

プレスリリース

報道関係者各位

電通イージス・ネットワークの iProspect(アイプロスペクト)、音声技術に関する マーケット調査「The Future is Voice Activated - 未来は音声認識 -」を発表 - 利用目的と利用率を APAC 内 6 つのマーケットで調査した結果、 日本の音声技術普及率は他の APAC 市場と比べて低い成長率であることが判明 -

iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都中央区)はグローバルな自社ネットワークの優位性を最大限活用し、スマートフォンユーザーを対象に音声技術の利用目的とその利用率を調査した研究結果を発表いたしました。この調査は日本、中国、インド、インドネシア、シンガポール、オーストラリアの6つのマーケットを対象に、音声技術に対する戦略(ボイスストラテジー)を構築するマーケットにとってどのような影響があるのかを明らかにするために実施されました。

本調査は2018年4月 iProspect がマーケティングリサーチコンサルタント Idstats と共に、18-50歳で構成された1,800人以上のスマートフォンユーザーを対象に実施され、APAC地域における音声技術(音声検索、音声認識、音声対応アプリなどを含む)の影響とその規模を明白にいたしました。回答者の62%が過去6か月以内に音声認識機能を使用したと回答し、中でもインド(82%)と中国(77%)は音声技術の利用において高レベルであることが判明いたしました。また、56%は過去6か月の間に音声技術の利用頻度が上昇したと回答し、95%はこの先一年間音声認識を使い続ける意志があると回答いたしました。

調査とネットプロモータースコア(NPS)に基づき、iProspect は調査を実施したマーケットを保守的成長市場と躍動的成長市場の2つのカテゴリーに分類しました。保守的成長市場の利用率は60%以下で、音声技術に対し複雑な感情を示しつつも地道に成長する可能性が示唆されました。一方、躍動的成長市場においては利用率が60%以上であり、音声技術に対し前向きな感情を示しており、今後大きく成長する可能性を秘めています。

■日本における音声技術普及の状況は他の APAC 市場と比べ低い成長率

本調査によると、日本ではスマートフォン利用者の40%しか音声技術を使用しておらず、他の APAC 市場ほどの成長率を記録していないことが分かりました。音声技術を使用していると答えた回答者の中でも、月に1度しか使用頻度がない人は20%におよび、日本における音声技術の利用は特殊な用途で使われることが多く、日常的なアシスタント機能としては定着していないことが判明しています。また、スマートフォン利用者の30%は一度も音声技術を使用したことがないと答えています。日本におけるハードルは、利用頻度を上げること以外にも文化的な背景として公共の場で音声技術を使用することへの躊躇が挙げられ、また正確に質問を理解できないといったストレスを経験したことも重なっていることから、技術プロバイダーや企業にとってその文化的認識を乗り越え、過去の経験を払拭させることが今後の課題であると言えるでしょう。

iProspect 太平洋アジア地区 CEO Joanna Catalano は本調査結果に関し以下のように述べています。

「音声技術がもたらす変化の影響を世界中で目の当たりにしています。現在急成長中のテクノロジーに適応できない企業は、消費者との重要なタッチ・ポイントにおいて想像を超えるスピードで取り残されてしまうリスクがあります。本研究は音声技術の利用状況を鑑み、企業が音声に対する戦略(ボイスストラテジー)を構築する際に検討すべき要素を調査しています。」

■企業がボイスストラテジーを構築する際、本調査が推奨する検討すべき要素は以下となります。

1. 利便性: ハンズフリーの瞬間や毎日のルーティーン（生活習慣）に入り込む事で、ユーザーに音声技術の本質的な価値を提供する事が重要。ユーザーの質問やユーザーが欲しい情報をアシスタントが提供するというシンプルな部分から始めることが重要である。
2. ランク ゼロ（強調スニペットへの表示）の為の最適化: アジアでは音声検索が商品・場所などを見つける際の重要な手段になりつつあり、会話型の質問に対応するため、企業は SEO とマーケットプレイスのコンテンツストラテジーを最適化することが求められる。音声検索を行った場合の回答は一つしかありません。自社がその一つになれるかが重要です。
3. 音声技術利用状況を正しく理解(躍動的成長市場 VS 保守的成長市場): 各国各地域での音声技術の利用状況（ビヘイビア、利用目的、エコシステム）には明確な違いがあります。企業のマーケティングを成功させるにはまず市場の特性とエコシステムを理解する必要があります。

より詳細な「The Future is Voice Activated」本編(英語版)は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。
<https://www.iprospect.com/en/jp/press-room/the-future-is-voice-activated/>

iProspect (アイプロスペクト)について

iProspect はアディダス、アコーホテルズ、スタンダードチャータード銀行、ゼネラルモーターズ、ペイパル、マイクロソフトなど、世界的クライアント企業のオンラインマーケティングの投資収益率最大化をサポートし、数々の賞を受賞しているデジタルパフォーマンス・マーケティングエージェンシーです。英国に本拠地を置き世界 55 カ国、93 のオフィスで勤務する 4300 人のネットワークで構成された iProspect チームがグローバルに活躍しています。iProspect は電通グループのグローバルエージェンシー・ネットワークである電通イージス・ネットワークに属しており、iProspect の日本法人であるアイプロスペクト・ジャパンは 2003 年に設立されました。

■iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン) の概要

会社名 : iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社)
代表者 : CEO 金井 耕一
所在地 : 東京都中央区銀座 6-18-2 野村不動産銀座ビル 12F
設立 : 2003 年 12 月
URL : <https://www.iprospect.com/en/jp/>