

スマートフォンの価格に関する
マーケティングデータ
～価格認識と格安スマホ編～

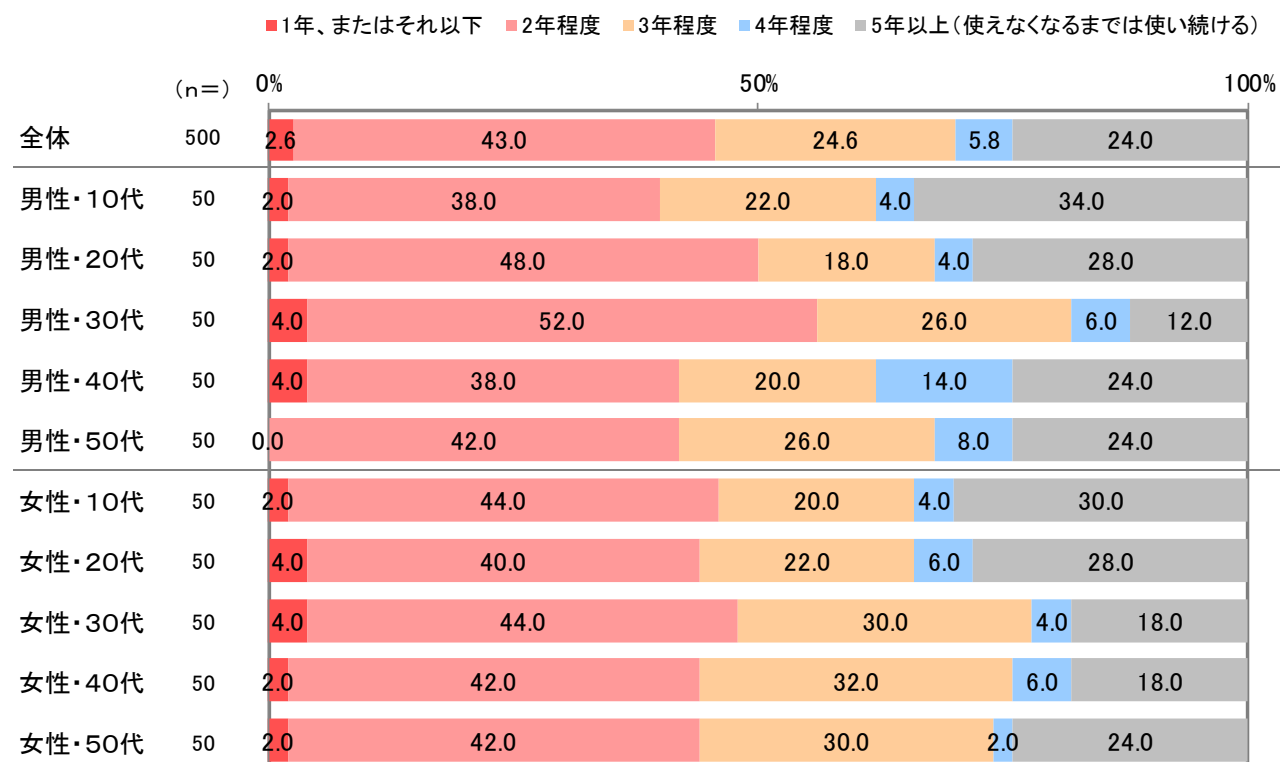
朝日大学マーケティング研究所

調査概要

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2015年10月30日(金)～11月6日(金)
- 調査対象 首都圏在住の13歳～59歳男女で、かつ、スマートフォンを利用している人
- 有効回答 合計500名(均等割付)

年代	男性	女性
13～19歳	50名	50名
20～29歳	50名	50名
30～39歳	50名	50名
40～49歳	50名	50名
50～59歳	50名	50名
合計	250名	250名

スマートフォンの買い替え期間



1. スマートフォンの端末代金の認識(PSMグラフ)

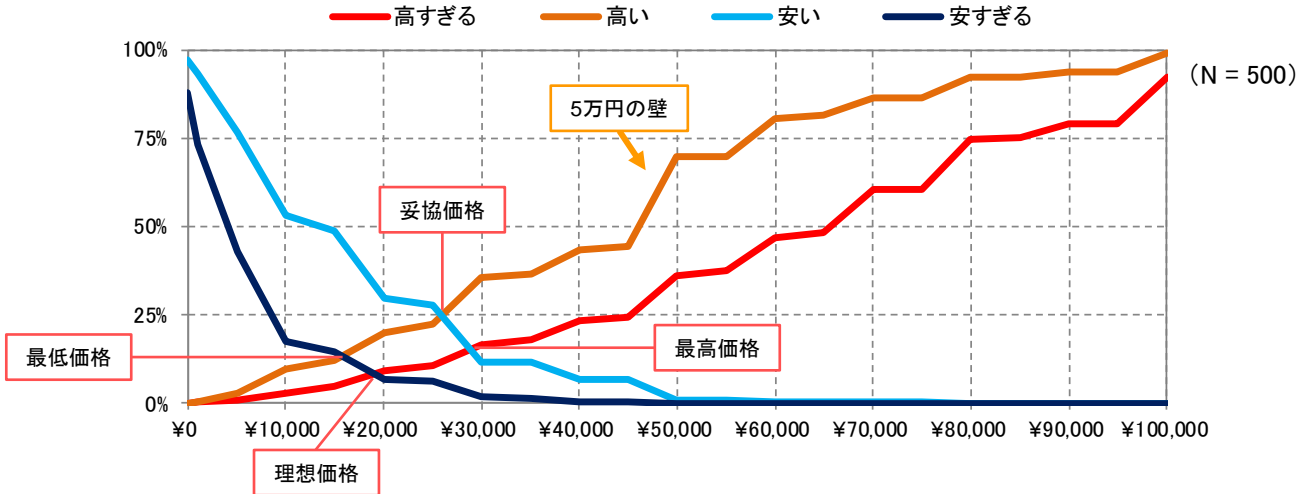
スマートフォンの端末代金は15,000円～45,000円程度の価格帯がユーザーに許容されている。

■スマートフォンの端末代について、「高すぎて買えないと感じる」「高いと感じる」「安いと感じる」「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」価格を訊き、累積グラフにしたところ、「高すぎる」「高い」の線は緩やかに上昇することがわかった。「高い」と感じる価格は5万円に一つの大きな壁が見られる。

■購入許容者(その金額が「高すぎて買えないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人)の割合は、15,000円～45,000円の広い価格帯において、75%以上である。

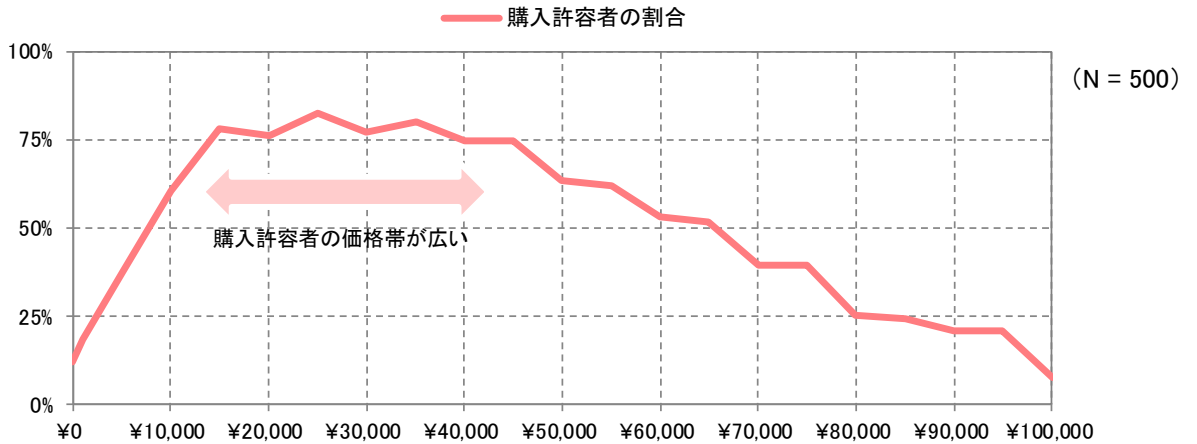
■全体における、それぞれの価格の中央値は「高すぎて買えないと感じる」が70,000円、「高いと感じる」が50,000円、「安いと感じる」が15,000円、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」が5,000円であった。

端末代金:PSMグラフ



端末代金:購入許容者の割合

購入許容者: その金額が「高すぎて買えないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人
例)30,000円の場合:「高すぎる」が30,000円より大きく、かつ、「安すぎる」が30,000円未満の人
※0円のみ、「高すぎる」が0円より大きく、かつ、「安すぎる」が0円の人



端末代金:各価格の中央値(性年代別)

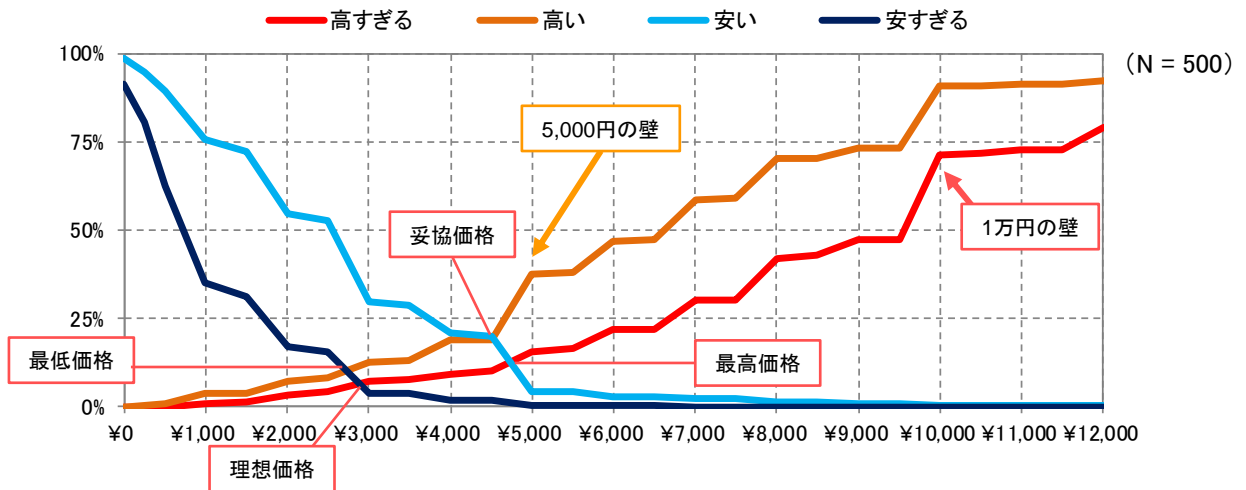
	全体	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代
(n=)	500	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
高すぎる	¥70,000	¥60,000	¥60,000	¥70,000	¥70,000	¥60,000	¥60,000	¥75,000	¥60,000	¥70,000	¥70,000
高い	¥50,000	¥45,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000
安い	¥15,000	¥12,500	¥20,000	¥20,000	¥10,000	¥20,000	¥10,000	¥17,500	¥12,150	¥17,000	¥20,000
安すぎる	¥5,000	¥5,000	¥5,000	¥5,000	¥5,000	¥6,500	¥3,500	¥6,500	¥5,000	¥6,500	¥7,400

2. スマートフォンの通話・通信料(月額)の認識(PSMグラフ)

通話・通信料(月額)は2,500円～6,500円程度の広い価格帯がユーザーに許容されている。

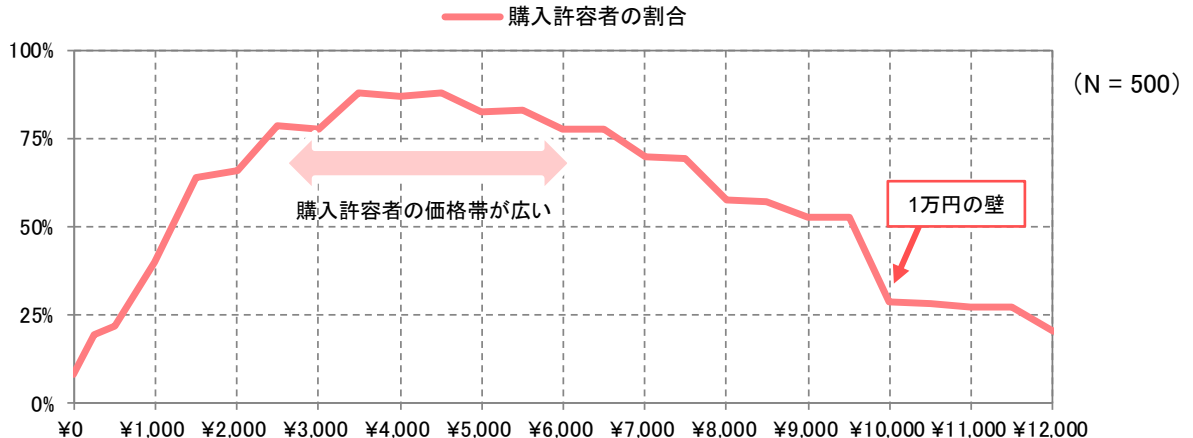
- 端末代金と同様に通話・通信料(月額)の価格認識を訊き、累積グラフにしたところ、「高すぎる」「高い」の線は緩やかに上昇することがわかった。「高い」と感じる価格は5,000円にやや大きな壁があり、「高すぎる」は10,000円に大きな壁が見られる。
- 購入許容者が75%を超えている価格帯は2,500円～6,500円程の範囲である。とくに4,000円付近では購入許容者の割合が9割近くになる。また、10,000円を超えると購入許容者が大きく減少する。
- 全体における、それぞれの価格の中央値は「高すぎて利用できないと感じる」が10,000円、「高いと感じる」が7,000円、「安いと感じる」が3,000円、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」が1,000円であった。

通信・通話料(月額) : PSMグラフ



通信・通話料(月額) : 購入許容者の割合

購入許容者: その金額が「高すぎて利用できないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人
 例) 5,000円の場合: 「高すぎる」が5,000円より大きく、かつ、「安すぎる」が5,000円未満の人
 ※0円のみ、「高すぎる」が0円より大きく、かつ、「安すぎる」が0円の人



通信・通話料(月額) : 各価格の中央値(性年代別)

	全体	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代
(n=)	500	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
高すぎる	¥10,000	¥8,500	¥10,000	¥10,000	¥9,500	¥9,500	¥10,000	¥10,000	¥10,000	¥9,500	¥8,000
高い	¥7,000	¥5,250	¥7,000	¥7,750	¥6,000	¥6,000	¥6,000	¥8,000	¥7,000	¥6,000	¥7,000
安い	¥3,000	¥2,000	¥3,000	¥3,000	¥2,000	¥2,750	¥2,250	¥3,000	¥3,000	¥3,000	¥2,500
安すぎる	¥1,000	¥750	¥1,000	¥1,000	¥500	¥1,000	¥1,000	¥1,500	¥1,000	¥1,000	¥1,000

3. 「格安スマートフォン・格安SIM」「MVNO」「SIMフリー」の認知

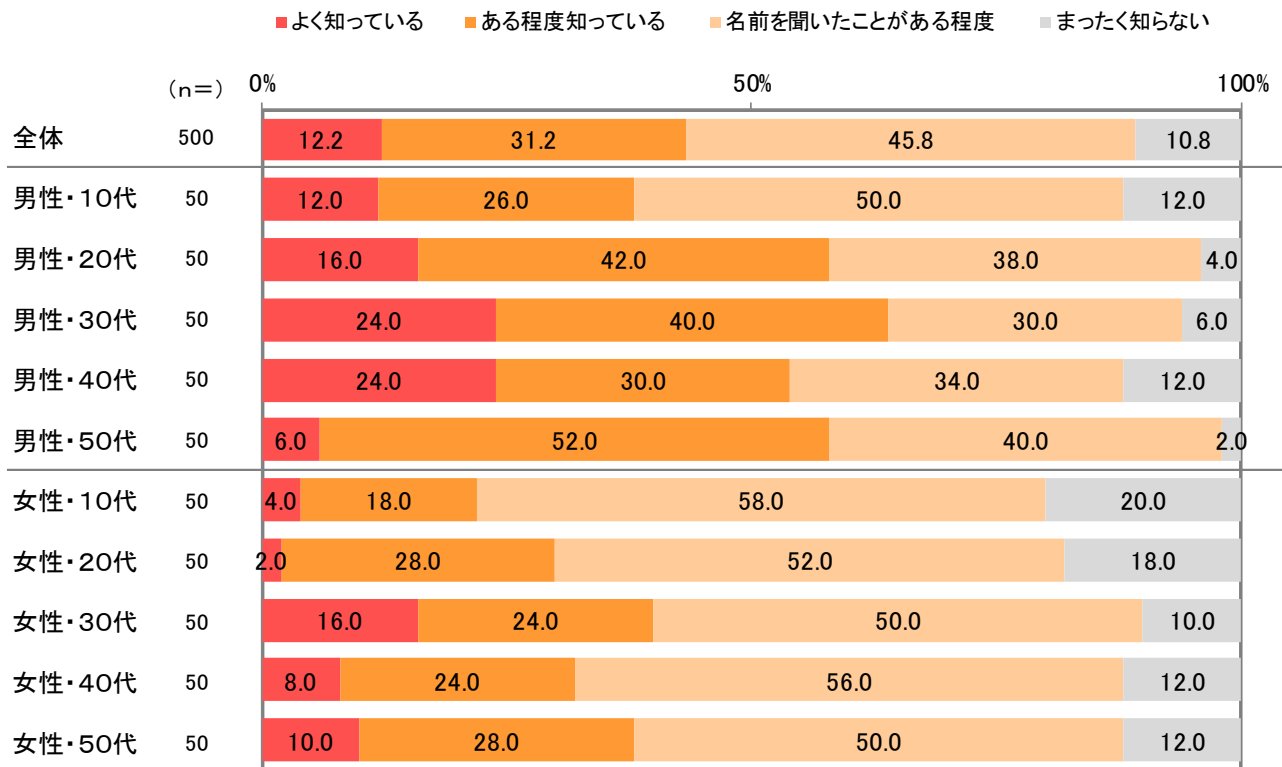
「格安スマートフォン・格安SIM」は、89.2%が認知。「MVNO」は52.2%、「SIMフリー」は85.2%が認知。

■「格安スマートフォン・格安SIM」をどの程度知っているか訊いたところ、全体の12.2%が「よく知っている」、31.2%が「ある程度知っている」と答えた。「名前を聞いたことがある程度」を含めた“認知度”は89.2%であった。

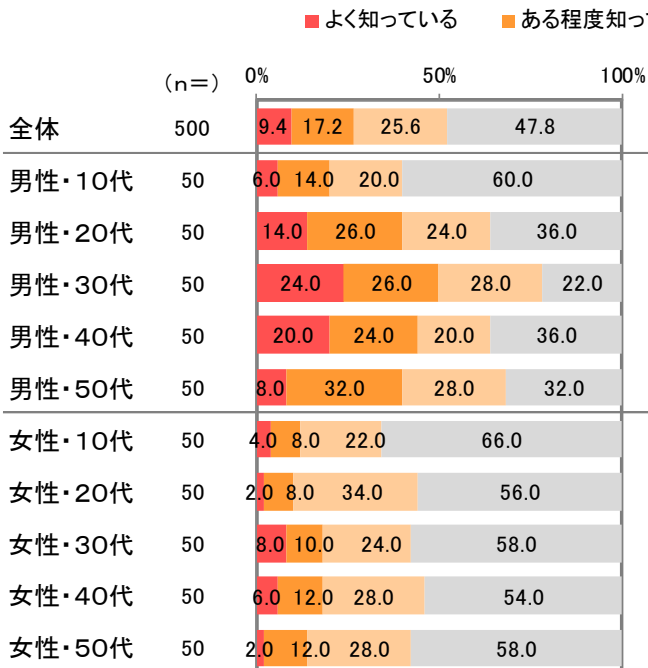
■同様に「MVNO」の“認知度”は52.2%、「SIMフリー」は85.2%である。「MVNO」という名称は、10代男性と、女性の各年代にはあまり浸透していないことがわかる。

■どの名称も、男性20～40代は「よく知っている」「ある程度知っている」と回答する割合が高い。

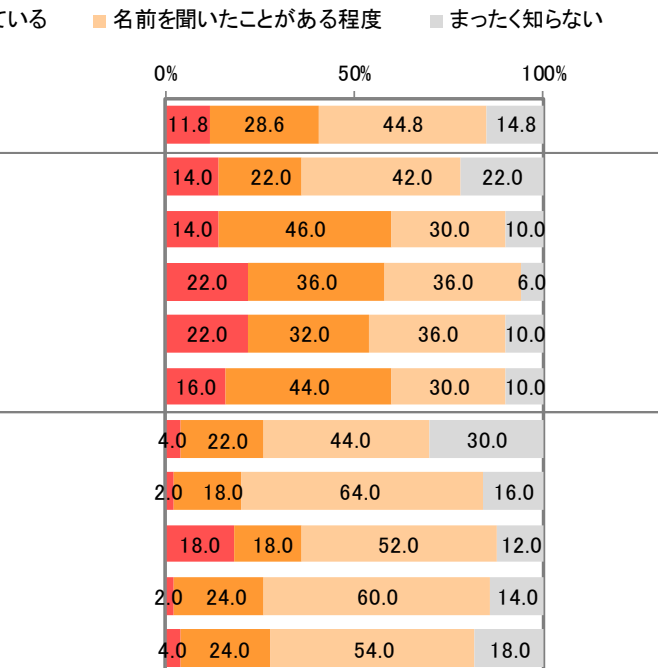
「格安スマートフォン・格安SIM」の認知



「MVNO」の認知



「SIMフリー」の認知



4. 格安スマートフォン・格安SIMの利用意向と、利用にあたり心配なこと

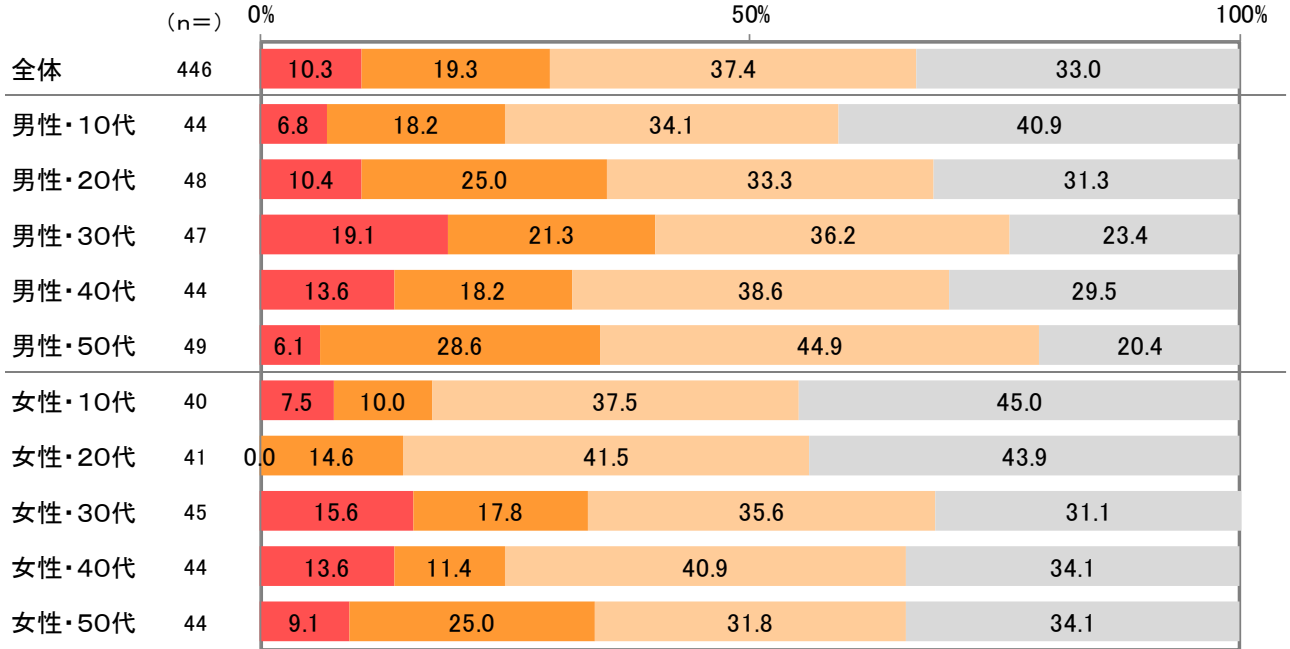
格安スマートフォン・格安SIMの利用にあたり、「通話・通信の品質」「端末の性能」「本当に安くなるかどうか」が懸念されている

■「格安スマートフォン・格安SIM」の認知者に、利用意向を訊いたところ、全体では「実際に利用する予定がある／現在、利用している」が10.3%、「具体的な予定はないが、検討はしている」が19.3%、「検討していないが、興味はある」が37.4%であった。

■「格安スマートフォン・格安SIM」の利用意向について「まったく興味がない」を除いた、少なくとも興味はある人に、利用にあたり心配なことを訊くと、全体では、「通話・通信の品質」(37.1%)、「端末の性能」(35.8%)、「本当に安くなるのかどうか」(35.5%)が上位に上がった。性別でみると、女性は男性よりも、多くの項目で心配だとする割合が高い。「アドレス帳・写真などのデータ移行」(男性16.4%、女性32.1%)、「普段使っているアプリやWebサイトが利用できるかどうか」(男性16.4%、女性28.4%)など、女性は、「格安スマートフォン・格安SIM」に変えることのリスクを懸念しているといえる。

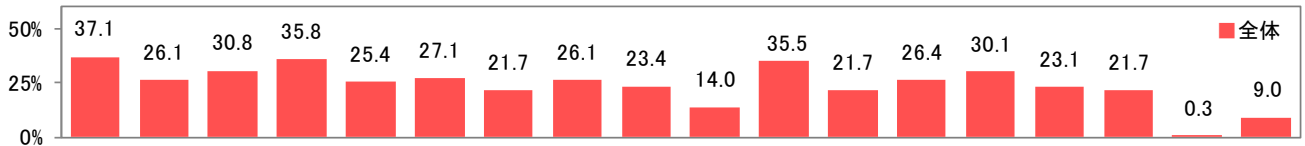
「格安スマートフォン・格安SIM」の利用意向(認知者のみ)

■実際に利用する予定がある／現在、利用している ■具体的な予定はないが、検討はしている
■検討していないが、興味はある ■まったく興味がない



利用予定あり、検討中、興味のある人

「格安スマートフォン・格安SIM」の利用にあたり心配なこと

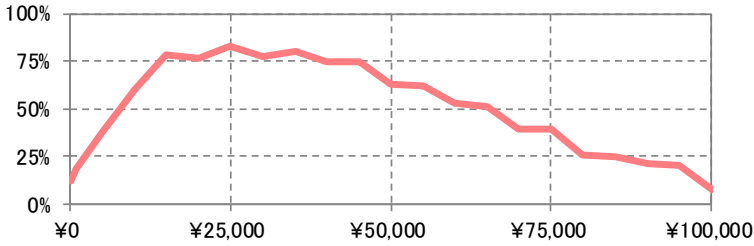


(n=)	通話・通信の品質	広さ	田舎や地下などつながるエリアの	態すぐに通信速度制限などの制限状	端末の性能	か端末がすぐに故障してしまわない	端末の電池の持ち	イトが使っているアプリやWebサ	ること	電話番号やメールアドレスが変わ	行アドレス帳・写真などのデータ移	要性スマートフォンに関する知識の必	ス本当に安くなるのかどうか	サービス提供企業の信頼性	情報セキュリティの安全性	お客様サポートの手厚さ	利用手続きの煩雑さ	取り扱い店の少なさ	その他	心配に思うことはひとつもない
全体 299	37.1	26.1	30.8	35.8	25.4	27.1	21.7	26.1	23.4	14.0	35.5	21.7	26.4	30.1	23.1	21.7	0.3	9.0		
男性 165	32.7	23.6	31.5	33.9	19.4	21.8	16.4	21.2	16.4	11.5	30.3	18.2	26.7	23.0	22.4	17.0	0.0	10.3		
女性 134	42.5	29.1	29.9	38.1	32.8	33.6	28.4	32.1	32.1	17.2	41.8	26.1	26.1	38.8	23.9	27.6	0.7	7.5		

※女性が10ポイント以上高い項目の背景に色をつけている

結果① スマートフォンの端末代金は15,000円～45,000円程度の価格帯がユーザーに許容されている

端末代金:購入許容者の割合

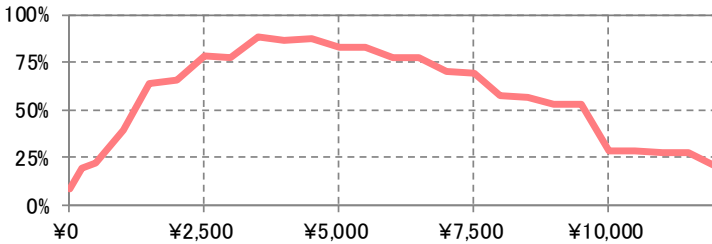


スマートフォンの端末代金は、5万円を超えると高いと感じる人が半数を超える。15,000円～45,000円の広い価格帯に購入許容者が多い。

しかし、購入許容者の割合は価格が上がっても下がりが緩やかであり、10万円を超えない程度の端末であれば、十分に受けられる余地がある。

結果② 通話・通信料(月額)は2,500円～6,500円程度の広い価格帯がユーザーに許容されている

通信・通話料(月額):購入許容者の割合



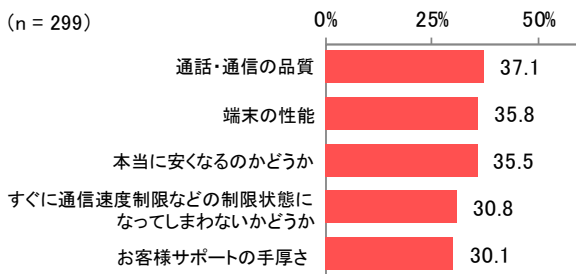
スマートフォンの通話・通信料(月額)は、4,000円を中心に2,500円～6,500円の広い価格帯に購入許容者が多い。1万円を超えると、購入許容者の割合は大きく下がるが、それでも25%以上を維持している。

通話と通信が可能な格安SIMの月額最低料金は980円であることが多いが、これは半数以上の人が「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」価格であり、安すぎるものと認識している。

結果③ 「通話・通信の品質」「端末の性能」など、安いことのデメリットを懸念している

「格安スマートフォン・格安SIM」の利用にあたり心配なこと

(n = 299)



「格安スマートフォン・格安SIM」を利用するにあたり、心配なことの上位は、「通話・通信の品質」「端末の性能」など、安いことのデメリットが上がっている。

女性は、さらに「アドレス帳・写真などのデータ移行」、「普段使っているアプリやWebサイトが利用できるかどうか」といった、「格安スマートフォン・格安SIM」に変えることへのリスクも懸念している。

結果から推測される仮説

■スマートフォン関連費用はパッケージ化が進んでおり、端末代金と通話・通信料(月額)は、ほぼ横並びでユーザーの選択の余地は小さくなっている。しかし、ユーザーの価格認識では、購入を許容する価格帯が広く、また端末代金も通話・通信料(月額)も、高い方には比較的寛容である。ユーザー個々の利用状況に応じた料金の差別化が望まれている。

■通話と通信が可能な格安SIMの月額最低料金は980円であることが多いが、この価格は、半数以上の人々が「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」ものであり、「格安スマートフォン・格安SIM」の普及に「安かろう、悪かろう」というネガティブな影響を与えている可能性がある。安さは、消費者にとって非常にインパクトが大きい要素であるが、安さのネガティブ面を緩和するためにも「利用状況に合わせた適正な料金」であることをユーザーに理解してもらう努力が必要である。

■女性は、男性に比べ、「格安スマートフォン・格安SIM」に変えることへのリスクを懸念している人が多い。料金を多少上げたとしても、「お客様サポート」に力を入れて、顧客の商品・サービスへの理解を高めるなど、「格安スマートフォン・格安SIM」の中での差別化を図ることも、今後求められるマーケティング戦略といえるだろう。

トピックスリサーチ

スマートフォンの価格に関する
マーケティングデータ
～価格認識と格安スマホ編～

発行日 2015年 12月 25日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒501-0296
岐阜県瑞穂市穂積1851
TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp