

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 9 月 14 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

モバイル Flash サイトに関するユーザビリティ調査 ～ Flash サイトでは操作方法、レイアウトの考慮が重要～

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）のモバイルユーザビリティ研究所は、「Flash サイトに関するユーザビリティ調査」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 416 名から得られました。

【調査結果概要】

モバイルの Flash サイトは HTML サイトと比較するとデザイン性、操作性の幅が大きく広がりますが、その反面、ユーザーにとって馴染み深い HTML のサイトとは異なる動作、操作性の提供は使いやすさを意識しないと使い勝手の悪い Flash サイトになりかねません。

そこで今回の調査では、実際にデモサイトを携帯電話で見てもらい、モバイルの Flash サイトにおける「使いやすさ」を中心に調査を行いました。

調査結果によると、フォーカスが当たるだけで自動的に動作する操作方法よりも、ユーザー自身が操作できる Flash サイトの方が好感度は高い結果となりました。サイトのレイアウトでは、「縦や横に移動する方法」より「縦にだけ移動する方法」が好まれることがわかりました。

また、フォーカスアニメーションの違いではサイトの印象は大きく変わらないものの、シンプルなフォーカスアニメーションの方が、見やすく、負担を感じにくいこともわかりました。

以上から、モバイルの Flash サイトにおいて、ユーザーに使いやすい Flash サイトを提供するには、サイトのコンセプトに合わせたサイトの操作方法、レイアウト、フォーカスアニメーションなどを考慮する必要があると言えます。

【調査結果のトピック】

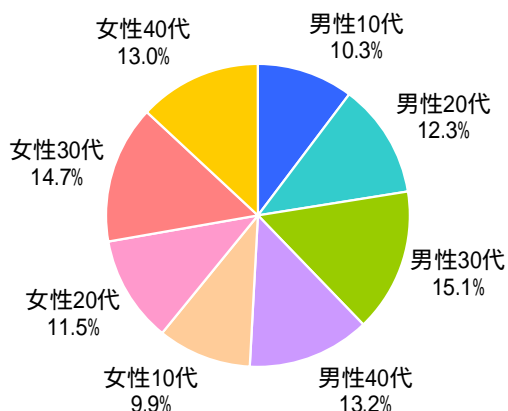
- ユーザー自身が操作できる Flash サイトに好感
- ユーザーの 6 割以上が縦移動のみのサイトを支持
- フォーカスアニメーションもシンプルな方が「見やすい」、「負担を感じない」、「無駄な動きが少ない」などで有利

【調査結果詳細】

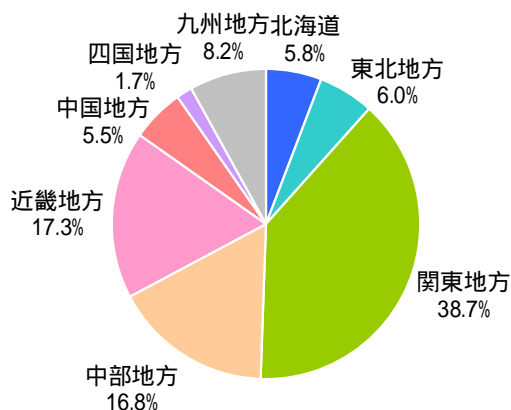
調査概要

- ・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 : 416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

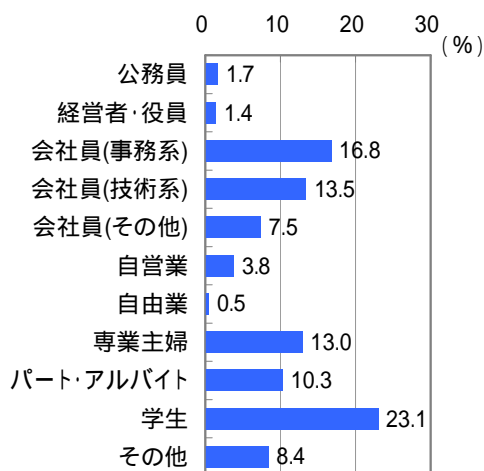
性年代 (n=416)



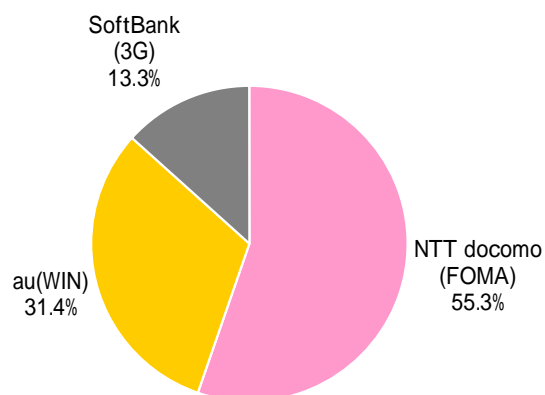
居住地域 (n=416)



職業 (n=416)



保有キャリア (n=416)



(検証1) Flash のメニュー開閉動作による比較

Flash サイトの操作方法によって変化する印象・使いやすさの違いを調査するため、フォーカスが当たると自動的にメニューが開くサイトAとクリックしてメニューを開くサイトBを比較しました。

サイトA 項目にフォーカスするだけで中のメニューが展開

(動作前)



(動作後)



サイトB クリックすると中身のメニューが展開する

(動作前)



(動作後)



ユーザー自身が操作できる Flash サイトに好感

項目にフォーカスするだけで中のメニューが展開されるサイト A と、クリックすると中のメニューが展開されるサイト B のうちどちらが好ましいか尋ねたところ、サイト B が好ましいと答えたユーザーが 59%を占めました。

また、項目別イメージ比較では、サイト B はサイト A に比べて「操作しやすい」、「無駄な動きが少ない」、「負担を感じない」など、ユーザビリティに直接関連する項目が大きく上回る結果となりました。

図 サイト A,B の項目別イメージ比較（複数回答）

【n=416】

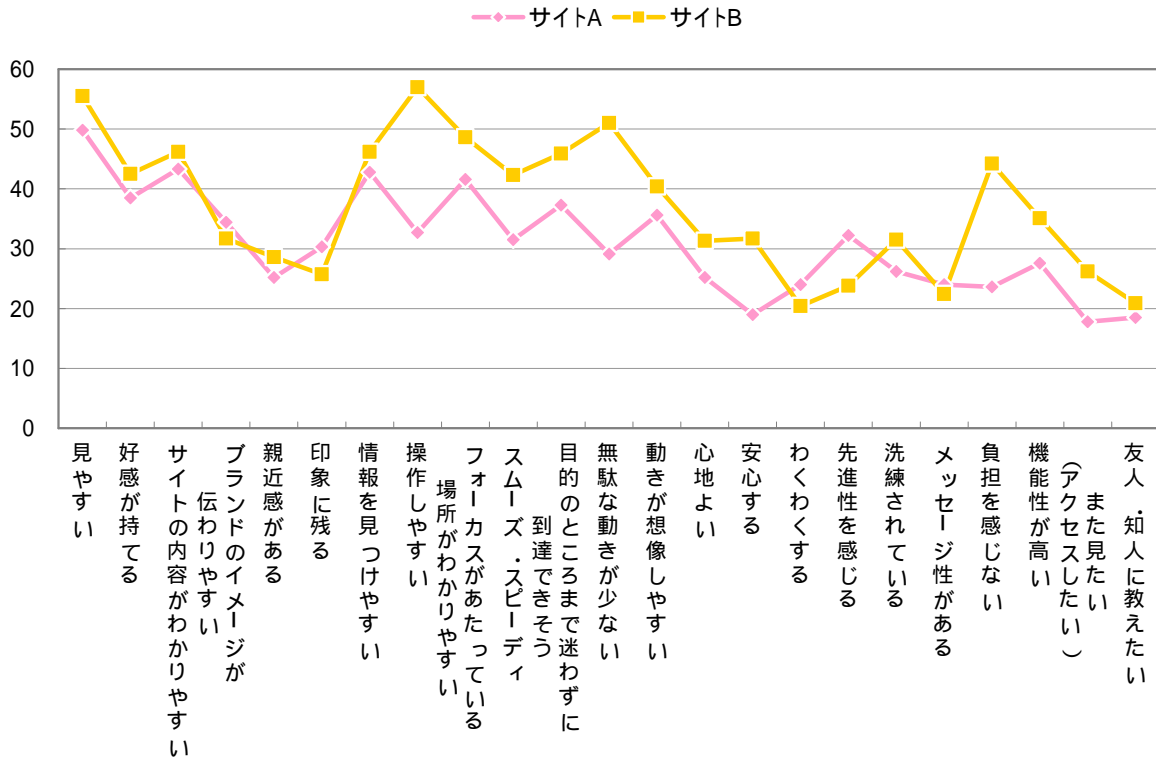
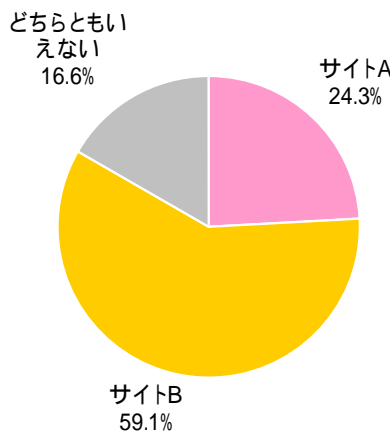


図 サイト A,B のうち好ましいと思うサイト（単一回答）

【n=416】



(検証2) レイアウトの違いによる比較

レイアウトの違いで変化する印象・使いやすさを調査するため、レイアウトが縦と横に分かれているサイトCとレイアウトが縦のサイトDを比較しました。

サイトC

縦横に分かれているレイアウト



サイトD

縦のレイアウト



ユーザーの6割以上が縦移動のみのシンプルなサイトを支持

縦横に分かれているレイアウトのサイトCと、縦のレイアウトのサイトDのうちどちらが好ましいか尋ねたところ、サイトDが好ましいと答えたユーザーが63%を占めました。

項目別イメージ比較では、ほとんどの項目でサイトCよりサイトDの方が大きく上回る結果となりました。

その中でも「情報を見つけやすい」、「操作しやすい」、「フォーカスが当たっている場所がわかりやすい」、「無駄な動きが少ない」、「負担を感じない」といった項目が特に大きく上回っています。上下左右にカーソルを移動させるレイアウトのサイトより、上下のみの移動で済むシンプルなサイトの方が好影響を及ぼすと推察されます。

図 サイトC,Dの項目別イメージ比較（複数回答）

【n=416】

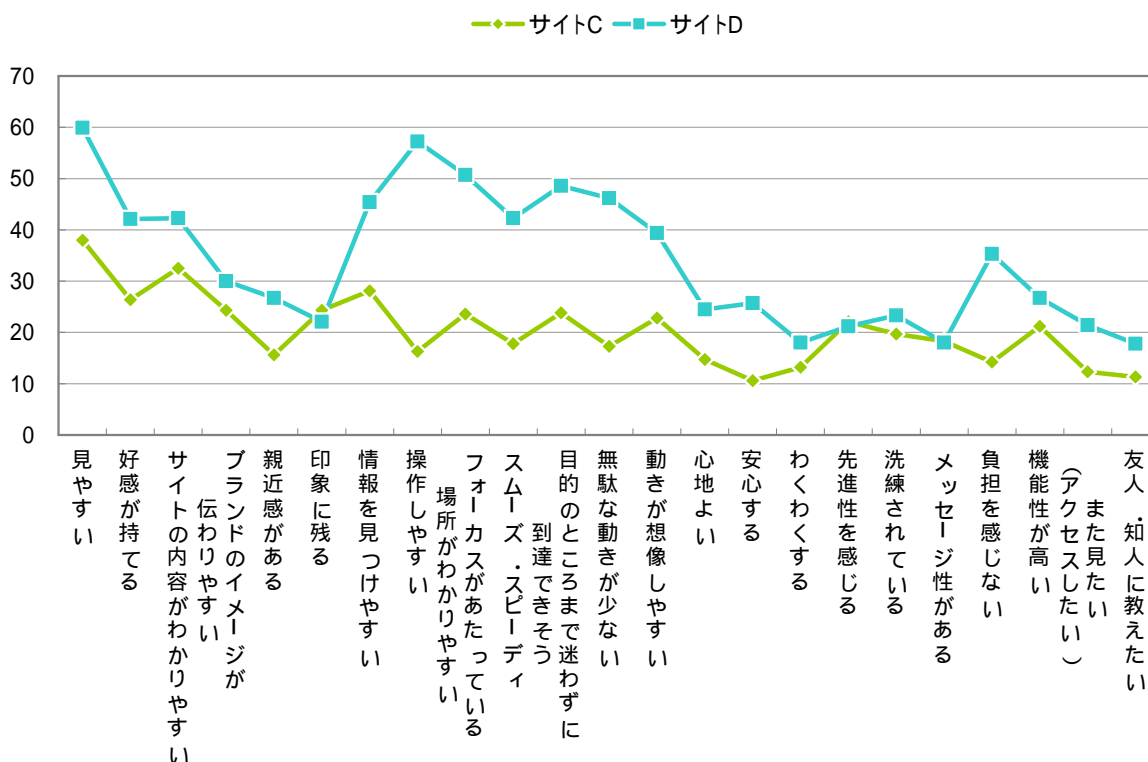
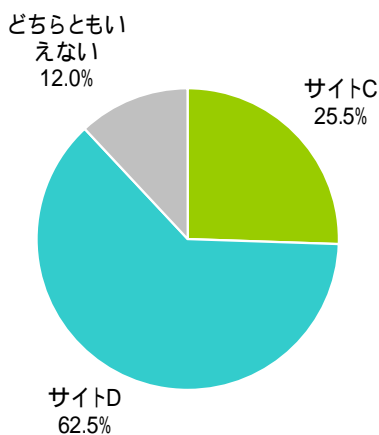


図 サイトC,Dのうち好ましいと思うサイト（単一回答）

【n=416】



(検証3) フォーカスアニメーションの違いによる印象の調査

Flash サイトのフォーカスアニメーションによって変化する印象・使いやすさの違いを調査するため、フォーカスが当たると色だけが変化するサイト E とフォーカスが当たるとアニメーションが再生するサイト F を比較しました。

サイト E フォーカスが当たると色のみ変化する

(アニメーション例)



サイト F フォーカスが当たるとアニメーションが再生する

(アニメーション例)



フォーカスアニメーションもシンプルな方が「見やすい」「負担を感じない」「無駄な動きが少ない」などで有利

フォーカスが当たると色のみ変化するサイト E と、フォーカスが当たるとアニメーションが再生されるサイト F ではどちらが好ましいか尋ねたところ、サイト E、サイト F の支持率に大きな差異は見られませんでした。

項目別イメージ比較でも、両サイトの差はあまり見られませんが、「見やすい」、「負担を感じない」、「無駄な動きが少ない」の項目では、サイト E がサイト F より高い傾向が見られました。

フォーカスアニメーションの違いでサイトの印象は大きく変わりませんが、シンプルなフォーカスアニメーションの方がユーザーは見やすく負担を感じにくいと推察されます。

図 サイト E,F の項目別イメージ比較（複数回答）

【n=416】

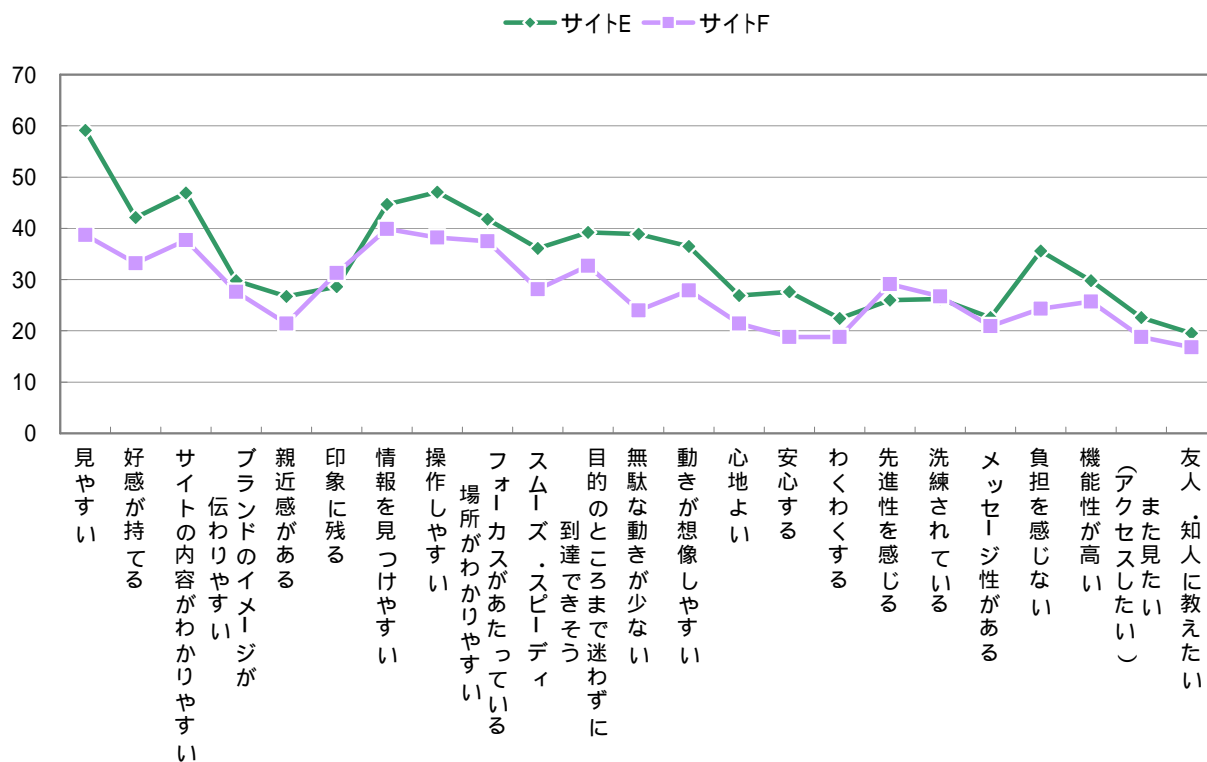
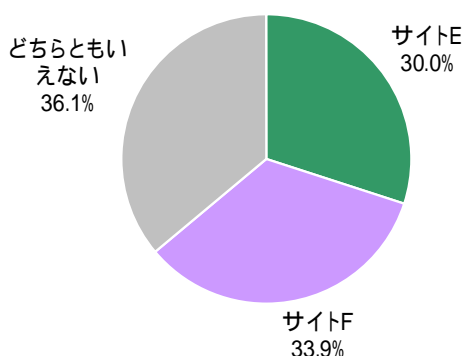


図 サイト E,F のうち好ましいと思うサイト（単一回答）

【n=416】



【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：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