

【報道関係者各位】

平成 19 年 6 月 26 日  
株式会社 MJ モバイル  
東京都品川区西五反田 2-28-5  
代表取締役社長 廣田 武仁

## 携帯でのクチコミ実態調査

～携帯でのクチコミはどれだけ影響力があるのか？～  
携帯ブログの利用は 15%、携帯での SNS の利用は 11%  
携帯クチコミの主役は 10 代女性

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都品川区 代表取締役社長：榎野 孝人）のグループ会社である株式会社 IMJ モバイル（本社：東京都品川区 代表取締役社長：廣田 武仁 以下、IMJM）と調査会社の株式会社ユーティル（本社：東京都千代田区 代表取締役：宇田川 信雄）は、「携帯コンテンツの利用実態調査」を実施いたしました。

調査期間は 2007 年 5 月 17 日～5 月 19 日、有効回答数は 1,117 名から得られました。

最近、携帯によるクチコミ活用が多く企業の、とりわけ販促・マーケティング担当者間で注目され、携帯のクチコミ効果の有用性に関心が高まっています。IMJM では、「携帯クチコミ」を企業様のマーケティング・プロモーション戦略のひとつとして効果的に活用するためのご提案及び、サイト構築・運営サービスを提供しております。

今回は、携帯ユーザーのクチコミ活動の実態を把握することを目的に、携帯でのブログや SNS 利用、メールによるクチコミ経験について調査致しました。これによると、携帯ユーザーの 35% が携帯メールによるクチコミを行い、1 割以上が携帯のブログや SNS への投稿を経験していました。特に 10 代女性のクチコミ行動が顕著で、5 割以上が携帯メールでのクチコミを行い、ブログへの書き込み経験も 4 割以上に達していました。10 代女性が、携帯によるバイラルの主役であることが伺える結果となりました。また、メディア接触後の携帯接触態度では、3 割以上が「テレビ視聴」「新聞・雑誌の閲覧」「パソコンでのネット」後に、「知人・友人にメールを送る」「関連するサイトを検索する」「関連するサイトを閲覧する」など、何らかの行動を起こすと回答しました。

### 【調査結果のトピック】

携帯ブログ利用は 15%、携帯 SNS 利用は 11%

10 代女性の 5 割以上が携帯メールでクチコミ、4 割以上が携帯ブログに書き込み

全体の 35% が携帯メールでクチコミ、1 割以上がブログや SNS へ投稿

最もクチコミされる商品・サービスは「映画・音楽」（75%）

37% がテレビを見た後に携帯と接触

「携帯コンテンツの利用実態調査」

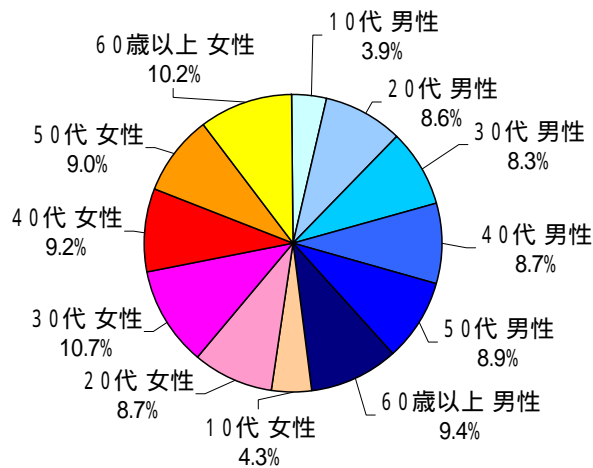
【調査結果詳細】

調査概要

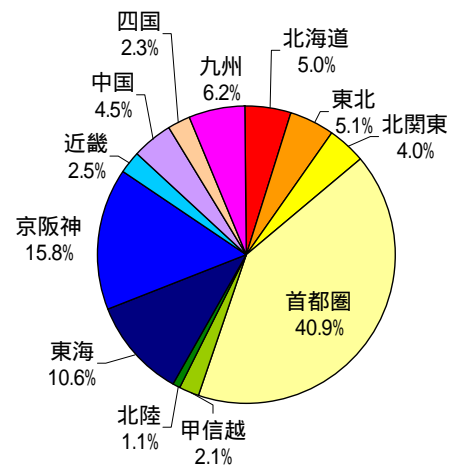
- ・調査方法： インターネットリサーチ
- ・調査地域： 全国
- ・調査対象： 15歳以上、男女のBIGLOBE調査モニタ
- ・有効回答数： 1,117サンプル
- ・調査日時： 2007年5月17日～2007年5月19日
- ・調査機関： 株式会社ユーティル

回答者プロフィール

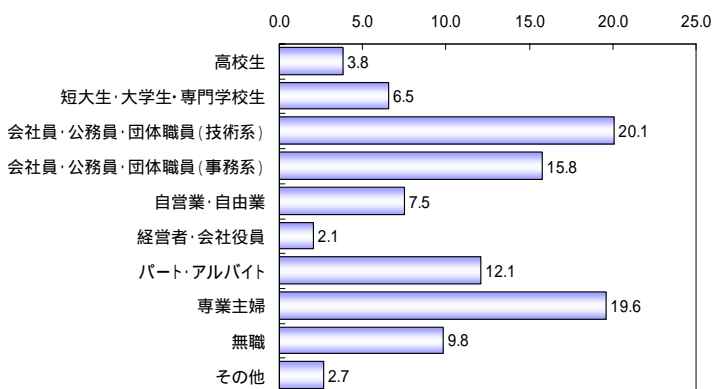
性・年代別 (n=1,117)



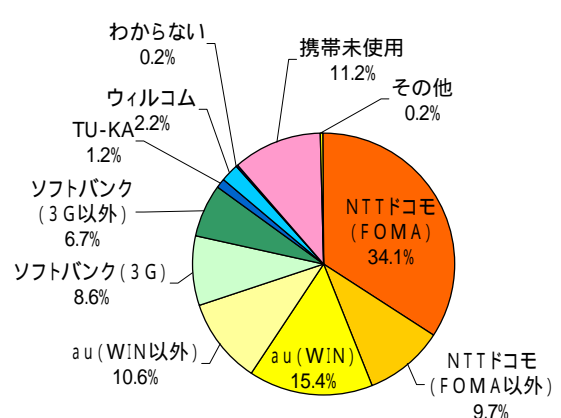
居住地域 (n = 1,117)



職業 (n = 1,117)



保有携帯キャリア (n = 1,117)

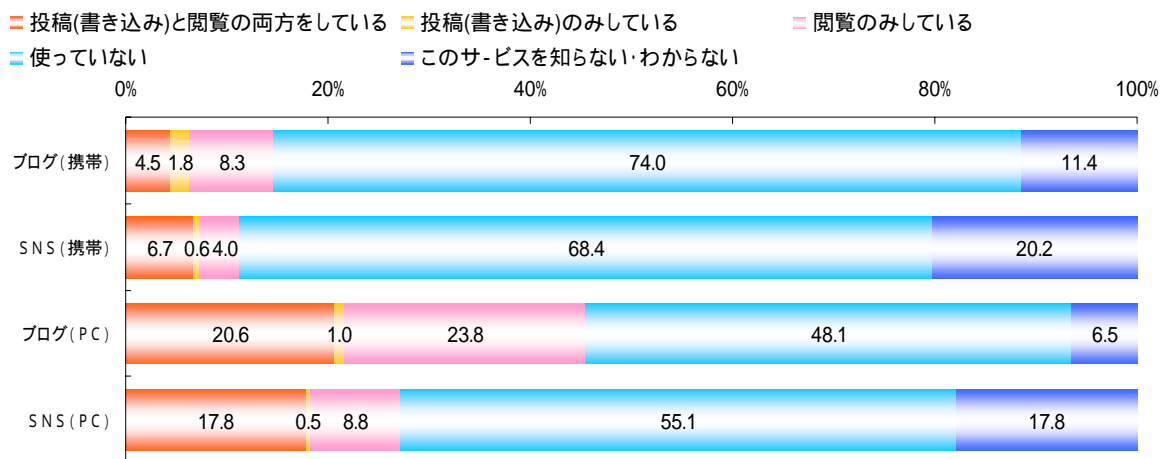


## 携帯ブログを 15%が利用、SNS の利用は 11%

携帯及びPCでの SNS とブログの利用を尋ねたところ、携帯ブログの認知は 89% ( PCは 94% )、利用は 15%( PCは 45% )となりました。また、携帯 SNS の認知は 80%( PCは 82% )、利用は 11% ( PCは 27% )でした。携帯ブログはPCの 3 割程度、携帯 SNS はPCの 4 割程度まで利用が拡大している。

【図 1】SNS・ブログの利用状況

【n = 988 携帯サイト利用者】

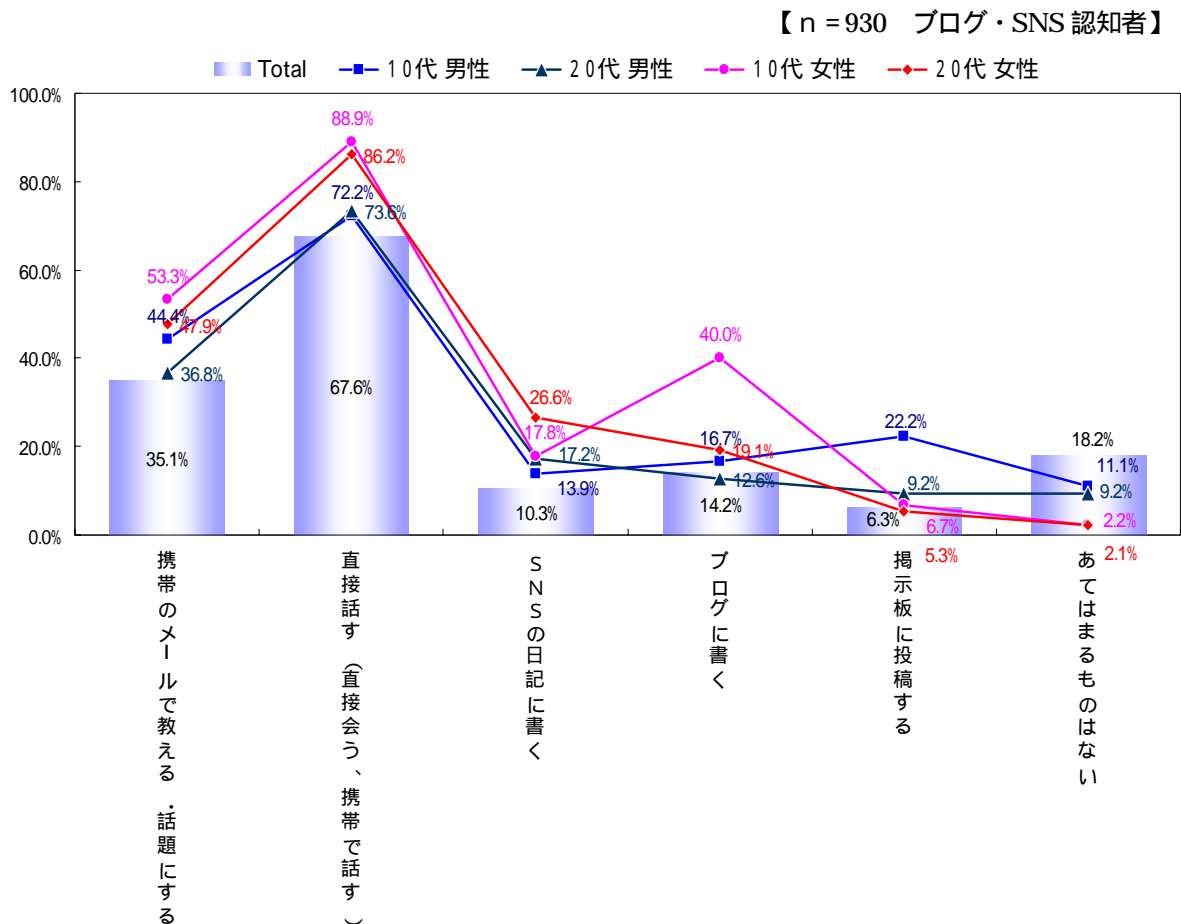


10代女性の約5割が携帯メールでクチコミ、4割が携帯ブログに書込み  
全体の35%が携帯メールでクチコミ、1割以上がブログやSNSへ投稿

新商品・サービスに関して、友人・知人へのクチコミ方法について尋ねたところ、全体で「直接話す」(68%)が最も高く、次いで「携帯のメールで教える・話題にする」(35%)、「ブログに各」(14%)でした。

また、10代女性のクチコミ行動は全世代の中で最も高い傾向にあり、クチコミの影響が最も高い層であることが伺える。特に、ブログ(40%)の利用が他の世代と比べ際立って高い。また、20代女性の「SNSの日記に書く」(27%)、10代男性の「掲示板に投稿する」(22%)が他の世代と比べて高い。

【図2】新商品や新サービスの友人・知人に対するクチコミ行動実態（複数回答）



Total は 10代~60代全体の平均値

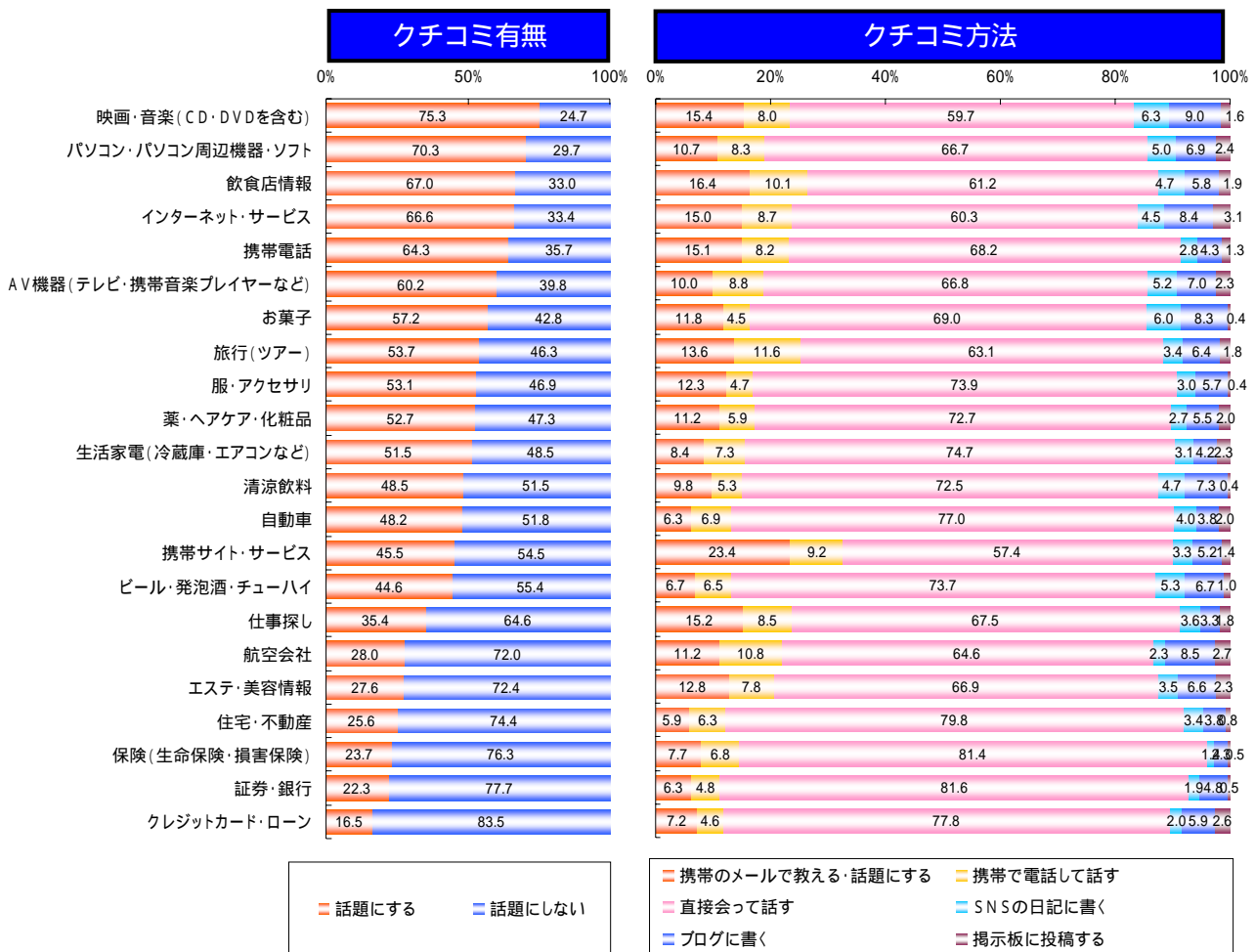
最もクチコミされる商品・サービスは「映画・音楽」(75%)、次いで「パソコン・周辺機器・ソフト」(70%)、「飲食店情報」(67%)

新商品やサービスのクチコミ行動の有無と、クチコミ方法を尋ねたところ、クチコミの影響が最も高い商品・サービスは「映画・音楽(CD・DVDを含む)」75%、次いで「パソコン・パソコン周辺機器・ソフト」70%、「飲食店情報」67%でした。

携帯メールによって最もクチコミされる商品・サービスは、「携帯サイト・サービス」(23%)次いで、「飲食店情報」(16%)「仕事探し」「携帯電話」(15%)でした。また、投稿行為(SNS・ブログへの書込み、掲示板への投稿)される商品・サービスは、「映画・音楽」(17%)が最も高く、次いで「携帯電話」(16%)「AV機器及」「お菓子」(15%)でした。

【図3】知人や友人にクチコミをする新商品やサービスと主なクチコミ方法(単一回答)

【n = 930 SNS・ブログ認知者】



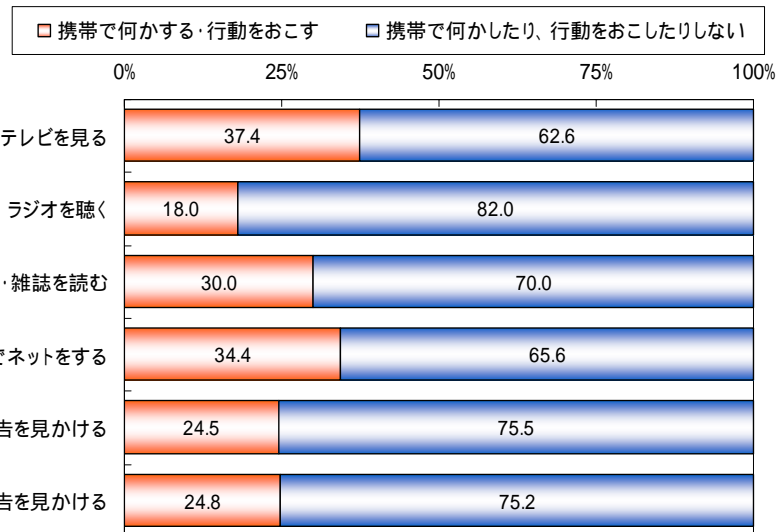
## 37%がテレビを見た後に携帯と接触 電車の中や街中での広告接触後に、検索して関係するサイトを閲覧

メディア接触後の携帯接触について尋ねたところ、「携帯で何かをする・行動をおこす」動機となるメディアは、「テレビを見る」(37%)が最も高く、次いで「パソコンでネットする」(34%)、「新聞・雑誌を読む」(30%)でした。

また、いずれのメディア接触後の携帯接触においても、「携帯のメールで知人・友人にメールする」が最も高い接触行動となっており、メールによるクチコミ行動が活発に行われていることが伺える。

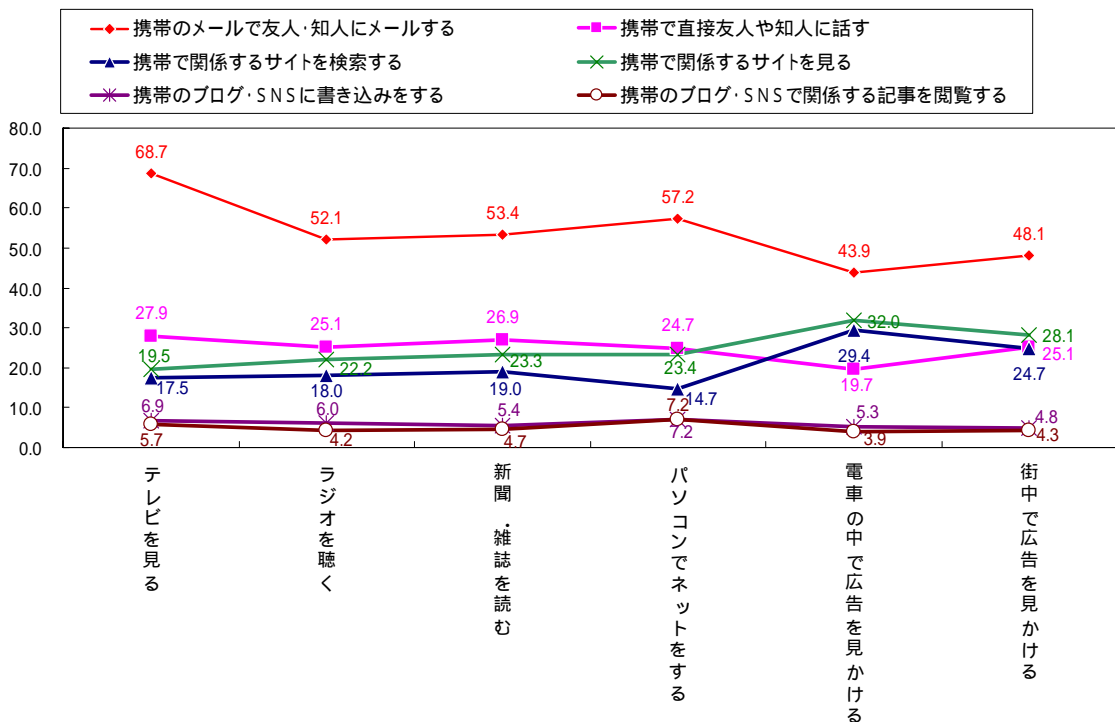
【図4】メディア接触後の携帯利用とクチコミ行動の有無（単一回答）

【n = 930 SNS・ブログ認知者】



【図5】メディア接触後の携帯利用とクチコミ行動の手段（複数回答）

【n = 930 SNS・ブログ認知者】



**【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 B to B 及び、B to C サイトを提供しており、公式サイト 200 サイト以上の開発・運用、携帯キャンペーン 200 案件以上の実績を保有しております。

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ます。

社名	株式会社 IMJ モバイル
本社	東京都品川区西五反田 2-28-5 第 2 オークラビル
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	2 億 9,603 万 7500 円 (2007 年 2 月現在)
従業員数	193 人 (2007 年 6 月現在)
	IMJ グループモバイル関連事業会社 5 社 350 人
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 >**

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

**本件に関するお問合せ先**

事業開発室 担当：森 直樹 TEL：03-5759-0177 E-mail：[n-mori@imjmobile.co.jp](mailto:n-mori@imjmobile.co.jp)

**報道関係者のお問合せ先**

広報室 広報 IR グループ 担当：漆坂 TEL：03-5759-0177 E-mail：[press@imjmobile.co.jp](mailto:press@imjmobile.co.jp)