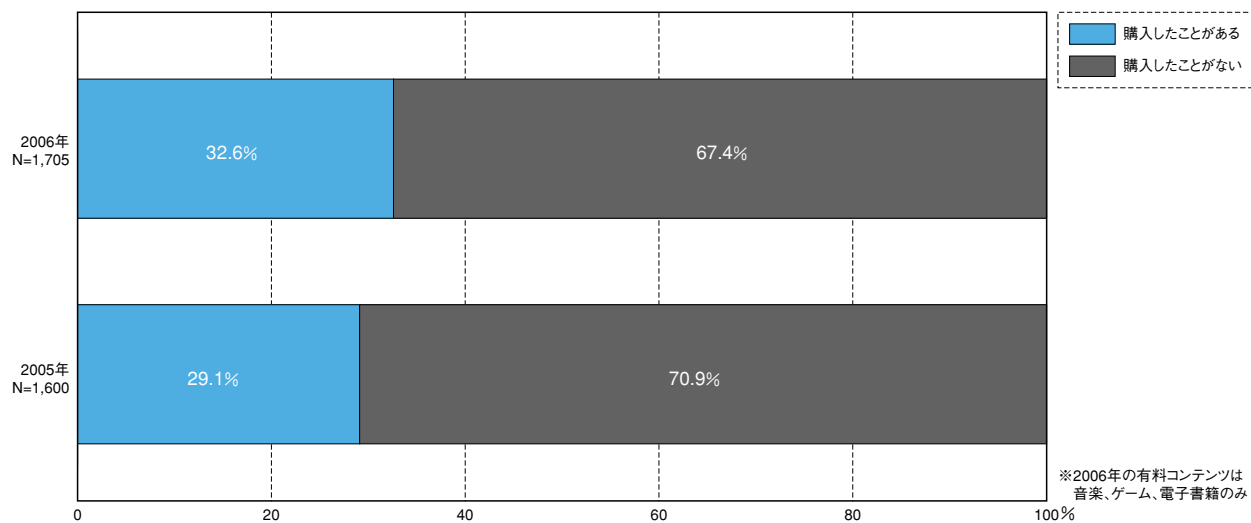


コンテンツ全体動向

32.6%が有料コンテンツ購入経験者

資料2-3-1 有料コンテンツの購入経験 [2005年-2006年]

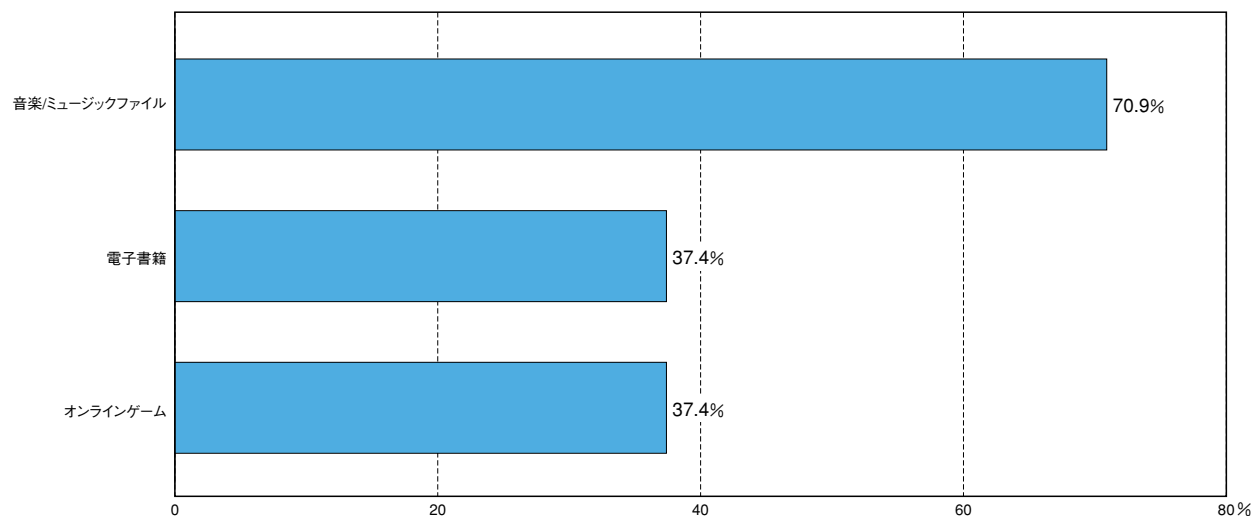


©Access Media/impress R&D,2006

電子書籍、オンラインゲーム、音楽/ミュージックファイルといった有料コンテンツの購入有無について聞いた結果である。2005年とは、有料コンテンツの定義が若干異なるが、代表的な有料情報コンテンツの購入について聞いているため、比較対象とした。購入経験者は、2005年の29.1%よりも若干増加し、32.6%となっている。

購入ジャンルのトップは「音楽/ミュージックファイル」70.9%

資料2-3-2 購入した有料コンテンツのジャンル（複数回答） N=556



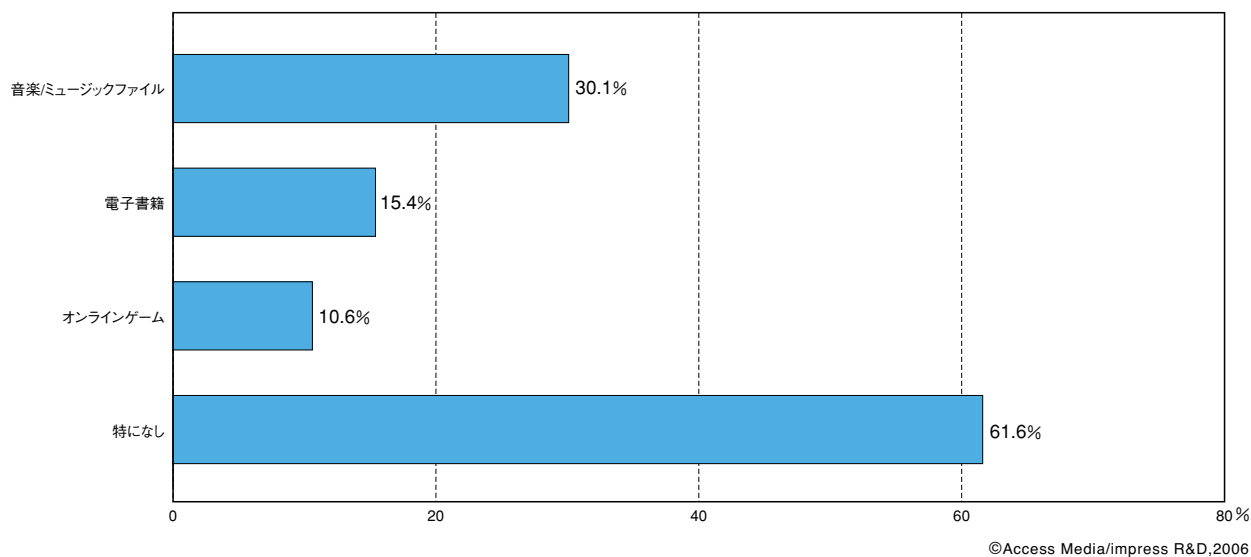
©Access Media/impress R&D,2006

有料コンテンツ購入経験者556サンプルの購入したことがある有料コンテンツのジャンルは、「音楽/ミュージックファイル」がトップで70.9%。「電子書籍」と「オンラインゲーム」は同率で37.4%である。性別年代別でみると、男性30代では、すべての有料コンテンツのジャンルにおいて購入率が高く、メイン購入者であることがわかる。また「音楽/ミュージックファイル」については、男女ともに40代の購入率が高い。

コンテンツ全体動向

30.1%が「音楽/ミュージックファイル」支持、6割は「特になし」

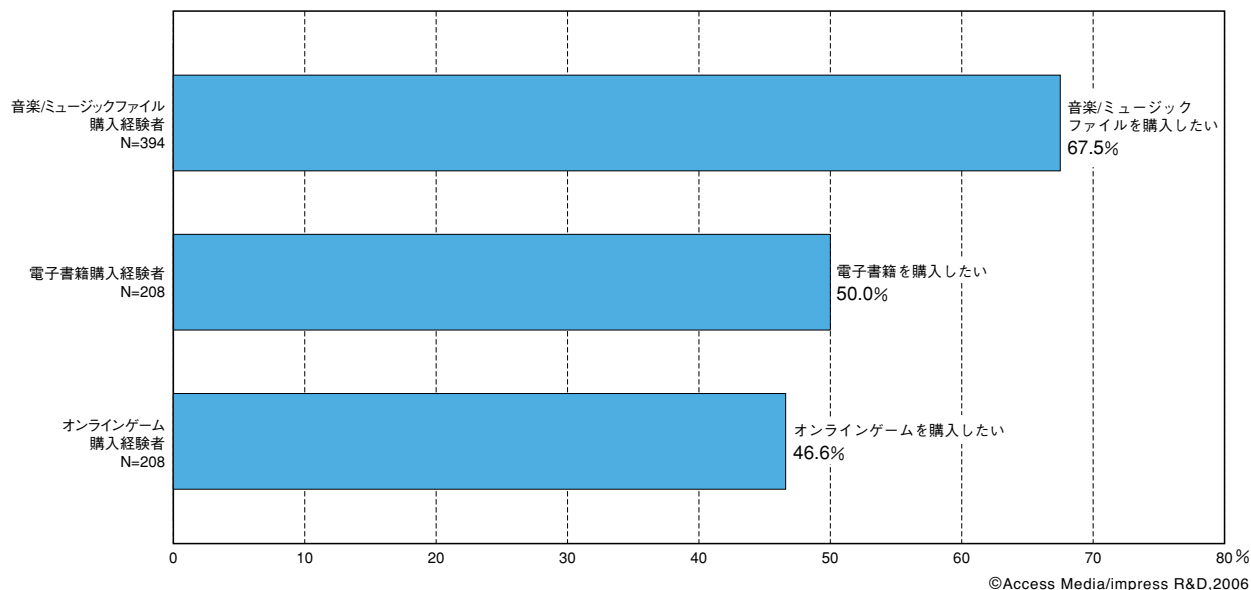
資料2-3-3 今後購入したい有料コンテンツのジャンル（複数回答） N=1,705



有料コンテンツ非購入者と購入経験者を対象に、今後、継続/購入したい有料コンテンツのジャンルについて聞いたところ、全体の6割が有料コンテンツの購入に関心がない。購入意向のある4割の中では、「音楽/ミュージックファイル」が最も高い。性別年代別では、10代、20代の若年層の比率は低く、20代、30代の購入意向が高い。ただし、「音楽/ミュージックファイル」は10代女性の購入意向が高い。

音楽/ミュージックファイルの継続購入率は67.5%

資料2-3-4 有料コンテンツの購入経験別にみた今後も購入したい比率比較（参考値）

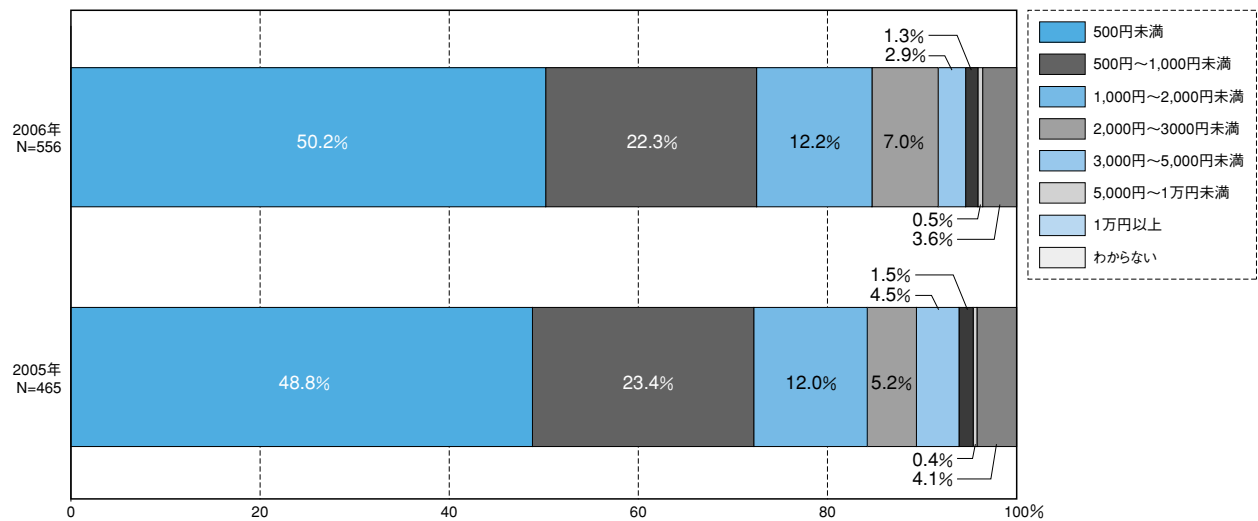


このグラフは、各ジャンルの有料コンテンツ購入経験者に対して、購入経験のあるジャンルの継続購入率を出したものである。「音楽/ミュージックファイル購入経験者」の7割近くが継続して購入すると答えており、「電子書籍購入経験者」も半数が購入予定であると回答している。

コンテンツ全体動向

月額支払い金額は「1,000円未満」で7割

資料2-3-5 有料情報に支払っている1か月の金額 [2005年-2006年]

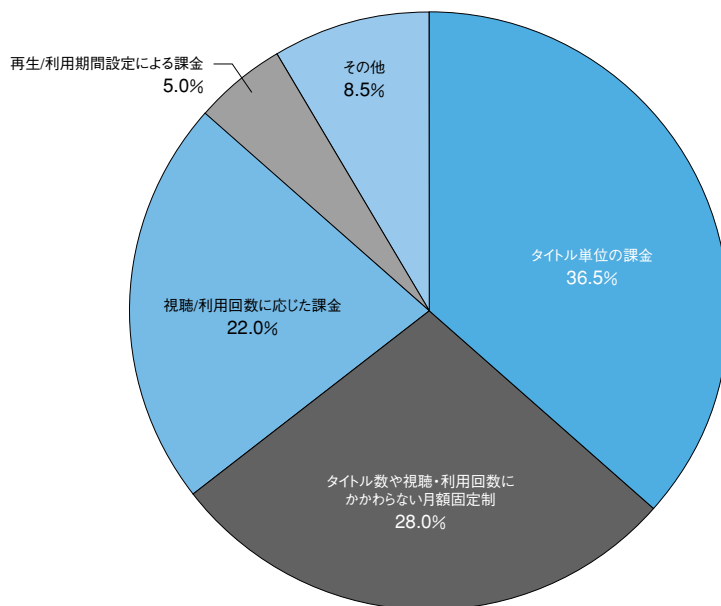


©Access Media/impress R&D,2006

有料コンテンツ購入経験者556サンプルの1か月あたりに支払っている平均金額は、「500円未満」(50.2%)が半数を占めており、「500円～1,000円未満」(22.3%)と合わせると72.5%となる。1コンテンツ当たりの単価が数百円という安価なものが多いことなどから、支払い金額は1,000円未満が多い。2005年と比較しても同様の結果である。

「タイトル単位の課金」の支持率が高く36.5%

資料2-3-6 望ましいと思う有料コンテンツの課金形態 N=1,705



©Access Media/impress R&D,2006

望ましい課金形態は、買った分だけ請求される「タイトル単位の課金」が高く、次いで「タイトル数や視聴・利用回数にかかわらず月額固定制」である。また、「タイトル単位の課金」は、半数が有料情報購入経験者で占められており、「視聴/利用回数に応じた課金」では、購入未経験者が相対的に高い。「月額固定制」については、月額3,000円以上の高額を支払っている有料情報購入経験者の支持率が高い。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp