

2013年6月25日

株式会社ブランド総合研究所

## スマートフォン利用者のサポートニーズに関する意識調査

**スマホユーザーの7割以上が「今まで以上に手厚いサポートサービスを切望」  
若年層でも約9割がスマホに疑問や不安  
最も欲しいのは「いつでも相談できる」サポート**

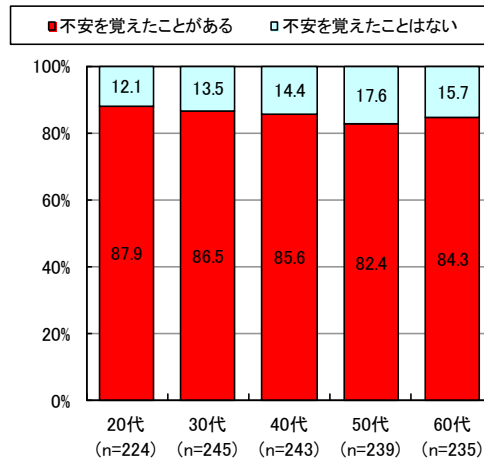
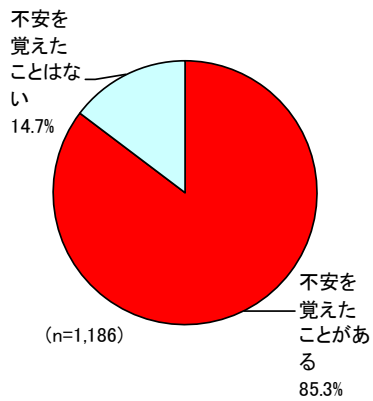
急速なスピードで普及し、世代を問わず利用者を増やし続けるスマートフォン。しかし、ユーザー増加の一方で、ハイスペックな機能や複雑な操作方法などについていけず、疑問・不安を抱えるユーザーも増加しています。株式会社ブランド総合研究所では、2013年6月14日から6月17日にかけて、スマートフォンユーザーの疑問・不安、その対策としてサポートサービスに関する意識についてインターネット調査を実施しました。その結果、85%ものユーザーがスマートフォン利用時に不安を覚え、73.9%と利用者の4人に3人が「企業からのサポートをより充実して欲しい」と回答しました。調査結果、及び調査概要については下記の通りです。

## ◆調査結果サマリー◆

- **85%のユーザーが利用時に不安を覚えた経験あり**  
中高年層だけでなく、若年層においてもスマホ利用で不安を覚える人が多い結果に
- **約6割は疑問・不安を解決できず、あきらめてしまった経験あり**  
うち、4人に3人が「誰にも相談できなかった」経験があると回答
- **疑問・不安の解決法～若年層はネットで検索、高齢層は自分自身で試行錯誤～**  
企業によるサポートの利用は「店頭での相談」、「ホームページの閲覧」が多い
- **7割強の人が今後、スマートフォン利用のサポートサービス充実に期待**  
ユーザーが求めているのは  
1位「メール・電話でいつでも相談できる」、2位「担当者が違っても今までの相談内容を把握してくれている」

■ 85%のユーザーが利用時に不安を覚えた経験あり  
中高年層だけでなく、若年層においてもスマホ利用で不安を覚える人が多い結果に

スマートフォン利用時に、「不安になった経験があるかどうか」を質問したところ、85.3%と大多数の利用者が「不安を感じた経験がある」と回答した。年代別で見ると、最も不安を感じた割合が高かったのは意外にも 20 代で 87.9%となっている。ただし、最も割合が低い 50 代でも 82.4%と、年代に関わらず非常に高い割合で「不安に思う経験をした」という結果となっている。

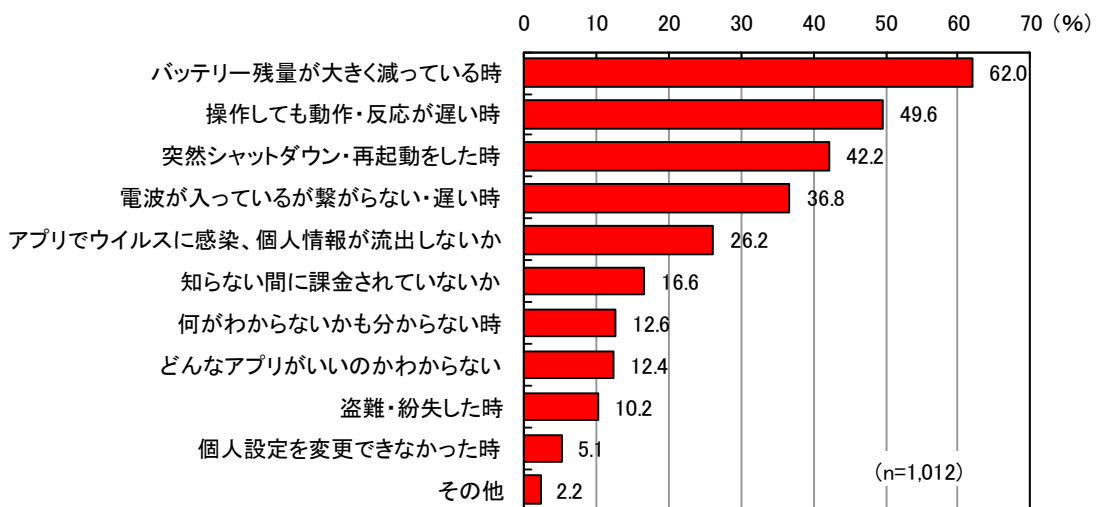


【スマートフォン利用時に不安になった経験】

【スマートフォン利用時に不安になった経験 年代別結果】

不安になった場面について質問したところ、最も多く挙げられたのは「バッテリー残量が大きく減っている時」で 62.0%と半数以上のユーザーが不安を覚えている。次いで多く挙げられたのは「操作しても動作・反応が遅い時」で 49.6%となっている。

年代別結果では、20 代の若年層において「突然シャットダウン・再起動をした時」に 65.0%が不安を感じており、60 代の同割合 26.8%など他年代と比較し、非常に高い割合となっている。また、60 代の高年齢層では「何がわからないかも分からない時」(22.2%)、「どんなアプリがいいのかわからない」(21.2%)といった、そもそもの使い方の段階で若年層よりも 2 倍近い割合で不安を覚えているという点が特徴的だった。



【スマートフォン利用時に不安になった場面】

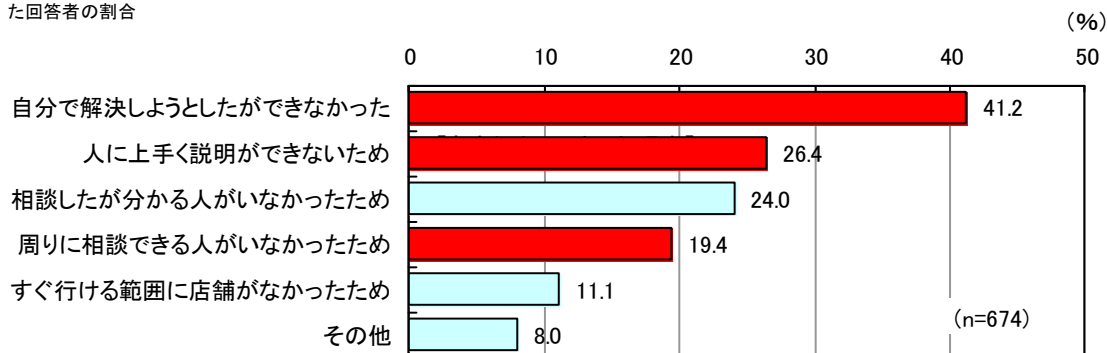
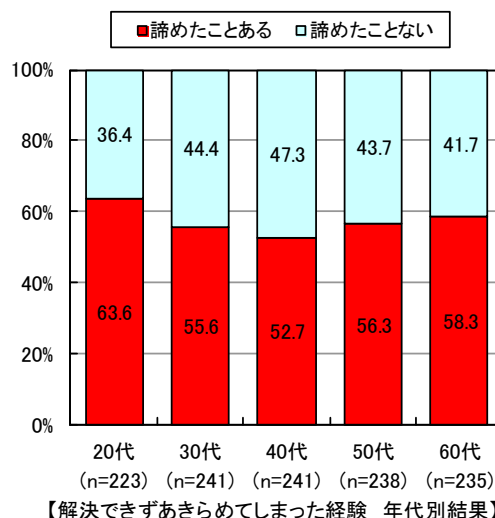
■ 約6割は疑問・不安を解決できず、あきらめてしまった経験あり  
うち、4人に3人が「誰にも相談できなかった」経験があると回答

利用時の不安や疑問について、「解決せずに諦めたことがあるかどうか」質問したところ、57.2%のユーザーが「諦めたことがある」と回答した。年代別で見ると、「あきらめた経験」が最も高かったのは20代で63.6%、次いで高かったのは60代で58.3%となっている。

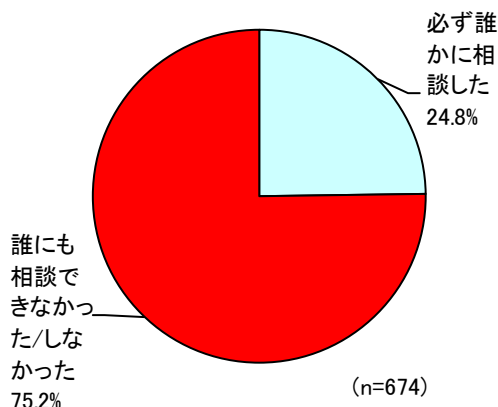
また、「解決せずに諦めたことがある」と回答したユーザーに対してその理由を質問したところ、「自分で解決しようとしたができなかった」ことがあるユーザーが41.2%と最も多くなっている。次いで「人に上手く説明できないため」が26.4%、「相談したが分かる人がいなかったため」が24.0%で続いている。

なお、スマートフォンの利用で疑問・不安を「誰にも相談できなかった/しなかった」\*ユーザーの割合は、解決せずに諦めてしまった経験がある人のうち75.2%に上り、実に4人に3人が「疑問・不安を1人で抱え込んだ経験がある」という結果となっている。

\*「自分で解決しようとしたができなかった」、「人に上手く説明できないため」、及び「周りに相談できる人がいなかった」という理由をいずれか挙げた回答者の割合



【あきらめてしまった理由】

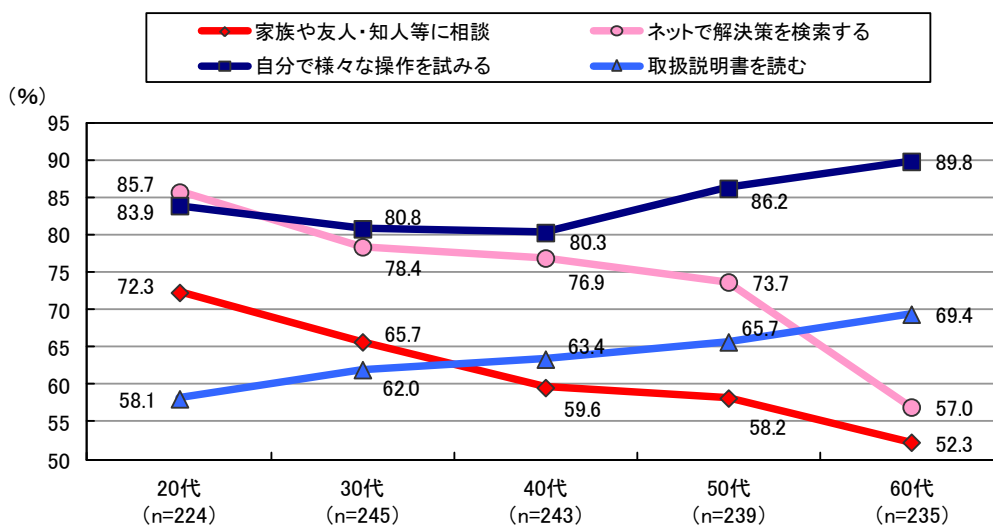


【疑問・不安を誰にも相談できなかった/しなかった経験】

## ■ 疑問・不安の解決法～若年層はネットで検索、高齢層は自分自身で試行錯誤～

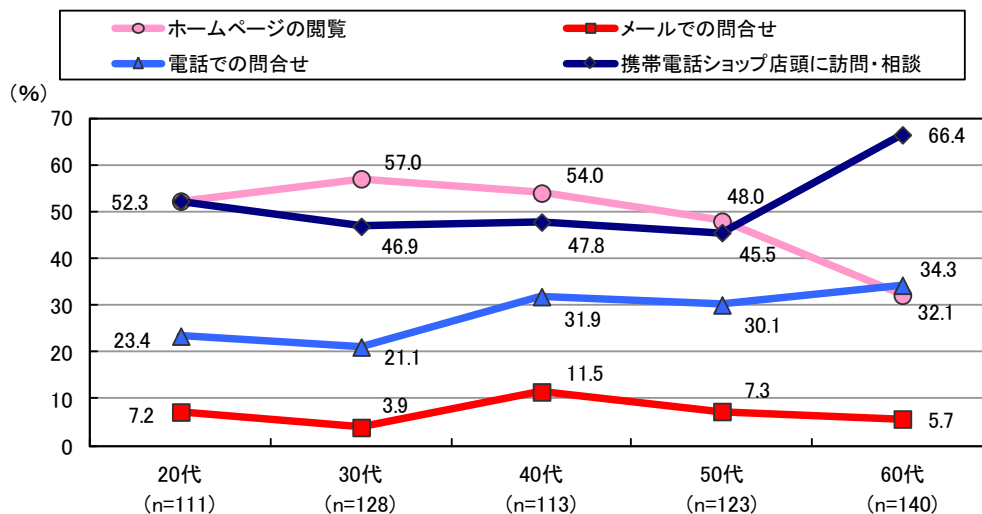
企業によるサポートの利用は「店頭での相談」、「ホームページの閲覧」が多い

不安や疑問などの解決方法について質問したところ、「インターネットで解決策を検索」、「家族や友人知人等に相談」などは、20代が最も割合が高く、年代が高くなるにつれて解決を図った経験が少なくなっている。一方、「自分で様々な操作を試みる」や「取扱説明書を読む」は年代が上がるほど解決を図った割合が上昇しており、若年層はインターネット上や周囲の情報を活用しながら解決を図る傾向にあるのに対して、高齢層は自分自身だけで何とかしようとする傾向が高いという結果となっている。



【疑問・不安の解決方法】

なお、同じく不安や疑問などの解決方法で、企業が提供するサポートサービスを利用したことがあるか質問したところ、51.9%のユーザーが「利用した経験がある」と回答。その利用方法は「携帯電話ショップの店頭」の利用が52.2%で最も高く、次いで「ホームページ」の48.1%となっている。年代別でみると、60代で「携帯電話ショップの店頭」の利用経験が66.4%で他の年代と比較して最も多い一方、「ホームページ」の経験は32.1%と最も少ない結果となっている。



【企業によるサポートで利用したことがある方法 年代別結果】

■ 7割強の人が今後、スマートフォン利用のサポートサービス充実に期待

ユーザーが求めているのは

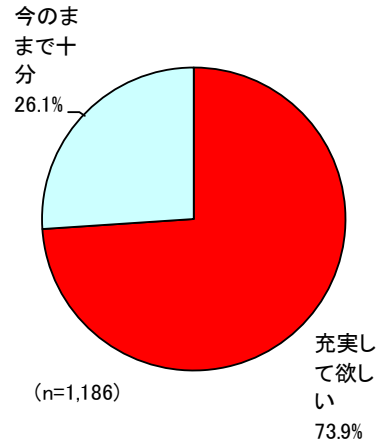
1位「メール・電話でいつでも相談できる」、2位「担当者が違っても今までの相談内容を把握してくれている」

企業に対してサポートサービスの充実を求めているかどうかを質問した結果、73.9%のユーザーが「充実に欲しい」と回答した。

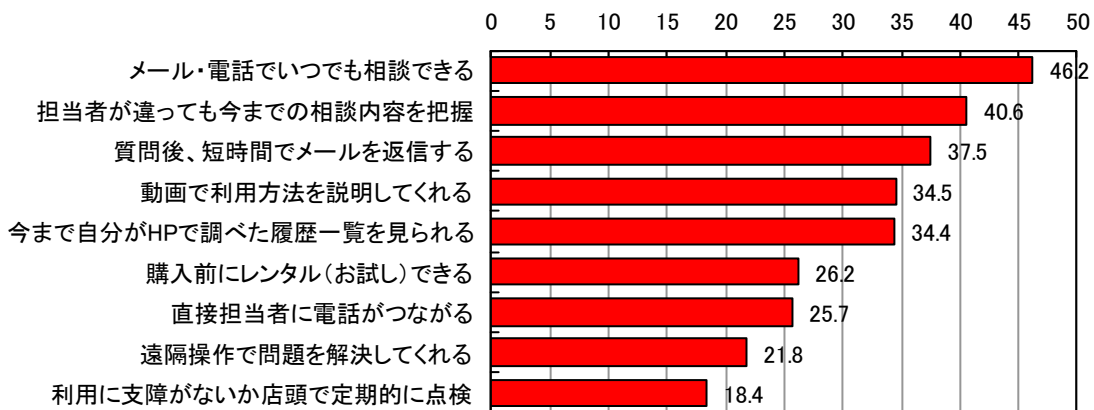
具体的にどのようなサポートサービスがあったらよいと思うか質問したところ、最も割合が高かったのは、「メール・電話対応でいつでも相談できる」ことで46.2%、次いで「担当者が違っても今までの相談内容を把握してくれている」ことに40.6%のユーザーがあったらよいと回答している。

年代別結果をみると、「メール・電話でいつでも相談できる」サポートに対しては20代が51.8%で最も高く、次いで50代60代の47.7%となっている。また、「担当者が違っても今までの相談内容を

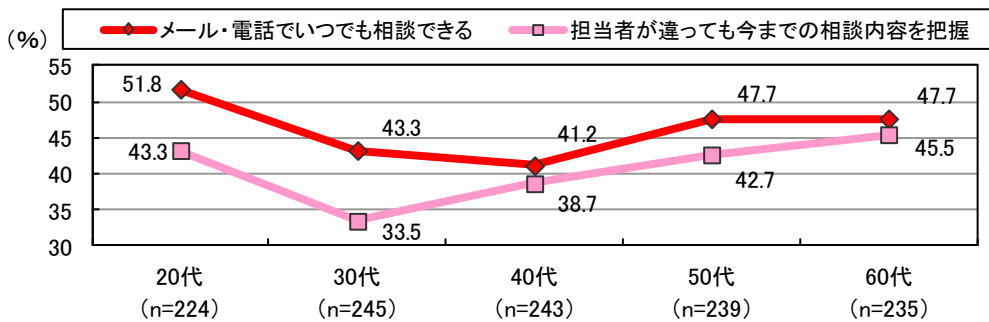
把握してくれている」はもっとも割合が高いのは60代で45.5%、次いで43.3%で20代が高くなっており、20代の若年層と、50代60代の高年齢層の両極の年代から当該項目の企業によるサポートへのニーズが高くなっている。さらに、若年層は「自分専任の担当」を求める割合が他年代より高く、高齢層は「直接教えてもらえる教室」や「購入前レンタル」を求める割合が他年代より高かった点が特徴的であった。



【企業によるサポートの充実について】



【企業によるサポートで充実に欲しい具体的なサービス(n=1,186)】



【企業によるサポートで充実に欲しい具体的なサービス 上位2項目の年代別結果】

なお、企業が提供するサポートサービスに求める点を自由回答してもらった結果、「24 時間受付で、せっぱつまっているときにすぐ助けてほしい」(50 代男性)や「待ち時間の短縮」(20 代男性)、「担当者とすぐ繋げてほしい」(60 代女性)など、「いつでも」「すぐに」対応してほしいという時間に関する対応を求める意見が多く挙げられた。

また、「アンドロイドなど、今さら聞けない初歩の単語からわかりやすく説明してほしい。お金を払っても勉強したい。」(60 代女性)、「使いたい機種を購入前に試用してみたい」(50 代男性)など、ユーザーに寄り添ったサービス対応への意見も特に中高年層を中心に多く挙げられている。代表的な意見については下記抜粋する。

分類	意見	年齢・性別
「いつでも」「すぐに」対応	対応可能時間をもっとのばしてほしい	20 代女性
	24 時間受付で、せっぱつまっているときにすぐ助けてほしい	50 代女性
	待ち時間の短縮	20 代男性
	長い音声ガイダンスをなくしてほしい。	30 代女性
	直接担当者に電話がつながるようにしてほしい。	60 代男性
ユーザーに寄り添った対応	マニュアル対応ではなく、親身になってほしい	30 代女性
	説明書に書いてあるようなアドバイスではなく、もっと親身になって相談内容を把握してほしい	60 代女性
	親切にゆっくりこちらのペースに合わせて対応してくれる。	60 代女性
	どんなに些細なことでも親切に教えて欲しいです。	50 代女性
	アンドロイドなど、今さら聞けない初歩の単語からわかりやすく説明してほしい。お金を払っても勉強したい。	60 代女性
	実際にいっしょに操作して教えてほしい	60 代男性
	使いたい機種を購入前に試用してみたい	50 代男性

【企業のサポートサービスに対する自由意見抜粋】

## ■ 調査概要

調査名	スマートフォン利用者のサポートニーズに関する意識調査
方法	インターネット調査
調査対象者	スマートフォンを利用している20代から60代の消費者
有効回答数	1,186人 (20代224人、30代245人、40代243人、50代239人、60代235人)
調査時期	2013年6月14日～6月17日
調査主体	株式会社ブランド総合研究所
調査協力	アイブリッジ株式会社

## ■ ブランド総合研究所の会社概要

ブランド総合研究所は、企業ブランドおよび地域ブランドの調査とコンサルティングを行う専門企業。ブランド戦略の理解・普及活動、戦略立案などを担当するほか、ブランド力を高めるための調査、コンサルティング、テストマーケティングなどの専門業務を行っています。

社名：株式会社ブランド総合研究所  
 本社：東京都港区虎ノ門1-8-5  
 代表：田中章雄(代表取締役社長)  
 設立：2005年  
 資本金：2,500万円