

アドビ、モバイル市場のトレンドに関する調査結果を発表 モバイル Web ブラウジングとモバイル画面サイズに相関関係

最もモバイル色の強いソーシャルネットワークは Pinterest

※当資料は、2014年9月8日に弊社米国本社から発表されたプレスリリースの抄訳です。

【2014年9月11日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発 Adobe (Nasdaq: ADBE) (本社: 米国カリフォルニア州サンノゼ、以下 アドビ) は本日、Adobe Digital Indexによる2014年版「Mobile Benchmark Report」を発表しました。本レポートでは、WiFiと携帯通信網の利用状況の比較、画面サイズとブラウザの市場シェアの相関関係、スマートフォン/タブレットにおけるソーシャルネットワークの利用、デバイス間のコンテンツ共有など、モバイルに関する最新のトレンドを分析しています。今回の調査によると、次世代のiPhoneがモバイルブラウザ市場のシェア低下を覆すには、画面サイズの大型化が欠かせないこと、最もモバイル色の強いソーシャルネットワークとして、Pinterestが台頭していること、モバイルデバイスからのTumblrによるRPV (1訪問あたりの売上) が最も高いこと、iBeaconの使用が主流になりつつあることが明らかとなっています。

「Mobile Benchmark Report」は、モバイルトレンドに関する業界で最も包括的な分析であり、1万以上のWebサイトに対する180億回の訪問と、7億回以上のモバイルアプリセッションを通じて得られた、[Adobe Marketing Cloud](#)と[Adobe Digital Publishing Suite](#)の集約データをベースとしています。付随するモバイルに関する調査は、モバイルユーザ3,000人以上と、米国企業のマーケター100人以上を対象としたインタビューに基いて作成されました。

アドビの戦略および事業開発担当バイスプレジデント ジョン メラー (John Mellor) は、「モバイルを取り巻く環境は常に進化しており、技術革新の波に乗り、一般消費者の期待に応え続けるには、あらゆるデジタル戦略の中で、モバイルを最前線に、かつ中心に据える必要があります。企業は、モバイルコンシューマーへの訴求という戦いの中で熾烈な競争に直面しています。様々なデバイスの画面を対象に、パーソナライズされたコンテンツを提供することが求められるマーケターにとって、2015年は大きな変革の1年となるでしょう」と述べています。

今回の主な調査結果は、以下の通りです。

・**モバイルブラウザ**: Chrome Mobileの市場シェアが、5.7ポイント増の34.6%に拡大した一方、Safari Mobileは、2.6ポイント減の59.1%となりました。AppleのiPhoneとiPadは依然、それぞれ54%と80%の市場シェアを誇り、モバイルデバイスからのWebサイトへのアクセスでは最も多くなっています。Samsungは、スマートフォン (24%) とタブレット (7%) の両方のブラウジングで第2位でした。タブレットでのモバイルブラウジングでは、Amazonが5%のシェアで第3位に入りました。

・ **画面サイズとモバイルブラウジング**： Appleがモバイルブラウザのシェアを低下させないためには、携帯電話の画面サイズの大型化が必要となることが予想されます。モバイルによるWebブラウジングでは、これまで以上に大型画面の携帯電話の利用が増えています。4インチ以上の携帯電話でのWebブラウジングは、前年同期比で132%増ですが、小型（4インチ以下）の携帯電話では、前年同期比11%減となっています。また、タブレットによるブラウジングは横ばいで、前年同期比で1.8%という微増に留まりました。

・ **各種デバイスでのソーシャルネットワークの利用**： ソーシャルネットワークから小売サイトへのアクセスの36%は、タブレット/スマートフォンによるものです。Pinterestは、最もモバイル色の高いソーシャルネットワークであり、アクセスの64%が、モバイルブラウザによるものです。モバイルデバイスによるRPV（1訪問あたりの売上）は、Tumblrが最大で、Facebookを39%上回ります。また、ソーシャルネットワークからの直帰率は、モバイルデバイスの方がデスクトップよりも高く、それぞれ61%と53%となっています。

・ **各種デバイスでのコンテンツへのアクセスと共有**： 一般消費者は、WiFi経由でWebにアクセスする傾向にあります。スマートフォンでのブラウジングの50%以上、タブレットでのブラウジングの93%が、携帯通信網ではなくWiFi経由となっています。また、以前に比べてテキストメッセージング経由でのデジタルマガジンの共有が増加しています。Apple iMessageの使用は、前年同期比259%増という、著しい増加を遂げています。Facebook経由でのコンテンツ共有は、42.6%減となっています。

・ **iBeaconsとジオターゲティング**： 付随して行われたモバイル調査の中では、iBeaconsとジオターゲティングが、主流になりつつあることが明らかとなっています。モバイルマーケターの18%がすでにiBeaconsを使用しており、その割合は、2015年には2倍になると予想されます。また、マーケターの半数近く（49%）は、GPSの位置情報機能を使用して、自社のブランドをモバイルユーザに訴求しています。モバイル支援型の店舗内ショッピング機能については、モバイルユーザの33%が活用しています。

関連リンク

- ・ [「Mobile Benchmark Report」2014年第2四半期版](#)（英語）
- ・ [CMO.com記事](#)（英語）
- ・ ブログ：「[マーケターよ、モバイルエリートを捕まえろ](#)」（英語）
- ・ ブログ：「[iBeacons - 21世紀マーケターの道しるべ](#)」（英語）
- ・ [モバイルコンシューマー調査](#)（英語）
- ・ [モバイルマーケター調査](#)（英語）
- ・ [Adobe Digital Indexレポート](#)（英語）

Adobe Digital Indexについて

Adobe Digital Indexは、デジタルマーケティングやその他の関連トピックに関する調査結果を、マーケティングやe-コマースに関わる上級管理職や役員クラスの人々に提供します。この調査は、Adobe Marketing Cloudを使って自社Webサイトでの活動から実行可能なデータや分析結果を取得している世界中の5,000社を超える企業からの特定の、匿名の、および集約したデータに基づいて行われています。2014年版「Mobile Benchmark

Report」などの各種レポートとそのインサイトは、[こちら](#)でご覧いただけます。

Adobe Marketing Cloudについて

アドビは、デジタル イメージングやデジタル ドキュメントなどを含め、これまでもビジネスの各分野に変革をもたらしてきました。アドビのデジタルマーケティングソリューション「Adobe Marketing Cloud」には、分析、ソーシャル、広告管理、ターゲティング、エクスペリエンス管理、クロスチャネルキャンペーン管理といった包括的なソリューションと、リアルタイムのダッシュボード機能が含まれており、デジタルマーケティングを活用しビジネスを促進する際に欠かせない機能を提供します。これにより、よりすばやく、これまでになく効果的に、データから知見を得て、アクションへと繋げることが可能となります。

詳細は以下をご覧ください。<http://www.adobe.com/jp/solutions/digital-marketing.html>

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビ システムズ 株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[Webサイト](#)に掲載されています。

Adobe, the Adobe logo and Adobe Marketing Cloud, Adobe Digital Publishing Suite are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2014 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.