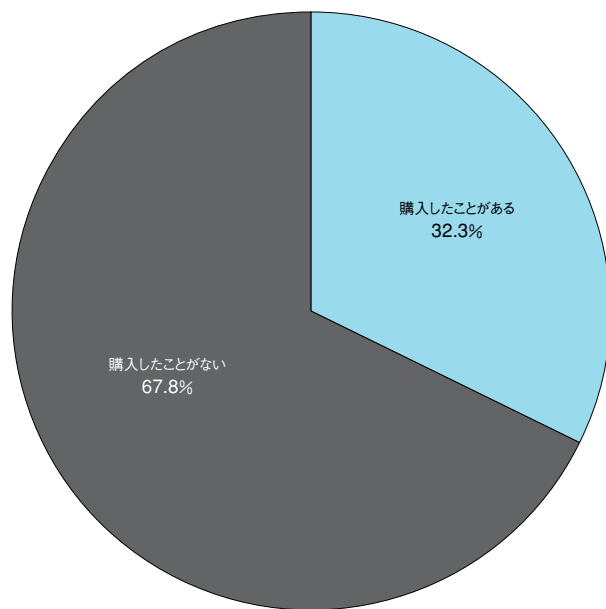


コンテンツ全体動向

有料コンテンツの購入経験者は32.3%

資料2-4-1 有料コンテンツの購入経験 N=2,000

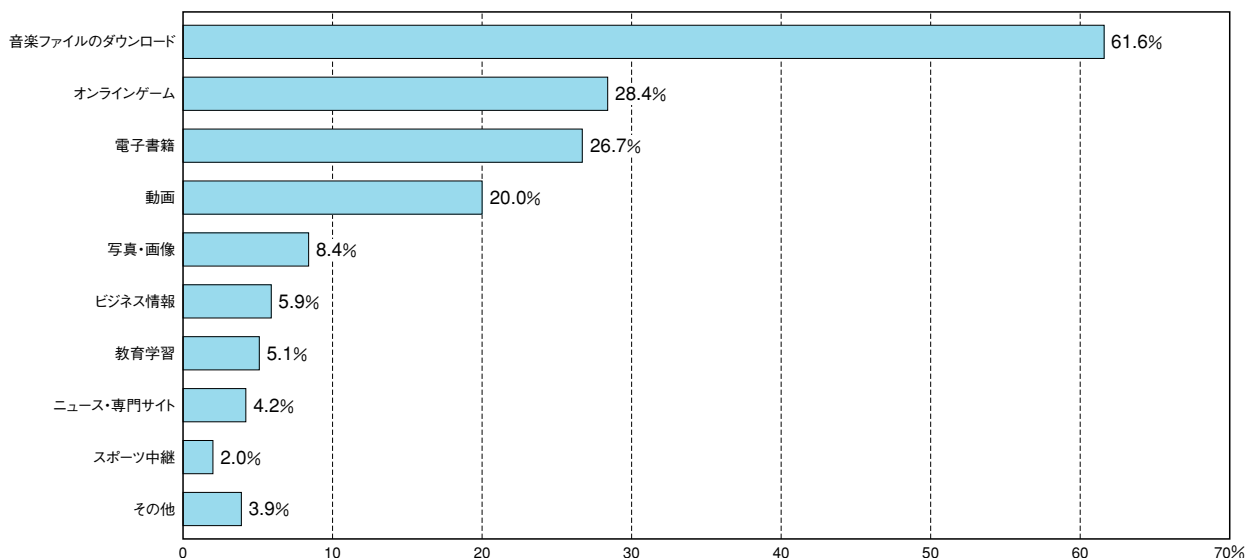


©impress R&D,2007

有料コンテンツの購入経験をみると、3割が何かしらの有料コンテンツを「購入したことがある」と回答している。本書には掲載していないが、性年代別にみると、男性40代が41.6%と最も購入経験がある比率が高く、男性30代、20代が続く。女性の場合、全体的に購入率は男性より低い。10代の購入率が最も高く、年代が上がるほど購入率は低下する。

購入ジャンルのトップは「音楽ファイルのダウンロード」の61.6%

資料2-4-2 購入した有料コンテンツのジャンル（複数回答） N=645



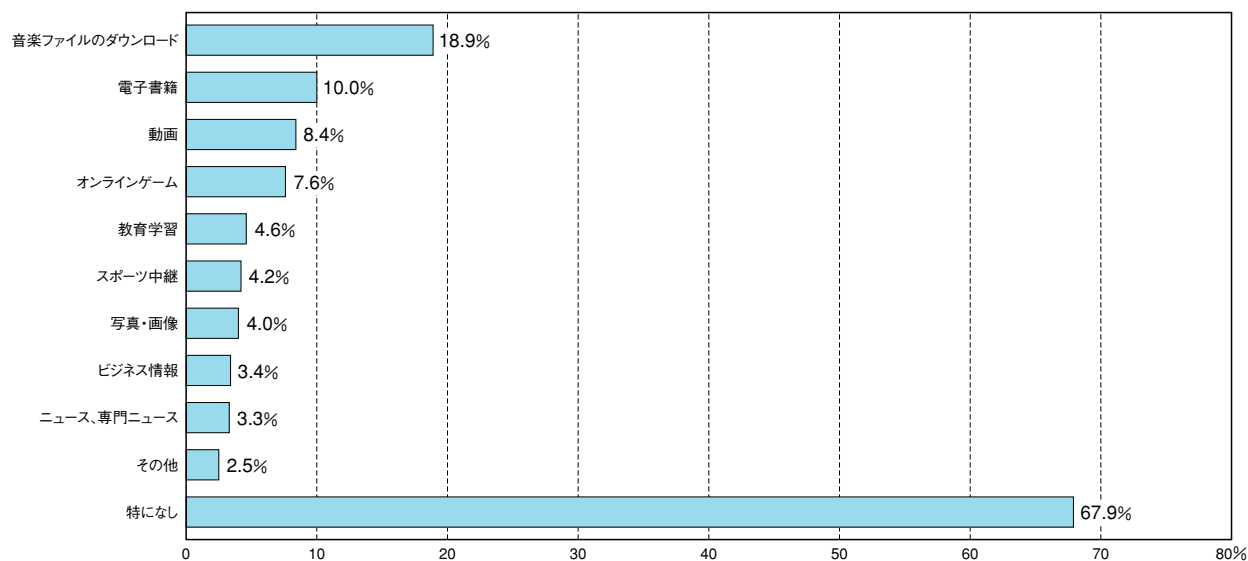
©impress R&D,2007

有料コンテンツ購入経験者の、購入したことがあるコンテンツのジャンルをみると、「音楽ファイルのダウンロード」が61.6%と最も高く、「オンラインゲーム」が28.4%、「電子書籍」が26.7%、「動画」が20.0%と続く。「ビジネス情報」「教育学習」「ニュース・専門サイト」といったジャンルの購入率は低く、エンターテインメント系のコンテンツの利用が多い。

コンテンツ全体動向

7割弱が今後の購入意向「特になし」

資料2-4-3 今後購入したい有料コンテンツのジャンル（複数回答） N=2,000

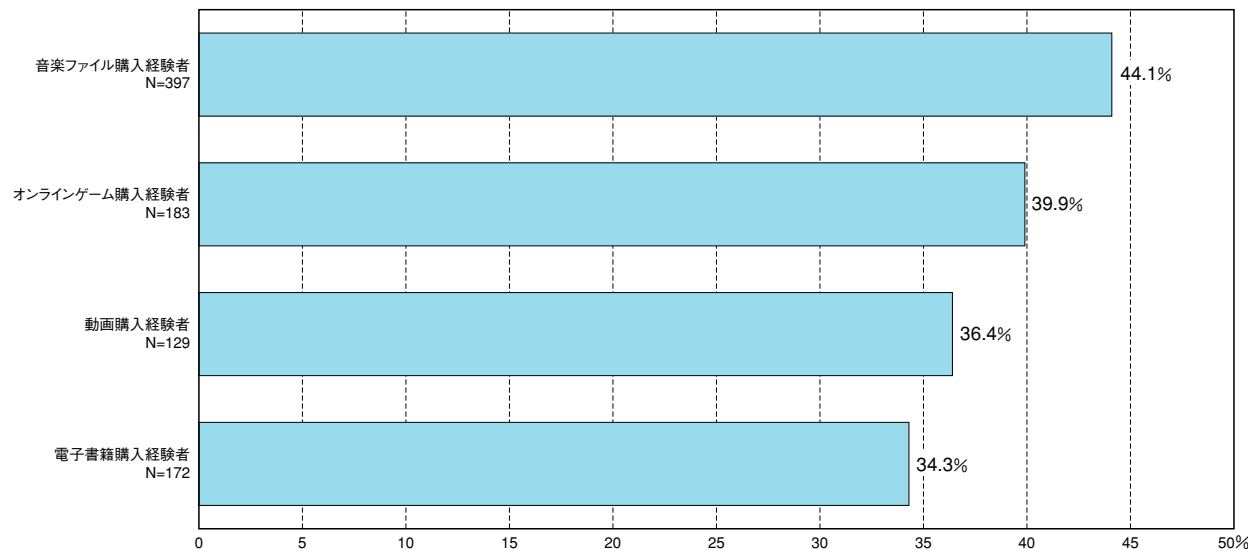


購入経験がない人も含めて全員に、今後購入したい有料コンテンツをきいたところ、全体の7割弱が「特になし」と回答しており、購入意向がない。これまでの購入経験の有無別にみると、これまで購入経験がない人では、約85%が「特になし」と今後も購入意向がないという結果になっている。購入意向のあるジャンルをみると、エンターテインメント系のジャンルの意向が高い。

©impress R&D,2007

有料コンテンツの継続購入意向は「音楽ファイル」で44.1%

資料2-4-4 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（参考データ）



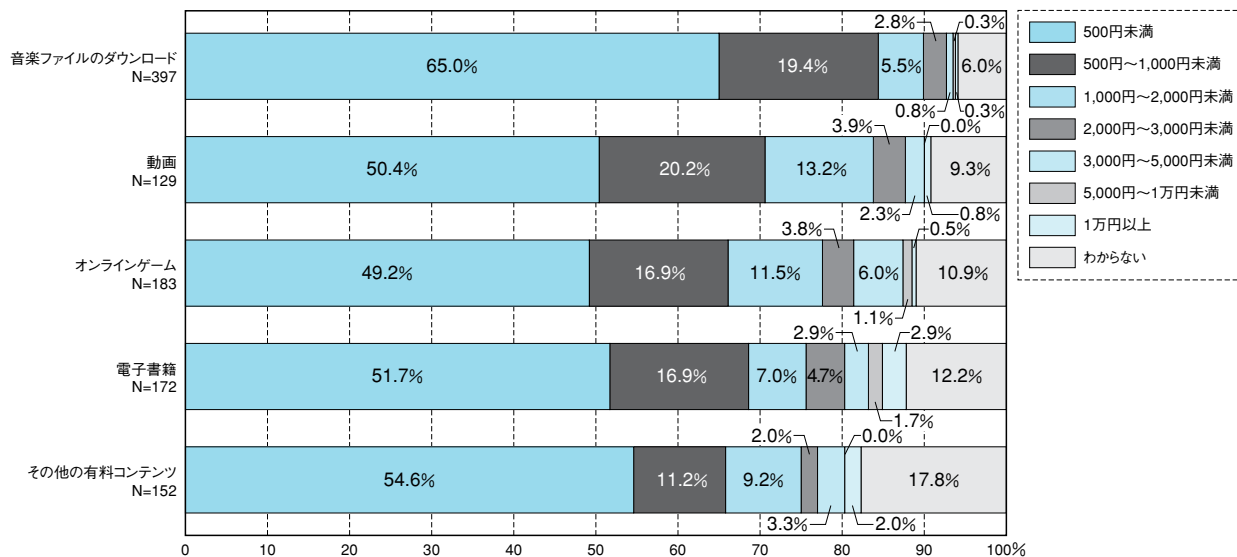
各ジャンルの有料コンテンツの購入経験者に対して、購入経験のあるジャンルを今後も購入したいと回答しているか否かをみたものである。購入経験者の多い上位4ジャンルのみ継続購入意向をみると、「音楽ファイル購入経験者」の44.1%が継続して購入すると回答しており、その他のジャンルも4割弱が継続して購入すると回答している。

©impress R&D,2007

コンテンツ全体動向

有料コンテンツの支払額は500円未満が半数

資料2-4-5 有料情報に支払っている1か月の金額

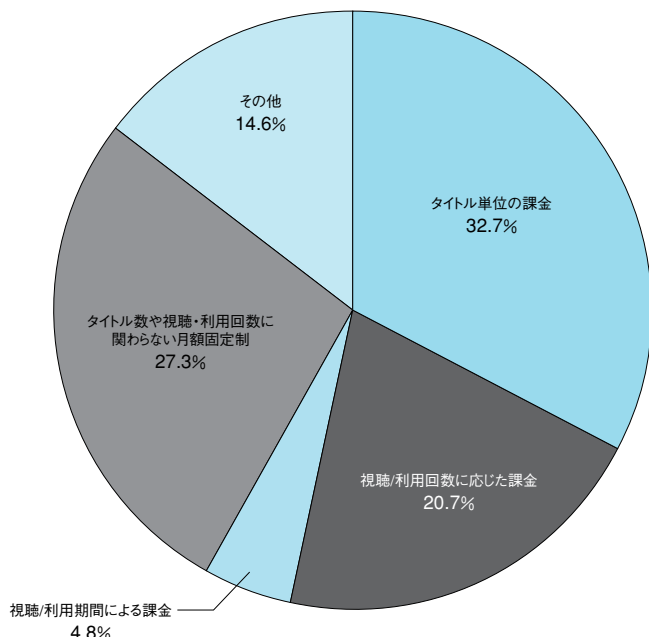


有料コンテンツ購入経験者に1か月当たりの平均購入金額を聞くと、どのジャンルのコンテンツも「500円未満」がおおむね半分以上を占めている。一方で、月に2,000円以上支払っている利用者の比率は、「電子書籍」が12.2%、「オンラインゲーム」が11.4%の順になっている。

©impress R&D,2007

32.7%が「タイトル単位の課金」を希望

資料2-4-6 望ましいと思う有料コンテンツの課金形態 N = 2,000



望ましい課金形態は「タイトル単位の課金」が32.7%で最も高く、「タイトル数や視聴・利用回数にかかわらず月額固定制」が27.3%である。本書には掲載していないが、購入経験の有無別にみると、購入経験のある利用者では「タイトル単位の課金」が42%と高い比率であり、未経験者と傾向が異なっている。

©impress R&D,2007



[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