

平成13年11月13日
株式会社 情報通信総合研究所

第3回「iモードユーザーアンケート調査」

(40代ユーザーの利用が拡大)

株式会社情報通信総合研究所(東京都中央区日本橋人形町2-14-10、代表取締役社長:小原暉章)ではこの度、iモード端末で回答するwebアンケートを弊社が運営するマーケティング・サイト「MIN」上で実施し、888名を対象とした調査結果を取りまとめ、以下のとおりiモードユーザーの利用実態が明らかになりました。また、このiモードアンケート調査は第1回(2000年3月)第2回(2000年7月)と継続的に実施しており、今回の調査で時系列的な変化も明らかになりました。

調査結果のポイント

- 40代ユーザーのメール利用が特に拡大
- iモードでのショッピング経験者は約半数。平均利用金額は今年の1.4倍
- 物販系商品の購入が増加傾向。決済手段も多様化
- 40代ユーザーがオンライン・ショッピングの利用に意欲的
- iモードのみ利用ユーザーはiモードでのオンライン・ショッピングに積極的

調査結果

1. 携帯電話の利用実態

(1)40代ユーザーのメール利用が特に拡大

iモードユーザーのiモード端末での1日あたりの「電話受発信数(回)」及び「メール受発信数(通)」は、第2回調査(2000年7月)に比べて増加してきている(図1・図2)。特に「メール受発信数」の伸び率は大きく、全体で約2倍となった。特に注目されるのは40代で2.3倍と伸びてきており、この年代が積極的にメールを利用するようになってきたことが伺える。

また、iモード端末での「電話」・「メール」・「Web」の利用比率(活用時間)を尋ねたところ、

ところ、「メール」の利用比率は今回調査では45.5%となっており、第1回(2000年3月)の37.9%、第2回(2000年7月)の41.8%から引き続き拡大傾向にあり(図3)、メール用端末としての利用が進んでいることが伺える。

:メール・Webの活用時間には、入力・閲覧の時間も含む

図1. 電話受発信数[単一回答]

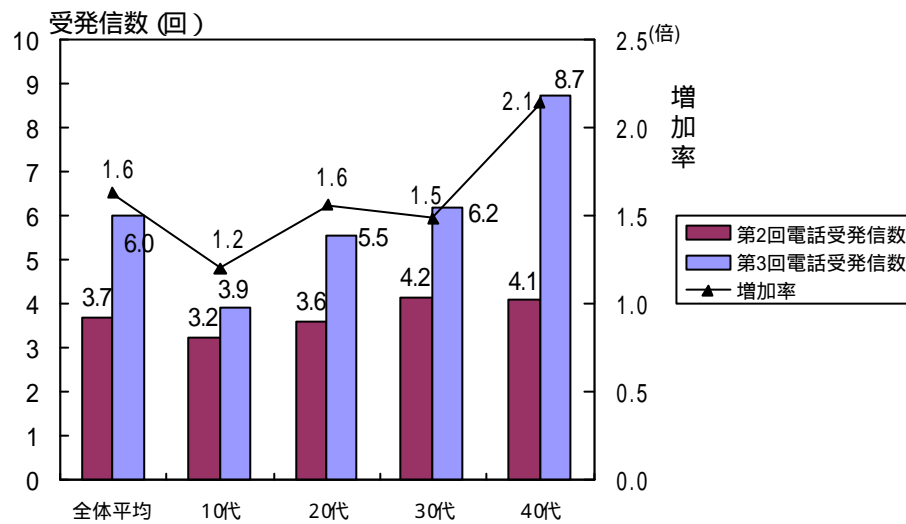


図2. メール受発信数[単一回答]

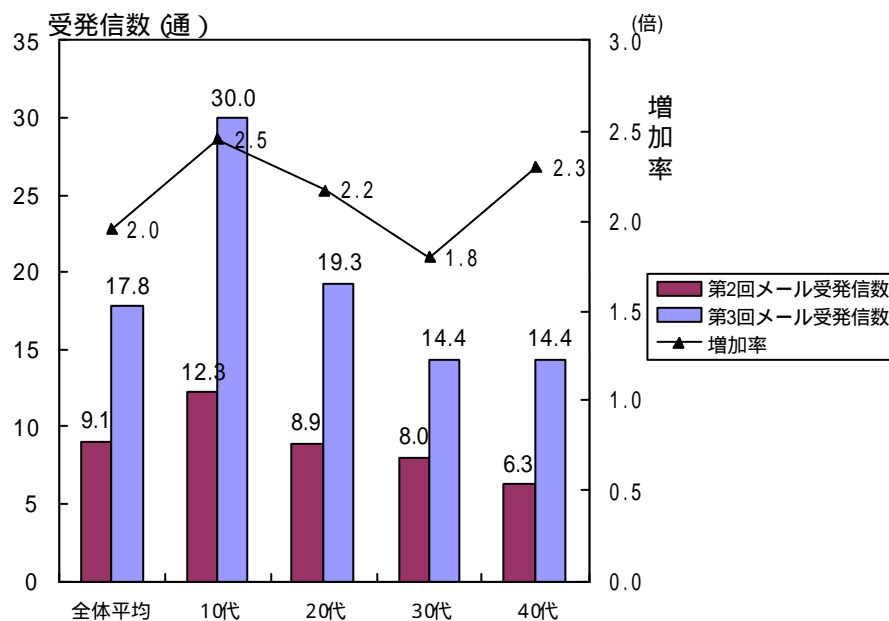
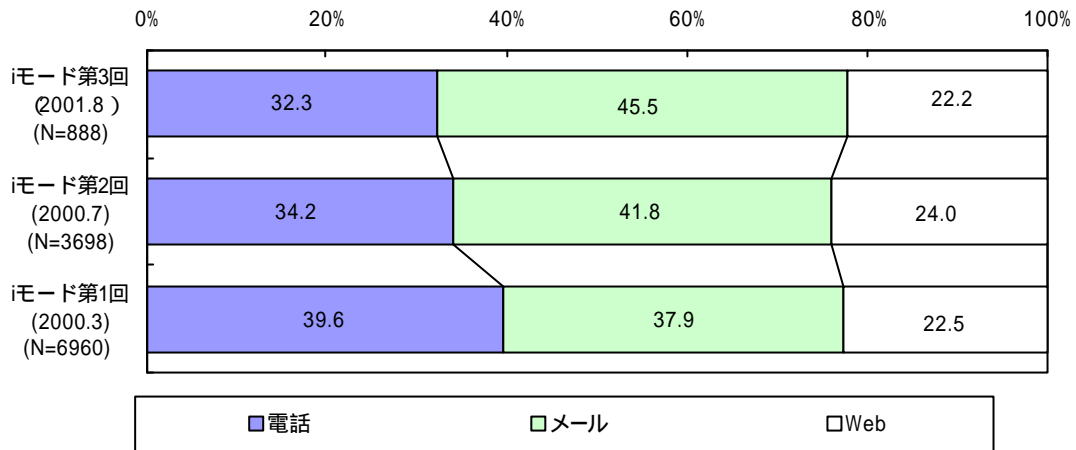


図3 . 電話・メール・Webの利用比率（推移）[単一回答]



2.i モードでのオンライン・ショッピングの利用実態

(1)i モードでのショッピング経験者は約半数。平均利用金額は今年の1.4 倍

iモードでの「オンライン・ショッピング経験率」は45.3%となり約半数を占める結果となった(図4) 昨年の第2回調査と比較すると経験率はほとんど変化していないが、「利用金額」は1ヶ月平均で約2,600円と1.4倍に上昇(図6)しており、iモードでのオンライン・ショッピングは確実に定着・拡大してきているといえる。

図4 . iモードでのオンライン・ショッピング経験比較（昨年との比較）[単一回答]

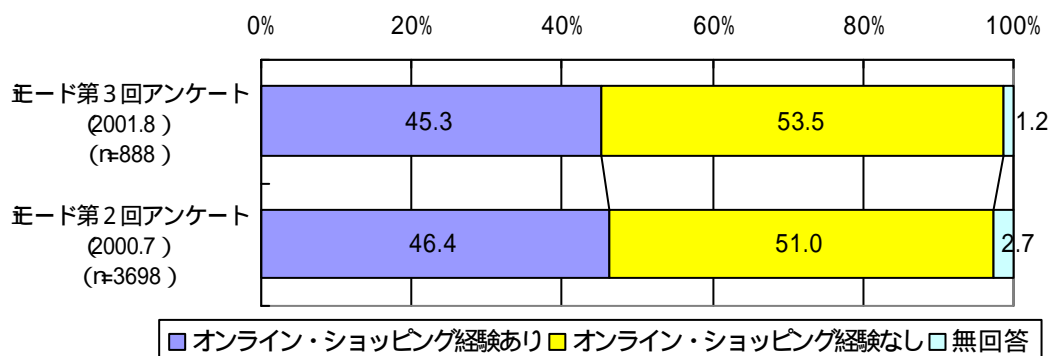
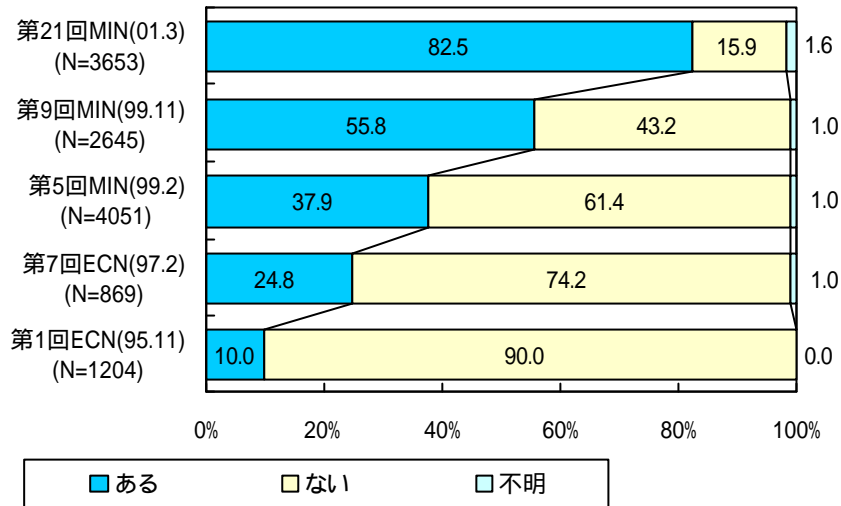
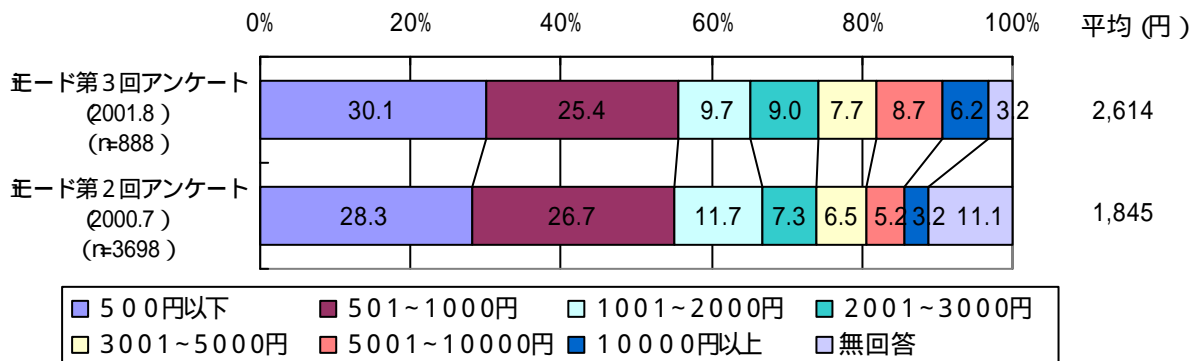


図5 .(参考) PCでのオンライン・ショッピング経験率 [単一回答]
 (MIN 第 21 回アンケート (PC Web アンケート) より)



出所 : (株) 情報通信総合研究所 MIN 第 21 回アンケート (PC Web アンケート)
 「 買い物行動とインターネット・ショッピングに関するアンケート 」 (2001.6.21)
 URL : <http://www.commerce.or.jp/enq/report/enq21/index.html>

図6 . i モードでのオンライン・ショッピング利用金額 (昨年との比較) [単一回答]

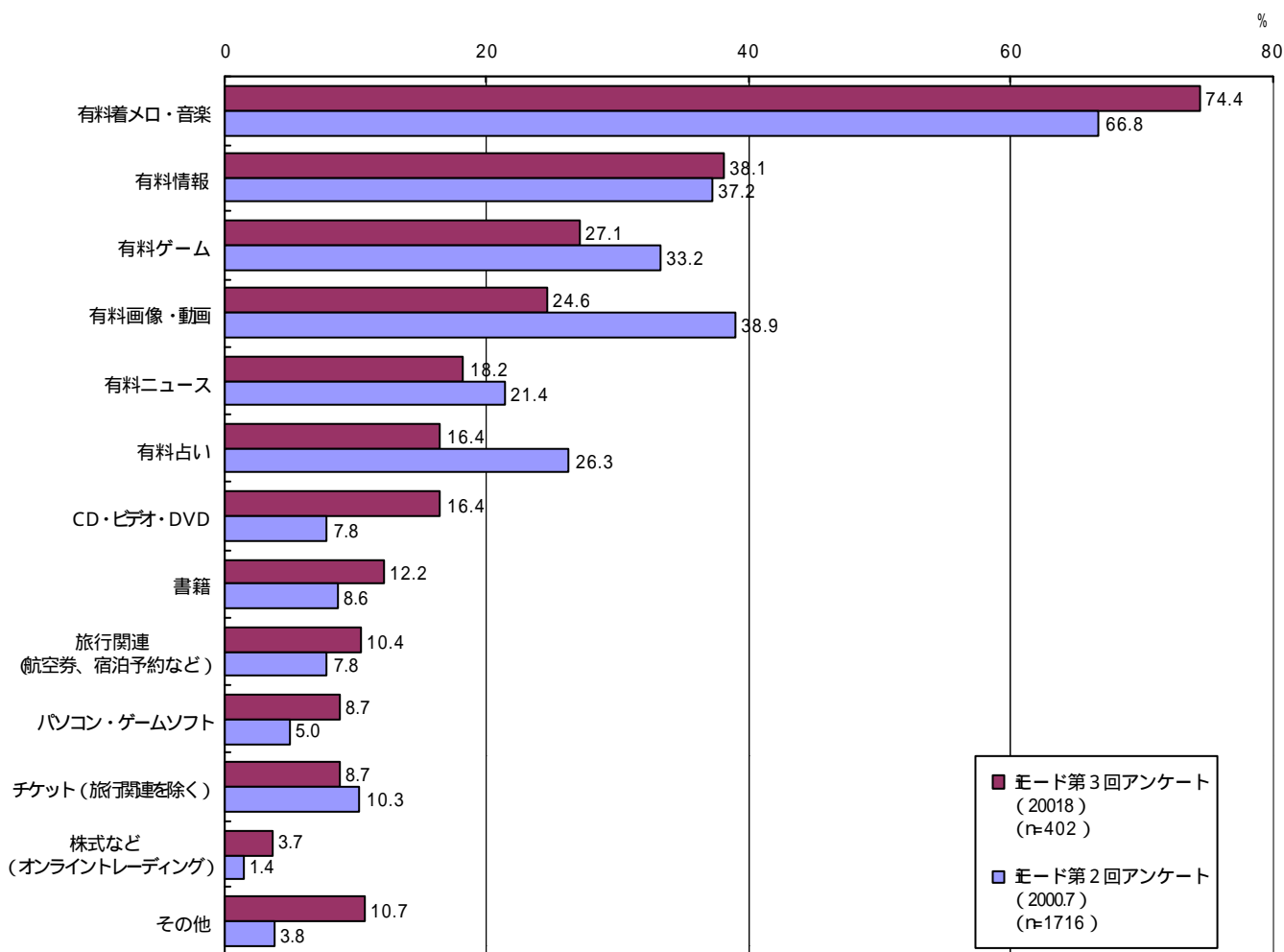


(2) 物販系商品の購入が増加傾向。決済手段も多様化

iモードで購入したものの(複数回答)は1位「有料着メロ・音楽」74.4%、2位「有料情報」38.1%となり、上位6位までは全てデジタル・コンテンツが占め、昨年の第2回調査と傾向は変わっていない(図7)しかし、今年1年間で最もポイントを伸ばしたのは「CD・ビデオ・DVD」16.4%であり、この他にも「書籍」「パソコン・ゲームソフト」等の物販系商品全体が伸びてきている。

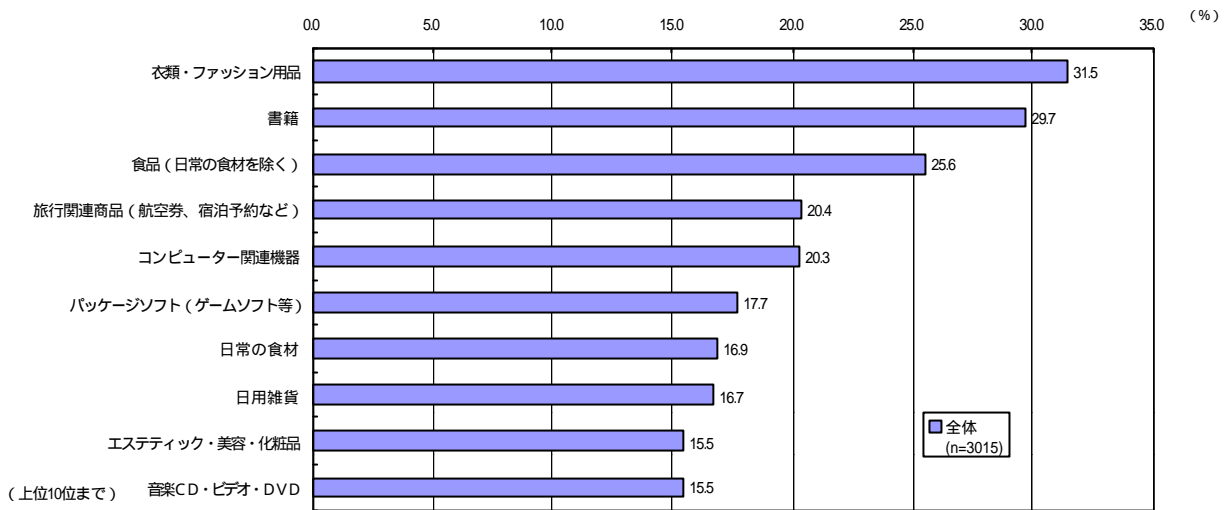
またそれに伴い決済手段はこれまで「携帯の月額料金に合算」が中心であったが、今後は「クレジット・カード決済」等パソコンでのオンライン・ショッピングと同様に多様化してくることが考えられる(図9)

図7 . iモードで購入したものの(昨年との比較)[複数回答]



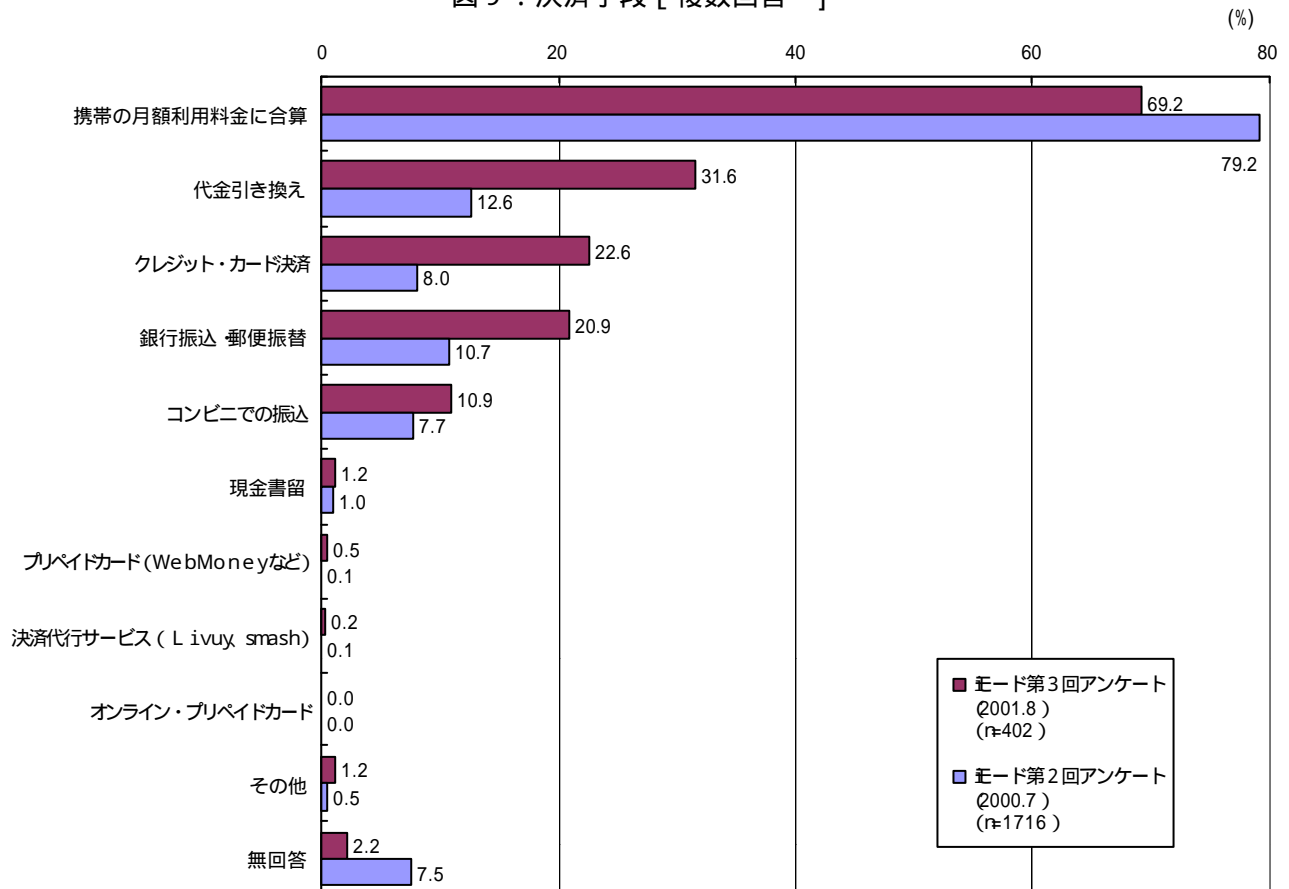
複数回答：第2回は「いくつでも選択」、第3回は「3つまで選択」とした

図8 .(参考) PCオンラインショッピングで購入したもの [複数回答]
(MIN 第21回アンケート(PC Web アンケート)より)



出所:(株)情報通信総合研究所 MIN 第21回アンケート(PC Web アンケート)
「買い物行動とインターネット・ショッピングに関するアンケート」(2001.6.21)
URL: <http://www.commerce.or.jp/enq/report/enq21/index.html>

図9 . 決済手段 [複数回答]



複数回答：第2回は「いくつでも選択」、第3回は「3つまで選択」とした

3. 各ユーザー層における特徴

(1) 40代ユーザーがオンライン・ショッピングの利用に意欲的

40代のユーザーは電話・メールの利用だけでなく、iモードでのオンライン・ショッピングにも意欲的になっていることがわかった。1ヶ月間のiモードのオンライン・ショッピングでの「利用金額」は、40代のユーザーが最も高く、4,086円だった(図10)

購入商品も、若年層では「有料着メロ・音楽」や「有料ゲーム」などのエンターテインメント性の高いデジタルコンテンツが中心であるが、年代が高くなるにつれて「有料ニュース」や「有料情報」「株式」等の実用性の高い商品の利用が増えている(図11)

また、今後の「オンライン・ショッピング利用意向」についても40代が最も高くなっている(図12)

図10. オンライン・ショッピングでの利用金額(年代別)[単一回答]

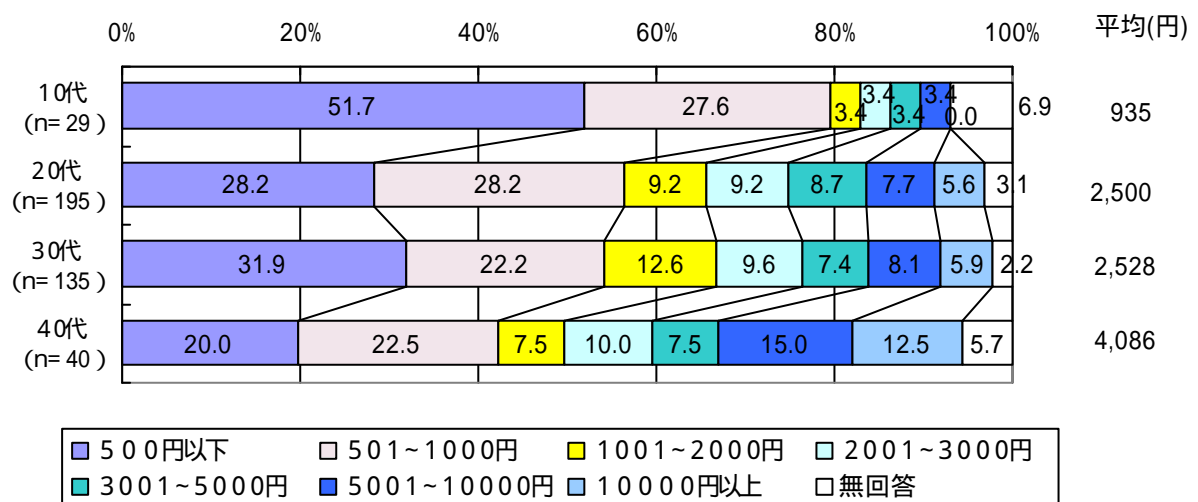


図 1 1 . i モードで購入したもの（年代別）[複数回答・3つまで]

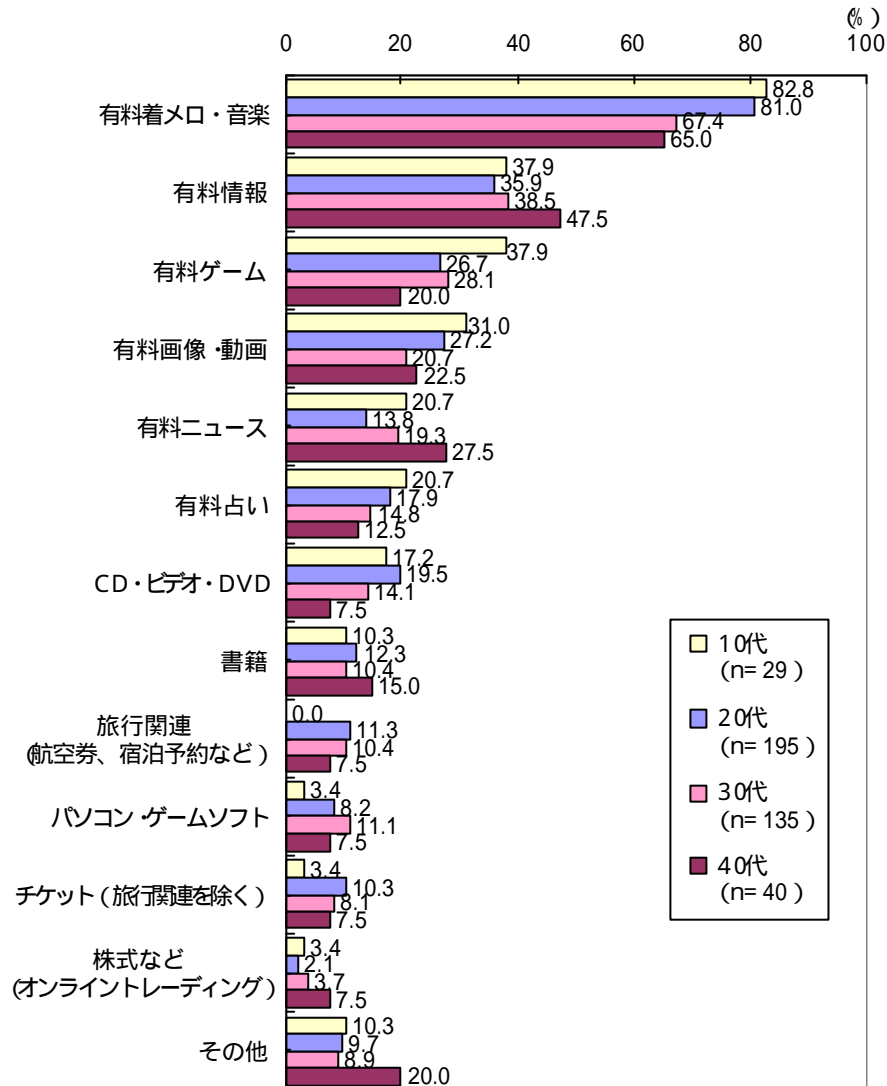
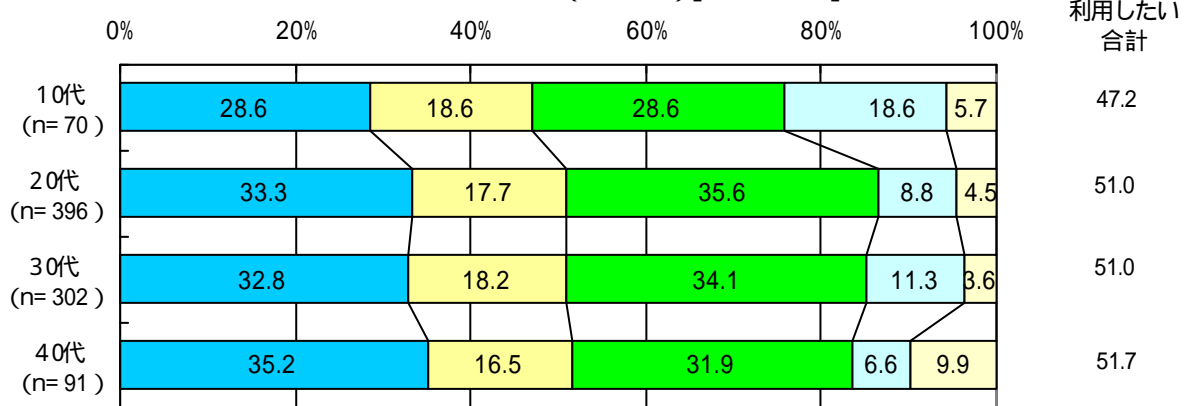


図 1 2 . 今後の利用意向（年齢別）[単一回答]

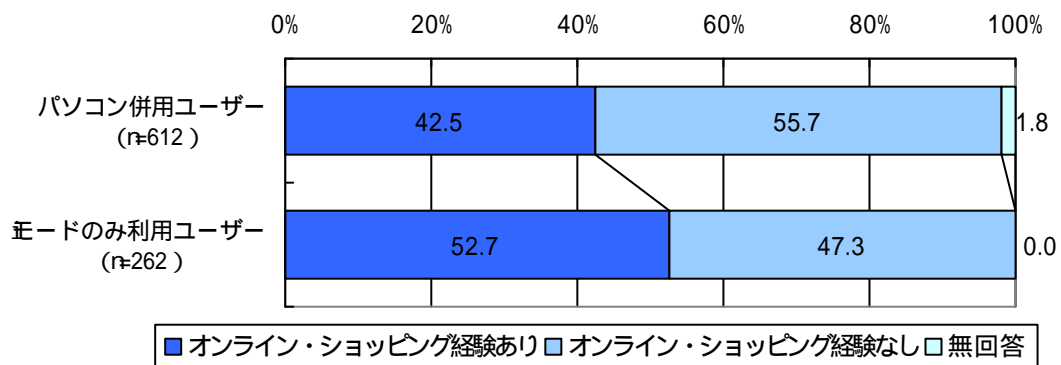


■ 利用したい(オンライン・ショッピング経験あり)
 ■ 利用したい(オンライン・ショッピング経験なし)
 ■ どちらともいえない
 ■ 利用したくない
 ■ 無回答

(2) iモードのみ利用ユーザーはiモードでのオンライン・ショッピングに積極的

インターネットへアクセスする方法としてiモードのみ利用している(「iモードのみ利用ユーザー」)かパソコンも併用している(「パソコン併用ユーザー」)かで分類し、iモードの「オンライン・ショッピング経験率」を調べたところ、「iモードのみ利用ユーザー」は52.7%、「パソコン併用ユーザー」は42.5%であった(図13)。パソコンを利用していない「iモードのみ利用ユーザー」でもオンライン・ショッピングを積極的に利用しており、iモードによってオンライン・ショッピング利用の機会が拡大しつつあると考えられる。

図13 . iモードオンライン・ショッピング経験率(PC利用有無別)[単一回答]

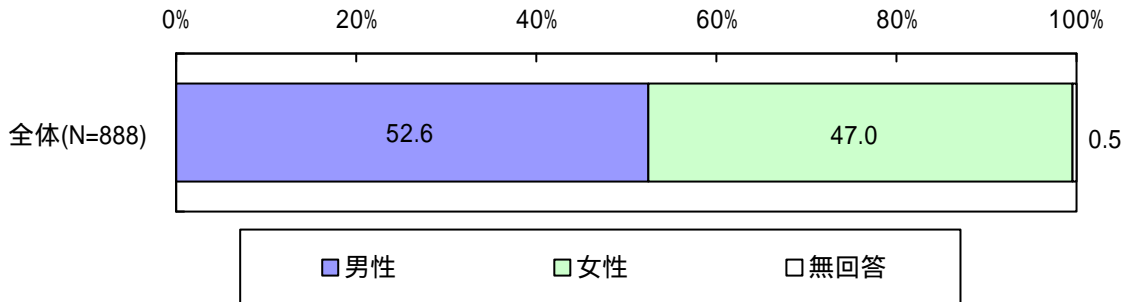


4. 回答者の基本属性

(1) 性別

性別については男女ほぼ半々だった(図14)

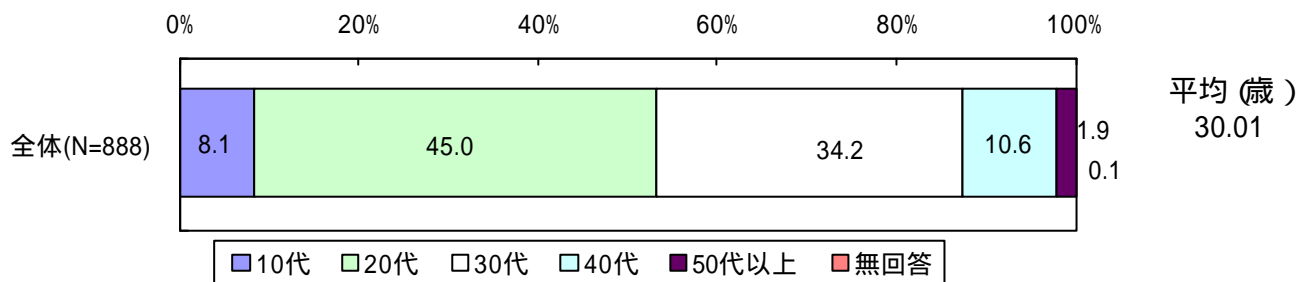
図14. 性別[単一回答]



(2) 年齢

年齢は、平均30歳であった(図15)

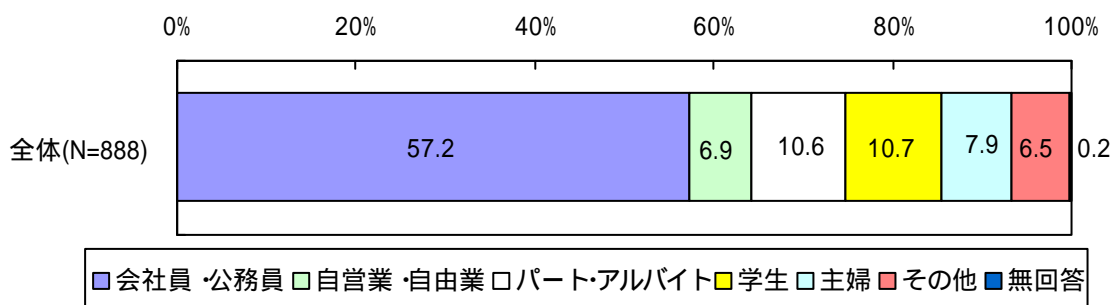
図15. 年齢[単一回答]



(3) 職業

職業は会社員・公務員が過半数を占めていた(図16)

図16. 職業[単一回答]



調査概要

(1) 調査名

MIN iモード第3回「iモードユーザーアンケート調査」

(2) 調査方法

(株)情報通信総合研究所が運営するマーケティング・サイト「MIN」の一環として、iモード用のwebアンケートページを作成し、告知を行って当該ページにアクセスしてもらい、回答してもらった。

(3) 調査期間

2001年7月26日(木)～8月16日(木)

(4) 有効回答者数

888名

(5) アンケートの告知方法

過去のMIN iモードアンケート及びMIN(PC)アンケート回答者のうち「MINからのお知らせを希望する」と回答した方へのメール、iモードの懸賞サイト、iモードの検索サイト、iモードの懸賞メールニュース、情報通信総合研究所のニュースレター

調査レポート(詳細版)の案内

今回の調査のレポート(詳細版)は、11月下旬にMINホームページ(URL <http://www.commerce.or.jp/>)上で有料にて販売させていただく予定です。なお、下記のとおり予約申込を承っております。

(1) 詳細版内容(予定)

- ・ 電話 / メール / web の利用時間比率
- ・ 一日の電話発着信数 / メール の発着信数 / ホームページ閲覧時間
- ・ 携帯端末購入目的 / 選択理由
- ・ 良く見るページ / 今後見たいページ
- ・ ホームページへのアクセス方法 (メニュー / ブックマーク / URL 入力 / メールからリンク etc.)
- ・ 公式ページ / 一般ページ利用比率
- ・ 携帯オンライン・ショッピング購入商品
- ・ 携帯オンライン・ショッピング問題点 他

詳細レポートでは同時期に行った J-sky、EZweb でのアンケート結果も参考として一部掲載します。

(2)価格

定価 28,000 円(税込:29,400 円)

(3)予約申込方法

min@commerce.or.jp に以下の内容を明記してメールをお送り下さい(この時点では正式なお申し込みにはなりません)。販売の準備ができ次第、優先的にお申込みのご案内をさせていただきます。

(メール記載内容)

- ・ 件名：予約申込
- ・ レポート名：MIN i モード第3 回「iモードユーザーアンケート調査」レポート
(略称：「MIN i モード第3 回レポート」)
- ・ 御社名：
- ・ ご担当者：
- ・ ご担当者連絡先：TEL E-mail

MIN の概要

MIN (Marketing Interactive Network) とは、生活者と企業や社会とをインタラクティブに結び、インターネット・マーケティングとサイバー・コミュニティの可能性を探るホームページです。(URL <http://www.commerce.or.jp/>)

ウェブ・アンケートを始めとする様々なマーケティング・リサーチを行っており、EC ビジネスに関する情報提供、実証実験などを行っていきます。

本件連絡先

株式会社情報通信総合研究所
情報流通ビジネス研究グループ
藤生(ふじう)
TEL 03-3663-7566
E-mail min@commerce.or.jp