

**第 33 回価格.comリサーチ『スマートフォン購入状況調査』結果****スマートフォン、5 人に 1 人が所有、半数は「携帯に加えて買い増し」。****今後はキャリア間でのシェア争いが激化！？****～「iPhone」が所有率 55%とトップを走るも、発売約 1 年でドコモがシェアを急拡大～**

株式会社カカ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 33 回調査『スマートフォン購入状況調査』から、結果を一部抜粋し、ご案内します。「iPhone 3G/GS」や最近登場したグーグル携帯など、話題に上ることの多いスマートフォン。ユーザーの所有率や、利用状況、満足度などに関して調査を行ないました。

詳細結果：<http://kakaku.com/research/backnumber033.html>

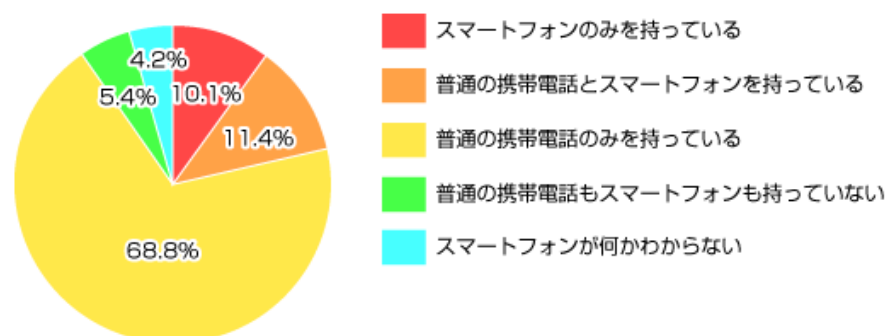
**約 5 人に 1 人が何らかのスマートフォンを所有**

回答者のスマートフォン所有率は、全体で 21.5%。およそ 5 人に 1 人が何らかのスマートフォンを所有している結果になった。

なお、スマートフォンのみを所有する人と、スマートフォンと一般的な携帯電話を両方所有する人の割合はほぼ半々になった。

年代別に見ると、若年層ほど所有率が高くなる傾向が明らかで、10 代では 28.3%、20 代では 29.0% の人が所有しているという結果が出た。30 代でも 26.7%と、かなり高いが、40 代以降は徐々に低くなっていき、60 歳以上ではわずか 5.8%という結果になった。これを見る限り、若年層のほうがスマートフォンに対する抵抗がなく、かつ興味が強いということがうかがえる。

また、性別で見ると、男性の所有率が圧倒的に高い。いわゆる「モバイルインターネット」ユーザーの人口では男性が圧倒的に多く、男性のほうがスマートフォン自体のコンセプトを受け入れやすいことが理由として考えられる。逆に、スマートフォンでは使えないサービスや機能（i モードなどの携帯専用サービス、デコレーションメールなど）があるため、女性のほうが買い替えに対し抵抗があるということも理由として考えられる。

**【図 1. スマートフォン所有率】**

スマートフォン所有率 年代別・性別の集計グラフは以下の URL にてご確認ください  
<http://kakaku.com/research/backnumber033.html>

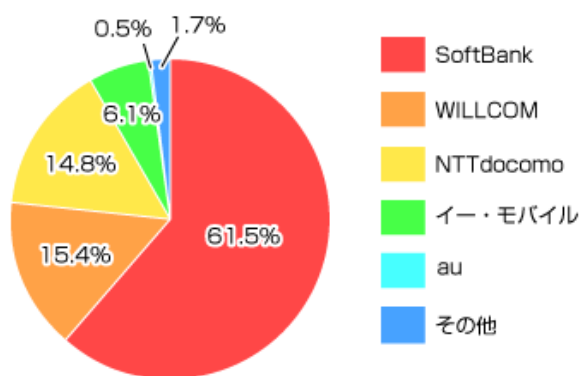
**スマートフォン所有者におけるキャリア別シェア：**

**ソフトバンクが 61.5%を占める結果に。「iPhone 3G/GS」の所有率は約 55%。  
約 1 年間でシェア 14.8%と猛追するドコモ。**

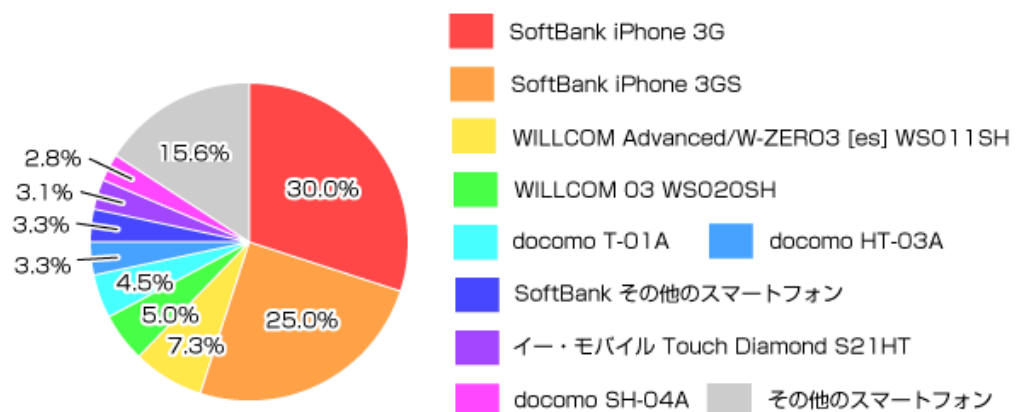
スマートフォン所有者にキャリアと機種名を聞いたところ、ソフトバンクが圧倒的に多く全体の 6 割以上を占めた。図 3 の、機種別の所有率を見てもわかるように、この数字のほとんどを占めるのは、アップルの「iPhone 3G/GS」であり、この 2 機種のみでスマートフォン全体の 55%を占めている。このように「iPhone 3G/GS」の人気はさすがに高いという結果になったが、なかでも驚かされるのは、今年 6 月に発売されたばかりの「iPhone 3GS」の所有率が 25.0%となったことだ。1 年前に発売された前モデル「iPhone 3G」の所有率が 30.0%であることを考えると、ここ数ヶ月でかなり急激に「iPhone 3GS」の所有率が高まっていることがわかる。

ソフトバンクに次いでシェアが高いのは、以前からスマートフォン製品を多く発売してきたウィルコムだが、そのシェアはソフトバンクに比べるとそこまで高いものとは言えない。注目したいのは、ウィルコムに迫る勢いでシェアを拡大している NTT ドコモだ。NTT ドコモが本格的にスマートフォン市場に参入したのは、昨年の秋以降のことであるが、この 1 年間でウィルコムに迫る 14.8%ものシェアを獲得したことになる。機種別所有率で見ると、個別のシェアは小さいものの、ドコモ勢のスマートフォンの総数となると、それなりのインパクトとなっていることがわかる。なお、スマートフォンの分野では出遅れた感のある au に関しては、そのシェアはわずか 0.5%とふるわない結果になっている。

【図 2. 所有しているスマートフォンのキャリア】



【図 3. 所有しているスマートフォンの種類】



### 約半数のユーザーがスマートフォン 1 台だけでなく、複数の携帯端末を利用 買い増し理由の多くは、スマートフォンでは実現できない機能が多いこと

スマートフォン所有者に対し、スマートフォンを購入した状況について聞いたところ、まず、「新規」「買い替え」「買い増し」の中では「買い替え」と「買い増し」が 47~48%程度のほぼ同割合となり、残る 5%ほどが「新規」あるいはそれ以外の方法での購入となった。

なお、「買い増し」の場合は、別キャリアのスマートフォンを購入したパターンが多く、「買い替え」の場合は、同じキャリアでのスマートフォンを購入したパターンが多いという結果になっている。

また、図 5 の「iPhone 3G/GS」所有者のみで抽出した結果と、昨年「iPhone 3G」が発売された際に実施した調査結果 (<http://kakaku.com/research/backnumber019.html>) を見比べてみると、おもしろいことがわかる。

昨年の調査では、「(iPhone 3G を買うために) 買い増しを行う」と答えたユーザーは iPhone 3G 購入希望者の約 3 割で、残りの 7 割のユーザーが「買い替える」と答えていた。これに対して、今回の

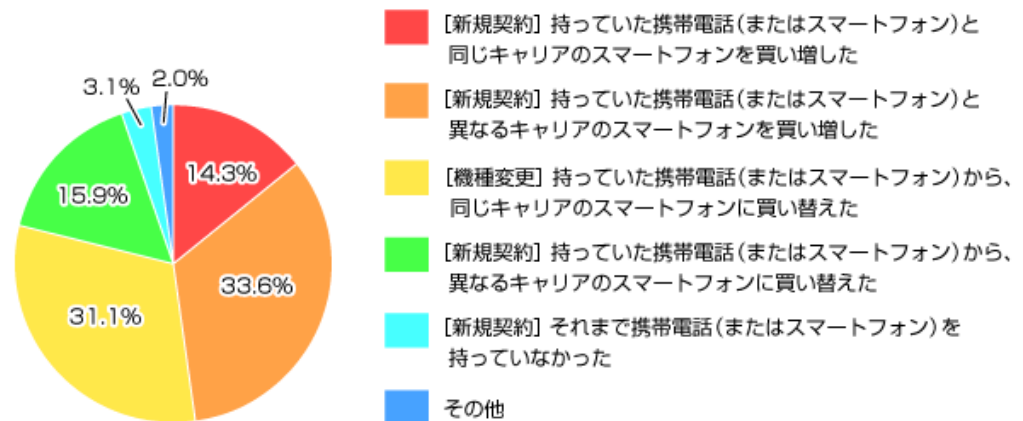
調査では、「買い増し」が半数近くにまで増えている。

この1年間で、iPhone 購入の際「買い増し」を行うという割合は増えたことになる。

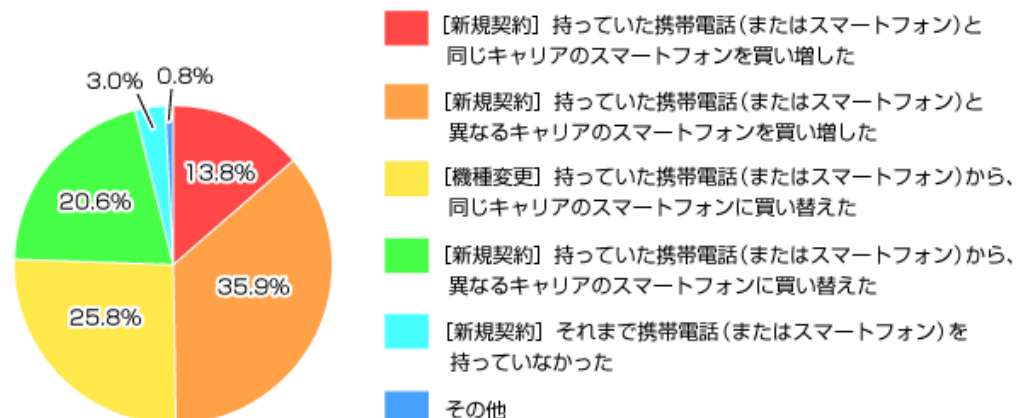
このように、「買い増し」が半数近くある理由としては、従来通り「キャリア変更をしたくない」というものもあるだろうが、それ以上に考えられるのが、「スマートフォンではすべての用途に対応できない」というものだ。満足度に関するフリーアンサーの回答でも多く見られた意見だが、スマートフォンの不満点として、スマートフォンでは実現できない機能が多いことがあげられている。

このため、多くのユーザーはスマートフォンを「買い増す」という行動に出ているものと思われる。

【図 4. スマートフォンの購入状況】



【図 5. スマートフォンの購入状況（「iPhone 3G/GS」を所有している人のみ）】

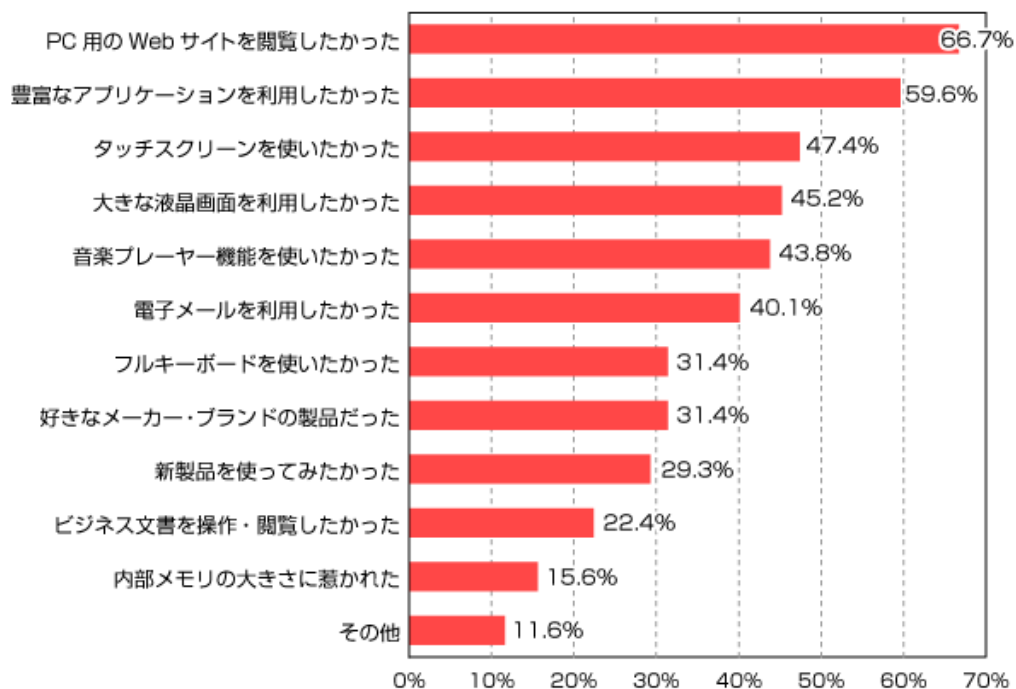


### 購入理由：1 位「PC 用 Web サイトの閲覧」が 66.7%

スマートフォン購入の理由を聞いたところ、もっとも多かった回答は「PC 用の Web サイトを閲覧したかった」(66.7%)で、多くのユーザーはスマートフォンに PC と同様のインターネット環境を求めて購入したことがわかる。次いで「豊富なアプリケーションを利用したかった」(59.6%)、「タッチスクリーンを使いたかった」(47.4%)、「大きな液晶画面を利用したかった」(45.2%)、「音楽プレーヤー機能を使いたかった」(43.8%)となっているが、これらは主に「iPhone 3G/GS」の機能であり、ほぼ「iPhone 3G/GS」の購入理由として考えていいだろう。

なお、「電子メールを利用したかった」という回答は 40.1%と、スマートフォン先進国のアメリカの状況と比べると、メール端末としてのニーズはさほど高くないことがわかる。全体的には、「大きな液晶画面で、PC と同様のインターネットが使える」端末としてスマートフォンを購入するケースが多いようだ。

【図 6. スマートフォンを購入した理由（複数回答可）】



満足な点：「PC用インターネットが使える」「液晶の大きさによる画面の見やすさ」

不満な点：「バッテリーの持ちが悪い」「おサイフケータイが使えない」

現在利用しているスマートフォンに対し、満足な点と不満な点をフリーアンサーでうかがった。

まず、スマートフォンのいい点だが、やはりほとんどのユーザーが「PCと同じようにインターネットが使える」という点をあげている。特に、画面の大きな機種を使っているユーザーの間では、「液晶の大きさによるWeb画面の見やすさ」をあげる声も大きい。このほか、「豊富なアプリケーション」という回答も多いが、これは主に「iPhone 3G/GS」のユーザーが感じるメリットである。なお、「iPhone 3G/GS」に関しては、「タッチパネルの使いやすさ」や「操作のおもしろさ（先進性）」という回答も多かった。

逆に不満点としては、機種を問わず「バッテリー」をあげる声が大きかった。そのほか、「動作が遅い」「OSが不安定」「おサイフケータイなどの機能が使えない」「音声通話の品質が悪い」といった点が、不満点としてあげられた。なお、機能面ではないが、「料金（パケット料金）が高い」といった不満も多く見られた。

しかし、全般的には、不満点よりも満足な点をあげるユーザーのほうが多く、スマートフォンを使っているユーザーの満足度は総じて高いようだ。

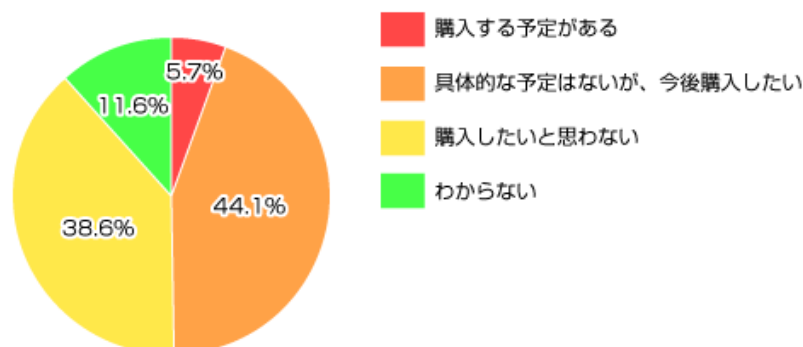
### 所有していない人の約半数が「スマートフォン購入したい」

スマートフォンを所有していない回答者に、今後購入する意志があるかどうかを聞いた。

結果としては、「具体的な予定はないが今後購入したい」という回答がもっとも多く、全体の44.1%を占めた。次いで、「購入したいと思わない」が38.6%と続くが、「購入する予定がある」の5.7%を含めると、スマートフォンを購入したいと考えている人の数は約半数にのぼり、現在スマートフォンを所有していない人の多くはスマートフォンに対してかなりの興味を抱いていることがわかる。

なお、スマートフォンを購入しようと思わない人の理由としては、「PCと同等の機能をモバイルに求めている」というものがもっとも多く、57.0%となった。次いで、「金額が高い」が49.4%となっている。PCと同等のWeb閲覧などの機能を携帯電話に求めているというユーザーは、やはりスマートフォンに対しても、あまり興味を持っていないようだ。

【図 7. 今後のスマートフォンの購入意向】  
(図 1 でスマートフォンを持っていないと回答したユーザーへの設問)



【スマートフォンを購入したいと思わない理由】詳細グラフは以下の URL でご確認ください  
<http://kakaku.com/research/backnumber033.html>

【調査方法・ユーザーパネルについて】

調査エリア：全国 調査対象：20 歳以上の価格.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

アンケート期間：2009 年 8 月 20 日（木）～2009 年 8 月 25 日（火）

アンケート回答者数：6,149 人 男女比率：男 88.4%：女 11.6%

※今回のアンケートでは、「パソコンと同じように、Web ブラウザでインターネットが閲覧でき、電子メール送受信が行なえる携帯電話」をスマートフォンとしています。

■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

今回は、最近人気を増している「スマートフォン」について調査を行った。スマートフォンの定義づけには各種あるが、ここでは「パソコンと同様のインターネットブラウジングとメール送受信が行える携帯電話」という意味で用いており、大人気のアップル「iPhone 3G/GS」をはじめとして、マイクロソフトが推進する「Windows Mobile」搭載製品や、欧米で人気の「BlackBerry」。さらに最近登場した「グーグル携帯」、またウィルコムが販売してきた「W-ZERO3 シリーズ」などもこれに含んでいる。このように比較的大きな範囲の製品群を今回は「スマートフォン」と定義し、その使い方や満足度などを調査した。

全体として見てみると、総じて現在のスマートフォンに対する期待や注目は非常に高く、実際に購入したユーザーの満足度も総じて高い傾向にある。ただし、約半数のユーザーが「買い替え」ではなく「買い増し」を行っており、その理由として一般の携帯電話に搭載される「おサイフケータイ」などの便利な機能が利用できないことがあがっていることを考えると、現在の携帯電話がすべてスマートフォンに置き換わっていくということは、少なくとも今の時点ではないといえるだろう。しかし、すでにスマートフォン所有者が 5 人に 1 人の時代になった今、携帯電話会社各社が今後スマートフォン戦略に力を入れてくることは明白だ。現状の携帯電話がスマートフォンの機能を吸収していくのか、それともスマートフォン側に、今の携帯電話の機能が追加されていくのか、その動きに注目したい。

※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】(2009 年 7 月末現在)

月間利用者約 1,936 万人、月間ページビュー約 6 億 8,286 万 PV、累計クチコミ件数約 1,000 万件

【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 内山 甲斐 e-mail: [pr@kakaku.com](mailto:pr@kakaku.com) Tel:03-5805-7511