『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編の2タイトルを販売開始
～モバイル個人利用実態/動向を3,304人に詳しく調査、キャリアや端末選択に関する設問を中心としたアンケート調査結果を収録！～

==========
『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』
個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編の2タイトルを販売開始

～
モバイル個人利用実態/動向を3,304人に詳しく調査、キャリアや端末選択に関する設問を中心としたアンケート調査結果を収録！ ～

≫ 『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集［個人キャリア端末編］』
資料詳細・販売ページ
http://planidea.jp/cc/psrl2012011602
≫ 『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集［個人コンテンツアプリ編］』
資料詳細・販売ページ
http://planidea.jp/cc/psrl20120116022
==========

マーケティング・リサーチ＆コンサルティングサービスを提供するPLANiDEA LLC.
（プラニディア合同会社） は、株式会社 インプレスR&Dによる
『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』』
個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編 2タイトルの販売を開始しました。

≫ 『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集［個人キャリア端末編］』
http://planidea.jp/cc/psrl2012011602
≫ 『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集［個人コンテンツアプリ編］』
http://planidea.jp/cc/psrl20120116022

【資料概要】

スマートフォン利用率が22.9%と倍増、スマートフォンユーザーのTwitter利用率は40.6%。8年目の調査実績を誇る大規模サンプルによるアンケート調査資料！

2010年度から急速にスマートフォン市場は拡大してきており、発売される携帯電話端末もスマートフォン中心になってきています。携帯電話市場の主戦場はフィーチャーフォンからスマートフォンへとシフトしきており、スマートフォン端末はグローバル端末に加え、ローカライズが進み、多種多様な端末が発売されるようになってきました。

スマートフォンでは、パソコンとほぼ同等にウェブサイトを閲覧することが可能であり、インターネット環境は大きく飛躍しています。さらに、TwitterやFacebookなどのインターネットを前提としたソーシャルメディアが急速に拡大していることも、利用の拡大を後押ししています。ユーザーのインターネット利用動向はフィーチャーフォン時代とは大きく異なっており、コンテンツ事業者、サービス事業者も、もはやフィーチャーフォンだけでなく、スマートフォンやタブレット端末などマルチデバイスを横断的に見ながら戦略を考えていく必要に迫られています。

インターネットメディア総合研究所では、2004年からそうした最新のモバイル利用状況を把握するための調査を実施しており、8回目となる今年の調査では、3,300人の個人携帯電話利用者と1,600人の企業担当者向けに独自調査を実施しました。

携帯電話の利用動向に特化した 「個人のスマートフォン/ケータイ利用動向」
では、フィーチャーフォンユーザーとスマートフォンユーザーとほぼ同数の調査を行っており、拡大するスマートフォンユーザーの動向とフィーチャーフォンユーザーの動向とを比較できるようになっています。

『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集［個人キャリア端末編］』
では、個人利用によるキャリア端末に関する調査結果を中心に、『スマートフォン/ケータイ利用動向調査2012データ集 ［個人コンテンツアプリ編］』
では、個人利用によるコンテンツやアプリ利用に関する設問を中心とした調査結果データを収録しています。

また、企業のモバイル機器利用動向に特化した 「企業のスマートフォン/ケータイ利用動向」
では、スマートフォンに加え、タブレット端末の業務利用についても分析を行っています。

【『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』
個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編のポイント】

■ 計3,000人以上を対象に、100問超の設問から利用動向/実態を調査！
■ 個人ユーザのフィーチャーフォンとスマートフォンの利用動向を比較！
■ さまざまなクロス軸に基づく集計表とグラフをCD-ROMに収録！
■ Excel形式収録データの集計表やグラフは独自資料用に加工可能！
■ 個別・独自に集計できるアンケート回答ローデータ付きセット販売も！

※ 本サイトにて、調査結果 及び 掲載図表の一部を公開しております。

【『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』
個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編 特徴】

■ 調査のポイント

・ 個人におけるフィーチャーフォン、スマートフォンの利用動向を調査
・ スマートフォンユーザーとフィーチャーフォンユーザーを比較

■ 製品のポイント

・ エクセル形式で収録しているため集計表やグラフを自由に加工可能
・
性年代別モバイルでのインターネット利用時間別人口に基づいてサンプリングを行っているため、市場の代表性の高い集計結果

■ その他

・ データ内の最初に目次や各設問を掲載しており、リンクでデータを簡単に参照できる。

【『スマートフォン/ケータイ利用動向調査2012データ集』
個人キャリア端末編/個人コンテンツアプリ編 調査概要】

調査設計・分析
株式会社 インプレスR&D インターネットメディア総合研究所

調査方法
インタラクティブウェブ調査 （ネットリサーチ）

調査対象
携帯電話・PHSを利用してインターネットを利用する13歳以上の男女個人

対象地域
日本国内・全国

サンプリング
フィーチャーフォンユーザー、スマートフォンユーザーそれぞれに対して、株式会社インプレスR&D保有する性別・年代別・携帯電話でのインターネット利用時間別の人口構成比に可能な限り整合するようにサンプリング

有効回答数
主に利用している携帯電話がフィーチャーフォンのユーザー ： 1,685件
主に利用している携帯電話がスマートフォンのユーザー ： 1,619件

調査期間
2011年10月12日(水) ~2011年10月14日(金)

■ 調査項目一覧 ［個人キャリア端末編］

設問数 ［個人キャリア端末編］
103問＋属性

▼ 通信サービス会社
・ 主に利用している通信サービス会社
・ 利用している携帯電話/スマートフォン
・ 各通信サービス会社への評価
・ 現在の通信サービス会社の満足度

▼ 主に利用している携帯電話/スマートフォン

・ 現在利用している機種の利用歴
・ 購入形態
・ 現在利用している機種を購入する際に重視した項目
・ 現在利用している機種を購入する際に最も重視した項目
・ 購入時に魅力を感じていた機能
・ 現在利用している機種の満足度
・ 満足している点
・ 不満な点
・ 無線LANの使用状況
・ 購入時の代金支払い方法
・ 購入金額
・ 次回買い換え予定時期
・ 今後購入の際に重視したい項目
・ 通信サービス会社の契約変更意向
・ 通信サービス会社の乗り換え先
・ 通信サービス会社の乗り換え理由

▼ 複数台利用
・ 利用台数
・ サブ機種のキャリア
・ サブ機種の機種名
・ 携帯電話とスマートフォンの併用状況
・ 複数台保有理由
・ ２台目の継続意向
・ ２台目の携帯電話追加意向
・ 追加意向のキャリア
・ 追加意向の携帯電話機・スマートフォン

▼ タブレットとスマートフォンの利用意向
・ スマートフォンとタブレットの所有状況
・ スマートフォン/タブレットの通信回線
・ スマートフォンとタブレットの利用開始時期
・ 利用のきっかけ
・ 業務利用の有無
・ スマートフォンを利用し始めて良かったこと
・ スマートフォンを利用して不満に思ったこと
・ スマートフォンで不便な所
・ スマートフォンに搭載して欲しい機能
・ スマートフォンとタブレットの利用意向
・ 購入したいスマートフォン/タブレットのOS
・ 欲しいタブレット
・ スマートフォン/タブレットを利用したい場所
・ スマートフォン/タブレットで利用したいこと
・ スマートフォン/タブレット利用意向者の利用予定通信回線
・ タブレットのパソコンとの代替性
・ スマートフォンやタブレット非利用者の利用するための条件
・ 時期機種変更時期
・ 次回機種変更時のスマートフォン意向

・ スマートフォンを止める理由

▼ データ通信製品
・ 利用有無
・ 利用キャリア
・ タイプ
・ 業務利用の有無
・ 接続している機器
・ 今後の利用意向

▼ 1か月の利用料金
・ 携帯電話料金
・ 通話料金
・ パケット（データ通信料金）
・ コンテンツ料金
・ ２台目の携帯電話の料金
・ ２台目の携帯電話の通話料金
・ ２台目の携帯電話のパケット料金（データ通信料金）
・ ２台目の携帯電話のコンテンツ料金
・ データ通信製品の利用料金
・ モバイル機器の料金総額

▼ 機能
・ 利用している機能
・ 携帯電話/スマートフォンの利用場所
・ 携帯電話/スマートフォンを利用している時間帯
・ １日で携帯電話/スマートフォンを話している時間

▼ 通話/メール
・ 携帯電話での1日当たりの平均通話回数
・ 利用しているメール/メッセージ
・ メールの受信数
・ メールの送信数
・ メール/メッセージの利用シーン
・ メール/メッセージの開封タイミング
・ メール/メッセージの利用が多い端末
・ 届いたメールマガジンの購読状況
・ 購読しているメールマガジンの種類
・ メールマガジンを購読するきっかけ
・ メールマガジンを解約した理由

▼ QR
・ QRコードを利用した際のメディア
・ QRコードを利用してよかったサービス
・ QRコードの利用頻度
・ 今後のQRコード利用意向

▼ ワンセグ

・ 視聴頻度
・ 視聴場所
・ １回の視聴時間
・ 視聴する番組のジャンル

▼ Bluetooth
・ 用途

▼ おサイフケータイ
・ 利用しているサービス
・ 利用シーン
・ 利用頻度

▼ 家電連携
・ 家電との連携
・ 家電連携の目的

▼ 海外ローミング
・ 利用経験

▼ フィルタリング
・ 子どもの有無
・ フィルタリングの利用有無

▼ スマートフォンでの変化
・ スマートフォン利用による変化

▼ セキュリティー
・ セキュリティーに対する不安
・ 実施している対策

▼ 個人属性
・ コンシューマーエレクトロニクス製品の購入行動
・ コンシューマーエレクトロニクス製品の購入時期
・ 普段利用しているパソコン
・ 世帯年収
・ 自由に使える金額
・ 通勤通学時の交通手段

■ 調査項目一覧 ［個人コンテンツアプリ編］

設問数 ［個人コンテンツアプリ編］
83問＋属性

▼ 通信サービス会社
・ 主に利用している通信サービス会社
・ 利用している携帯電話/スマートフォン

▼ コンテンツ・アプリ
・ 利用しているアプリ・コンテンツ
・ 利用しているソーシャルメディア
・ 利用しているEC
・ 有料で利用しているコンテンツ
・ 月額課金や年額課金で利用しているコンテンツやアプリ数
・ ウェブとアプリでの利用
・ アプリとウェブの比率
・ フィーチャーフォンからスマートフォンへのコンテンツの引き継ぎ
・ 複数台利用者の使い分け

▼ クラウド
・ パーソナルクラウドの利用
・ クラウドに保管しているデータ
・ パーソナルクラウドにアクセル端末
・ 利用しない理由

▼ アプリストア
・ 利用しているアプリストア
・ アプリストアへのアクセス頻度
・ アプリストアへのアクセス方法
・ アプリストアからのダウンロード経験
・ アプリストアの満足度
・ アプリストアのよいと思う点
・ アプリストアのよくないと思う点

▼ アプリのダウンロード
・ ダウンロードしたことのあるアプリのジャンル
・ アプリのダウンロード本数
・ 月に1回以上利用するアプリの数
・ よく利用する無料アプリ
・ よく利用する有料アプリ
・ よく購入するアプリの価格帯
・ 1か月のアプリの料金
・ アプリの許容金額
・ 有料アプリと無料アプリの比率利用状況
・ アプリの認知経路
・ ダウンロードしたアプリの満足度
・ 今後利用したいアプリのジャンル
・ アプリ内課金の認知度と利用経験
・ アプリ内課金で購入したもの
・ アプリ内課金を利用しない理由
・ アプリ内広告の視認状況
・ アプリ内広告のクリック経験
・ アプリ提供者が紹介する他のアプリの購入経験

▼ 音楽
・ 音楽配信のダウンロード数

▼ 電子書籍
・ 電子書籍の購入数
・ 購入した有料電子書籍のジャンル
・ 1か月あたりの電子書籍購入費用
・ 今後電子書籍を購読したい端末
・ スマートフォン読んでみたい電子書籍

▼ 動画配信
・ 1か月の有料動画料金
・ 視聴する有料・無料動画の本数
・ 有料・無料動画のジャンル
・ 利用している有料・無料動画配信サービス

▼ ゲーム
・ 利用頻度
・ 有料ゲームと無料ゲームの比率
・ ゲームの利用料金

▼ ソーシャルメディア
・ ブログの利用頻度
・ Twitterの利用頻度
・ mixiの利用頻度
・ Facebookの利用頻度
・ 利用しているSNSの種類
・ ソーシャルアプリの利用頻度
・ ソーシャルアプリの利用目的
・ 利用するソーシャルアプリのジャンル
・ 位置情報を利用したコミュニティやゲームの利用頻度
・ 情報を取得したときに携帯電話でよく行う行動 （バイラル）

▼ EC
・ オンラインショッピングで購入したことのある商品のジャンル
・ ここ1年間にオンラインショッピングで利用した金額

▼ メディア
・ メディア接触時間
・ 機器の利用時間
・ 1日のウェブ利用時間
・ 情報を入手することが多いメディア
・ テレビを見ながらの携帯電話利用状況
・ 携帯電話/スマートフォンの利用時間の内訳

▼ 広告
・ インターネット広告の視認状況
・ 広告を見たあとの行動
・ 視認した広告の内容

▼ クーポン

・ クーポンの利用頻度
・ クーポンの形態
・ クーポンを利用しない理由
・ 共同購入するクーポンの利用経験
・ 購入した共同購入するクーポンのジャンル

▼ スマートフォンでの変化
・ スマートフォン利用による変化

▼ 個人属性
・ コンシューマーエレクトロニクス製品の購入行動
・ コンシューマーエレクトロニクス製品の購入時期
・ 普段利用しているパソコン
・ 世帯年収
・ 自由に使える金額
・ 通勤通学時の交通手段

【『スマートフォン/ケータイ利用動向調査2012データ集』 目次 / CD-ROM収録内容】

[1] Readme

[2] 単純集計 (Excel)

[3] クロス集計 (Excel)

▼ クロス集計軸 [スマートフォン/フィーチャーフォン別]
・ 性年代
・ キャリア
・ パケット定額制加入有無
・ 居住地域
・ 通勤通学時の苦痛手段
・ 世帯収入
・ 1か月に自由に使える金額
・ 職業
・ PCでのインターネット利用時間
・ スマートフォン/フィーチャーフォンでのインターネット利用時間

[4] PDF
1. 調査概要
2. 総括
3. 単純集計表 / グラフ
4. クロス集計表
5. 調査票

[5] ローデータ (CSV) ※

※ 「アンケート回答ローデータ」 セット版のみ

【商品概要】

商品名 ：
『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』 個人キャリア端末編
『スマートフォン／ケータイ利用動向調査2012データ集』 個人コンテンツアプリ編
発 刊 ： 2011年11月
発 行 ： 株式会社 インプレスR&D
編 集 ： 株式会社 インプレスR&D インターネットメディア総合研究所
販 売 ： PLANiDEA SurveyReport運営事務局
判 型 ：
［個人キャリア端末編］ A4判 194ページ
［個人コンテンツアプリ編］ A4判 230ページ
価 格 ：
[PDFレポート＋集計表データ]
各89,250円 （各本体価格 85,000円＋消費税 4,250円）
[PDFレポート＋集計表データ＋冊子版]
各99,750円 （各本体価格 95,000円＋消費税 4,750円）
[PDFレポート＋集計表データ＋アンケート回答ローデータ]
各525,000円 （各本体価格 500,000円＋消費税 25,000円）
[PDFレポート＋集計表データ＋アンケート回答ローデータ＋冊子版]
各535,500円 （各本体価格 510,000円＋消費税 25,500円）

販売ページURL ：
［個人キャリア端末編］ http://planidea.jp/cc/psrl2012011602
［個人コンテンツアプリ編］ http://planidea.jp/cc/psrl20120116022

■ 関連サイトURL

PLANiDEA ［SurveyReport］
http://surveyreport.planidea.jp/

■ 本件に関するお問合せ先

プラニディア合同会社 広報担当
URL ： http://planidea.jp/contact.html
E-Mail ： info@planidea.jp

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com