

■ 2008年3月5日 モバイルマーケティング・携帯ユーザー自主調査：

モバイル SNS ブランド調査

～コンテンツではモバゲー、コミュニケーションでは Mixi モバイル、
フィルタリング導入でモバゲー影響大の可能性～

携帯マーケティング調査・コンサルティングを展開する株式会社 MobileMarketing.JP (<http://mobilemarketing.jp/>) (東京都港区、代表取締役：江尻尚平、以下モバイルマーケティング・ジェーピー) では、「モバイル SNS ブランドおよびアクティブ利用状況」に関する自主調査をモバイルマーケティングリサーチ (携帯電話によるインターネットリサーチ) により実施しました。

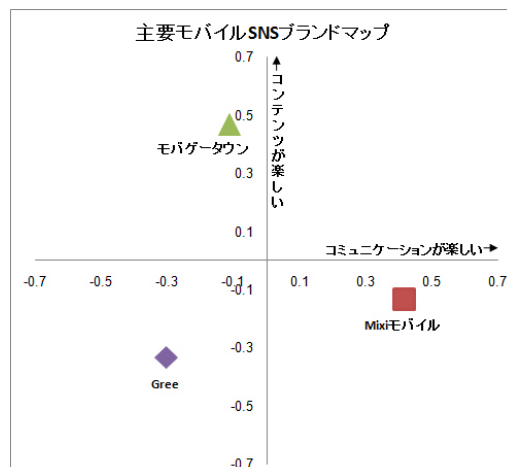
携帯電話向けソーシャルネットワーキングサービス(モバイル SNS)は、若年層での浸透率が高く、新しいメディアの一つとして、注目されています。しかし、参入企業も増えており、競争が激しくなっているサービスでもあります。また、フィルタリングの導入の影響も今後大きいと考えられます。そこで、モバイル SNS のブランドポジションや、モバイル SNS は実際にどれだけアクティブに利用されているのかについて、12歳～52歳のケータイユーザー352名の回答を集計しました。

モバイルマーケティング・ジェーピーは、これら調査結果を、コミュニティサイトを運営されている企業、または参入を検討している企業の戦略策定・サイト展開の支援・コンサルティングに役立てて参ります。また、携帯電話利用やモバイルサービス利用についての調査など、今後の携帯電話のマーケティング利用に役立つ情報を自主調査で提供してまいります。

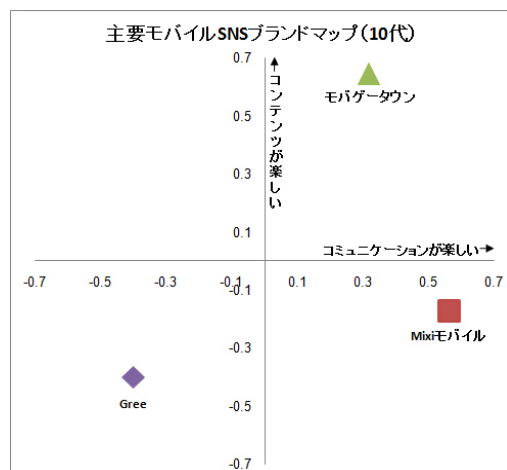
<モバイルマーケティング・携帯ユーザー調査結果まとめ>

1. モバイル SNS ブランド比較では、モバゲータウンはコンテンツの魅力、Mixi モバイルはコミュニケーションの魅力の評価が高い
2. 10代ではモバゲータウンブランドがコンテンツ魅力、コミュニケーション魅力両面で高い評価。ただし、フィルタリング導入により、コミュニケーション魅力に影響大の可能性
3. アクティブ利用シェアは、モバゲータウン 43%、Mixi モバイル 36%、GREE 26%
4. モバゲータウンは、未認知率を下げ、トライアルさせ、ロイヤルカスタマーを増やすことに成功
5. Mixi モバイルは、トライアル率が低いため、アクティブ利用が低い
6. 約3割の携帯ユーザーが複数のモバイル SNS をアクティブ利用

◆モバイルSNSブランド比較では、「モバゲータウン」はコンテンツの魅力、「Mixiモバイル」はコミュニケーションの魅力の評価が高い。10代ではモバゲータウンブランドがコンテンツ魅力、コミュニケーション魅力両面で高い評価。ただし、フィルタリング導入により、コミュニケーション魅力に影響大の可能性



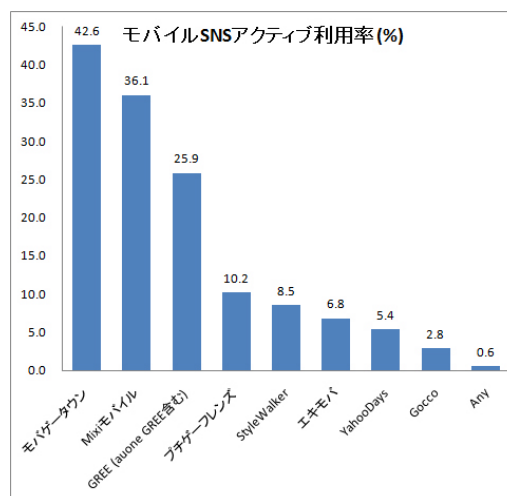
トップ3モバイルSNSのブランドを評価してもらったところ、「モバゲータウン」は「コンテンツが楽しい」軸で高く評価されており、「Mixiモバイル」では「コミュニケーションが楽しい」軸で高く評価されていた。コンテンツ軸でモバゲータウン、コミュニケーション軸でMixiモバイルがそれぞれトップブランドポジションを確保している。そのため、新しい軸を作り出さない限り、これらトップ2ブランドに追いつくことは難しいことが予測される。特に10代においては、「モバゲータウン」を「コンテンツが楽しい」軸と「コミュニケーションが楽しい」軸の両軸で高く評価されている。ただし、フィルタリング導入によって、10代のアクティブ会員が



減った場合には、ブランドの「コミュニケーションが楽しい軸」に大きな影響がある可能性が高いことが予想される。

◆モバゲータウンアクティブ利用率は43%

モバイルSNSの利用の度合いについて頻度を聞いたところ、「モバゲータウン」をアクティブ利用しているユーザーは42.6%、「Mixiモバイル」をアクティブ利用しているのは36.1%、「GREE」をアクティブ利用しているのは、25.9%となっている。アクティブ利用は「いつも利用する」と「たまに利用する」を含み、「数回利用した」「知っているが利用したことはない」「利用したことはない」はアクティブ利用に含まれていない。「ブチゲーフレズ」は10.2%、

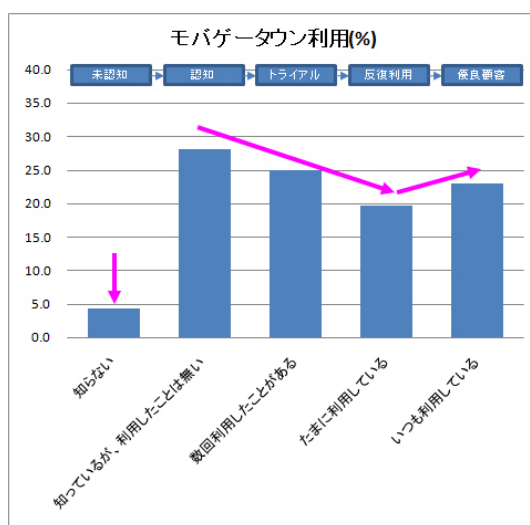


「StyleWalker」は8.5%、「エキモバ」は6.8%、「Yahoo Days」は5.4%、「Gocco」は2.8%、

「Any」は0.6%であった。

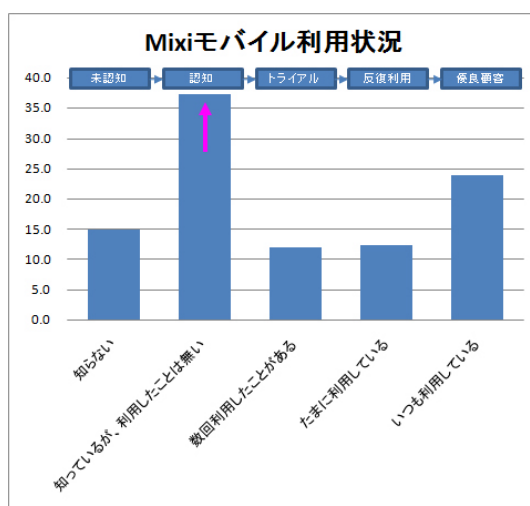
◆モバゲータウンは、未認知率を下げ、トライアルさせ、ロイヤルカスタマーを増やすことに成功

モバゲータウンの利用状況においては、モバゲータウンの未認知率は4.3%と非常に低く、CMなどの広告による認知率アップの影響が大きいと思われる。また、取り込んだユーザーをうまく優良顧客に誘導することができていると考えられる。



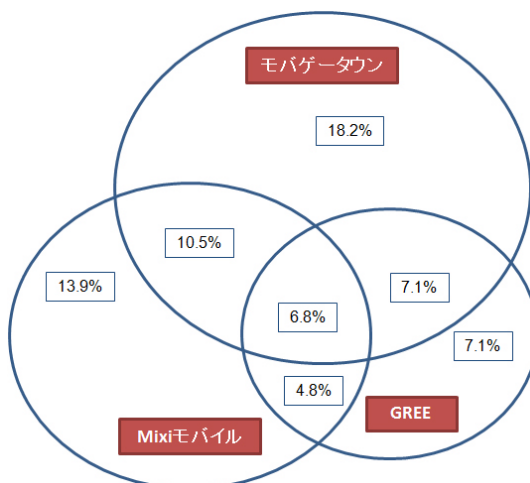
◆Mixiモバイルは、トライアル率が低いため、アクティブ利用が少ない

Mixiモバイルの利用状況においては、認知されているものの、トライアル率が低く、トライアルユーザーと複数利用ユーザーが少ない。しかし、優良顧客は23.9%となっており、使うユーザーと試したことの無いユーザーの二極化の傾向がある。



◆約3割の携帯ユーザーが複数のモバイルSNSをアクティブ利用

複数のアクティブ利用SNSの重なりを確認したところ、約3割が複数のモバイルSNSをアクティブ利用している。



□ 調査概要（クローズド調査）

- 調査対象 . . . ケータイユーザー
- 調査地域 . . . 全国
- 調査期間 . . . 2007年12月
- 回答サンプル数 . . . 352サンプル

年代：10代18%、20代44%、30代27%、40代9%、50代2%

性別：女性64%、男性36%

□ 調査結果レポート

本調査のレポートを3万円（税別）にて販売いたします。

ご希望の方は、下記までお申し込み、またはお問い合わせください。また、本調査の結果を再集計し、御社のニーズにあったレポートもご提供しております(別途見積りにて)。

レポート内容：

- ・モバイル SNS ブランド調査(モバゲータウン、Mixi モバイル、GREE)
- ・モバイル SNS アクティブ利用度調査(モバゲータウン、Mixi モバイル、GREE、プチゲーフレズ、StyleWalker、エキモバ、Yahoo Days、Gocco、Any)
- ・モバイル SNS 利用目的調査

□ モバイルサイト、モバイルコミュニティサイト支援

モバイルマーケティング・ジェーピーでは、マーケティング・リサーチを駆使し、モバイルサイト(公式/一般サイト)や、モバイルコミュニティ(SNS など)を運営している企業様を、調査およびコンサルティングによって、支援しております。お気軽に下記までお問い合わせください。

本件についてのお問い合わせ：

■株式会社 MobileMarketing.JP

<http://mobilemarketing.jp/>

〒108-0073 東京都港区三田 4-1-30 慶通ビル 4F

03-4590-7573

info@mobilemarketing.jp

■株式会社 MobileMarketing.JP について

【社名】 株式会社 MobileMarketing.JP

【所在地】 東京本社：〒108-0073 東京都港区三田 4-1-30 慶通ビル 4F

【代表者】 代表取締役 江尻 尚平

【設立年月】 2006 年 8 月

【事業内容】 モバイルリサーチ事業

モバイルコンサルティング事業

マーケティングコンサルティング事業

【URL】 <http://mobilemarketing.jp/>