

価格.com

2010年3月30日
株式会社カクコム**第39回価格.comリサーチ『携帯電話の選び方調査！-あなたのこだわりは？-』結果****携帯電話購入における重視点、「価格」が大幅増加しトップに****1年以内の購入価格「0円」が約15%、購入限度額は「1~2万円」が最多****消費者のコスト意識はいつそう高まり、買い替えサイクルは延長、初期費用も節約傾向に**

株式会社カクコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第39回調査『携帯電話の選び方調査！-あなたのこだわりは？-』から、結果を一部抜粋の上、ご案内します。2007年後半から実施された販売方式の変更により、買い替えにブレーキがかかったとされる携帯電話市場ですが、その後消費者は携帯電話購入に関してどのような意識を持っているのか、契約状況や購入金額、購入意向などを調査、分析しました。結果の一部は、過去数度にわたる価格.comリサーチ結果とも比較しています。

調査結果詳細：<http://kakaku.com/research/report/039/>

- ・2009年1月調査結果 <http://kakaku.com/research/backnumber026.html>
- ・2008年4月調査結果 <http://kakaku.com/research/backnumber017.html>

【調査パネルについて】

調査エリア：全国

調査対象：価格.comID 登録ユーザー

調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査

回答者数：8,691人 男女比率：男 87.2%：女 12.8%

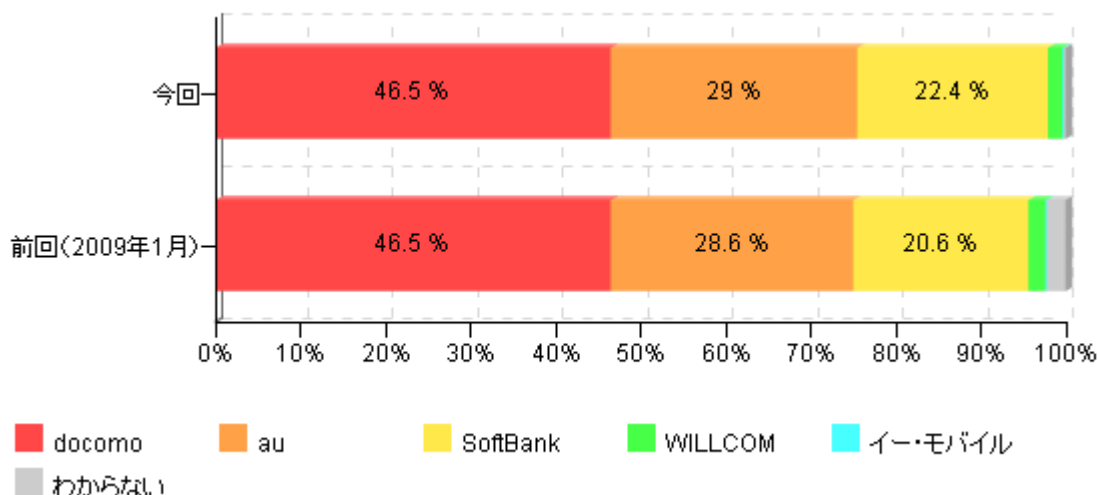
調査期間：2010年3月9日～2010年3月15日

調査実施機関：株式会社カクコム

※四捨五入による端数処理のため、合計が100%にならないことがあります。

携帯キャリアシェア：ソフトバンクが1年前より上昇、「iPhone 3GS」によりユーザー増加

現在契約している携帯電話のキャリアについて、前回調査（2009年1月）と比べて、全体的な変化はそれほど見られないが、ソフトバンクのシェアが1.8ポイントほど上昇している点に注目したい。これは2009年7月に発売された「iPhone 3GS」によるユーザー増加が原因となっているものと思われる。

【図1. 現在契約している携帯電話会社について】

購入時期:「2年以上前」が34%で1位、買い替えサイクルは延長傾向 直近半年以内に買い替えた人の割合は、昨年より4.3ポイント減

現在主に使っている携帯電話の購入時期でもっとも多かったのは「2年以上前」という回答だった。前回調査（2009年1月）では、「2年以上前」よりも「(1年以上)2年以内」という回答のほうが多く、全体的には、携帯電話の買い替えサイクルが伸びていることをうかがわせる。なお、この半年以内に携帯電話を買い替えた割合の合計も、前回調査が22.7%だったのに対し、今回の調査では18.4%と、4.3ポイントも下がっており、直近の購入率もそれほど上がっていないようだ。

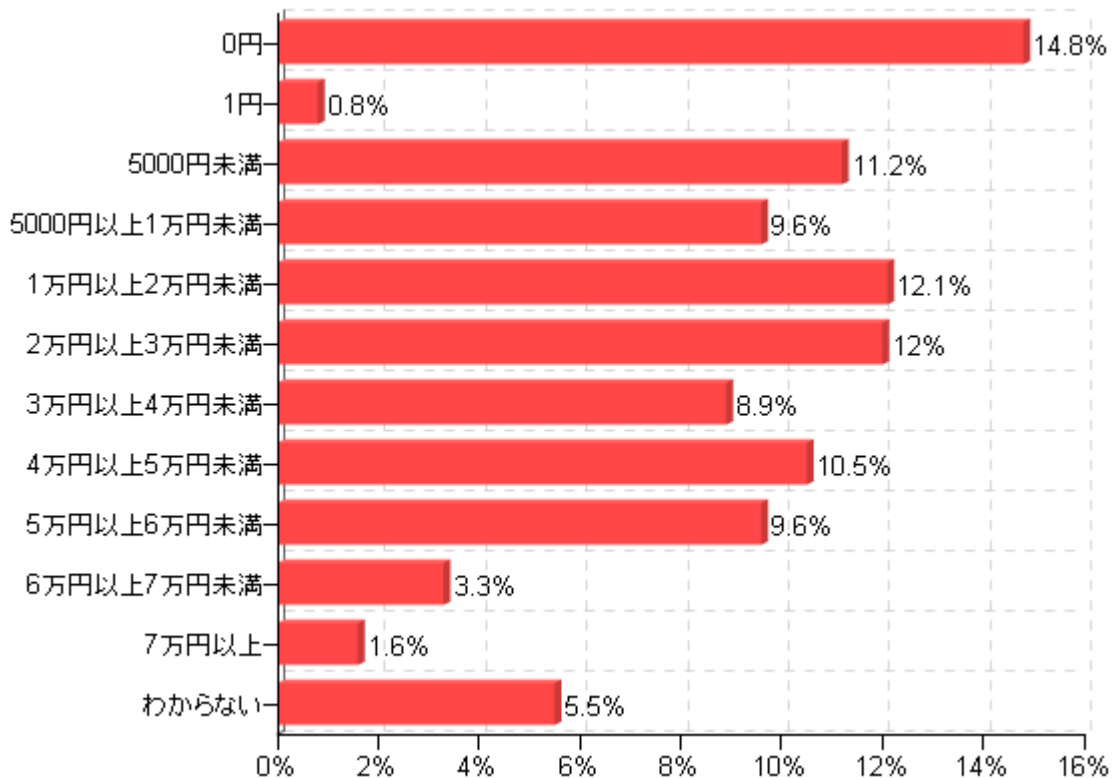
■現在所有している携帯電話の購入時期に関する詳細結果は右記URLにてご確認ください
<http://kakaku.com/research/report/039/>

この1年以内に購入した金額:「0円ケータイ」が最多(14.8%)、キャリア別に差が出る au・ソフトバンクよりドコモが高い結果に

この1年以内に携帯電話を購入した人が、購入時に支払った金額（総額）を聞いた。なお、この金額は、いわゆる携帯電話の「本体価格」に相当するものと考えて問題ない。もっとも多かったのは意外なことに「0円」というもの。携帯電話の料金が月々の通信料から分離された方式となつてからは、いわゆる「0円ケータイ」というものはあまり見かけなくなってきたが、キャンペーンなどで旧モデルを「0円」で販売するケースもいまだにあり、こうしたものを利用して携帯電話を新規購入する割合もいまだ高いようである。そのほかの価格帯はいずれも10%近い割合で並んでおり、突出して高い価格レンジは見られない。

この結果を携帯キャリア別に見ると、全体的にドコモが高めで、auとソフトバンクが安めであることがわかる。なお、ソフトバンクで「6万~7万円」という割合が多いのは、「iPhone 3GS」のユーザーがこの価格帯に集中しているため。auとソフトバンクでは、5,000円未満の端末の割合が30%以上あるのに対し、ドコモは17%程度と低く、逆に3万~6万円という端末の割合が40%を超えるという対照的な結果になっている。

【図2. 購入時、ポイントや割引などを引いて実際に支払った金額（分割払いの場合は支払う総額）
（この1年以内に携帯電話を購入した人への質問）】



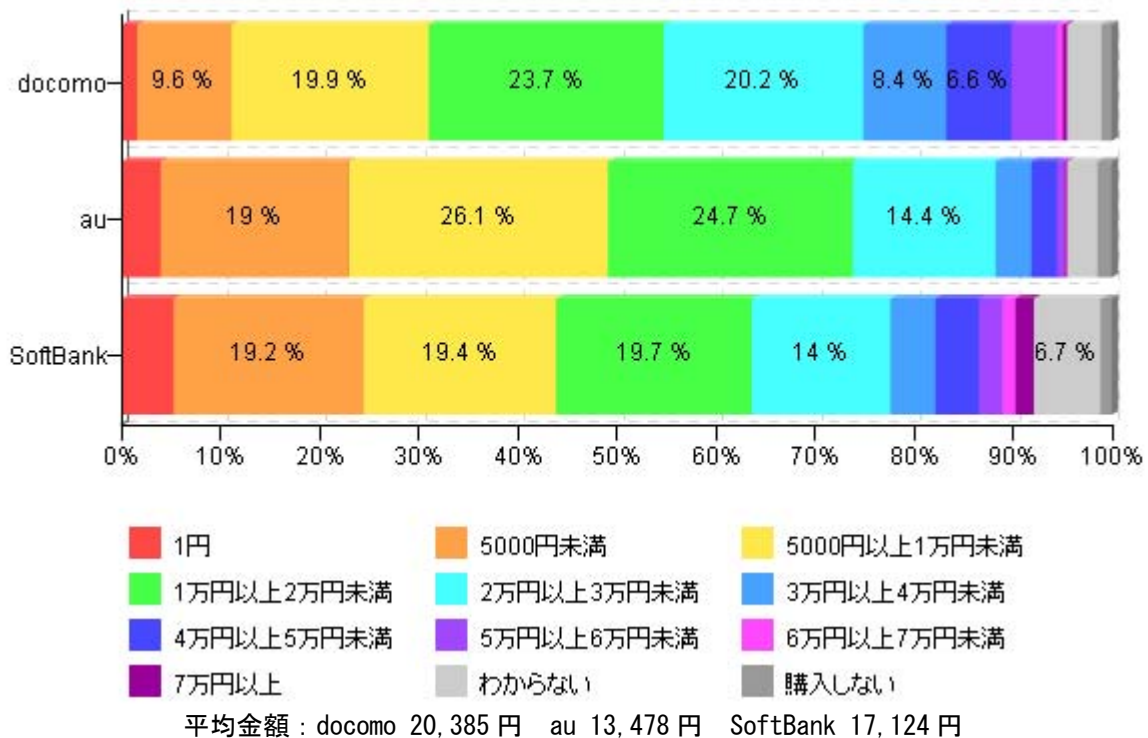
■キャリア別結果は右記URLにてご確認ください <http://kakaku.com/research/report/039/>

購入時に払ってもよいと考える金額の上限:1位は「1万～2万円」(22.5%) au・ソフトバンクは「1万円未満」が約半数、ドコモでは「1万～3万円」が4割以上

携帯電話を購入する際に払ってもよいと考える金額の上限について、もっとも多かった回答は「1万～2万円」で22.5%。次いでその前後の「5000～1万円」(21.3%)、「2万～3万円」(16.6%)という順番になった。本体価格の通信料上乘せがなくなった今、さすがに、「携帯電話を無料かそれに近い金額で購入したい」というような意見は少なく、比較的現実的な回答となっているようだ。

ただし、この結果についても、携帯キャリアごとに価格帯が異なっており、auとソフトバンクのユーザーは「10,000円未満」という回答が半数近くにのぼったのに対し、ドコモのユーザーは3割程度にとどまった。逆にドコモのユーザーでは、「1万～3万円」という回答が多く、この価格帯だけで4割以上を占めるといった結果だ。携帯キャリアによって販売価格が異なるため、ユーザー側もそのあたりを考慮しての回答であると思われるが、携帯キャリアによって、希望する購入価格が異なっていることがわかる。

【図3. 携帯電話購入の際にいくらまでなら支払ってもいいと思うか、上限金額（キャリア別結果）】



この春の購入予定:「予定なし」半数、「予定あり」「検討中」合わせて3割超える 2年以上前に購入したユーザーが買い替えを意識か

この春、携帯電話を購入する予定があるか、またその理由を聞いたところ、「購入の予定なし」は53.7%で半数を若干超える程度。「わからない」と回答した割合を除く残りの32.3%は、何らかの形でこの春、新たな携帯電話の購入を検討しているということで、消費者側の購入意欲は意外に高い。購入時期を聞いた結果と合わせて考えると、現在利用している携帯電話が購入から2年以上経過している割合が34.0%と多いため、この春買い替え時期にあたる人が多いのが主な理由となるだろう。

購入の理由としても、「所有している携帯電話に機能や性能の不足を感じる」(29.1%)、「所有している携帯電話の電池の持ちが悪くなってきた」(24.2%)、「所有している携帯電話の傷や汚れが多くなってきた」(21.3%)といった回答が上位を占めており、積極的買い替えと言うよりは、どちらかと言えば、「必要に迫られての買い替え」という色合いが濃い結果となっている。

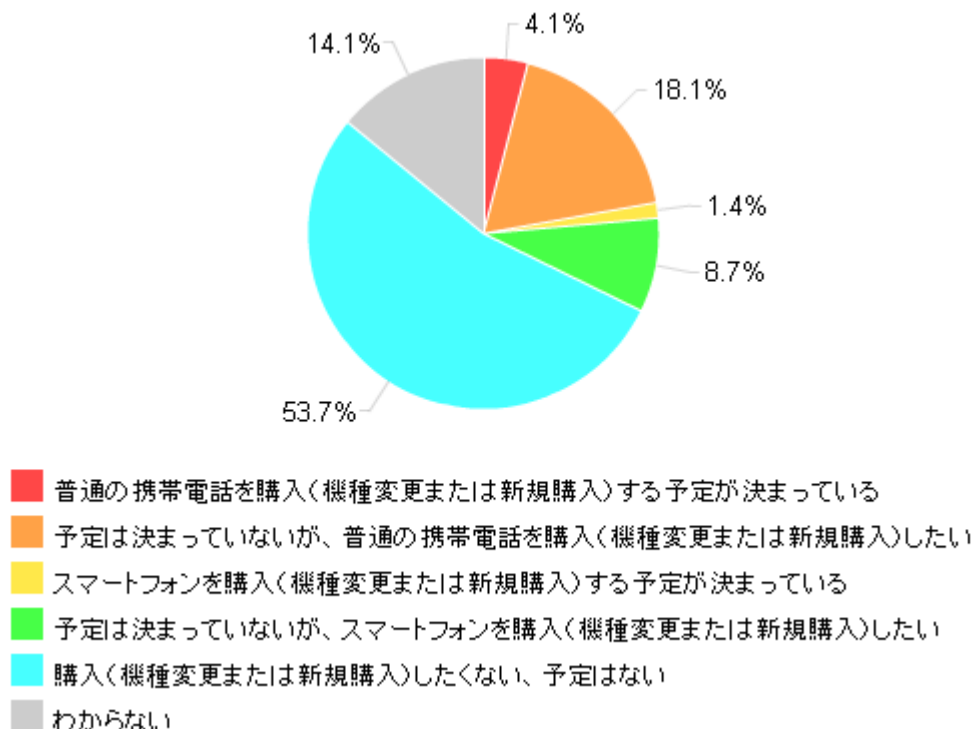
逆に、半数を超えた「購入の予定なし」という回答者の多くは、ここ1～2年以内に携帯電話を購入したユーザーと見られる。購入時期を聞いた結果でも、ここ1年以内に携帯電話を購入したユーザーが35.0%おり、買い替えない理由のトップも「今所有している製品に満足している」が47.3%にのぼる

ことから、比較的高性能な携帯電話を所有している最近の買い替えユーザーが多いのがその主な理由だろう。

このほかの、「価格が高い」と回答した割合が35.7%にのぼっており、買い替えたいが経済的理由から買い替えを見送っているという人もかなりの割合にのぼっている。

なお、購入する予定の機種として、スマートフォンを検討しているかどうかを合わせて聞いたが、一般の携帯電話とスマートフォンとの購入希望の割合はおよそ「2：1」で、スマートフォンよりは一般の携帯電話の買い替えを考えている人のほうがまだまだ多いという結果になった。

【図 4. この春の、携帯電話の購入予定】



■「購入する予定が決まっている、購入したい」理由

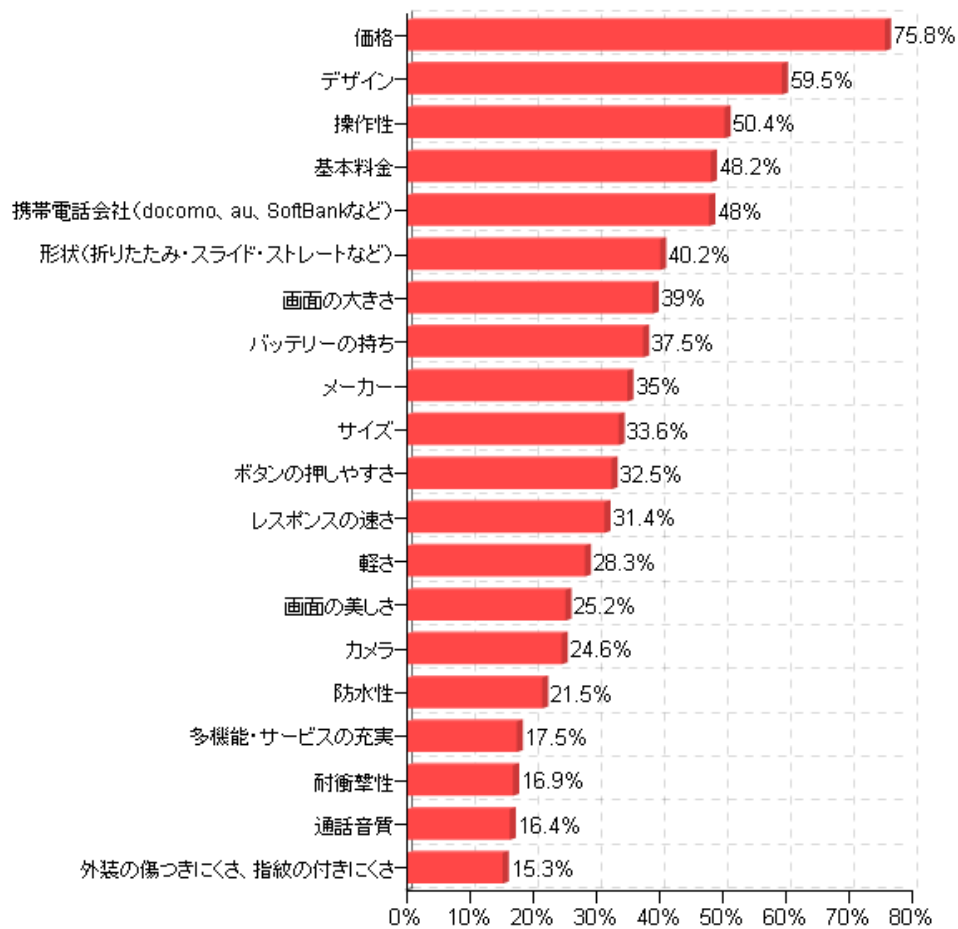
■「機種変更または新規購入したくない、予定はない」理由

結果は右記URLにてご確認ください <http://kakaku.com/research/report/039/>

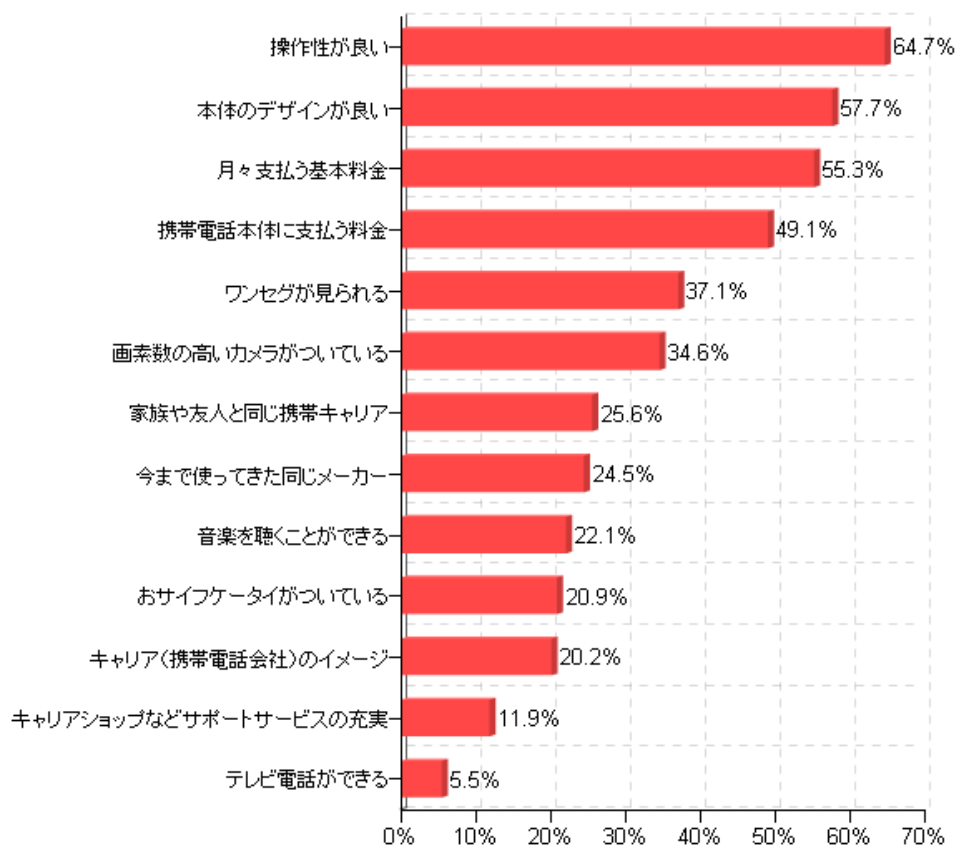
購入時に重視する点:「価格」が断トツの1位、2008年調査よりも26.7ポイント増加 消費者は価格と操作性を重視する傾向に?

携帯電話を購入する際に重視する点で多かったのは、断トツで「価格」(75.8%)。これは、今までの調査でも例のない高さである。回答項目が異なるので一概に比較はできないが、2年前に行なった調査(2008年4月)の時点では、重視するポイントのトップは「操作性がよい」(64.7%)であり、次点が「本体のデザイン」(57.7%)となっている。本体価格を重視するという回答については49.1%しかなく、今回調査の75.8%は、実に26.7ポイントのアップというわけだ。この2年間で、携帯電話の本体価格が向上し、消費者が価格面をいかに重視するようになってきたかを示す好例と言えるだろう。このほか「操作性」は、2年前と比べると14.3ポイントも下がったが、今回の調査では、別途「ボディ形状」や「ボタンの押しやすさ」、「レスポンスの速さ」といった項目を設けたため、一概に低下したとは言えない。むしろ、操作性に関する項目はいずれも高い割合となり、「軽さ」や「画面の美しさ」、「カメラ機能」などを上回った。もちろん、この2年間で携帯電話のコンパクト化やスペック向上が進んだこともあるが、現在のユーザーは総じて、機能性や薄さ・軽さなどのスペック面よりも、使いやすさを重視する傾向にあると言えるだろう。

【図 5. 携帯電話を購入する際の重視点（上位 20 位）】



【携帯電話を購入する際の重視点（2008年4月調査結果）】



■総評（抜粋） 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長

今回の調査で特に印象的だったのは、携帯電話の本体価格に対する消費者のシビアな反応である。携帯電話の本体価格については、以前は毎月支払う通信料金に上乗せされる形で請求されていたため、初期費用としての携帯電話の価格は、高くても2万円程度というイメージだった。それが、2007年末から2008年初冬にかけて各キャリアで実施された、端末料金と通信料金との分離化によって、携帯電話の本体価格は平均して2~3万円程度値上がりしたような形になり（通信費との支払総額ではそれほど変わっていないが）、そのことが、携帯電話の買い替えにとって大きなブレーキとなったのは、すでに知られているところである。こうした消費者側の、携帯電話に対するコスト意識が、今回の調査でも裏付けられた形となった。

まず、携帯電話の買い替えサイクルは確実に長くなってきており、今や1/3を超えるユーザーが2年以上携帯電話を使い続けているという結果になっている。1年ほど前の調査と比べても、この割合は増えており、消費者が携帯電話の買い替えに慎重になっている様子が見て取れる。ただし、この春に携帯電話を買い替えたいと考えているユーザーも3割弱おり、2年以上前に携帯電話を購入したユーザーが、そろそろ替え時と考えていることも同時に明らかとなった。

なお、携帯電話を選ぶ際に重視するポイントも、以前であれば「使いやすさ」や「デザイン」「機能」といった項目が上位に並んでいたのが、今回の調査ではこれらの項目を大きく上回る形で「価格」という項目がトップとなった。これは、今までの調査では見られなかった特徴であり、消費者側のコスト意識が相当高まっていることを裏付ける結果となった。また、使いやすさという点でも、本体のスタイルや、ボタンの押しやすさ、レスポンスの速さなど、多岐にわたる項目が高い重要度となっており、デザインと並んで、重要視するユーザーが多いポイントとなっている。総じて、最近のユーザーは、携帯電話に機能よりも、デザインや使いやすさを求めており、さらに価格面についてもシビアに見るようになってきていると言える。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください
<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】(2010年2月末現在)

月間利用者数 2,240 万人、月間ページビュー 8 億 1,492 万 PV、累計クチコミ件数約 1,100 万件
複数ショッピングモールの商材を横断検索できるサービスを含めた掲載商品数は約 6,000 万点

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社カカコム 広報担当 甲斐 内山 e-mail: pr@kakaku.com Tel:03-5725-4554