

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 20 年 11 月 19 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

iPhone ユーザーの iPhone 利用動向とその評価

～ iPhone に情報発信することがビジネスチャンスにつながる ～

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）のモバイルユーザビリティ研究所は、「iPhone ユーザーの iPhone 利用動向とその評価」を実施いたしました。

調査期間は 2008 年 10 月 17 日～10 月 20 日、有効回答数は 412 名から得られました。

【調査結果概要】

世界中の注目・期待を受けながら 2008 年 7 月 11 日に iPhone が日本を含む世界 21 カ国で同時発売され早 4 ヶ月が経ちました。発売から 3 日で 100 万台を突破したことが大々的に報道されるなど、発売直後は世界中で大いに盛り上がりを見せ、各種メディアでも iPhone に関するレポートやユーザーの声などが見られるようになりました。そこでモバイルユーザビリティ研究所では iPhone ユーザーの全貌を明らかにするべく、iPhone の利用状況や満足度、さらに iPhone ユーザーと非 iPhone ユーザーの比較調査を実施しました。

調査結果によると、iPhone は「WEB 閲覧」、「メディア再生機能」の利用率・評価が共に高く、さらに、「iPhone 自体の機能・特長」の満足度が極めて高いことがわかりました。また、調査結果は iPhone ユーザーが、イノベーター層からアーリーマジョリティー層まで広く分布していることを予見します。さらにネットを通じた周知を好む傾向と相まって、インフルエンサーとなる可能性を秘めていることを窺わせます。こうした iPhone ユーザーの特徴から、iPhone ユーザーへのコミュニケーションが、ブロガーや、オピニオンリーダーへのコミュニケーションと同様に、パイラル効果を生む可能性を示唆するものと推察します。

【調査結果のトピック】

iPhone ユーザーの 5 割が、他の携帯と併用ユーザー

購入理由は、刷新的な機能と充実したデザイン性

音楽再生機能とネット機能に高い評価、一方でカメラ・メール・通話機能に不満

大半のユーザーの期待を裏切らない評価

総合評価に最も影響するのは、「機能全般」「操作性」「タッチパネル」

iPhone が最も特徴的に使われるのは移動時間

併用ユーザーは、「通話・メール」と「メディア再生・WEB 閲覧」機能を使い分け

iPhone で使っているメールアドレスは「iPhone ドメイン」

雑誌・屋外メディアとの相性が良い iPhone ユーザー

iPhone ユーザーは、消費意欲の旺盛なインフルエンサー

「iPhone ユーザーの iPhone 利用動向とその評価」

【調査結果詳細】

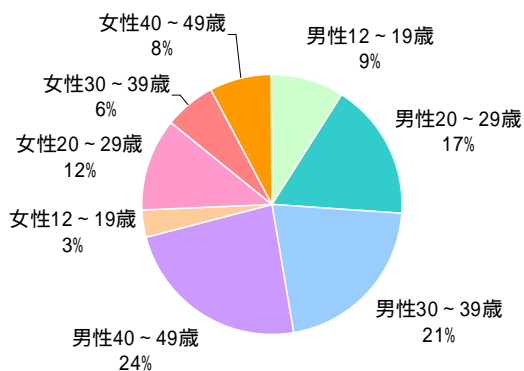
調査概要

- ・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 : 12～49 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 : 412 サンプル
- ・調査日時 : 2008 年 10 月 17 日～10 月 20 日

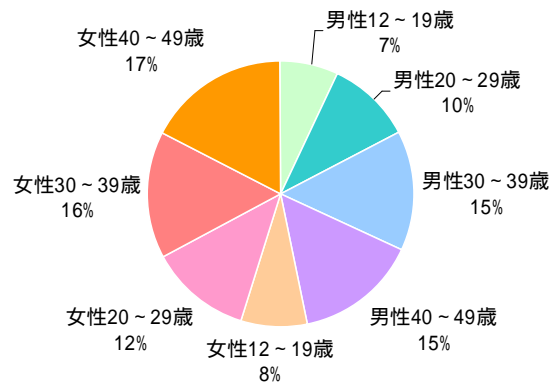
回答者プロフィール

- ・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

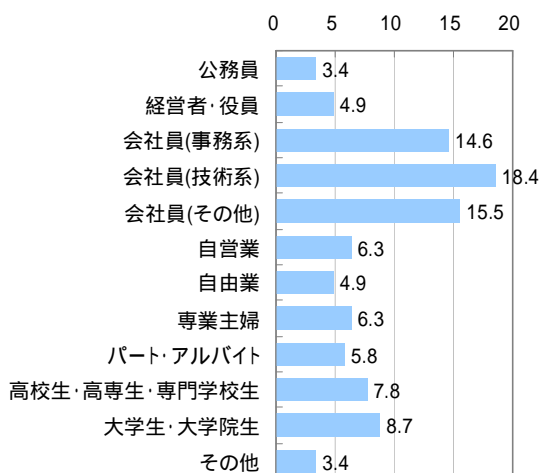
iPhone ユーザー年代 (n=206)



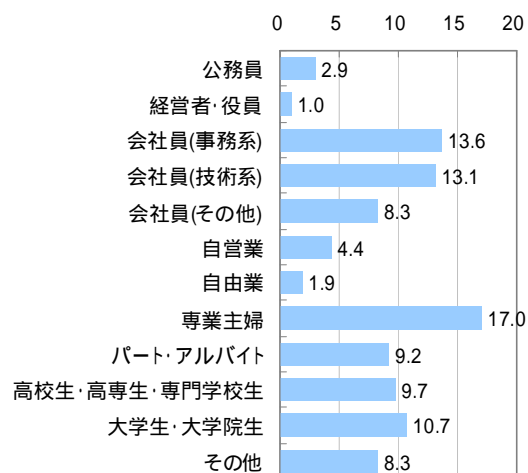
非 iPhone ユーザー年代 (n=206)



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

iPhone ユーザーと非 iPhone ユーザーのプロフィールを比較すると、未既婚の割合に大きな差異は見られなかったが、子供の有無では、子供のいない iPhone ユーザーは 72%、非 iPhone ユーザーは 64%と、iPhone ユーザーが非 iPhone ユーザーを 8 ポイント上回る結果となりました。

また世帯年収での比較では、600 万円未満の iPhone ユーザーは 32%、非 iPhone ユーザーは 41%、800 万円以上の iPhone ユーザーは 27%、非 iPhone ユーザーは 17%と差が見られることから、iPhone ユーザーは非ユーザーに比べ世帯年収が高い傾向にあることがわかりました。

図 未既婚（単一回答）

【n=412】

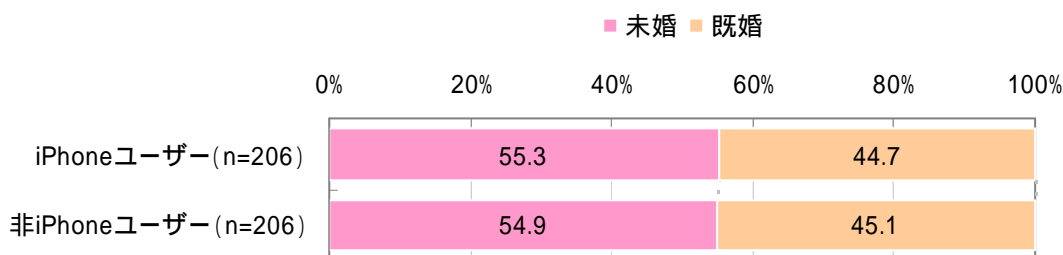


図 子供の有無（単一回答）

【n=412】

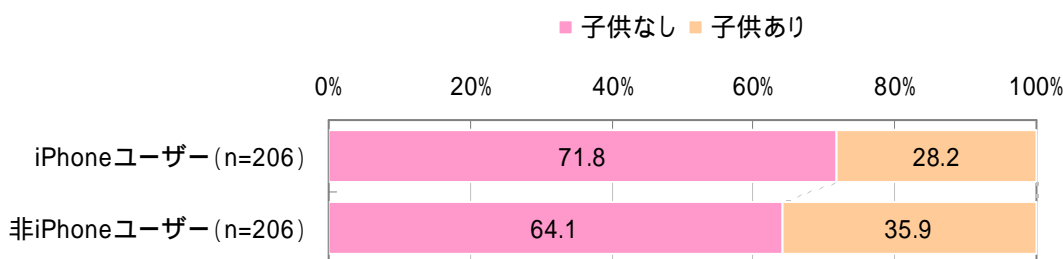
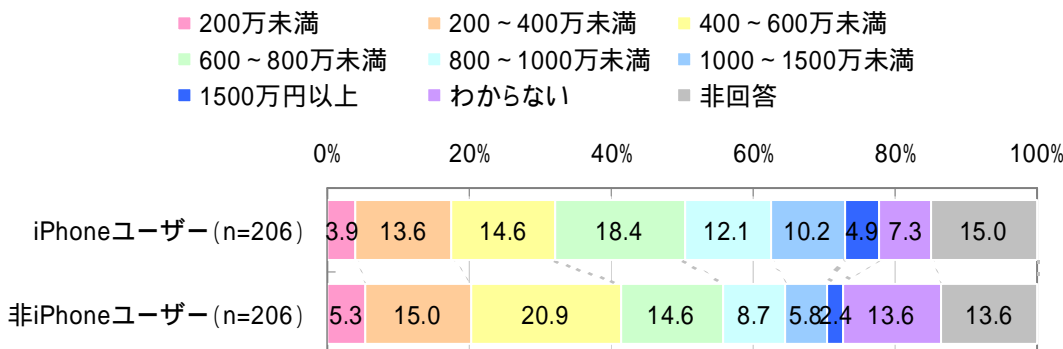


図 世帯年収（単一回答）

【n=412】



iPhone ユーザーの 5 割が iPhone 以外の携帯と併用

iPhone ユーザーに携帯との併用状況を尋ねたところ、「iPhone のみ保有」との回答が 52%、「非 iPhone と併用」との回答が 48% となりました。

その中で、iPhone のみの保有者が iPhone を保有する前に使用していた非 iPhone のキャリアは SoftBank が 38% で最多となり、NTT ドコモが 30%、au が 22% と続きました。一方 iPhone と併用している非 iPhone のキャリアは NTT ドコモが 47% と最も高く、次いで au (25%)、SoftBank (25%) となりました。

図 iPhone ユーザーの非 iPhone との併用状況 (単一回答)

【n=206 iPhone ユーザー】

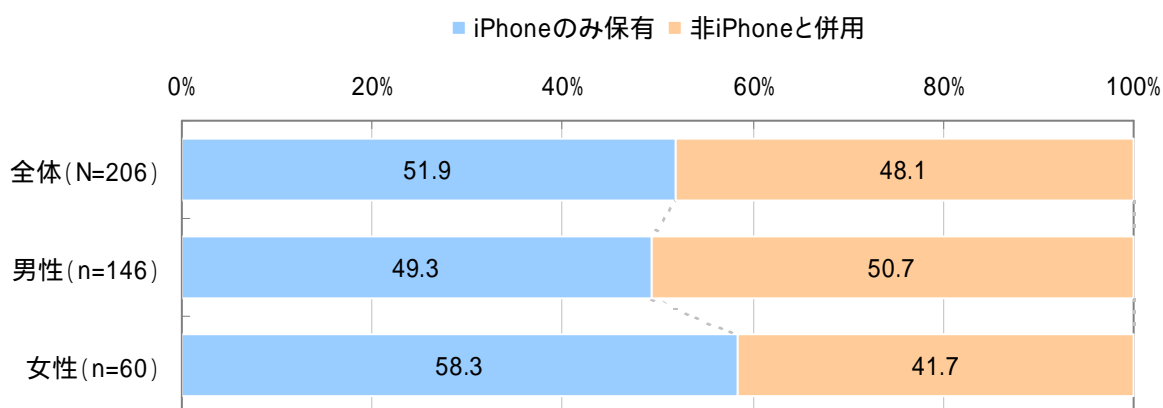


図 iPhone 保有前の非 iPhone のキャリア (単一回答)

【n=107 iPhone のみ保有者】

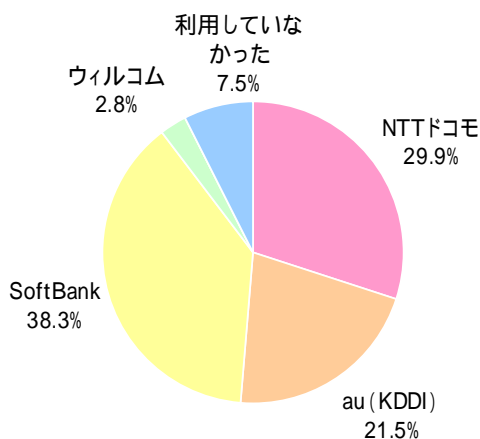
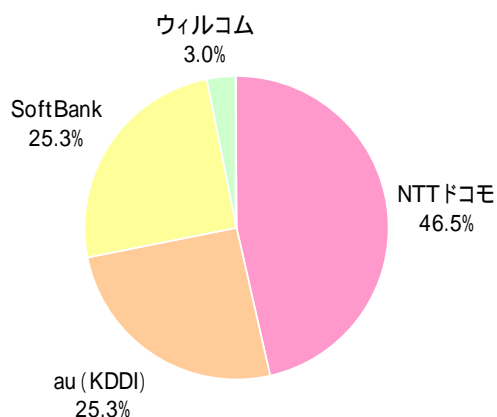


図 併用している非 iPhone のキャリア (単一回答)

【n=99 iPhone、非 iPhone 併用者】

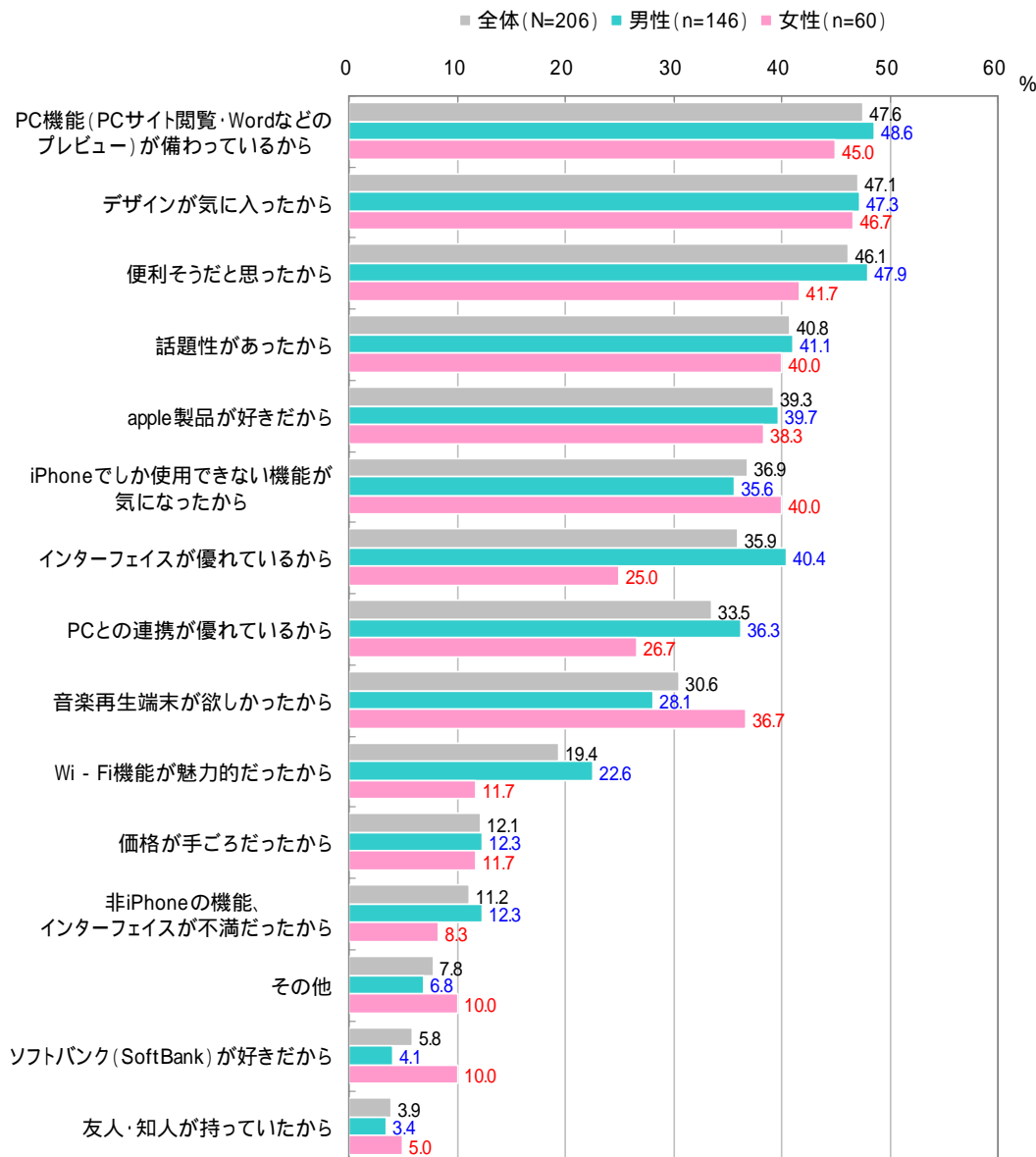


iPhone 購入の理由は刷新的な機能と充実したデザイン性

iPhone の購入動機について尋ねたところ、「PC 機能が備わっているから」(48%)が最も多く、次いで「デザインが気に入ったから」(47%)、「便利そうだったから」(46%)、「話題性があったから」(41%)となりました。機能だけでなく、デザイン性や話題性を理由に挙げるユーザーが多いことが推察できます。さらに男女別で比較をすると、男性はスマートフォンの機能面、女性は音楽再生機能を重視する傾向にある結果となりました。

図 iPhone 購入理由 (複数回答)

【n=206 iPhone ユーザー】



iPhone ユーザー、音楽再生機能とネット機能に高い評価を与えるも、カメラ・メール・通話機能に不満

iPhone の機能に対する満足度を尋ねたところ、「音楽再生 (iPod)」、「PC との連携」、「ゲーム (App)」、「WEB サイト閲覧」に関していずれも 8 割以上が「非常に良い」と「やや良い」と評価をする結果となりました。一方、「カメラ」、「メール」、「SMS」、「通話」といった従来の携帯機能には、不満(「あまり良くない」と「全く良くない」の合計)が 3 割を超える結果となりました。

次に、iPhone の特徴に関する満足度を尋ねたところ、端末の特徴であるディスプレイや大きさ・重さに関して 7 割以上が満足している結果となりました。しかし、「バッテリー性能」に対して 67% が不満を持つ結果となり、高性能であるが故の電源の課題が浮き彫りになりました。

調査結果は、iPhone の持つ特徴的な価値(マルチメディア再生機能やネット機能)がユーザーに高い付加価値を与える一方、従来の携帯機能(通話やメール、バッテリー性能)に、手厳しい評価を与えているようです。

図 iPhone の機能に対する評価(単一回答)

【n=206 iPhone ユーザー】

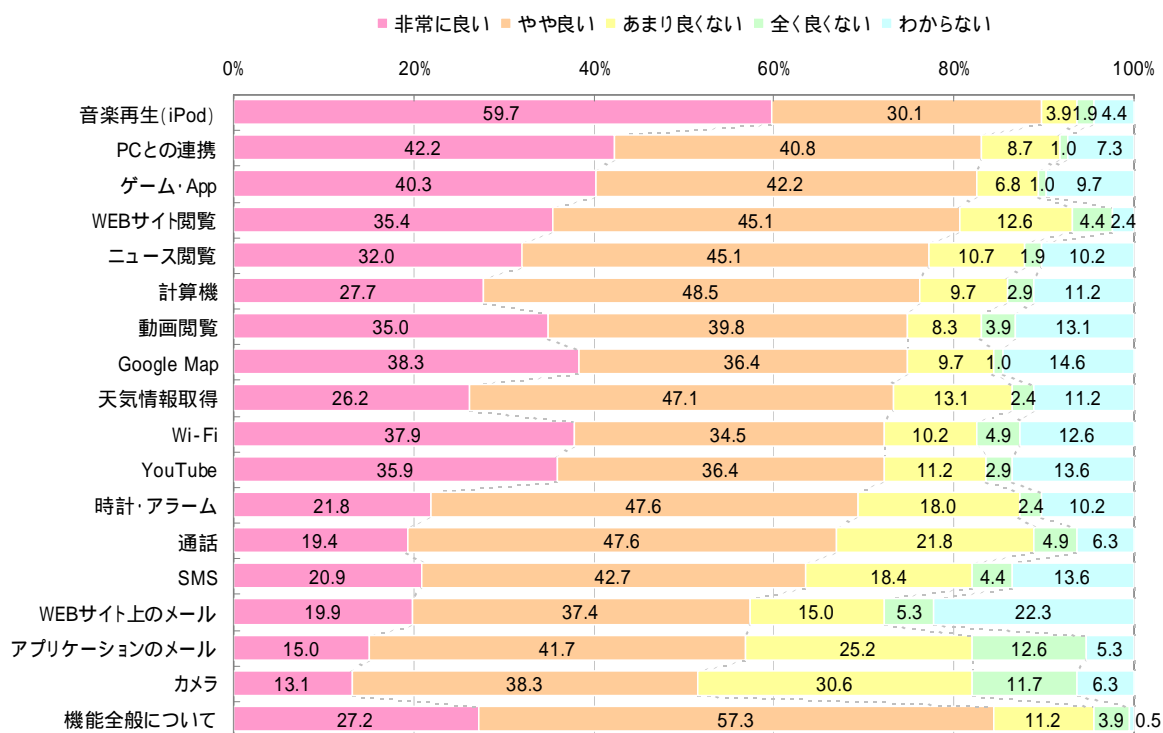
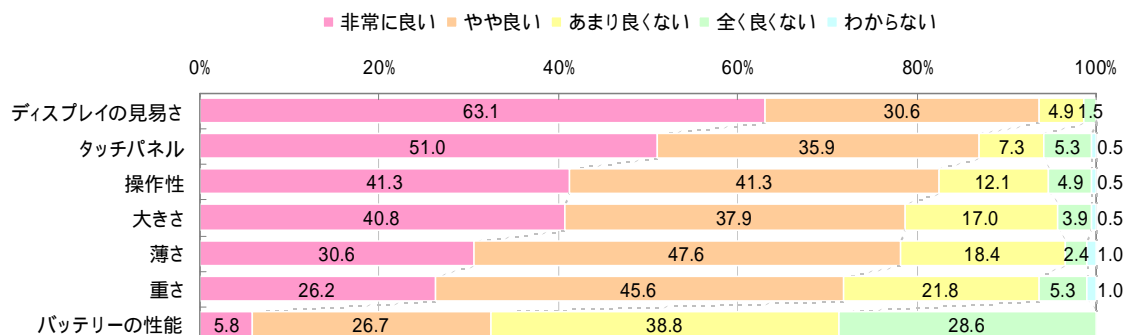


図 iPhone の特徴に対する評価(単一回答)

【n=206 iPhone ユーザー】



大半のユーザーの期待を裏切らない評価

iPhone に対する購入前の期待度について尋ねたところ、「非常に期待していた」、「やや期待していた」と回答したユーザーが 93%に上りました。iPhone に対する期待度の高さを伺わせます。これに対し iPhone の満足度を尋ねたところ、「非常に満足している」、「やや満足している」の合計が 75%となりました。期待と満足度のギャップは 18 ポイントと、大方のユーザーの期待に答えていることを窺わせる結果となりました。

図 iPhone 購入前の iPhone に対する期待度（単一回答）

【n=206 iPhone ユーザー】

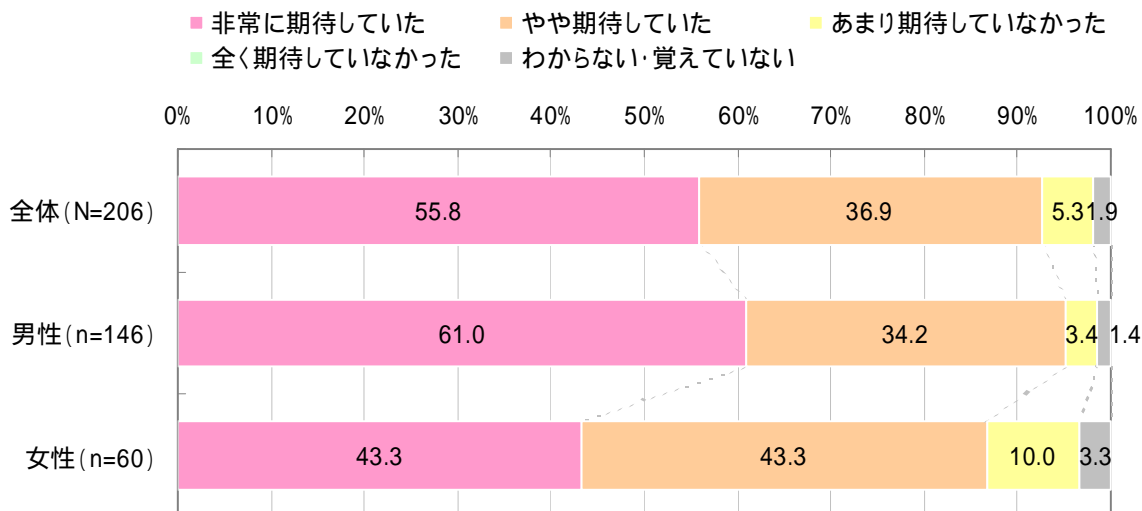
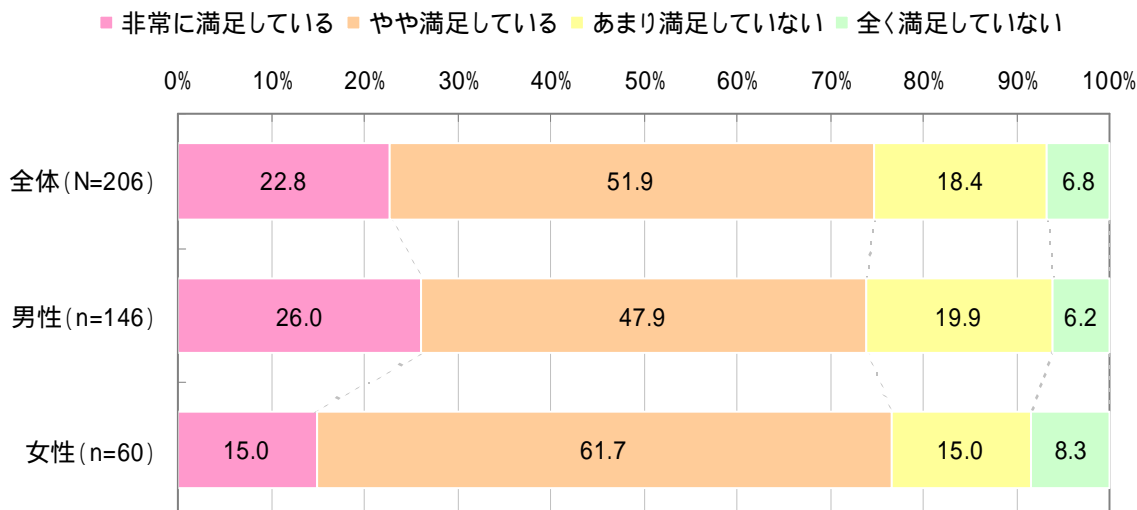


図 iPhone 購入後の iPhone に対する満足度（単一回答）

【n=206 iPhone ユーザー】



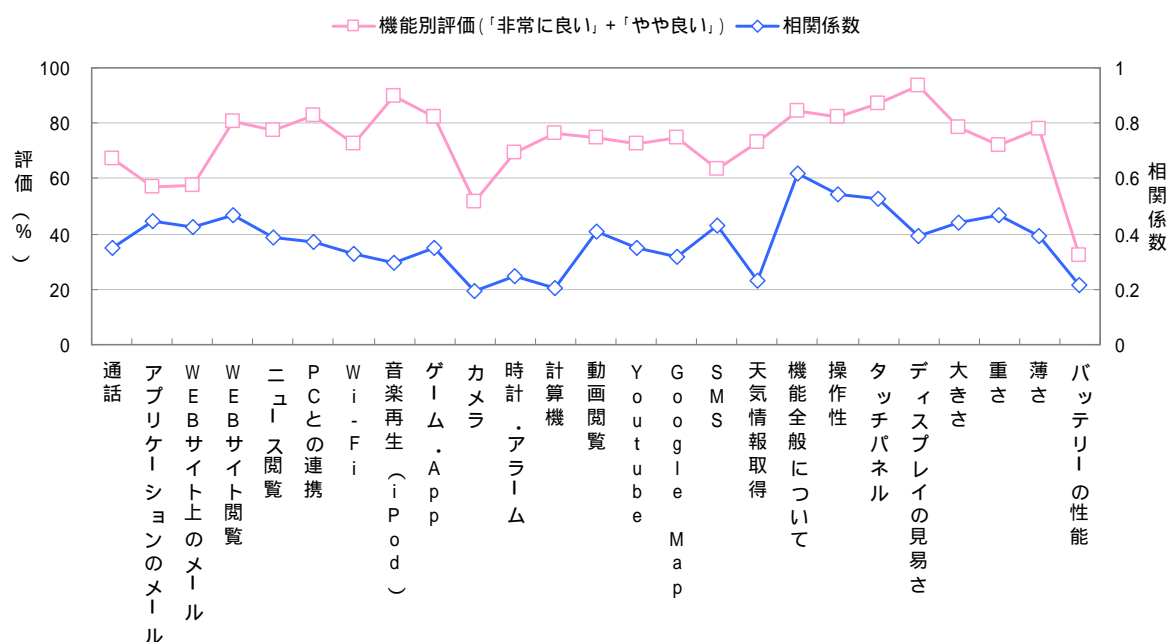
総合評価に最も影響するのは「機能全般」「操作性」「タッチパネル」、 「バッテリー」「カメラ」は低評価だが総合評価への影響は低い

iPhone の機能や特徴の評価が iPhone の総合評価にどの程度影響を与えているのかを、iPhone の機能・特徴と iPhone の総合評価との相関分析によって分析したところ、総合評価へ最も影響度の高かったものは「機能全般について」(0.62)、次いで「操作性」(0.545)、「タッチパネル」(0.529)となりました。一方、総合評価への影響度が低いものは「カメラ」(0.196)、「計算機」(0.202)、「バッテリーの性能」(0.213)となりました。

「カメラ」「バッテリーの性能」の満足度は低いものの、iPhone の総合評価には影響していないことがわかります。

図 iPhone の機能別の評価と総合評価への影響度

【n=206 iPhone ユーザー】



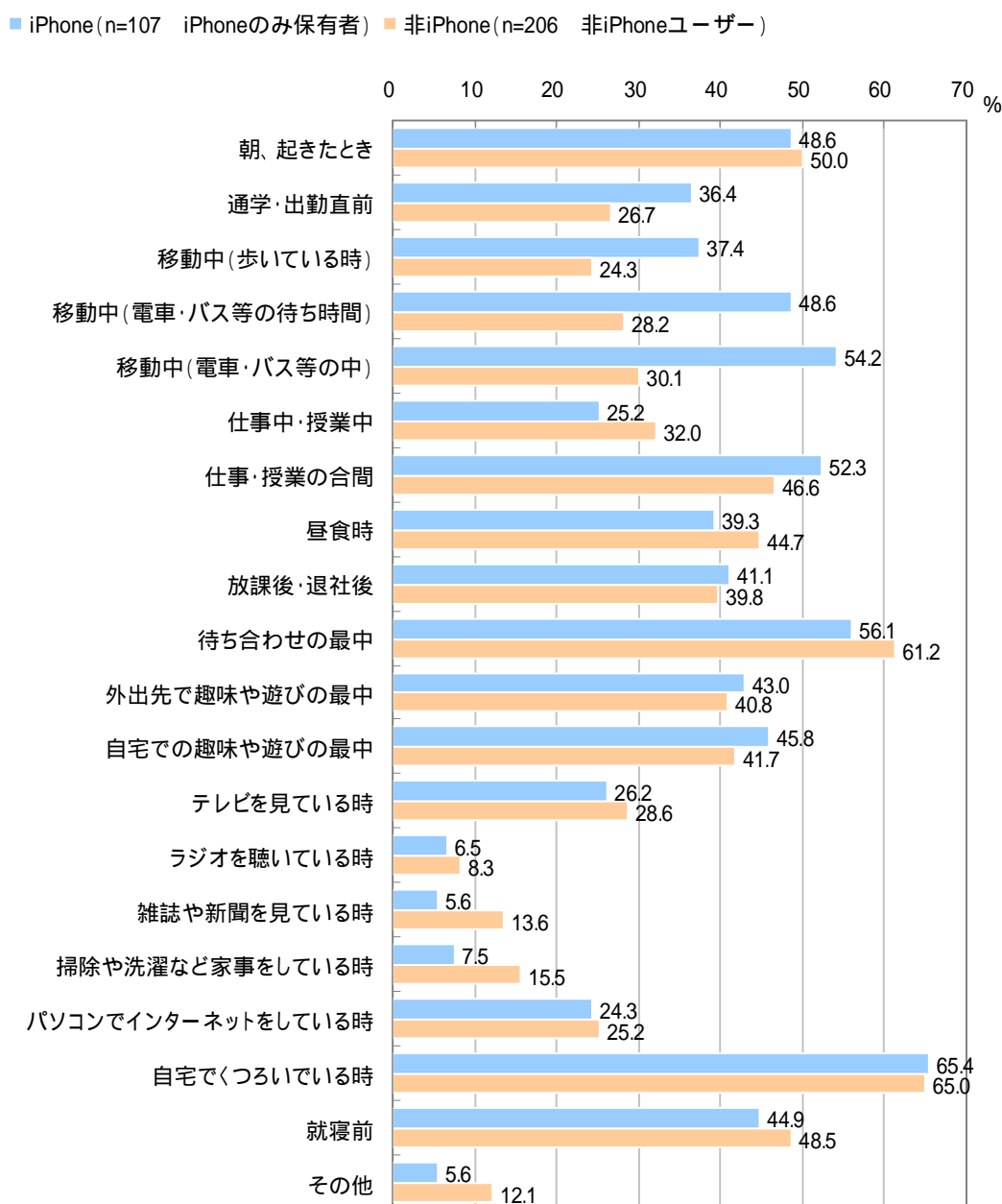
() 内の数字は相関係数です。
相関係数は、-1 から 1 の間の値を示し、1 に近いほど 2 つの値の間には正の相関があります。

iPhone が最も特徴的に使われるのは移動時間

iPhone のみ保有者と非 iPhone ユーザーの、それぞれ iPhone と非 iPhone の使用時間帯を比較した結果、iPhone は、非 iPhone に比べ「移動中（電車・バス等の中）」、「移動中（電車・バス等の待ち時間）」、「移動中（歩いている時）」の利用率が高い結果となりました。しかし、他の利用時間帯においては iPhone と非 iPhone の利用率に大きな差は表れませんでした。iPhone が通勤・通学時において情報収集や音楽等のコンテンツを楽しむツールとして機能しており、非 iPhone よりネットやメディア再生機能に対する受容性が高いと推察されます。

図 iPhone と非 iPhone の利用時間帯（複数回答）

【n=313 iPhone のみ保有者、非 iPhone ユーザー】



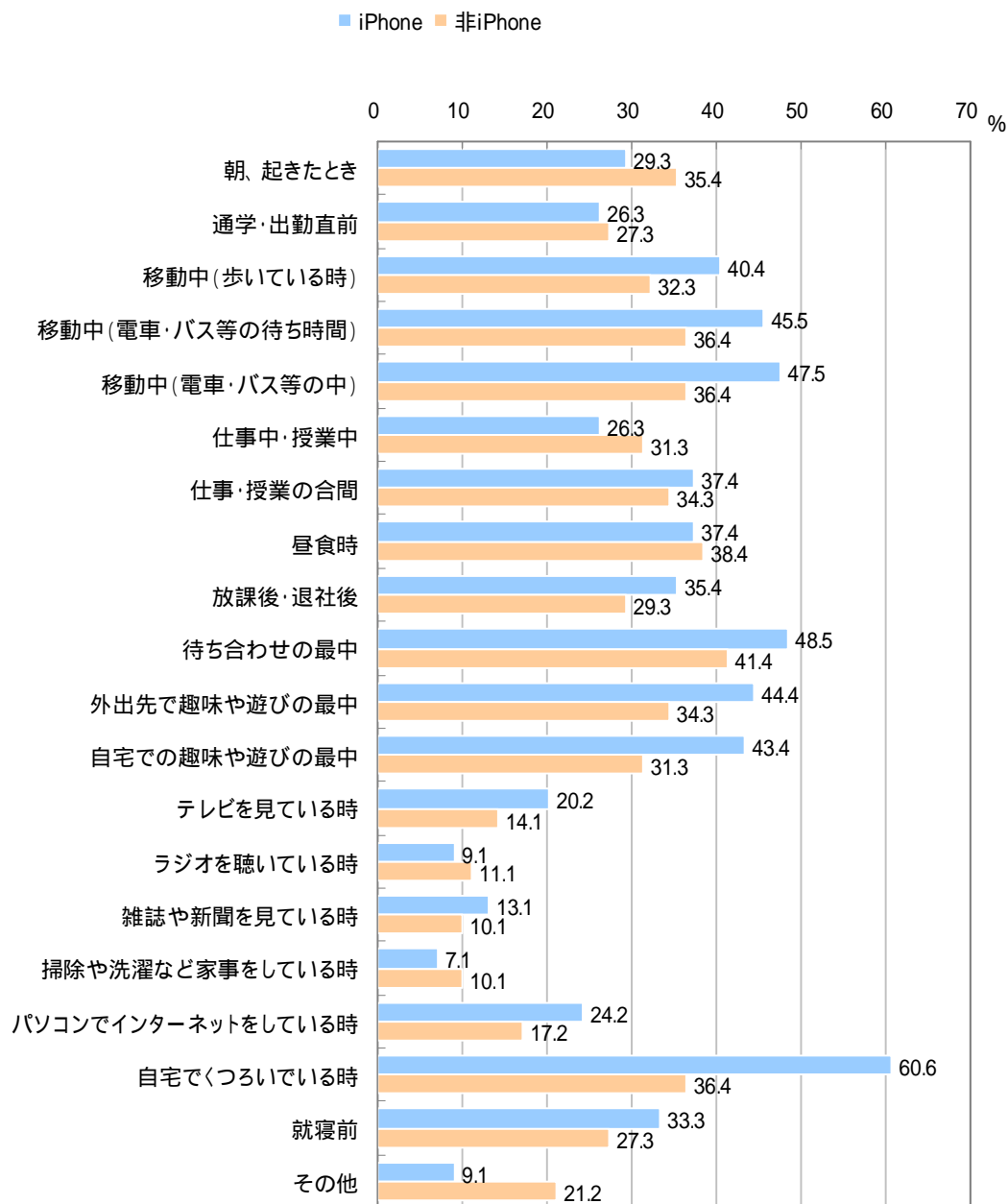
非 iPhone : iPhone 以外の PHS を含む携帯電話

iPhone 併用者は「移動時間」と「余暇時間」に iPhone を積極利用

iPhone と非 iPhone 併用者に対し、iPhone、非 iPhone の使用時間帯を尋ねたところ、iPhone 使用が非 iPhone 使用を最も上回ったのは「自宅でくつろいでいる時」、次いで「自宅での趣味や遊びの時間」、「移動中(電車・バス等の中)」となりました。iPhone 利用シーンの特徴が非 iPhone に比べて、移動時間や余暇時間における情報収集や暇つぶし利用の色合いが強いことが推察されます。

図 iPhone と非 iPhone の時間別使い分け (複数回答)

【n=99 iPhone と非 iPhone 併用者】

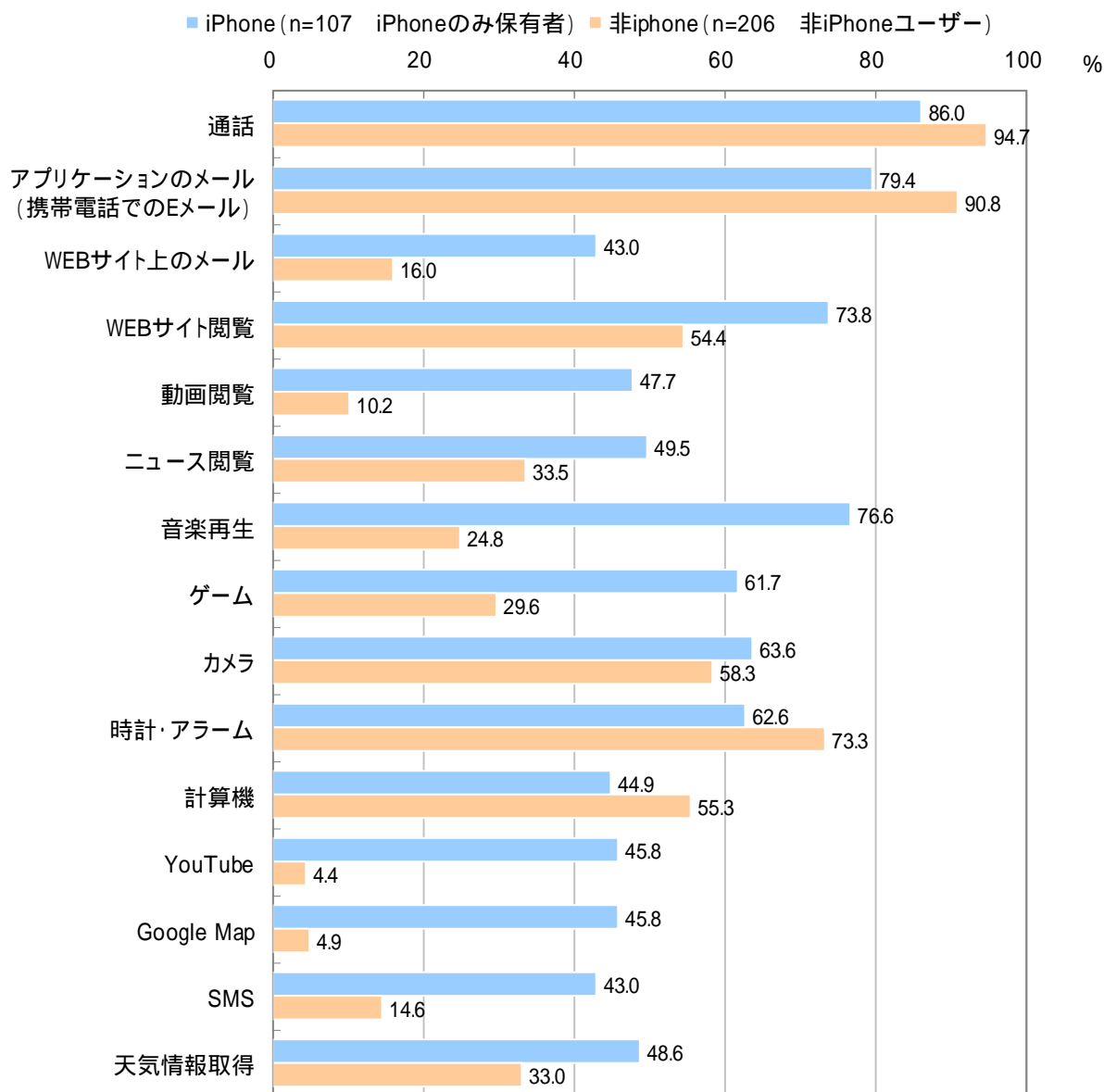


iPhone ユーザーは「音楽再生」、「YouTube」を積極利用

iPhone のみ保有者と非 iPhone ユーザーに対して、それぞれ iPhone と非 iPhone の利用機能を尋ねたところ、iPhone の利用率が非 iPhone の利用率を最も上回ったのは「音楽再生」、次いで「YouTube」、「Google Map」となりました。これら iPhone の特徴的な機能に対する iPhone ユーザーの利用率は高く、iPhone の強みとなっていることが推察されます。

図 iPhone と非 iPhone の利用機能（複数回答）

【n=313 iPhone のみ保有者、非 iPhone ユーザー】

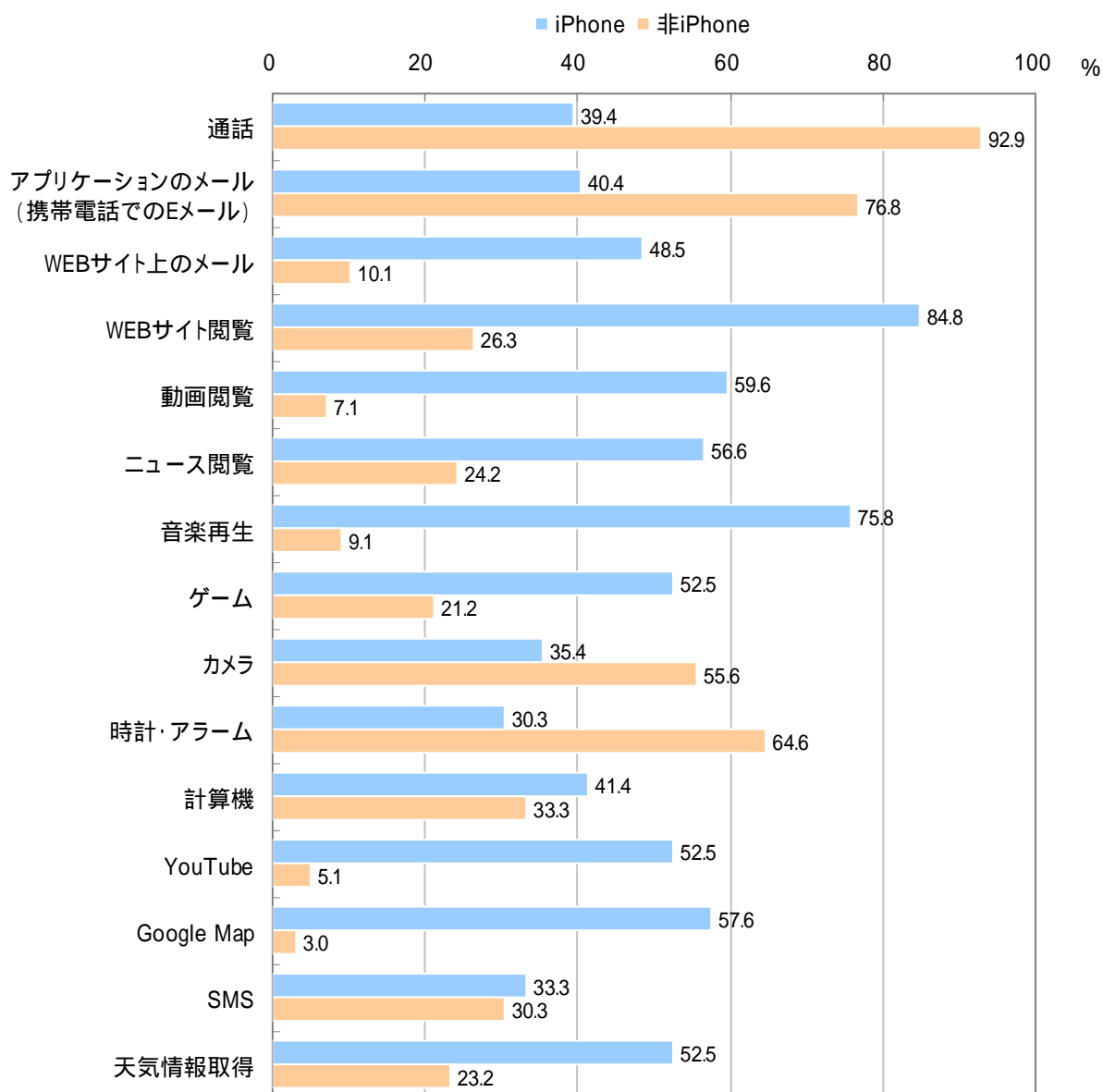


併用ユーザーは、「通話・メール」と「メディア再生・WEB 閲覧」機能を使い分け

iPhone と非 iPhone 併用者に対して、それぞれの携帯端での利用している機能を尋ねたところ、「通話」、「アプリケーションのメール」、「カメラ」、「時計・アラーム」以外の機能は全て、iPhone の利用率が非 iPhone の利用率を上回りました。特に、「音楽再生」、「WEB サイト閲覧」、「Google Map」の iPhone 利用率が高く、併用者において iPhone がメディア再生・WEB 閲覧ツールとして、非 iPhone と使い分けている様子が推察できます。

図 iPhone と非 iPhone の使い分け（複数回答）

【n=99 iPhone と非 iPhone 併用者】



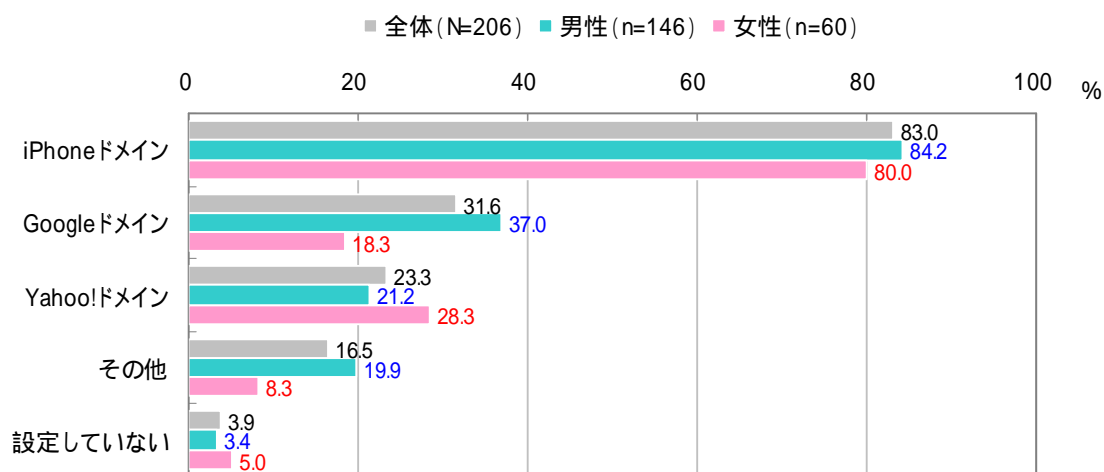
iPhone で使っているメールアドレスは「iPhone ドメイン」

iPhone ユーザーがメールに設定しているメールアドレスの割合を調べたところ、「iPhone ドメイン」のメールアドレスを設定しているユーザーが80%を超え、他の設定者数を大きく上回る結果となりました。さらに、7割近い iPhone ドメインのユーザーは、メールマガジンを全く受信していない結果となりました。

iPhone ドメインを対象としたメールマガジン（コンテンツ）の供給状況が、現状では未成熟であることを窺わせます。

図 アプリケーションのメールに設定しているメールアドレス（複数回答）

【n=206 iPhone ユーザー】



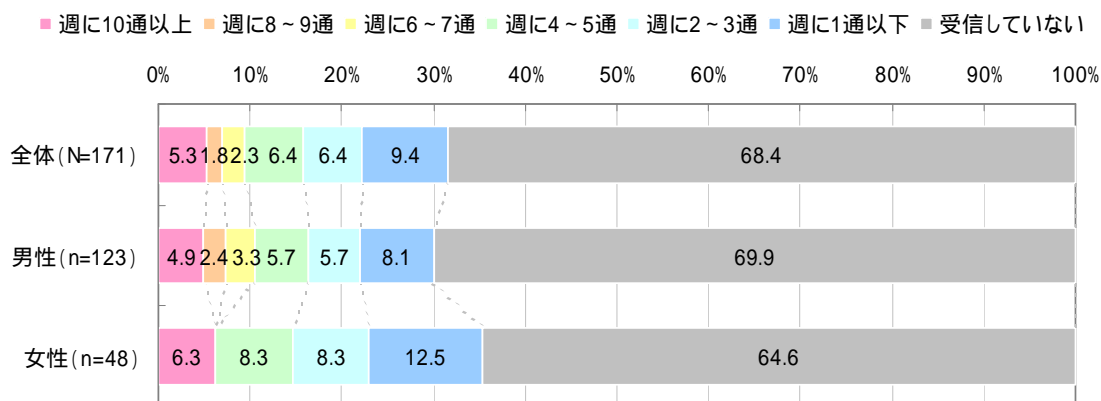
iPhone ドメイン：iPhone のメールアドレス（xxx@i.softbank.jp）

Google ドメイン：Google のメールアドレス（xxx@gmail.com）

Yahoo!ドメイン：Yahoo!のメールアドレス（xxx@yahoo.co.jp,xxx@ybb.ne.jp）

図 iPhone メールアドレスで受信しているメールマガジン数（単一回答）

【n=171 iPhone ドメイン設定者】



雑誌・屋外メディアとの相性が良い iPhone ユーザー

iPhone ユーザーに iPhone からのインターネットサイト閲覧頻度を尋ねたところ、約 5 割のユーザーが毎日閲覧していることがわかりました。

また、iPhone ユーザーと非 iPhone ユーザーの情報メディア接触傾向の違いを調べたところ、4 マス（テレビ・新聞・雑誌・ラジオ）メディアにおいて iPhone ユーザーは、「雑誌」の接触量が高い結果となりました。しかし、テレビ・ラジオ・新聞に対する接触量は変わらないようです。

次に、4 マスメディア以外では、「電車・バスなどの中塗り広告」、「看板・屋外広告」における iPhone ユーザーの情報接触量が非 iPhone ユーザーに比べて高い傾向にありました。調査結果より、iPhone ユーザーは情報感度が高く、特に雑誌・屋外メディアの効果が非 iPhone ユーザーに比べて高いことがわかります。

図 iPhone からのインターネットサイト閲覧頻度（単一回答）

【n=206 iPhone ユーザー】

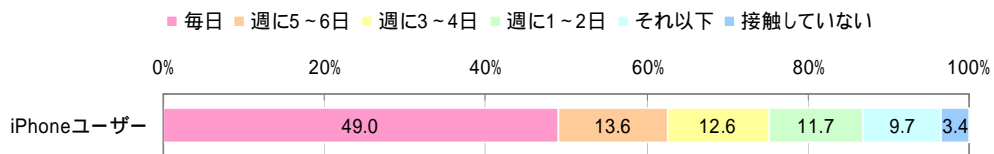
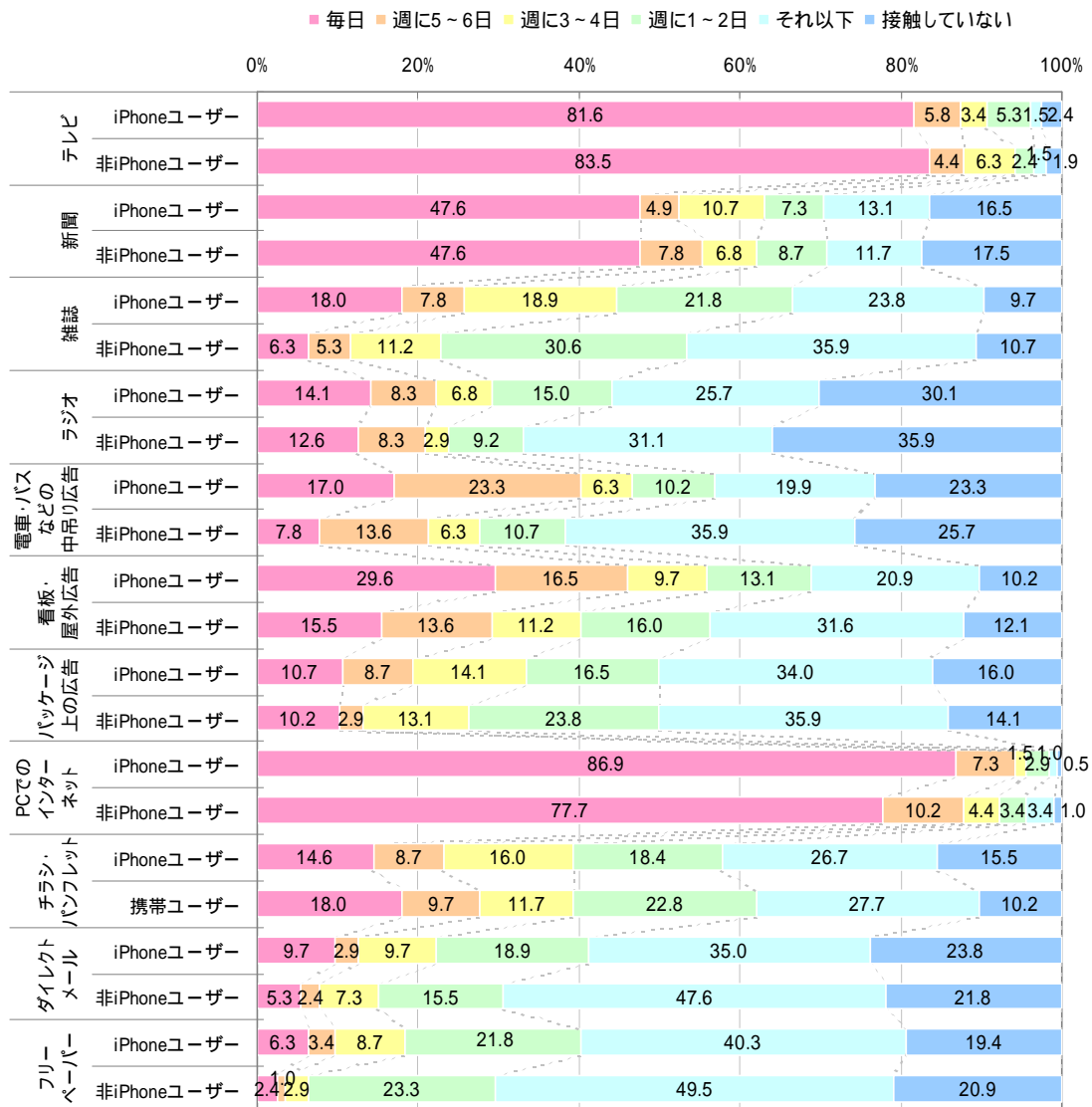


図 情報媒体への一週間あたりの接触日数（複数回答）

【n=412】



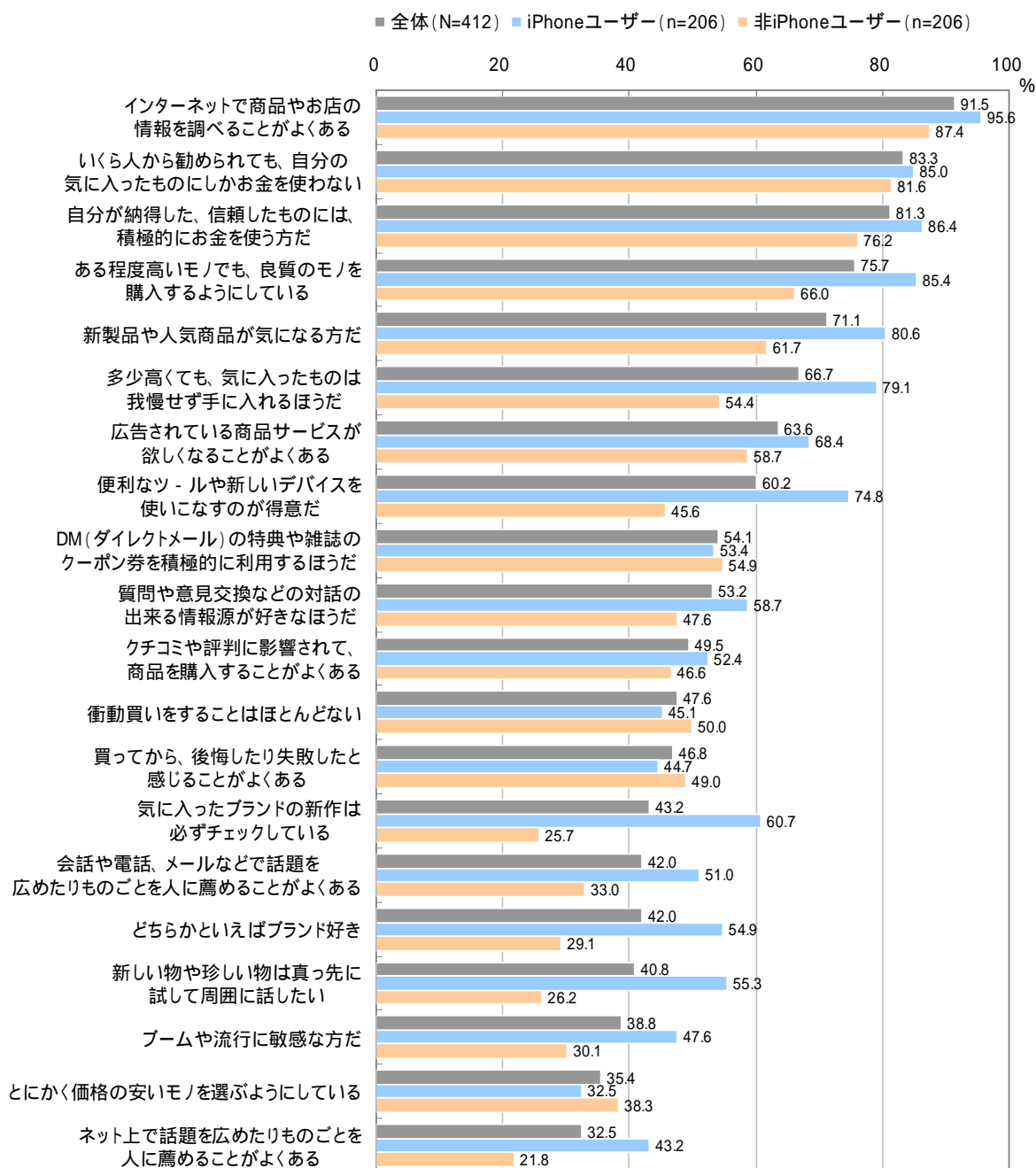
iPhone ユーザーは、消費意欲の旺盛なインフルエンサー

iPhone ユーザーと非 iPhone ユーザーの消費・生活意識に関して調査したところ、iPhone ユーザーは非 iPhone ユーザーに比べて、購買意欲が高く、ブランドや流行に敏感である一方、明確な価値観を有しており、購買において自分の価値観を重要視する傾向があるようです。また、クチコミを与える側にも、影響される側にもあり、クチコミは iPhone ユーザーの購買行動に高い影響を与えるといえそうです。

調査結果から、iPhone がイノベーター層からアーリーマジョリティー層まで広く利用されていることを窺わせます。

図 消費・生活意識（複数回答）

【n=412】



【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 BtoB 及び、BtoC サイトを提供しており、国内最大級の実績とリソースを保有するモバイルインテグレーターです。

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、企業様を対象とした携帯サイトの公式化支援事業にも力を入れております。

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 288 万 7500 円 (2008 年 8 月現在)
従業員数	301 名、グループ従業員数 556 名(2008 年 4 月末現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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/>

調査に関するお問合せ

事業開発室

担当：森・嶋田

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

報道関係者のお問合せ先

広報 IR グループ

担当：森竹

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