

【報道関係者各位】  
【マーケティング担当者様】

平成 21 年 10 月 5 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

## iPhone に関する利用実態調査

～ 有料アプリダウンロード経験者の 10 人に 1 人が「ほぼ毎日」有料アプリをダウンロード～

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）は、iPhone または iPod touch ユーザーを対象とした「iPhone に関する利用実態調査」を実施いたしました。

調査期間は 2009 年 9 月 15 日～9 月 17 日、有効回答数は 300 名から得られました。

### 【調査結果概要】

#### 最も利用している iPhone 機能は「サイト閲覧」が最多

iPhone ユーザーの約 8 割が iPhone でのサイト閲覧をしており、また約 3 割のユーザーがサイト閲覧機能を最も利用していることがわかりました。このように WEB ブラウジングを頻繁に行っている iPhone ユーザーには WEB からのアプローチが有効であることが考えられ、特にユーザビリティの良い iPhone 専用サイトを設けることでよりユーザーを取り込むことができると推察されます。

#### アプリダウンロード経験者の 10 人に 1 人がほぼ毎日アプリをダウンロード

iPhone または iPod touch ユーザーの 9 割がアプリをダウンロードした経験があり、そのうち 6 割のユーザーが有料アプリをダウンロードしていることがわかりました。ダウンロード頻度や利用金額も高く、アプリ市場が活性化されている様子が窺えます。

#### 5 割以上が AppStore の「無料トップアプリ」がきっかけでアプリをダウンロード

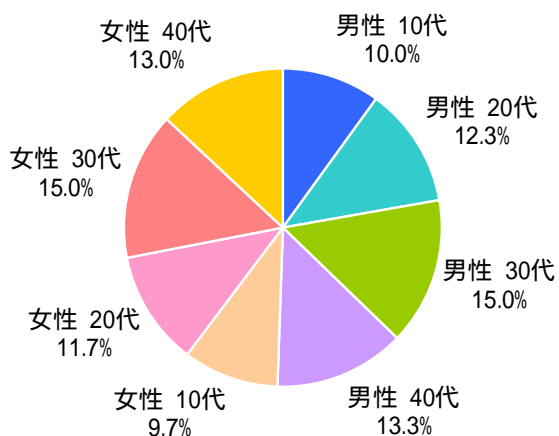
iTune の AppStore 内のコンテンツからアプリを認知しダウンロードしたユーザーが多くなっています。「ブログ・SNS」や「WEB サイト内の広告」といった iPhone や iTune 以外のメディアも比較的上位にあげられたものの、それ以上に AppStore 上でのプロモーションが効果的であると推察できます。

【調査結果詳細】

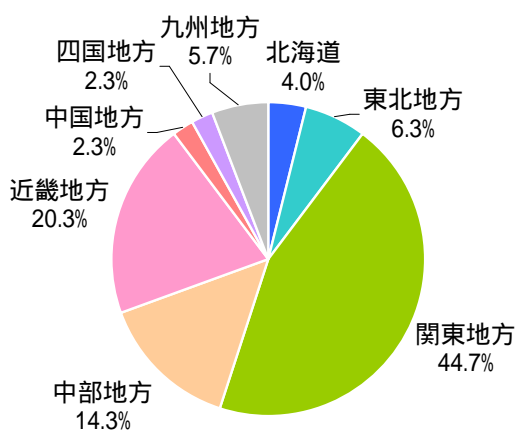
調査概要

- ・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 : 14～49歳のiPhoneまたはiPod touchを保有している男女  
調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 300サンプル
- ・調査日時 : 2009年9月15日～9月17日
- ・割付条件 : 「平成21年3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

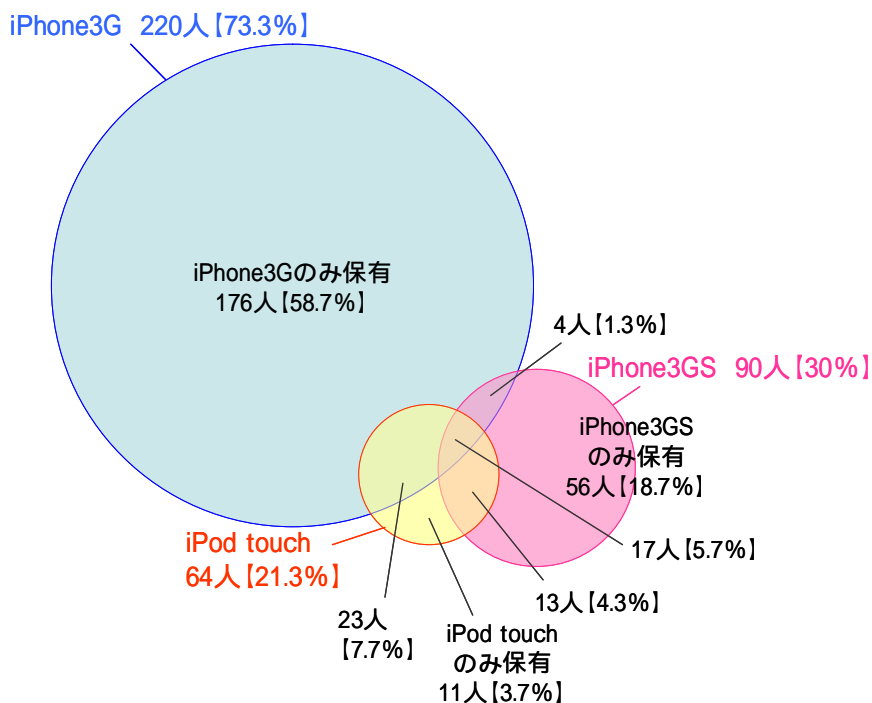
性年代 (n=300)



居住地域 (n=300)



iPhone、iPod touch 保有状況 (n=300)



## 最も利用している iPhone 機能は「サイト閲覧」が最多

iPhone を保有しているユーザーに対し、利用している iPhone の機能を尋ねたところ、「メール」(88%)、「通話」(84%)、「サイト閲覧」(79%)、「音楽再生」(72%)が上位にあげられました。また、最も利用している機能では、「サイト閲覧」(26%)が最も多く、次いで「メール」(24%)、「音楽再生」(21%)となりました。

iPhone ユーザーは積極的に WEB ブラウジングを行っており、WEB からのアプローチがリーチしやすいことがわかりました。ユーザビリティの良い iPhone 専用サイトを設けることで、iPhone ユーザーをより取り込むことができると推察できます。

図 利用している iPhone の機能 (複数回答)

【n=289 iPhone 保有者】

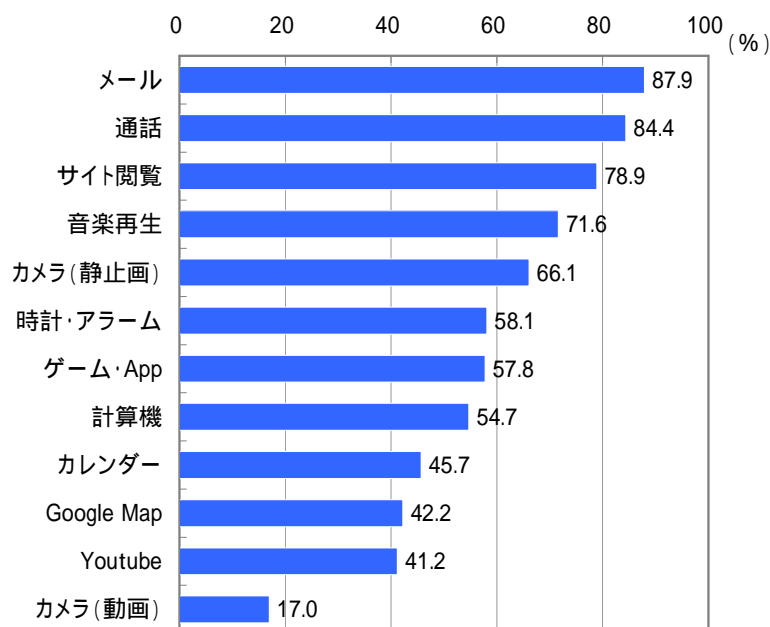
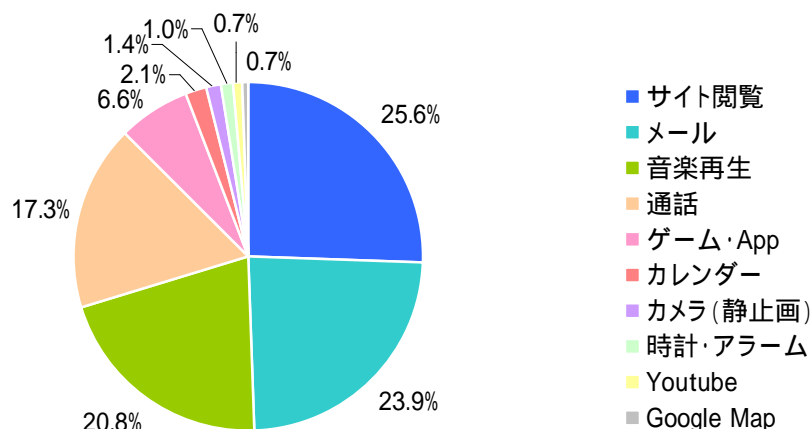


図 最も利用している iPhone の機能 (単一回答)

【n=289 iPhone 保有者】



**アプリダウンロード経験者は全体の9割、うち6割は有料アプリをダウンロード**

アプリをダウンロードしたことがあるか尋ねたところ、約9割のユーザーがアプリをダウンロードしたことがあり、そのうちの59%が有料アプリをダウンロードしたことがわかりました。

また有料アプリの平均ダウンロード数は8本で、ボリュームゾーンは「2~3本」(37%)となりました。

図 アプリダウンロード経験（単一回答）

【n=300】

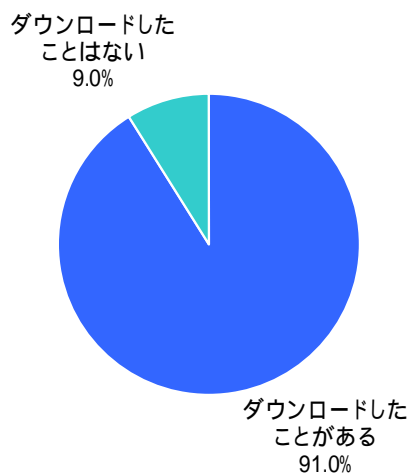


図 ダウンロードしたアプリ料金（複数回答）

【n=273 アプリダウンロード経験者】

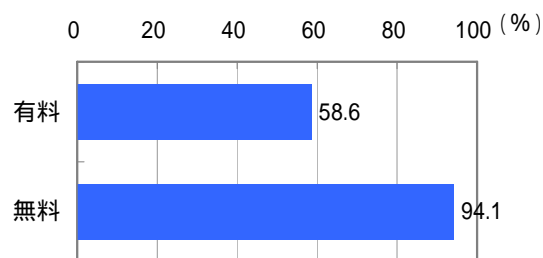
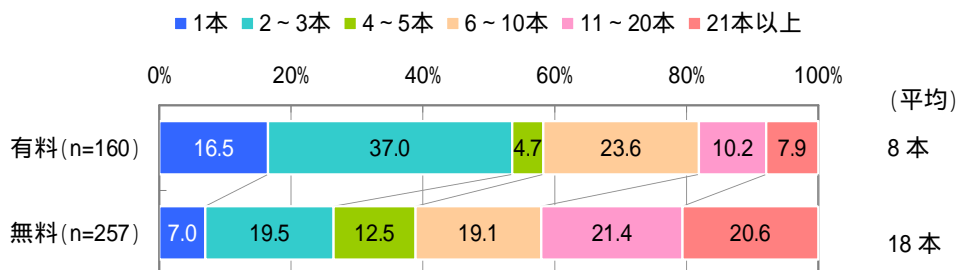


図 アプリダウンロード数（自由回答）

【 それぞれダウンロード経験者】

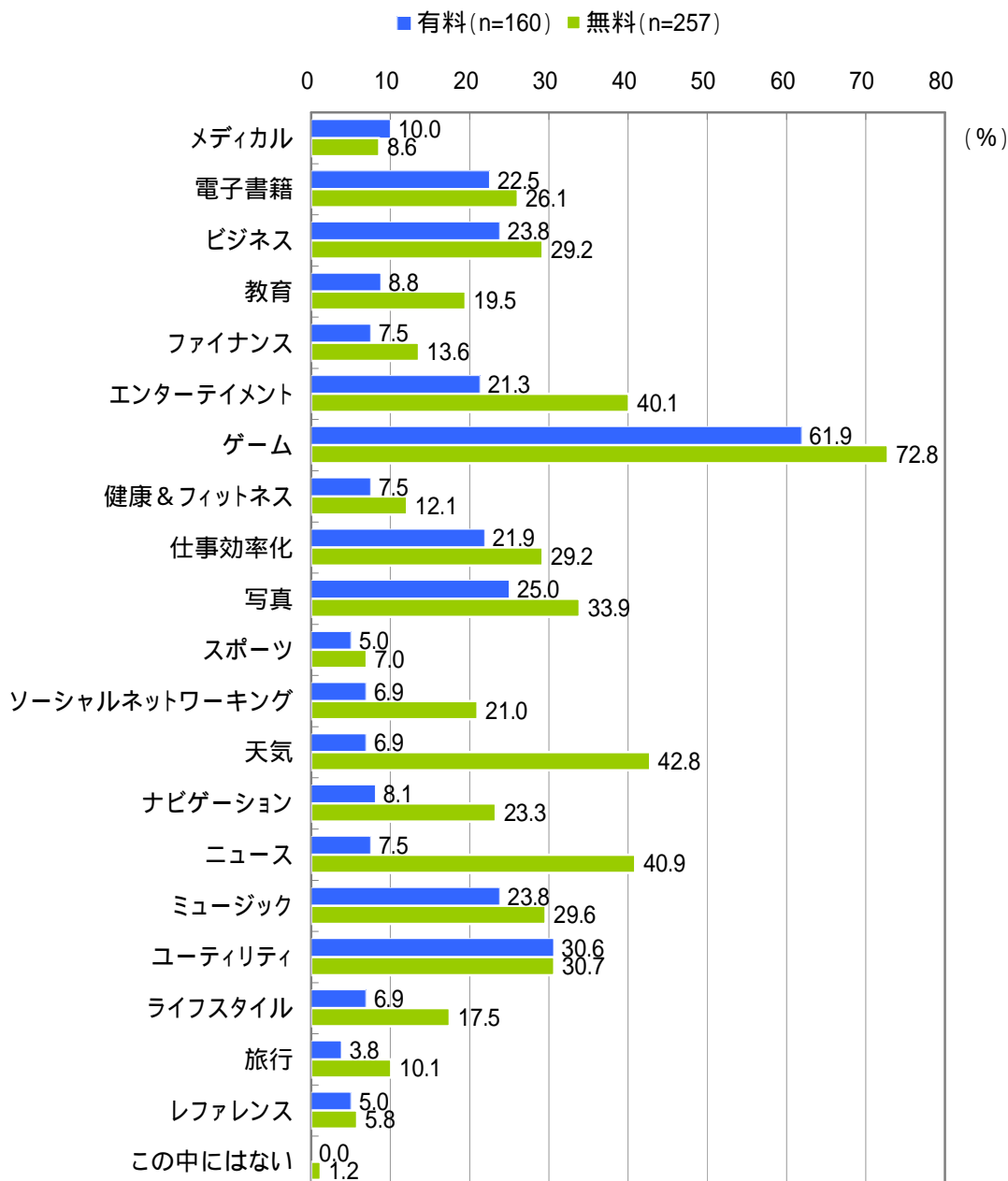


## 有料・無料ともに最もダウンロードされているアプリはゲーム

アプリダウンロード経験者に対し、ダウンロードしたことがあるアプリを有料と無料それぞれについて尋ねたところ、ともに「ゲーム」(有料62%、無料73%)が最も高い結果となりました。その他に、有料アプリで多くダウンロードされているジャンルは、「ユーティリティ」(31%)、「写真」(25%)、「ビジネス」「ミュージック」(ともに24%)などがあげられます。

図 ダウンロードしたアプリのジャンル(複数回答)

【 それぞれダウンロード経験者】



アプリダウンロード経験者の10人に1人がほぼ毎日アプリをダウンロード

アプリダウンロード経験者に対し、ダウンロード頻度を尋ねたところ、有料アプリを「ほぼ毎日」ダウンロードしているとの回答は9%となり、また、「1ヶ月に1回以上」ダウンロードしている割合は6割以上にのぼることがわかりました。一方、無料アプリでも「ほぼ毎日」との回答は9%となり、「1ヶ月に1回以上」ダウンロードしている割合は約8割に達する結果となりました。

また有料アプリダウンロード経験者に対し、今までダウンロードしたアプリの最高金額を尋ねたところ、600円以上との回答が5割を占める結果となり、頻度だけでなく利用金額も高くなっています。

図 アプリダウンロード頻度（単一回答）

【それぞれダウンロード経験者】

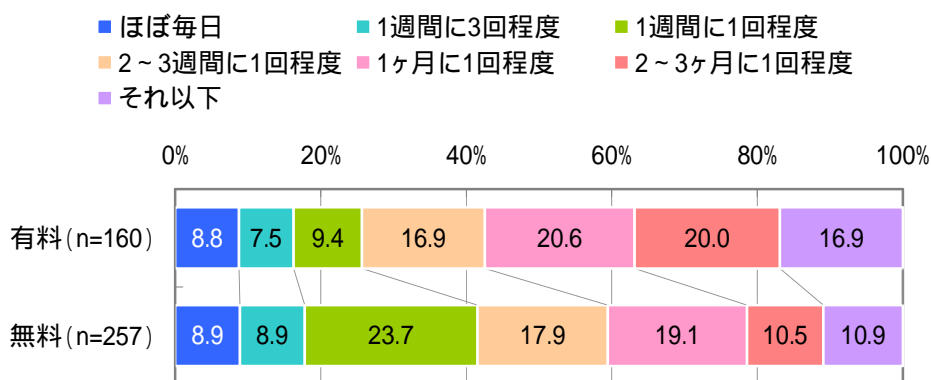
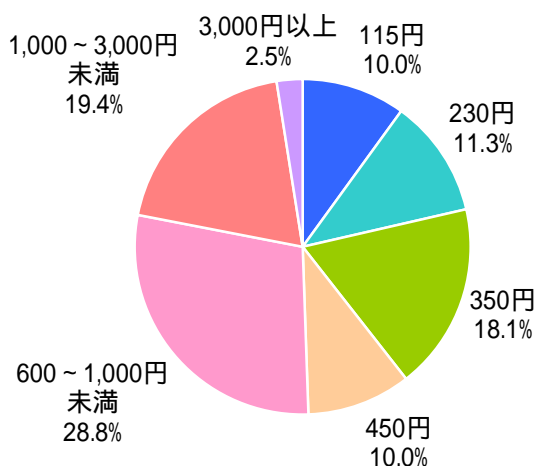


図 ダウンロードしたアプリの最高金額（単一回答）

【n=160 有料アプリダウンロード経験者】



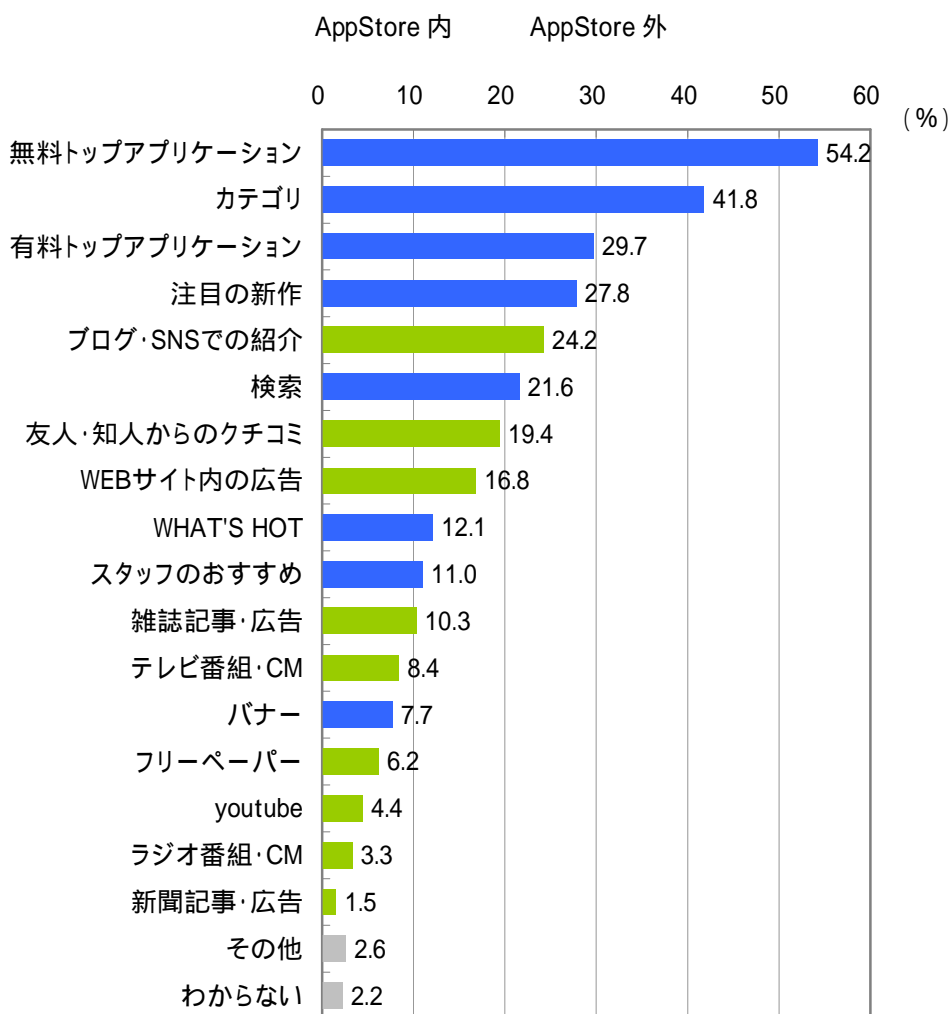
5割以上が AppStore の「無料トップアプリ」がきっかけでアプリをダウンロード

アプリダウンロード経験者に対し、ダウンロードしたアプリを知ったきっかけを尋ねたところ、「無料アプリケーション」(54%)が最も高く、次いで「カテゴリ」(42%)、「有料アプリケーション」(30%)が続き、iTune の AppStore 内のコンテンツが上位を占める結果となりました。

「ブログ・SNSでの紹介」「WEB サイト内の広告」といった iPhone や iTune 以外のメディアを使ったプロモーションよりも、AppStore 内でのプロモーションの方が効果的であることがわかります。

図 ダウンロードしたアプリ認知のきっかけ（複数回答）

【n=237 アプリダウンロード経験者】



**【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	<a href="http://www.imjmobile.co.jp/">http://www.imjmobile.co.jp/</a>
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"> <li>・ 携帯公式サイト企画・運営事業</li> <li>・ 携帯メディア、広告事業</li> <li>・ 携帯サイト構築・運営代行事業</li> <li>・ 携帯ソリューション事業、等</li> </ul>

**< 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