

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 9 月 7 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 川合 純一

Flash のモバイルサイトに関する調査

Flash サイトに対する好感度は上昇、ただし導線作りには留意が必要

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：廣田 武仁）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：川合 純一）のユーザビリティ研究所は、「Flash のモバイルサイトに関する調査」を実施いたしました。

調査期間は 2009 年 8 月 19 日～8 月 20 日、有効回答数は 832 名から得られました。

【調査結果概要】

今回、多くのモバイルサイトで採用されている Flash についてユーザーはどう感じているのか、また、2 年前に比べ Flash サイトに対する受容性はどうかを把握するため、調査を実施いたしました。

その結果、HTML サイトより Flash サイトを支持するユーザーは 2 年前より 7 ポイント増加し、7 割を超えることがわかりました。Flash サイトの商品訴求力、先進性、機能性などのイメージアップが好感度の高さに繋がったものと考えられます。

このように好感度が高まっている Flash サイトですが、閲覧しているときに誤って前の画面に戻ってしまうなどの画面遷移に関する誤操作を経験しているユーザーは多くなっており、「重くて表示に時間がかかる」や「パケット代が気になる」など、不満の声も見られました。

ブランドイメージが伝わりやすく、商品訴求にも好影響を与える Flash のモバイルサイトですが、ユーザーが迷わないための導線作りや、容量を抑止しストレスのない動きを実現するなど、より一層の使い勝手の向上が求められていると推察されます。

【調査結果のトピック】

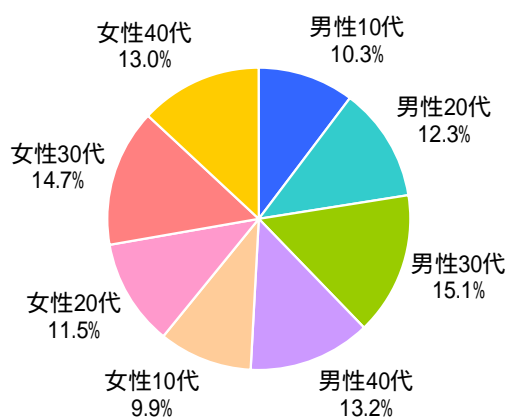
- 7 割のユーザーが Flash サイトの遷移で誤操作を経験
- Flash は HTML に比べ、インパクト、先進性、商品訴求力などが強い
- 2 年間で Flash を好むユーザーが増加
- HTML との差が開いたのは「商品に興味を持てる」、「洗練されている」など
- Flash サイトの評価ポイントは商品訴求力、一覧性、斬新さ。不満点は容量（重い）、操作性

【調査結果詳細】

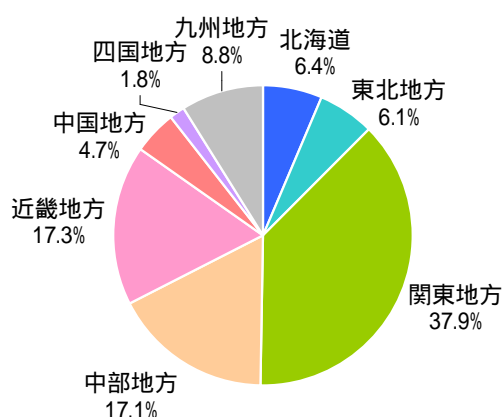
調査概要

- ・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 : 15～49歳の男女 調査会社が保有する調査パネル
週1回以上モバイルサイトを閲覧し、第3世代携帯端末を保有している人
Flashの再生が可能な端末を保有している人
- ・有効回答数 : 832サンプル
- ・調査日時 : 2009年8月19日～8月20日
- ・割付条件 : 「平成21年2月総務省全国男女別推計人口」の性年代別比率に基づき割付を行った

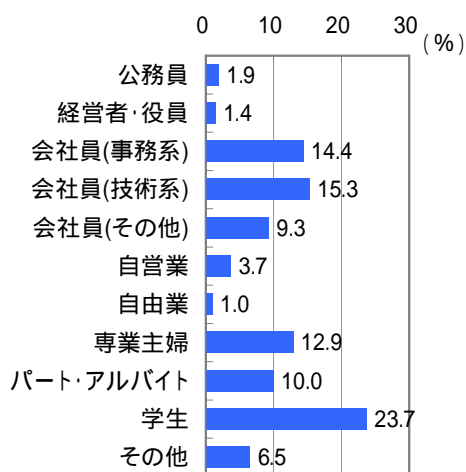
性年代 (n=832)



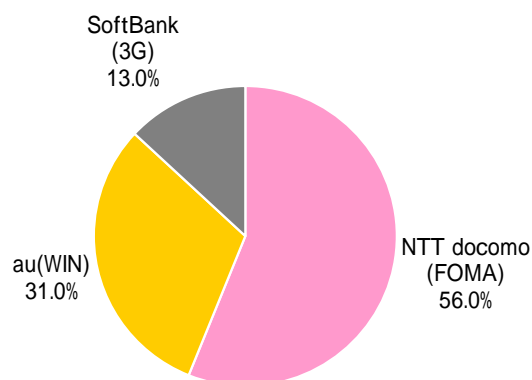
居住地域 (n=832)



職業 (n=832)



保有キャリア (n=832)



7割のユーザーがFlashサイトの遷移で誤操作を経験

Flashサイトを閲覧したことがあるか訪ねたところ、「ある」と回答した閲覧経験者は56%と半数を超える結果となりました。

そのFlashサイト閲覧経験者に対し、Flashサイト閲覧時の経験を尋ねたところ、「よくある」、「たまにある」との回答が多かったのは「サイトが重くて閲覧を中止した」(74%)、「誤って前の画面に戻ってしまった」(73%)、「前の画面に戻ろうとしたら戻りたい画面に移動できなかった」(71%)などがあがりました。この結果を見ると、サイトの遷移についてユーザーが迷わないよう明確に誘導することが重要であると推察されます。

図 Flashサイト閲覧経験（単一回答）

【n=832】

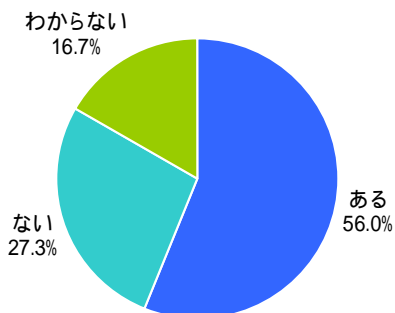
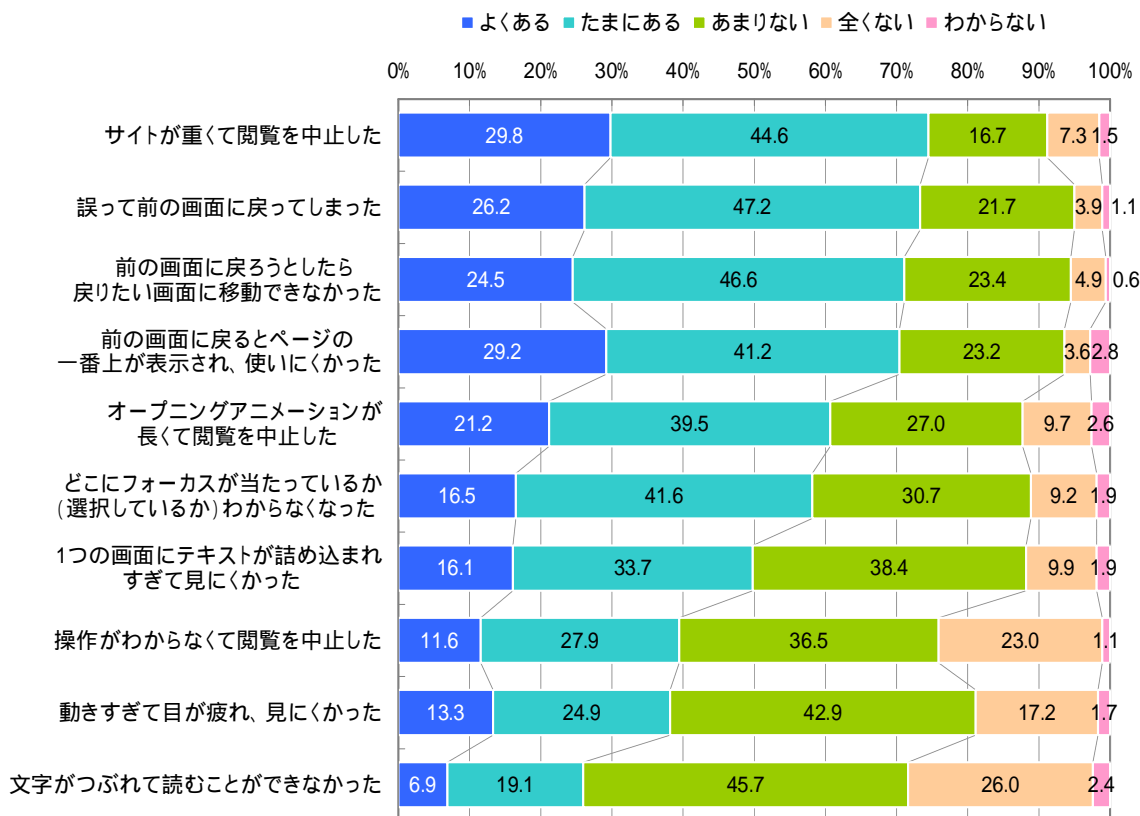


図 Flashサイト閲覧時の経験（単一回答）

【n=466】



Flash サイトとHTML サイトの比較

2年前に調査した際に用いた、「Flash サイト」と「HTML サイト」と同じ2種類のモバイルサイトに携帯電話で実際にアクセスした上でアンケートに回答頂く手法を取り入れました。

実際にアクセス頂いたサイトのイメージ

- ・サイトA：Flash で作成したサイトです。
メニューの前にロゴが浮き出るオープニングを演出しています。
TOP メニューはフルFlash によるインターフェースを採用しています。
- ・サイトB：HTML で作成したサイトです。

図 調査用に作成したFlash とHTML のモバイルサイトイメージ



サイトの内容

サイトは、仮想の商品『Silky Water』の商品ブランドサイトをイメージしています。商品紹介や、Flash ゲームのダウンロードなどのメニューを用意しています。

Flash は HTML に比べ、インパクト、先進性、商品訴求力などが強い

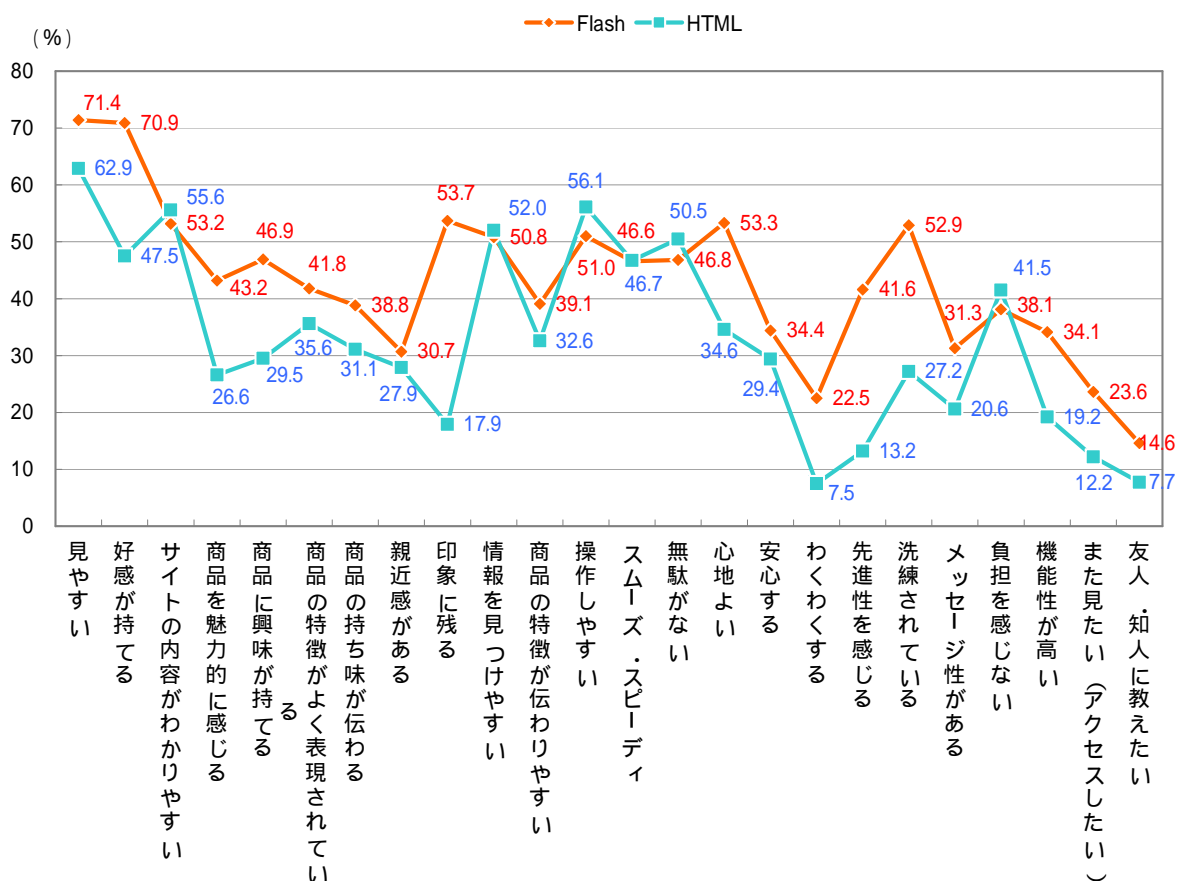
Flash サイトと HTML サイトのイメージを比較すると、Flash サイトは「印象に残る」(54%)、「先進性を感じる」(42%)、「洗練されている」(53%)が HTML サイトより 25 ポイント以上高い結果となりました。このことから、インパクトや先進性で HTML サイトを上回っている傾向が窺えます。

その他に、商品訴求力に関わるイメージや機能性、メッセージ性、ワクワク感など、多くの肯定的イメージで HTML より高くなっています。

図 HTML サイト、Flash サイトの項目別イメージ比較 (単一回答)

(『とてもそう思う』、『そう思う』の合計を算出)

【n=832】



2年間でFlashを好むユーザーが増加 HTMLとの差が開いたのは「商品に興味を持てる」、「洗練されている」 など

FlashのサイトとHTMLのサイトのどちらが好きかを尋ねたところ、「Flashが好き」、「どちらかと言えばFlashが好き」と回答したユーザーは72%に上り、前回の65%に比べ7ポイント増加しました。

また、FlashサイトとHTMLサイトとのイメージの差分を見ると、「好感を持てる」、「商品を魅力的に感じる」、「商品に興味を持てる」、「印象に残る」、「洗練されている」などのイメージが2年前と比べ、より一層差が開く結果となっており、これらが好感度の評価差に繋がったものと考えられます。

図 FlashとHTMLのうち好ましいと思うサイトの時系列比較（単一回答）

【前回調査 2007年8月 n=802】

【今回調査 2009年8月 n=832】

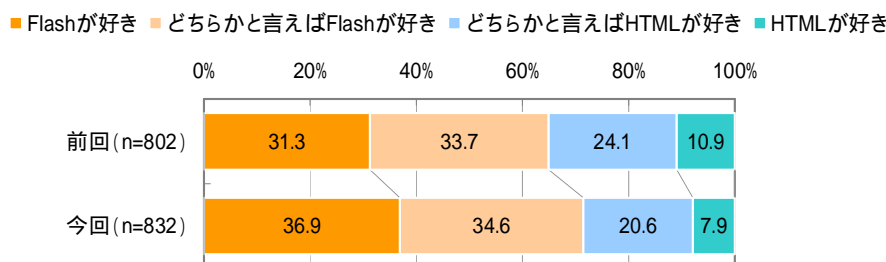
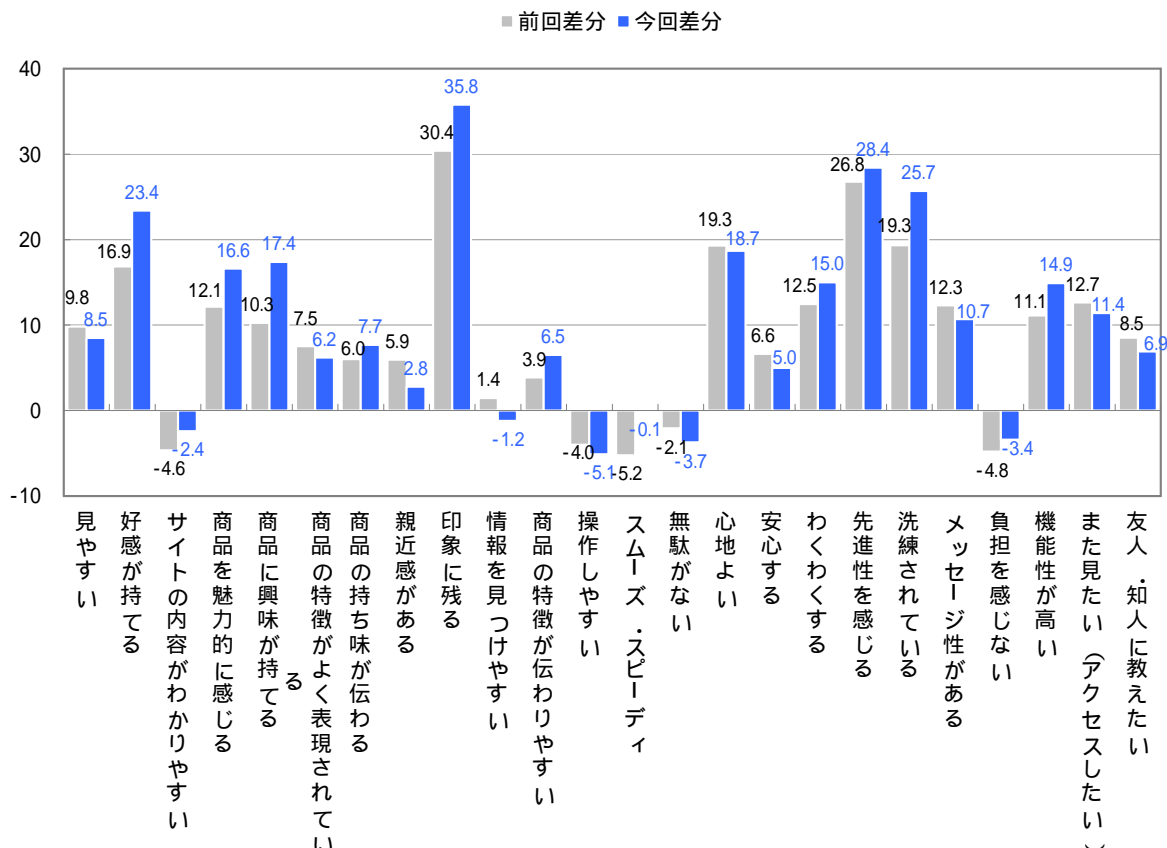


図 FlashサイトとHTMLサイトにおけるイメージの差分（Flash - HTML）

【前回調査 2007年8月 n=802】

【今回調査 2009年8月 n=832】



Flash サイトの評価ポイントは商品訴求力、一覧性、斬新さ Flash サイトの不満点は容量（重い）、操作性

表 「Flash が好き」と回答した理由

「Flashが好き」回答理由	性別	年齢
まず初めのアニメーションがとてもよかった。そして、わかりやすくメニューを表示しとめることで下へ動かす面倒くささを感じないところもよかった。詳細は初めの画面ではわからないものの、Bと比べるとはるかに商品への興味がわいた。	男性	19歳
とてもお洒落で商品、サイトともに興味がわく。	男性	22歳
Aの方が技術的に優れていると思うので、その分商品にも最先端の技術が使われていると推測できるから。トップページの項目が少なく、探したい情報にすばやくアクセスできそうに思えるから。	男性	24歳
Aはパソコンで閲覧できるサイトに似ておりデザイン性も高く携帯サイトでは斬新だと思えますがBは一般的によくある携帯サイトの表示画面と似ておりあまり興味がもてないです。	男性	42歳
見出しが少ない分、見たいページを明確に見つけることができるため。また、Aの方が商品のイメージが存分に伝わった。	女性	18歳
シンプルだけど、かわいい。		
とても印象に残り、興味を惹かれるので、またサイトを見たい。	女性	19歳
Aなら商品を買ってみようかなと思うかも。		
デザインがすごくきれい。おしゃれな感じ。羽や淡いブルー、白い曲線が、柔軟水の柔らかさってイメージがぴったり当てはまる。PCみたいで使いやすい。	女性	21歳
フラッシュを使用していて、ページ切り替えのストレスがない。		
商品の特徴がよくわかり、洗練されている。	女性	32歳
とにかく、見やすい。		

表 Flash サイトに対する不満点

Flashサイトの不満点	性別	年齢
誤って前のページに戻ってしまい、今までの内容が分からなくなってしまう。	男性	16歳
通常の戻る操作をしてFlashサイトに行く前のサイトへ行ってしまうこと	男性	19歳
携帯のスペックに対して動きが付き来れずにカクカクしたり、画像がつぶれてしまうことがある。	男性	19歳
HTMLと切り替えが出来る方がいい	男性	22歳
・flashで見たい部分にたどり着くまでが長い ・アニメーションは初回にはインパクトあるが飽きてくる ・全体的に動作が遅くじれたい	男性	26歳
カーソルがどこにあっているかわかりにくい。	男性	28歳
どこにカーソルがあるのか分からなくて変なところにアクセスしてしまうことがある。重くてなかなか次のページに行けない・回線が中断される。	女性	17歳
せっかくのFLASHサイトだというのに、普通のWEBサイトと同じで上下キー連打しないと目的の項目に辿り着けないサイトが多い。	女性	18歳
全体的に動作が重く、なかなか次に進めないこと。 無駄な動きが多く、スムーズに閲覧出来ないときがある。	女性	19歳
表示に時間がかかる。 待っているのが億劫になるので、早く表示されて欲しい。	女性	19歳
デザインはいいけど重くて全部表示されないことがある あと操作がわからないことがある	女性	22歳
画像が重いと、あまり興味のないサイトだと特にパケ代が気になりやめてしまうし、興味のあるサイトだとしても極力見るページを減らそうとしてしまう。でも、わくわく感はあるのでパケ代に影響がないのであれば、そして接続がスムーズで操作しやすいものであれば、画一的な文字メインのサイトよりもフラッシュサイトのほうが見えていて楽しい。もっとパケ代が安くなって使いやすいフラッシュサイトが増えると携帯もより楽しくなると思います。	女性	34歳

【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

市場調査室

担当：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