

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 2 月 23 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

モバイル動画に関する利用実態調査 ～ モバイルで動画を閲覧したことのあるユーザーは約 8 割～

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）は、「モバイル動画に関する利用実態調査」を実施いたしました。

調査期間は 2009 年 1 月 23 日～1 月 27 日、有効回答数は 500 名から得られました。

【調査結果概要】

近年、PC で人気の高い動画共有サイトがモバイルからも閲覧できるようになり、ますますモバイル動画がユーザーにとって身近に感じられるようになりました。また、各キャリアで動画専用のチャンネルを設けたり、キャンペーンなどでモバイル動画を取り入れる企業も多く見られたりと、モバイル動画が注目されている様子が窺えます。そこで、今回はモバイル動画に対するユーザーの利用実態や意識について調査いたしました。

モバイル動画の利用率は約 8 割と高いが、大半は無料動画

週に 1 回以上モバイルサイトを閲覧しているモバイルユーザーの約 8 割がモバイル動画の閲覧を経験していることがわかりました。しかしながら有料動画の閲覧経験があるユーザーはそのうち約 2 割にとどまる結果となり、「モバイル動画は無料で見るもの」と大半のユーザーに捉えられているようです。

最も見られているジャンルは「音楽関連」、アニメ、動画共有サイトは「YouTube」

モバイル動画で最も閲覧されているジャンルは「音楽関連」（67%）、次いで「アニメ」（34%）となり、これは PC での閲覧ジャンルと変わらない順位であることがわかりました。また、利用しているモバイル動画共有サイトでは「YouTube」が 65% で最多となり、PC 同様にモバイルでも人気があることが窺えます。

モバイルでの動画閲覧は毎日、10 分以内

モバイル動画の閲覧頻度は、「ほぼ毎日」が 30% で最も多い回答であり、これは他のポータルメディアと比較しても高い頻度であることがわかりました。また 1 回のモバイル動画閲覧時間は、10 分以内であるユーザーが半数を占める結果となりました。モバイルでは短時間で毎日見て楽しめる動画が好まれているようです。

モバイル動画に対する不満点はコンテンツではなく「読み込み時間」「画質」

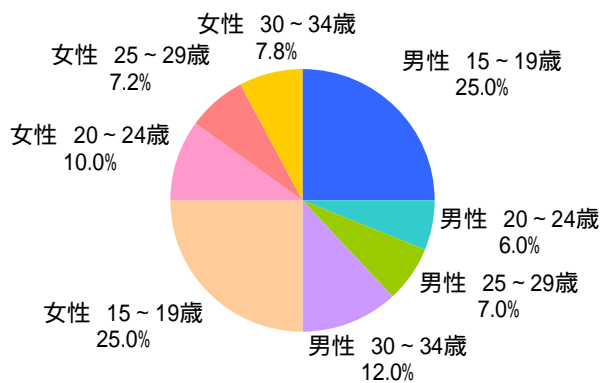
モバイルで動画を閲覧することに対する不満を聞いたところ、「再生までの時間」や「画質」、「画面サイズ」が最も多く挙げられました。一方、サイトの使い勝手やコンテンツ数などサイトの作りに対する不満が少ないこともわかりました。このことから、今後、通信環境やデバイスの向上により、さらにモバイル動画市場が拡大することが期待されます。

【調査結果詳細】

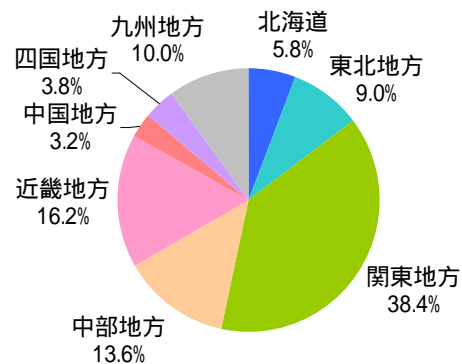
調査概要

- ・調査方法 : モバイルインターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 15～34歳の3G端末を保有し、週1回以上モバイルサイトを閲覧している男女
調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 500サンプル
- ・調査日時 : 2009年1月23日～1月27日

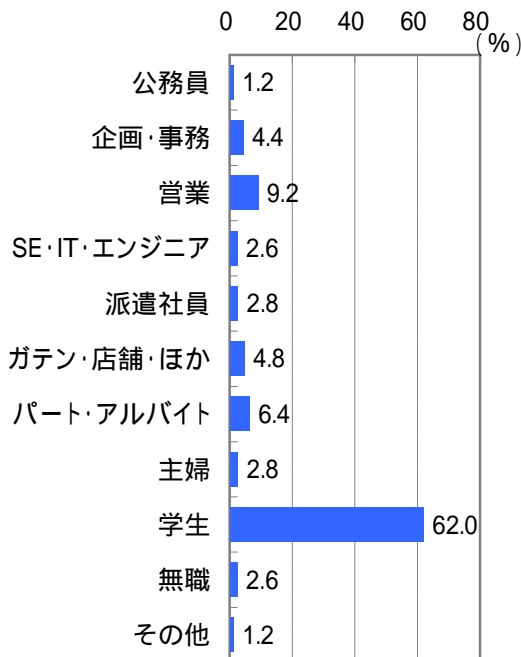
性年代 (n=500)



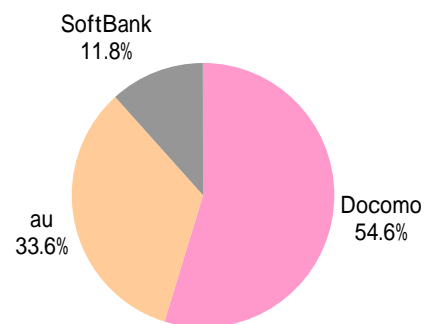
居住地域 (n=500)



職業 (n=500)



保有キャリア (n=500)



約 8 割のユーザーがモバイルでの動画閲覧経験あり

モバイルでの動画閲覧経験を尋ねたところ、約 8 割がモバイルでの動画閲覧を経験していることがわかりました。しかしながら、モバイルでの動画閲覧経験を持つ人の 8 割は有料動画の閲覧経験がなく、モバイル動画は「無料」という価値観を持っている層が大半を占めているようです。

図 モバイル動画閲覧経験（単一回答）

【n=500】

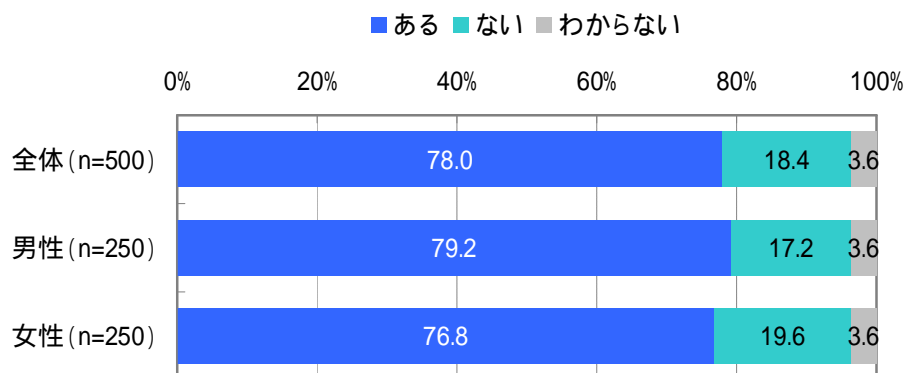
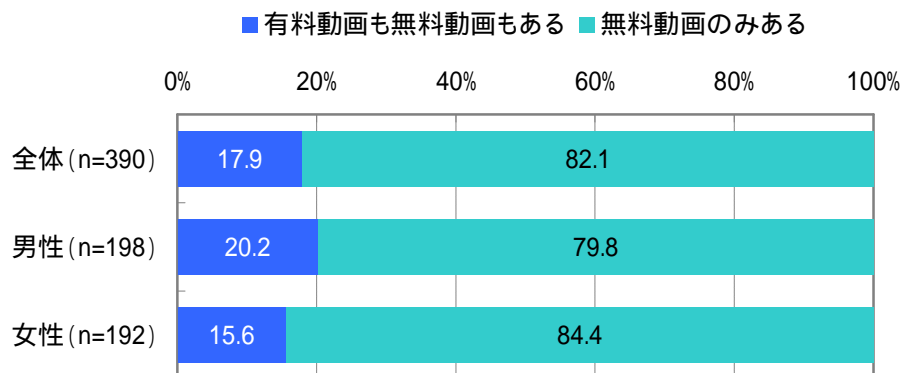


図 有料動画、無料動画の閲覧経験（単一回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】

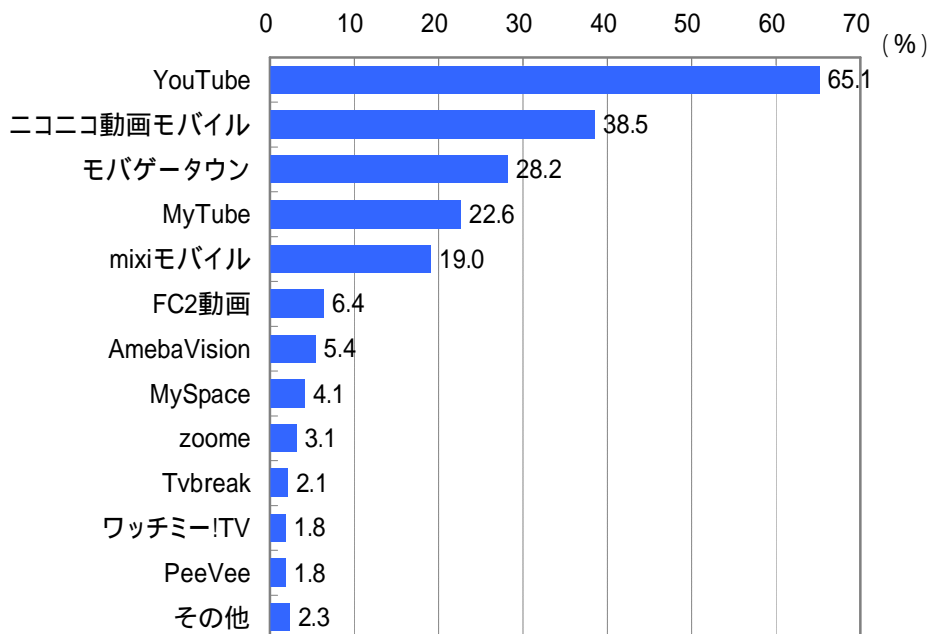


モバイルで最も利用されている動画共有サイトは「YouTube」

最近1年間に利用したモバイル動画共有サイトを尋ねたところ、「YouTube」(65%)が最も多く、次いで「ニコニコ動画モバイル」(39%)、「モバゲータウン」(28%)となりました。PCで人気の高い動画共有サイトである「YouTube」や「ニコニコ動画」が、モバイルでも多く利用されている結果となりました。

図 最近1年間に利用したモバイル動画共有サイト(複数回答)

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



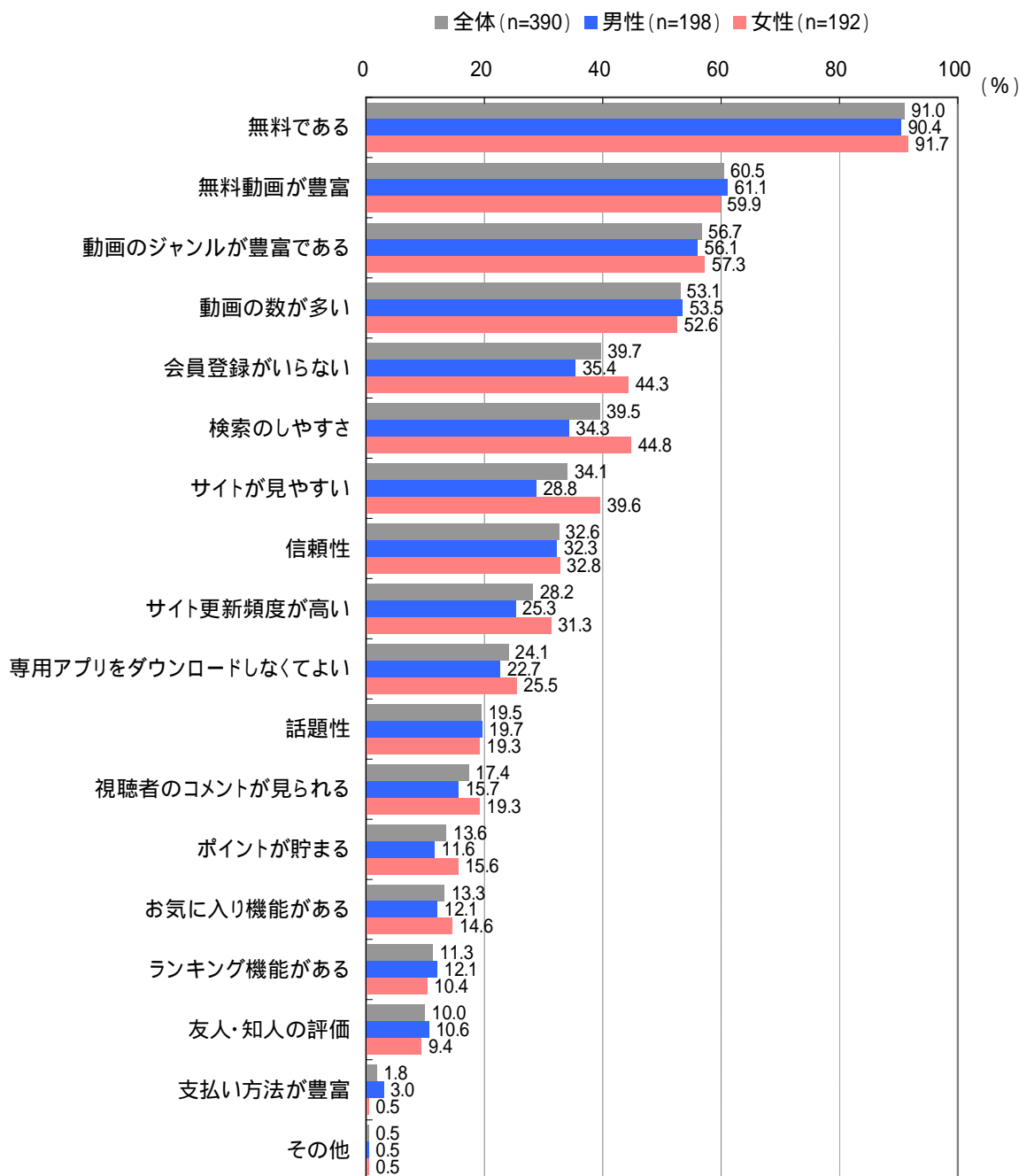
モバイル動画サイトで重視するのは多くの動画を無料配信

動画サイトを利用するときに重視するポイントを尋ねたところ、「無料である」(91%)が最も高く、次いで「無料動画が豊富」(61%)、「動画のジャンルが豊富」(57%)となりました。

ユーザーは、無料で豊富なコンテンツを有するモバイル動画サイトを求めていることが窺えます。

図 動画サイト利用時の重視ポイント（複数回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



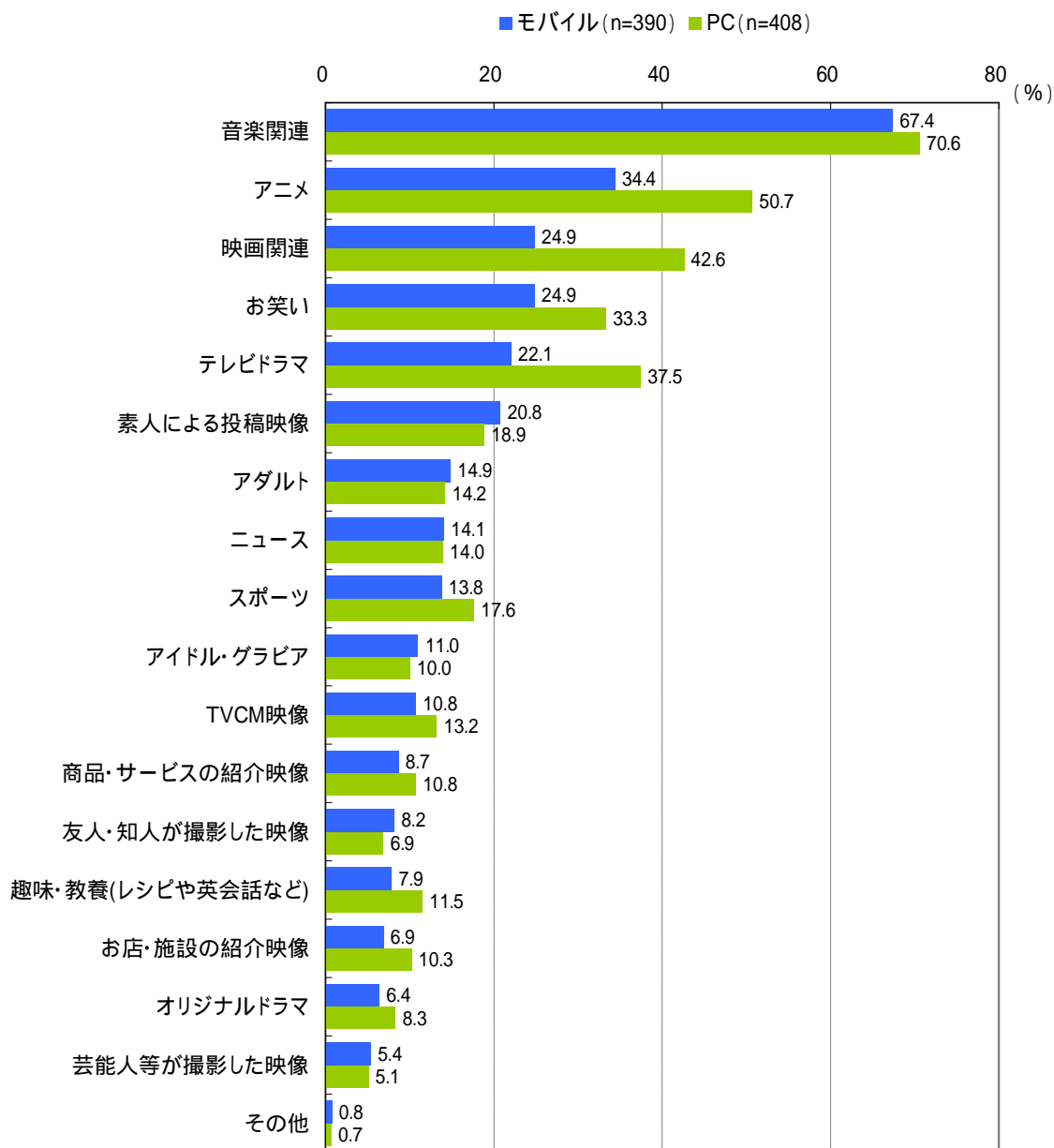
モバイルで人気の動画ジャンルは「音楽関連」、「アニメ」

モバイルとPCそれぞれについて、閲覧している動画ジャンルを尋ねたところ、モバイルで視聴が多い動画ジャンルは「音楽関連」が最も高く、次いで「アニメ」、「映画関連」、「お笑い」となりました。同じくPCでは、「音楽関連」が最も高く、次いで「アニメ」、「映画関連」、「テレビドラマ」となりました。

また、PCとモバイルと比較して視聴経験の差が最も大きかったのは「映画関連」、次いで「アニメ」、「テレビドラマ」でした。

図 モバイル、PCでの閲覧動画ジャンル（複数回答）

【 それぞれでの動画閲覧経験者】



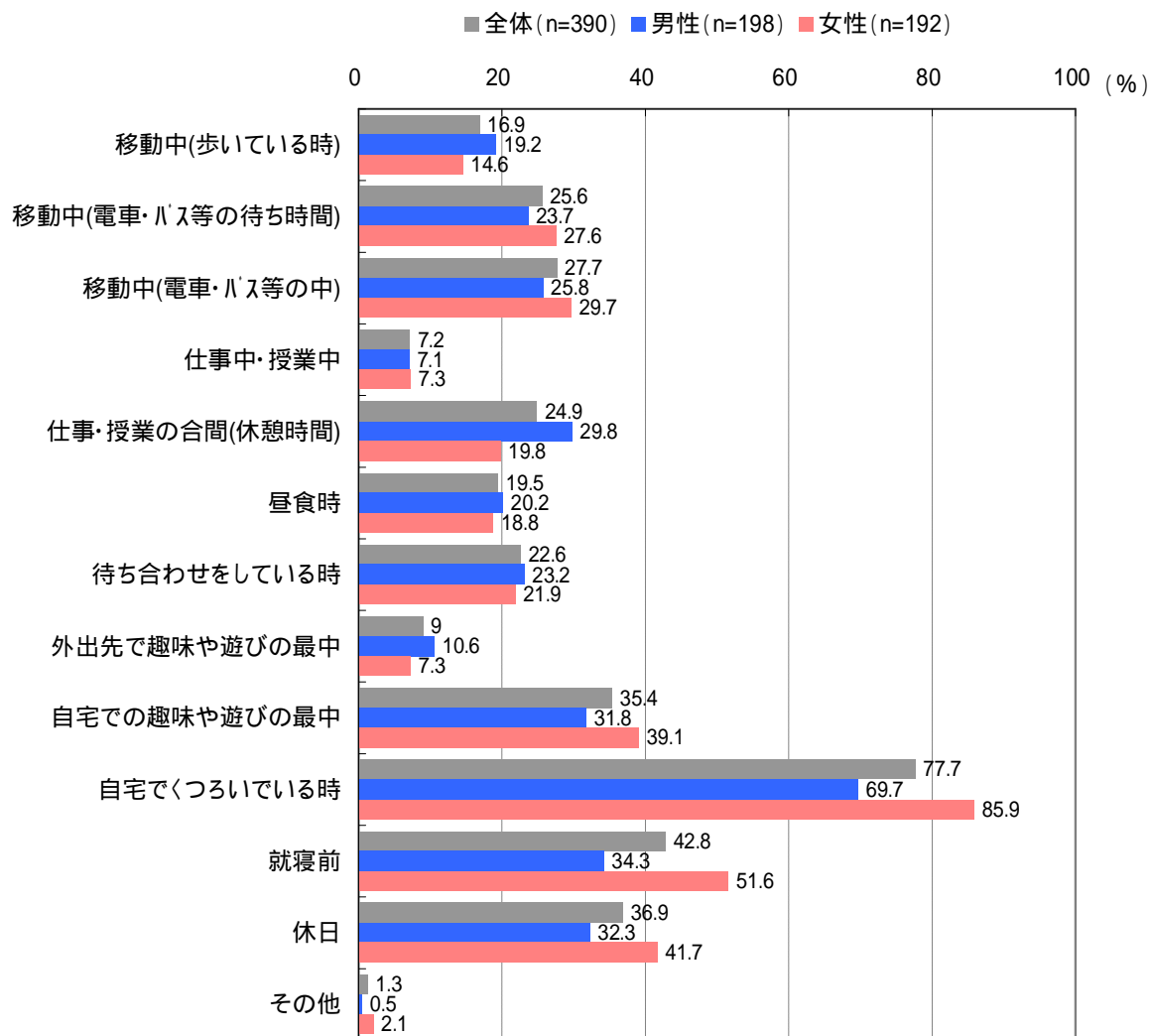
モバイルでの動画閲覧は「自宅でくつろいでいるとき」約8割

モバイルで動画を閲覧するシーンを尋ねたところ、最も多かったのは「自宅でくつろいでいるとき」(78%)となり、次いで「就寝前」(43%)、「休日」(37%)となりました。

外出先や仕事の合間といった隙間時間ではなく、パソコンやテレビなど他に映像メディアを楽しむ手段のある自宅での閲覧が最も高い結果となったことから、映像コンテンツを楽しむスタイルにモバイルが影響力を持ち始めたことを窺わせます。

図 モバイル動画閲覧シーン（複数回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



モバイルでの動画閲覧頻度、3割が「ほぼ毎日」

モバイルでの動画閲覧頻度を尋ねたところ、モバイルでの閲覧頻度は「ほぼ毎日」が最も多く30%、次いで「月に数回」(20%)、「週に1~2回程度」(19%)となりました。男女別に見てみると、男性の方が女性に比べ閲覧頻度が高いことがわかりました。

また、モバイルでの1回の動画閲覧時間を尋ねたところ、「5分未満」(27%)が最も多く、次いで「5~10分未満」(22%)、「10~30分未満」(20%)となりました。男女別では、女性の方が男性に比べ長時間閲覧している傾向が見られました。

図 モバイル動画閲覧頻度（単一回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】

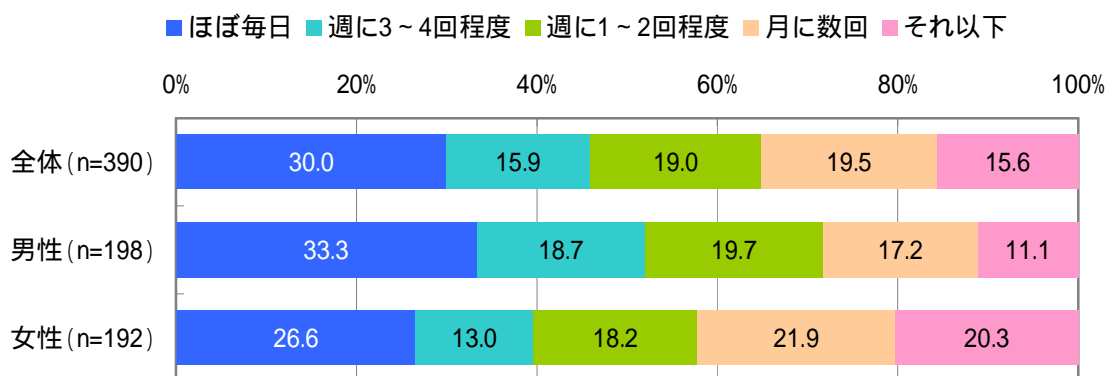
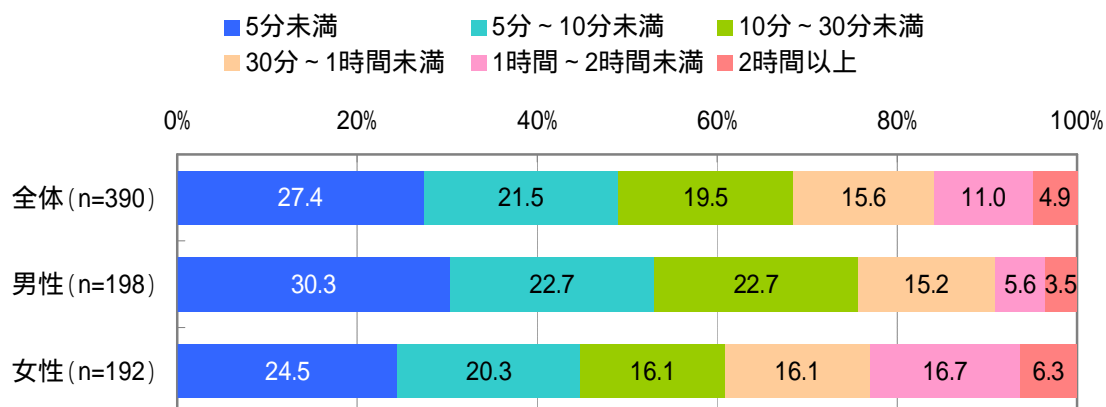


図 モバイル動画閲覧時間（単一回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



モバイルでの動画閲覧は他メディアに比べ高頻度

モバイル以外のポータブルメディアによる動画閲覧経験を尋ねたところ、最も閲覧経験が多かったのは「iPod」(19%)次いで「ポータブルAVプレイヤー」(16%)となりました。また、それぞれの動画閲覧経験者に対し閲覧頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日」との回答は iPod、ニンテンドーDSでは27%、PSP、ポータブルAVプレイヤーでは24%となりました。モバイルでの閲覧頻度が、他のメディアに比べ高いことが窺えます。

図 モバイル以外のポータブルメディアでの動画閲覧経験（単一回答）

【n=500】

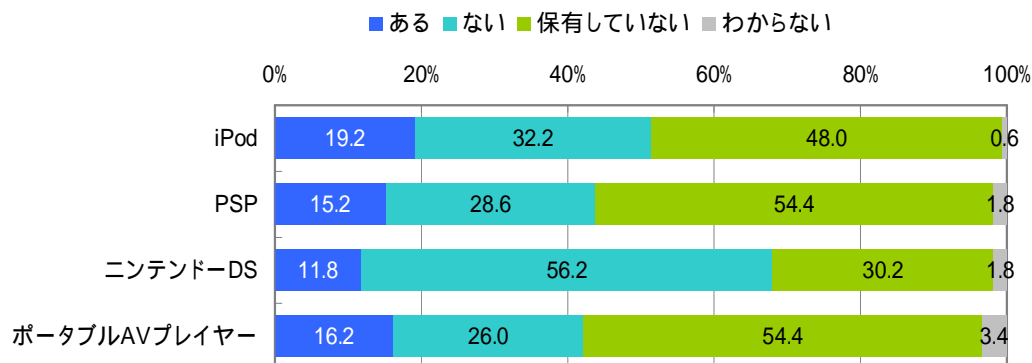
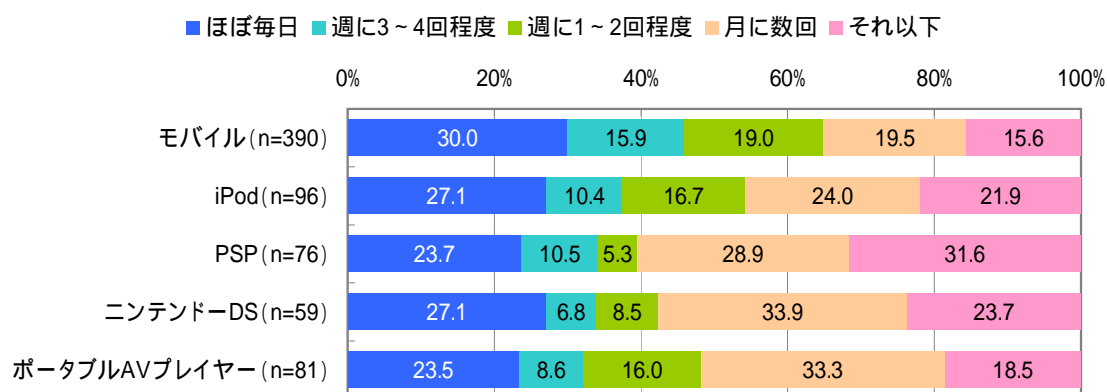


図 ポータブルメディアでの動画閲覧頻度（単一回答）

【 それぞれでの動画閲覧経験者】



**1ヶ月にモバイル動画コンテンツに払うお金は「無料」が85%
支払って良いと思う金額は「300～500円」**

モバイル動画に対して支払っているひと月あたりの利用料金を尋ねたところ、「無料」が85%で最も多く、有料で動画を閲覧しているユーザーは全体の10%にとどまる結果となりました。

また、ひとつの動画コンテンツに対して、これまでに支払った最大の金額と、支払っても良いと思う許容金額をそれぞれ尋ねたところ、最大支払い金額で最も多かったのは「300～500円」(42%)、次いで、「500～1000円」、「1000円以上」(ともに16%)となりました。一方、許容金額では、「300～500円」(32%)が最も多く、次いで「100～300円」(26%)、「100円未満」「500～1000円」(ともに16%)となりました。

図 モバイル動画に対するひと月あたりの利用料金（単一回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】

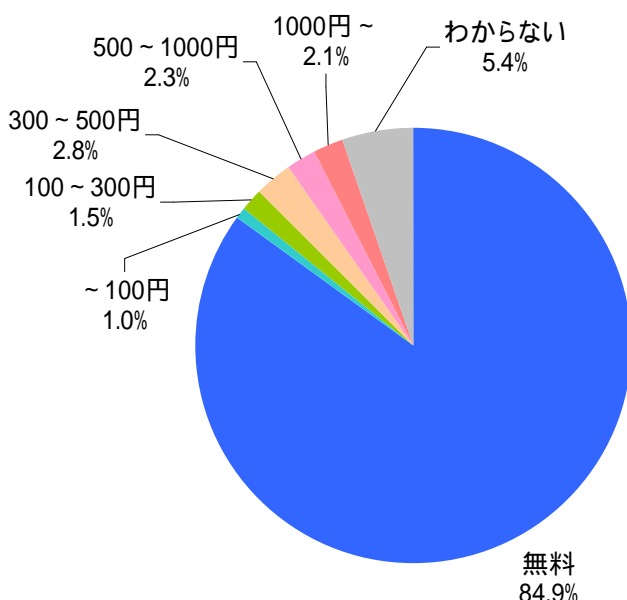
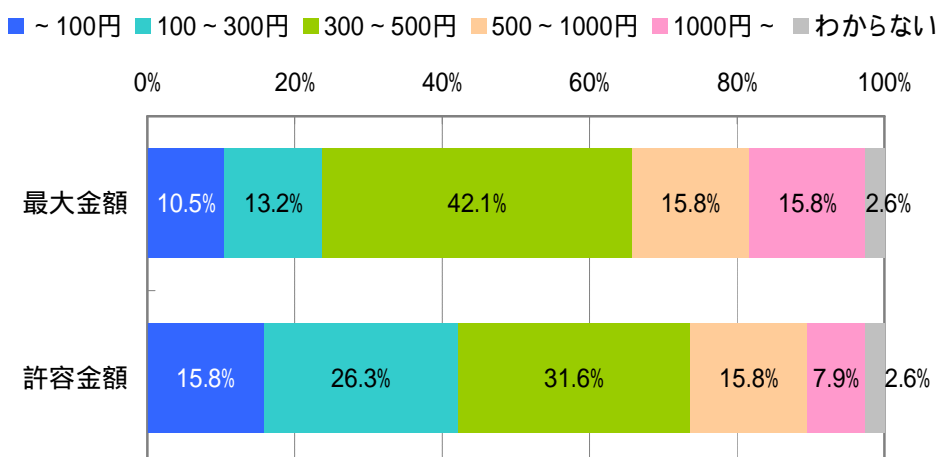


図 コンテンツひとつあたりの過去最大支払い金額と許容金額（単一回答）

【n=38 有料動画閲覧経験者】



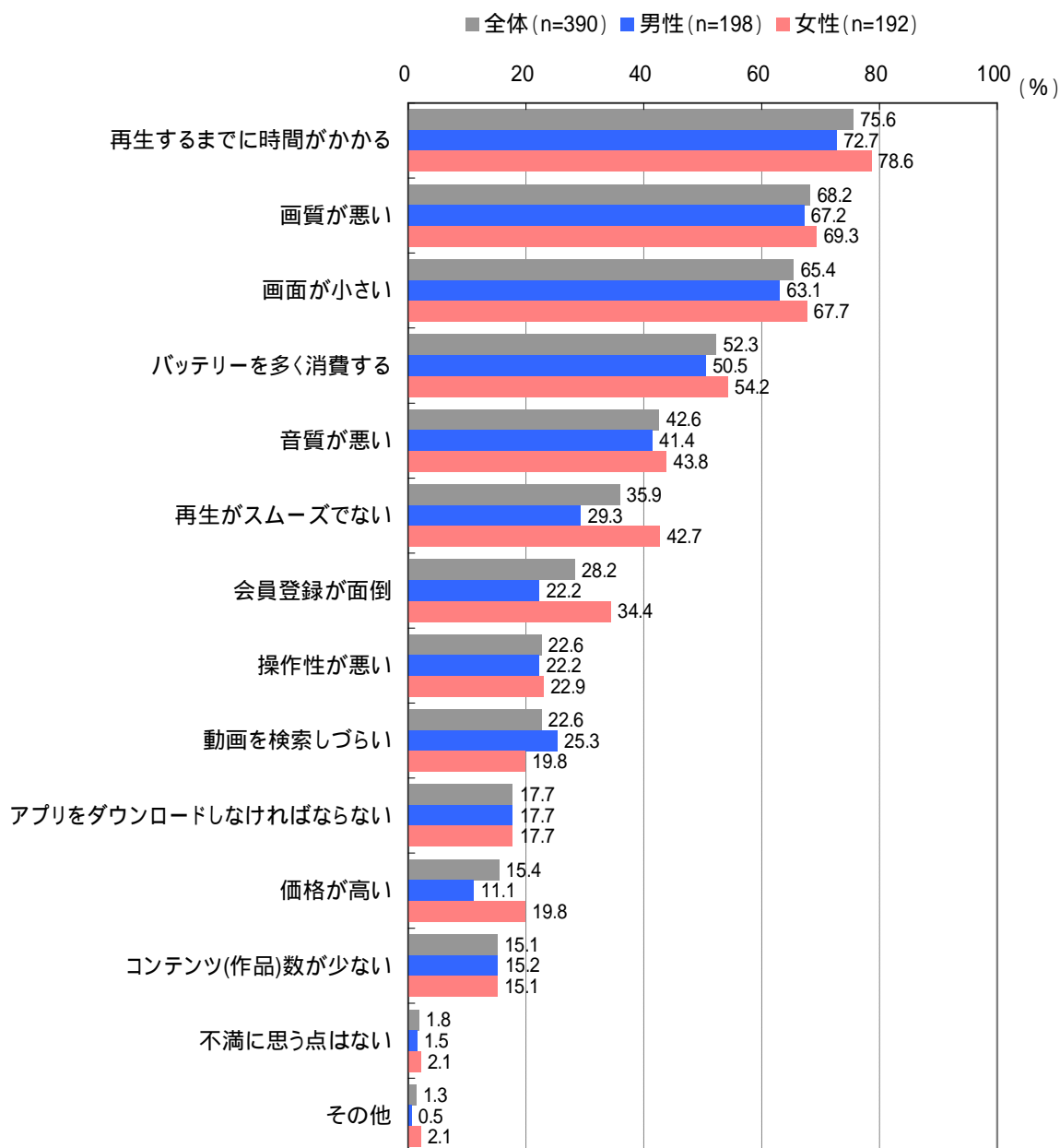
モバイル動画の不満は端末や通信環境の制約

モバイル動画に対し不満に思っていることを尋ねたところ、最も多かったのは「再生までに時間がかかる」(76%)となり、次いで「画質が悪い」(68%)、「画面が小さい」(65%)となりました。

モバイルデバイスの物理的制約に対する不満が多く、提供されるコンテンツやサイトの使い勝手に対する不満が少ない結果となりました。調査結果は、通信環境やデバイスの使い勝手の改善によって、モバイル動画閲覧に対する利用者の不満解消に合わせ、モバイル動画市場が拡大する可能性を示唆しています。

図 モバイル動画に対する不満（複数回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



モバイル動画の閲覧理由は手軽さと、閲覧場所や時間の自由さ

モバイルで動画を閲覧する理由を尋ねたところ、「手軽だから」(77%)との回答が最も多く、次いで「場所・時間を選ばず見られるから」(71%)となりました。

また、モバイルでの動画再生方法を尋ねたところ、「動画ダウンロード」(82%)が最も多く、次いで「動画ストリーミング」(65%)、「アプリ起動」(36%)となりました。

図 モバイル動画閲覧理由（複数回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】

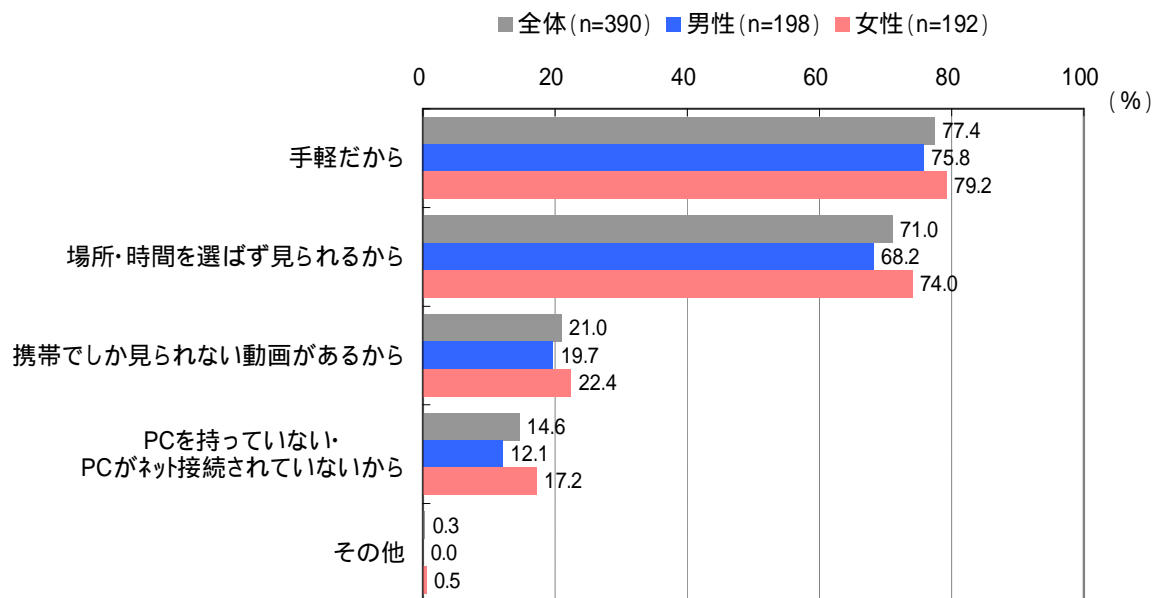
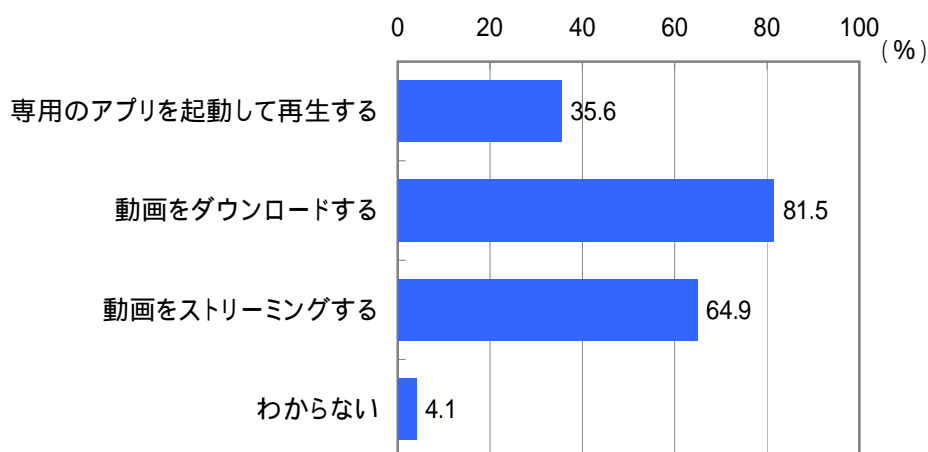


図 モバイル動画再生方法（複数回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



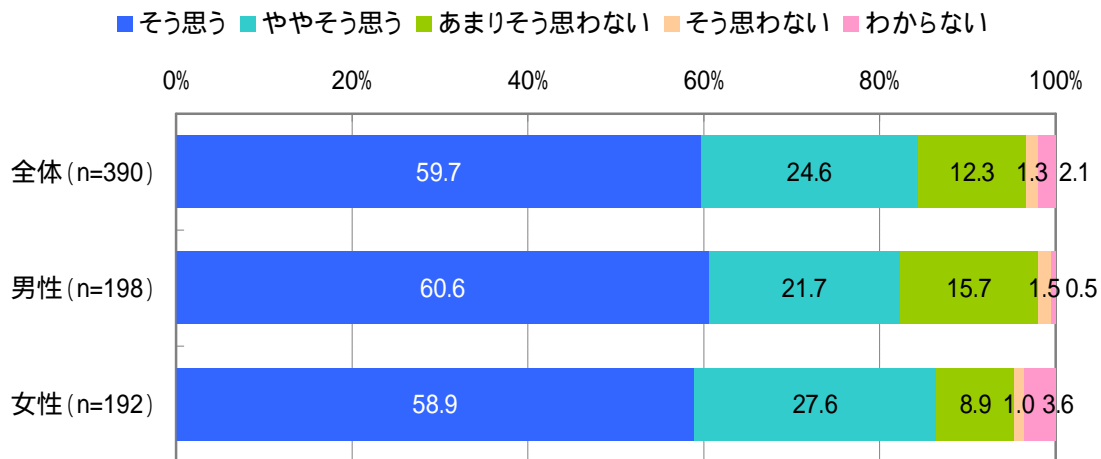
約8割がモバイル動画の継続閲覧意向あり

今後、モバイルで動画を閲覧したいかを尋ねたところ、モバイル動画を閲覧したことのあるユーザーでは継続閲覧意向が84%（「そう思う」+「ややそう思う」）、非意向が14%（「あまりそう思わない」+「そう思わない」）となりました。

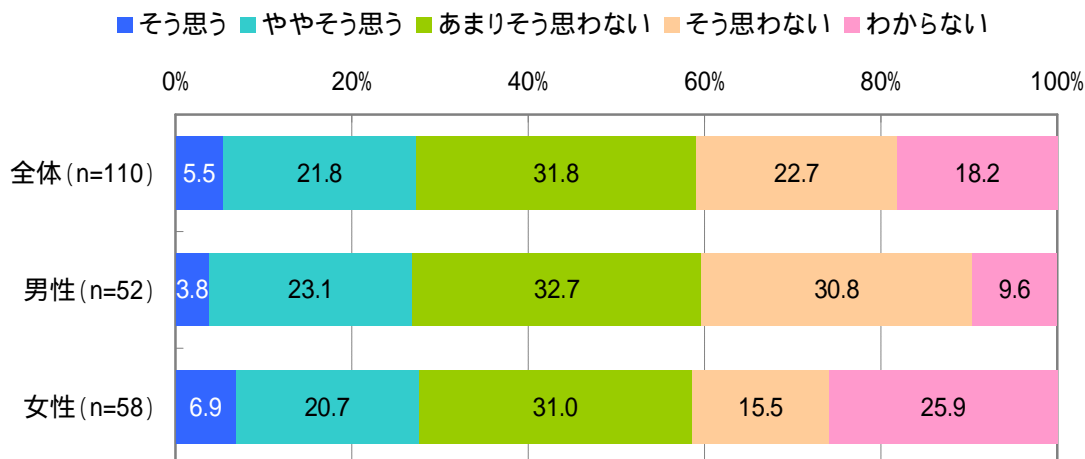
一方、モバイル動画を閲覧したことのないユーザーでは、閲覧意向（27%）は、閲覧経験者の3分の1にとどまる結果となりました。

図 今後のモバイル動画閲覧意向（単一回答）

【n=390 モバイル動画閲覧経験者】



【n=110 モバイル動画閲覧未経験者】



【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 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 963 万 7500 円 (2008 年 12 月現在)
従業員数	350 名、グループ従業員数 564 名(2008 年 12 月現在)
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・運営代行事業 ・ 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