

Back Market、子ども用スマートフォンに関する意識調査を発表

子どものスマホ月額費用、7割以上が5,000円未満を希望
保護者の3人に1人がコストを理由に「子どものスマホは新品にこだわらない」と回答
子どもの夏休みの外出増を見据え、見守り機能など実用性がポイントに

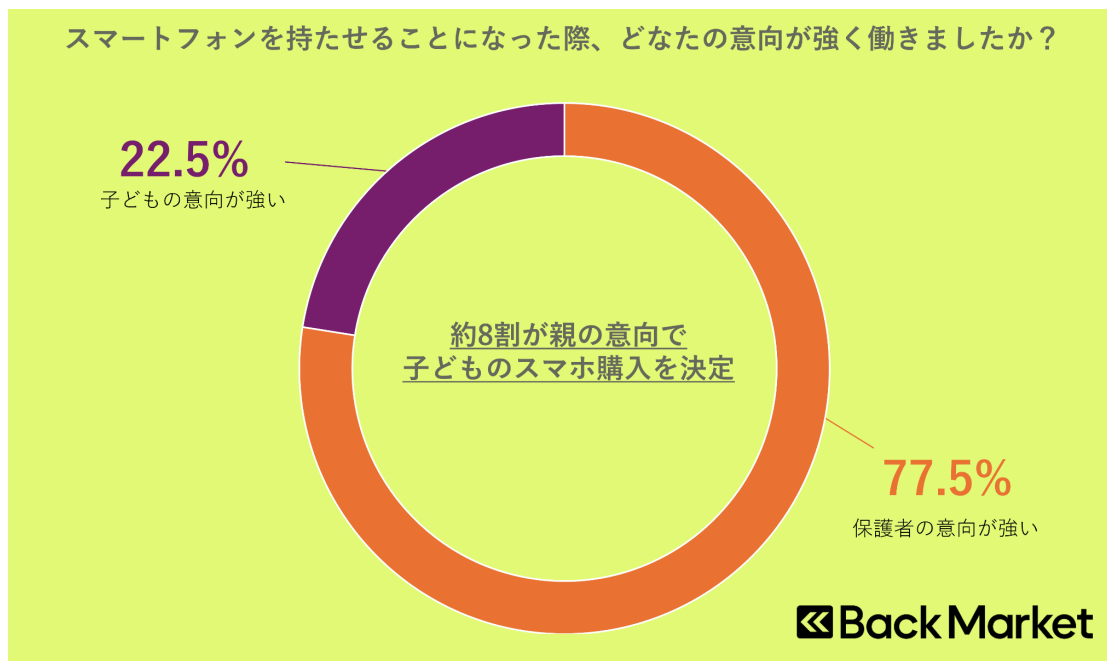
世界最大級のリファーマービッシュ電子機器に特化したマーケットプレイスであるBack Market Japan株式会社（本社：東京都渋谷区 以下、Back Market）は、全国の小学1年生から中学3年生までの子どもを持つ20～60代の男性500名、女性500名の合計1,000名を対象に、「子どものスマートフォン」に関する意識調査を2025年7月に実施しました。リファーマービッシュ品とは、中古品として回収された電子機器を専門家が検査・クリーニング・修理し、全ての機能で正常作動が確認されている整備済製品です。

■調査サマリー

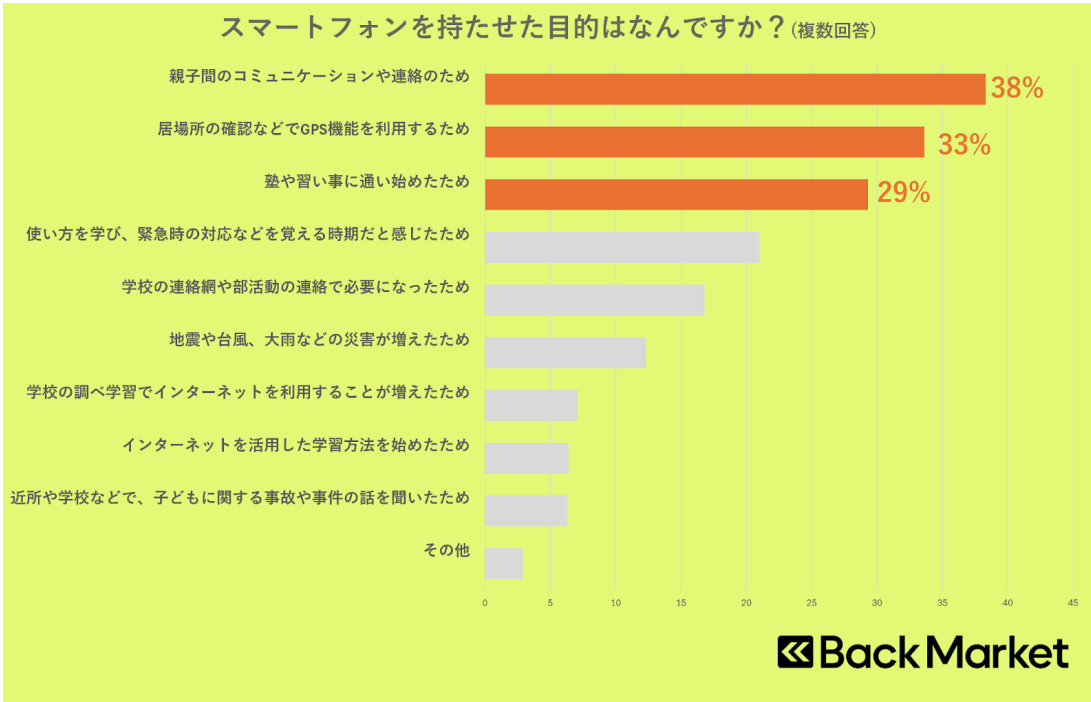
- 約8割が保護者主導で子どものスマホ購入を決定。目的には、普段の連絡・見守りなど子どもの安心・安全が優先事項に
- 子ども向けの購入で重要視するのは「安心・安全なスマホ利用」と「費用対効果」。保護者のバランス重視の傾向が明らかに
- 約3割の保護者が端末代1万円未満を選択。できるだけ初期費用を抑えたい意識が浮き彫りに
- 月々のスマホ利用料については、7割以上の保護者が「5,000円未満」が理想と回答
- 3人に1人以上が「新品にこだわらない」とし、高品質で価格を抑えたリファーマービッシュ品を評価

■約8割が保護者主導で子どものスマホ購入を決定。目的には、連絡・見守りなど子どもの安心・安全が優先事項に

「子どもにスマートフォンを持たせることになった際、家族の意向もしくはお子様の意向のどちらが強く働いたか」という質問に対して、77.5%が保護者主導で子ども用のスマートフォンの購入を決定していることが明らかになりました。

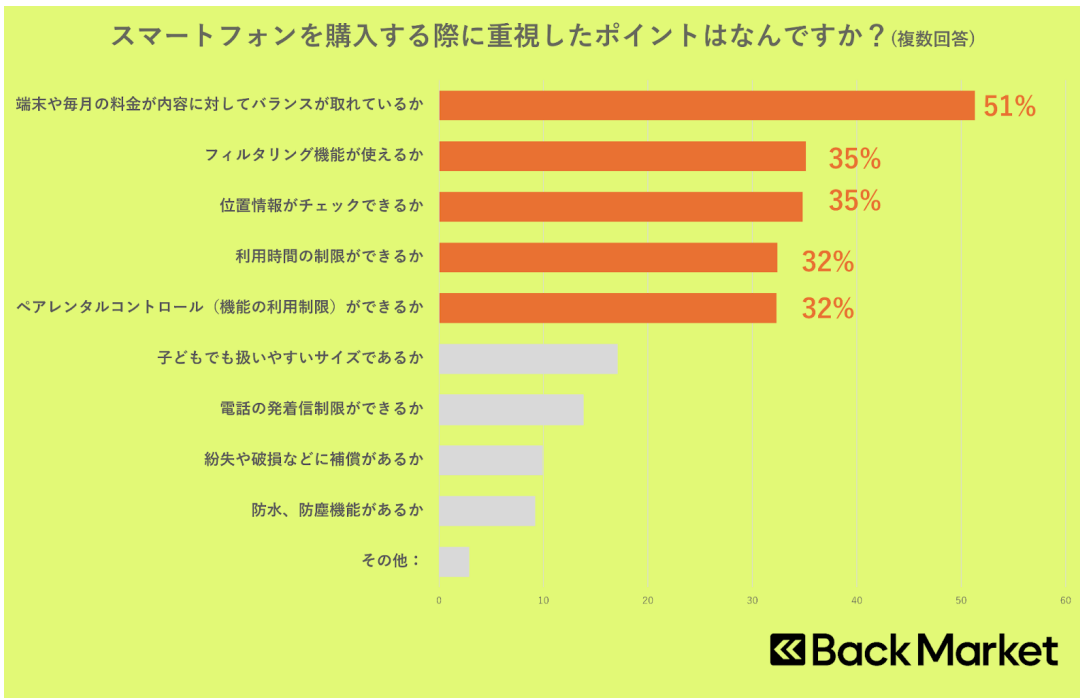


その目的として最も多く挙げられたのは、「親子間の連絡手段の確保（38％）」、「GPS機能による居場所確認（33％）」、「塾や習い事などの移動に備えた連絡のしやすさ（29％）」など、子どもの安心・安全を見守るための手段という回答結果となりました。子どもの外出や行動範囲が広がる夏休みシーズンを前にした備えとしても、スマホが必要なものとして捉えられていることが推察できます。



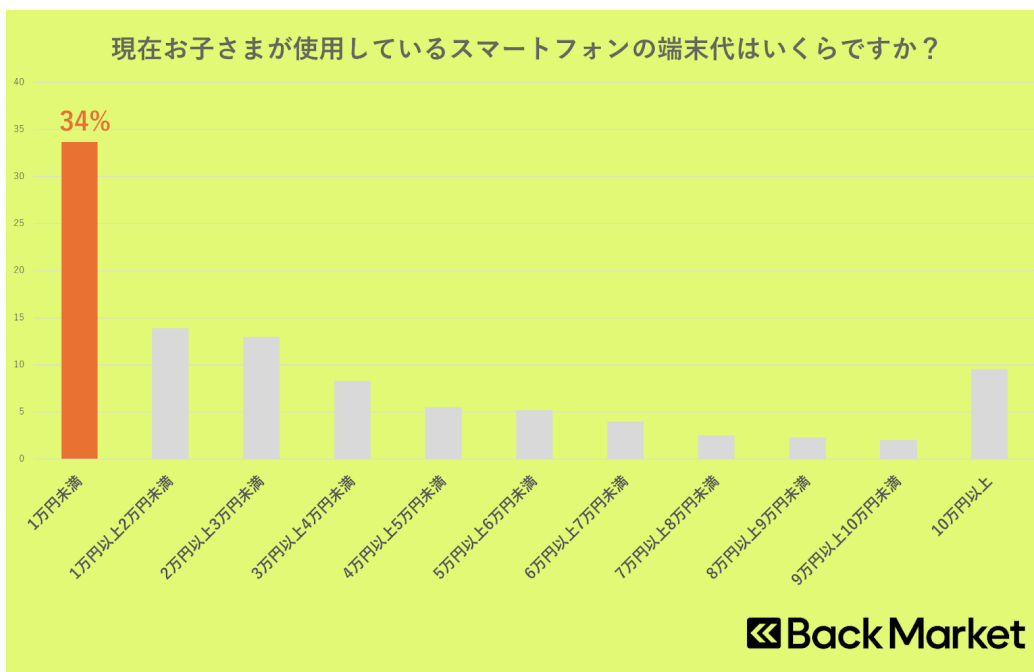
■子ども向けの購入で重要視するのは「安心・安全なスマホ利用」と「費用対効果」。保護者のバランス重視の傾向が明らかに

子ども用のスマートフォンを選ぶ際に重視する点を質問したところ、「端末価格や月額料金が内容に見合っているかどうか」が最多（51％）という結果となりました。続いて、「フィルタリング機能の有無（35％）」、「位置情報の確認ができるか（35％）」、「利用時間の制限（32％）」、「ペアレンタルコントロールの対応（32％）」など、実際の利用における安全面に関する機能を特に気にしている傾向があります。このことから、過度に高機能や極端に低価格を求めるのではなく、必要な機能がしっかり備わりつつ、費用とのバランスがとれたスマートフォンを選びたいという保護者の考えが浮かび上がりました。



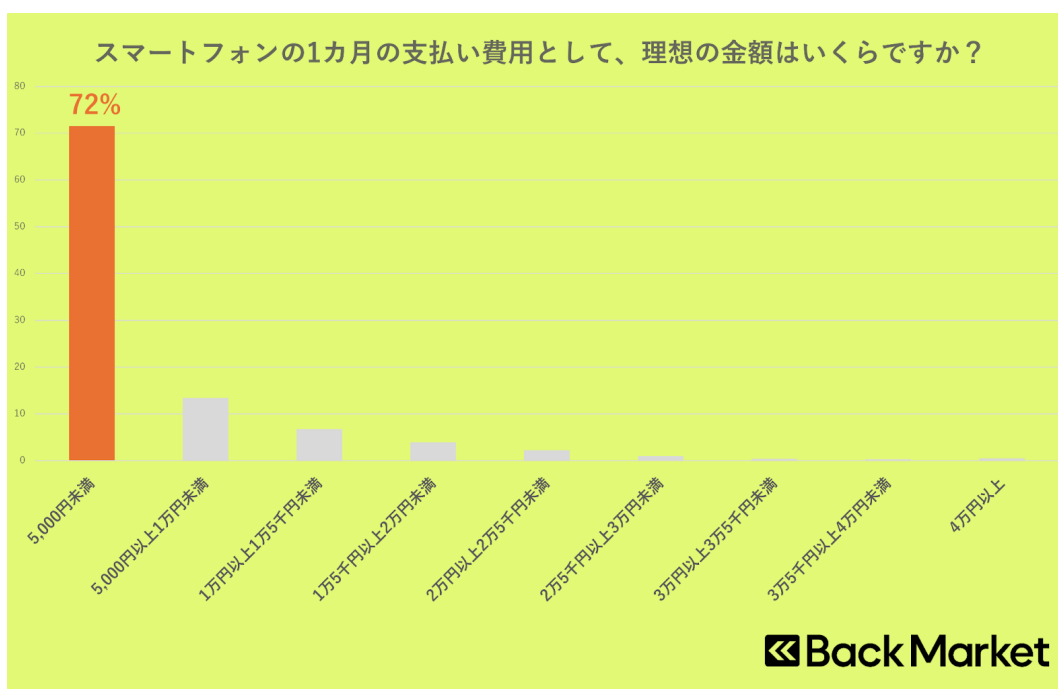
■約3割の保護者が端末代1万円未満を選択。初期費用の節約意識が明確に

現在子どもが使っているスマートフォンの端末代（本体価格）を聞いたところ、端末代は1万円未満という回答が最も多く、約34%という結果となりました。これは、保護者の間で初期費用をできるだけ抑えたいという意識があることを示しています。子ども向けのスマートフォンは、成長や使用状況の変化に応じて買い替えや機種変更の可能性が高いため、高額な初期投資を避けて必要な機能を備えた端末を手頃な価格で用意したいという考えがあると推察できます。



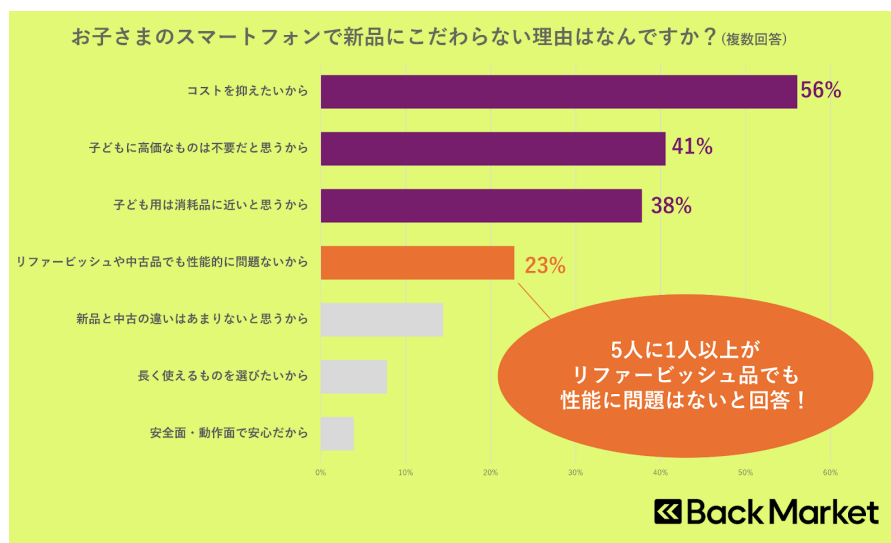
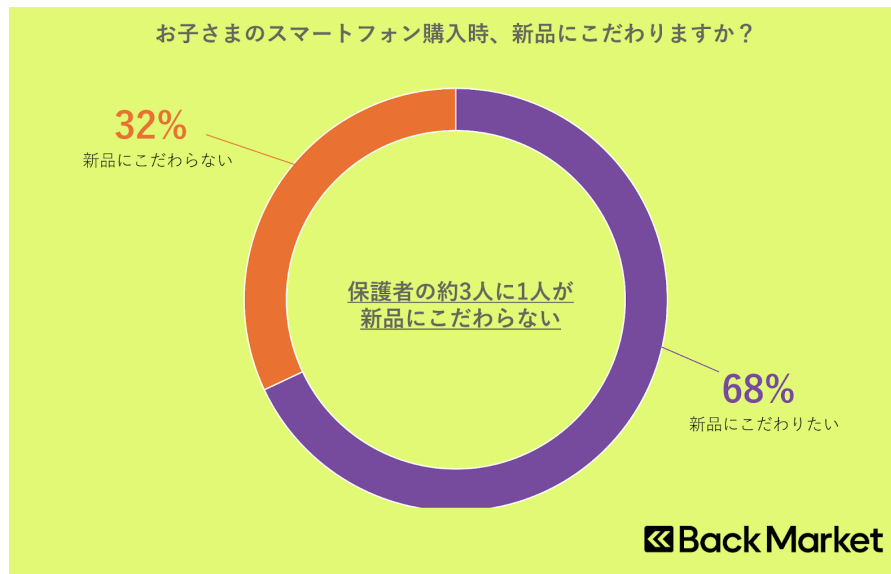
■子どものスマホ月額費用、7割以上が「5,000円未満」を理想に

また子どものスマートフォンにかかる月々の利用料について、約72%の保護者が「5,000円未満」を理想の金額として回答しました。子ども向けのスマホ利用では、必要最低限の機能を確保しつつ、家計に負担をかけない料金設定を求める傾向が強く見られます。また、端末代を含めたトータルコストを踏まえ、無理なく継続できる範囲での利用料を理想としていることがうかがえます。通信サービスの選択においても、安価で使いやすいプランへのニーズが根強いことが分かります。



■3人に1人以上が「新品にこだわらない」とし、リファービッシュ品を評価する声も

子どものスマホ購入にあたり、「新品にこだわらない」と答えた保護者が約32%いることがわかりました。その中でも、新品であることにこだわらない人の中では約50%が「コストを抑えたい」という理由を挙げています。また「子どもに高価なものは不要」と考える人も多く、新品にこだわらない層の約41%がその理由を選んだほか、「子ども用は消耗品に近い」と答えた人も約38%にのぼりました。また、新品にこだわらない層のうち約5人に1人が「リファービッシュ品でも性能に問題ない」と感じており、リファービッシュ品の性能を評価している様子がうかがえます。



■調査概要

- ・概要：子ども用スマートフォンに関する意識調査
- ・期間：2025年7月
- ・方法：インターネット調査
- ・対象：全国20～60代の小学1年生から中学3年生までの子どもを持つ男性500名、女性500名
- ・人数：合計1,000人

※Back Market Japan調べ

■Back Market Japan株式会社について

Back Marketは、2014年11月にフランスで設立されたユニコーン企業であり、携帯電話やパソコンなどの電子機器のリファービッシュ品（整備済製品）を取り扱う世界最大級のマーケットプレイスです。日本を含むアジア、欧州、米国など世界17ヶ国で事業を展開しており、販売業者に対する厳格な審査、新しい機器のリファービッシュ方法に関するノウハウ共有、品質と価格の最適なバランスに基づいて販売商品を提供する独自のアルゴリズムの開発などを通じて、リファービッシュ品の高い品質の維持に努めています。購入者に対しては、より安心してリファービッシュ品を購入できるように、1年間の動作保証と30日間の返金保証を無料で自動付帯しており、新品以下の価格かつ、中古品以上の品質と保証を持ち合わせたリファービッシュ品の普及に取り組んでいます。Back Marketでは、サステナブルで環境に優しい事業・活動を続けていくことを企業ミッションとして掲げており、2023年4月には「B Corporation（B Corp）」認証を取得しています。リファービッシュ品は新品と比較した場合、製造プロセスにおける原材料の使用量、水の使用量、電気電子機器廃棄物の発生量、大気中への二酸化炭素排出量の全項目において約10分の1となることから、リファービッシュ品の市場拡大を通じて、環境への負荷を低減することを目指しています。

<https://www.backmarket.co.jp/ja-jp>