
ケータイ・モバイルサービス活用動向調査

インターネット時代の
i.m.press
月刊「アイ・エム・プレス」

GAIN
人々の思いを解き明かす

調査概要

調査目的

ケータイ・モバイル使用者の実態調査

調査期間

2009年 1月 13日 ~ 1月 15日

対象地域

首都圏(1都3県:東京都 神奈川県 千葉県 埼玉県)
京阪神(2府1県:兵庫県 大阪府 京都府)

割付

	男性	女性
15-19歳	50ss	50ss
20-29歳	50ss	50ss
30-39歳	50ss	50ss
40-49歳	50ss	50ss
50-69歳	50ss	50ss

サンプル数

500サンプル

調査主体

株式会社 アイ・エム・プレス

調査方法

インターネットリサーチ

調査協力

株式会社 ゲイン

報告書 表記説明

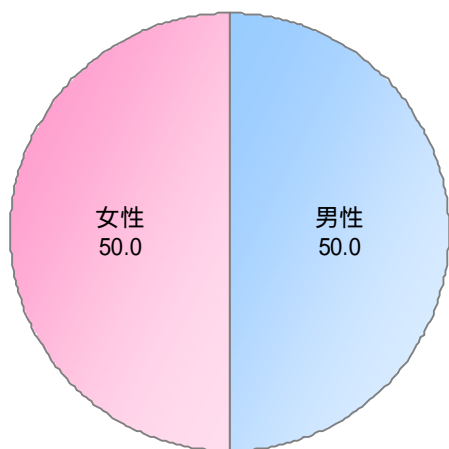
- * 基数が30未満のものは、参考値とする。
- * 適宜、二乗検定、比率の差の検定を利用。表記方法は下記の通り。

  …属性間の有意差有り(有意水準5%)

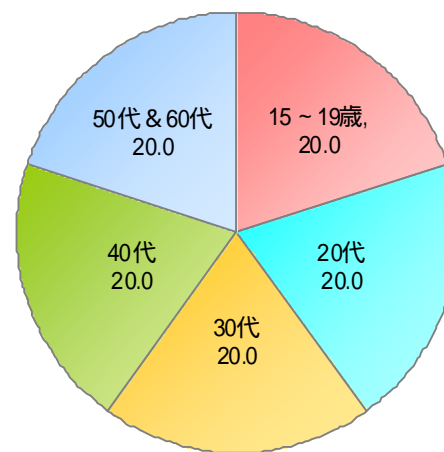
  …属性間の有意差あり(有意水準5%)

対象者プロフィール

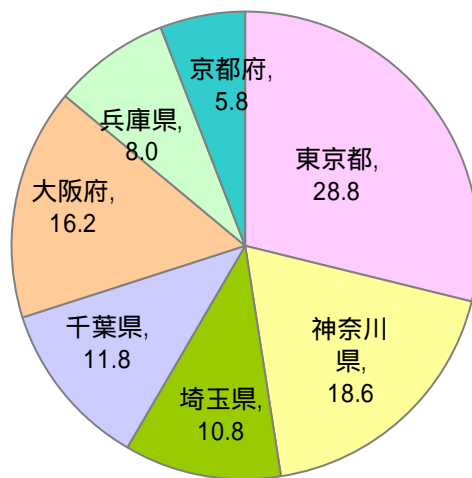
性別



年代



居住地



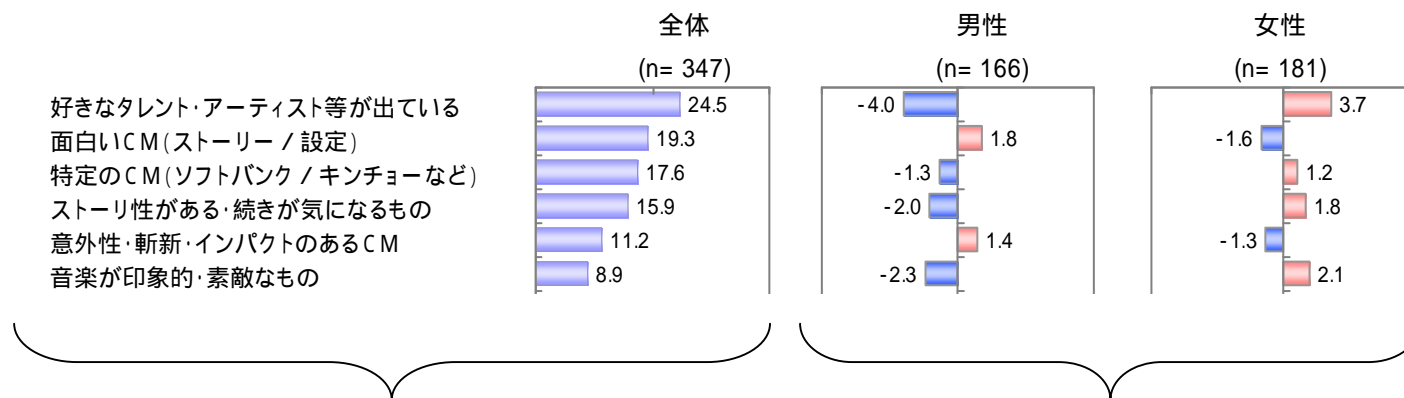
調査票

ケータイ・モバイルサービス活用動向調査

調査票			
番号	条件	内容	区分
Q-001	必須回答	あなた、またはあなたのご家族の方が従事されている業種をすべてお知らせください。	M/A
1		農業、林業、漁業、鉱業	
2		建設業	
3		製造業（卸売・小売業）（食料）	
4		製造業（卸売・小売業）（飲料/酒類除く）	
5		製造業（卸売・小売業）（酒類）	
6		製造業（卸売・小売業）（衣服・繊維製品）	
7		製造業（卸売・小売業）（トイ/タレー）	
8		製造業（卸売・小売業）（医薬品）	
9		製造業（卸売・小売業）（化粧品）	
10		製造業（卸売・小売業）（石油製品）	
11		製造業（卸売・小売業）（AV・家電・電気機械器具）	
12		製造業（卸売・小売業）（鉄鋼・金属）	
13		製造業（卸売・小売業）（精密機械）	
14		製造業（卸売・小売業）（電機・電子）	
15		製造業（卸売・小売業）（自動車・輸送機器）	
16		製造業（卸売・小売業）（その他）	
17		電気・ガス・熱供給・水道業	
18		運輸・運送業	
19		電気通信業	
20		飲食業	
21		金融業	
22		保険業	
23		不動産業	
24		サービス業（旅行、その他宿泊所、娯楽業）	
25		サービス業（その他）	
26		吹奏・音楽関連業	
27		税計事務所	
28		デザイン・広告制作会社	
29		出版・編集業	
30		印刷関連業	
31		マスコミ関連業	
32		通信業	
33		情報処理・情報サービス業	
34		調査業・広告代理業	
35		病院・医療機関	
36		商社	
37		官公庁	
38		協同組合	
39		学校・教育関連	
40		研究所（民間・公共）	
41		その他	
Q-002	必須回答	あなたの性別をお知らせください。	S/A
1		男性	
2		女性	
Q-003	必須回答	あなたの年齢をお知らせください。	S/A
1		14歳以下	
2		15 - 19歳	
3		20 - 29歳	
4		30 - 39歳	
5		40 - 49歳	
6		50 - 59歳	
7		60 - 69歳	
8		70歳以上	
Q-004	必須回答	あなたが住んでいる地域をお知らせください。	S/A
1		東京都	
2		神奈川県	
3		埼玉県	
4		千葉県	
5		大阪府	
6		兵庫県	
7		京都府	
8		その他	
Q-005	必須回答	あなたは、ケータイ・モバイルのチケット定額サービスを利用していますか。	S/A
1		利用している	
2		利用していない	
3		携帯電話を持っていない	
Q-006	必須回答	あなたは、普段、ケータイ・モバイルをどのくらい利用しますか。あなたの1日のインターネット接続のトータル時間をお知らせください。（メールも含みます）	S/A
1		10分未満	
2		10分以上30分未満	
3		30分以上1時間未満	
4		1時間以上2時間未満	
5		2時間以上	
6		インターネットの接続は特になし	
Q-007	必須回答	あなたは普段ケータイ・モバイルでどのくらいメールを送信しますか。	S/A
1		1日に1回程度	
2		1日に2回 - 5回	
3		1日に6回 - 9回	
4		1日に10回以上	
5		1週間1回程度	
6		2 - 3週間に1回程度	
7		1か月に1回程度	
8		それ以下/メールの送信はしない	

Q-008	必須回答	あなたがケータイ・モバイルで最も利用しているサービスをお知らせください。	S/A
1		モバイルサイト閲覧	
2		PC用Webサイト閲覧	
3		ブログ投稿	
4		モバイルブログの運営	
5		モバイルSNS	
6		ワンセグ視聴	
7		ゲーム	
8		メール	
9		お財布携帯	
10		ショッピング	
11		株取引	
12		その他	F/A
Q-009	必須回答	あなたが、ケータイ・モバイルで上記のサービスを利用する理由をお知らせください。具体的に自由にお書きください。	F/A
Q-010	必須回答	あなたは、ケータイ・モバイル専用ブログを利用していますか。	S/A
1		利用している	
2		利用していない	
Q-011	必須回答	あなたは、パソコンでもブログを利用していますか。	S/A
1		利用している	
2		利用していない	
Q-012	必須回答	あなたが、ケータイ・モバイルで利用しているブログサービスを全てお知らせください。	M/A
1		Yahoo!ブログ(モバイル版)	
2		コロログ(モバイル版)	
3		gooブログ(モバイル版)	
4		楽天ブログ(モバイル版)	
5		livedoor!Blog(モバイル版)	
6		J!J(S&M)(モバイル版)	
7		ほてなダイアリー	
8		FC2ブログ	
9		エキサイトブログ	
10		その他	F/A
Q-013	必須回答	あなたは、ケータイ・モバイルでSNS(ソーシャルネットワークサービス)を利用しますか。	S/A
1		利用する	
2		利用しない	
Q-014	必須回答	あなたがケータイ・モバイルで一番利用しているSNSは、ケータイ・モバイル専用のものですか。	S/A
1		ケータイ・モバイル専用のSNS	
2		ケータイ・モバイル専用ではないSNS	
Q-015	必須回答	あなたは、パソコンでもSNSを利用しますか。	S/A
1		利用する	
2		利用しない	
Q-016	必須回答	あなたが、ケータイ・モバイルで利用しているSNSを全てお知らせください。	M/A
1		mixi(モバイル)	
2		モバイルタウン	
3		GREE(モバイル版)	
4		EZGREE	
5		Gocco	
6		Any	
7		Yahoo!Days	
8		Facebook	
9		個人運営のSNS	
10		その他	F/A
Q-017	必須回答	あなたは、ケータイ・モバイル通販を利用したことがありますか。	S/A
1		利用したことがある	
2		利用したことがない	
Q-018	必須回答	あなたが、ケータイ・モバイル通販で購入した商品を全てお知らせください。	M/A
1		衣類・アパレル	
2		服飾雑貨・季節品・時計	
3		家電・PC	
4		インテリア・雑貨	
5		日用雑貨	
6		農産	
7		CD/DVD	
8		スポーツ・乗り物	
9		ホビー・ゲーム	
10		健康・美容・育児	
11		ペット	
12		食品	
13		ドリンク・酒類	
14		旅行チケット	
15		保険・金融	
16		その他	F/A
Q-019	必須回答	あなたにとって、ケータイ・モバイルサービスが充実してきていることは、なにか変化をもたらしましたが、具体的に自由にお書きください。	F/A

比率差分グラフの見方



全体の数値

各属性の数値(例:男性/女性)

全体の数値との差を示す。

例えば、「好きなタレント・アーティスト等」という項目の場合、男性は、全体の数値24.5%より-4.0%低い、すなわち、 $24.5 - 4.0 = 20.5\%$ であるということ。

ケータイ・モバイル利用が上手なのは女性15-19歳！？

◆パケット定額サービスの利用は6割以上

女性15-19歳の利用が目立ち、8割を超えている。

◆利用時間の最多は10分未満

平均利用時間は35分。女性15-19歳では1時間を越え、平均をはるかに上回る。

◆メールの送信の最多は1日2-5回

ここでも、女性15-19歳の利用が目立つ。1日複数回以上の送信が8割以上。ただし、女性20代はそれを上回り9割。

◆最も利用するサービスは「メール」で約4割

女性15-19歳および20代では、「モバイルサイト閲覧」がトップ。

◆ケータイ・モバイルでサービスを利用する理由のトップは「どこでも使える/場所を選ばない」が17.8%

2位以下も「便利だから」、「手軽・気軽に使える」と身近で簡単なツールという位置づけがうかがえる。

◆ケータイ・モバイル専用ブログの利用は1割。うち、パソコンでのブログ利用は8割以上。

ケータイ・モバイル利用者はパソコンでもブログを利用。

◆利用しているブログサイトは「Yahoo!ブログ」がトップ

◆SNS利用は約2割。うちケータイ・モバイル専用のSNS利用は3割以上で、利用しているSNSは「mixiモバイル」が8割以上。また、パソコンでのSNS利用は9割以上。

通販の利用は2割以上

男性より女性の方が利用が多く、15-19歳および20代では3割以上。

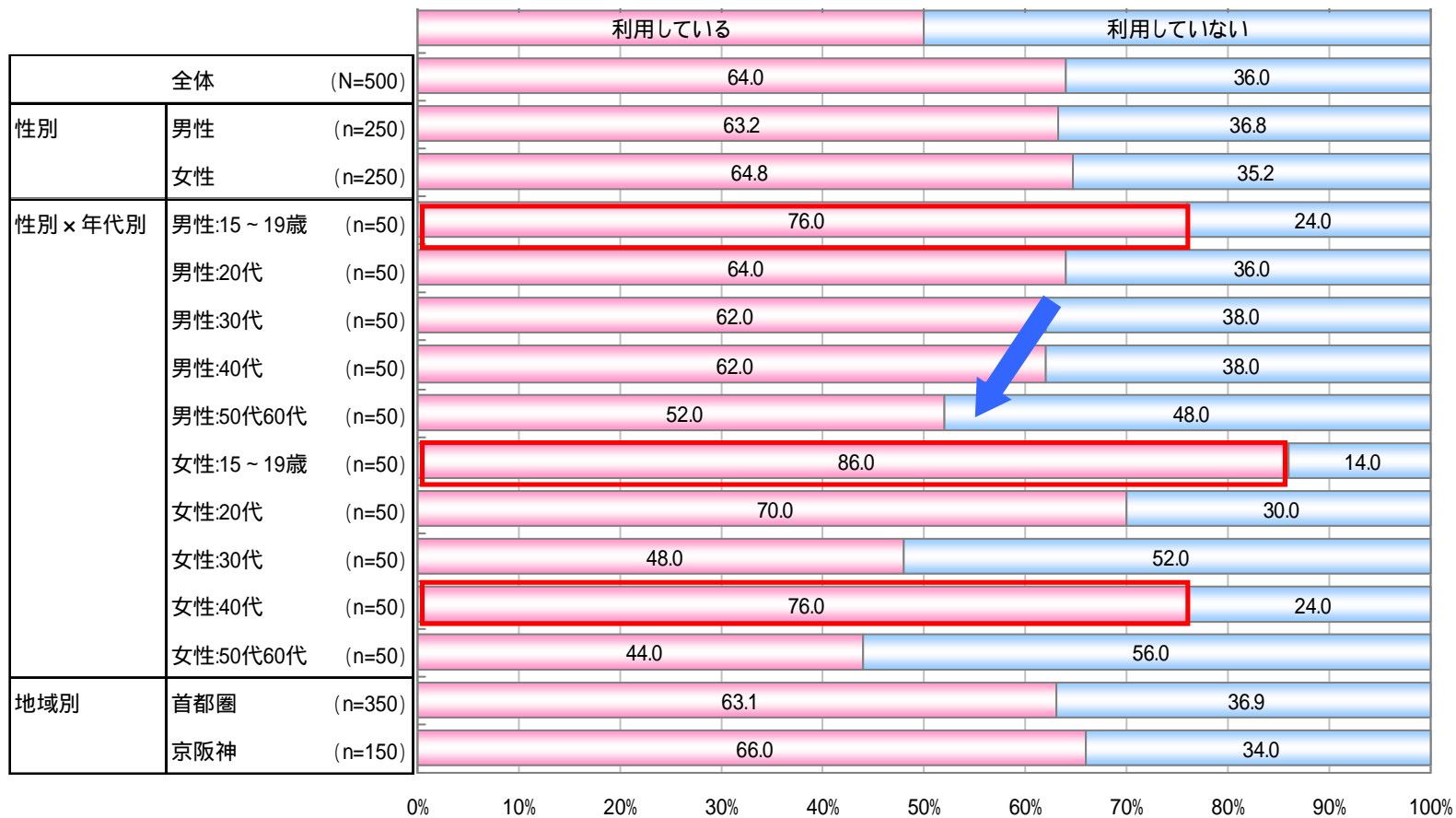
通販での購入のトップは「CD・DVD」が3割以上

ケータイ・モバイルのサービス充実は、「便利さ」に結びついている

「属性分析」

ケータイ・モバイルのポケット定額サービス利用者は6割以上

性別および地域別で見ると、大きな差は見られない。
 性別×年代別で見ると、男女共に15-19歳のポケット定額サービスの利用率が高い。特に女性15-19歳では、8割以上である。
 また、女性では30代でいったん利用者が減るが、40代で再度7割以上まで伸びる。
 男性では、20-40代では約6割を推移し、50&60代では5割台まで下がる。



属性分析

Q-006: あなたは、普段、ケータイ・モバイルをどのくらい利用しますか。
 あなたの1日のインターネット接続のトータル時間をお知らせください。(メールも含みます)[S/A]

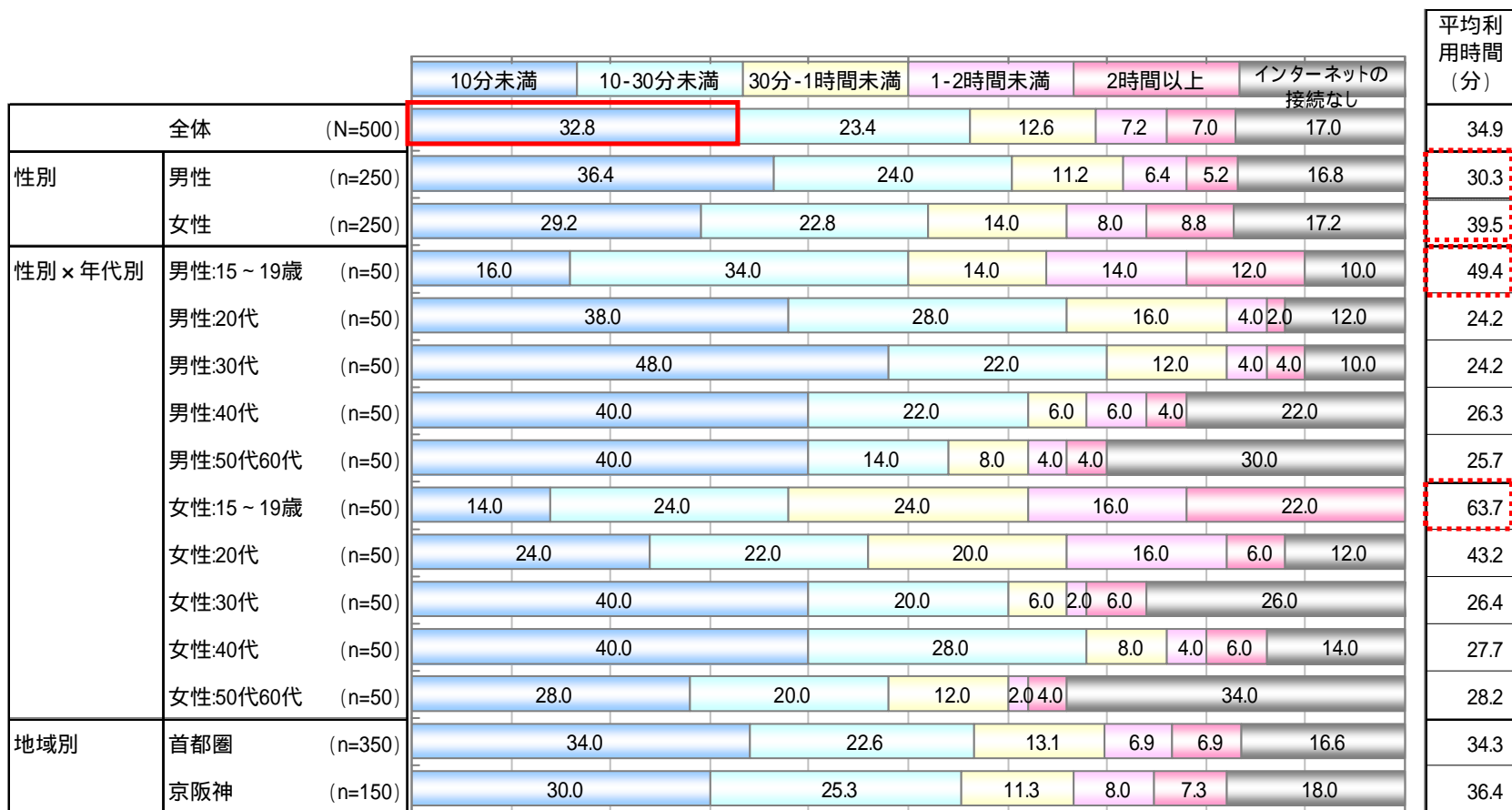
1日のケータイ・モバイルのインターネット利用時間は10分未満が最多

平均利用時間は、全体では約35分。

性別で見ると、男性より女性の方が平均利用時間は約10分長く、約40分。

性別×年代別で見ると、男女共に15-19歳が他の年代に比べて長い。ここでも、男性より女性の方が平均利用時間は長く、女性15-19歳では約64分、男性15-19歳では約50分と約15分もの差がみられる。

地域別で見ると、大きな差はみられない。



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

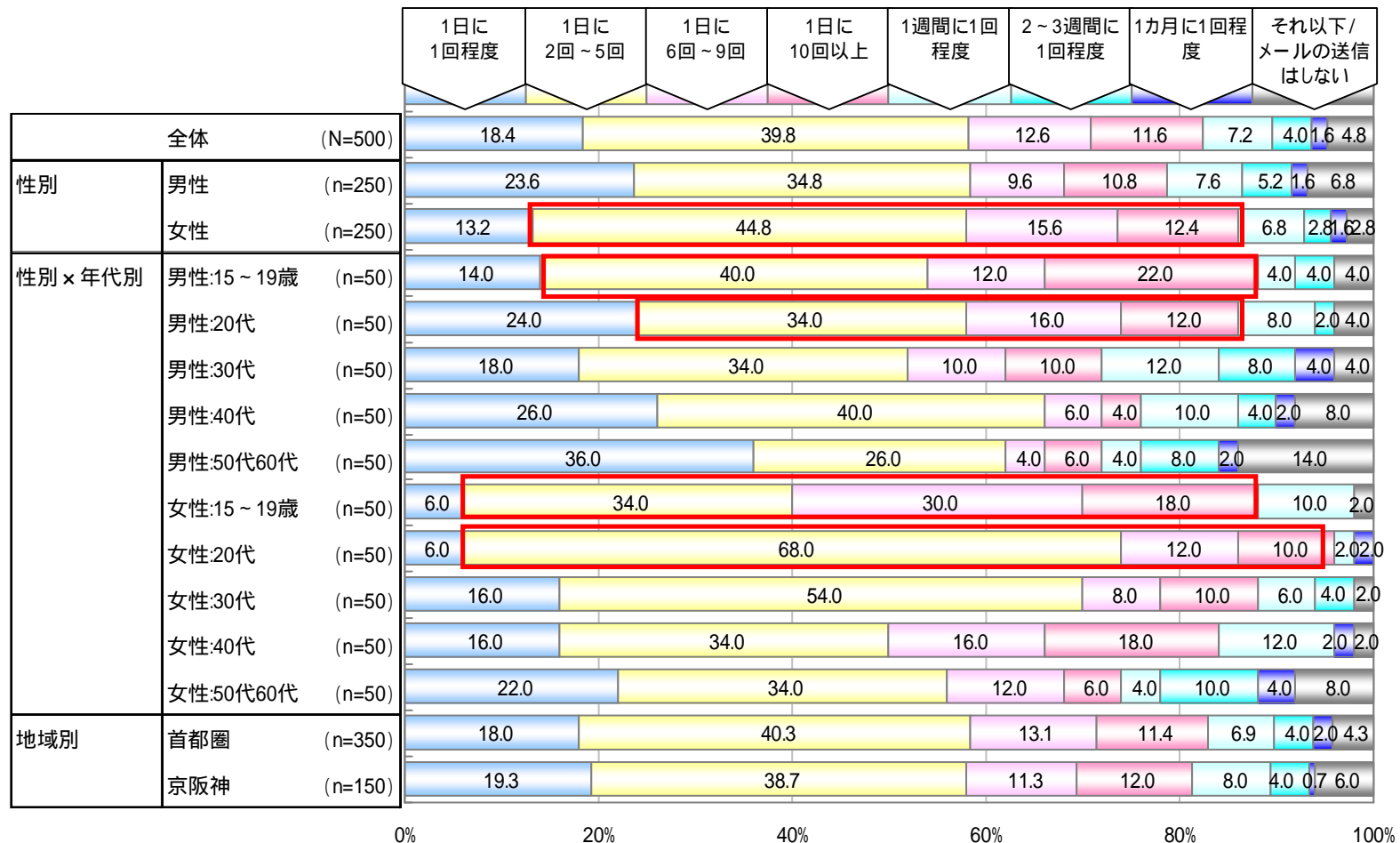
平均利用時間: 10分未満は5、10-30分未満は20、30-1時間未満は45、1-2時間未満90、2時間以上150として算出

メールの送信は、1日に2-5回が最多で約4割

性別で見ると、男性より女性の方が1日に複数回メールを送信することが多く、約7割以上。

性別×年代別で見ると、女性15-19歳および20代が1日に複数回送信する傾向が強い。女性15-19歳では8割以上、20代では9割にも達する。同様に男性15-19歳および20代でも他の年代に比べると、1日に複数回送信する傾向は強い。15-19歳では74.0%、20代では62%である。

地域別で見ると、大きな差は見られない。



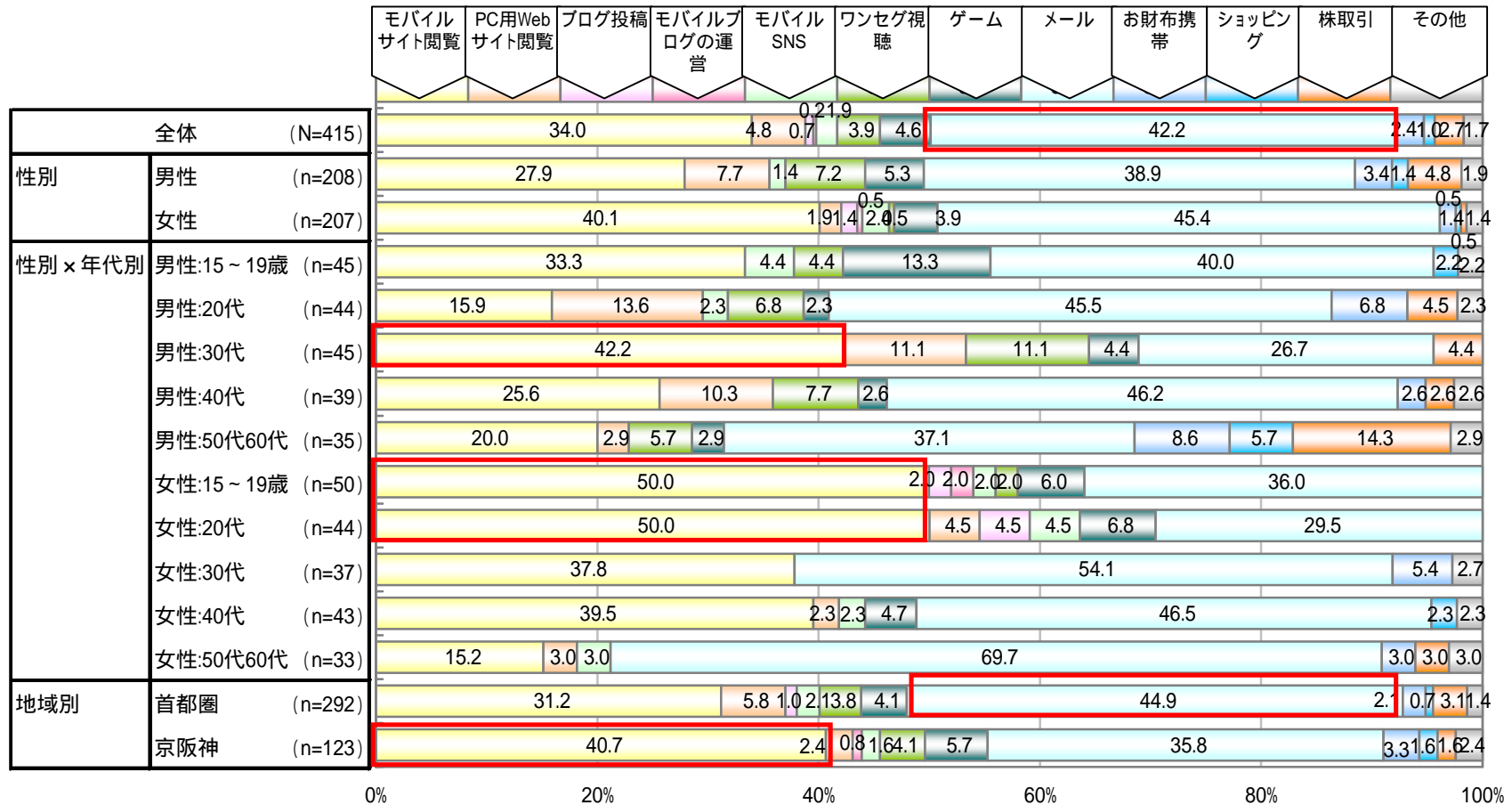
ケータイ・モバイルで最も利用しているサービスは「メール」で約4割

【ケータイ・モバイルでのインターネット利用者】

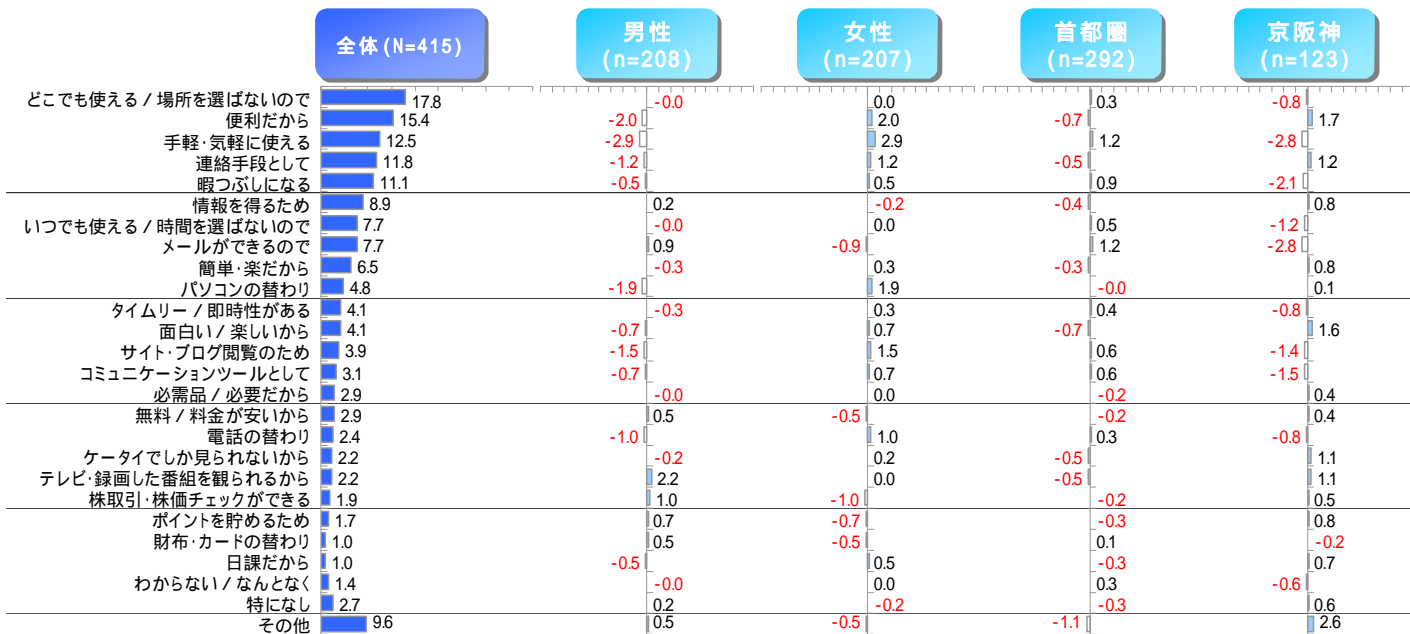
性別でみると、傾向的に大きな差はみられない。

性別×年代別でみると、男性30代では「メール」より「モバイルサイト閲覧」の方を利用している傾向がある。女性15-19歳および20代でも同様の傾向がみられる。ただし、それ以外の年代は「メール」の利用がトップである。

地域別でみると、首都圏では「メール」、京阪神地域では「モバイルサイト閲覧」がトップにきている。



属性分析 Q9:あなたが、ケータイ・モバイルで上記のサービスを利用する理由をお知らせください。[F/A]

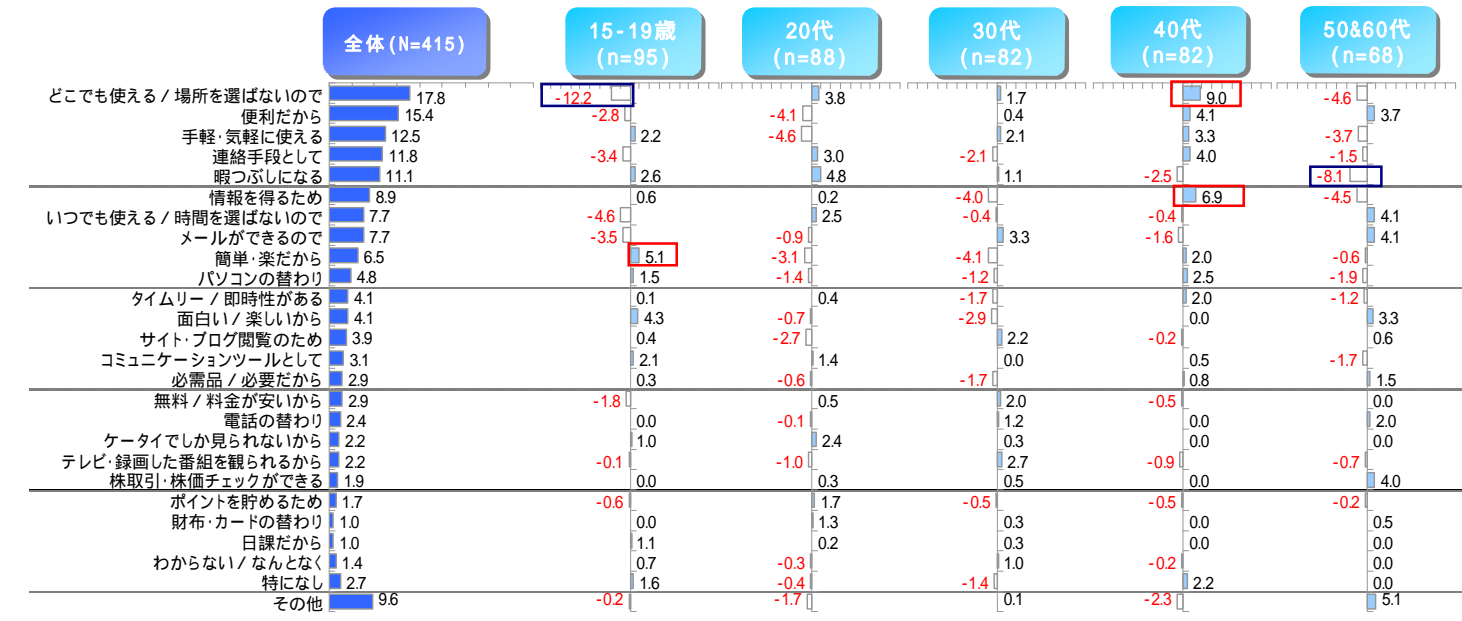


ケータイ・モバイルを利用する理由のトップは、「どこでも使える/場所を選ばないので」がトップ

次いで、「便利だから」(15.4%)、「手軽・気軽に使える」(12.5%)と続く。

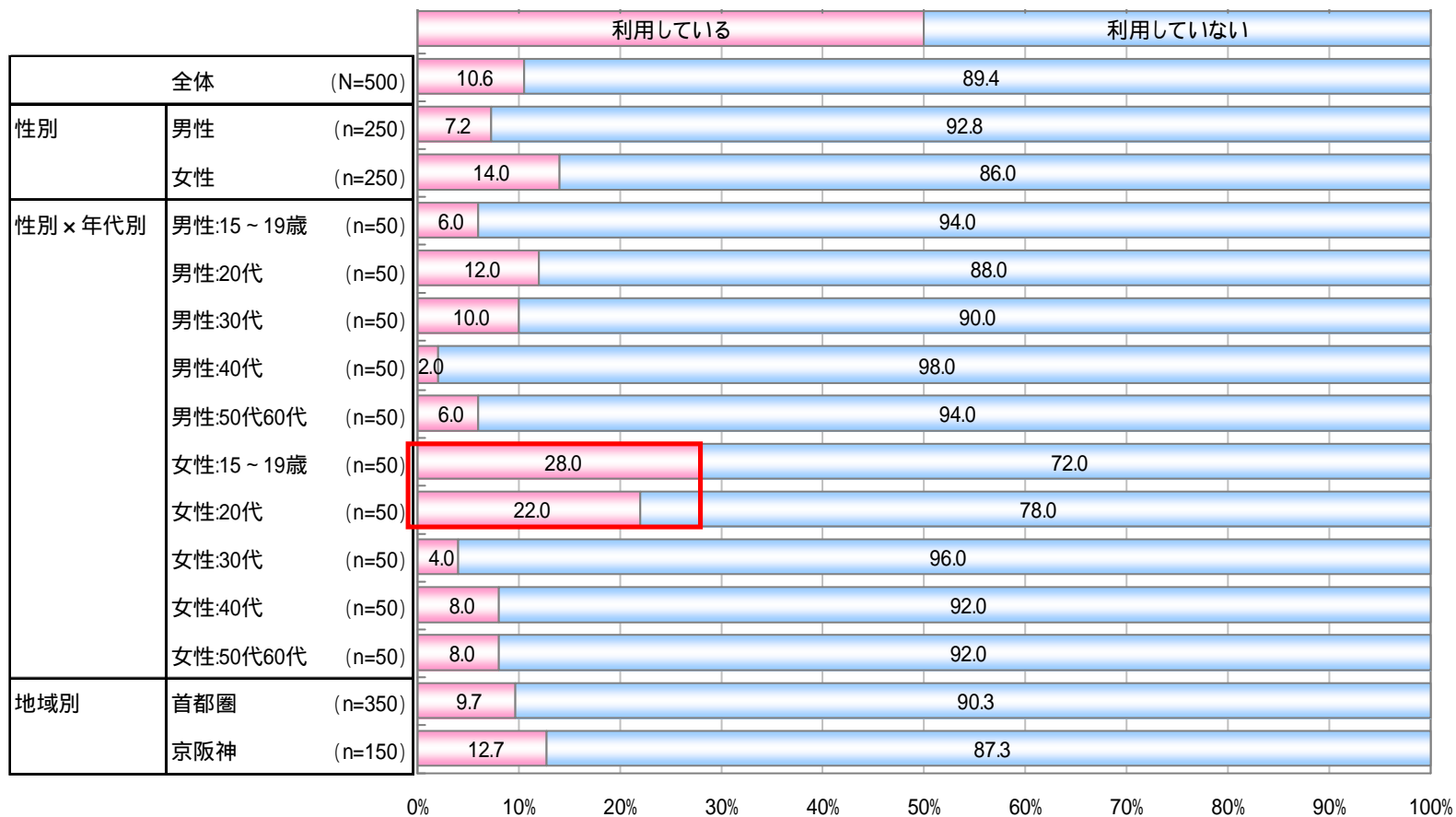
性別および地域別では、目立った有意差は見られない。

年代別でみると、15-19歳では「簡単・楽だから」を利用理由にあげている。また、40代でも「どこでも使える/場所を選ばないので」といった便利さをあげている。加えて、「情報を得るため」といった情報収集ツールとしての活用しているようだ。また、50&60代では、他の年代に比べ「暇つぶしになる」といった考え方はあまりないようだ。



ケータイ・モバイル専用ブログ利用は約1割にとどまる

性別および地域別でも傾向は同じで、ケータイ・モバイル専用ブログの利用は1割前後にとどまる。
性別×年代別で見ると、女性15-19歳および20代では、他の年代に比べるとケータイ・モバイル専用ブログを利用する傾向が強く、2割以上である。それ以外の年代は1割前後にとどまる。

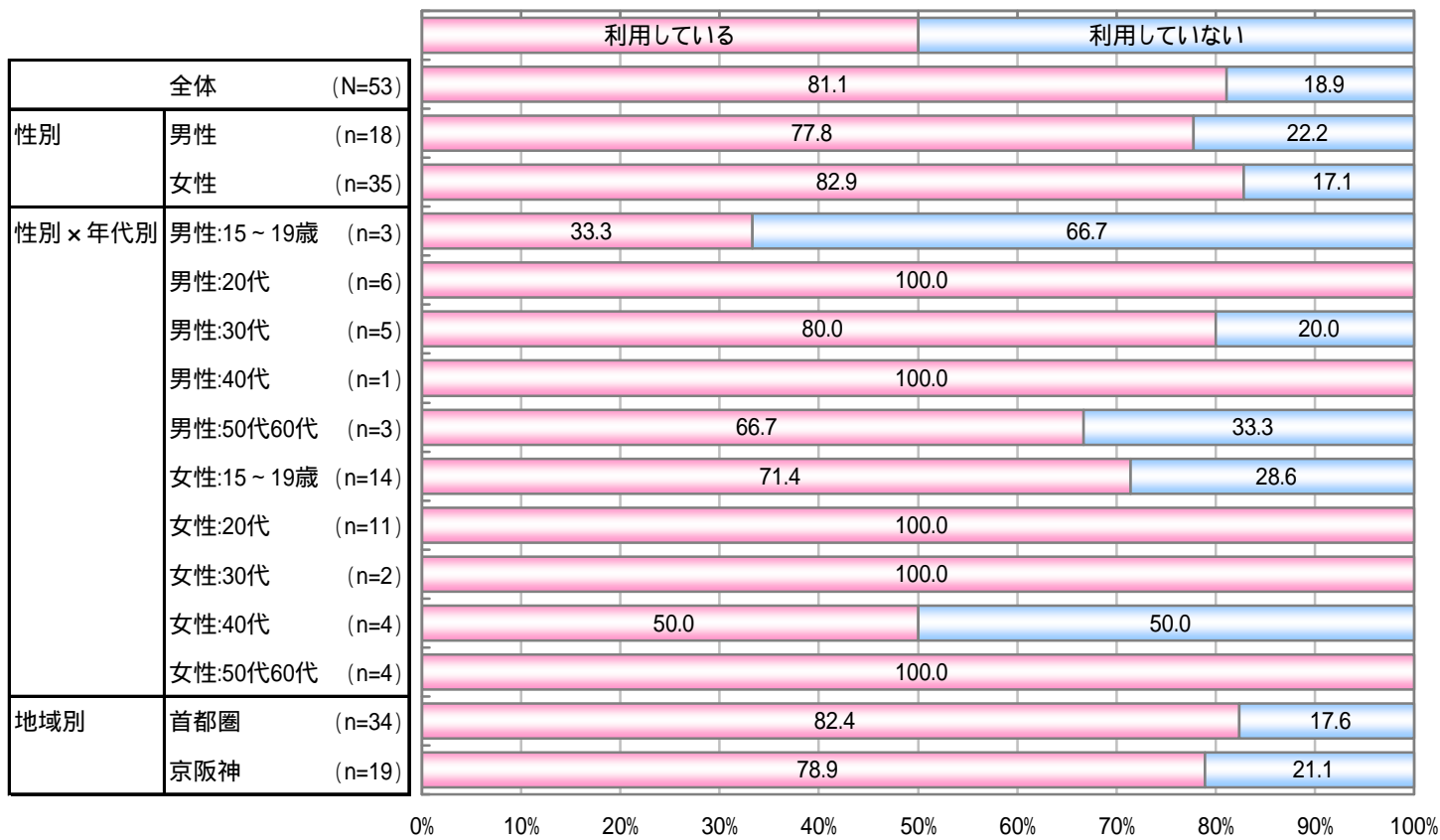


パソコンでもブログを利用しているのは約8割

【ケータイ・モバイル専用ブログ利用者】

性別および地域別でも、同様の傾向が見られる。ただし、母数が30サンプル未満のため参考値とする。
性別 × 年代別でも、母数が30サンプルに満たないため参考データとする。

基数が30未満のものは、参考値とする。

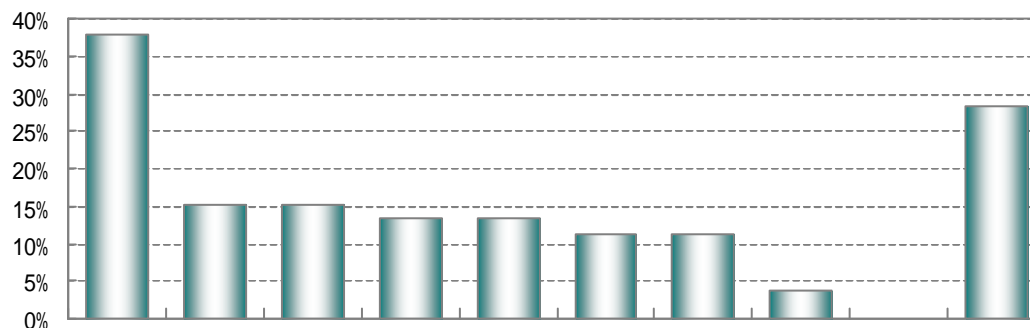


ケータイ・モバイルで利用しているブログは「Yahoo!ブログ」がトップ

【ケータイ・モバイル専用ブログ利用者】

「Yahoo!ブログ」は、唯一30%を超えている。次いで、「gooブログ」と「FC2ブログ」が15.1%と続く。また、利用しているブログのサイトの平均数は、1.5サイトである。属性別では、母数が30サンプルに満たないものが多いため参考データとする。

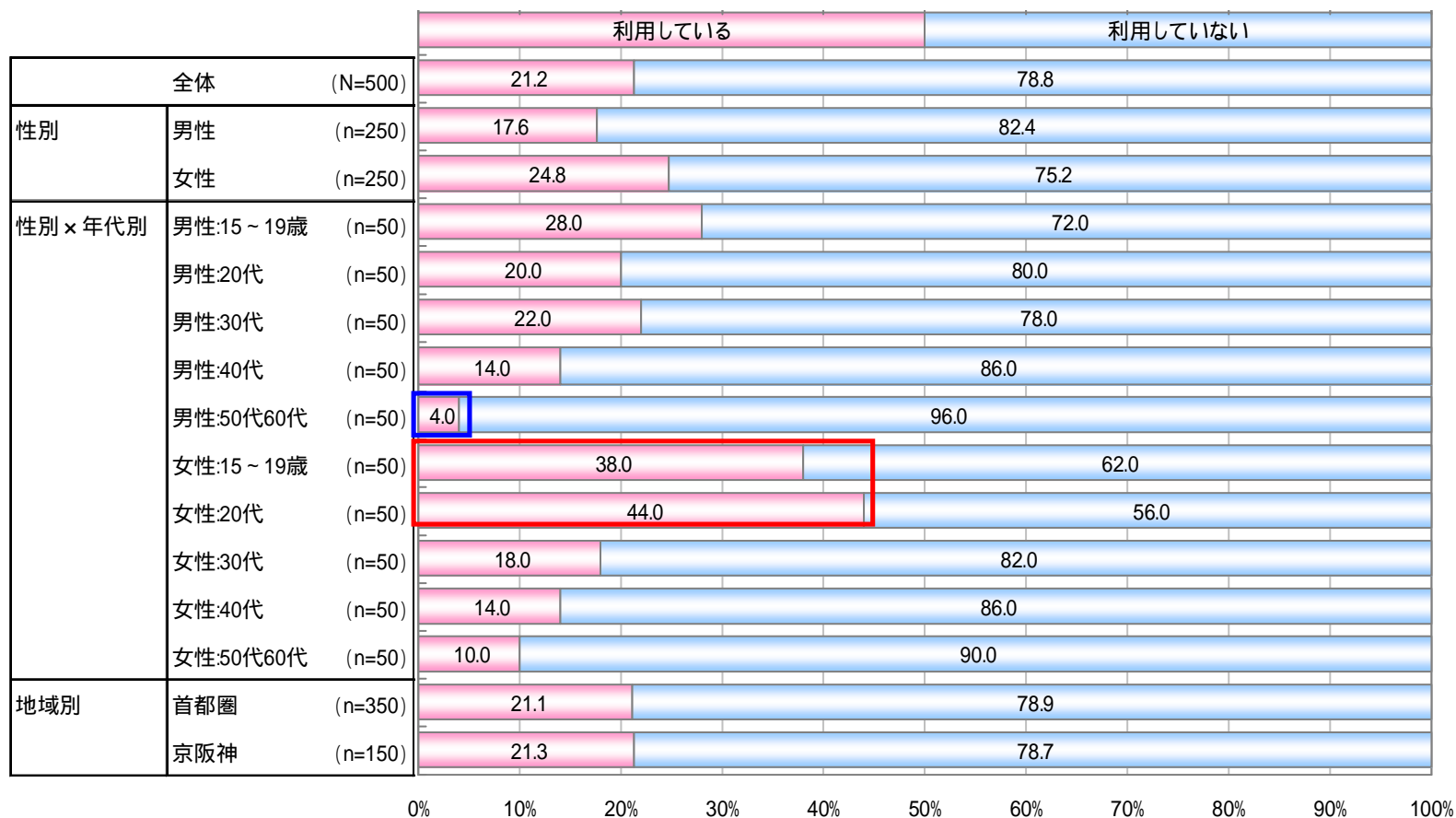
基数が30未満のものは、参考値とする。



	サンプル数	Yahoo!ブログ (モバイル版)	gooブログ (モバイル版)	FC2ブログ	楽天ブログ (モバイル版)	Blog (モバイル版)	ココログ (モバイル版)	JUGEM (モバイル版)	はてなダイアリー	エキサイトブログ	その他	平均ブログ利用数
全体	53	37.7	15.1	15.1	13.2	13.2	11.3	11.3	3.8	-	28.3	1.49
性別												
男性	18	61.1	22.2	16.7	16.7	16.7	11.1	5.6	11.1	-	16.7	1.78
女性	35	25.7	11.4	14.3	11.4	11.4	11.4	14.3	-	-	34.3	1.34
性別 × 年代別												
男性:15~19歳	3	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	66.7	1.00
男性:20代	6	33.3	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	-	16.7	-	16.7	1.67
男性:30代	5	80.0	20.0	40.0	-	20.0	-	20.0	-	-	-	1.80
男性:40代	1	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	2.00
男性:50代60代	3	100.0	33.3	-	66.7	-	33.3	-	33.3	-	-	2.67
女性:15~19歳	14	21.4	7.1	21.4	7.1	7.1	7.1	28.6	-	-	35.7	1.36
女性:20代	11	18.2	18.2	18.2	-	9.1	27.3	-	-	-	45.5	1.36
女性:30代	2	50.0	-	-	100.0	50.0	-	-	-	-	-	2.00
女性:40代	4	-	-	-	-	25.0	-	25.0	-	-	50.0	1.00
女性:50代60代	4	75.0	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-	-	1.25
地域別												
首都圏	34	41.2	23.5	14.7	17.6	17.6	17.6	5.9	2.9	-	26.5	1.68
京阪神	19	31.6	-	15.8	5.3	5.3	-	21.1	5.3	-	31.6	1.16

ケータイ・モバイルでSNSの利用は約2割

性別で見ると、女性の方が利用している傾向があり、24.8%。
 性別×年代別で見ると、女性15-19歳および20代の利用が多く4割前後である。また、男女共に40代以上の利用は低くなり、特に男性50代&60代ではわずか4.0%である。
 地域別で見ると、特に差は見られない。

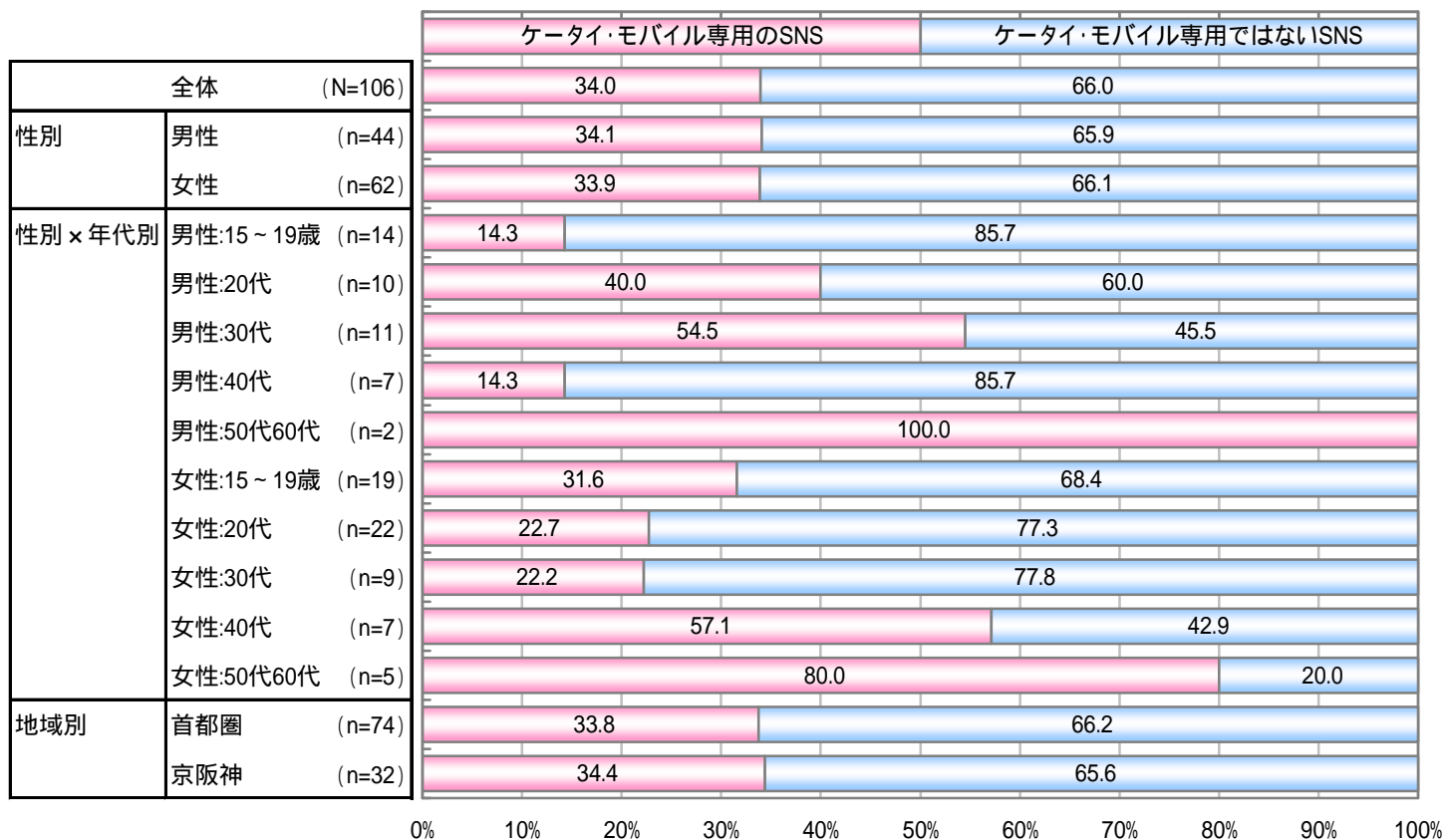


ケータイ・モバイル専用のSNS利用は全体の3割以上

【ケータイ・モバイルでのSNS利用者】

性別および地域別でみると、特に差は見られない。
性別×年代別では、母数が30サンプル未満のため参考データとする。

基数が30未満のものは、参考値とする。

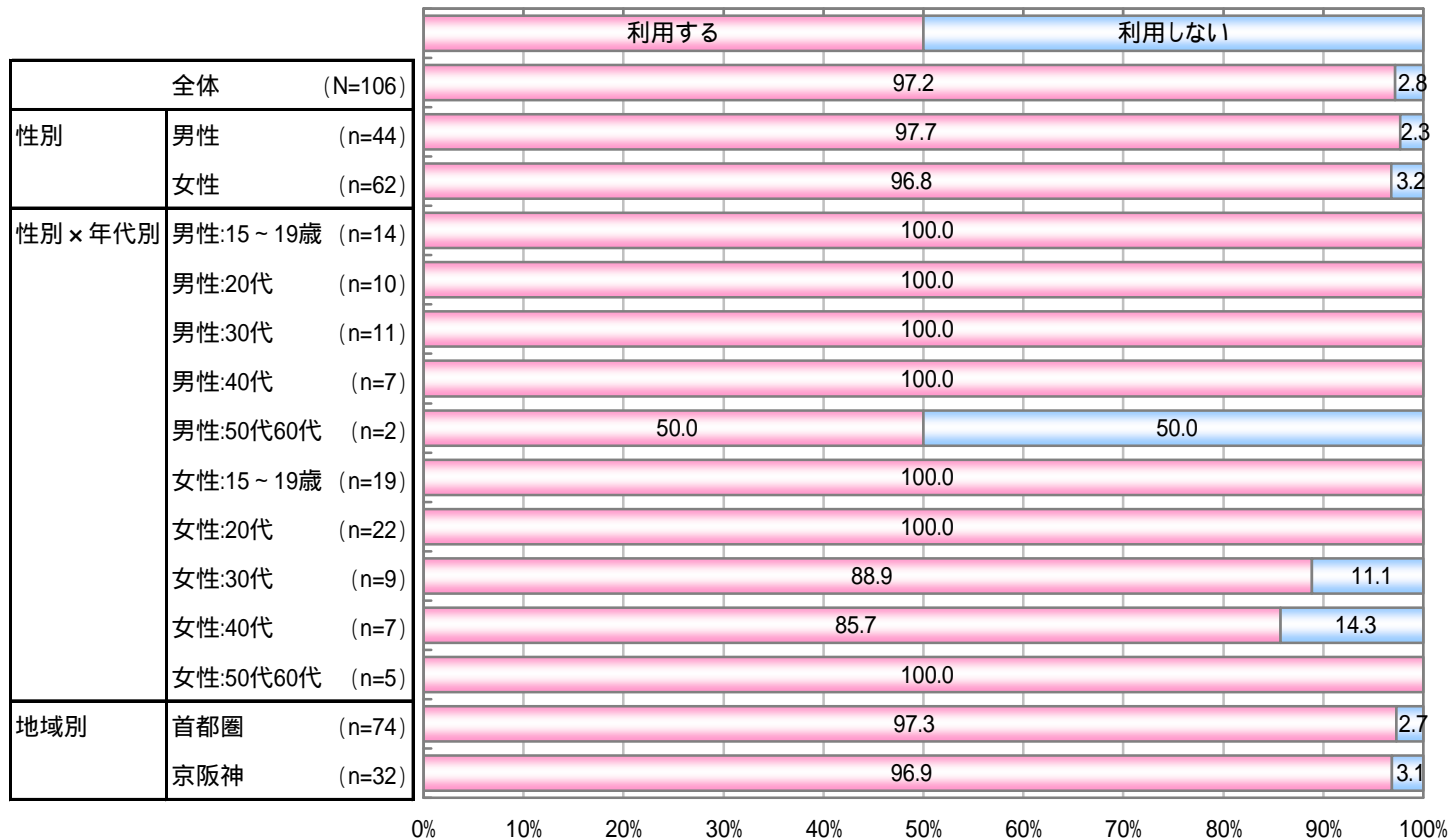


また、パソコンでのSNS利用は全体の9割以上

【ケータイ・モバイルでのSNS利用者】

性別および地域別でみると、特に差は見られない。
性別×年代別では、母数が30サンプル未満のため参考データとする。

基数が30未満のものは、参考値とする。



ケータイ・モバイルで利用しているSNSは8割以上が「mixiモバイル」

【ケータイ・モバイルでのSNS利用者】

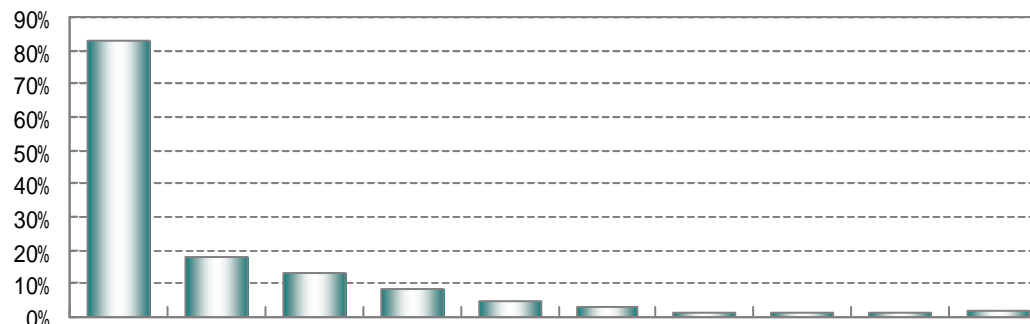
次いで、「モバゲータウン」17.9%、「GREE」13.2%と続く。

性別および地域別でみると、「GREE」に関しては差が見られる。

性別では女性の利用が低く、地域別では京阪神の利用が低く、いずれも1割未満である。

性別×年代別では、いずれも母数が30サンプル未満のため参考データとする。

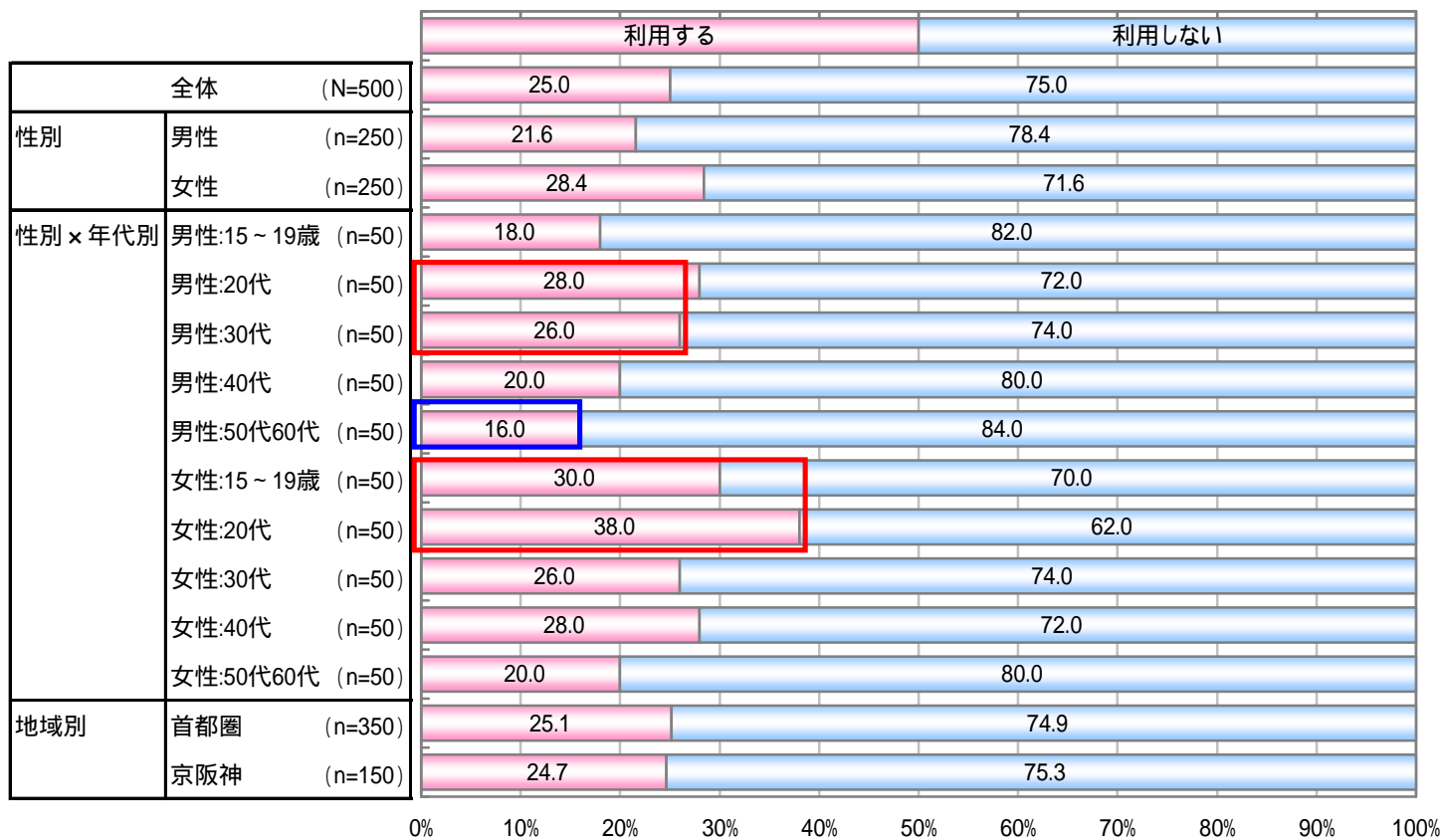
基数が30未満のものは、参考値とする。



	サンプル数	mixiモバイル	モバゲータウン	GREE (モバイル)	Yahoo!	個人運営のSNS	EZGREE	Gocco	Any	Facebook	その他	平均利用SNS数
全体	106	83.0	17.9	13.2	8.5	4.7	2.8	0.9	0.9	0.9	1.9	1.35
性別												
男性	44	79.5	22.7	20.5	11.4	4.5	4.5	-	2.3	2.3	-	1.48
女性	62	85.5	14.5	8.1	6.5	4.8	1.6	1.6	-	-	3.2	1.26
性別×年代別												
男性:15~19歳	14	85.7	35.7	21.4	-	7.1	-	-	-	-	-	1.50
男性:20代	10	80.0	-	30.0	10.0	-	-	-	-	10.0	-	1.30
男性:30代	11	72.7	27.3	27.3	18.2	-	9.1	-	-	-	-	1.55
男性:40代	7	71.4	14.3	-	28.6	-	14.3	-	14.3	-	-	1.43
男性:50代60代	2	100.0	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	2.00
女性:15~19歳	19	84.2	15.8	10.5	10.5	15.8	5.3	-	-	-	5.3	1.47
女性:20代	22	100.0	9.1	9.1	-	-	-	-	-	-	-	1.18
女性:30代	9	88.9	22.2	-	11.1	-	-	-	-	-	-	1.22
女性:40代	7	100.0	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	1.14
女性:50代60代	5	-	20.0	20.0	20.0	-	-	20.0	-	-	20.0	1.00
地域別												
首都圏	74	82.4	16.2	16.2	9.5	5.4	2.7	1.4	-	1.4	1.4	1.36
京阪神	32	84.4	21.9	6.3	6.3	3.1	3.1	-	3.1	-	3.1	1.31

ケータイ・モバイル通販の利用は全体の2割以上

性別でみると、女性の利用が若干多い傾向にある。
 性別×年代別でみると、女性15-19歳および20代では3割以上である。男性では、20代および30代の利用が高く、2割以上。
 一方、最も利用が少ないのは、男性50 & 60代で16.0%である。
 地域別でみると、大きな差はみられない。



ケータイ・モバイル通販で購入したものは3割以上が「CD・DVD」

【ケータイ・モバイル通販利用者】

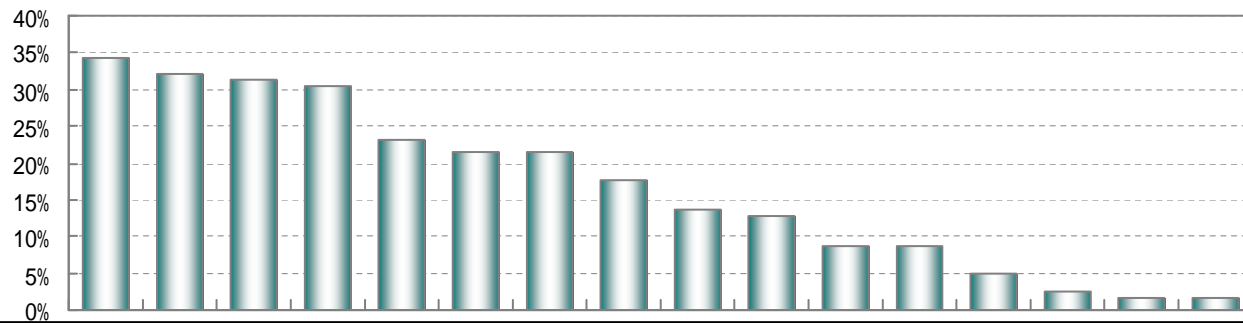
次いで、「書籍」32.0%、「旅行、チケット」31.2%と続く。

性別で見ると、購入商品に違いが見られる。女性では「衣類・アパレル」、「健康・美容・育児」といったジャンルの購入が多い。それに対して、男性では、「書籍」、「ホビー・ゲーム」、「スポーツ・乗り物」といった購入が目立つ。

性別×年代別では、母数が30サンプル未満のため参考データとする。

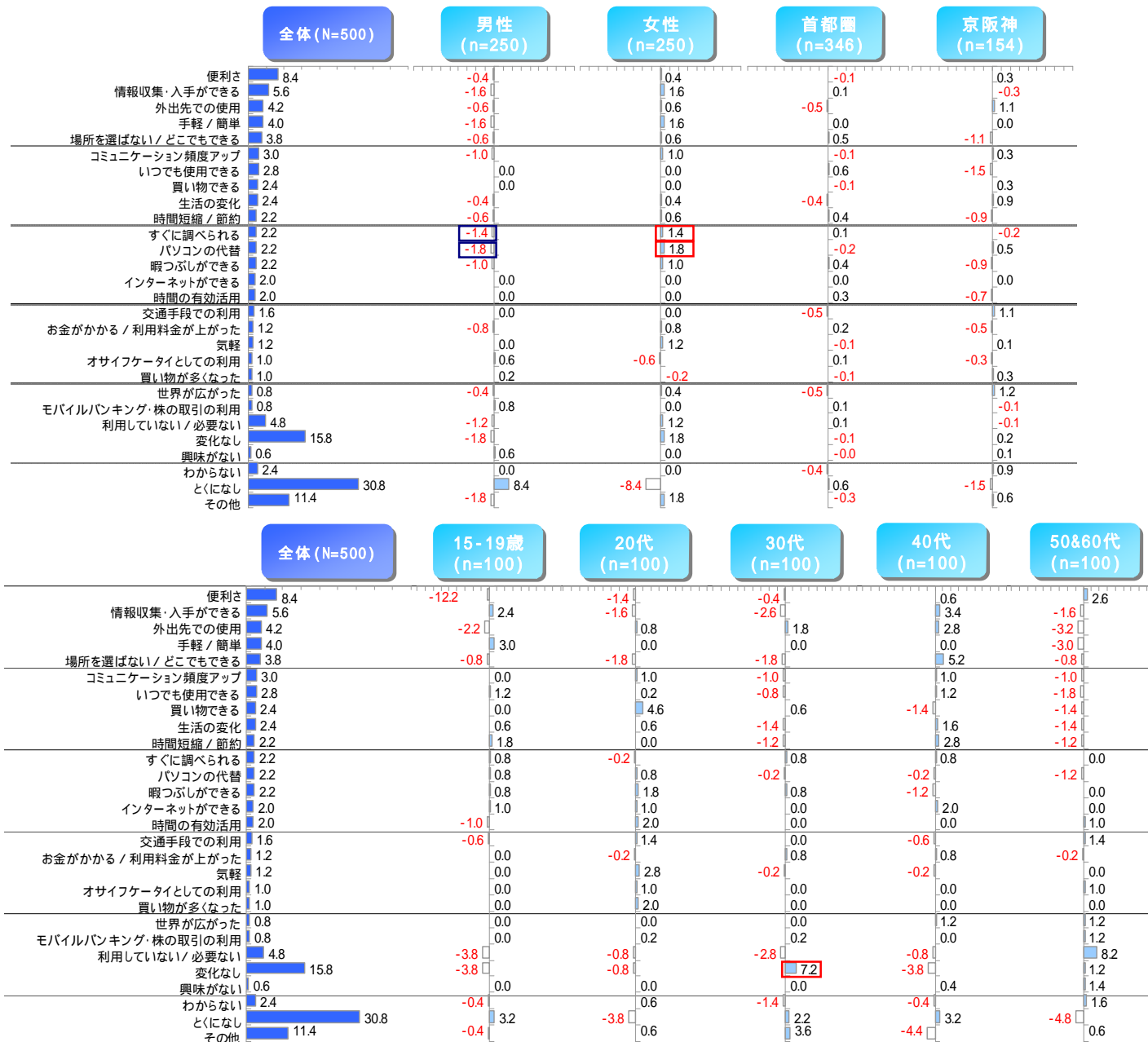
地域別で見ると、京阪神では「CD・DVD」の購入が目立つが、逆にそれ以外のアイテムの購入は首都圏に比べ少ない傾向にある。

基数が30未満のものは、参考値とする。



	サンプル数	CD・DVD	書籍	旅行・チケット	衣類・アパレル	健康・美容・育児	家電・PC	食品	日用雑貨	服飾雑貨・宝飾品・時計	ホビー・ゲーム	インテリア・寝具	ドリンク・酒類	スポーツ・乗り物	ペット	保険・金融	その他	ム数	ケータイ・モバイル平均購入アイテム数	
全体	125	34.4	32.0	31.2	30.4	23.2	21.6	21.6	17.6	13.6	12.8	8.8	8.8	4.8	2.4	1.6	1.6	2.66		
性別	男性	54	37.0	40.7	33.3	16.7	14.8	25.9	22.2	16.7	9.3	22.2	9.3	11.1	11.1	5.6	3.7	1.9	2.81	
	女性	71	32.4	25.4	29.6	40.8	29.6	18.3	21.1	18.3	16.9	5.6	8.5	7.0	-	-	-	1.4	2.55	
性別×年代別	男性:15~19歳	9	55.6	44.4	11.1	-	-	22.2	-	11.1	-	55.6	-	-	11.1	-	-	-	2.11	
	男性20代	14	14.3	21.4	14.3	28.6	-	21.4	21.4	14.3	14.3	7.1	-	-	-	-	-	-	1.71	
	男性30代	13	38.5	53.8	61.5	30.8	38.5	30.8	38.5	23.1	15.4	38.5	7.7	38.5	15.4	23.1	15.4	-	4.69	
	男性40代	10	50.0	50.0	40.0	-	20.0	20.0	20.0	10.0	-	-	20.0	10.0	20.0	-	-	10.0	-	2.70
	男性50代60代	8	37.5	37.5	37.5	12.5	12.5	37.5	25.0	25.0	12.5	-	12.5	-	12.5	-	-	-	-	2.63
	女性:15~19歳	15	53.3	33.3	20.0	46.7	26.7	13.3	6.7	26.7	26.7	-	13.3	-	-	-	-	-	-	2.67
	女性20代	19	31.6	36.8	36.8	57.9	31.6	21.1	15.8	21.1	21.1	5.3	10.5	10.5	-	-	-	5.3	-	3.05
	女性30代	13	15.4	7.7	30.8	23.1	15.4	30.8	30.8	7.7	15.4	23.1	7.7	-	-	-	-	-	-	2.08
	女性40代	14	35.7	28.6	35.7	35.7	28.6	21.4	21.4	21.4	14.3	-	7.1	7.1	-	-	-	-	-	2.57
女性50代60代	10	20.0	10.0	20.0	30.0	50.0	-	40.0	10.0	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	2.00	
地域別	首都圏	88	30.7	30.7	34.1	33.0	21.6	23.9	25.0	17.0	15.9	14.8	10.2	11.4	3.4	2.3	2.3	1.1	2.77	
	京阪神	37	43.2	35.1	24.3	24.3	27.0	16.2	13.5	18.9	8.1	8.1	5.4	2.7	8.1	2.7	-	2.7	2.41	

属性分析 Q19:あなたにとって、ケータイ・モバイルサービスが充実してきていることは、なにか変化をもたらしましたか。[F/A]



ケータイ・モバイルの充実がもたらした変化は「便利さ」がトップ

次いで、「情報収集・入手できる」(5.6%)、「外出先での使用」(4.2%)と続く。

性別で見ると、女性では「すぐに調べられる」や「パソコンの代替」といった簡単ツールとしての考えが強いようだが、男性の方であまりその考えは強くない。

地域別で見ると、目立った有意差は見られない。

年代別で見ると、30代で「変化なし」といった回答が目立つ。