

【報道関係各位】

## スマートフォンに関する調査

- 購入した理由は、「PCサイトを閲覧できるから」約8割。
- スマートフォンユーザの満足度は、約7割。  
OS別の満足度、『iPhone』で8割、『アンドロイド』は6割超。
- 有料でも購入したいアプリは、「ゲーム」「電子書籍」「ビジネス・仕事効率化」
- 約4割は、スマートフォンの‘半分も使いこなせていない’

2011年2月28日  
株式会社マクロミル

インターネット調査会社の株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表：杉本哲哉）は、全国の20才以上の『スマートフォン所有者』『スマートフォン購入意向者』を対象に、「スマートフォンに関する調査」を実施いたしました。

調査手法はインターネットリサーチ。調査期間 2011年2月17日（木）～2月18日（金）。有効回答数はスマートフォン所有者 412名、スマートフォン購入意向者 206名から得られました。

### 【調査結果概要】

#### 【1】 購入した理由は「PCサイトを閲覧できるから」約8割。

スマートフォンを所有している人に購入理由を尋ねたところ、「PCサイトを閲覧できるから」が78%で最も多く、次いで「アプリが豊富」が60%となりました。男女別にみると、女性は男性に比べ「色々なことができそう」が約30ポイント高く、漠然とした期待で購入している人も多くいるようです。（p2）

スマートフォンを購入して‘よかった’と感じたシーンを尋ねると、「出先ですぐに何かを調べたいとき」が最多で76%、「時間をつぶしているとき」が66%、「道に迷ったとき」46%となりました。（p10）

#### 【2】 スマートフォンユーザの満足度は、約7割。

現在利用しているスマートフォンの満足度を尋ねたところ「満足している」が14%、「まあ満足している」が57%と合計で約7割の人が満足している結果となりました。OS別にみると、iPhoneユーザの満足度が80%とアンドロイドユーザ（64%）に比べ16ポイント高くなっています。年代別では、若年層ほど満足度が高いようです。（p6～7）

満足している点を尋ねると、iPhoneでは「デザイン」が55%で最多、アンドロイドでは「液晶画面の大きさ」52%という回答が最も多くなっています。不満点はどの機種においても「バッテリーの持ち」がトップでした。

#### 【3】 有料でも購入したいアプリは、「ゲーム」「電子書籍」「ビジネス・仕事効率化」

実際にダウンロードしたアプリの平均の本数を尋ねたところ、無料アプリが28本、有料アプリが5本となりました。ダウンロードしたアプリは、1位「天気・ニュース」49%、2位「交通・ナビゲーション」47%、3位「ゲーム」44%でした。

有料でもダウンロードしたいと思うアプリを聞くと、「ゲーム」「電子書籍」が8%、「ビジネス・仕事効率化」が7%となりました。また、アプリに最高いくらまで支払えるかを尋ねると、約半数が「500円以下」と回答しています。（p13～14）

#### 【4】 約4割は、スマートフォンの‘半分も使いこなせていない’

どの程度スマートフォンを使いこなせているか、割合で答えてもらいました。「80%以上」が2割に留まった一方、「50%未満」が37%と約4割となっています。操作方法がわからないときの解決方法を尋ねると、「インターネットで調べる」が78%で最多。20代では「自力で解決」「友人に聞く」が多く、50代以上は「わからないままにしておく」という回答が他の年代に比べ多くなっていました。（p8～9）

「スマートフォンに関する調査」

【調査結果詳細】

■ 調査概要

調査方法:	インターネットリサーチ	
調査地域:	全国	
調査対象:	20才以上の『スマートフォン所有者』『スマートフォン購入意向者』（マクロミルモニタ会員）	
有効回答数:	スマートフォン所有者	スマートフォン購入意向者
	412s	206s
調査日時:	2011年2月17日（木）～2月18日（金）	
調査機関:	株式会社マクロミル	

I. スマートフォンの購入について

■ 購入した理由は、「PCサイトを閲覧できる」78%、「アプリが豊富」60%

スマートフォンを所有している人に今使っている端末の購入理由を尋ねたところ、「PCサイトを閲覧できるから」が78%で最も多く、次いで「アプリが豊富」が60%となりました。

所有しているスマートフォンのOS別にみると、iPhoneユーザはアンドロイドユーザに比べ「使いたいアプリがあった」、一方アンドロイドユーザはiPhoneユーザに比べ「大きな画面だから」「これからスマートフォンが主流になると思う」「ワード、エクセルのファイルを閲覧できる」が各々10ポイント以上高くなっています。

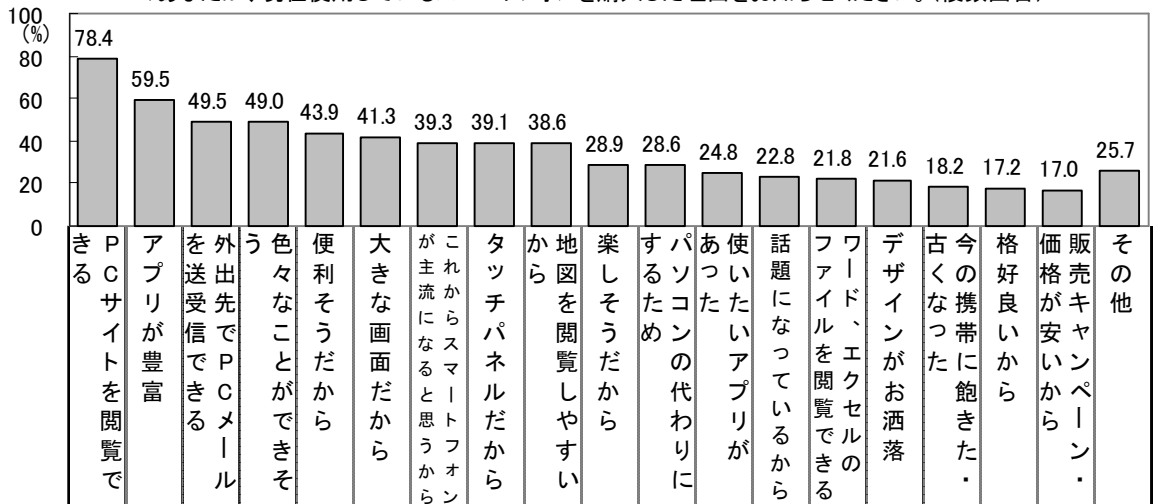
男女別にみると、女性は男性に比べ「色々なことができそう」が約30ポイント高くなっています。

年代別にみると、若年層ほど「これからスマートフォンが主流になると思う」「楽しそう」「話題になっている」「格好良い」が高くなっています。（図1）

スマートフォン所有者

【図1】スマートフォンを購入した理由

Q.あなたが、現在使用しているスマートフォンを購入した理由をお知らせください。（複数回答）



	所有者全体(n=412)	78.4	59.5	49.5	49.0	43.9	41.3	39.3	39.1	38.6	28.9	28.6	24.8	22.8	21.8	21.6	18.2	17.2	17.0	25.7
OS別	iPhone(n=209)	79.9	67.5	50.7	49.3	45.9	35.9	32.5	36.4	39.2	29.7	26.8	31.6	21.5	14.8	24.4	17.2	16.7	17.7	19.1
	Android(n=159)	79.2	58.5	50.3	50.9	42.8	50.3	54.1	43.4	41.5	30.8	28.3	17.0	27.7	27.7	22.0	23.3	20.1	17.0	34.6
性別	男性(n=290)	77.6	61.0	50.3	40.3	39.3	41.0	36.2	37.9	39.0	23.8	26.2	25.2	20.3	24.1	21.4	14.8	16.6	13.8	20.3
	女性(n=122)	80.3	55.7	47.5	69.7	54.9	41.8	46.7	41.8	37.7	41.0	34.4	23.8	28.7	16.4	22.1	26.2	18.9	24.6	38.5
年代別	20代(n=73)	80.8	65.8	53.4	63.0	49.3	45.2	54.8	47.9	49.3	41.1	30.1	21.9	41.1	27.4	28.8	27.4	27.4	17.8	37.0
	30代(n=169)	79.9	58.0	47.9	52.7	47.3	37.3	40.2	39.6	31.4	32.0	24.3	24.3	23.1	20.7	23.1	21.3	19.5	20.1	24.3
	40代(n=111)	73.0	64.0	46.8	44.1	39.6	42.3	36.9	34.2	38.7	25.2	34.2	24.3	15.3	19.8	18.9	10.8	12.6	13.5	21.6
	50代以上(n=59)	81.4	47.5	54.2	30.5	35.6	45.8	22.0	35.6	45.8	11.9	28.8	30.5	13.6	22.0	13.6	11.9	6.8	13.6	23.7

<スマートフォン購入意向者>

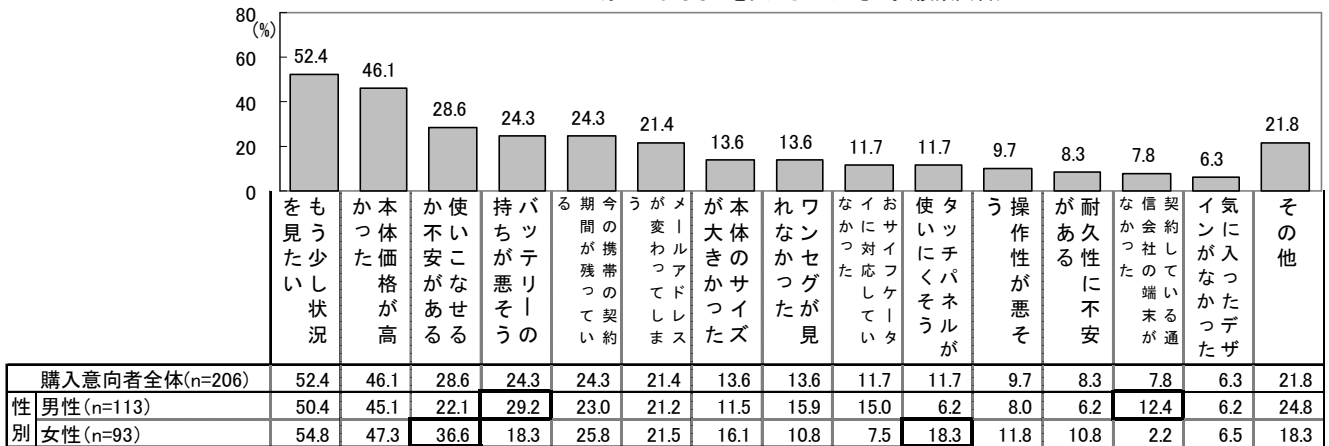
■ まだ買っていない理由は、「もう少し状況を見たい」52%、「本体価格が高かった」46%

今後、スマートフォンの購入を考えている人に、まだ購入に至っていない理由を尋ねたところ、「もう少し状況を見たい」が52%で最多、次いで「本体価格が高かった」が46%となっています。

男女別にみると、男性は女性に比べ「バッテリーの持ちが悪そう」「契約している通信会社の端末がなかった」、女性は男性に比べ「使いこなせるか不安がある」「タッチパネルが使いにくそう」が各々10ポイント以上高くなっています。(図2)

スマートフォン購入意向者

【図2】まだ、スマートフォンを購入していない理由(n=206)  
Q.まだスマートフォンの購入に至っていないのはなぜですか。  
あてはまるものをお知らせください。(複数回答)



■ 購入時に重視した点:1位「デザイン」50%、2位「操作性」42%、3位「形状・サイズ」37%

スマートフォン所有者に購入した時に重視した点を尋ねました。1位は「デザイン」50%、2位「操作性」42%、3位「本体の形状・サイズ」37%となっています。OS別にみると、iPhone ユーザでは「アプリの豊富さ (43%)」が2位、Androidユーザでは「液晶画面の大きさ (46%)」が2位となっています。年代別にみると、20代で「デザイン」は62%と圧倒的な高さとなっています。(図3)

【図3】スマートフォン購入の重視点<上位抜粋>

Q.あなたが、スマートフォンを購入する際に、重視する点・重視した点をお知らせください。(複数回答)

所有者全体(n=412)		iPhone(n=209)		Android(n=159)		購入意向者(n=206)	
順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)
1	デザイン	1	デザイン	1	デザイン	1	本体の価格
2	操作性	2	アプリの豊富さ	2	液晶画面の大きさ	2	操作性
3	本体の形状・サイズ	3	操作性	3	本体の形状・サイズ	3	バッテリーの持ち
4	液晶画面の大きさ	4	ブランド、メーカー	4	操作性	4	本体の形状・サイズ
5	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	5	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	5	キャリア	5	デザイン
6	本体の価格	6	本体の価格	6	メールアドレスを変えなくてよいこと	6	メールアドレスを変えなくてよいこと
7	ブランド、メーカー	7	メモリの容量	7	本体の価格	7	壊れにくいこと
8	アプリの豊富さ	8	本体の形状・サイズ	8	タッチパネルの反応速度	8	液晶画面の大きさ
9	タッチパネルの反応速度	9	液晶画面の大きさ	9	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	9	キャリア
10	購入時の割引や特典	10	購入時の割引や特典	10	搭載しているOS	10	タッチパネルの反応速度

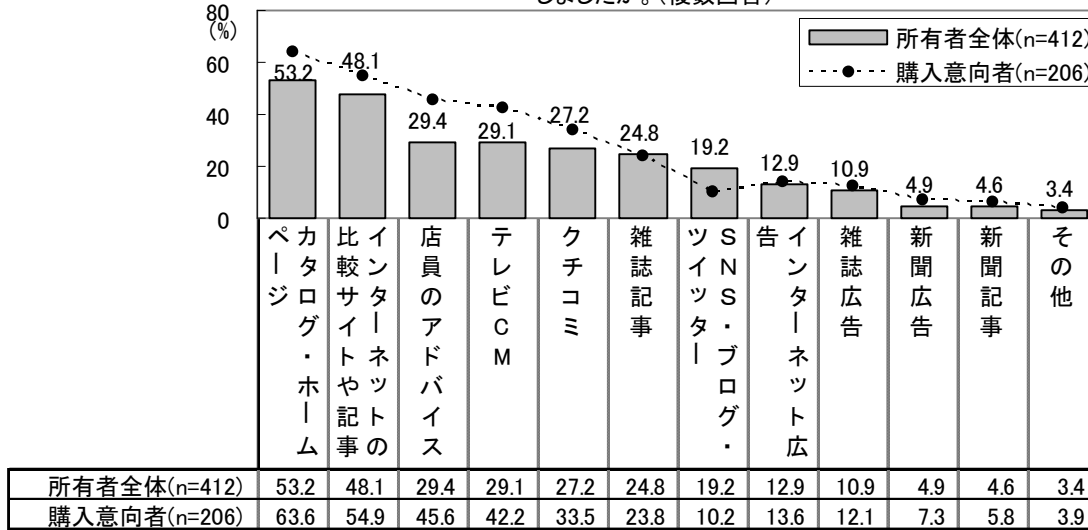
<所有者/年代別>

20代(n=73)		30代(n=169)		40代(n=111)		50代以上(n=59)	
順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)	順位	(%)
1	デザイン	1	デザイン	1	デザイン	1	無線LAN、Wi-Fiが利用できる
2	本体の形状・サイズ	2	操作性	2	操作性	2	液晶画面の大きさ
3	液晶画面の大きさ	3	本体の形状・サイズ	3	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	3	操作性
4	操作性	4	ブランド、メーカー	4	液晶画面の大きさ	4	本体の価格
5	アプリの豊富さ	5	本体の価格	5	アプリの豊富さ	5	デザイン
6	ブランド、メーカー	6	アプリの豊富さ	6	本体の価格	6	本体の形状・サイズ
7	本体の価格	7	液晶画面の大きさ	7	本体の形状・サイズ	7	メモリの容量
8	購入時の割引や特典	8	タッチパネルの反応速度	8	ブランド、メーカー	8	アプリの豊富さ
9	タッチパネルの反応速度	9	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	9	タッチパネルの反応速度	9	タッチパネルの反応速度
10	メモリの容量	10	キャリア	10	バッテリーの持ち	10	ブランド、メーカー

■ 購入時の参考は「カタログ・ホームページ」「インターネットの比較サイトや記事」

スマートフォンの所有者には購入時に参考にした情報を、購入意向者には参考にする情報を尋ねました。所有者では「カタログ・ホームページ」53%、「インターネットの比較サイトや記事」48%でした。購入意向者でも上位2位は同様ですが、加えて「店員のアドバイス」「テレビCM」も4割超となっています。(図4)

【図4】スマートフォン購入時に参考とする情報  
Q.スマートフォン購入時、どのような情報を参考にしましたか。(複数回答)



■ 約4割がスマートフォンと通常の携帯電話の‘2台持ち’

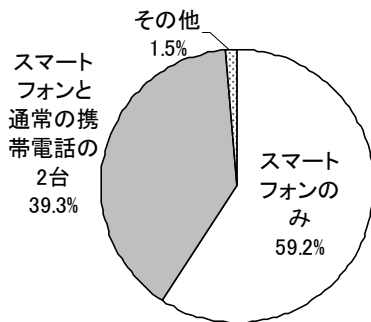
スマートフォン所有者に、現在携帯電話を何台持っているか尋ねたところ、「スマートフォンと通常の携帯電話の2台」と‘2台持ち’が約4割となっています。(図5-1)

購入意向者にスマートフォンを購入したらどのように携帯電話を所有するかを尋ねると、‘2台持ち’は約1割に留まり、「スマートフォンのみ」が約9割でした。(図5-2)

2010年秋冬モデルから、多くのスマートフォンで機能やサービスが拡充したため、今後は通常の携帯電話と併用使いではなくスマートフォンに切り替える人が増えることが推測できます。

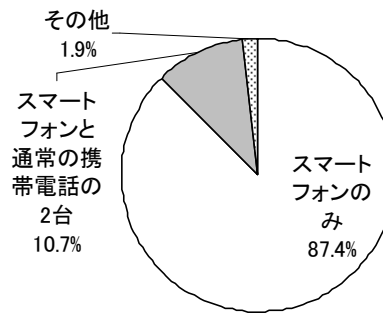
スマートフォン所有者

【図5-1】携帯電話の所有状況(n=412)  
Q.あなたはスマートフォンの他に普通の携帯電話を所有していますか。



スマートフォン購入意向者

【図5-2】携帯電話の所有状況(n=206)  
Q.あなたはスマートフォンを購入したらどのように携帯電話を所有しますか。



■ スマートフォンで「PCサイトの閲覧」9割、「カメラ・ムービー撮影」7割超。

スマートフォン所有者に利用している機能、サービスについて尋ねたところ、「メール」「PCサイトの閲覧」が各々90%、次いで「音声通話」「カメラ・ムービー撮影」が各々74%となっています。(図6)

【図6】スマートフォンで利用している機能、サービス<上位抜粋>

Q.あなたが、スマートフォンで利用している機能、サービスをお知らせください。(複数回答)

順位	所有者全体(n=412)	(%)	順位		(%)
1	メール	90.0	16	SNSの閲覧、書き込み	31.8
2	PCサイトの閲覧	89.6	18	辞書	28.9
3	音声通話	74.0	19	写真・動画編集	24.0
4	カメラ、ムービー撮影	73.5	20	バーコードリーダー	21.1
5	地図・GPS・ナビゲーション	66.5	21	電子書籍の閲覧	20.1
6	ゲーム	60.7	22	ワード、エクセルの閲覧、編集	20.1
7	動画の視聴	58.0	24	ワンセグ	17.0
8	音楽プレーヤー	53.6	25	ボイスレコーダー	14.8
9	電卓	52.4	26	音声検索	12.4
10	(他アカウントの)PCメールの送受信	49.5	27	万歩計・健康管理	11.4
	カレンダー、スケジュール管理		28	赤外線通信	8.5
12	アラーム	48.3	29	おサイフケータイ	7.8
13	メモ帳	48.1	30	名刺リーダー	6.3
14	Twitterなどミニブログの閲覧、書き込み	35.2		テレビ電話	5.8
15	ブログの閲覧、書き込み	34.0		テキストリーダー	

■ スマートフォン購入後、様々なシーンでインターネット利用が増加。

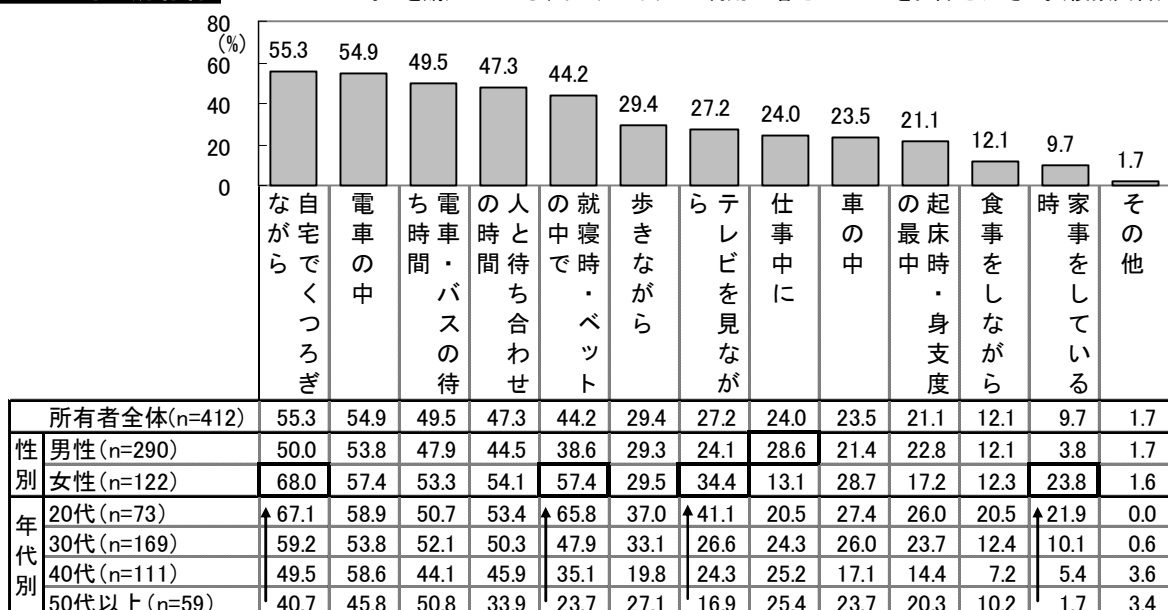
スマートフォン所有者に、スマートフォン購入後にインターネット利用が増えたシーンを尋ねたところ、「自宅でくつろぎながら」「電車の中」が各々55%、次いで「電車・バスの待ち合わせの時間」が50%、「人と待ち合わせの時間」が47%となっています。自宅の内外を問わず、インターネットの利用が増えたことが窺えます。

男女別にみると、女性は男性に比べ「自宅でくつろぎながら」「就寝時・ベッドの中で」「テレビを見ながら」「家事をしている時」が10ポイント以上高くなっています。年代別にみると、若年層ほど「自宅でくつろぎながら」「就寝時・ベッドの中で」「テレビを見ながら」「家事をしている時」が高く、若年層で‘ながらインターネット’が定着しつつあるようです。(図7)

【図7】スマートフォン購入後、インターネット利用が増えたシーン(n=412)

スマートフォン所有者

Q.スマートフォンを購入してから、インターネットの利用が増えたシーンをお答えください。(複数回答)





## II. スマートフォンの利用について

### ■ 満足している点は、1位「デザイン」50%、2位「液晶画面の大きさ」46%

現在利用しているスマートフォンのどのような点に満足しているか尋ねたところ、「デザイン」が50%で最も高く、次いで「液晶画面の大きさ」が46%となっています。

OS別にみると、iPhone ユーザでは1位「デザイン」55%、2位「アプリの豊富さ」50%、一方、アンドロイドユーザでは1位「液晶画面の大きさ」52%、2位「本体の形状・サイズ」47%、3位「デザイン」47%でした。

年代別にみると、20～30代では「デザイン」、40～50代以上では「無線LAN、Wi-Fiが利用できる」がトップとなっています。(図8)

【図8】スマートフォンの満足点<上位抜粋>

Q.あなたは、現在利用しているスマートフォンのどのような点に満足していますか。あてはまるものを全てお知らせください。(複数回答)

＜所有者/OS別＞								
順位	所有者全体(n=412) (%)	順位	iPhone(n=209) (%)	順位	Android(n=159) (%)			
1	デザイン	50.0	1	デザイン	54.5	1	液晶画面の大きさ	52.2
2	液晶画面の大きさ	45.6	2	アプリの豊富さ	49.8	2	本体の形状・サイズ	47.2
3	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	41.0	3	操作性	46.9	3	デザイン	46.5
4	操作性	40.8	4	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	45.9	4	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	37.7
5	アプリの豊富さ	40.0	5	液晶画面の大きさ	42.6	5	操作性	35.8
6	本体の形状・サイズ	39.6	6	タッチパネルの反応速度	38.8	6	メールアドレスを引き継げたこと	34.0
7	タッチパネルの反応速度	31.8	7	ブランド、メーカー	36.4	7	アプリの豊富さ	32.1
8	ブランド、メーカー	31.8	8	本体の形状・サイズ	36.4	8	タッチパネルの反応速度	25.8
9	搭載しているOS	21.8	9	メモリの容量	25.4	9	ブランド、メーカー	25.8
10	メールアドレスを引き継げたこと	21.6	10	搭載しているOS	19.6	10	搭載しているOS	23.9

＜所有者/年代別＞								
順位	20代(n=73) (%)	順位	30代(n=169) (%)	順位	40代(n=111) (%)	順位	50代以上(n=59) (%)	
1	デザイン	67.1	1	デザイン	55.0	1	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	47.5
2	液晶画面の大きさ	63.0	2	本体の形状・サイズ	42.0	2	操作性	45.0
3	本体の形状・サイズ	52.1	3	液晶画面の大きさ	40.8	3	液晶画面の大きさ	43.2
4	アプリの豊富さ	46.6	4	操作性	40.2	4	アプリの豊富さ	38.7
5	タッチパネルの反応速度	41.1	5	アプリの豊富さ	39.1	5	デザイン	37.8
6	ブランド、メーカー	37.0	6	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	37.9	6	本体の形状・サイズ	32.4
7	操作性	35.6	7	タッチパネルの反応速度	33.7	7	ブランド、メーカー	30.6
8	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	35.6	8	ブランド、メーカー	32.0	8	タッチパネルの反応速度	25.2
9	メモリの容量	34.2	9	搭載しているOS	22.5	9	搭載しているOS	20.7
10	メールアドレスを引き継げたこと	31.5	10	本体の価格	20.1	10	メールアドレスを引き継げたこと	22.0

### ■ スマートフォンの不満点は、「バッテリーの持ちが悪い」が62%で圧倒的

スマートフォン所有者に現在利用しているスマートフォンのどのような点に不満を感じているか尋ねたところ、「バッテリーの持ちが悪い」が62%と圧倒的に高くなっています。

OS別にみると、iPhone ユーザでは2位「通話エリア・電波の悪さ(40%)」、アンドロイドユーザでは2位「防水機能がない(33%)」となっています。(図9)

【図9】スマートフォンの不満点<上位抜粋>

Q.あなたは、現在利用しているスマートフォンのどのような点に不満を感じていますか。あてはまるものを全てお知らせください。(複数回答)

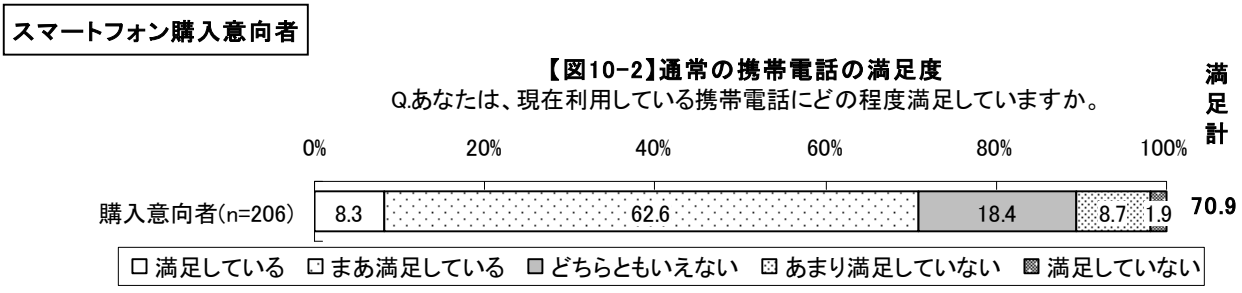
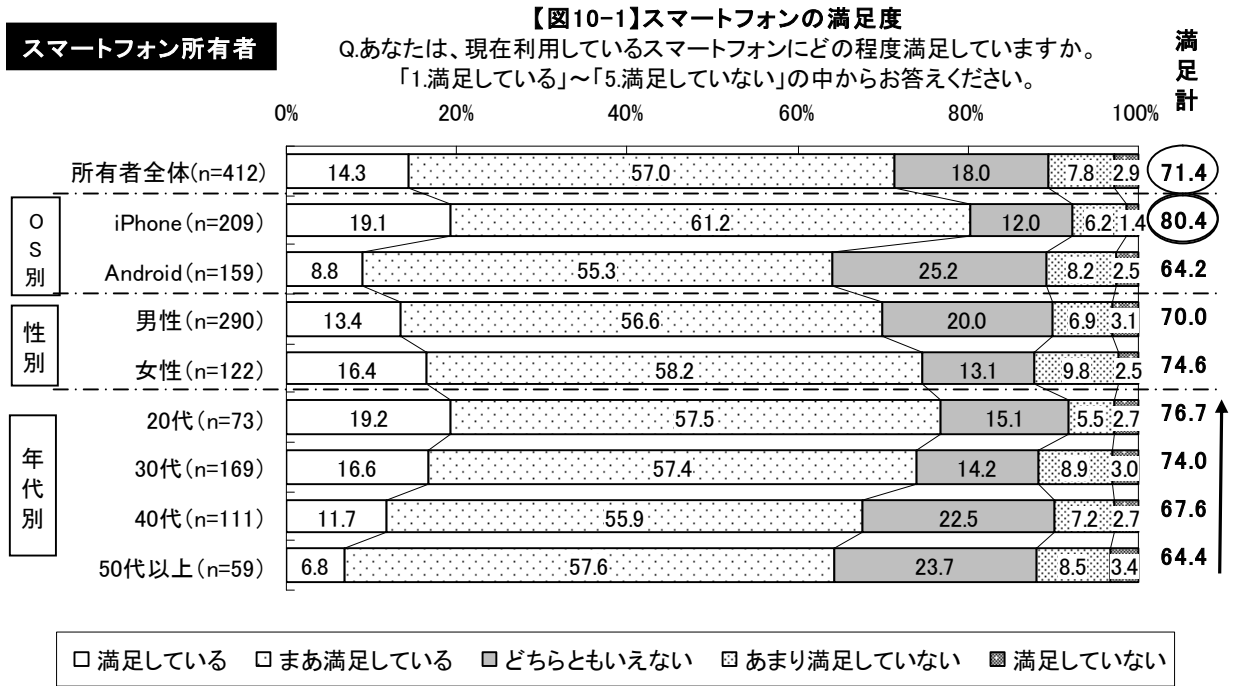
＜所有者/OS別＞								
順位	所有者全体(n=412) (%)	順位	iPhone(n=209) (%)	順位	Android(n=159) (%)			
1	バッテリーの持ちが悪い	61.7	1	バッテリーの持ちが悪い	62.2	1	バッテリーの持ちが悪い	67.9
2	防水機能がない	28.4	2	通話エリア・電波の悪さ	40.2	2	防水機能がない	33.3
3	通話エリア・電波の悪さ	26.9	3	flash対応がない	33.5	3	タッチパネルの反応速度が悪い	29.6
4	おサイフケータイ対応がない	25.5	4	赤外線通信に対応していない	32.5	4	通信費が高い	27.7
5	flash対応がない	23.5	5	おサイフケータイ対応がない	30.1	5	操作性が悪い	20.8
							本体の価格が高い	

■ スマートフォン所有者の7割が「満足している」

現在利用しているスマートフォンの満足度を尋ねました。「満足している」が14%「まあ満足している」が57%と合計で約7割の人が満足している結果となりました。(図10-1)

OS別では、iPhone ユーザの満足度が80%とアンドロイドユーザ(64%)に比べ16ポイント高くなっています。年代別では、若年層ほど満足度が高くなっています。

参考としてスマートフォンの購入意向者に今使っている携帯電話の満足度を尋ねたところ、満足度(満足している+まあ満足している)は71%となりました。現在の携帯電話に満足してはいるもののスマートフォンに対して魅力を感じているようです。(図10-2)



■ スマートフォン、どれくらい使いこなせている？

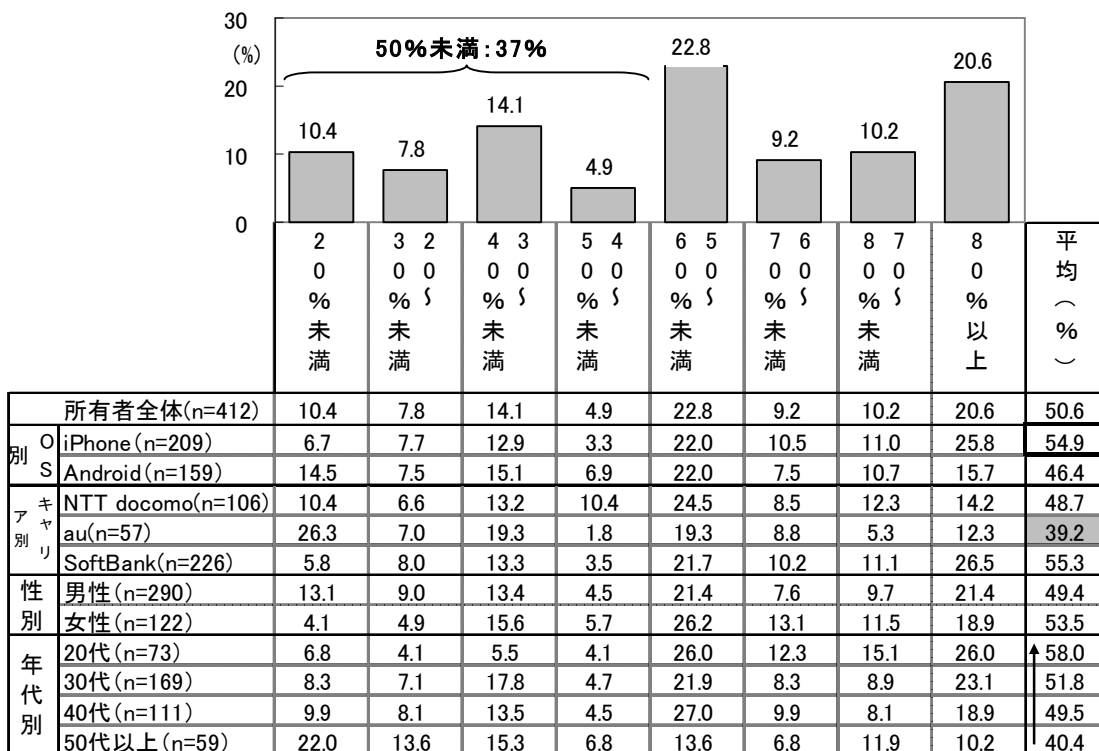
どの程度スマートフォンを使いこなしているかを 0～100%の割合で回答してもらいました。「80%以上」が21%であったのに対し、「50%未満」は37%でした。

平均値で見ると、使用しているスマートフォンによって使いこなし度が異なることが顕著になっており、OS別にみると iPhone ユーザでは55%とアンドロイドユーザ（46%）に比べ9ポイント高くなっています。キャリア別では、au は他社に比べスマートフォン発売からの期間が短いためか39%と低い結果です。

また、若年層ほどスマートフォンを使いこなせている人が多いようです。（図 11）

スマートフォン所有者

【図11】スマートフォンの使いこなし度  
Q.あなたは、現在利用しているスマートフォンをどの程度使いこなしていますか。100パーセント表記でお答えください。

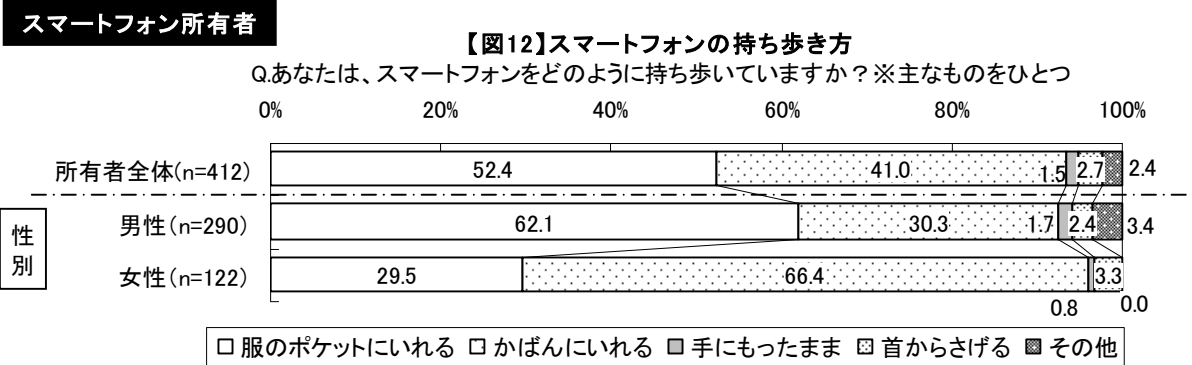




■ スマートフォンの持ち歩き方は「服のポケットに入れる」5割、「かばんに入れる」4割

スマートフォン所有者にスマートフォンを主にどのように持ち歩いているか尋ねたところ、「服のポケットに入れる」が52%、「かばんに入れる」が41%となっています。

男女別にみると、男性では「服のポケットに入れる」が62%、女性では「かばんに入れる」が66%で各々主流となっているようです。(図12)

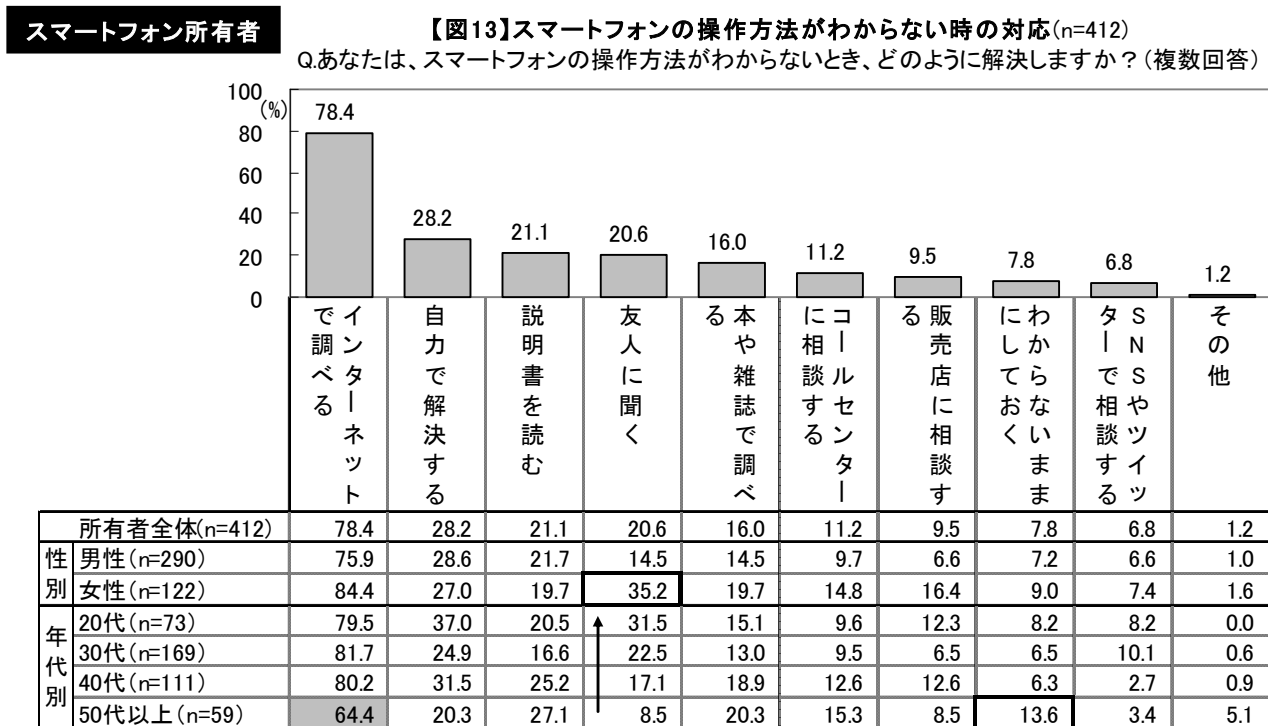


■ スマートフォンの操作方法がわからないとき、「インターネットで調べる」78%

スマートフォン所有者にスマートフォンの操作方法がわからないときどのように解決するか尋ねたところ、「インターネットで調べる」が78%と圧倒的に高くなっています。

男女別にみると、女性では「友人に聞く」が35%と男性に比べ20ポイント高くなっています。

年代別にみると、若年層ほど「友人に聞く」が高くなっています。また、50代以上では40代以下に比べ「インターネットで調べる」が64%と低く、「わからないままにしておく」が14%とやや高くなっています。(図13)



■ スマートフォンを利用するようになって、「読書」「テレビ視聴」が減った 16%

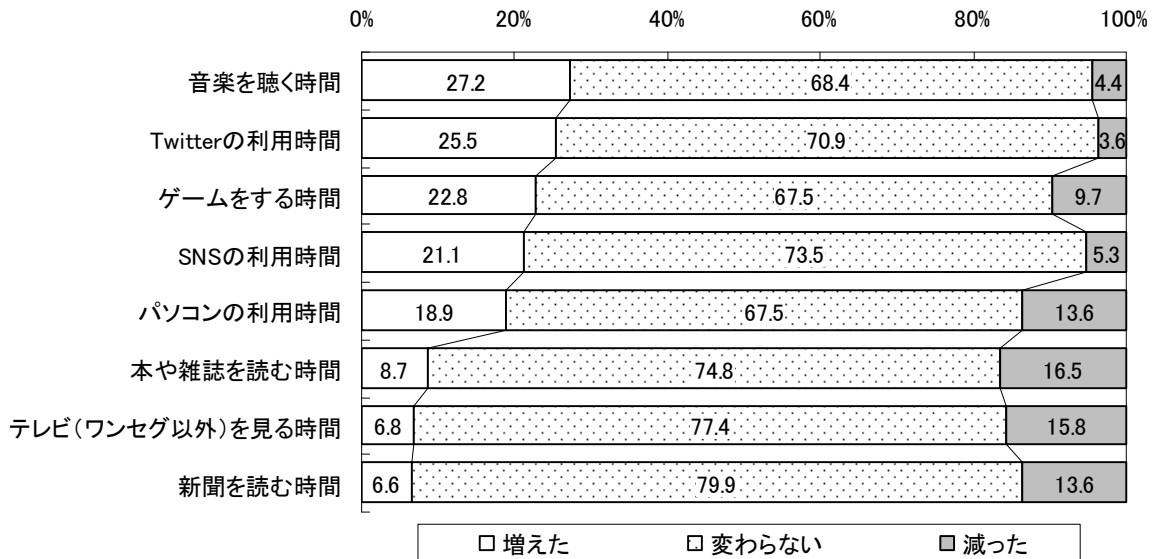
スマートフォンを利用するようになってから、音楽やゲーム、パソコンの利用時間、メディアへの接触機会の増減について尋ねました。

「音楽を聴く時間」が増えたという回答が 27%、「Twitter の利用時間」は 26%、「ゲームをする時間」は 23% が増えたと回答しています。一方で、「本や雑誌を読む時間」「テレビ（ワンセグ以外）を見る時間」「新聞を読む時間」が減ったと回答した人は 1 割超となりました。（図 14）

スマートフォン所有者

【図14】スマートフォン購入後の変化(n=412)

Q.あなたはスマートフォンを利用するようになってから、以下の利用時間、利用機会は増えましたか、減りましたか？



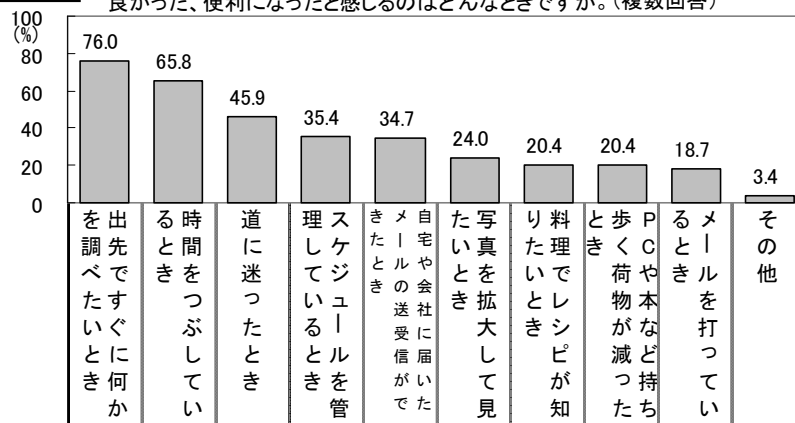
■ スマートフォンは「出先ですぐに何かを調べたいとき」に便利 76%

スマートフォン所有者にスマートフォンを利用するようになって良かった、便利になったと感じるのはどんなときか尋ねたところ、「出先ですぐに何かを調べたいとき」が 76%で最も高く、次いで「時間をつぶしているとき」が 66%、「道に迷ったとき」が 46%となっています。（図 15）

【図15】スマートフォンで良かった、便利になったと感じること(n=412)

Q.スマートフォンを利用するようになって、良かった、便利になったと感じるのはどんなときですか。（複数回答）

スマートフォン所有者



■ スマートフォンを利用するようになって「情報収集がしやすくなった」84%

スマートフォンを利用するようになって生活がどのように変化したか尋ねました。「情報収集がしやすくなった」と回答した人は84%、「気になったことはその場で調べるようになった」人は79%でした。

年代別にみると、多くの項目で若年層ほど「あてはまる」と回答した割合が高くなっています。特に「人とコミュニケーションがとりやすくなった」はその差が大きく、若年層においてスマートフォンがコミュニケーションツールとして大きな役割を果たしていることが窺えます。(図16)

【図16】スマートフォン利用による生活の変化

Qスマートフォンを利用するようになって、あなたの生活は変化しましたか。以下の項目についてそれぞれお答えください。

スマートフォン所有者	1.外出先での仕事が効率的になった				「あてはまる」計 (%)	2.移動しながら用事を済ませるようになった				「あてはまる」計 (%)	3.時間を効率的に使えるようになった				「あてはまる」計 (%)
	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	
所有者全体(n=412)	15.0	30.8	34.5	19.7	45.9	18.9	39.6	29.4	12.1	58.5	20.6	38.1	31.6	9.7	58.7
20代(n=73)	23.3	24.7	28.8	23.3	47.9	31.5	35.6	16.4	16.4	67.1	31.5	35.6	23.3	9.6	67.1
30代(n=169)	15.4	31.4	34.3	18.9	46.7	19.5	41.4	30.2	8.9	60.9	21.9	40.8	30.2	7.1	62.7
40代(n=111)	11.7	31.5	39.6	17.1	43.2	13.5	38.7	36.0	11.7	52.3	17.1	36.0	35.1	11.7	53.2
50代以上(n=59)	10.2	35.6	32.2	22.0	45.8	11.9	40.7	30.5	16.9	52.5	10.2	37.3	39.0	13.6	47.5
	4.人とコミュニケーションがとりやすくなった				「あてはまる」計 (%)	5.情報収集がしやすくなった				「あてはまる」計 (%)	6.気になったことはその場で調べるようになった				「あてはまる」計 (%)
	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない		あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	
所有者全体(n=412)	9.5	29.6	47.8	13.1	39.1	39.6	44.4	12.4	3.6	84.0	39.1	39.8	16.7	4.4	78.9
20代(n=73)	20.5	38.4	26.0	15.1	58.9	57.5	31.5	8.2	2.7	89.0	61.6	27.4	11.0	5.5	89.0
30代(n=169)	9.5	30.8	47.9	11.8	40.2	42.0	43.8	11.8	2.4	85.8	40.8	37.3	19.5	2.4	78.1
40代(n=111)	5.4	27.0	55.9	11.7	32.4	35.1	45.9	15.3	3.6	81.1	32.4	46.8	16.2	4.5	79.3
50代以上(n=59)	3.4	20.3	59.3	16.9	23.7	18.6	59.3	13.6	8.5	78.0	18.6	49.2	23.7	8.5	67.8

あてはまる  ややあてはまる  あまりあてはまらない  あてはまらない

## II. 今後の携帯電話の購入について

- スマートフォン購入意向者が購入を検討している機種は、  
 1位「iPhone4」32%、2位「REGZA Phone T-01C」22%、3位「GALAXY S SC-02B」20%

スマートフォンの購入意向がある人に検討している機種を尋ねたところ、「iPhone4 (SoftBank)」が32%でトップ、次いで「REGZA Phone T-01C (NTT docomo)」が22%、「GALAXY S SC-02B (NTT docomo)」が20%となっています。

現在使用している携帯電話のキャリア別にみると、ドコモユーザは「REGZA Phone T-01C (38%)」、au ユーザは「REGZA Phone IS04 (56%)」、ソフトバンクユーザは「iPhone4 (67%)」が各々トップとなっています。(図17)

【図17】購入を検討しているスマートフォン<上位抜粋>

Q. あなたが購入を検討しているスマートフォンは何ですか。(複数回答)

<購入意向者/キャリア別>							
順位	購入意向者(n=206) (%)	順位	NTT docomo(n=102) (%)	順位	au(n=55) (%)	順位	SoftBank(n=45) (%)
1	iPhone 4 32.0	1	REGZA Phone T-01C 38.2	1	REGZA Phone IS04 56.4	1	iPhone 4 66.7
2	REGZA Phone T-01C 21.8	2	GALAXY S SC-02B 33.3	2	SIRIUS α IS06 32.7	2	GALAPAGOS 005SH 46.7
3	GALAXY S SC-02B 20.4	3	GALAXY Tab SC-01C 24.5	3	IS05 30.9	3	GALAPAGOS 003SH 31.1
4	REGZA Phone IS04 18.0	4	iPhone 4 21.6	4	IS03 25.5	4	iPhone 3GS 24.4
5	GALAXY Tab SC-01C 14.1	5	Xperia arc 17.6	5	iPhone 4 21.8	5	GALAXY S SC-02B 6.7
							Xperia SO-01B

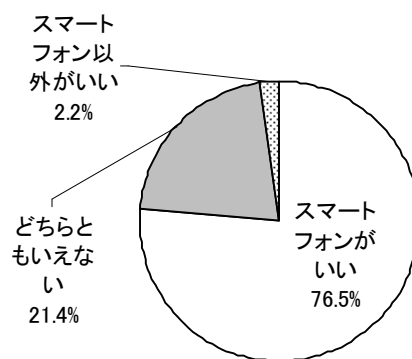
<購入意向者/年代別>							
順位	20代(n=26) (%)	順位	30代(n=69) (%)	順位	40代(n=59) (%)	順位	50代以上(n=52) (%)
1	iPhone 4 46.2	1	iPhone 4 40.6	1	iPhone 4 30.5	1	GALAXY S SC-02B 21.2
2	GALAXY S SC-02B 26.9	2	REGZA Phone T-01C 24.6	2	REGZA Phone T-01C 23.7	2	REGZA Phone T-01C 21.2
3	GALAXY Tab SC-01C 15.4	3	REGZA Phone IS04 20.3	3	REGZA Phone IS04 20.3	3	GALAXY Tab SC-01C 17.3
		4	GALAXY S SC-02B 18.8	4	GALAXY S SC-02B 18.6	4	REGZA Phone IS04 17.3
		5	iPhone 3GS 17.4	5	Xperia Pro 13.6	5	iPhone 4 15.4
					Xperia SO-01B		
					IS05		
					GALAPAGOS 005SH		

- スマートフォン所有者の約8割が、買い換え後も「スマートフォンがいい」と回答

スマートフォン所有者に次回の買い替え（買い増し）について尋ねたところ、「スマートフォンがいい」と回答した人は77%と約8割を占めています。(図18)

### スマートフォン所有者

【図18】次回の携帯電話の購入について (n=412)  
 Q.あなたは、次回の買い替えをスマートフォン、スマートフォン以外のどちらを考えていますか。



### Ⅲ. アプリについて

#### ■ ダウンロードしたアプリのジャンル

1位「天気・ニュース」49%、2位「交通・ナビゲーション」47%、3位「ゲーム」44%

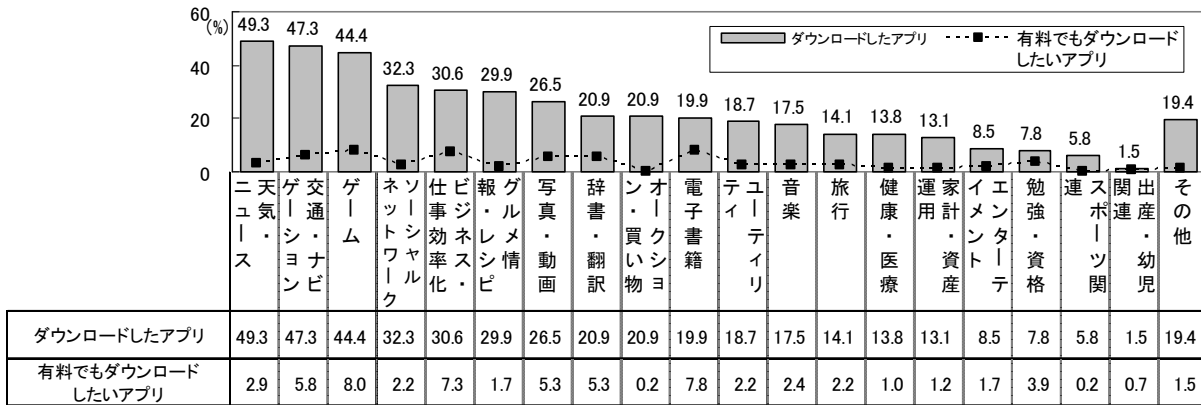
スマートフォンにダウンロードしたアプリのジャンルは、1位「天気・ニュース」49%、2位「交通・ナビゲーション」47%、3位「ゲーム」44%となっています。有料でもダウンロードしたいアプリの1位は「ゲーム」「電子書籍」が各々8%でした。(図19)

スマートフォン所有者

【図19】ダウンロードしたアプリのジャンル/有料でもダウンロードしたいアプリのジャンル(n=412)

Q.あなたが、ダウンロードしたアプリのジャンルをお知らせください。

また、有料でもダウンロードしたいと思うアプリのジャンルをお知らせください。(複数回答)



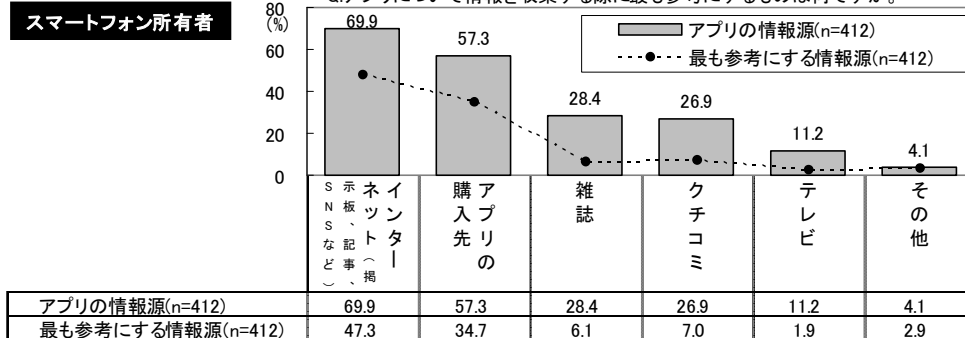
#### ■ アプリの情報は、「インターネット」「アプリの購入先」で入手

アプリに関する情報をどこで収集しているか尋ねたところ、「インターネット（掲示板、記事、SNSなど）」が70%で最も高く、次いで「アプリの購入先」が57%となっています。(図20)

【図20】アプリに関する情報源

Q.アプリについての情報をどこで収集しますか。(複数回答)

Q.アプリについて情報を収集する際に最も参考にするものは何ですか。



#### ■ 平均ダウンロードアプリ数：無料アプリ「28本」 有料アプリ「5本」

スマートフォン所有者にダウンロードしたアプリの数を尋ねたところ、無料アプリは平均28本、有料アプリは5本となっています。(図21)

スマートフォン所有者

【図21】ダウンロードしたアプリの数(平均値)(n=412)

Q.あなたが、ダウンロードしたアプリの数をお知らせください。

(本)

	iPhone (n=208)	Android (n=159)	男性 (n=289)	女性 (n=122)	20代 (n=73)	30代 (n=169)	40代 (n=110)	50代以上 (n=59)
<b>無料アプリ: 平均27.7本</b>	27.7	38.8	18.0	28.0	26.7	28.4	27.1	31.4
<b>有料アプリ: 平均4.8本</b>	4.8	8.5	1.2	4.9	4.8	3.8	5.6	4.7

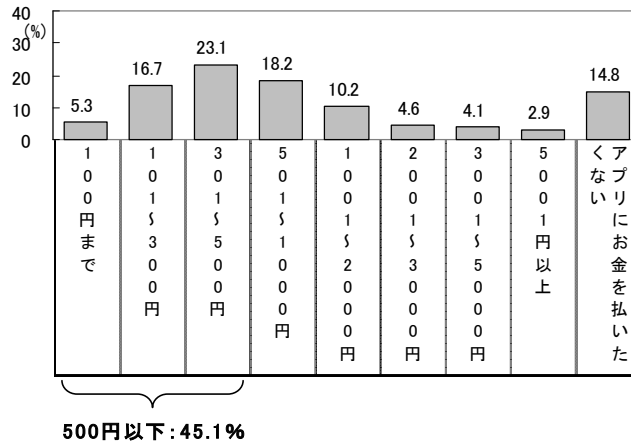


## ■ アプリに最高で払える金額は、「500円以下」が45%

スマートフォンの所有者に、アプリに最高いくらまで支払えるかを尋ねると、約半数が「500円以下」と回答しています。「0円（お金を払いたくない）」という回答は15%でした。（図22）

スマートフォン所有者

【図22】アプリに最高いくらまでお金を払えるか (n=412)  
Q.あなたは、アプリに最高でいくらまで支払えますか？



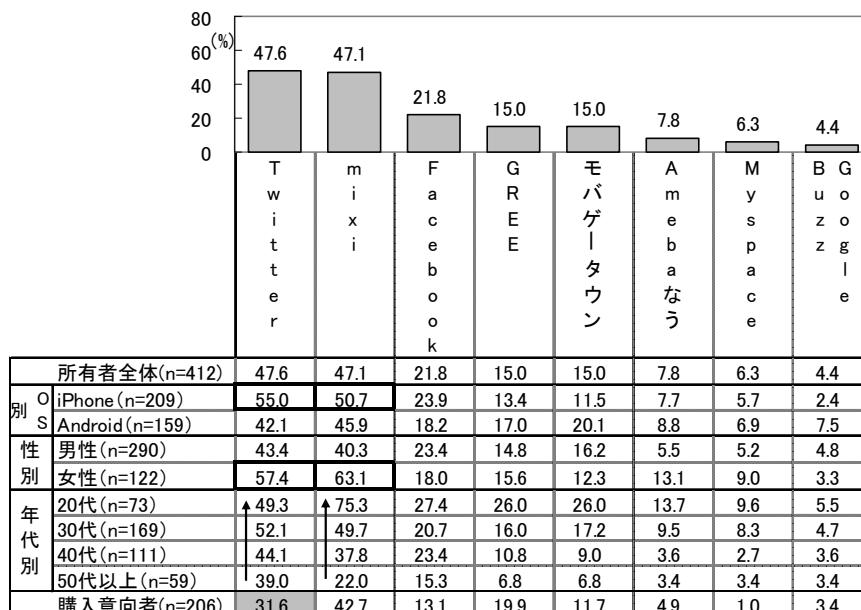
## ■ スマートフォン所有者の約5割が、「Twitter」「mixi」を利用

スマートフォン所有者に利用しているソーシャルサービスは何か尋ねたところ、「Twitter」が48%、「mixi」が47%、「Facebook」が22%となっています。

OS別にみると、iPhoneユーザはAndroidユーザに比べ「Twitter」「mixi」の利用が高く、特に「Twitter」では10ポイント以上高くなっています。男女別にみると、女性は男性に比べ「Twitter」「mixi」の利用が高く、特に「mixi」では20ポイント以上高くなっています。年代別にみると、多くのSNSで若年層ほど高くなっていますが、特に「mixi」ではその差が大きくなっています。

一方、購入意向者（スマートフォンを持っていない方）のソーシャルサービスの利用状況をみると、「Twitter」が32%とスマートフォン所有者に比べ16ポイント低くなっています。（図23）

【図23】利用しているソーシャルサービス  
Q.あなたが利用しているソーシャルサービスを教えてください。（複数回答）



## ■ スマートフォンを使い始めた当初の失敗談・恥ずかしいエピソードは？

スマートフォンを使い始めた当初の失敗談・恥ずかしいエピソードを伺ったところ、様々なコメントが寄せられました。スマートフォンに慣れるまで時間がかかった人も多いようです。一部抜粋してご紹介します。  
(図 24)

**【図24】スマートフォンを使い始めた当初の失敗エピソード(自由回答／一部抜粋)**  
Qスマートフォンを使い始めた当初の失敗談や恥ずかしい話があればご自由にお書きください。

コメント内容	性別	年齢
初めてスマートフォンを買った後、何から設定とかすればいいのか分からず、2日間ぐらいアプリもダウンロードできなかった。また、携帯からの電話帳のデータ移行するのに一日かかった。	男性	21
設定方法が分からなくて何度も初期化してしまったこと。	男性	33
ほとんど知識のないまま購入したため、購入からメールの仕方がわからず、4、5時間まともに使えなかった。	女性	25
電話の出方がわからず、出れなかった。	男性	39
買い換えた当初、メールや不在着信の表示方法が、前まで使用していた携帯とかなり違っていたため、見落としが多かった。	女性	37
手汗で通話に应答できないことがあった。	男性	33
すぐにタッチパネルに慣れてしまい、会社のタッチ非対応のPCの画面をタッチするのを見られて恥ずかしかった。	男性	31
連日説明書や専門雑誌と格闘した。	男性	43
文字の打ち間違いなどがめだって、なかなか慣れなかった。	女性	37
メールを一通打つのにかなりの時間がかかってしまい結局あきらめて電話で話した。	女性	31
とにかく文字入力で汗が出るほど変な個所を押してしまい、メールアドレスの変更を知らせるだけでも30分かかるくらいだった。文章の途中で送信してしまう事もあった。	女性	46
メールアドレスの同期に失敗してメールアドレスが全部消えてしまった。	男性	25
簡単に電話がかかってしまうので何度も人に迷惑をかけた。	女性	32
翻訳ソフトで音声が出るものがあり、変な日本語音声が大きな音で出て恥ずかしかった。	男性	45
Wi-Fiでつながっていると使って使い過ぎてパケット代が高額になった。	女性	23
そうとは知らずに自分の家の位置をGPS機能で添付してしまった。	男性	45

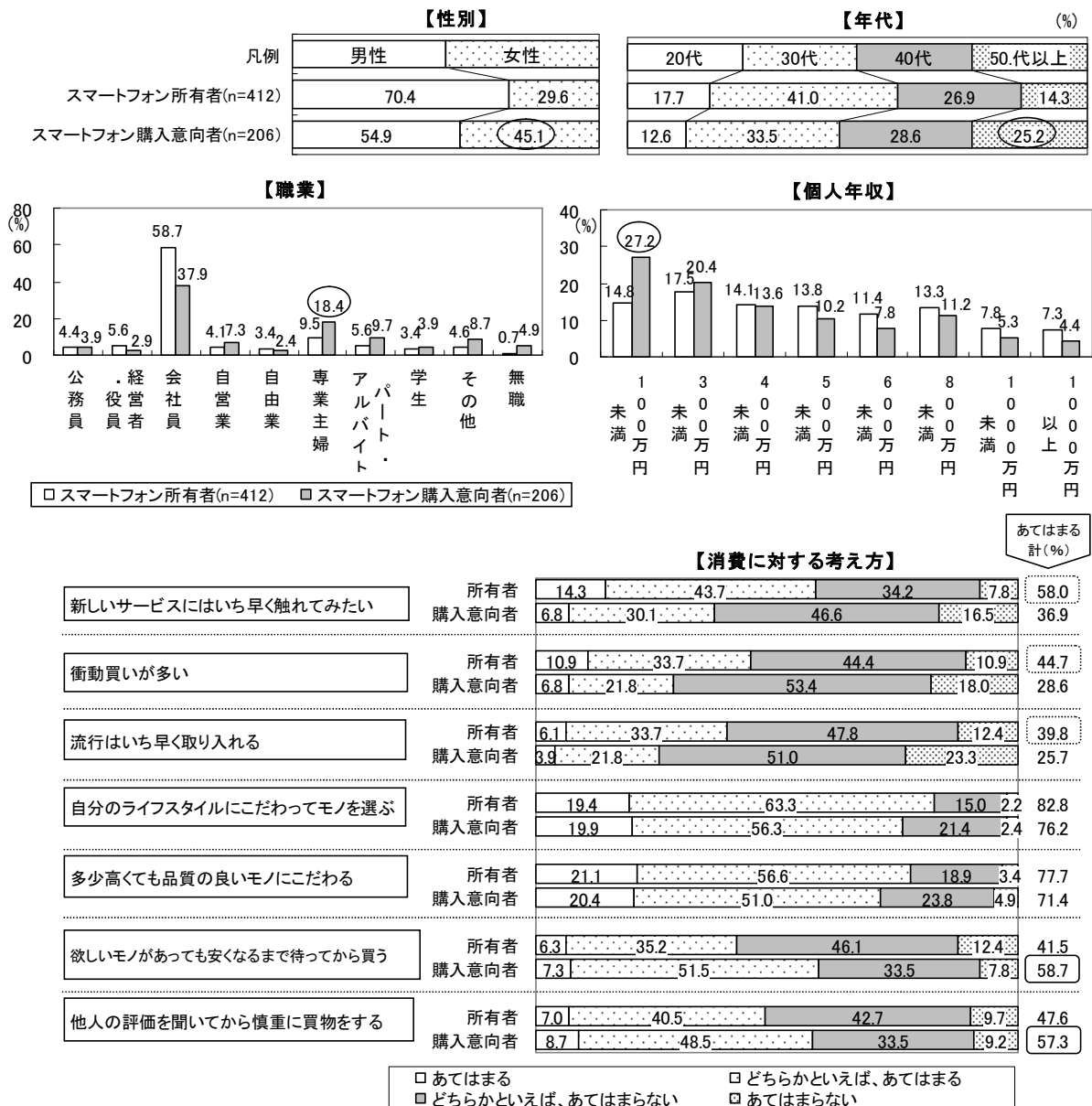
■ 今後のスマートフォンのターゲット層は、「女性」「50代以上」「専業主婦」「消費慎重派」

スマートフォン所有者とスマートフォン購入意向者を比較することで、2010年秋冬モデル以降のスマートフォンに関心を持っているターゲットの特徴を分析してみました。

性・年代でみると、購入意向者は所有者に比べ「女性」「50代以上」に関心を持たれているようです。職業では、「専業主婦」、個人年収では「100万円未満」の占める割合が高くなっています。

また、意識面でみると、所有者は「新しいサービスにはいち早く触れてみたい」「衝動買いが多い」「流行はいち早く取り入れる」という意識が高く、一方、購入意向者は「欲しいモノがあっても安くなるまで待つてから買う」「他人の評価を聞いてから慎重に買物をする」傾向が高いようです。

スマートフォンが市場に投入された最初の段階では、新しいサービスや流行に関心がある消費に積極的な人たちがスマートフォンの主なユーザとなっていました。しかし、2010年秋以降、各社からスマートフォンの発売が相次ぎ、ワンセグやおサイフケータイ、赤外線通信など機能が充実。メールアドレスの引き継ぎができるなど乗換えへの障壁も低くなったことで、消費に慎重であった女性や高齢層でも「便利さ」を求めて関心を示すようになったことが推測できます。



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 100 万人を超えるマクロミルモニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル  
 本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
 URL ■www.macromill.com  
 設立 ■2000年1月31日  
 資本金 ■15億9,785万円 ※2010年6月1日現在  
 上場取引所 ■東証一部（証券コード：3730）  
 代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本哲哉  
 従業員数 ■535名 ※2011年1月末現在  
 事業内容 ■インターネットを活用した市場調査（ネットリサーチ）

本件に関するお問い合わせ先

株式会社マクロミル 広報担当：大野  
 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
 TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。

＜例＞「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると・・・」

