

【報道関係者各位】

平成 19 年 9 月 26 日
株式会社 IMJ 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

デコメールの利用に関する調査

～携帯メール特有のデコメはどこまで浸透したか？～
デコメ利用経験者は約 5 割、デコメ付きメルマガ受信者は約 9 割
テキストのみのメルマガに比べ『印象に残る』、『面白い』、『興味を持つ』

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：樫野 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）は、「デコメールの利用に関する調査」を実施いたしました。

調査期間は 2007 年 8 月 15 日～8 月 17 日、有効回答数は 824 名から得られました。

【調査結果概要】

様々な素材やテンプレートによって携帯メールに装飾を加えることができるデコメール・デコレーションメール（デコメ）ですが、最近では企業が発信するメールマガジン（メルマガ）にも採用されているようです。今回は、デコメの利用実態やデコメ付きのメルマガの利用実態について調査をしました。

調査結果によると、約 5 割がデコメの利用経験があり、全ての世代で男性より女性の利用経験が高い結果となりました。デコメ利用経験者に限ると、女性より男性の利用頻度が高い傾向となりました。女性では幅広い層で使われ、男性では一部のヘビーユーザー層に指示されていると推察されます。

デコメ素材の取得方法は、『無料のデコメサイト』82%が最も高く、次いで『友人・知人など、人からメールで受け取ったデコメを流用』53%となりました。無料のデコメがバイラルマーケティングの手段の一つとしての可能性を持っていることが伺えます。

また、回答者の 8 割以上がデコメ付きメルマガを受け取っており、企業の情報発信手段として浸透していることが伺えます。デコメ付きメルマガはテキストのみのメルマガに比べ、『印象に残る』73%、『面白い』56%と好意的であり、メルマガの付加価値を向上させているようです。しかし、『パケット代』、『通信容量』、『デコメが携帯本体に自動的に保存される点』に不満があるようです。

【調査結果のトピック】

- デコメ利用経験者は約 5 割以上、10 代女性が 64%で最も利用経験者が多い。
- デコメ素材の取得方法は『無料のデコメサイトでダウンロード』が 8 割以上。
- デコメの受信元は『友人知人からのデコメ』62%、『メルマガに添付されているデコメ』31%
- デコメ付きメルマガを受信している人は 85%、受信頻度は『週 1 回以上』が 54%。
- デコメ付きメルマガはテキストのみのメルマガに比べ『印象に残る』72%、『面白い』56%。

「デコメールの利用に関する調査」

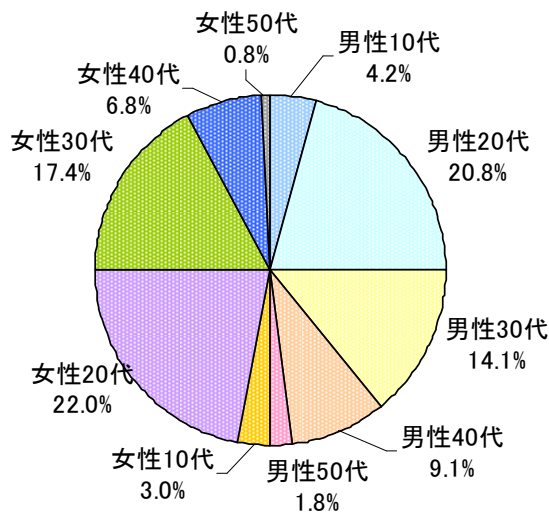
【調査結果詳細】

■調査概要

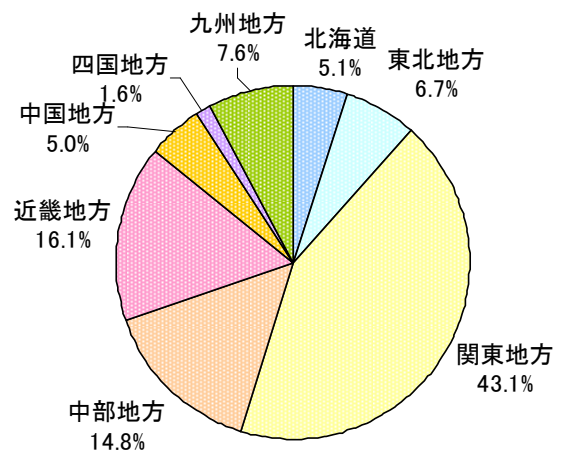
- ・調査方法： インターネットリサーチ
- ・調査地域： 全国
- ・調査対象： 15歳～59歳の男女 調査会社が保有する調査パネル
※週1回以上携帯サイトを閲覧し、第三世代携帯端末を使っている人
※FLASHの再生が可能な端末を保有している人
- ・有効回答数： 824 サンプル
- ・調査日時： 2007年8月15日～8月17日

■回答者プロフィール

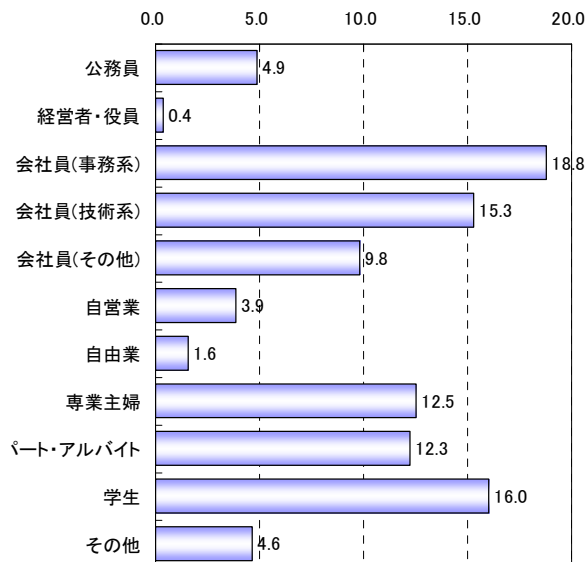
■性・年代別 (n=824)



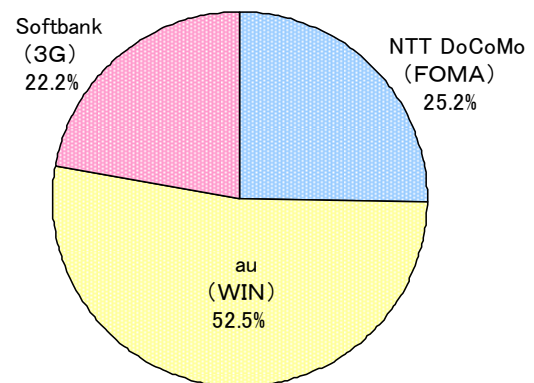
■居住地域 (n=824)



■職業 (n=824)



■保有携帯キャリア (n=824)



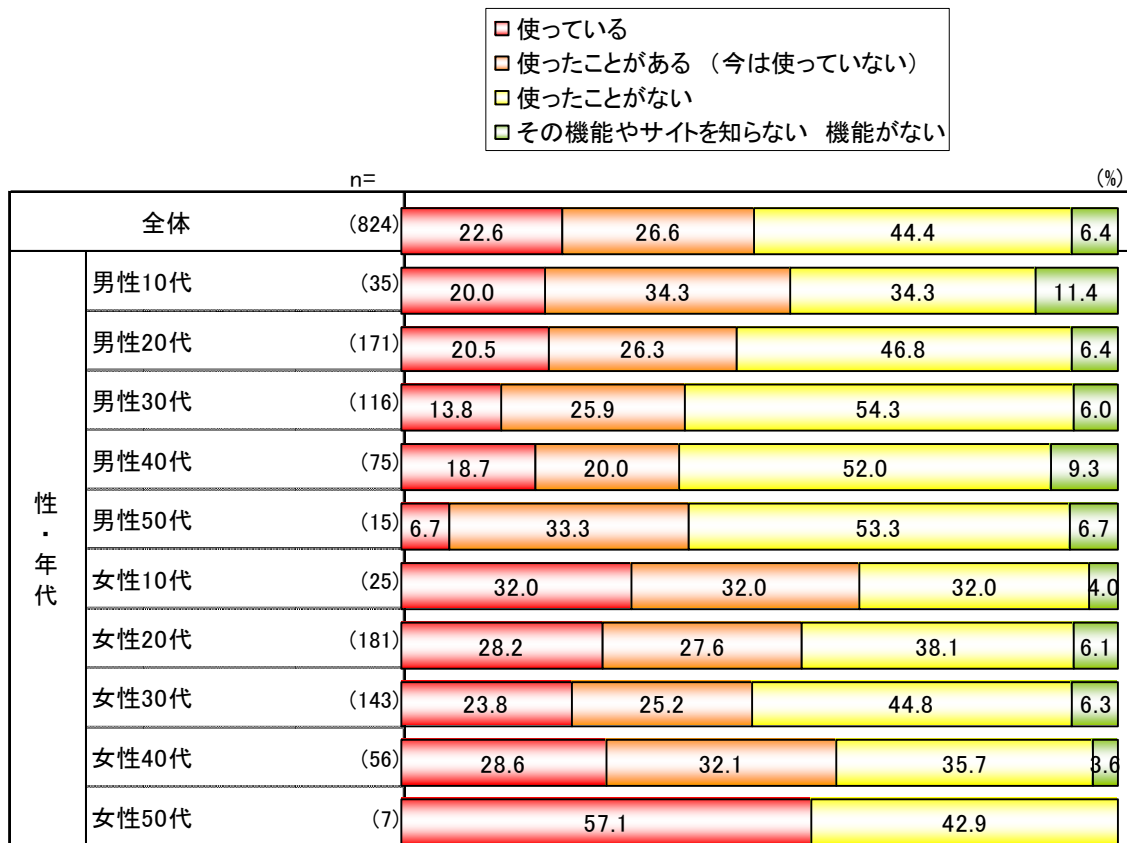
■約5割がデコメを使ったことがあると回答
デコメ利用経験が最も多いのは10代女性で64%

デコメを使った事があるかを尋ねたところ、全体で『使っている』22.6%、『使ったことがある』26.6%となった。全体の5割がデコメ利用経験者であった。

性年代別では、デコメ利用経験者も現在利用者も10代女性が最も高く『使っている』32.0%、『使っている』と『使ったことがある』の合計が64.0%であった。男性に比べ女性の方がデコメ利用者の割合は高く、年齢が上がるにつれてその傾向は高くなるようだ。

(問) あなたは、デコメを普段使っていますか？ (単一回答)

【n=824】



※サンプル数 (n) が 30 件以下の結果は参考値です。

■友人・知人へのデコメ送信は、『週一回以上』62%

どのくらいの頻度でデコメを送信しているか、送信相手別に尋ねたところ、友人・知人への週一回以上の送信が過半数を超え、62.3%となった。

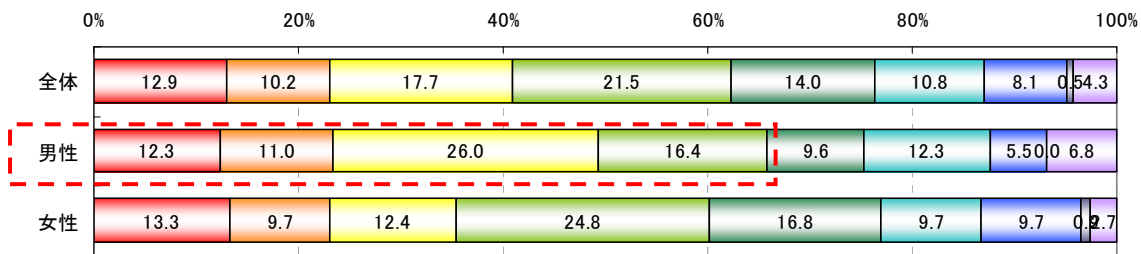
また、男性の方が女性に比べ高い頻度でデコメを送信している結果となった。デコメ利用者に限れば女性より男性の方がデコメのヘビーユーザー比率が高いようである。

(問) あなたは普段、どのくらいの頻度でデコメを送信していますか。(単一回答)

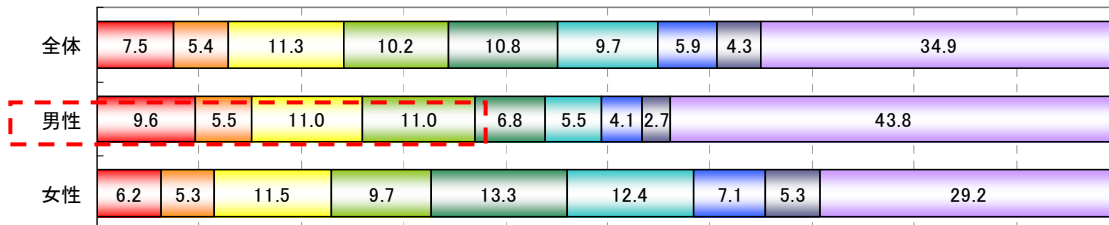
【n=186】

- | | | |
|----------|-----------|----------------|
| □ 1日1回以上 | □ 週4~5回程度 | □ 週2~3回程度 |
| □ 週1回程度 | □ 月2~3回程度 | □ 月1回程度 |
| □ 年数回程度 | □ 年1回未満 | □ この人へデコメを送らない |

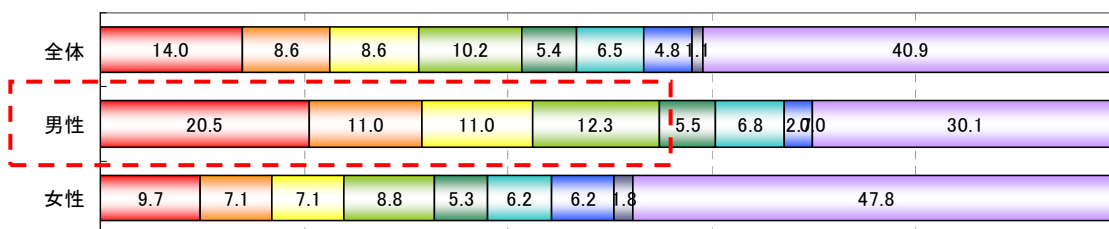
友人・知人へのデコメ



家族へのデコメ



彼氏・彼女へのデコメ



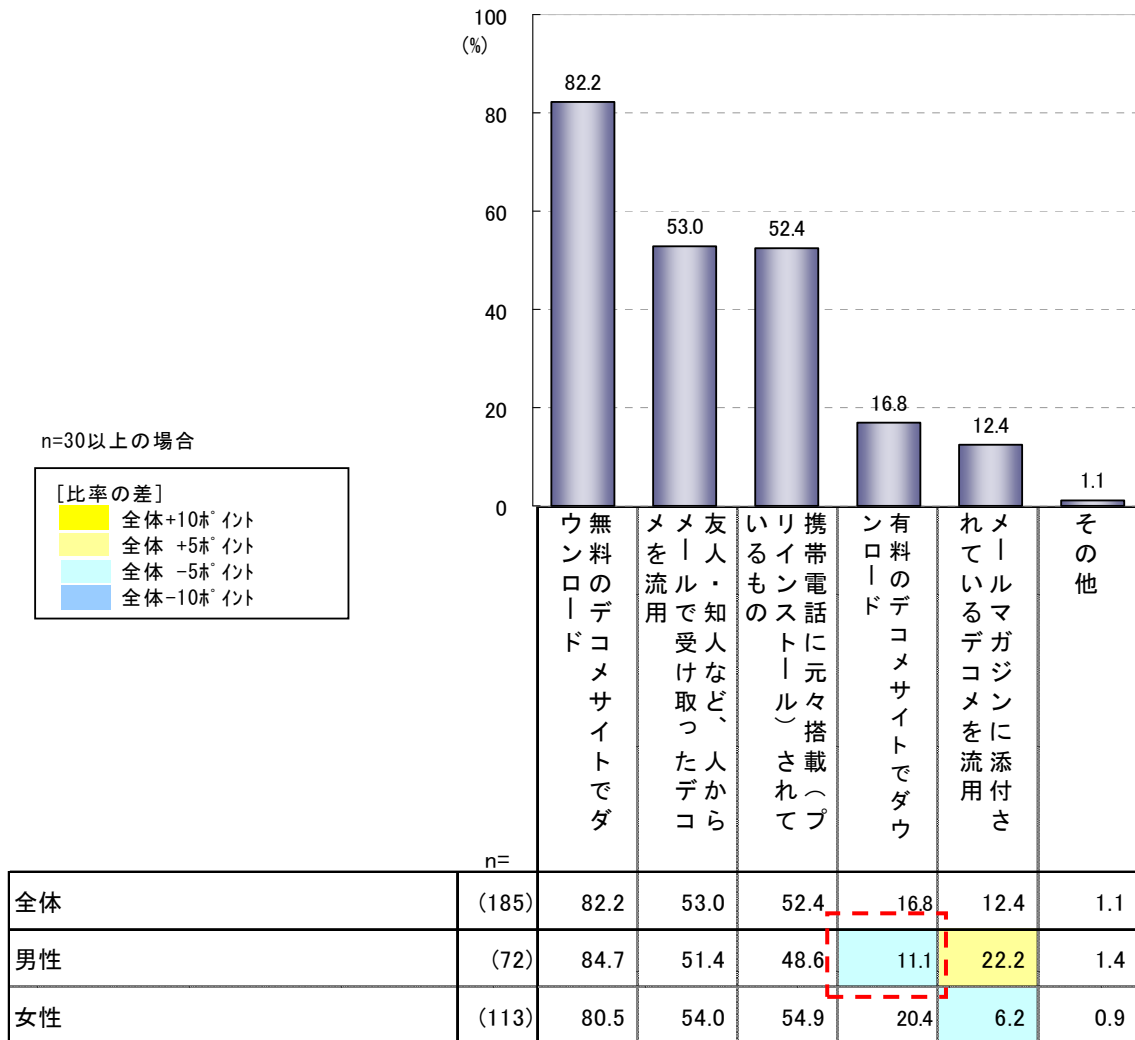
■デコメ素材の取得方法は『無料のデコメサイトでダウンロード』82%。
『メールマガジンに添付されているデコメを流用』する男性は22%

デコメを作成するとき、デコメ素材（テンプレートやデコメ絵文字など）をどのように入手しているか尋ねたところ、『無料のデコメサイトでダウンロード』82.2%が最も高く、次いで『友人・知人からメールで受け取ったデコメを流用』53.0%、『携帯電話に元々搭載されているもの』52.4%となった。

また、『メールマガジンに添付されているデコメを流用』するのは、女性（6.2%）に対し、男性（22.2%）が高いという結果が得られた。

（問）あなたはデコメを作成するとき、デコメ素材をどのように入手していますか。（複数回答）

【n=185】



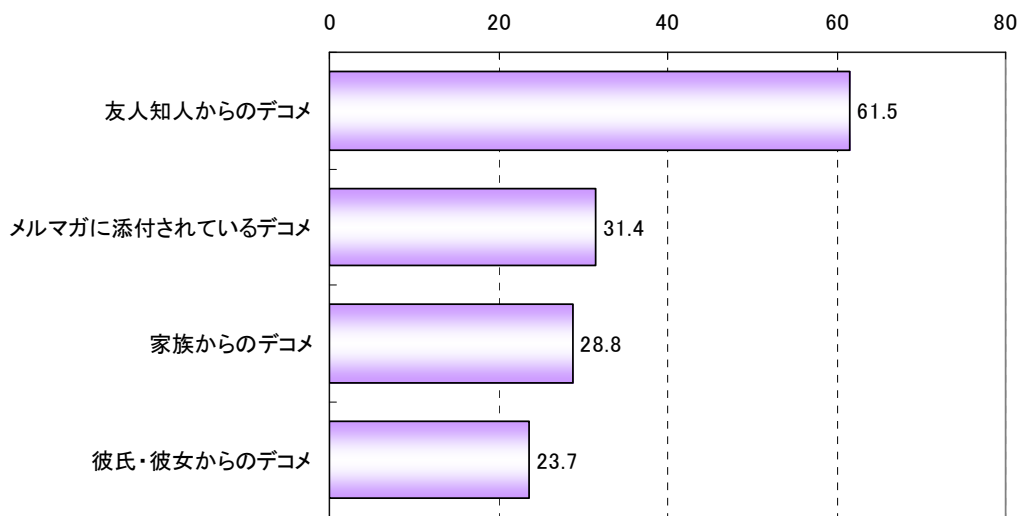
■全体の約6割が友人知人からデコメを受け取っていると回答。
デコメ付きメルマガの受信頻度は『週一回以上』54%

主にどこからデコメを受信しているか尋ねたところ、『友人・知人からのデコメ』61.5%が最も高く、次いで『メルマガに添付されているデコメ』31.4%となった。

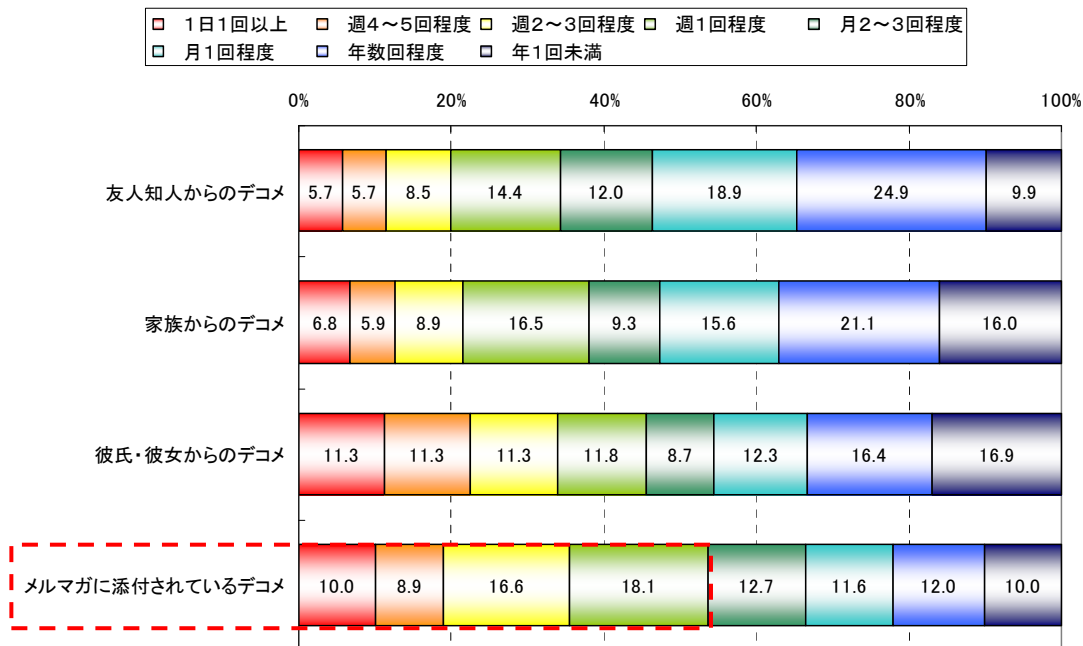
その受信頻度『週一回以上』は、『友人・知人からのデコメ』は34.3%、『メルマガに添付されているデコメ』は53.6%という結果になった。

(問) あなたは普段、どのくらいの頻度でデコメを受信していますか。(単一回答)
(『受信している』を算出)

[n=824]



(受信している頻度)



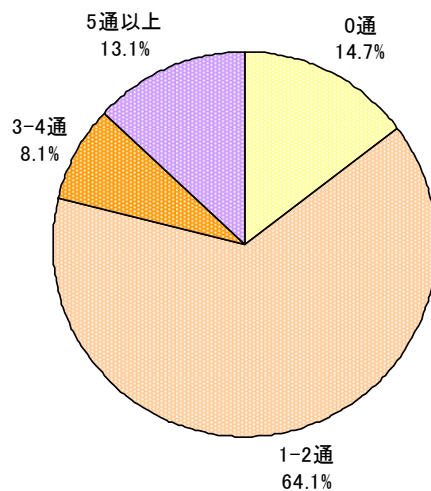
■デコメ付きメルマガを受け取っている人は85%
 テキストのみのメルマガより『印象に残る』73%、『面白い』56%

デコメ付きメルマガを何通受け取っているか尋ねたところ、『1~2通』と答えたのは64.1%、最高値は『50通』、平均値は『2.2通』となった。

また、デコメ付きメルマガを受け取ったときに感じることを、テキストのみのメルマガと比較して回答してもらったところ、『印象に残る』(72.6%)が最も高く、次いで『面白い』(55.6%)、『内容に興味を持つ』(45.6%)という結果となった。

(問) あなたはデコメ付きメルマガを何通程度受け取っていますか。(自由回答)

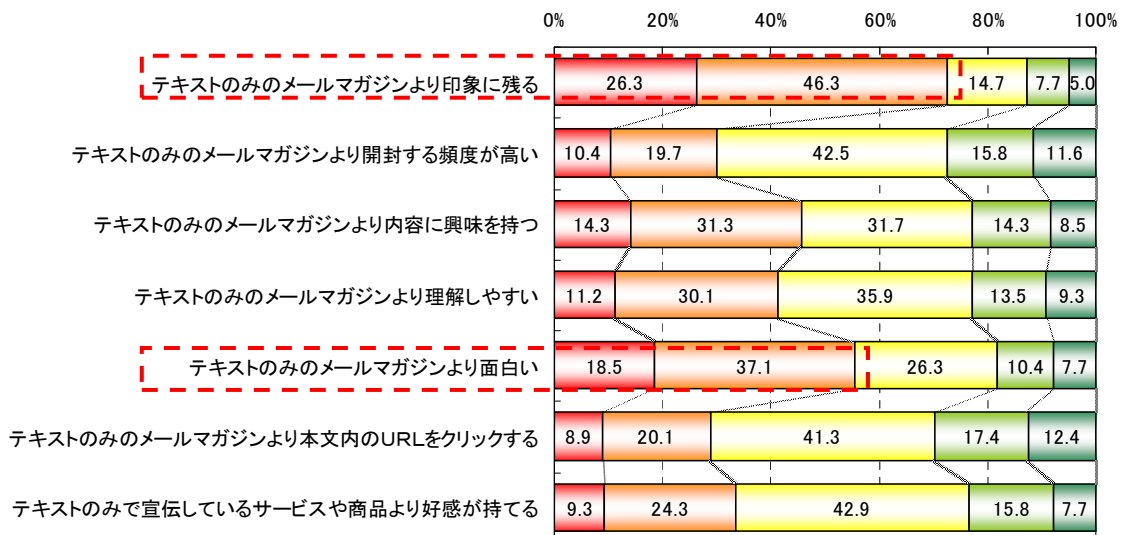
【n=259】



(問) あなたがデコメ付きのメールマガジンを受け取った際に感じることをお答え下さい。(単一回答)

【n=259】

□あてはまる □ややあてはまる □どちらともいえない □あまりあてはまらない □全くあてはまらない



■デコメ付きメルマガに対して、『楽しい』、『表現が伝わりやすい』、『便利』と好意的な意見の中にも、『重い』、『パケット代がかかる』、『自動的に保存されてしまう』との不満の声も

【表1：デコメ付きメルマガに対する意見】（自由回答）

デコメ付きメルマガへのポジティブな意見	性別	年齢
明るい・楽しい感じ	男性	15
メールなのにホームページのようにカラフルな色使いで、とても見やすいと思う。	男性	16
かわいいデコメで見ていて飽きない。	男性	20
とても好感が持てる	男性	21
見やすく利用しているときは上手い使い方だと思って自分も利用する。	男性	22
感情の表出がある。	男性	23
インパクトがあってよいと思う	男性	24
とても可愛らしいと感じます。デザインもよくてカラフルですばらしいです。私もいつか自分のメルマガを作るときにはこんな感じで作りたいたいないつも参考にしています	男性	25
受信することによってアイテムが増えてうれしい。	男性	25
見て楽しめるし、内容が普通のメルマガ以上に印象に残るのでいいと思う。	男性	25
けっこう重宝しています。	男性	36
ただの文字の羅列よりも表現が伝わりやすい	男性	37
自分で使えるデコメがたまにあるのでよい	男性	40
まだまだこれから発展する分野	男性	40
かわいいし、華やかだしいいと思う。	女性	18
派手で目につきやすいし、読むのもおもしろい。	女性	20
動きがあって楽しくていいと思います	女性	24
文字だけだとそっけないが、デコメにするとよりその時の感情がより一層表せる。	女性	26
可愛い。自分もあんな風に使いたいの。	女性	26
メールの内容が分かりやすくて良いと思う。	女性	27
すごく便利。かわいい。これからも使い続けたい。	女性	27
個性的な感じがする	女性	30
普通のメールよりカラフルで見ていて楽しい。	女性	32
もっと普及が進めばよいと思う。	女性	34
友人などにメールするときの参考になる	女性	35
カラフルで見やすかったり、印象に残ったり、より親しみを感じたり、いまや私にとってなくてはならないものです。	女性	35

デコメ付きメルマガへのネガティブな意見	性別	年齢
もう少し早くできれば快適に使えたいと思います。	男性	16
あまり装飾が多すぎると見難くなってしまうので難しい代物だなと思います。	男性	18
分かりやすいがパケット料がかかる	男性	20
特別に気持ちを伝えたいときにはいいが	男性	22
毎回だとめんどくさいし、受け取るほうも重い	男性	22
あまりにも装飾しすぎていて見にくい。	男性	22
ゴテゴテすぎ	男性	22
知らないうちに画像が保存になってウザイ	男性	25
内容のあるメールにデコメが付いていると、とてもテンションが上がります。しかし、内容の無いメールにデコメが付いていると、ちょっと面倒に感じます。	男性	30
別にデコメにしなくてもいいような内容と感ずることが多い。	男性	36
携帯の小さな画面でできることは限られているので、あまり効果的だとは思わない	男性	49
データフォルダに保存されるので嫌	女性	19
他の人が持っている確率が高いのであまり使用しない	女性	22
どうでもいいサイトからのデコメはパケ代がかかるだけなので、普通のメールでよいのに・と思う。	女性	22
あとムダに華やかなデコメは趣味が悪いなと思う	女性	22
いろいろごちゃごちゃしてわかりにくいときがある。	女性	22
かわいいが、受信料が高そう	女性	24
あまりにも重い画像の時は登録を消そうかなと考える時があります。	女性	25
電池が減るので辞めてほしい。迷惑と感じる。	女性	28
文字ばかりよりは、デコメの方が見やすくて良いが、パケ放にしてないと通信料がかかるので困ると思う。	女性	28
内容が分かりにくい。	女性	29
私的な、メールのやり取りならいいが、宣伝にはむかない気がする。	女性	29
センスの良し悪しがハッキリしている	女性	32
無理にデコメにしてるような気がして、実はあまり好きではない	女性	33
凝ったものよりシンプルで量が多いものがほしい	女性	40

【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 <http://www.imjmobile.co.jp/>
- 設立 2000年7月18日
- 資本金 3億213万7500円(2007年9月現在)
- 従業員数 199人(2007年9月現在)
※IMJグループモバイル関連事業会社 5社 約400人
- 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・運営代行業業
 - ・携帯ソリューション事業、等

<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

■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