

店

平成14年1月11日

各位

東京都中野区本町4丁目38番13号
日本ホルスタイン会館内
株式会社 構造計画研究所
代表取締役社長 富野 壽
(登録銘柄 コード番号: 4748)

携帯電話に関するコンジョイント調査実施についてのお知らせ

当社は、2001年12月7日から12月13日まで、10才以上40才未満の携帯電話所有者を対象に、『携帯電話に関するコンジョイント調査』を実施いたしました。
本件の概要につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

<問い合わせ先>

株式会社構造計画研究所 コーポレート・コミュニケーション室長 藤島章博
〒164-0012 東京都中野区本町4丁目38番13号 日本ホルスタイン会館内
TEL: (03)5342-1141 FAX: (03)5342-1241
URL: <http://www.kke.co.jp> e-mail: ir2000@kke.co.jp

報道関係者各位

平成 14 年 1 月 11 日
株式会社構造計画研究所

携帯電話購入時に消費者が重視するのは、価格、メール文字数、表示色の順

TV 電話機能（FOMA）への興味はまだ一部ユーザのみ！

～ 携帯電話に関するコンジョイント調査 ～

株式会社構造計画研究所（東京都中野区、代表取締役社長 富野 壽）は、2001年12月7日から12月13日まで、10才以上、40才未満の携帯電話所持者を対象に、携帯電話の利用状況、端末買い替え時の機能評価、サービス評価に関するアンケート『携帯電話に関するコンジョイント調査』を実施致しました。有効回答者数1,729名でした。

1. 調査概要

実施時期：2001年12月7日～2001年12月13日

回答者数：1,729名

実施方法：一般消費者を対象としたインターネット・アンケート。インタビュー・システムは、Web版コンジョイント分析インタビューが可能な（株）構造計画研究所のシステムを使用（<http://www7.kke.co.jp/>）

回答者属性：

- ・ 今回のアンケート回答者の内訳は、年齢では10代、20代、30代がそれぞれ、26.5%、35.4%、38.1%。
- ・ また、男女比を見ると、男性 50.4%、女性 49.6%と男女ほぼ半々の割合で構成されている。
- ・ 回答者が（主に）利用している携帯電話会社は、NTT DoCoMo が 53.3%で半数を占める。以下、J-Phone 21.8%、au 16.8%、ツーカー6.0%の割合。

2. 調査手法(コンジョイント分析)について

コンジョイント分析とは、客観的属性と選好の関係を調査するために、製品特性のあらゆる組み合わせのうちどの組み合わせが好まれるかを調べる手法。選好データの収集にあたっては「プロファイル」と呼ばれる仮想的製品・サービスを選好の対象として、物理的・機能的属性と選好の関係を測定・分析する。

今回の調査では、「表示色」「TV電話機能」「ハーモニー着信音」「デジカメ機能」「メール文字数」「価格」の6つの属性について、総合的に評価してもらい回答者毎に、どの機能にこだわるかを測定した(別紙図1)。

コンジョイント分析では、これらの属性のこだわり度(重要度)が回答者毎に測られる(別紙図2)。また、各属性内の水準(レベル)に対する各回答者の評価点(効用値)も測定される(別紙図3)。メール文字数では、250文字と2000文字の違い(全体平均で、 $39.8-2.0=37.8$ ポイント)にはこだわるが、2000文字と5000文字の違い(全体平均で、 $57.8-39.8=18.0$ ポイント)にはそれほどこだわらない(別紙図3-5)。価格の評価点は2万円から3万円の間で大きく変化しており(別紙図3-6)、携帯電話端末の買い替え価格として、3万円以上の価格に対する抵抗感が大きい、といったことが分かる。

3. 調査結果について

携帯電話サービスでは、NTT DoCoMo、J-Phone、au、ツーカー等、複数のサービス会社が存在するが、現在の市場ではNTT DoCoMoが圧倒的なシェアを保持している。対して、J-Phoneはデジカメを搭載した機種を販売し、携帯電話間で写真画像をやり取りできるサービス(「写メール」)を提供し、シェアの拡大を図っている。また、NTT DoCoMoは本年10月からW-CDMA方式を利用した、高速大容量ネットワークサービス「FOMA」の提供を開始し、TV電話機能を搭載した携帯端末機種の販売を開始している。

今回の携帯電話利用者を対象としたコンジョイント調査では、携帯電話端末の買い替え時に消費者が最も重視する項目は、6項目のうち、「価格」が1,111人で全体の64.3%、「メール文字数」が216人で12.5%、「表示色」が209人で12.1%、以下「デジカメ機能(5.3%)」、「ハーモニー着信音(4.4%)」、「TV電話機能(1.4%)」であることがわかった(別紙図4)。

現在の利用端末別に見ると、J-Phone利用者は「メール文字数」を重視する人が15.9%と多いのに比べ、DoCoMo利用者は9.5%と少ない(別紙図5-1、5-2)。

また、今回の調査結果を基に携帯電話端末の機能面だけでの評価シミュレーションを行った結果、DoCoMoの503isシリーズの標準機種(「表示色：4,096色」「ハーモニー和音：16和音」「デジカメ機能：なし」「TV電話機能：なし」「メール文字数：全角250文字」「価格：2万5千円」と、J-Phone新機種(「表示色：4,096色」「ハーモニー和音：40和音」「デジカメ機能：あり」「TV電話機能：なし」「メール文字数：全角3000文字」「価格：5万円」)のどちらかの選択では、503isシリーズが41.3%、J-Phone新機種が58.7%となった。

(別紙図6)。これは、2万5千円の価格差を考慮しても高機能(「デジカメ機能」「メール文字数」)な J-Phone 端末の方が優れていると評価するユーザーが多いことを示す。しかしながら実際の市場では、DoCoMo ユーザーが大勢を占めることから、今回の調査に含まれない DoCoMo ブランドへの安心感、宣伝広告の効果などが強力に市場に作用していることが伺える。

また、これら2機種とTV電話機能が使える FOMA 機種(「表示色:65,536色」「ハーモニー和音:16和音」「デジカメ機能:あり」「TV電話機能:あり」「メール文字数:全角250文字」「価格5万円」との評価シミュレーションを行った場合、503isシリーズが、30.8%、J-Phone 新機種が42.4%、FOMA 機種が26.8%となった(別紙図7)。この結果から、FOMA 機種の特徴の一つである、「TV 電話機能」に対する携帯電話使用者の要求は、未だ高まっていないことが推測される。また、「FOMA の利用できる端末をどれぐらい買いたいですか」という質問に対しても、「あまり買いたくない」が24.7%、「全く買いたくない」が16.4%と、購入意向もそれほど高くないことが伺える(別紙図8)。全ての機種を同価格(「2万5千円」)にした場合でも、503isシリーズ3.3%、J-Phone 新機種58.4%、FOMA 機種38.3%となっており、J-Phone 機種の優位性は揺るがない(別紙図9)。携帯端末の機能面だけを見ると、J-Phone は使用者のニーズに沿った端末を提供していると言える。

以上

☒ 本件に関するお問合せ先

株式会社構造計画研究所

創造工学部 川野、西山

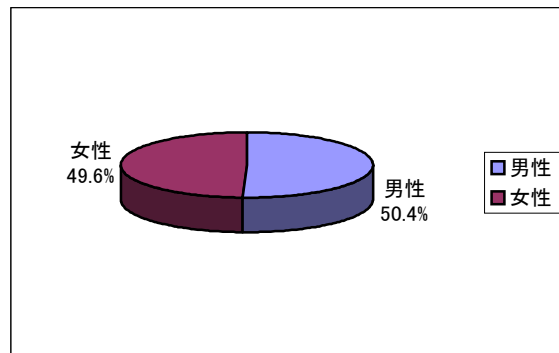
TEL: 03-5242-1125, FAX: 03-5342-1225

E-mail: kawano@kke.co.jp, nishi@kke.co.jp

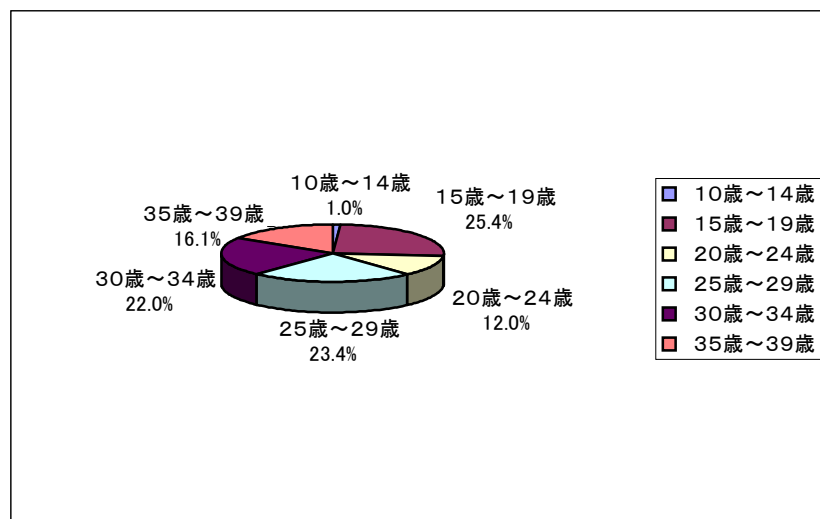
(別紙資料：調査結果データ編)

【回答者属性】

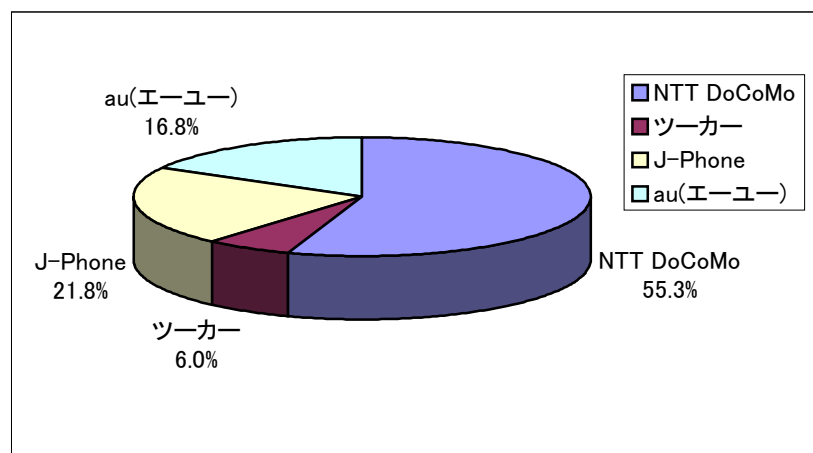
性別 (N=1729)



年代 (N=1729)



(主に)利用している携帯電話会社 (N=1729)



【調査手法】

図 1 コンジョイント調査 質問画面例



図 2 各項目平均重要度

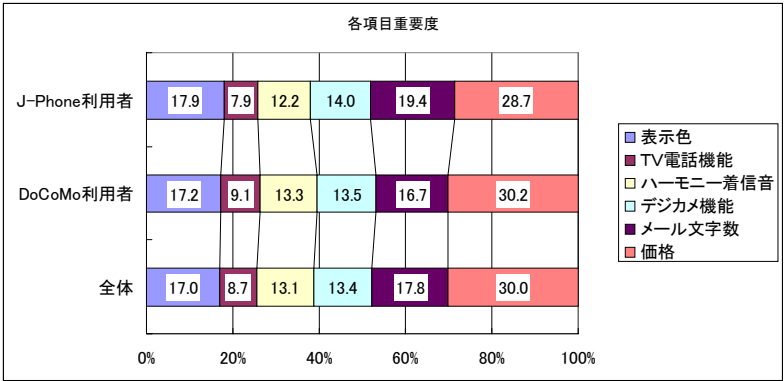


図 3 - 1 平均効用値・表示色

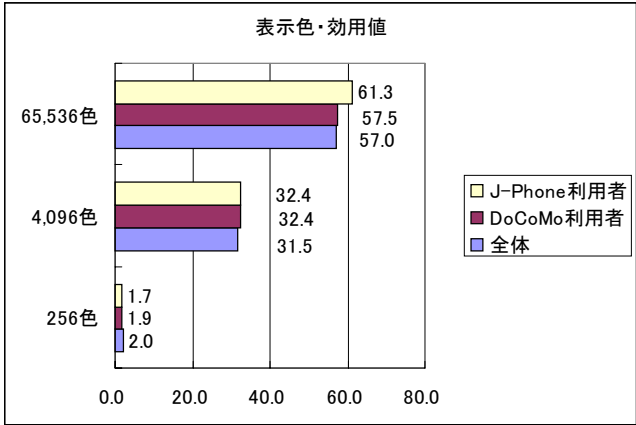


図 3 - 2 平均効用値・T V 電話機能

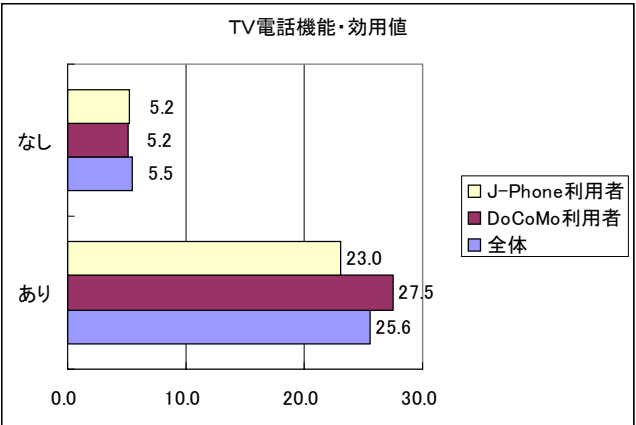


図 3 - 3 平均効用値・ハーモニー着信音

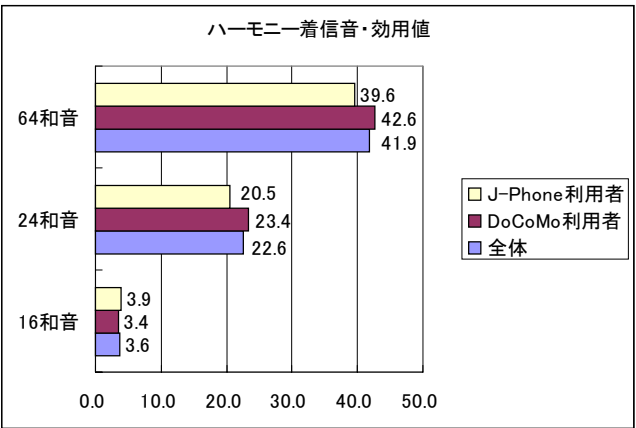


図 3 - 4 平均効用値・デジカメ機能

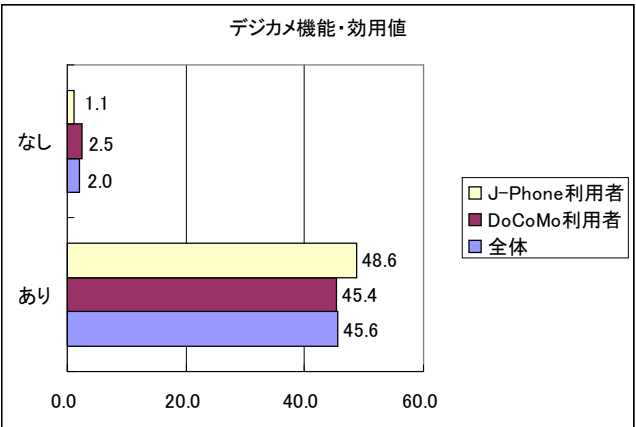


図 3 - 5 平均効用値・メール文字数

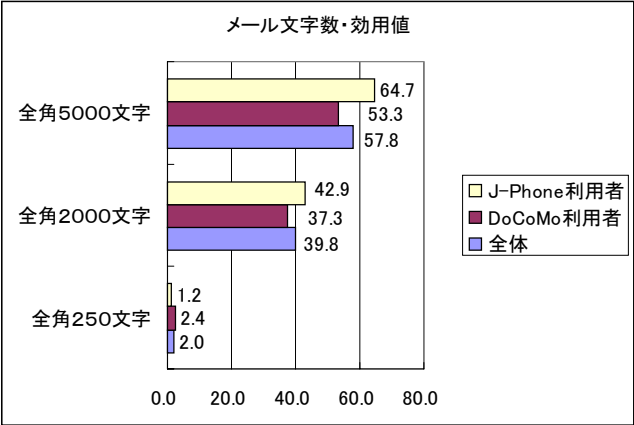
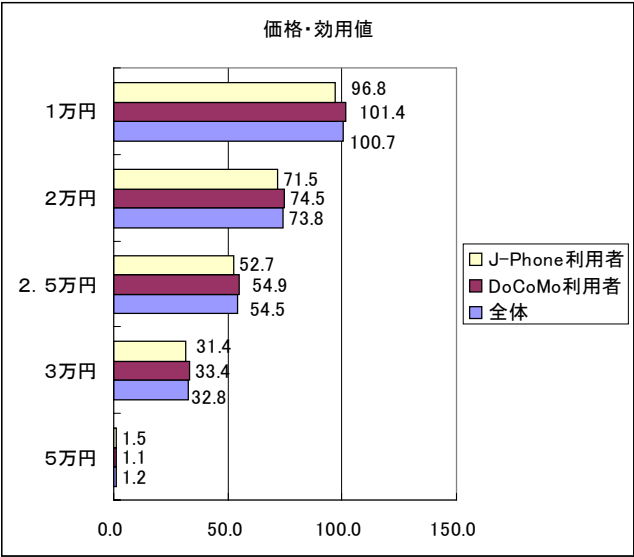


図 3 - 6 平均効用値・価格



【調査結果データ】

図 4 機種変更時の最重視項目(N=1729)

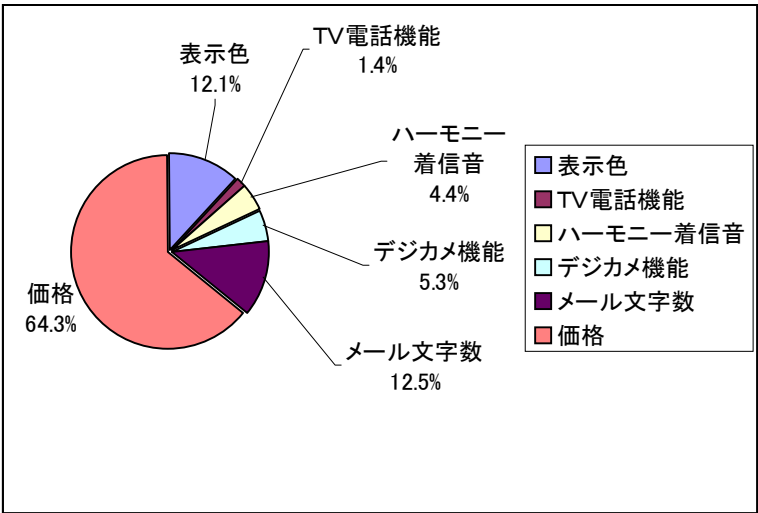


図5-1. 機種変更時の重視項目 DoCoMoユーザー (N=957) 図5-2. 機種変更時の重視項目 J-Phoneユーザー (N=377)

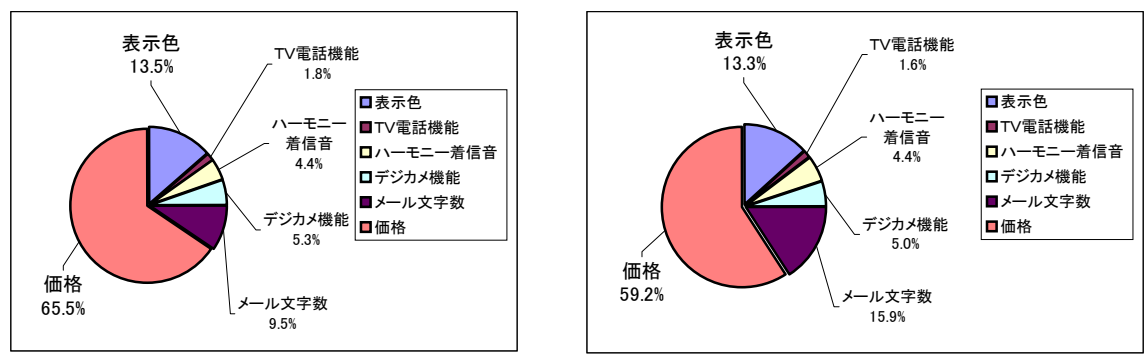


図6. 機能評価シミュレーション (N=1729)

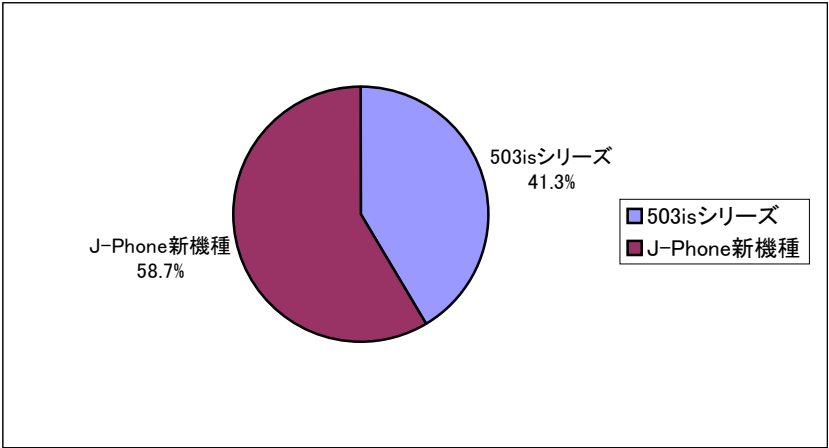


図7. 機能評価シミュレーション (N=1729)

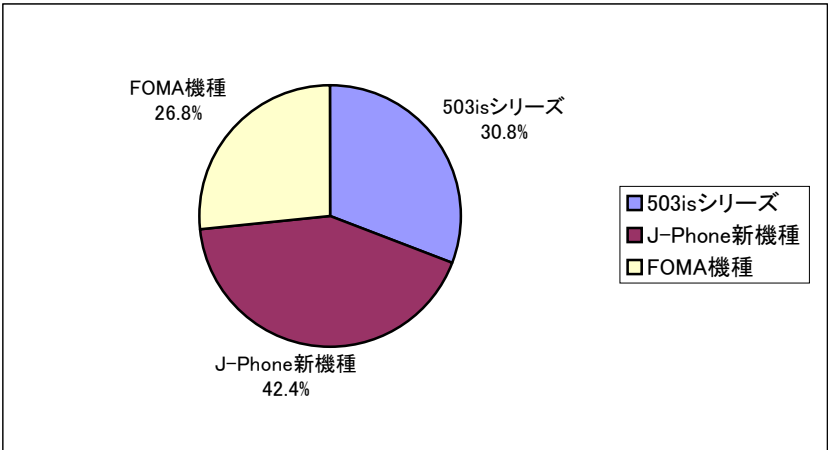


図8. FOMA 端末購入意向(N=1354 <<FOMA 認知者>>)

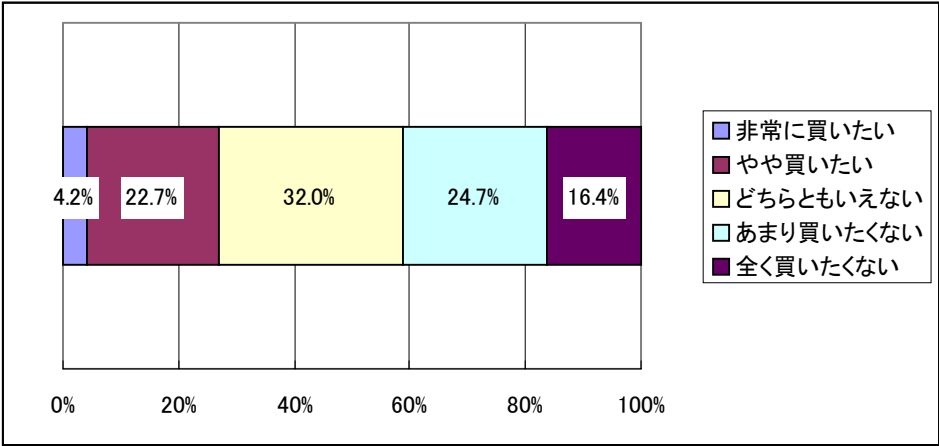


図9. 機能評価シミュレーション (N=1729)

