

2010年1月19日

株式会社ブランド総合研究所

子どもの携帯電話使用に関する親と子の調査

親が最も抑えたい子どもの費用は「携帯電話料金」**料金をもう 2,000 円抑えたい！70%の親が「高い」！
～一方で 8 割超の子どもが自分の携帯電話料金を「気にしている」～**

株式会社ブランド総合研究所(本社:東京都港区、社長:田中章雄)では、「子どもの携帯電話使用に関する調査」の「親編」と「子ども編」を2010年1月8日から13日にかけて実施しました。

調査は、携帯電話(ケータイ)を持っている小学6年生から高校3年生までの子どもを持つ親590人と、自分の携帯電話を持っている小学6年生から高校3年生599人(※)に対して、それぞれ実施しました。

その結果、半数の親が「子どもの携帯電話料金」を最も抑えたい費用に挙げるとい結果となりました。また、70%の親が「子どもに携帯電話は必要」であると回答する一方、同じく70%が「子どもの携帯電話料金は高い」と回答。「必要だが、料金は高い」という親の複雑な想いが浮き彫りとなりました。一方、携帯電話を持っている子どもは「携帯電話料金を気にしている」と80%以上回答しており、料金に気を使う子どもの気持ちも明らかになりました。

(※)小学6年生から中学3年生に関しては、親同席の元、調査に回答するよう依頼した。

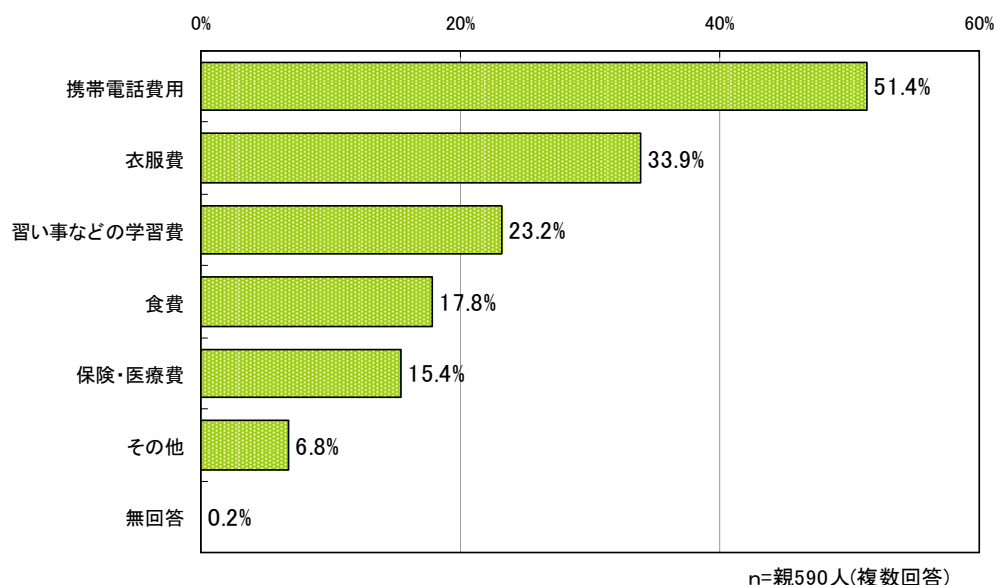
■調査結果サマリー

- 中高生の子どものを持つ親がなるべく安く抑えたい、子どもにかかる費用は「携帯電話料金」
※中高生・・・新中学1年生(現小学校6年生)を含む
- 4人に3人の親が「子どものケータイは必要」
子どもにケータイ持たせる理由は「親子の連絡」
- 一方で「子どもの携帯電話料金高い」と感じている親は7割超
請求項目で最も注視しているのはメールなどの「パケット通信」
- 親が考える子どもの携帯電話料金の妥当な金額は3,000円強
実際の支払金額と2,000円の差額
- 自身の携帯電話料金を把握している子どもは9割以上
8割は携帯電話料金を気にしている

■ 中高生の子どもを持つ親に聞く、抑えたい子どもに係る費用

まず、親に対して、子どもに現在かかっている「生活・教育に係る必要経費」(娯楽費除く)で、なるべく安く抑えたい費用を聞いたところ、携帯電話料金が 51.4%で最も高く、次いで衣服費(33.9%)、習い事などの学習費(23.2%)と続く結果となった。(図 1)

※中高生・・・新中学 1 年生(現小学校 6 年生)を含む

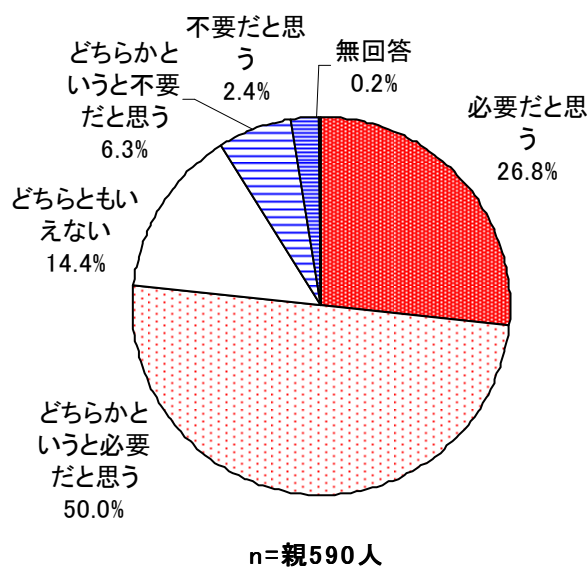


【図 1 設問:なるべく安く抑えたい子どもの費用項目(親編)】

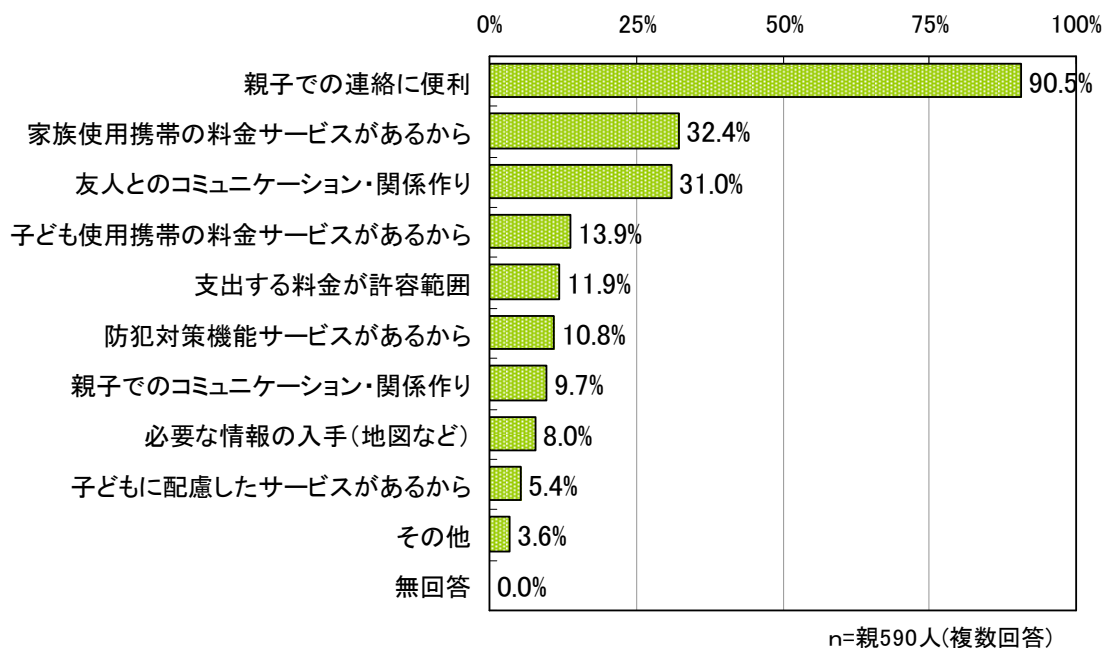
■ 4人に3人の親が「子どものケータイは必要」 子どもにケータイ持たせる理由は「親子の連絡」

「子どもの携帯電話は必要だと思っているかどうか」を調査した結果、親の76.8%が「必要」と回答した。一方、「不要」と考えている親は8.7%に過ぎない。(図2)

また、携帯電話を子どもに持たせる理由として、「子どもに携帯電話を持たせるメリット」を質問したところ、「親子での連絡に便利」だからと回答した親が90.5%にもものぼった。次いで、「家族使用携帯の料金サービス」の存在が32.4%、「友人とのコミュニケーション・関係作り」が31.0%でとなっており、携帯電話に「親子の連絡手段」としてのメリットを感じている親が大多数に上った。(図3)



【図2 設問:子どもに携帯電話を持たす必要性に有無(親編)】

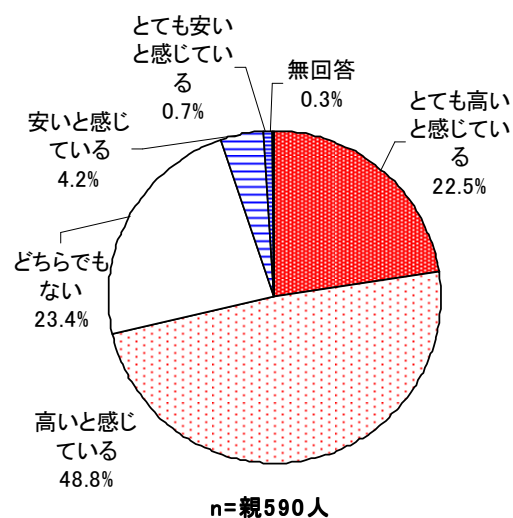


【図3 設問:子どもに携帯電話を持たすメリット(親編)】

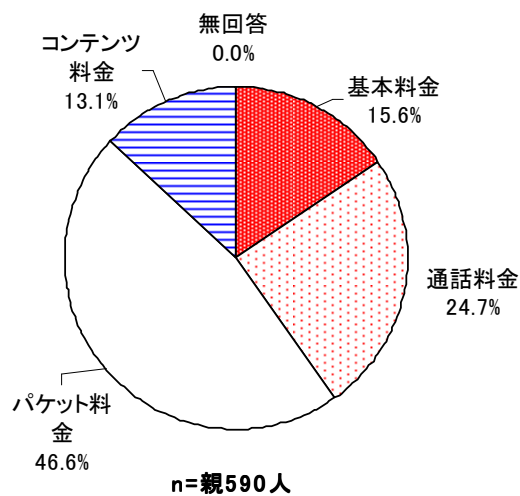
■ 子どもの携帯電話料金が「高い」と感じている親は7割超
請求項目で最も注視しているのは「パケット通信」

また、親に対して、子どもの携帯電話料金の金額に関してどう感じているかを聞いたところ、71.3%の親が「高いと感じている」と回答した(図4)。

さらに、「携帯電話料金で、最も気にしている料金項目」について質問したところ、「パケット料金」を気にしている親が最も多く、46.6%となった。ついで「通話料金」(24.7%)となっており、通話よりもメールなどのデータ通信費用に注目している親が多くなるという結果となった(図5)。



【図4 設問:子どもの携帯電話料金に対する考え(親編)】



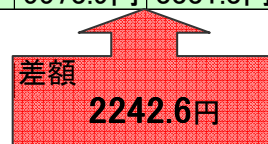
【図5 設問:携帯電話料金で最も気にする料金項目(親編)】

■子どもの携帯電話料金、妥当な金額は 3,000 円も実際の支払は 5,000 円超
実際の支払金額と 2,000 円の差額が。

子どもの、携帯電話料金について実際に支払っている金額と、妥当だと考える金額についてそれぞれ質問した結果、実際の支払金額の平均は 5,574 円となり、一方で子どもの携帯電話料金として妥当と考える金額の平均は 3,331 円となった。実際の費用と妥当と考える金額には 2,000 円を越える開きがあることが分かった(図 6)。

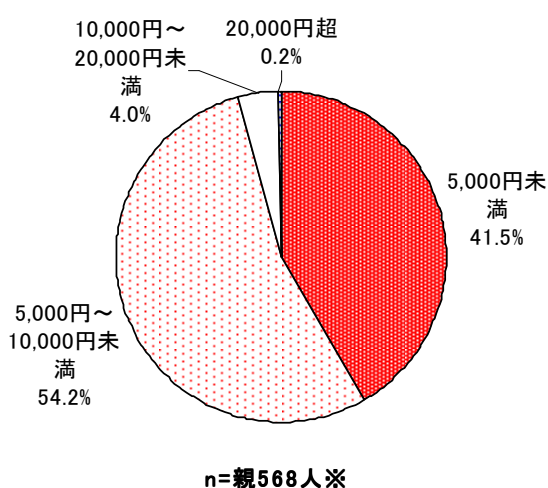
また、図 5 の結果について、選択項目を集約した結果が図 6、図 7 となる。それによると、実際に支払っている金額として最も多い割合なのは「5,000 円～10,000 円未満」(図 7 54.2%)だが、妥当な金額では「5,000 円未満」が 87.5%にも上る(図 8)。実に約 9 割の親が、「5,000 円未満」が子どもの携帯電話料金として妥当だと考えているという結果となった。

サンプル数n=親590人	子供の携帯電話料金	
	実際にかかっている料金 (n=568※)	妥当だと考える料金 (n=578※)
2,000円未満	9.0%	28.9%
2,000～3,000円未満	6.0%	14.9%
3,000～4,000円未満	17.1%	27.2%
4,000～5,000円未満	9.5%	16.4%
5,000～6,000円未満	17.1%	7.3%
6,000～7,000円未満	14.1%	2.9%
7,000～8,000円未満	13.0%	1.0%
8,000～9,000円未満	6.7%	0.3%
9,000～10,000円未満	3.3%	0.5%
10,000～12,000円未満	2.5%	0.2%
12,000～14,000円未満	0.7%	0.0%
14,000～16,000円未満	0.5%	0.0%
16,000～18,000円未満	0.0%	0.0%
18,000～20,000円未満	0.4%	0.2%
20,000円以上	0.2%	0.2%
平均金額(円)	5573.9円	3331.3円

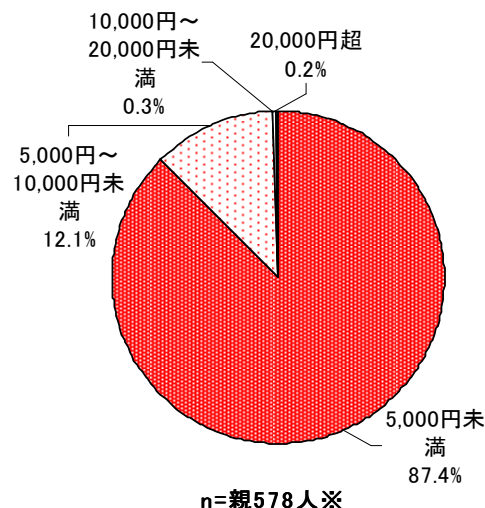


【図 6 設問:子どもの携帯電話料金、支払金額と妥当金額の比較】

図 6 を簡略化すると...



【図 7 設問:1ヶ月の子どもの携帯電話料金】



【図 8 設問:妥当と考える子どもの携帯電話料金】

※「実際の支払金額」、「妥当と考える支払金額」の設問において、「わからない」「無回答」のサンプル各 22 人、12 人を調査対象者総数 590 人から引いた人数を母数に割合、及び平均金額を算出。

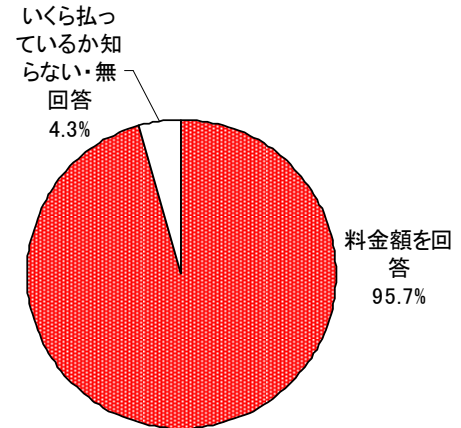
■自身の携帯電話料金を把握している子どもは9割以上 8割は携帯電話料金を気にしている

一方、子どもは自分たちの携帯電話料金についてどのように考えているかも調査を行った。

その結果、自分が持っている携帯電話の、月々の料金については、95.7%と殆どの子どもが回答をした(図9)。なお、料金を「いくら払っているか知らない・無回答」としたのは4.3%に過ぎなかった。子どもにとっても携帯電話料金への関心が高いことが伺える結果となった。

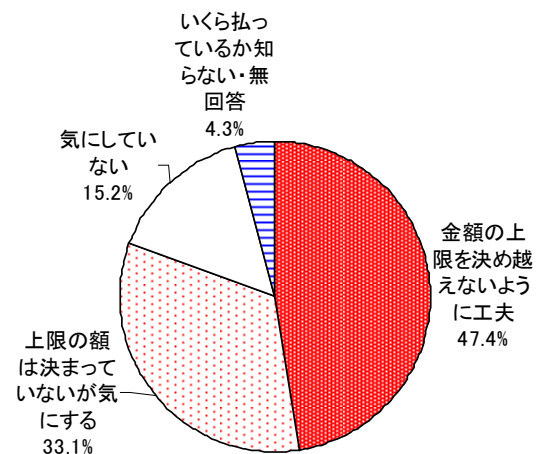
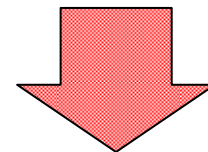
また、月々の携帯電話料金に対して配慮しているか(使いすぎているか)どうかを質問したところ、47.4%とほぼ半数の子どもは「金額の上限を決め、それを越えないように工夫している」と回答した(図10)。「上限の金額は決まっていないが気にする」と答えた子どもの33.1%との合計で、8割を超える子どもが「料金を気にしている」と答えた。

気にしている内容としては「親に負担がかかってしまうから」(高校3年生、北海道)といった親への金銭的負担に関する回答が多く寄せられたほか、「生活が苦しいから」(高校3年生、滋賀県)、「不景気だから」(中学2年生、東京都)といった、昨今の経済状況を反映したような意見もいくつか見られた。



n=子599人

【図9 設問:1ヶ月の自身(子ども)の携帯電話料金(子ども編)】



n=子599人

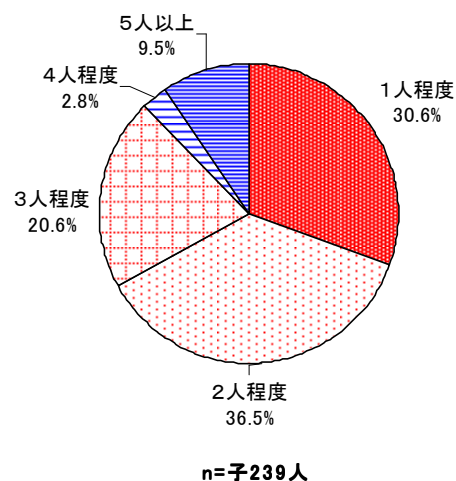
【図10 設問:月々の携帯電話料金への配慮(子ども編)】

《その他の調査結果》

上記結果のほかにも、親、子どもそれぞれに対して携帯電話の使用や料金に関する調査を行いました。下記は、調査結果を抜粋したものです。

■ 子どもの携帯利用実態 通話相手の人数は？

子どもに対して、平日に携帯電話を使って話す相手の平均的な人数を質問したところ87.7%が「3人以内」と回答した。なお、休日の平均的な人数も質問しているが、傾向は平日の場合と変わっていない。



【図 11 設問:平日の電話相手人数(子ども編)】

■ 調査概要

調査名 子どもの携帯電話使用に関するアンケート調査

調査方法 インターネット調査

調査対象者

調査①自分の携帯電話を持っている小学6年生から高校3年生

調査②携帯電話を持っている小学6年生から高校3年生までの子どもを持つ親

(※)モニターから事前調査を実施し、該当サンプルを抽出(スクリーニング調査)

有効回答数

調査①599人(※)

調査②590人

(※)小学6年生から中学3年生に関しては、親同席の元、調査に回答するよう依頼

調査時期 2010年1月8日～1月13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

<本件に関するお問合せ先(メディアおよび読者とも)>

株式会社ブランド総合研究所 PR事務局 (担当:在原・南口)

Tel.03-5572-6061 Fax.03-5572-6065

E-mail: y-arihara@vectorinc.co.jp