モバイル・リサーチの動向と挑戦

株式会社ミクシィ・リサーチ
濱野　英和

自己紹介

名前：濱野　英和

hidekazu.hamano@mixi-research.co.jp

年齢：４１歳

出身：神戸市

・１９９３年～１９９８年　フロリダ州　マイアミ　留学

・１９９９年～２００５年　ＯＡ機器の法人営業

・２００６年～２０１２年　ネットマイル社　リサーチ事業本部

・２０１３年1月～　　ミクシィ・リサーチ　ＣＯＯ

2013/06 Marketing Research in the Mobile World（北米）参加

2014/03 Marketing Research in the Mobile World（アジア）参加

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

今日、伝えたいこと。

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

本日の内容

Part１．モバイル・リサーチ海外動向

（Marketing Research in the Mobile Worldより）

- 2030年の予測
- モバイル・リサーチ事例

Part２．回答者のモバイルシフトへの対応

- アンケート画面のスマホ最適化とその事例
- 画面の最適化とコンテンツとしてのアンケート

Part３．モバイル・リサーチの整理と理解

- モバイル・リサーチの今とこれからの整理
- モバイル・リサーチへの参加者の理解

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

Part１．モバイル・リサーチ海外動向

（Marketing Research in the Mobile Worldより）

- **2030年の予測**
- **モバイル・リサーチ事例**

Part２．回答者のモバイルシフトへの対応

- アンケート画面のスマホ最適化とその事例
- 画面の最適化とコンテンツとしてのアンケート

Part３．モバイル・リサーチの整理と理解

- モバイル・リサーチの今とこれからの整理
- モバイル・リサーチへの参加者の理解

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Marketing Research in the Mobile World　に行ってきました

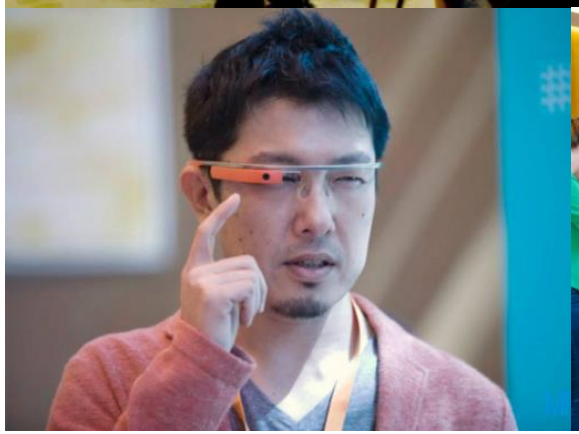
Market Research in the Mobile World™

Supported by Kantar, Leader in Mobile Marketing Research

- ✓ 2013/06 North America
- ✓ 2014/03 Asia

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

カンファレンスの様子



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Marketing Research in the Mobile World　出展スペース

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Marketing Research in the Mobile World(Asia)　スポンサー

Title Sponsor

KANTAR

Gold Sponsor

Confirmit

Silver Sponsors

GMI

3Sixty Real Time Insight

biru

Toluna In touch with people

Bag Sponsor

ondevice research

Workshop Host Sponsor

GMI

Event App Partner

bizzabo

Networking Reception Partner

The Research Club

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Marketing Research in the Mobile World(North America)　スポンサー

TITLE SPONSOR

KANTAR

DIAMOND SPONSOR

uSamp

PLATINUM SPONSOR

Confirmit everywhere

WORKSHOP HOST

itracks

GOLD SPONSORS

Civicom Ask Why We're Better Innovative Technology Solutions Marketing Research Support Worldwide

research now Mobile™

Toluna In touch with people

SSI Science. People. Innovention

SILVER SPONSORS

Google+

REVELATION Know Why

RealityCheck A Thinking + Technology Partnership

mfour real insights in real time

3M

jibunu

PREMIERE SPONSOR

questback

NETWORKING EVENING SPONSOR

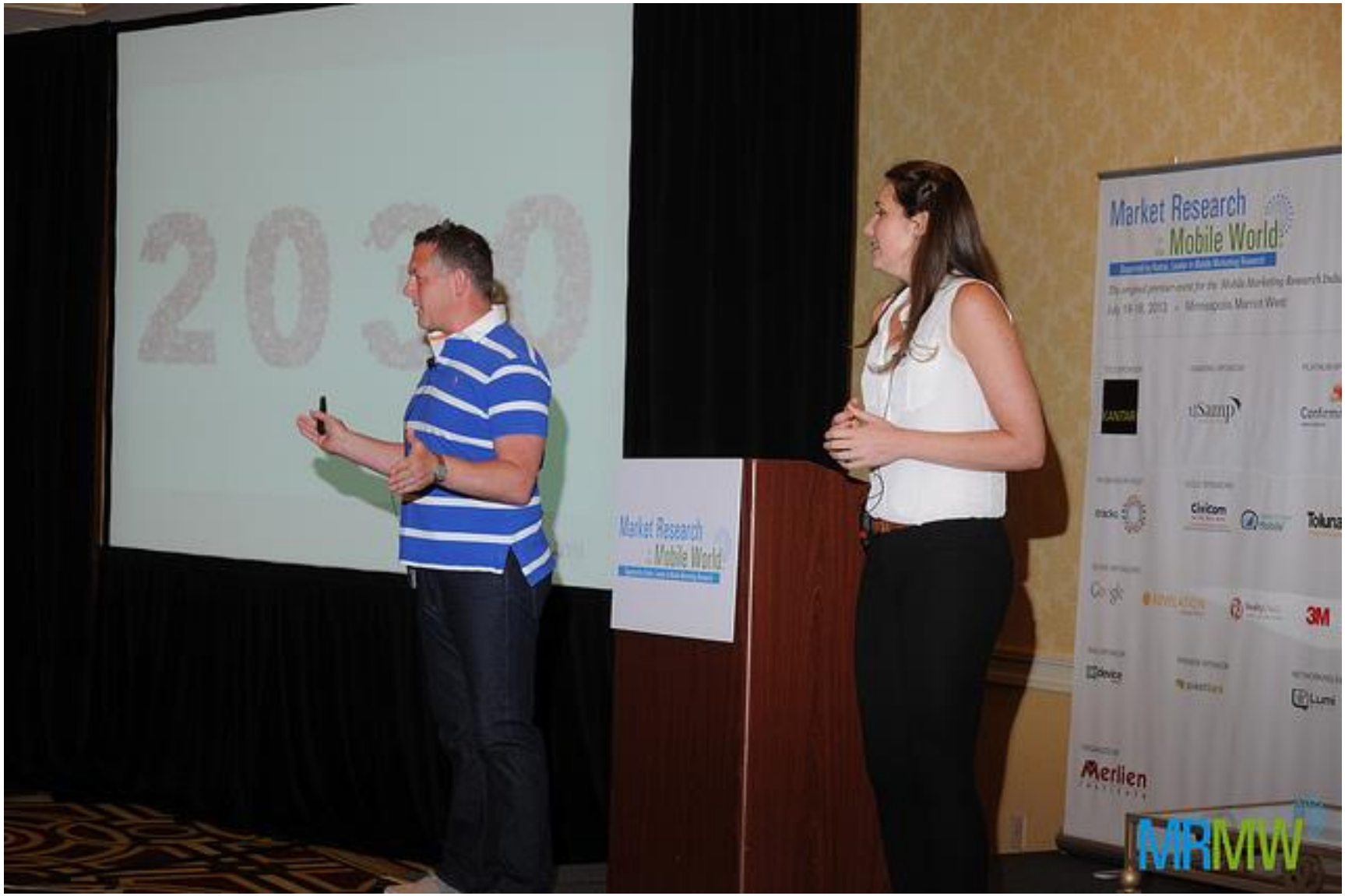
Lumi MOBILE

BAG SPONSOR

ondevice research

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Lumi Mobile社 2030年　予想



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

2012 業界レポートによると、

Mobile Research

< 1億ドル (2012)

Non Mobile Research

＝ 335億ドル(2012)

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

2030 予想にあたり

- ✓ 80人へのインタビュー
  （リサーチエージェンシー、クライアントサイド、コンサルタント、テクノロジー企業）
- ✓ 12,000人以上の一般消費者へのオンラインリサーチ
- ✓ デスクリサーチ

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

2030 業界の見通し

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

【事例】General Mills社のチャレンジ

- ✓ 2013年マーケティングリサーチの予算８０％をモバイルへシフト！

（2011年から2年以上をかけ、
数十社のパートナーとテストを行い実現させた）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

General Mills社のモバイル活用

ミニコンセプトリサーチ

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

General Mills社のスピーチ

４００人ラジオボタンより、１００人の観察のほうがよっぽど有効だ。

記憶に頼らないモバイルだからこそ真実だ。

数値が高いだの低いだの、そんなオンラインサーベイはもうやらない。

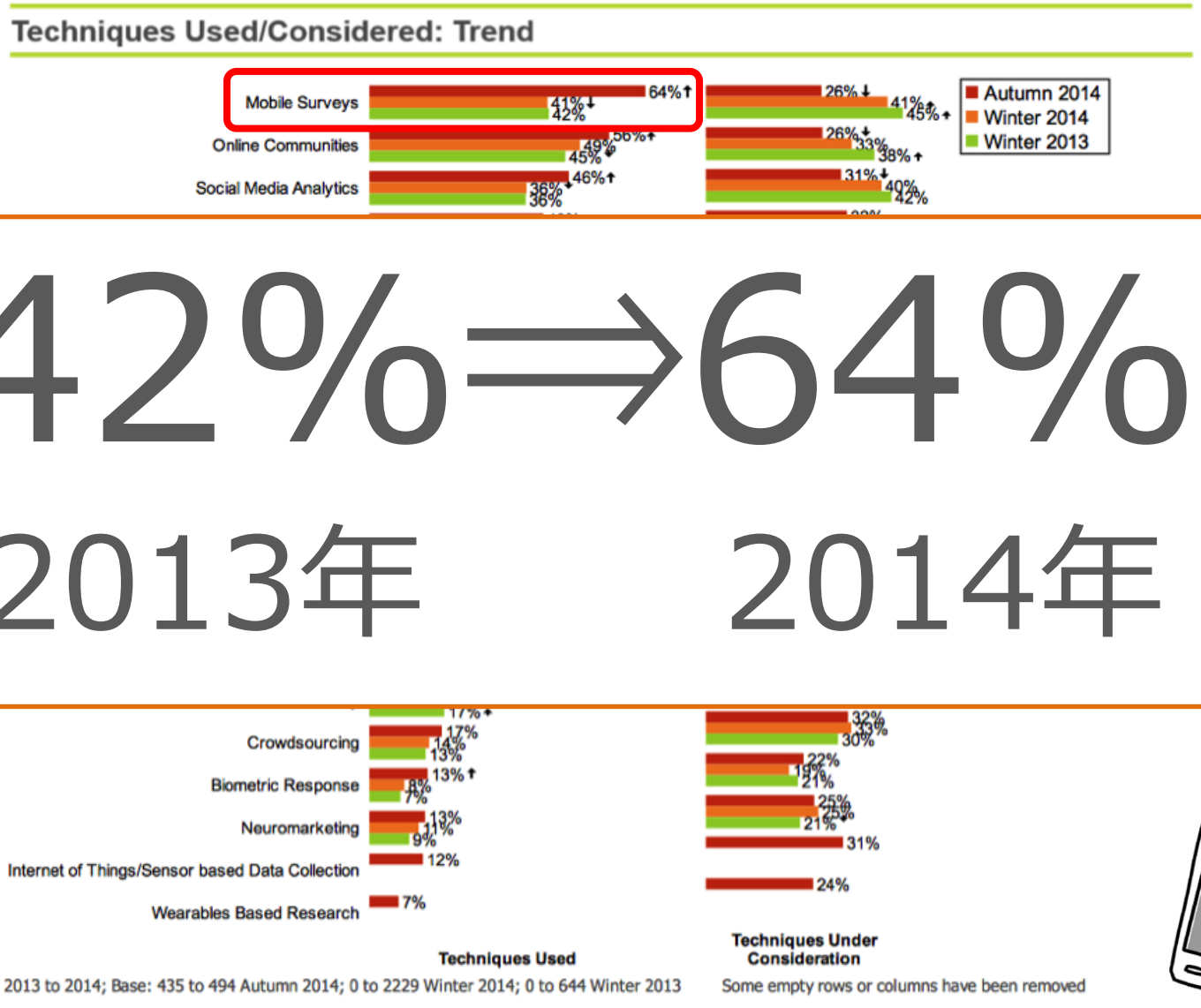
Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

General Mills社　今後のチャレンジ

- ✓ スマホアプリの開発
- ✓ より多くの協力者の獲得
- ✓ テクノロジーを活用した定性調査

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

グローバルにおけるモバイル・リサーチの利用の推移

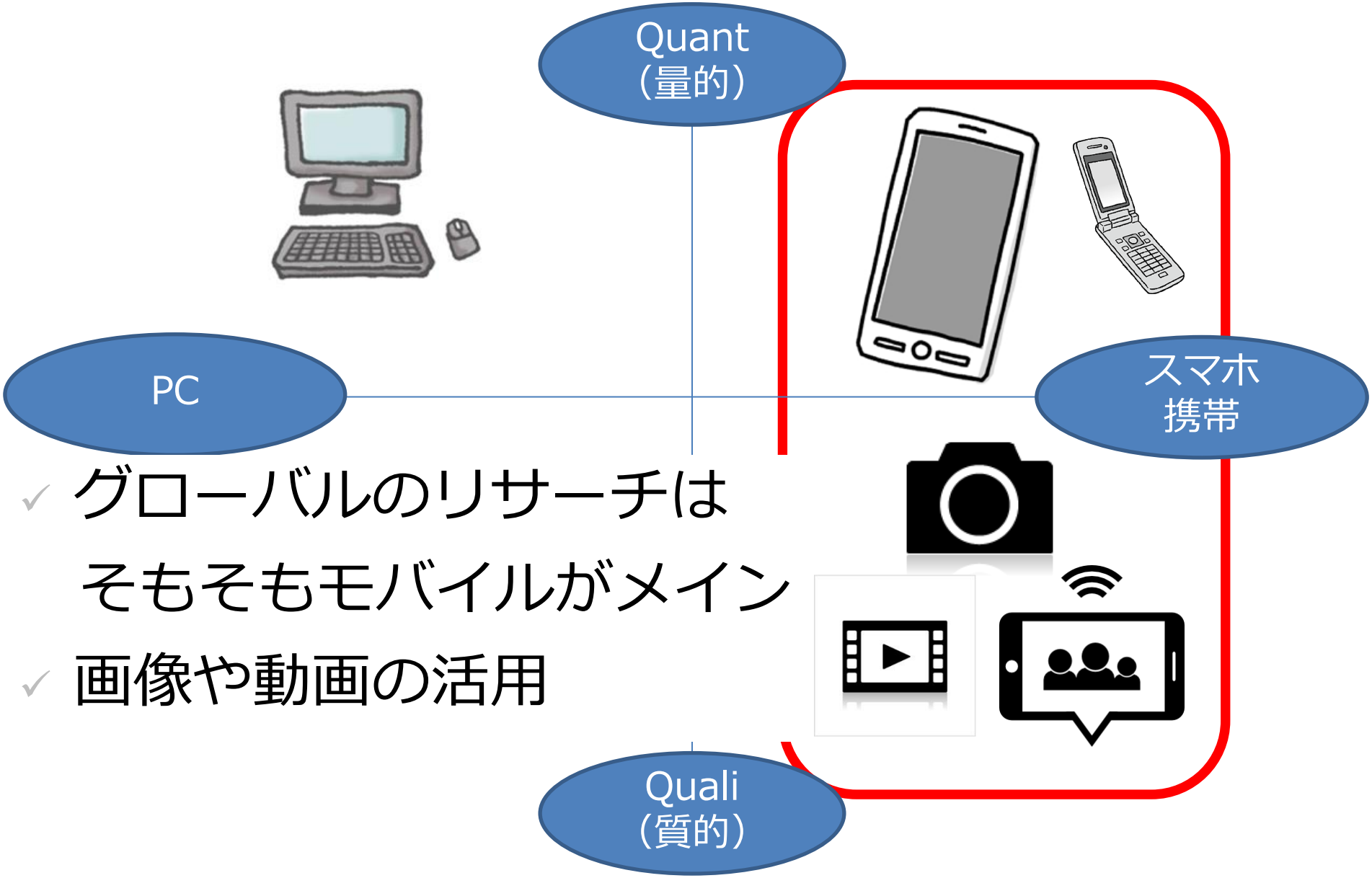


42%⇒64%

2013年　　2014年

出展：Greenbook Research Industry Trends Report 2014Fall

グローバルでのモバイル・リサーチのとらえかた



- ✓ グローバルのリサーチは
  そもそもモバイルがメイン
- ✓ 画像や動画の活用

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

Part１．モバイル・リサーチ海外動向

（Marketing Research in the Mobile Worldより）

- 2030年の予測
- モバイル・リサーチ事例

Part２．回答者のモバイルシフトへの対応

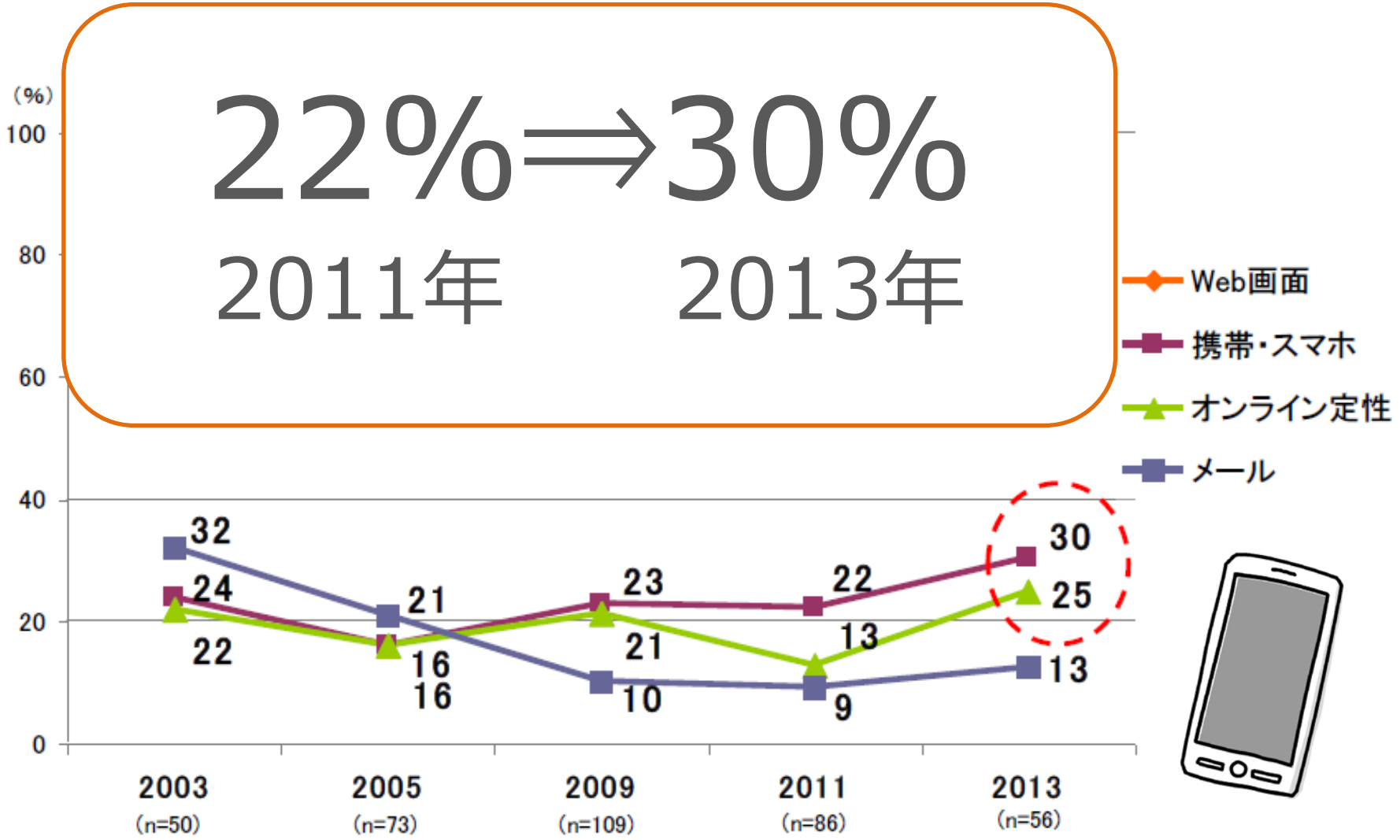
- **アンケート画面のスマホ最適化とその事例**
- **画面の最適化とコンテンツとしてのアンケート**

Part３．モバイル・リサーチの整理と理解

- モバイル・リサーチの今とこれからの整理
- モバイル・リサーチへの参加者の理解

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

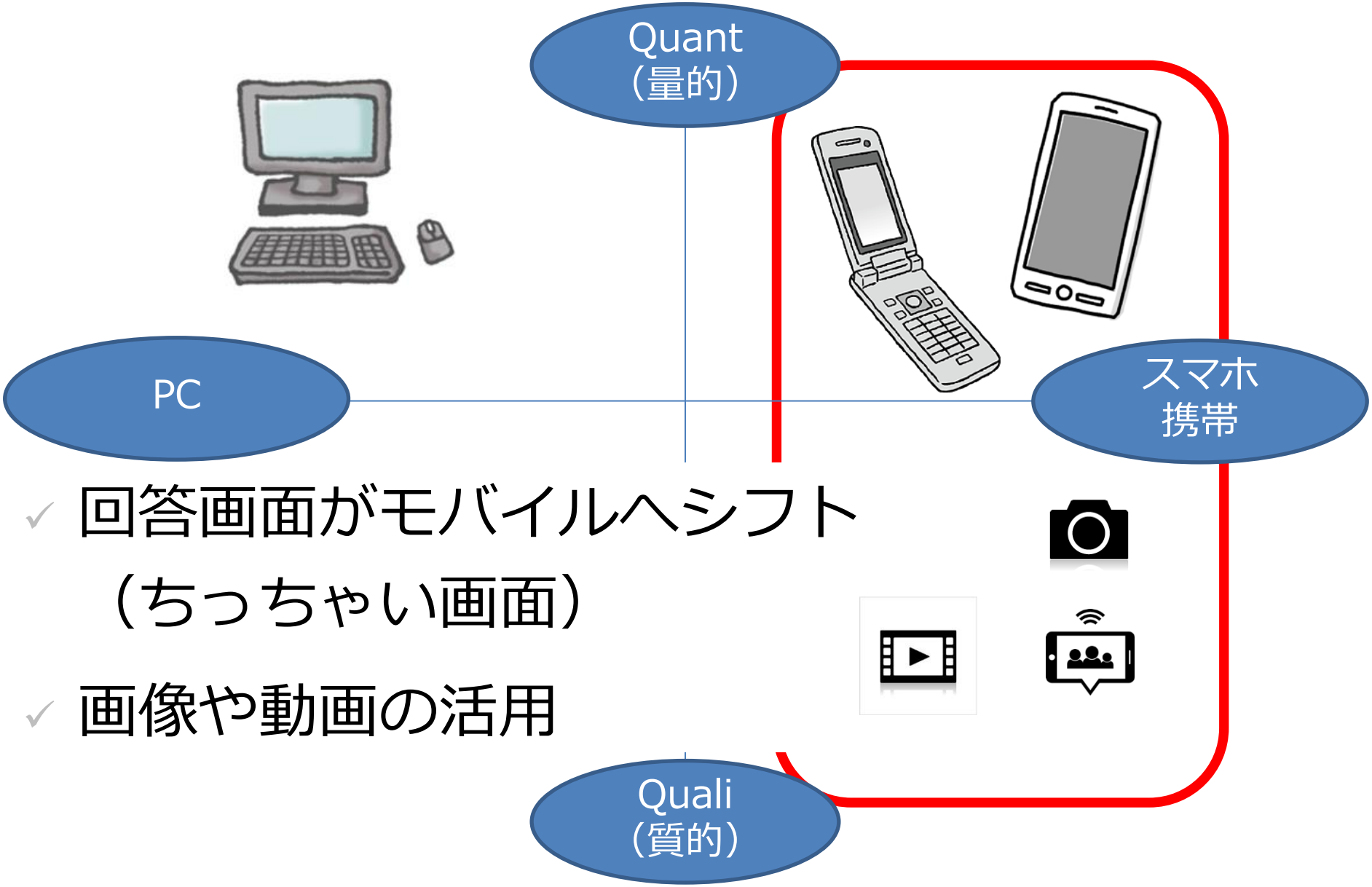
国内におけるMobile Survey の利用推移



出展：JMRA（2013年　調査技術の今）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

国内でのモバイル・リサーチとらえかた



- ✓ 回答画面がモバイルへシフト（ちっちゃい画面）
- ✓ 画像や動画の活用

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

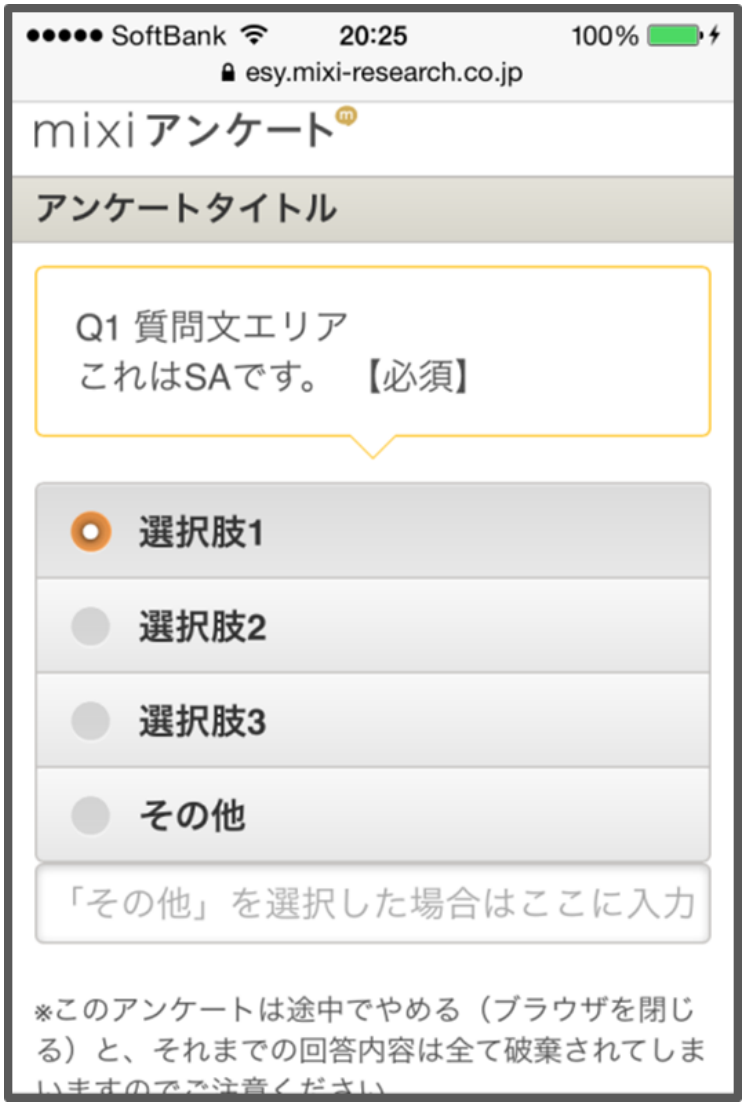
回答者のモバイルシフトへの対応について

✓アンケート画面の
スマホ最適化

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

アンケート画面のイメージ・設問形式

SA / MA



FA（自由回答）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

機能（一部）

- ✓分岐、設問表示
- ✓スクリーニング
- ✓ランダム、パイピング

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

必ず聞かれた質問

- ✓ マトリクスはできますか？
- ✓ 画像や位置情報取れますか？
- ✓ 長い質問は答えられますか？

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

必ず聞かれた質問①

- ✓ マトリクスはできますか？
- ✓ 画像や位置情報取れますか？
- ✓ 長い質問は答えられますか？

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

マトリクスはできます

マトリクス（複数）

マトリクス（単一）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

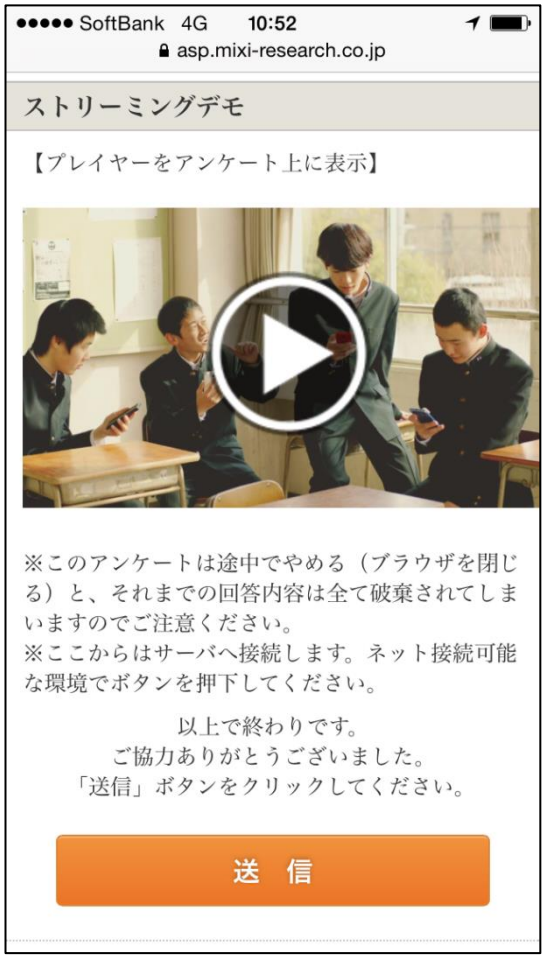
画像や動画を見せることもできます

※横幅270pixel例

1 Pic

2 Pics

Movie



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

必ず聞かれた質問②

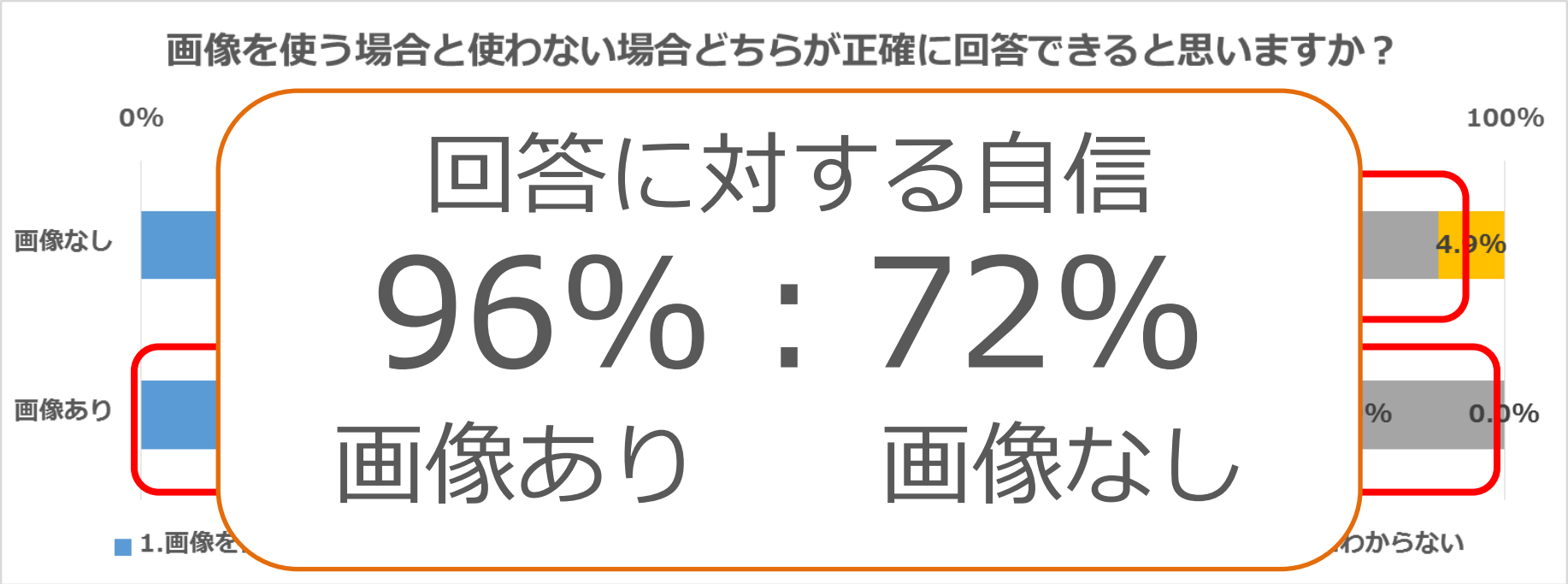
- ✓ マトリクスはできますか？
- ✓ 画像や位置情報は取れますか？
- ✓ 長い質問は答えられますか？

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

画像一覧（一部）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

画像あり・なしでの回答に対する自信の比較



	画像あり	画像なし
商品名識別率	100%	88.1%
商品選択理由　入力文字数	17.8文字	13.2文字

mixiリサーチ　自社調べ

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

「画像なし」の場合の課題（PB認識）

- ✓ トップバリュ（イオン）/ みんなのお墨付き（西友）/ セブンイレブン / ローソン / セイコーマート など、どこのPBかまで記載しているものもあった。

- ✓ お茶 / 麦茶 / 烏龍茶 / サイダー / コーヒー / コーラ / 水 / カフェオレ / オレンジジュース など、PBかどうか分からないものの方が多かった。

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

小売店舗のフェイスシェア（メーカー別）

レポート名：果汁飲料 パック
調査月：2014年09月
調査店舗：関東、中部、近畿 SM+DR+CVS
店舗平均フェイス数：37.71フェイス/店舗　[前月比]

順位	前月		メーカー名	シェア(%)
1	1	→	PB	22.72 [+0.08]
2	2	→	キリンビバレッジ	20.08 [+0.69]
3	3	→	雪印メグミルク	12.55 [-0.22]
4	4	→	名古屋製酪	12.26 [+0.26]
5	5	→	森永乳業	7.66 [-0.92]
6	6	→	明治	5.89 [-0.65]
7	8	↑	メーカー不明商品	2.48 [+0.39]
8	9	↑	フルッタフルッタ	2.29 [+0.38]
9	14	↑	伊藤園	2.27 [+1.03]
10	7	↓	グリコ乳業	1.98 [-1.64]
11				
12				
13				
14				
15				
16	16	→	輸入商品	0.70 [-0.01]
17	18	↑	えひめ飲料	0.36 [-0.01]
18	17	↓	榛名酪農業協同組合連合会	0.34 [-0.04]
19	21	↑	協同乳業	0.27 [+0.08]
20	19	↓	日清ヨーク	0.27 [-0.08]
21	25	↑	ふくれん	0.24 [+0.12]
22	23	↑	ヤクルト本社	0.18 [+0.04]
23	27	↑	熊本県果実農業協同組合連合会	0.16 [+0.12]
24	20	↓	近藤乳業	0.16 [-0.03]
25	NEW		ＨＡＲＵＮＡ	0.15 NEW

果汁飲料（パック入り）
PBは１位

レポート名：お茶 パック
調査月：2014年09月
調査店舗：関東、中部、近畿 SM+DR+CVS
店舗平均フェイス数：14.40フェイス/店舗　[前月比]

順位	前月		メーカー名	シェア(%)
1	1	→	森永乳業	48.17 [+0.95]
2	2	→	PB	19.93 [+0.62]
3	3	→	伊藤園	7.99 [-0.45]
4	4	→	エルビー	6.32 [-0.63]
5	5	→	キリンビバレッジ	3.89 [+0.76]
6	7	↑	ヤクルト本社	2.63 [+0.19]
7	8	↑	サントリーホールディングス	2.52 [+0.15]
8	9	↑	雪印メグミルク	2.23 [-0.07]
9	10	↑	アサヒ飲料	2.02 [+0.23]
10				
11				
12				
13				
14				
15	17	↑	ジーエスフード	0.31 [+0.08]
16	15	↓	森乳業	0.28 [-0.06]
17	18	↑	守山乳業	0.27 [+0.17]
18	12	↓	メロディアン	0.27 [-0.40]
19	19	→	山本珈琲	0.05 [-0.01]
20	20	→	丸福商店	0.04 [-0.01]
21	NEW		大山乳業農業協同組合	0.03 NEW

お茶系飲料（パック入り）
PBは２位

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

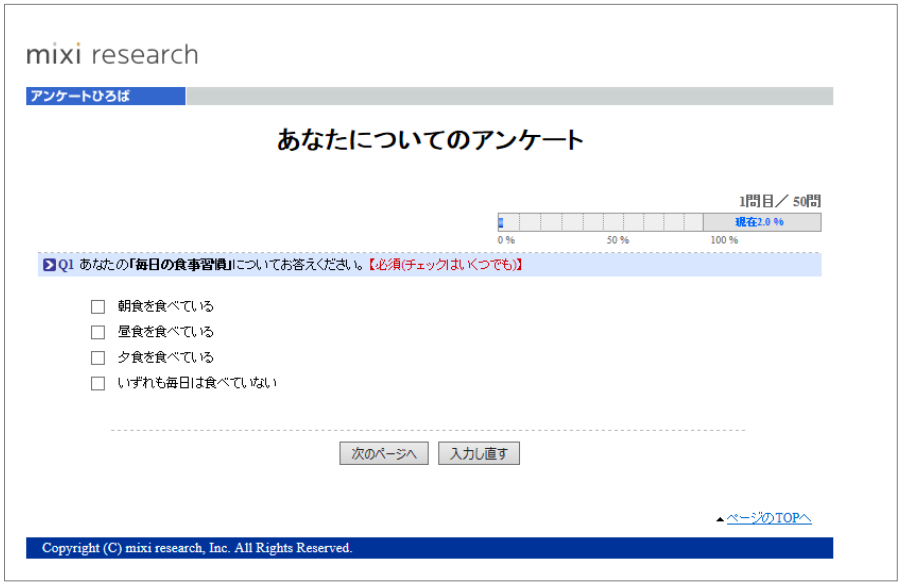
必ず聞かれた質問③

- ✓ マトリクスはできますか？
- ✓ 画像や位置情報は取れますか？
- ✓ 長い質問は答えられますか？

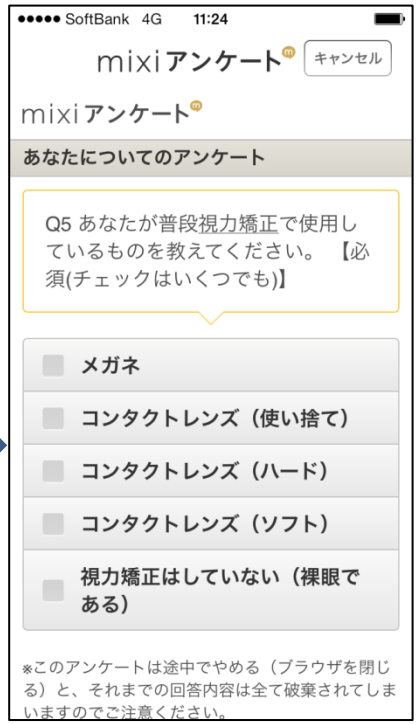
Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

ＰＣ vs スマホ　同じ内容の５０問アンケートの回答傾向を比較する

ＰＣ版



スマホ版



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

結果サマリー

✓ ５０問の回答に要する時間は、

【パソコン　＜　スマホ】

✓ トラップ設問への正解率は、

【パソコン　≒　スマホ】

✓ ５０問の体感負荷は、

【パソコン　≒　スマホ】

✓ 同じ選択位置ばかりチェックする割合は、

【パソコン　≒　スマホ】

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

必ず聞かれた質問のまとめ（全部できますが、）

- ✓ マトリクスはできますか？
  →選択肢の数は少なめに

- ✓ 画像や位置情報は取れますか？
  →記憶のサポートとして有効

- ✓ 長い質問は答えられますか？
  →回答しやすい設問デザイン

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

Part１．モバイル・リサーチ海外動向

（Marketing Research in the Mobile Worldより）

- 2030年の予測
- モバイル・リサーチ事例

Part２．回答者のモバイルシフトへの対応

- アンケート画面のスマホ最適化とその事例
- **画面の最適化とコンテンツとしてのアンケート**

Part３．モバイル・リサーチの整理と理解

- モバイル・リサーチの今とこれからの整理
- モバイル・リサーチへの参加者の理解

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

若年層のスマホ保有

✓ 若年層のスマホ保有率

：80%

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

インターネットリサーチ業界の課題

✓若年層(10代・20代)

回収への挑戦

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

SNS mixiの会員を活用したリサーチの可能性

- ２４歳以下が登録者の
  ５０％以上を占める

- スマートフォンからのアクセスも、
  ５０％以上を占める

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

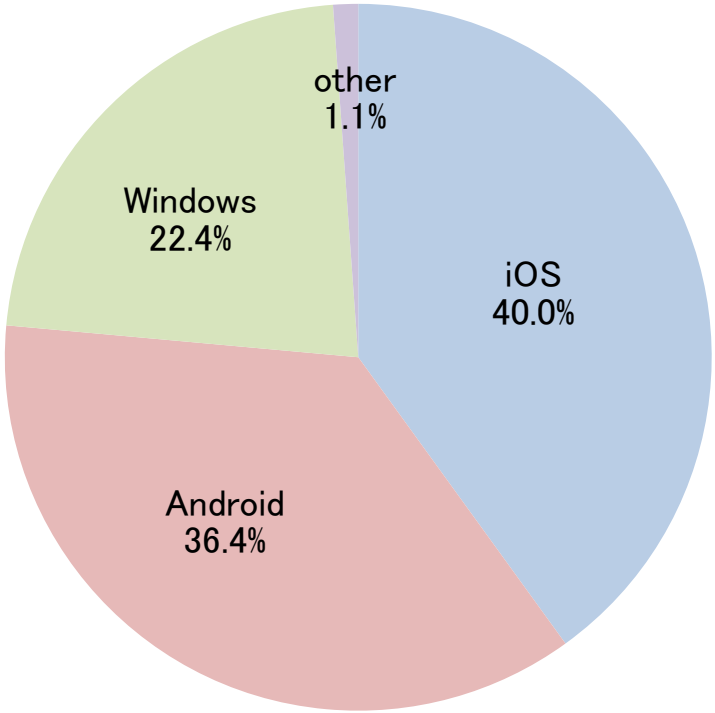
若年層獲得施策の実行

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

会員属性（アクセスデバイス）

iOS40.0%、Android36.4%となり、
全体の76.4%がスマホからのアクセス

アクセス構成比

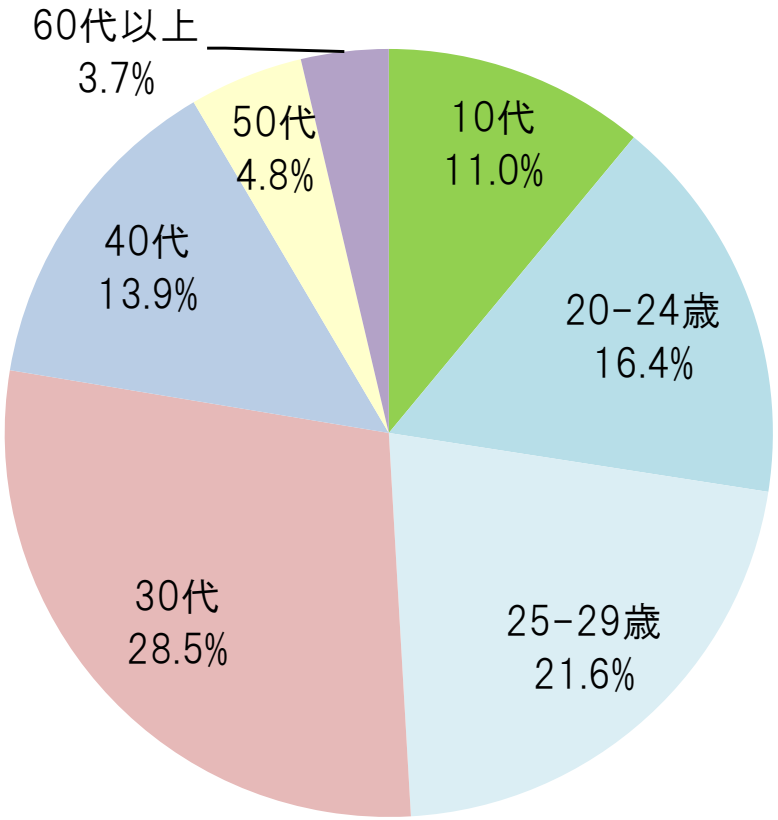


計測期間：2013/11/1～11/30

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

会員属性（年代）

１０代と２０代でほぼ５０％を占め、
４０代まで含めると９０％以上を占める

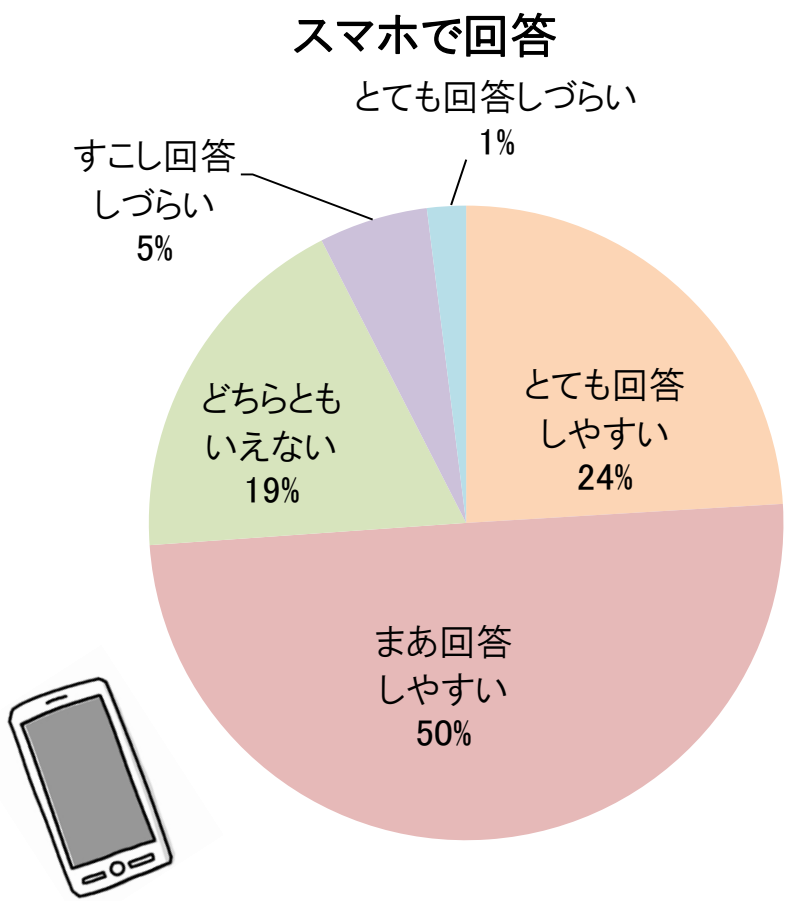


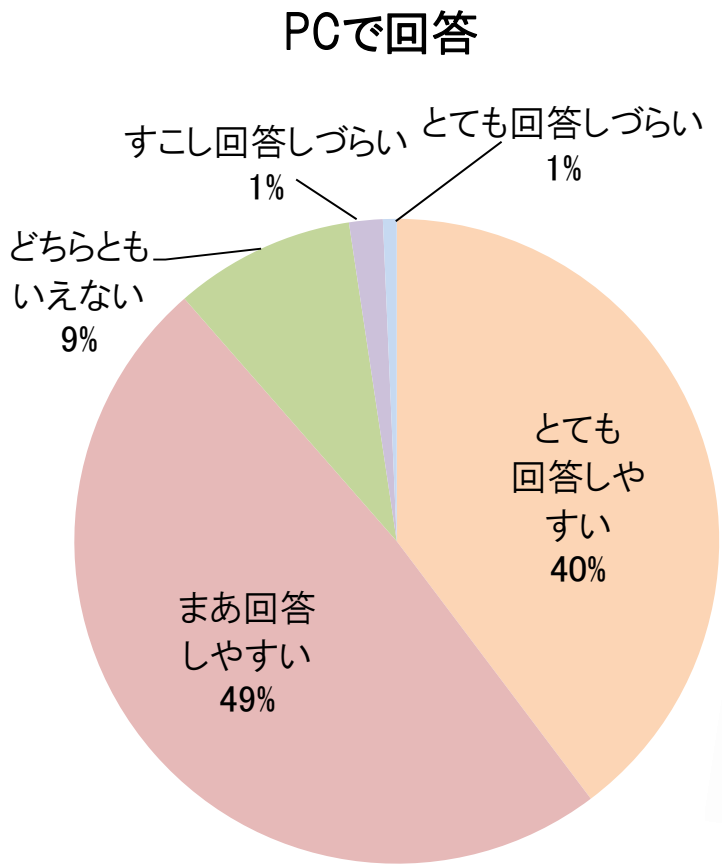
計測期間：2013/11/1～11/30

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

mixiアンケートの回答しやすさ

「回答しやすい」と答えたのは、PCでおよそ9割
画面の小さいスマホでも、7割以上を占める





調査実施期間：2013/12/29～12/30（n=10,114）

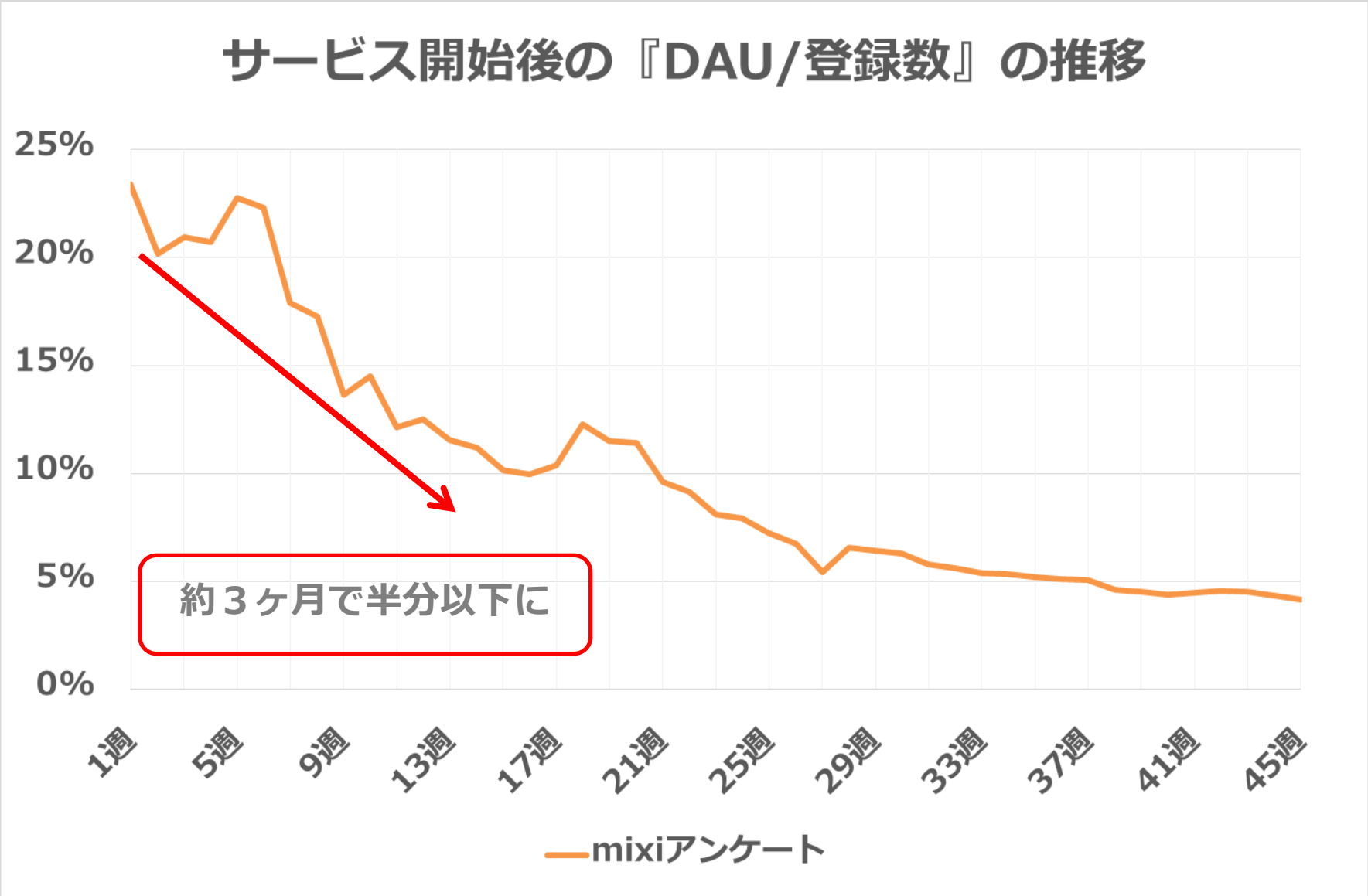
Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

アンケートへの参加促進策も実施

- ✓ アンケートに回答しやすい
- ✓ 毎日アンケートに参加
- ✓ アプリでのプッシュ通知
- ✓ リアルタイムな回答結果

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

mixiアンケート　アクティブユーザー推移



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

仮説

✓彼ら、彼女らの限られた時間をアンケートに費やしてもらうのはそんなに難しいのか？？

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

若年層にとってスマホとは

✓スマホ　＝　娯楽

「漫画」＋「テレビ」＋「ゲーム機」＋
「音楽プレーヤー」＋「SNS」＋「PC」＋
「カメラ」＋「小遣い稼ぎ」＋「携帯電話」

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

（参考）若年層のスマホはどうなっているのか？

✓ホーム画面を撮影して
送ってもらった

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

（参考１）高校生　男子

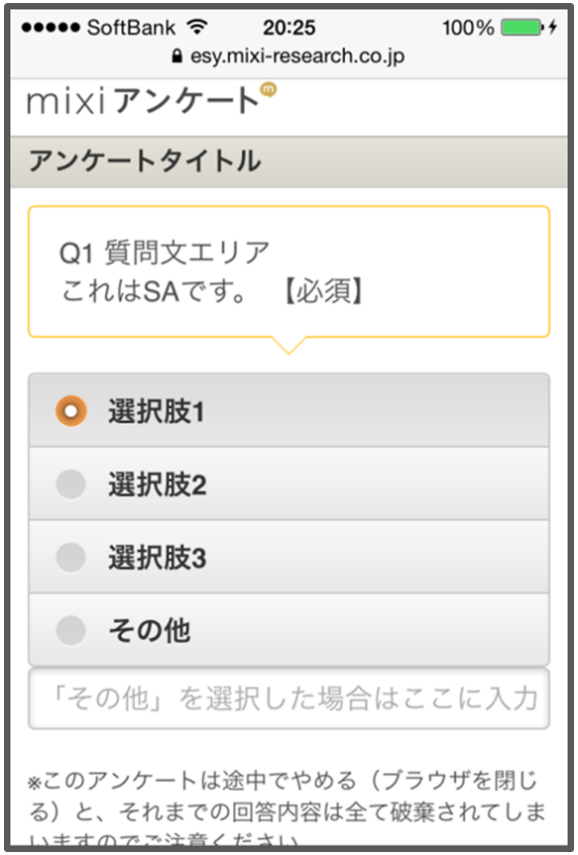
Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

（参考２）大学生　男子

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

アンケート最適化画面はその他の娯楽に勝てるのか？

✓アンケート　VS　娯楽



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

たどりつた結論

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

mixi社と開発したアンケートアプリ

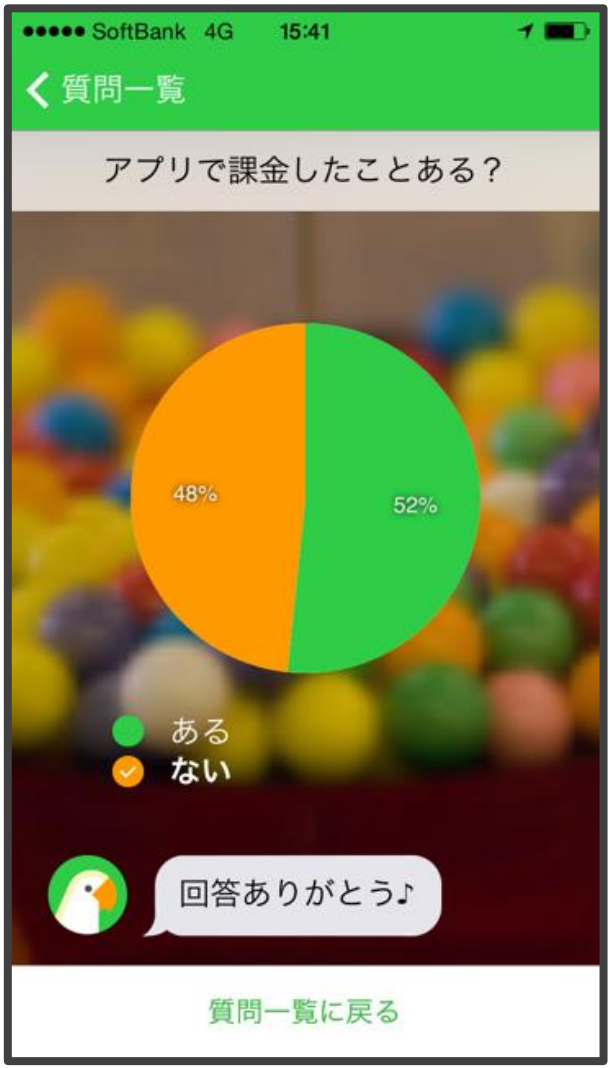
【PoPolly】で　検索

Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

１問１答、選択肢は３つまで、吹き出しは変えられる

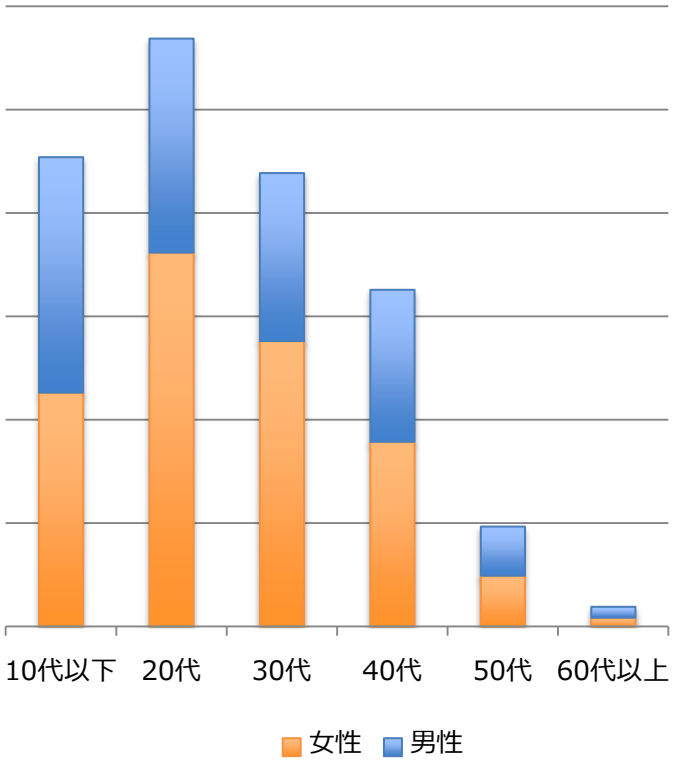


Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

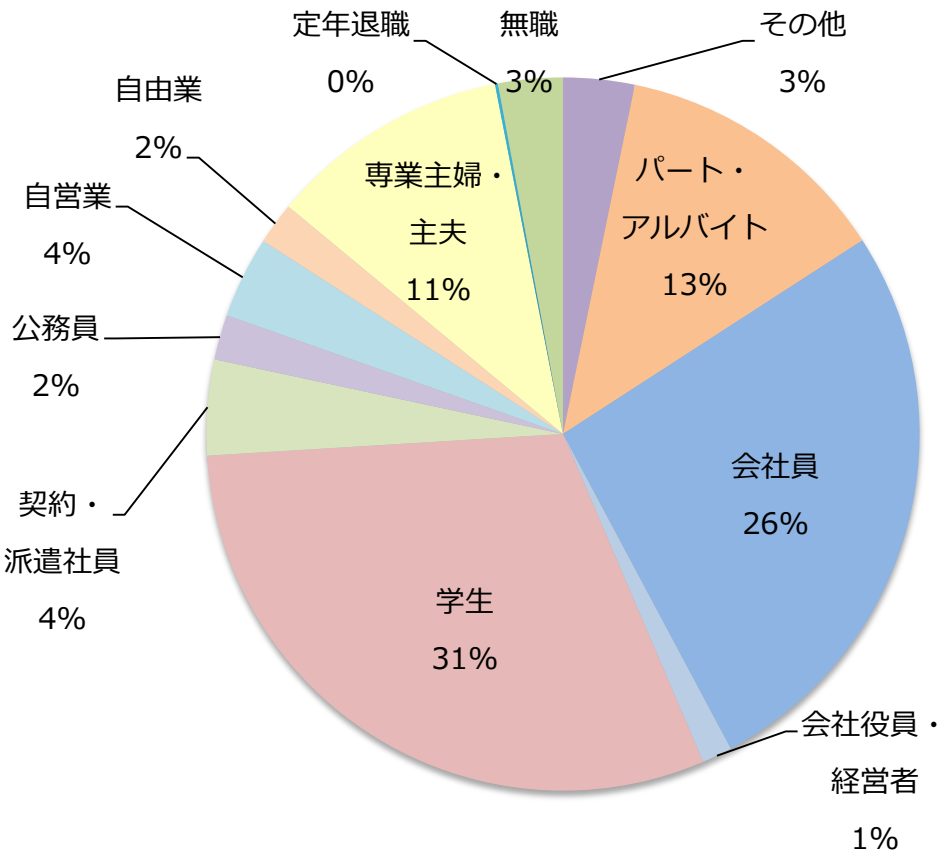
PoPolly 登録属性

１０代と２０代で半分以上、学生比率３１％

男女・年代別

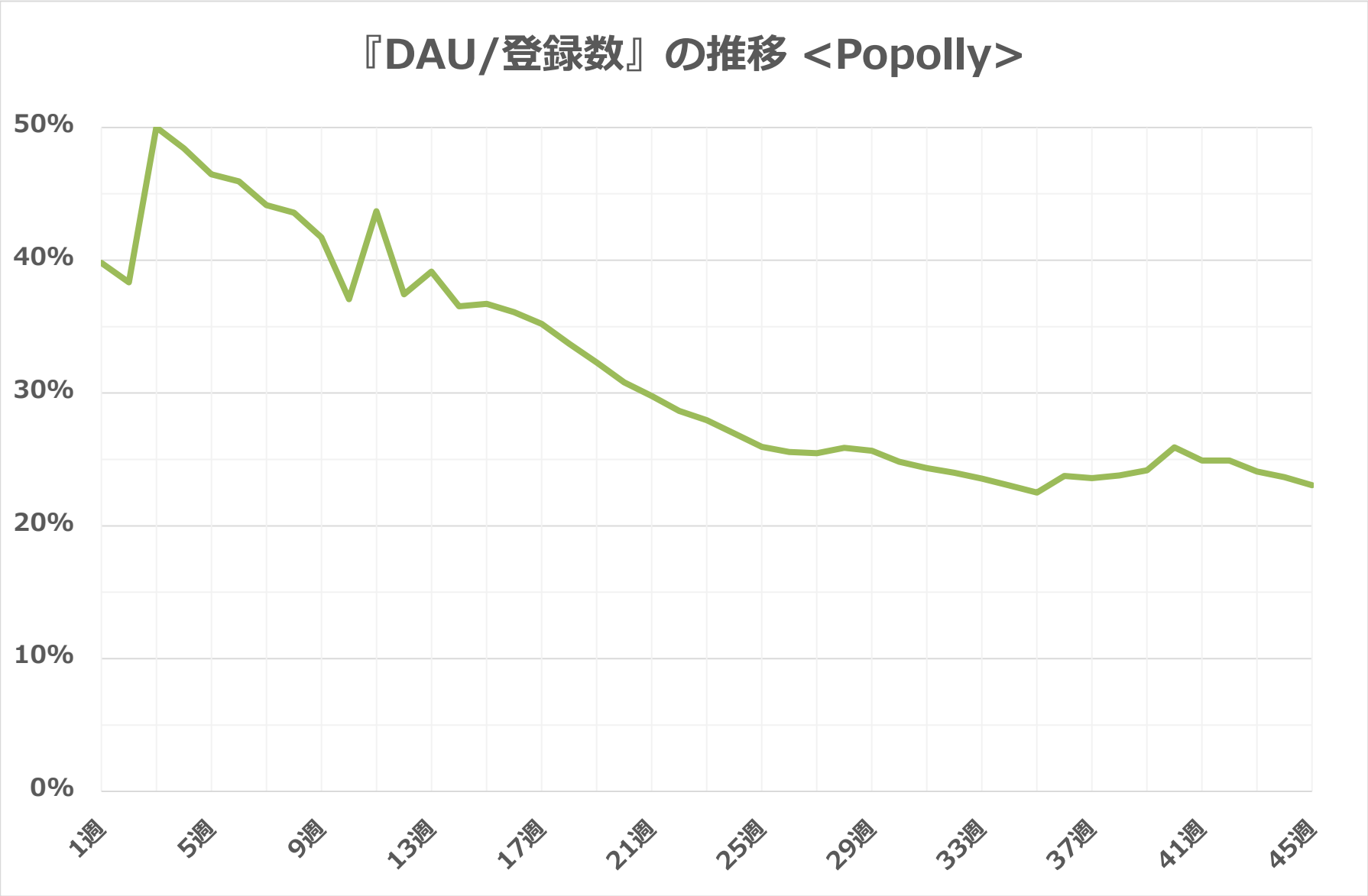


職業別



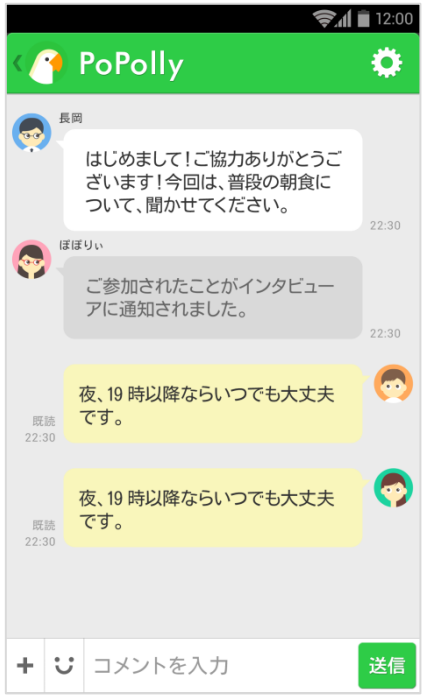
Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

PoPolly　アクティブユーザー推移

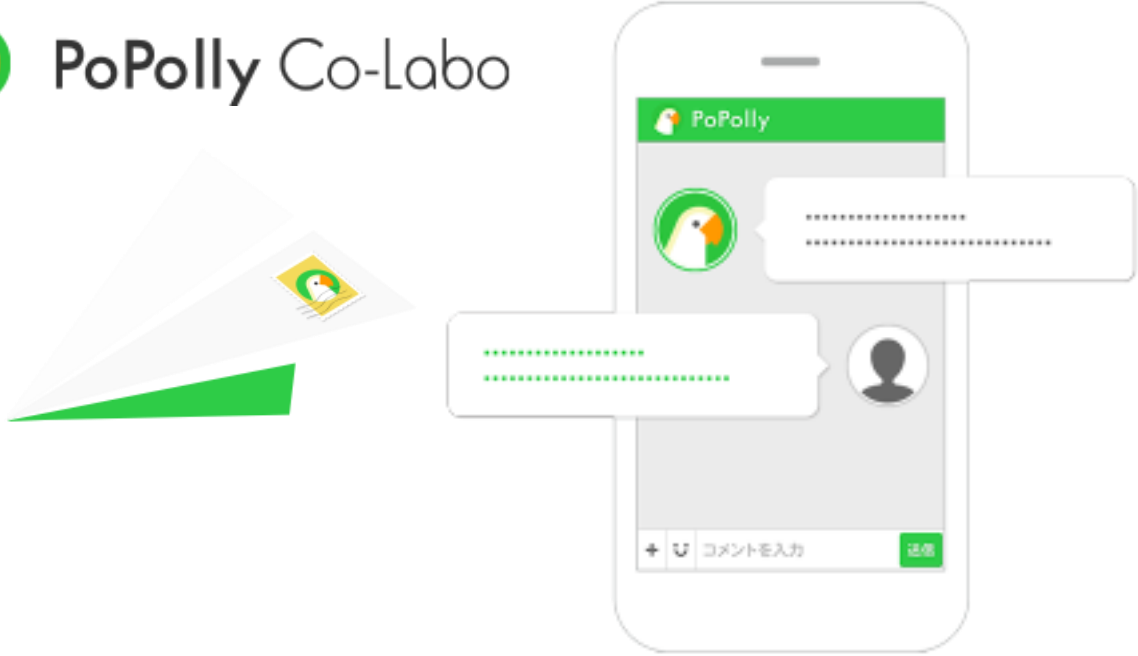


Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

リアルタイムチャットも可能

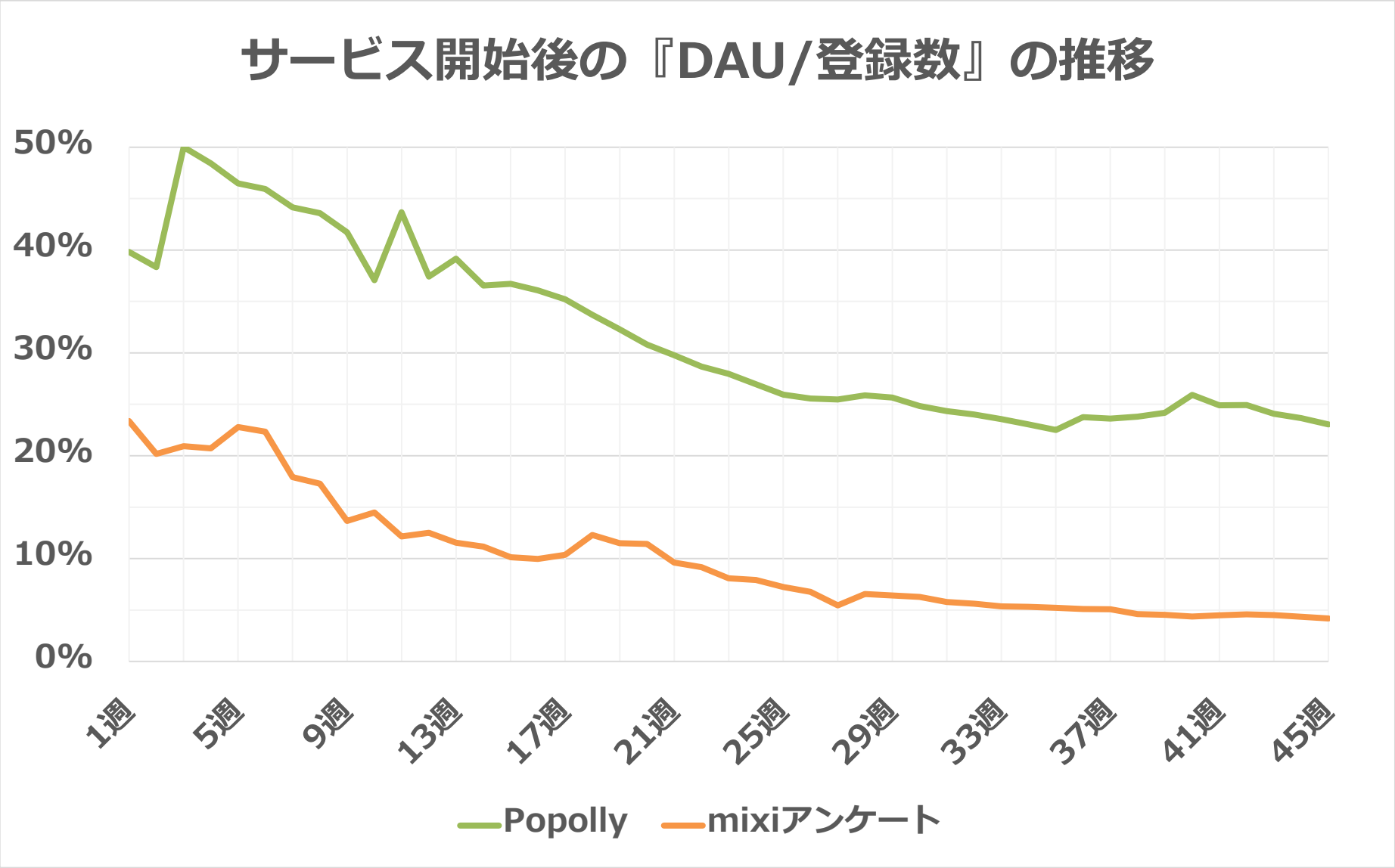


PoPolly Co-Labo



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

アンケート画面の最適化とコンテンツの最適化を比較



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

Part１．モバイル・リサーチ海外動向

（Marketing Research in the Mobile Worldより）

- 2030年の予測
- モバイル・リサーチ事例

Part２．回答者のモバイルシフトへの対応

- アンケート画面のスマホ最適化とその事例
- 画面の最適化とコンテンツとしてのアンケート

Part３．モバイル・リサーチの整理と理解

- **モバイル・リサーチの今とこれからの整理**
- **モバイル・リサーチへの参加者の理解**

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

レイ・ポインターさん曰く、

Mobile research is
Much more than the survey!!

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

これまでのモバイル・リサーチのとらえかた

Quant
(量的)

PC

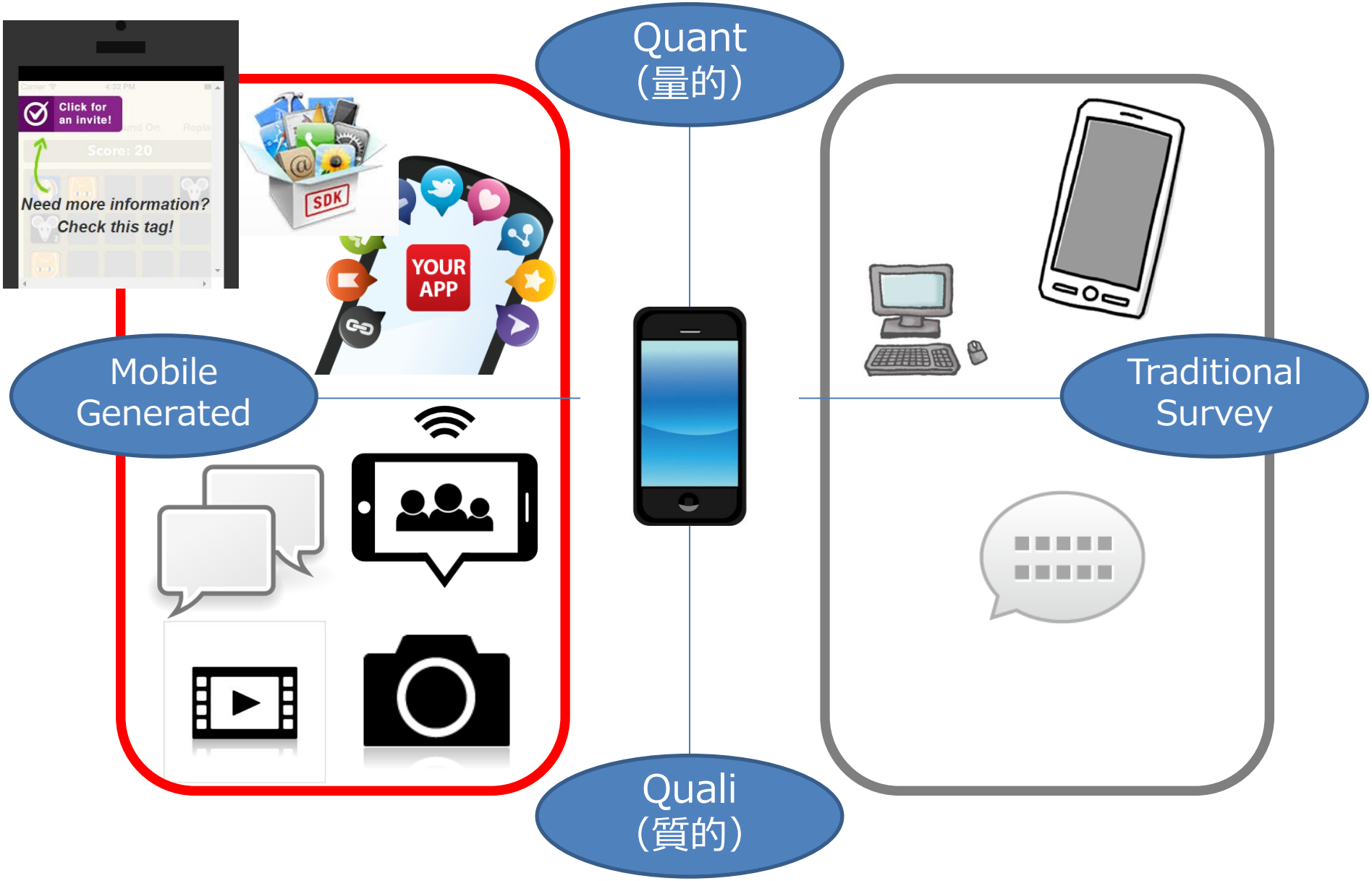
スマホ
携帯

Mobile research is
Much more than the survey!!

Quali
(質的)

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

これからのモバイル・リサーチのとらえ方



Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

モバイルとは・・・

- Real Time
- In the Moment
- Remote Location
- Interactive
- More Emotional
- **Choice of Participant**

“ It is like
A computer in your
Pocket”

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

Choice of Participants（協力者に与えられた選択） の考え方

Active（能動的なアクション）

クラウドソーシング

Mobile Forces

Gigwalk

アンケートパネル

Panels

uSamp

PoPolly Co-Labo

GutCheck

リバーサンプル

Non-Panel

Pollfish

msight

Google consumer surveys

ビッグデータ

Passive

SingTel

Passive（受動的なアクションまたは非アクション）

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

モバイル・リサーチを成功させるためには、

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

モバイルリサーチの未来は・・・

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

ご清聴ありがとうございました

お気軽にお問合せください。
hidekazu.hamano@mixi-research.co.jp

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.

research

Copyright (C) mixi research, Inc. All rights reserved.