



ASCII MEDIA WORKS

アスキー総研ニュース

報道関係各位

平成 20 年 6 月 9 日
株式会社アスキー・メディアワークス
アスキー総合研究所

購入を「検討する」が 51%。価格が「5 万円まで」なら 6%が購入の意向

『iPhone の国内発売』についてのアンケート 調査結果のお知らせ

株式会社アスキー・メディアワークス(本社:東京都千代田区 代表取締役社長:高野 潔)は、『iPhoneの国内発売』についてのアンケートを実施致しました。この度、担当したアスキー総合研究所が調査結果をまとめましたので、お知らせ致します。

アップル社が販売するiPhoneは、同社のiPod(ポータブルオーディオ/ムービープレーヤー)の機能を備えた携帯電話で、同時にパソコン向けのWebサイトが閲覧できるなどスマートフォンとしての側面も備えた情報機器です。昨年6月に米国で発売され、本年1月までに400万台を出荷するヒット商品となっています。英国、ドイツ、フランスなどで発売されており、本年6月4日にはソフトバンクモバイル株式会社より年内の国内販売が発表されました。

主な調査結果

事業者変更が必要ない場合、iPhone 購入に 51%は前向き。9%が「購入すると思う」と回答。

男性、30 代が高い購入意向を示す。

許容できる価格は「3 万円まで」、「5 万円まで」が多い。

購入したい人の数では NTT ドコモ契約者が最も多いと見られる。

事業者変更が必要な場合、「購入すると思う」という回答はソフトバンクモバイル契約者で最も高い。

“タッチ式”、“デザイン”、“iPod”、“ブランド”が iPhone に魅力を感じる点。

用途は「動画視聴」に使いたい「電話」に並ぶ割合。

2001年11月に発売されたiPodは、現在、世界市場で50%を超えるシェアを持つなど音楽についてのライフスタイルを変えました。アスキー総合研究所は、iPhoneに関しても同じような見方をしており、(1)携帯電話のキャリア主導といわれるビジネスモデルへの影響、(2)携帯サービスが主流の日本の音楽配信、米国では一般化したテレビ番組配信の促進、(3)米国では専門のファンドが立ち上がるなどパソコンのようにソフトを入れて使えるプラットフォームとして、などに注目しています。

調査の概要

(1)調査期間:

2008 年 6 月 2 日 ~ 3 日

(2)調査方法と調査対象:

外部調査機関を活用した Web アンケート
携帯電話 / PHS、およびインターネットを利用して
いる 10 ~ 60 代の一般の男女を均等にランダム
抽出し回答を募った

(3)回収サンプル

携帯電話 / PHS 利用者: 311s(サンプル)

・NTT ドコモ	148s	・男性	151s
・au	105s	・女性	160s
・ソフトバンクモバイル	68s	・10 代	46s
・イー・モバイル	4s	・20 代	56s
・ウィルコム	17s	・30 代	52s
		・40 代	50s
		・50 代	51s
		・60 代	56s

【報道関係のお問い合わせ先】

株式会社アスキー・メディアワークス アスキー総合研究所 (TEL:03-6888-5557)

尚、本リリースに掲載しておりますデータを、記事にて引用される場合は、出典を明記していただきますようお願いいたします。

『iPhone の国内発売』についてのアンケート 集計結果

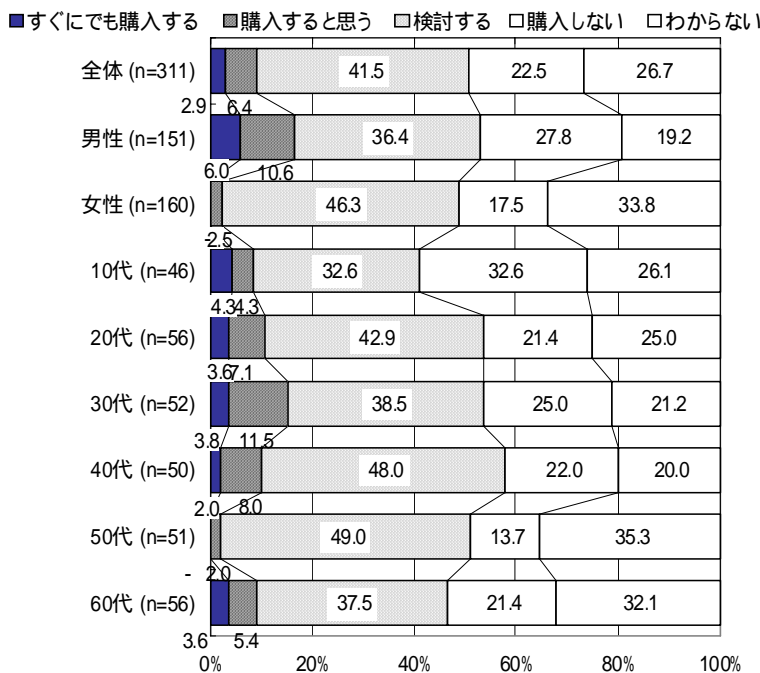
株式会社アスキー・メディアワークス
アスキー総合研究所

事業者変更が不要な場合 iPhone 購入に 51%は前向き。9%が「購入すると思う」と回答。男性、30代が高い購入意向を示す。

iPhone が国内で発売され事業者の変更なしに利用できた場合、「検討する」を含めた 51%が購入に前向き。「(発売後)すぐにでも購入する」、「購入すると思う」という回答は 9%。

購入意向は、男性で圧倒的に高く、「すぐにでも購入」と「購入すると思う」合わせた割合で比較すると、女性 3%、男性 17%。年代では 30 代が最も高く、同 15%。

< iPhoneの購入意向 / 性別・年代別 >

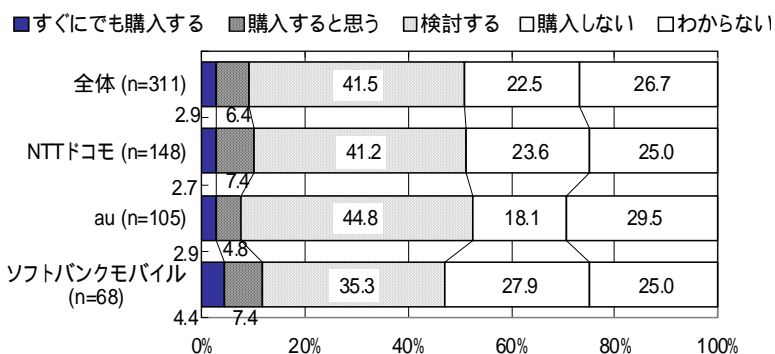


購入したい人の数では NTT ドコモ契約者が最も多いと見られる。

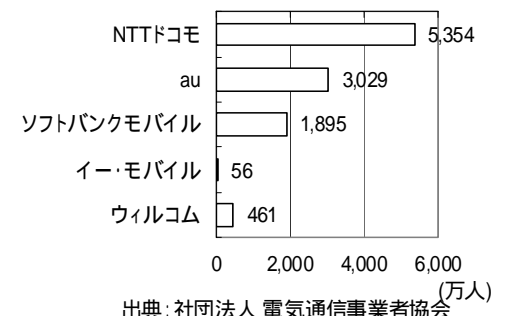
iPhone の購入意向を現在の契約事業者別に見ると、「(発売後)すぐにでも購入する」、「購入すると思う」という回答は、ソフトバンクモバイル契約者で 12%、NTT ドコモ契約者で 10%、au 契約者で 8%。「検討する」まで含めた場合には逆にソフトバンクモバイル契約者で最も低くなるなど、明確な差は見られない。

一方、累計契約者数は、参考として枠内のグラフに示したように NTT ドコモが圧倒的に多く、購入したい人の数では最も多いと見られる。

< iPhoneの購入意向 / 契約事業者別 >



【参考】携帯電話 / PHSの累計契約者数



イー・モバイル、ウィルコム利用者はサンプル数が少ないため割愛

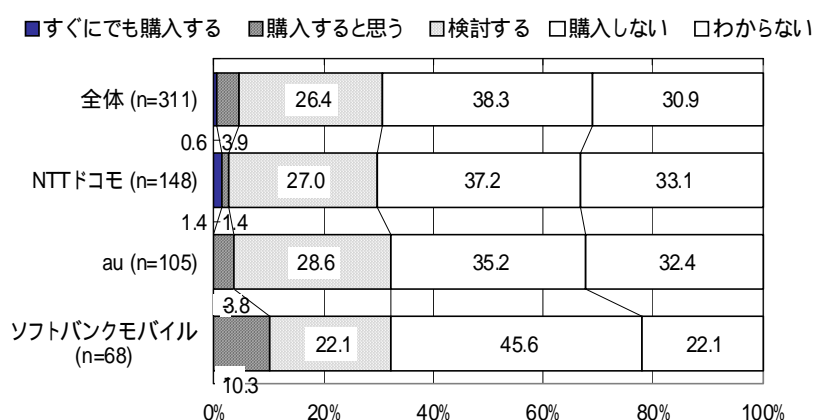
事業者変更が必要な場合、「購入と思う」という回答はソフトバンクモバイル契約者で最も高い。

“事業者変更が必要な場合”の購入意向を現在の契約事業者別に比較すると、ソフトバンクモバイル契約者で最も高く、10%。

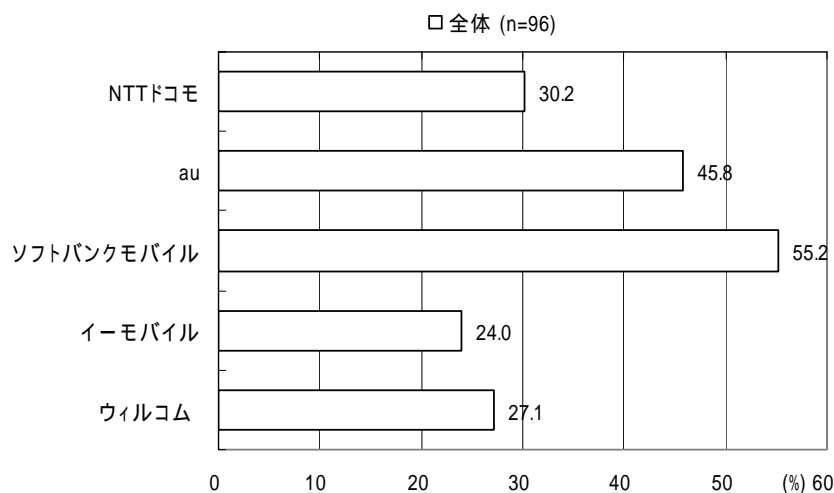
一方、iPhone 購入に事業者変更が必要な場合、変更契約先事業者としては「ソフトバンクモバイル」が最も多く、次いで「au」、「NTTドコモ」。NTTドコモは累計契約者数が圧倒的に多く、事業者を変更するとなると、他の事業者が有利になる。

ソフトバンクモバイルは事業者変更の恩恵も受けやすい状況にあると同時に、上記の通り、他社への事業者変更の可能性が高い契約者が多いと見られ、iPhone をはじめとする魅力ある電話機を獲得することの意義は他社よりも大きかったと推察される。

< 事業者変更が必要な場合のiPhoneの購入意向 / 現在の契約事業者別 >



iPhoneを発売した場合、変更先として想定される事業者 <複数回答> [事業者変更必要でも「(すぐにも)利用する」+ 検討する]



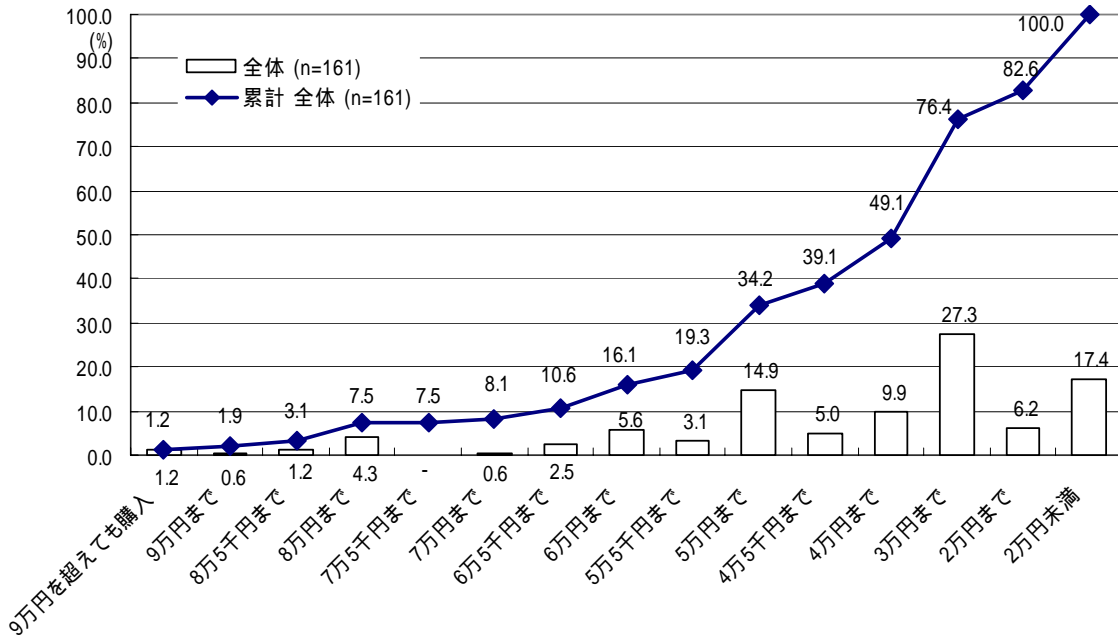
許容できる価格は「3万円まで」、「5万円まで」が多い。

「検討する」と回答した人も含めた(事業者変更が必要・不要いずれかの)購入意向者に iPhone の価格で許容できる最大価格を尋ねた結果では、「2万円未満」を除き、「3万円」(27%)が最も多く、次いで「5万円」(15%)。「5万円」の場合、購入を検討する人全体の34%が許容することになる。

また、「すぐにでも購入」「購入すると思う」との回答者に限定すると、「5万円まで」は62%を占め、価格が「5万円まで」の場合の購入意向者比率は6%となる。

購入しても良い最大価格 / 累計

[「(すぐにでも)購入したい」「購入を検討」を選んだ人に占める割合]

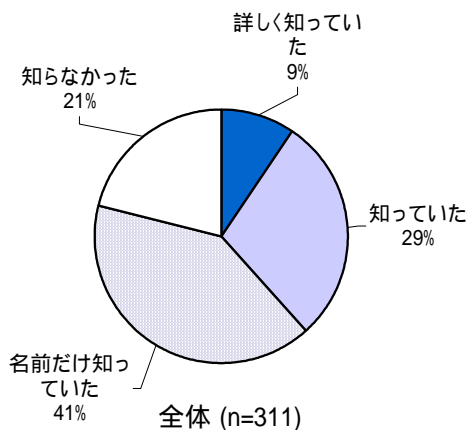


iPhone に「興味がある」が6割以上。国内販売発表前ですでに8割が認知。

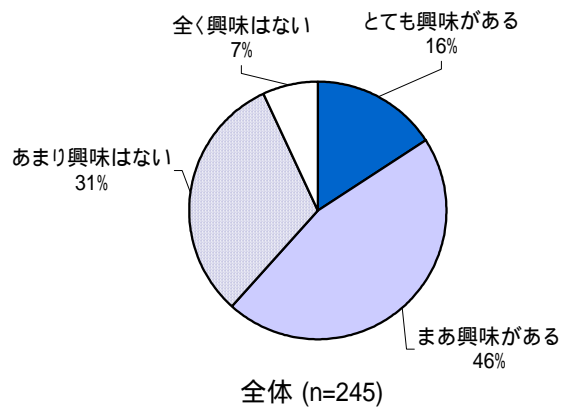
「名前だけ知っていた」を含め、iPhone についての認知度は79%に達する。国内販売発表前の商品としては非常に高い認知度と言える。

また、iPhone を知っていた人のうち、「とても興味がある」、「まあ興味がある」を合わせると、62%と過半数を占める。

iPhoneの認知状況



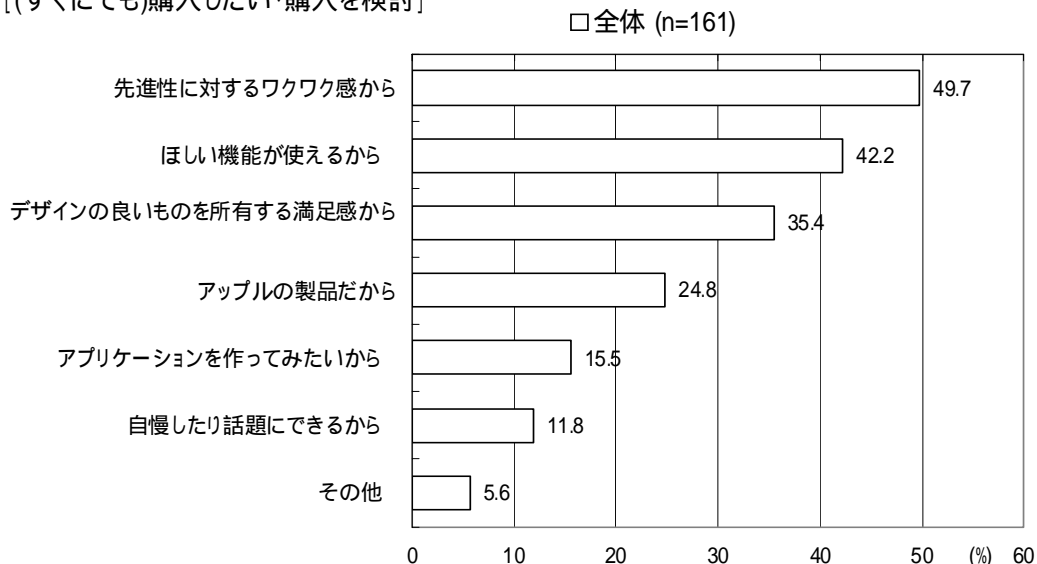
iPhoneについての興味 ('知らなかった'を除く)



「先進性に対するワクワク感」が iPhone に惹かれる理由の 1 位。

iPhone に惹かれる理由の 1 位は「先進性に対するワクワク感から」(50%)。「ほしい機能ができるから」、「デザインの良いものを所有する満足感から」などを抑えて最も高くなっている点は iPhone の魅力の大きな特徴と言える。

iPhoneに惹かれる理由 <複数回答>
[(すぐにでも)購入したい・購入を検討]

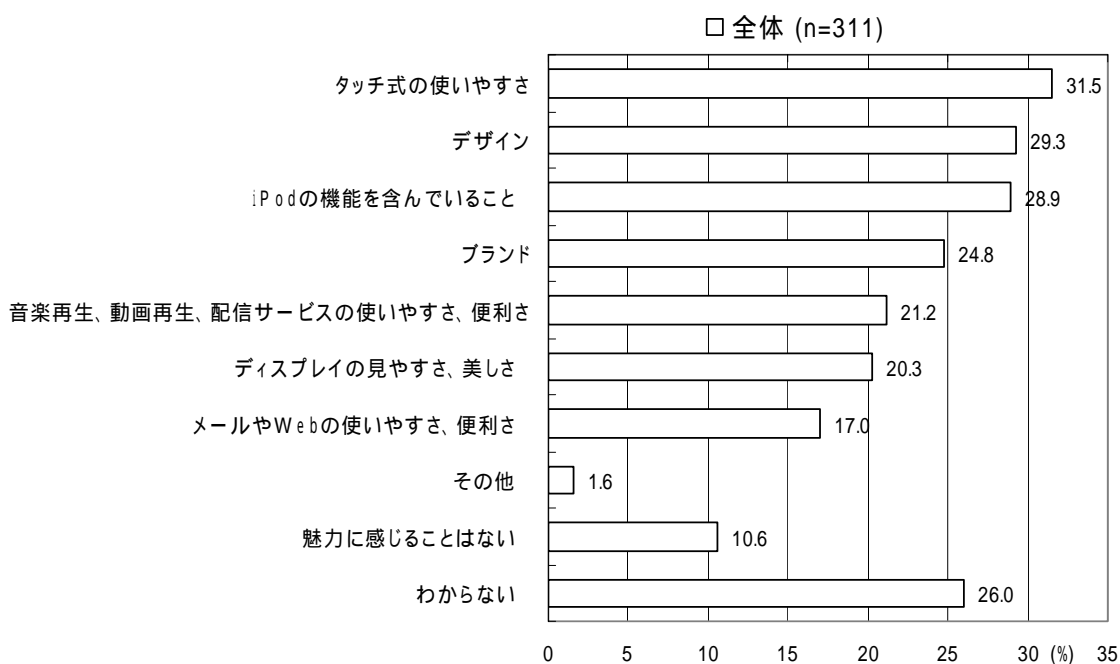


“タッチ式”、“デザイン”、“iPod”、“ブランド”が iPhone のキーワード。

iPhone に魅力を感じる点では、「タッチ式の使いやすさ」(32%)が 1 位。次いで「デザイン」(29%)、「iPod の機能を含んでいること」(29%)、「ブランド」(25%)。

iPhone は、先進的な技術とデザインを兼ね備えるだけでなく、実績ある iPod、アップルというブランドを持つことが、国内販売の発表以前から高い認知度と関心を引き付けている要因と言える。

iPhoneについて魅力を感じる点 <複数回答>

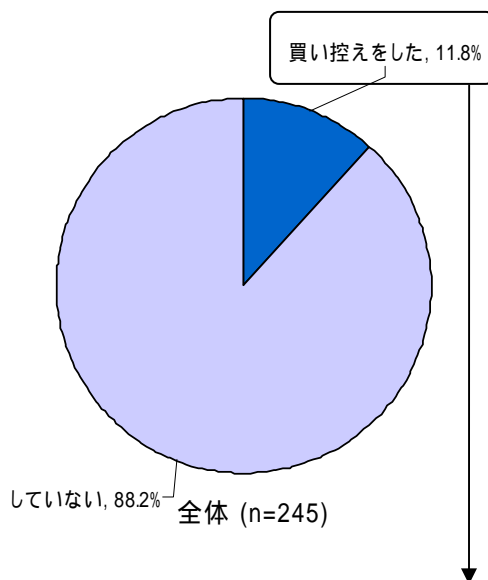


iPhone のために “ 買い控え ” をした人が 1 割強。

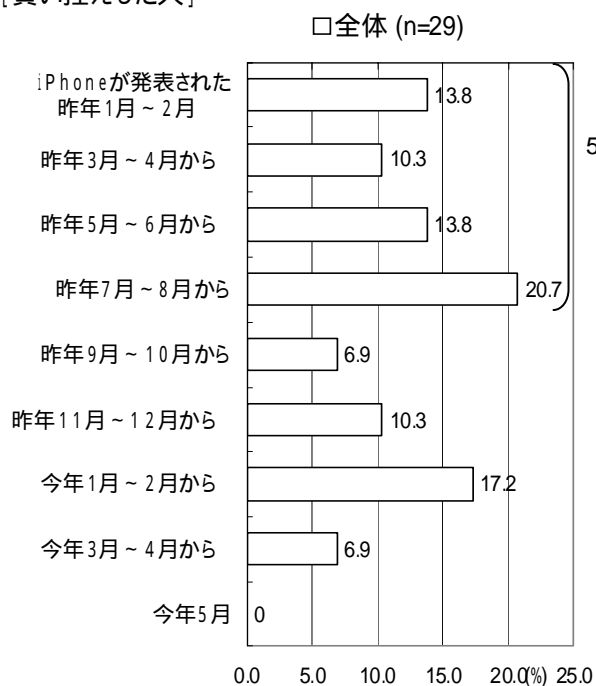
iPhone について知っていた人のうち、12%が何らかの商品の買い控えをしており、その半数以上の 59%が「昨年 7 月～8 月」以前から待っている。

買い控えの対象は、「携帯電話・スマートフォン」が最も多く、59%。次いで iPod などの「ポータブルオーディオプレーヤー/ムービープレーヤー」の 48%。

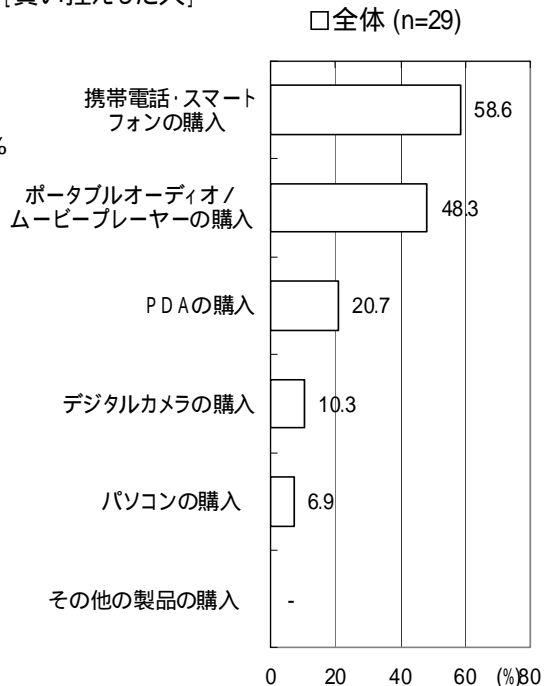
iPhoneを知ってからの買い控えの有無



買い控えの期間
[買い控えした人]



買い控えしたものの <複数回答>
[買い控えした人]

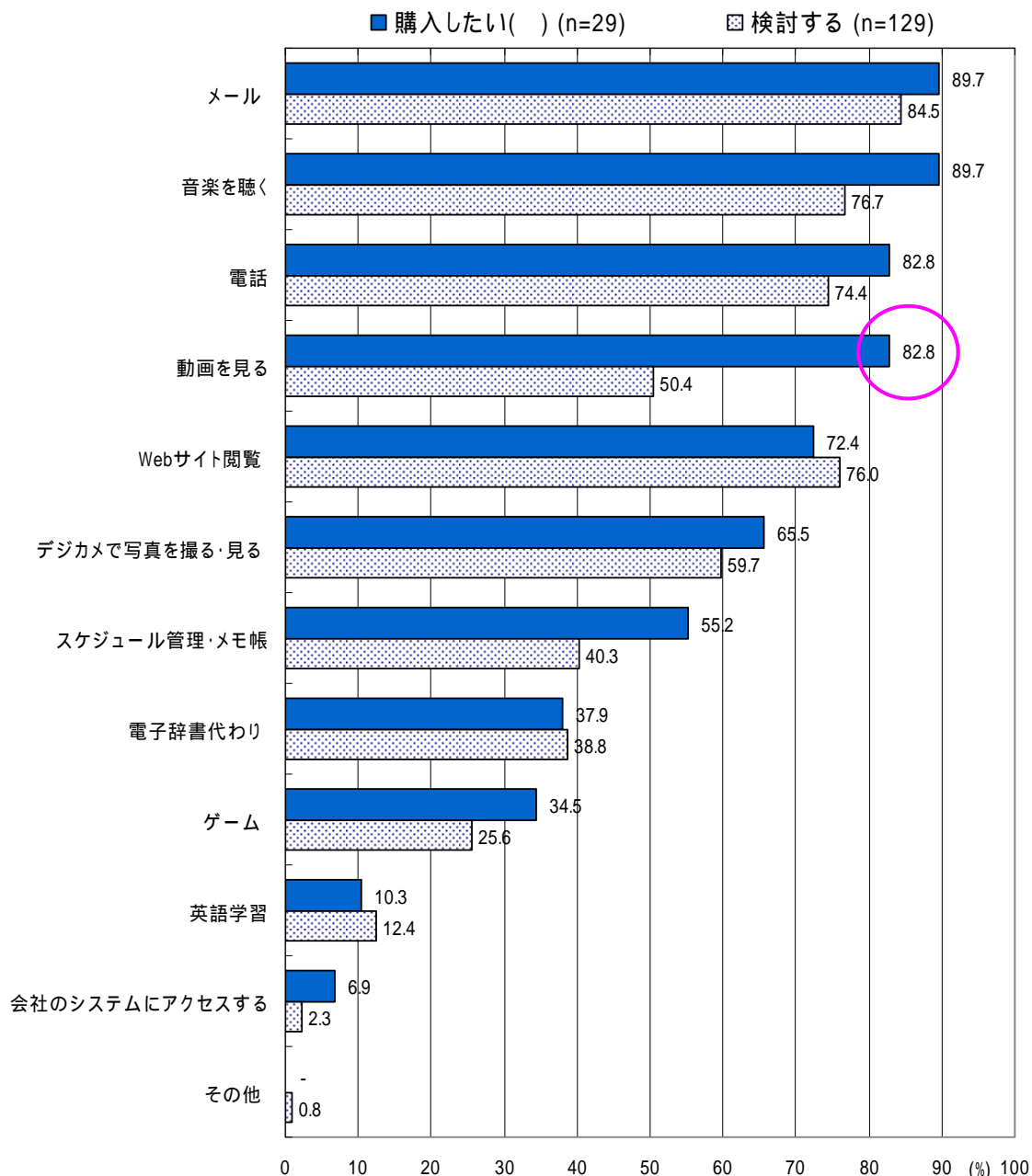


iPhone の用途で「動画視聴」が「電話」に並ぶ割合。

iPhone の用途を「(すぐにでも)購入したい」とする人について見ると、「メール」(90%)、「音楽を聴く」(90%)が最も高く、「電話」(83%)が3位。携帯電話本来の機能である「電話」を上回っている点は、従来の携帯電話の枠を超えた製品であることを物語っている。

また、iPhone について「検討する」と答えた人と比較すると、「(すぐにでも)購入したい」とする人では、「動画を見る」が高い点が特徴となっており、「電話」に並ぶ高さとなっている。iPhone は全面液晶を採用し、大きな画面を持つことなどが、動画への期待につながっていると考えられる。

iPhoneの用途 <複数回答>
[(すぐにでも)購入したい・購入を検討]



購入したい: 「すぐにでも購入したい」+「購入すると思う」

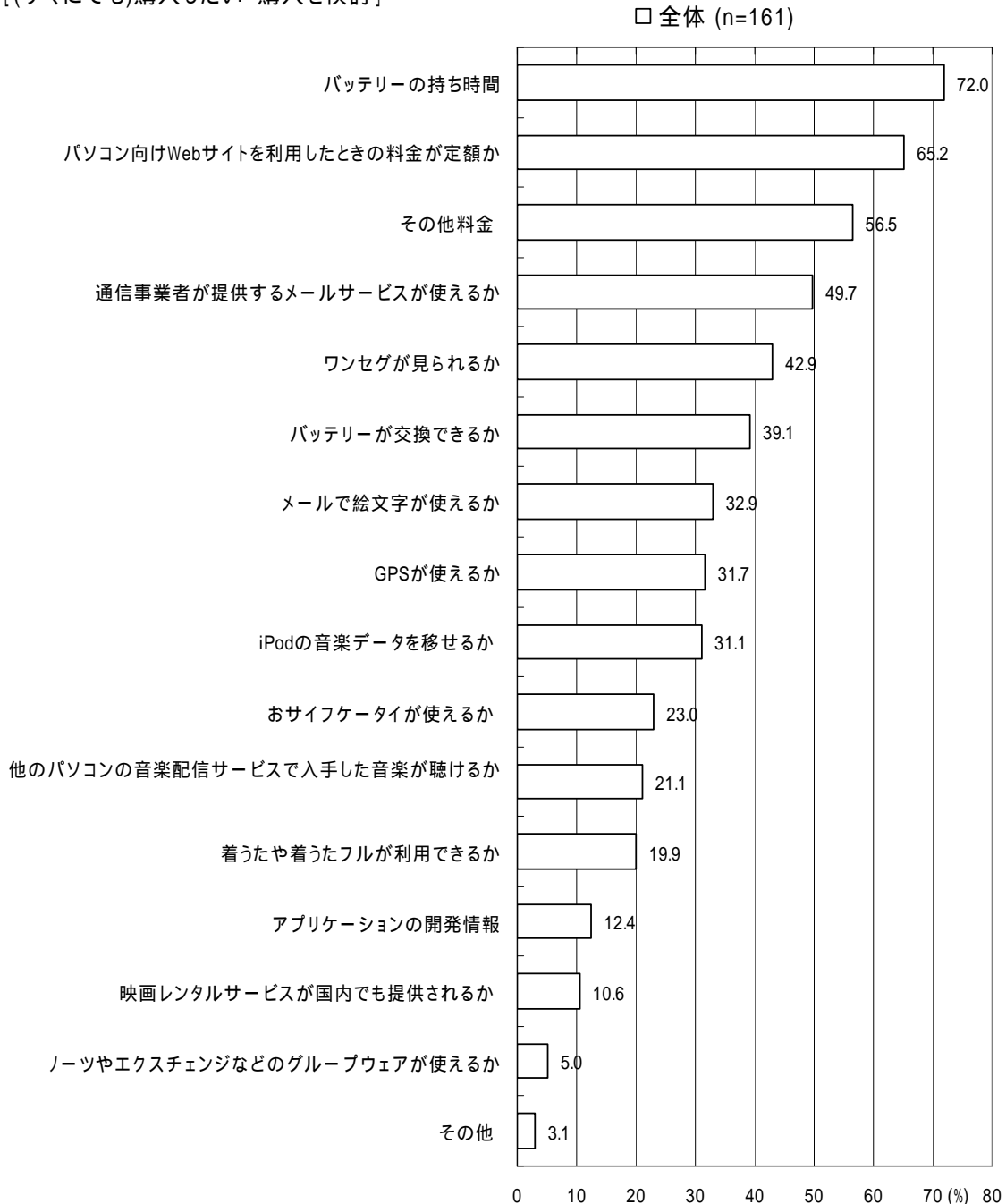
iPhone について気になる点は“バッテリーの持ち時間”と“Web サイト閲覧料金が定額で見られるか”。

iPhone について気になる点は、「バッテリーの持ち時間」が72%で1位。

次いで「パソコン向けWeb サイトを利用したときの料金が定額か」(65%)。Web サイト閲覧に対する期待の高さが伺える結果となっている。

iPhoneの購入を検討する上で気になること <複数回答>

[(すぐにでも)購入したい・購入を検討]



【本件に関する詳細調査項目】

1.携帯電話 / PHS の使用状況

現在契約している通信事業者

2.iPhone の認知とその後の行動

iPhone の認知状況

iPhone についての興味

iPhone による買い控えの有無

買い控えの期間

iPhone についての情報の入手手段

iPhone について知っていること

3.iPhone の魅力と購入意向

iPhone について魅力に感じる点

iPhone が契約事業者から発売された際の購入意向

iPhone を購入しない理由

iPhone が異なる事業者から発売された際の購入意向

4.情報機器・サービス等の利用

現在利用している情報機器・サービス

現在利用しているポータブルオーディオ等

音楽や動画の有料配信サービスの利用状況

携帯機器/PHS から PC 向け Web サイトの視聴状況

携帯機器/PHS から YouTube 等の動画の視聴状況

自宅パソコンの OS

iTunes Store のご利用状況(機器を問わない)

着うたフルのご利用状況(機器を問わない)

YouTube のご利用状況(機器を問わない)

ニコニコ動画のご利用状況(機器を問わない)

5.回答者プロフィール

平日の移動時間(1 日平均)

趣味や余暇の過ごし方について当てはまるもの

雑誌や新聞などの記事で興味がある分野

過去 1 年以内に読んだ雑誌

東京近辺でよく遊びに行く街、行きたい街

性別、年齢、職業、居住地など

【詳細データご購入に関するお問い合わせ先】

株式会社アスキー・メディアワークス アスキー総合研究所 担当: 泉(いずみ)

TEL:03-6888-5557 FAX:03-6888-5558 電子メール:s-izumi@asciimw.jp

【アスキー総合研究所】

アスキー総合研究所は、株式会社アスキー・メディアワークスの法人向けリサーチ・メディア部門です。

コンテンツ、カルチャー、および Web、PC、携帯電話などによるコミュニケーションを対象として、法人向けに調査・分析データの販売を行っています。

〒102-8584 東京都千代田区九段北 1-13-5 日本地所第一ビル

株式会社アスキー・メディアワークス アスキー総合研究所 TEL:03-6888-5557(代表)

【株式会社アスキー・メディアワークス】 URL:<http://asciimw.jp/>

出版を基盤としながら、コンテンツをクロスメディア、映像までメディアを超えてプロデュースするコンテンツ・プロデュース・カンパニーです。『アスキー』『電撃』という 2 つのブランドを軸として、《Entertainment》《Business》《Culture》という 3 つの事業領域にコンテンツを発信しています。

2008 年 4 月、(株)アスキーと(株)メディア・ワークスが合併いたしました。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社アスキー・メディアワークス

アスキー総合研究所 TEL:03-6888-5557(代表)