

格安スマホユーザーは検索がお上手な既婚サラリーマン

2016年11月10日

株式会社ビデオリサーチ（本社：東京都千代田区、社長：加藤譲、以下ビデオリサーチ）は、1万人にタブレットを配布して行う調査：ACR/ex（エーシーアールエクス）調査のデータを用いて、格安スマホユーザーに関する概観分析を行いましたので、その結果をお知らせします。

（東京 50Km 圏、関西、名古屋、北部九州、札幌、仙台、広島地区在の 20-69 歳の男女 9,724 人をベースに、格安スマホユーザー：513 人、iPhone ユーザー：3621 人を分析。2016 年 4～6 月調査）

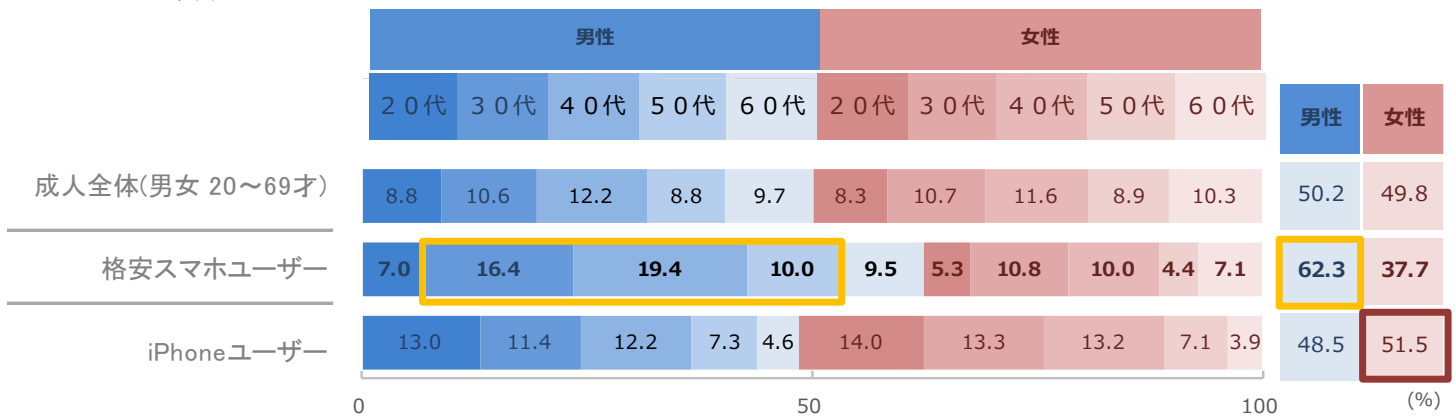
【1】 格安スマホユーザーのプロフィールは？

最近、何かと話題の格安スマホ。契約者数も増加中。とはいえ、周りで使っている人はまだまだ少なく、格安スマホユーザーの顔がよくわかりません。一体どんな人たちなのでしょう。性・年齢、未既婚、勤務形態の観点から、iPhone ユーザー(3 大キャリアを合算)との比較で見いきましょう。

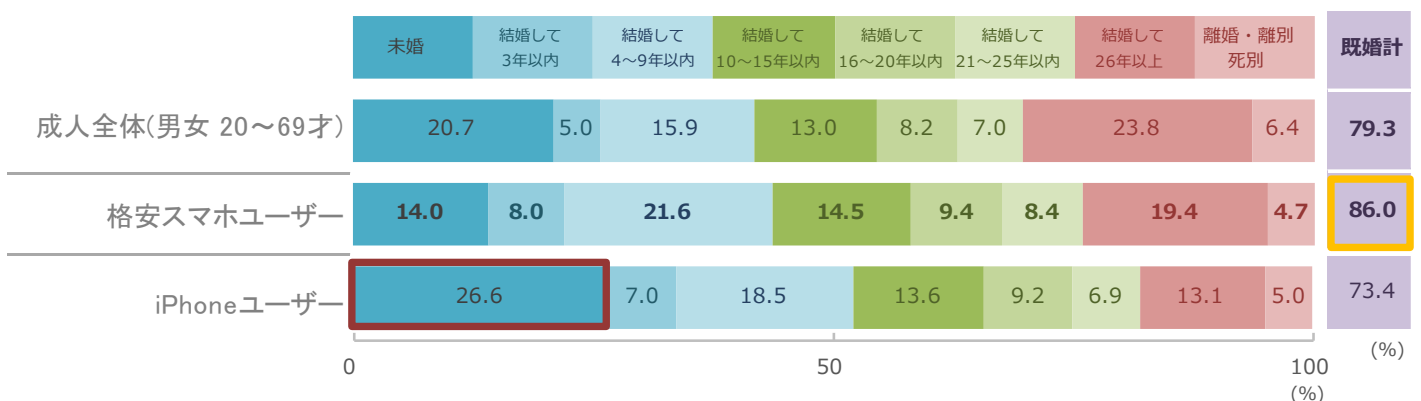
まず、＜性・年齢＞で見ると、格安スマホユーザーは男性の含有割合が高く（62.3%）、中でも 30～50 代男性が多く含まれているようです。一方、iPhone ユーザーは女性が過半を占める（51.5%）点と大きく異なります。

＜未・既婚、結婚年数＞では、既婚者が多く（86.0%）、iPhone ユーザーに未婚者が多い点とも異なります。

＜性・年齢＞

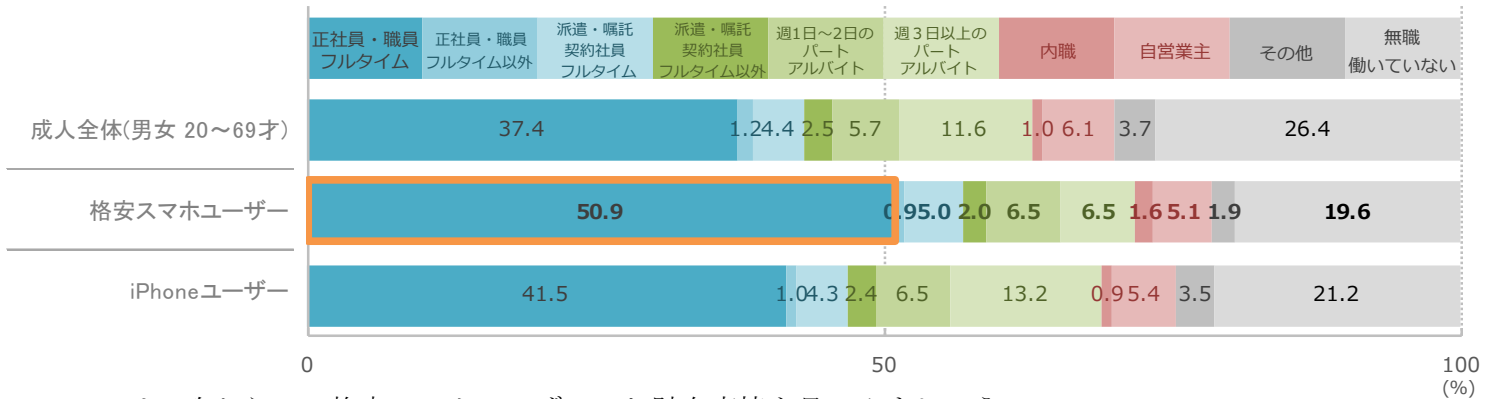


＜未・既婚＞



既婚 30～50 代男性が多いことから想像出来るように、＜勤務形態＞では正社員の割合が多くなっています。以上から、既婚の男性サラリーマンというユーザー像が浮かび上がってきました。

＜勤務形態＞



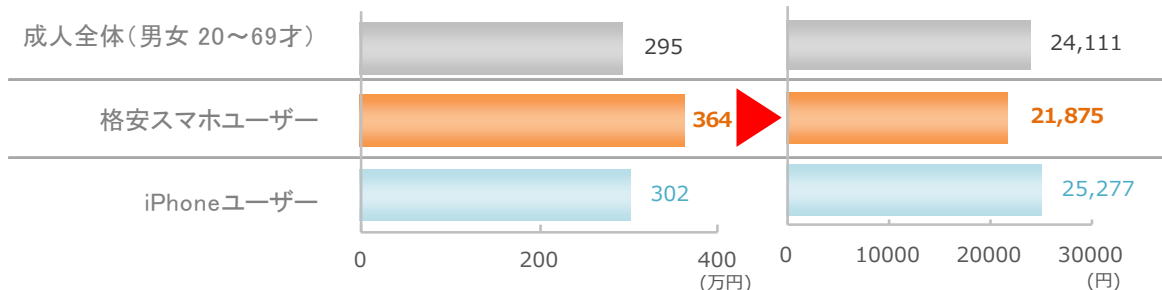
では、次からこの格安スマホユーザーのお財布事情を見てみましょう。

【2】 格安スマホユーザーのお財布事情は？

格安スマホユーザーは、iPhone ユーザーと比較してサラリーマン層が多いこともあって、個人年収は高い結果となっています。それなのに！ 1 ヶ月のお小遣いは少ないご様子。ここには、サラリーマンの悲しい現実が感じられます。

＜個人年収（平均）＞

＜1 ヶ月の小遣い（平均）＞



次に、その悲しき格安スマホユーザーの意識面を見てみましょう。

【3】 格安スマホユーザーは調べ物好き？

まず、広告を見た後に取る行動が特徴的です。格安スマホユーザーは各種広告を見た後に、PC・タブレットで調べる傾向があります。一方の iPhone ユーザーは、そのままスマホで手軽に調べものを行っているようです。格安スマホユーザーはより詳細にじっくり調べることが出来る PC を愛用しているのでしょう。お小遣いが限られている分、その限られた予算の中でよりコスパのよいものを追い求める姿が浮かびあがってきます。

【格安スマホユーザー】

【iPhoneユーザー】

＜広告を見て行なった行動の第1位＞

	1位		1位	
テレビCM	PC・タブレットで調べた	31.3	携帯・スマホで調べた	29.4
ラジオCM	PC・タブレットで調べた	5.9	携帯・スマホで調べた	4.5
新聞広告	PC・タブレットで調べた	13.7	携帯・スマホで調べた	9.4
雑誌広告	PC・タブレットで調べた	15.6	携帯・スマホで調べた	15.1
電車の車内広告	PC・タブレットで調べた	12.1	携帯・スマホで調べた	7.6

(%)

(%)

次に買い物に関する意識を見てみましょう。格安スマホユーザーはやはり「性能・機能中心」で選ぶようです。買い物前に調べてから、そして口コミも参考にしながら、PCで調べているのでしょう。小遣いが少ないので、失敗出来ないですからね。頑張れ日本サラリーマン！

<買い物意識>

■ ■ : 成人全体 (男女 20~69 才) ■ ■ : 格安スマホユーザー ■ ■ : iPhone ユーザー


性能・機能中心で選ぶ	23	43	13	4	デザイン・色中心で選ぶ
事前に調べてから買いに行く	27	36	14	5	直接店に行ってその場で決める
ネット上の口コミを参考にして購入する	21	45	8	9	ネット上の口コミを参考にして購入しない

以上が、現時点での格安スマホユーザー像として明らかになったプロフィールです。今回は、当社 ACR/ex (エーシーアールエクス) 調査データから分析を行いました。ACR/ex では、全ての商品カテゴリーにおける生活者の消費実態や各種意識、また各種メディアの接触状況まで把握でき、市場分析からメディアプランニングまでのプロセスで御活用いただけます。

本件の詳細については当社コーポレートコミュニケーション室まで、お問い合わせ下さいませよう、お願い致します。

なお、ACR/ex の詳細については以下のページをご覧ください。
<http://www.videor.co.jp/solution/new-technology/acrex.htm>

<ACR/exの調査概要>

調査エリア 及び 標本数	東京50km圏：4,800s	関西地区：1,700s 名古屋地区：1,000s 北部九州地区：800s 札幌地区：800s 仙台地区：800s 広島地区：800s
	7地区計：10,700s	
調査依頼期間	1年間のパネル化 (6ヶ月ごとに半数ずつ入替)	毎年4~6月 (1年ごと入替)
対象者抽出方法	ARS (エリア・ランダム・サンプリング) ※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計	
調査方法	訪問による調査対象者説得、 電子調査票による調査 ※回答者全員に通信機能付きの回答専用端末 (タブレット端末) を貸与	
調査対象者	男女12~69歳の個人	