

【報道関係者各位】
【マーケティング担当者様】

2011年6月20日
株式会社IMJモバイル
東京都目黒区青葉台3-6-28
代表取締役社長 川合 純一

スマートフォンにおける有料コンテンツ利用意向調査 ～クラスタ別に見るスマートフォンに対する意識～

株式会社アイ・エム・ジェイ（JASDAQ 4305）のグループ会社である株式会社IMJモバイル（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：川合 純一）は、「スマートフォンにおける有料コンテンツ利用意向調査」を実施いたしました。

調査期間は2011年6月2日～6月3日、有効回答数は726名から得られました。

【調査結果概要】

株式会社NTTドコモが、2011年冬以降iモード課金・認証の仕組みをスマートフォンに導入すると2011年5月に発表し、スマートフォン市場のさらなる拡大に大きな影響を与えることが予想されます。

そこで、現在スマートフォンを利用しているユーザーを、スマートフォンに対する意識や消費価値観などをもとにクラスタ化し、クラスタ間における有料コンテンツ利用意向の差や、各クラスタのスマートフォン利用状況を把握することで、どのようなユーザーにどのようなコンテンツが受け入れられるのかを調査いたしました。

クラスタは4つに分類され、それぞれの特徴は以下の通りです。

飛びつきミナー層

構成比:31%

有料コンテンツ利用意向：54%

携帯電話でも多くのコンテンツを利用しており、スマートフォンでも引き続き利用したいとの意向が高い。ボリュームは最も大きく、有料コンテンツの利用拡大を牽引するユーザーであると期待できる。

慎重スロースターター層

構成比:23%

有料コンテンツ利用意向：44%

携帯電話では多くのコンテンツを利用していたが、スマートフォンではまだ十分に使いこなせていないこともあり、携帯電話に比べるとスマートフォンでのコンテンツ利用率はやや低い。デコメ素材などの利用意向はあるため、有料コンテンツの利用が広まれば、今後このクラスタのユーザーも携帯電話と同様に積極的に利用することが予想される。

こだわりデジタル志向層

構成比:24%

有料コンテンツ利用意向：36%

スマートフォンに対して便利さを求めているユーザーであるが、ゲームや電子書籍などの暇つぶしコンテンツに対する利用意向は高い。

控えめフォロワー層

構成比:22%

有料コンテンツ利用意向：34%

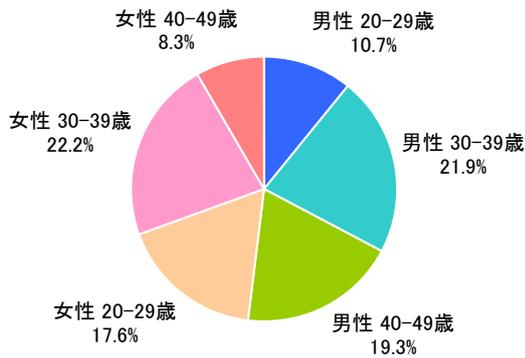
携帯電話でもあまりコンテンツを利用しておらず、スマートフォンでの有料コンテンツ利用意向も高くない。

【調査結果詳細】

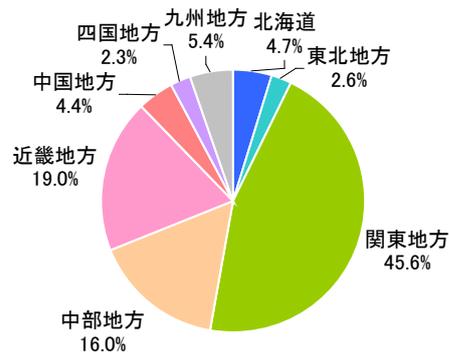
■調査概要

- ・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 : 20～49歳のiPhone、Android OSのスマートフォン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 : 726 サンプル
- ・調査日時 : 2011年6月2日～6月3日

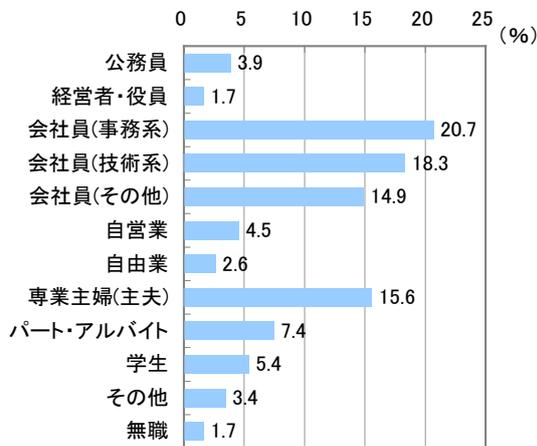
■性年代 (n=726)



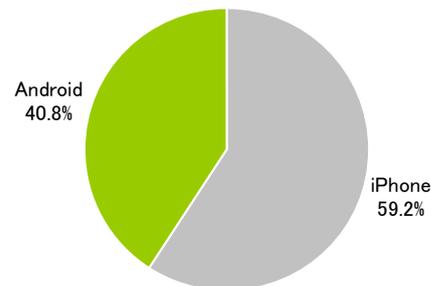
■居住地域 (n=726)



■職業 (n=726)



■保有キャリア (n=726)



■スマートフォン意識をもとにしたクラスタ分析

スマートフォンに対する意識、消費価値観をもとにクラスタ分析を行い、スマートフォンユーザーを下記の4つのクラスタに分類し、分析を行いました。

飛びつきミーハー層（構成比:30.9%）

ファッション感覚でスマートフォンを捉えている。最新のものや流行しているものに目がないミーハータイプ。

慎重スロースターター層（構成比:23.3%）

スマートフォンをまだ十分に使いこなせていないが、携帯電話では多くのコンテンツを利用していため今後利用が増える可能性がある。周りに流されるのではなく、消費に対しては慎重な節約家タイプ。

こだわりデジタル志向層（構成比:23.8%）

先進性、多機能などスマートフォンのハード面を重視し、スマートフォン利用歴が長く、リテラシーも高い。良いと思うものは多少高くても購入するこだわりタイプ。

控えめフォロワー層（構成比:22.0%）

スマートフォンではアプリなどをあまり利用せず、電話やメールなどを主に利用している。自ら積極的に情報を収集することは少ない控えめタイプ。

図1 クラスタの構成比

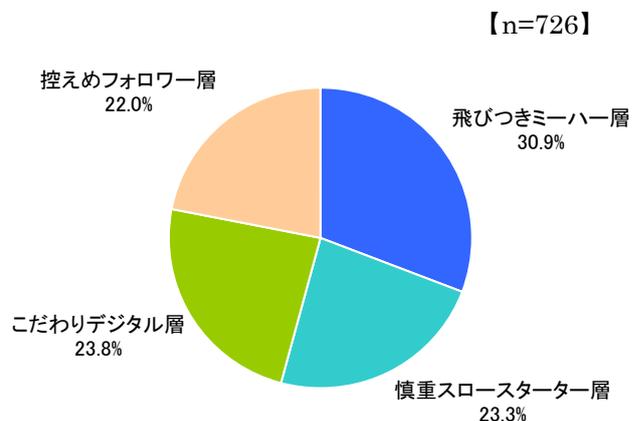
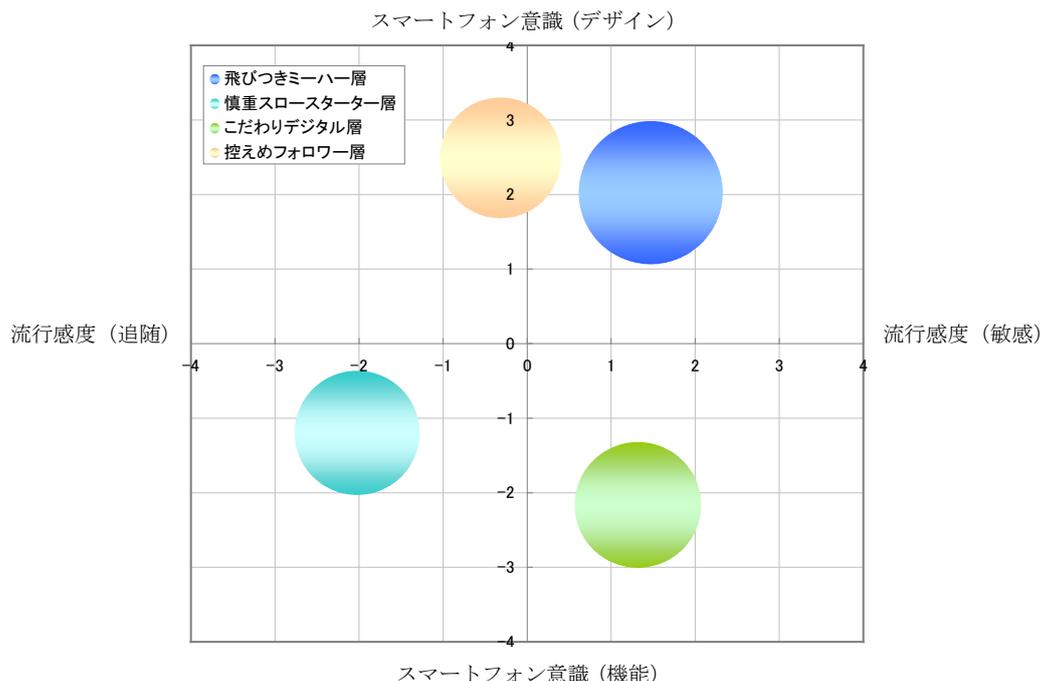


図2 クラスタの分布図



■ 「飛びつきミーハー層」は女性 20 代、40 代に多く見られる

各クラスターの性年代構成比を見てみると、「飛びつきミーハー層」は女性の割合がやや多く、女性 20 代、40 代に多い傾向が見られます。また「慎重スロースターター層」は最も女性の割合が多く、女性 30 代に多いのが特徴となっています。「こだわりデジタル志向層」では男性の割合が 7 割を超え、男性 20 代、40 代に多いことがわかります。「控えめフォロワー層」では男女比率は全体とほぼ変わらず、男性 30 代、女性 40 代に多い結果となりました。

図 3 性年代におけるクラスター構成比

【n=726】

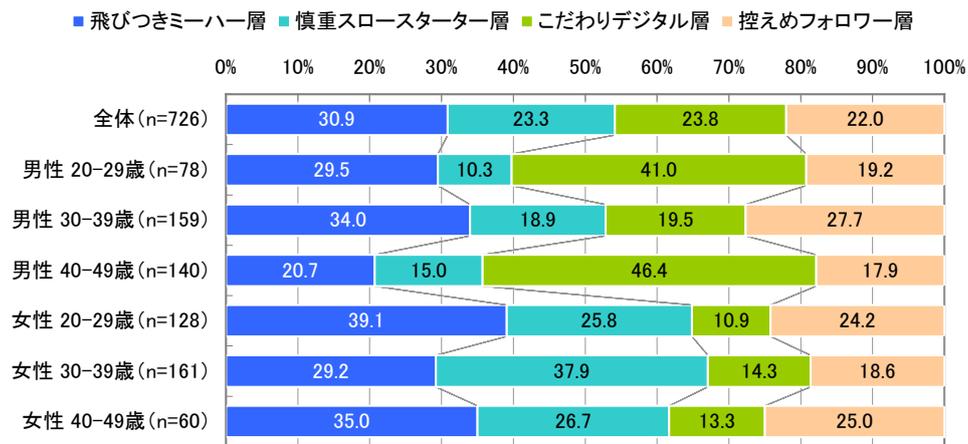
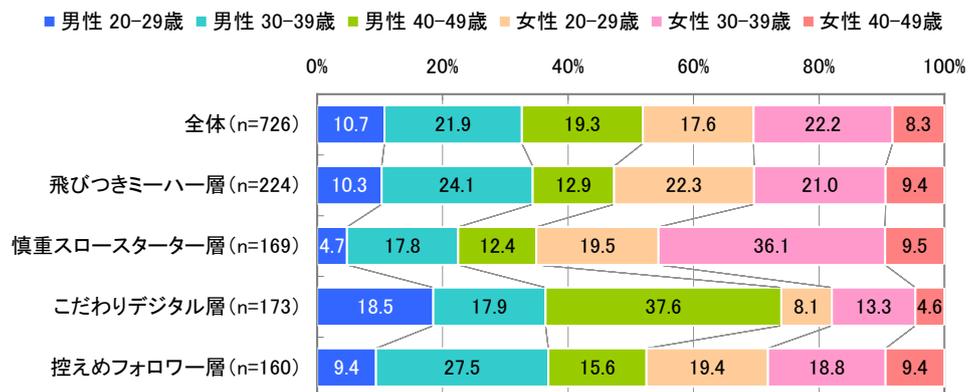


図 4 クラスターにおける性年代構成比

【n=726】



■最もスマートフォン利用歴が長いのは「こだわりデジタル志向層」

現在保有しているスマートフォンの購入時期を見てみると、最も利用歴が長いのは「こだわりデジタル志向層」で2010年6月以前の購入が約4割を占めています。

また、保有しているスマートフォンのOSについて「慎重スロースターター層」はiPhone、「飛びつきミーハー層」はAndroidが多い傾向となりました。ケータイとの併用状況では、「飛びつきミーハー層」「こだわりデジタル志向層」はケータイとの併用がやや多く、「慎重スロースターター層」はスマートフォンのみの利用が多い結果となりました。

図5 スマートフォン購入時期（単一回答）

【n=726】

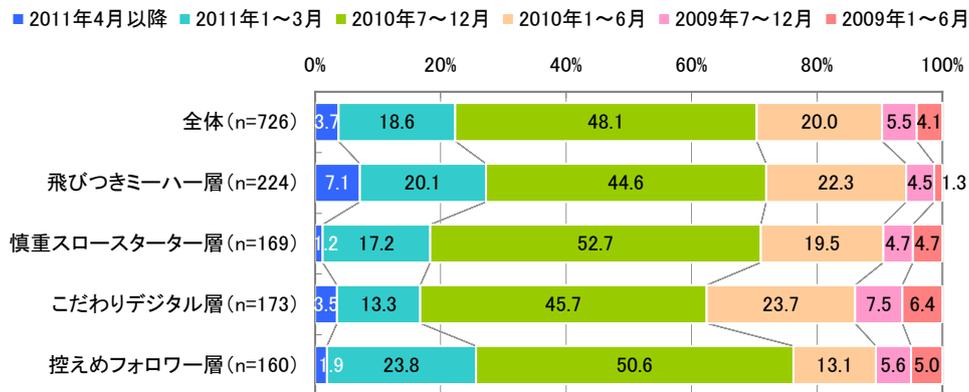


図6 保有スマートフォン（単一回答）

【n=726】

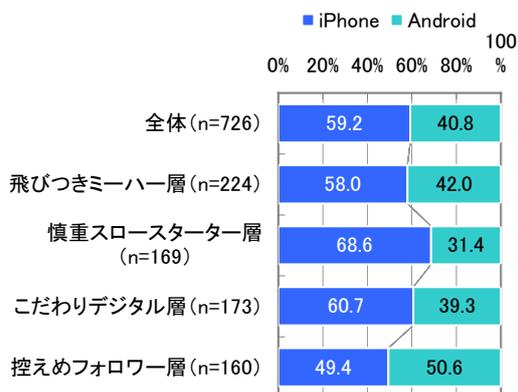
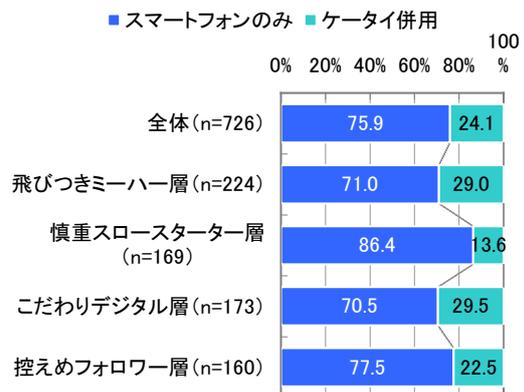


図7 携帯電話との併用状況（単一回答）

【n=726】

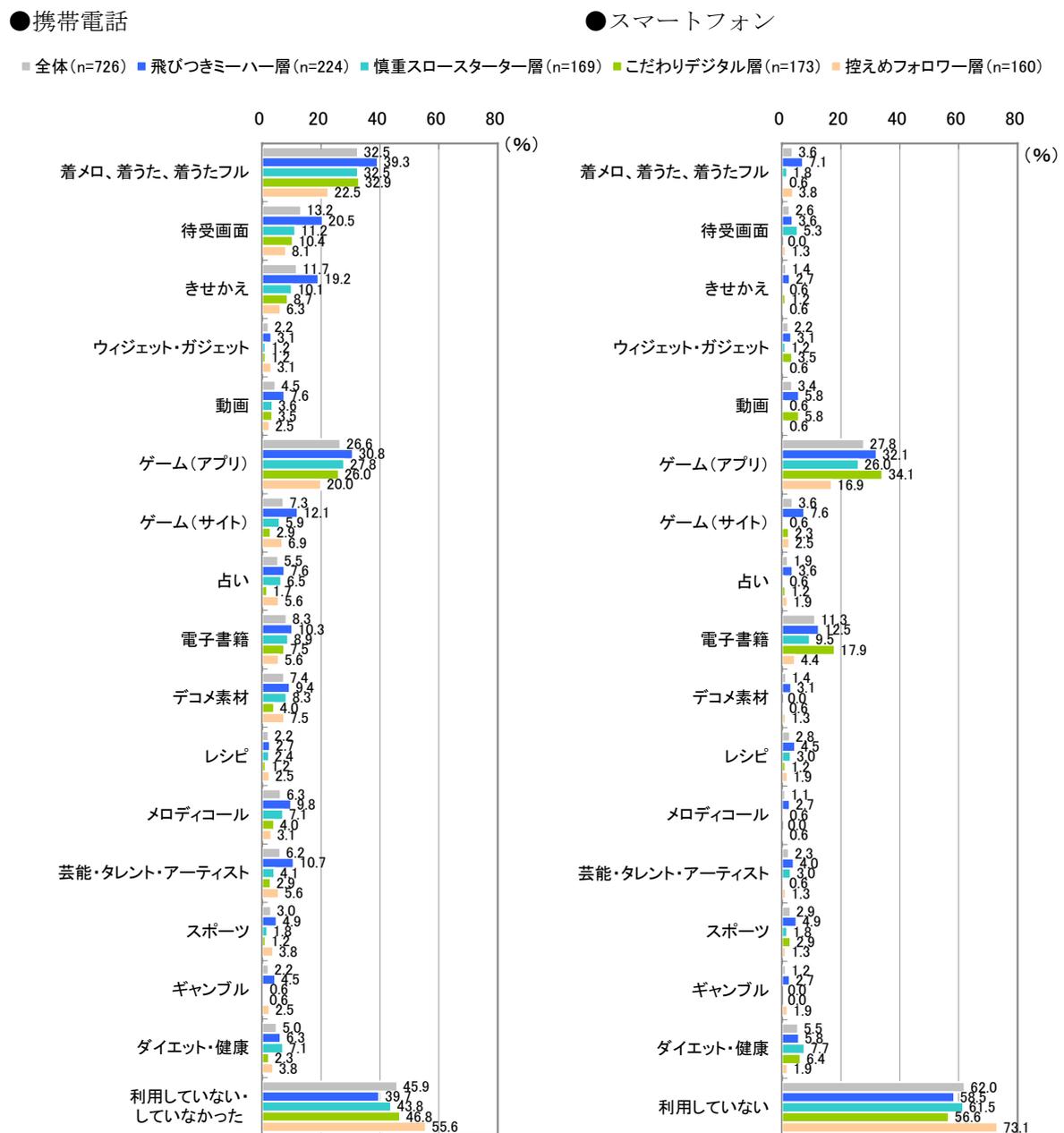


■「飛びつきミーハー層」は携帯電話、スマートフォンともに有料サイト・アプリの利用率が高い

携帯電話で利用している（いた）有料サイト、スマートフォンで利用している有料アプリのジャンルをしてみると、「飛びつきミーハー層」は携帯電話・スマートフォンともに多くのコンテンツを利用しており、「慎重スロースターター層」は、「飛びつきミーハー層」に次いで携帯電話を多く利用していたが、スマートフォンでは利用率が下がっていることがわかります。一方、「こだわりデジタル志向層」では、携帯電話よりもスマートフォンでのコンテンツ利用が多い結果となりました。

図8 携帯電話、スマートフォンで利用している有料サイト・アプリジャンル（複数回答）

【n=726】



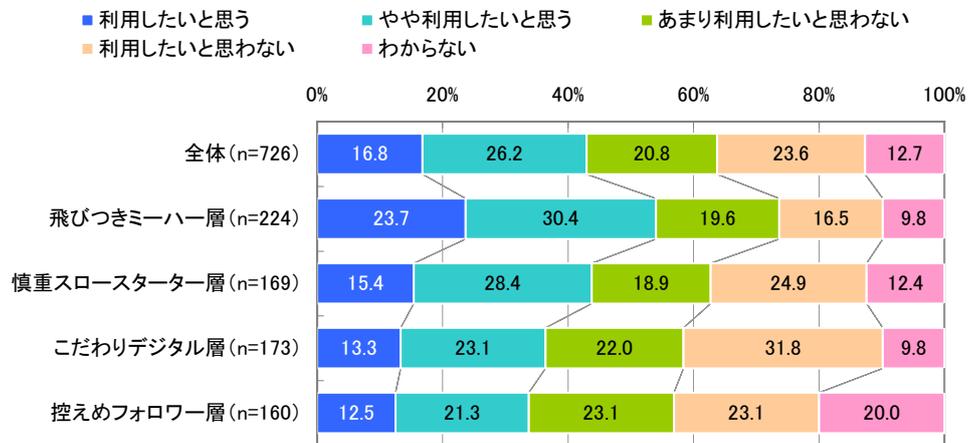
■スマートフォンにおける有料コンテンツ利用意向が最も高いのは「飛びつきミーハー層」

携帯電話で提供されている有料コンテンツ・サイト（公式サイト）が、スマートフォンでも同様に利用できるようになったら利用したいか尋ねたところ、43%のユーザーが利用したい（「利用したいと思う」17%、「やや利用したいと思う」26%）と回答し、有料コンテンツの利用意向が高いことがわかりました。

クラスター別に見てみると「飛びつきミーハー層」（54%）の利用意向が最も高く、次いで「慎重スロースターター層」（44%）、「こだわりデジタル志向層」（36%）、「控えめフォロワー層」（34%）の順となりました。

図9 スマートフォンでの有料コンテンツ利用意向（単一回答）

【n=726】

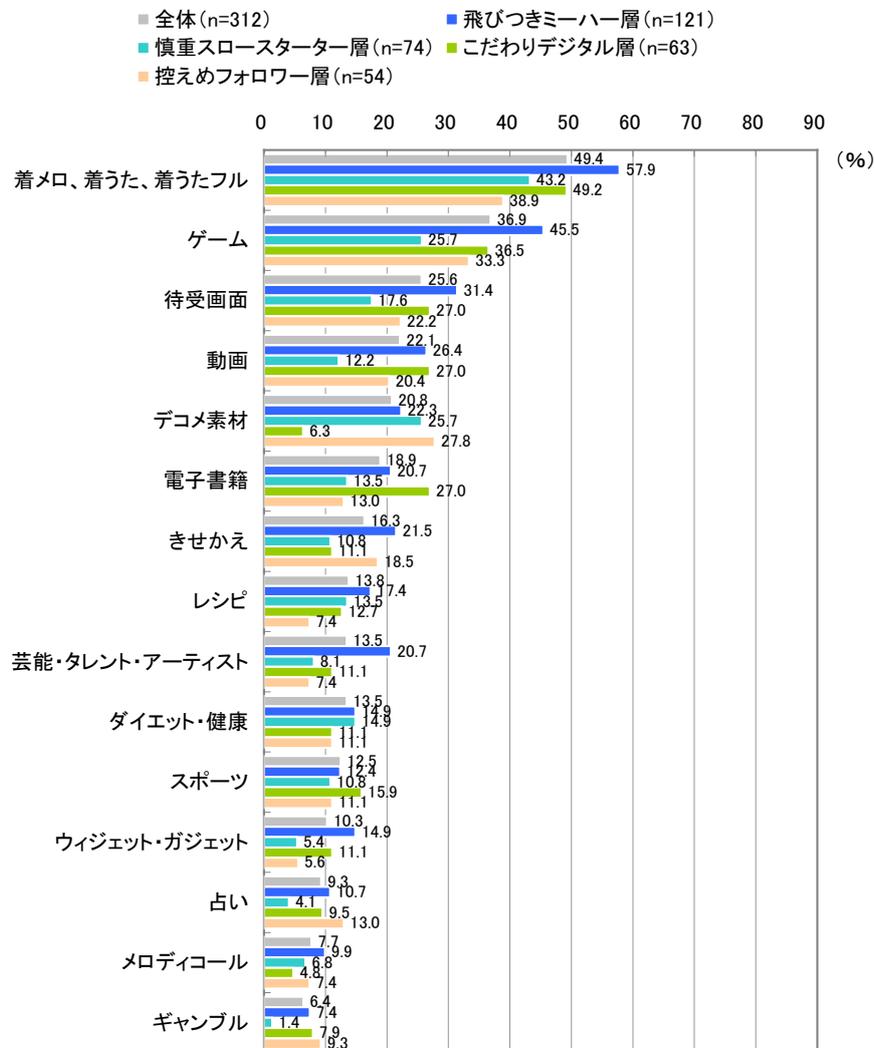


■「飛びつきミーハー層」は利用したいコンテンツジャンルも多岐にわたる

スマートフォンで有料コンテンツを利用したいと回答したユーザーに対し、利用したいと思う携帯電話で提供されているコンテンツジャンルを尋ねたところ、「着メロ、着うた、着うたフル」(49%)が最も高く、次いで「ゲーム」(37%)、「待受画面」(26%)となりました。クラスタ別に見てみると、「飛びつきミーハー層」は、様々なジャンルで利用意向が高いことから興味の幅が広いことがわかります。一方、「慎重スロースターター層」では「デコメ素材」(26%)が、「こだわりデジタル志向層」では「電子書籍」(27%)が、「控えめフォロワー層」では「デコメ素材」(28%)、「きせかえ」(19%)に対する利用意向が他ジャンルに比べ高い結果となりました。

図 10 スマートフォンで利用したいと思う有料コンテンツジャンル（複数回答）

【n=312※有料コンテンツ利用意向者】



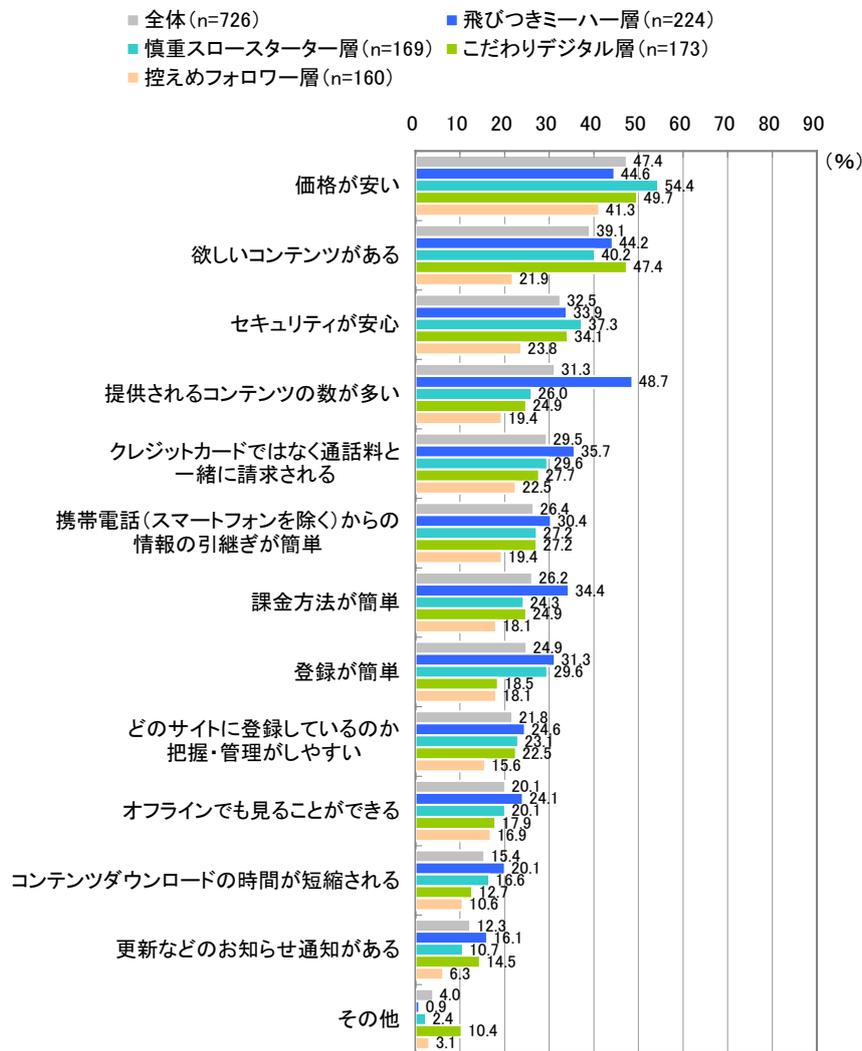
■ 「飛びつきミューハー層」は有料コンテンツ利用において「コンテンツ数」を重視

スマートフォンで有料コンテンツが提供される際にどのようになったらより利用しやすくなると思うか尋ねたところ、「価格が安い」(47%)との回答が最も多く、次いで「欲しいコンテンツがある」(39%)、「セキュリティが安心」(33%)、「提供されるコンテンツの数が多い」(31%)となりました。

クラスター別に見てみると、「飛びつきミューハー層」は「価格の安さ」よりも「提供されるコンテンツ数」を重視している様子がうかがえます。

図 11 スマートフォンで有料コンテンツが利用しやすくなると思う要因（複数回答）

【n=726】



【株式会社 IMJ モバイル 会社概要】

株式会社アイ・エム・ジェイのグループ企業である IMJ モバイルは、調査分析から戦略立案、ユーザビリティ設計、クリエイティブ、システム開発、運用までのフルサービス&ワンストップサービスを提供しております。国内最大級の実績と経験をベースに、スマートフォンを含めたモバイル領域において、企業のデジタルマーケティングをサポートいたします。

- 社名 株式会社 IMJ モバイル
- 本社 東京都目黒区青葉台 3-6-28 住友不動産青葉台タワー
- URL <http://www.imjmobile.co.jp/>
- 設立 2000年7月18日
- 資本金 3億963万7500円(2011年3月末現在)
- 従業員数 246名(2011年3月末現在)
- 事業内容
 - ・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>

■調査に関するお問合せ先

株式会社 IMJ モバイル <http://www.imjmobile.co.jp/>
 マーケティング本部 プランニング室
 TEL : 03-6415-4352

■プレスからのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ <http://www.imjp.co.jp/>
 広報室 広報グループ
 TEL : 03-6415-4257 E-mail : irpr@imjp.co.jp