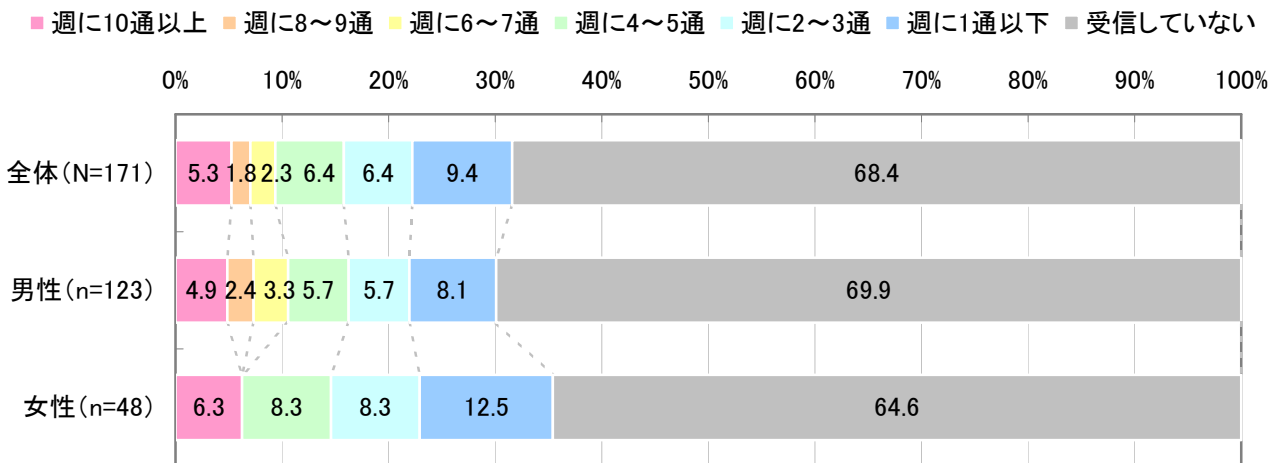
複数回答



Q. あなたは現在iPhoneのメールアドレス(xxx@i.softbank.jp)でメールマガジンを受信していますか。

【n=171※iPhoneドメイン設定者】

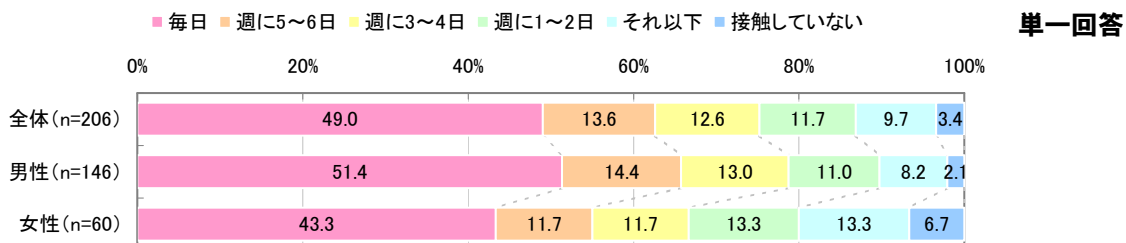
複数回答



iPhoneでのネット閲覧頻度および 情報メディア接触頻度

Q. あなたは普段、どの程度プライベートでiPhoneからインターネットを閲覧していますか。

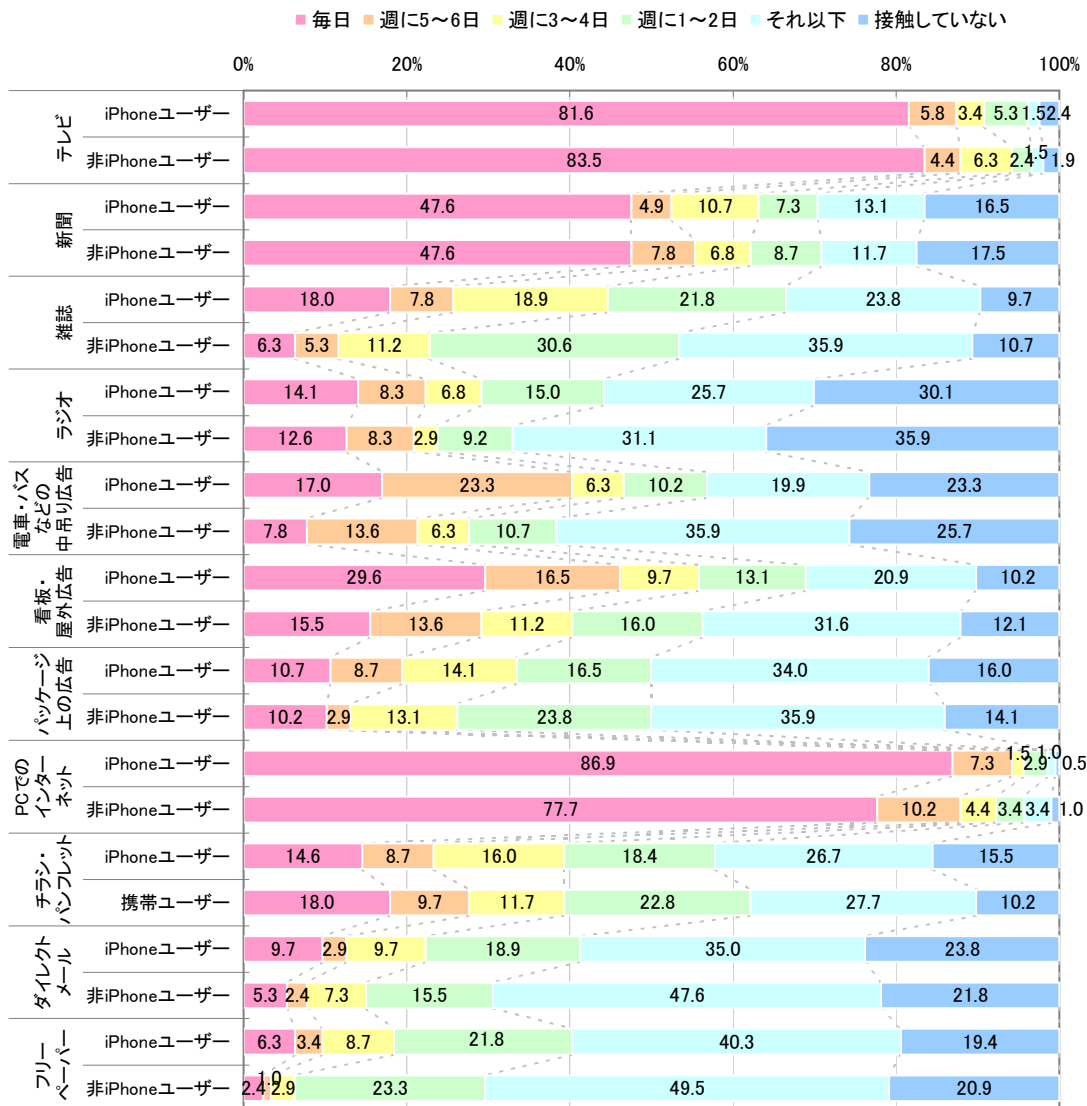
【n=206※iPhoneユーザー】



Q. あなたは普段、以下の情報媒体にどの程度プライベートで接触していますか。

【n=412】

単一回答

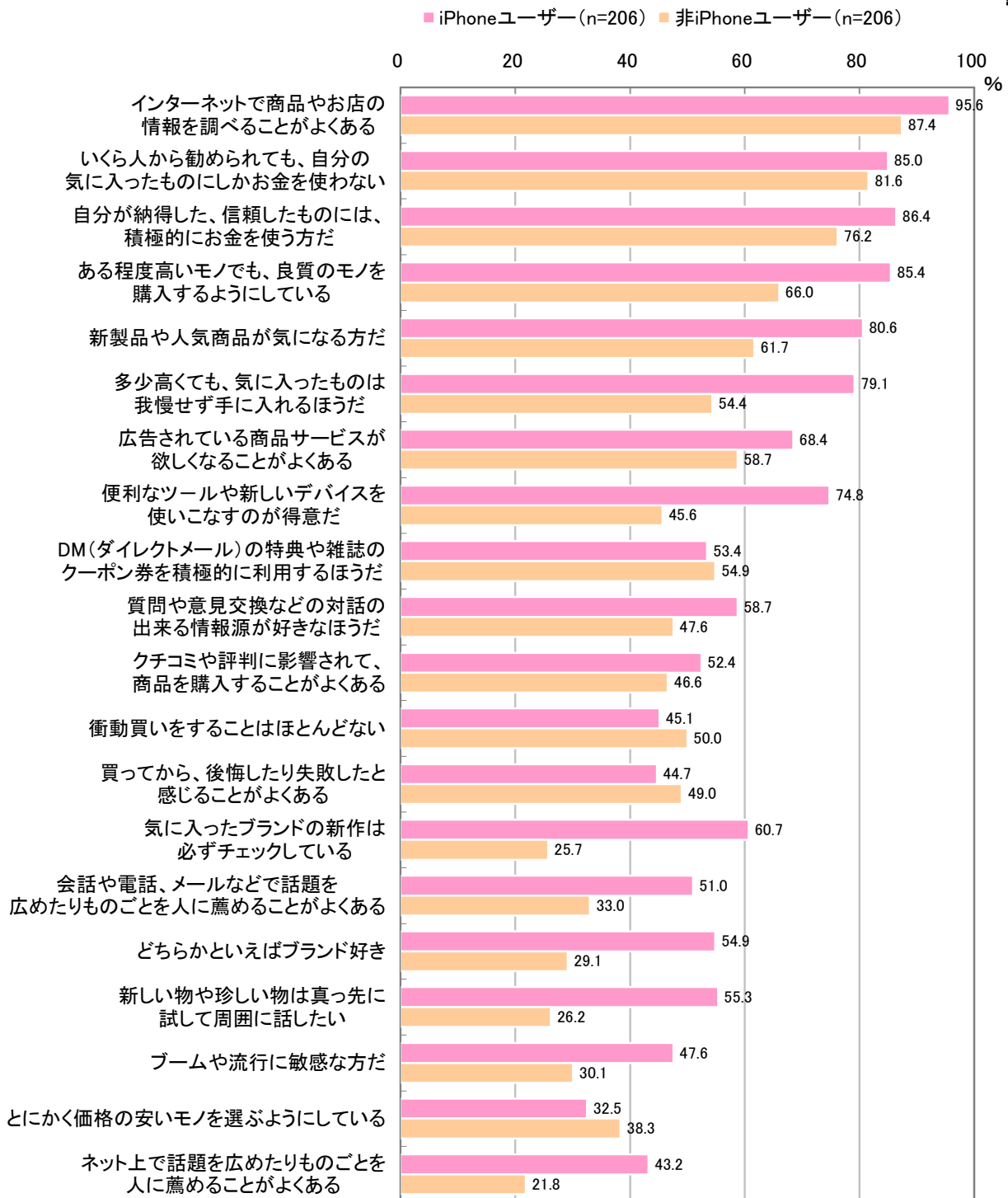


iPhoneユーザー、非iPhoneユーザーの消費・生活意識

Q. 以下の各項目について、ご自身はどの程度当てはまるとお考えですか。

【n=412】

均数回答



iPhoneユーザーの iPhone専用サイトに対する評価

iPhoneでのWEBサイト閲覧シーン

PCサイトとiPhoneサイトの違いの認識

iPhone専用サイトの良いところ

iPhone専用サイトの悪いところ

iPhone専用サイトとPCサイトのユーザビリティ比較

iPhoneでのブックマーク数

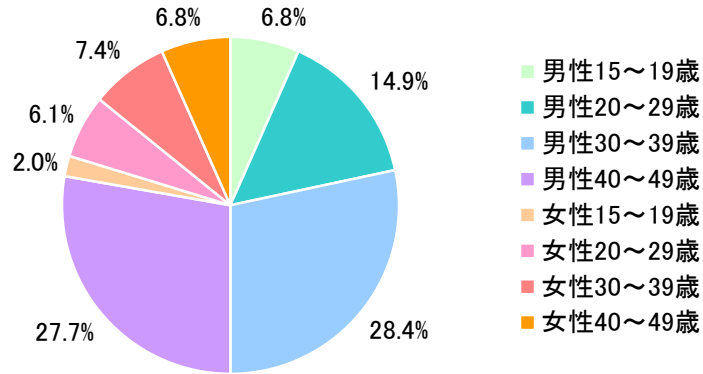


■調査概要

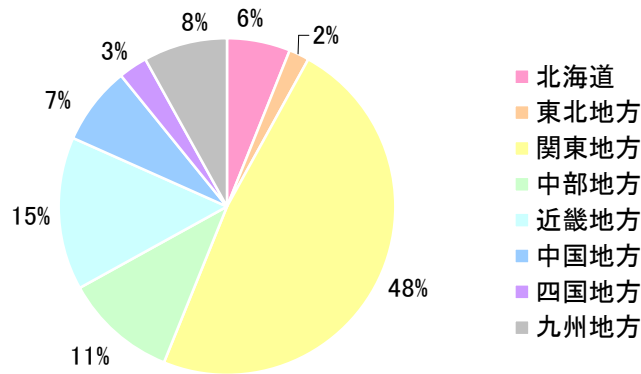
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～49歳のiPhoneを保有する男女
※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数: 148サンプル
- ・調査日時 : 2008年12月3日～12月8日

回答者プロフィール

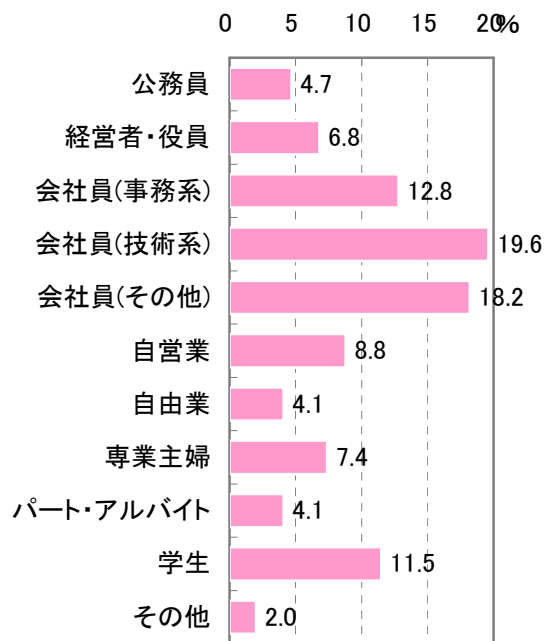
性年代(n=148)



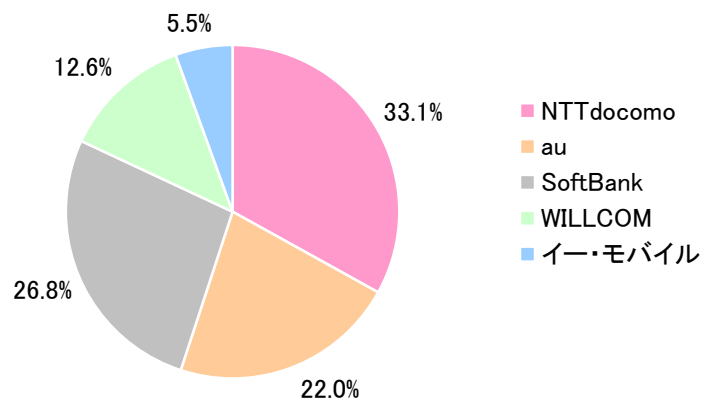
居住地域(n=148)



iPhoneユーザー職業(n=148)



iPhoneと併用している携帯電話のキャリア(n=127)

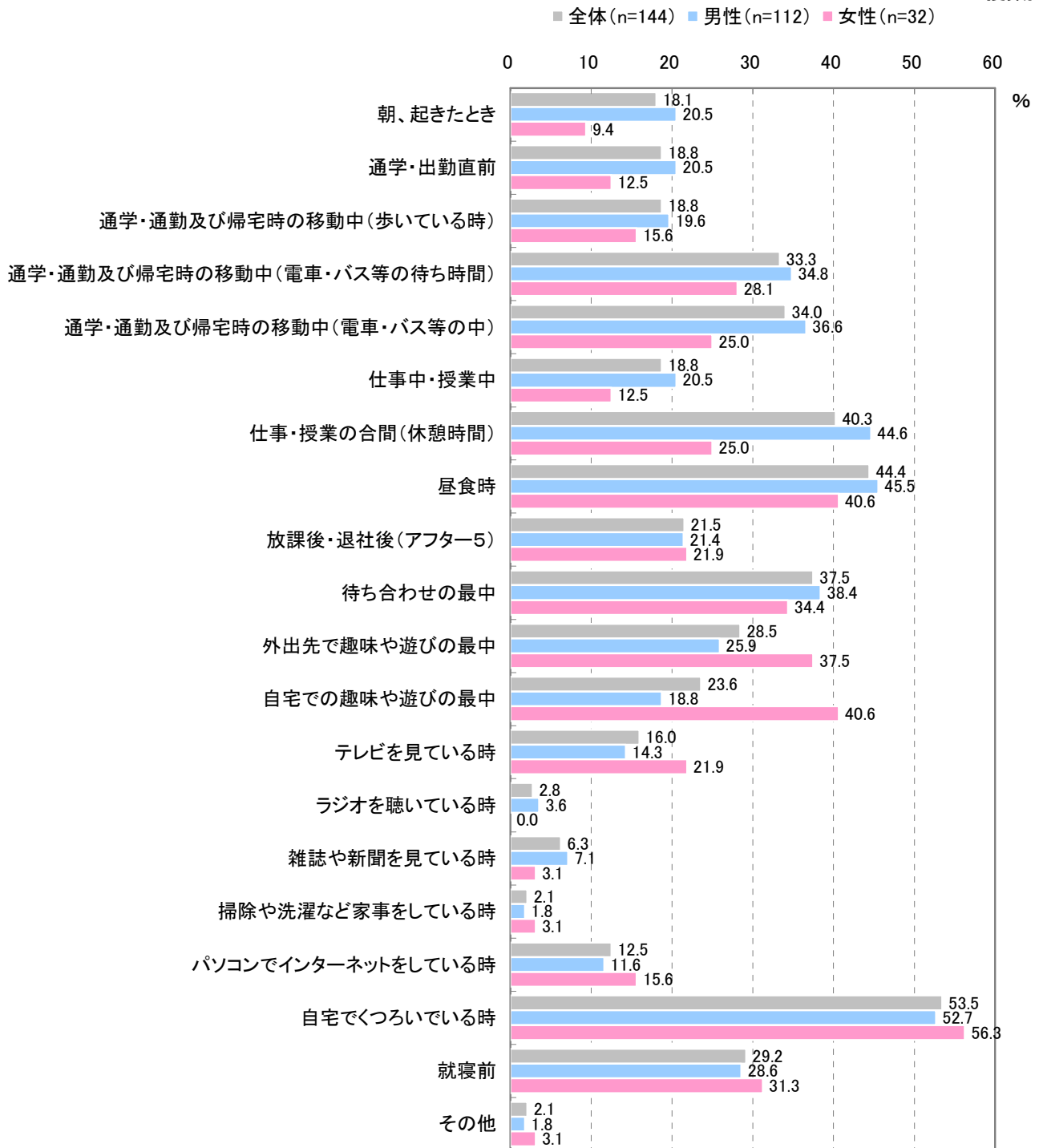


iPhoneでのWEBサイト閲覧シーン

Q. あなたが普段よくiPhoneでWEBサイトを閲覧しているシチュエーションを以下より全てお答え下さい。

【n=144※iPhoneでのWEBサイト閲覧者】

複数回答

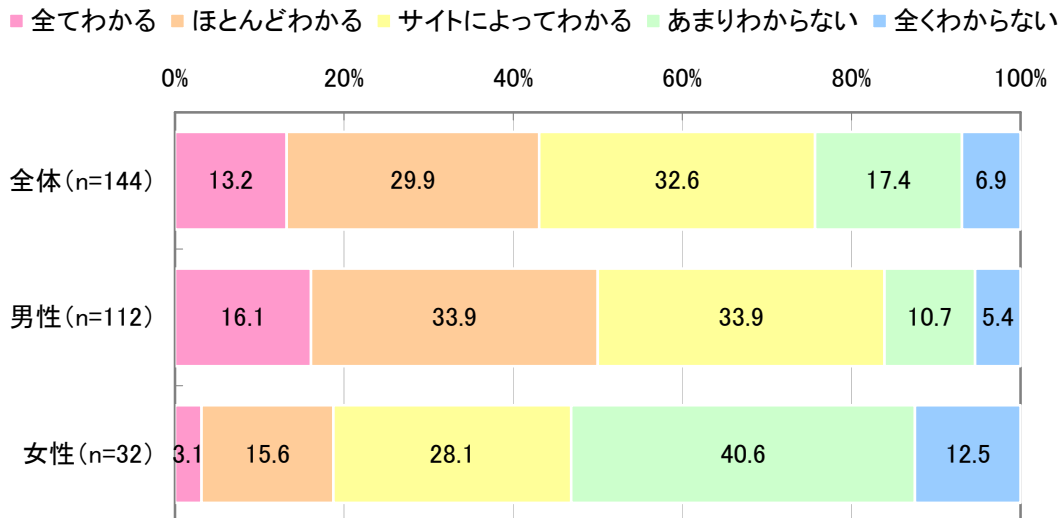


PCサイトとiPhoneサイトの違いの認識

Q. あなたはiPhoneでWEBサイトを閲覧しているときiPhone専用サイトとPCサイトの違いがわかりますか？

【n=144※iPhoneでのWEBサイト閲覧者】

単一回答

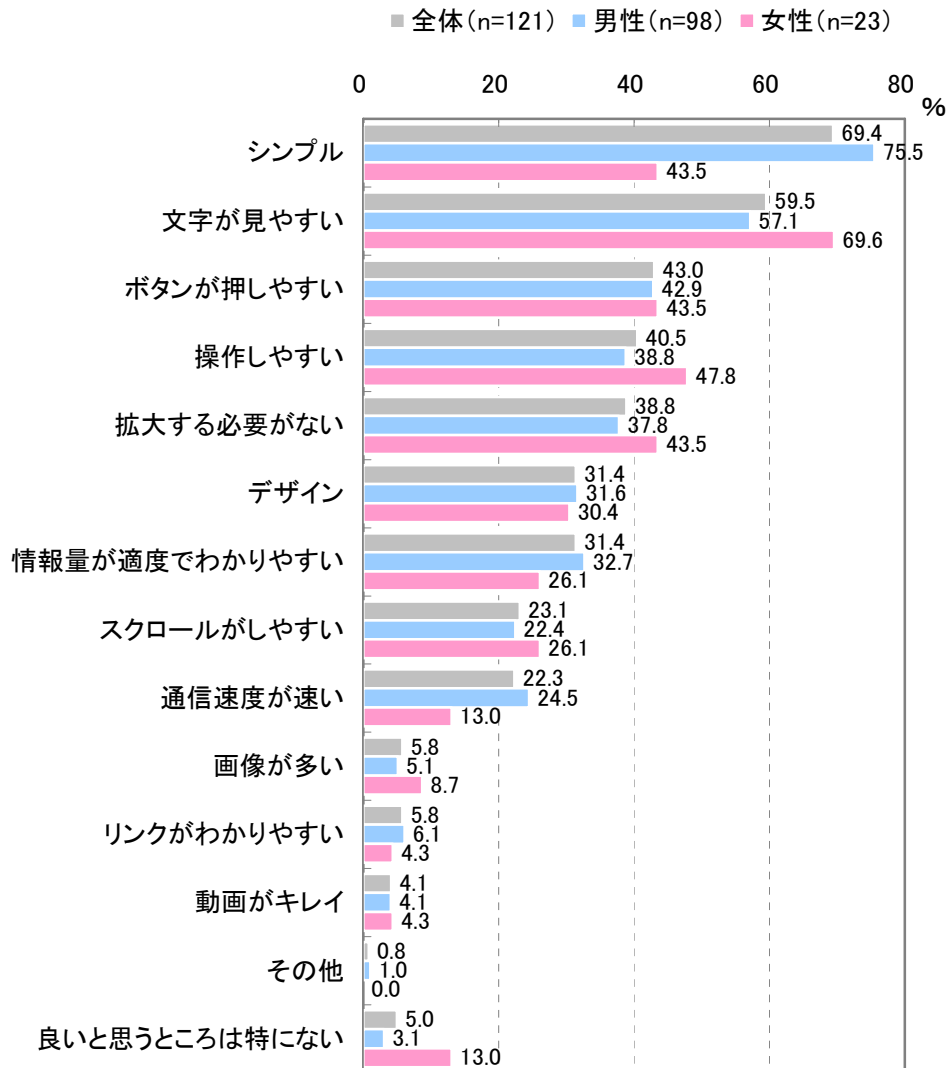


iPhone専用サイトの良いところ

Q. あなたがiPhone専用サイトについて良いと思うところはどこですか？

【n=121※iPhone専用サイト閲覧経験者】

複数回答



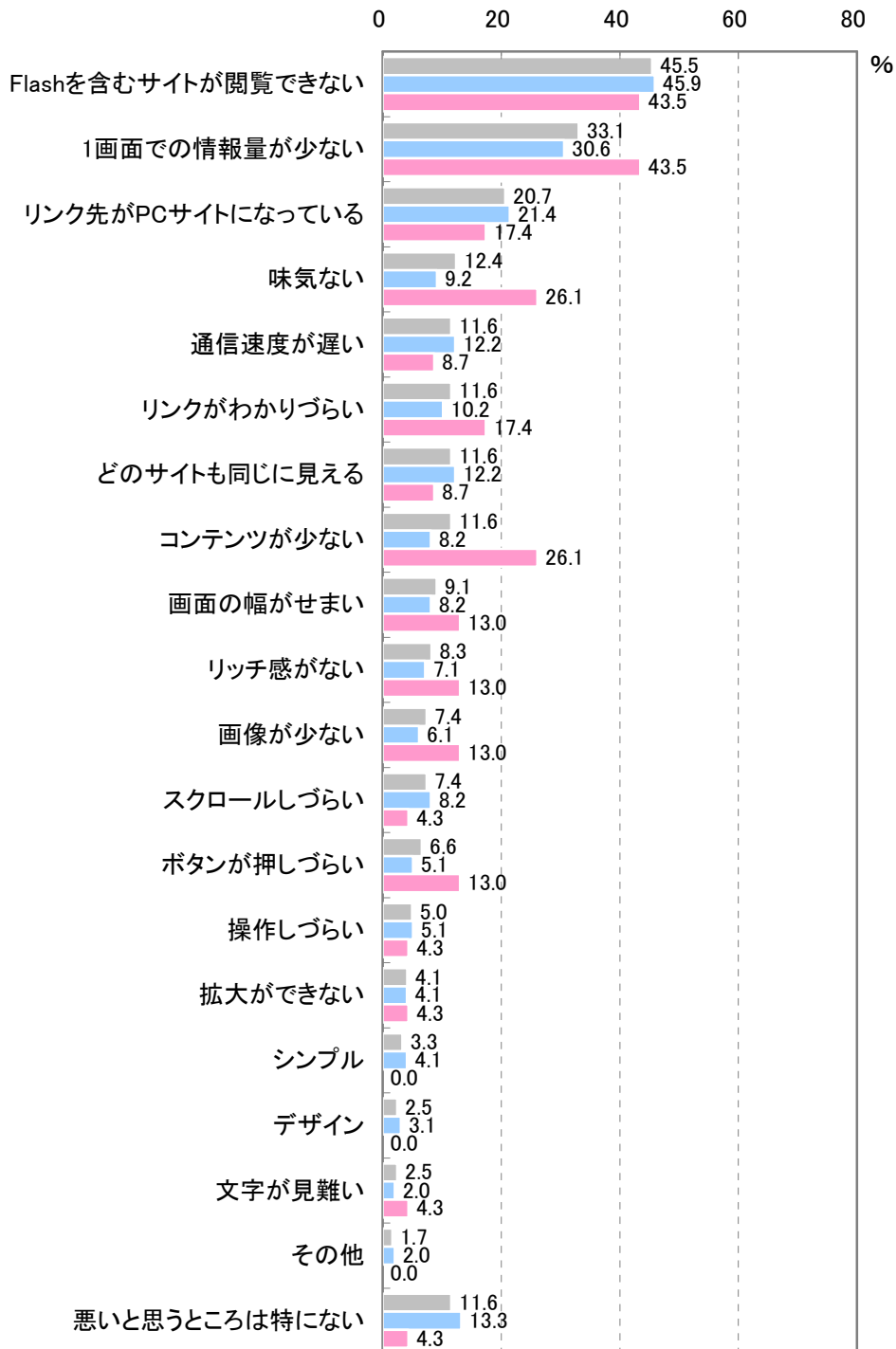
iPhone専用サイトの悪いところ

Q. あなたがiPhone専用サイトについて悪いと思うところはどこですか？

【n=121※iPhone専用サイト閲覧経験者】

■ 全体(n=121) ■ 男性(n=98) ■ 女性(n=23)

複数回答



iPhone専用サイトとPCサイトのユーザビリティ比較

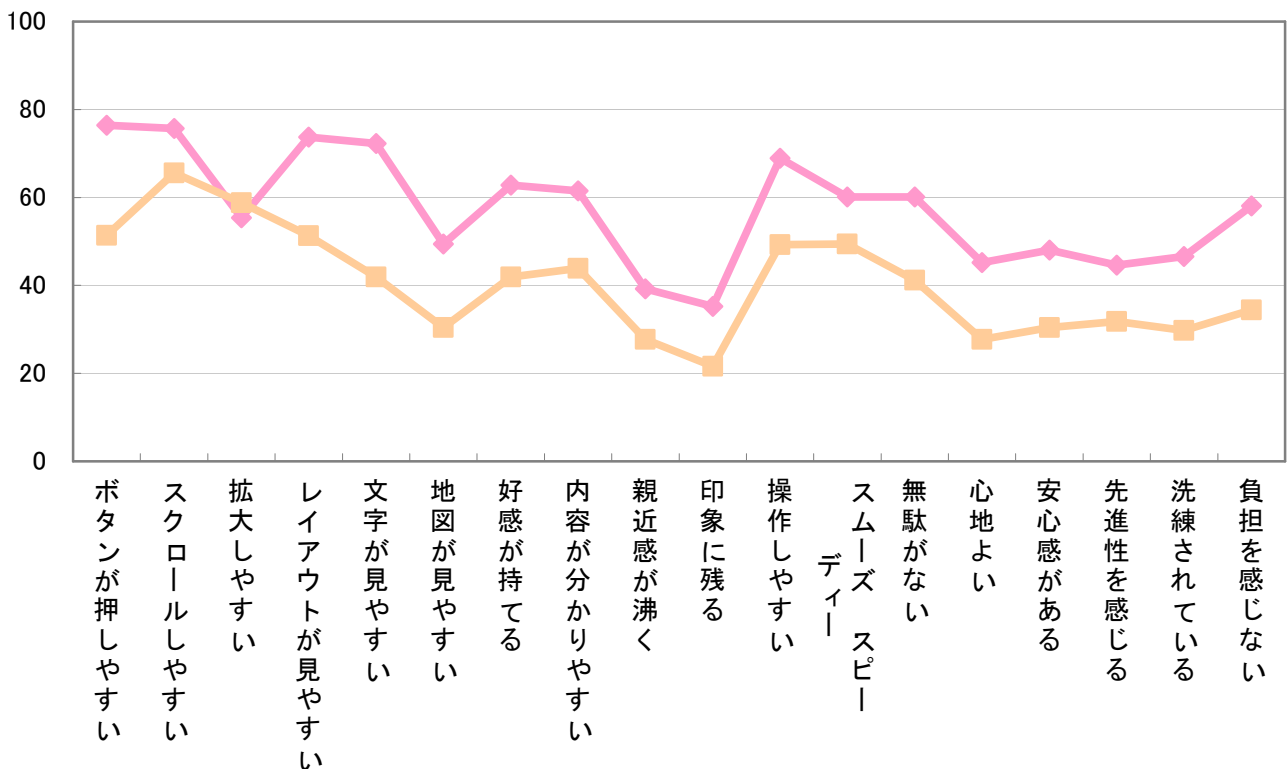
Q. 右図「iPhone専用サイト」と「PCサイト」について、あなたが感じたことをそれぞれお答え下さい。

iPhone専用サイト

PCサイト



◆ iPhone専用サイト ■ PCサイト



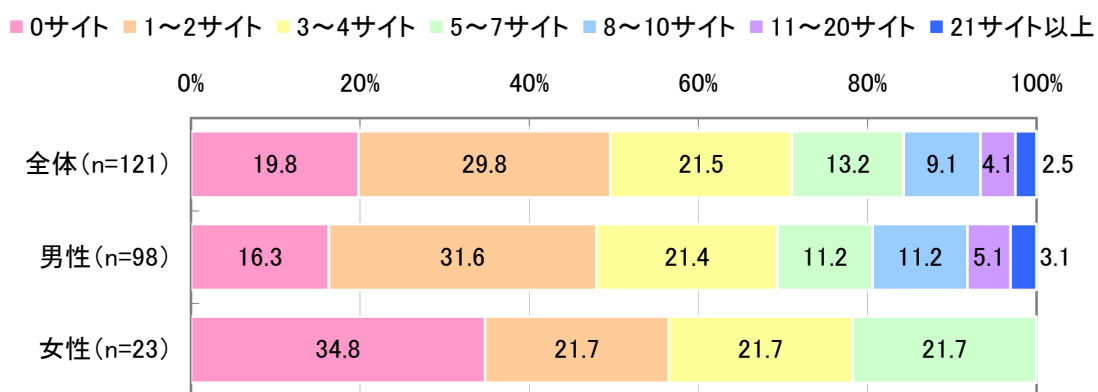
iPhoneでのブックマーク数

Q. あなたはiPhoneでブックマークしているサイトはありますか？
PCサイト、iPhone専用サイトそれぞれのサイト数をお答え下さい。

iPhone専用サイト

【 n=121※iPhone専用サイト閲覧経験者】

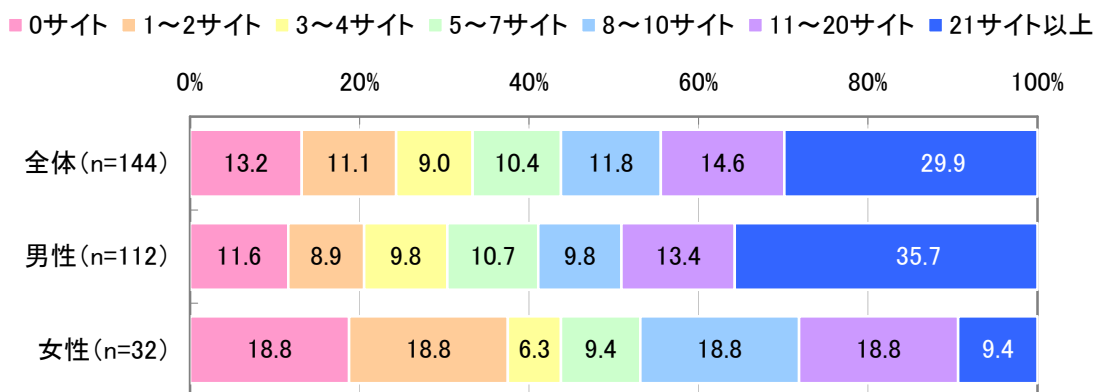
単一回答



PCサイト

【 n=144※iPhoneでのWEBサイト閲覧者】

単一回答



■調査企画 株式会社IMJモバイル

■調査実施 株式会社IMJモバイル

■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/>

事業開発室 担当:森、嶋田

TEL:03-5759-0188 E-mail:jk@imjmobile.co.jp

■報道関係のお問い合わせ先

株式会社IMJモバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>

広報IRグループ 担当:森竹

TEL:03-5759-0177 E-mail:press@imjmobile.co.jp