

【報道関係各位】

第2回 スマートフォンに関する調査

- スマートフォン所有者、7割が「満足している」
- 不満点は、「バッテリーの持ちが悪い」が64%で圧倒的多数。
- ‘クラウドサービス’に関心がある人は、6割。
- スマートフォンと通常の携帯電話の‘2台持ち’は4割から2割強に減少。

2011年9月16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』と『スマートフォン購入意向者』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8月30日（火）～8月31日（水）。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】スマートフォン所有者、7割が「満足している」

現在スマートフォンを利用している人にその満足度を尋ねたところ、「満足している」が11%「まあ満足している」が61%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83%とアンドロイドユーザ（67%）に比べ16ポイント高くなっています。（P6）

また、どんな点に満足しているか尋ねると、「デザイン」が52%で最多、次いで「液晶画面の大きさ」が41%でした。（P5）

【2】不満点は「バッテリーの持ちが悪い」が64%で圧倒的多数。

現在利用しているスマートフォンにどのような不満を感じているかを尋ねたところ、「バッテリーの持ちが悪い（64%）」が圧倒的多数でした。搭載しているOS別に見ると、iPhoneユーザでは「通話エリア・電波の悪さ（42%）」、アンドロイドユーザでは「タッチパネルの反応速度が悪い（30%）」が2位でした。（P5）

スマートフォンの充電切れを防ぐ対策をしている人は約7割に達しており、「画面の明るさを暗めに設定」「バックライトを短く切る」「GPSを切る」などを行っていました。（P9）

【3】‘クラウドサービス’に関心がある人は、6割。

スマートフォンを所有している人にスマートフォンのクラウドサービスに関心があるか尋ねたところ、「現在、利用している」と回答した人は19%、「利用はしていないが、関心はある」と回答した人は39%となり、関心がある（利用している+関心はある）人は59%となりました。実際に利用している人にどんなクラウドサービスを利用しているか尋ねると、「Dropbox」「Evernote」が上位となっています。（P12）

【4】スマートフォンと通常の携帯電話の‘2台持ち’は4割から2割強に減少。

スマートフォンの所有者に他に通常の携帯電話を所有し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台を所有する人は28%でした。2011年2月に実施した調査では39%となっており、この半年間で‘2台持ち’が11ポイント減少しています。各社から新しい機種が相次いで発売されたこともあってか、スマートフォン購入意向者においても‘2台持ち’をしたいと考える人は1割以下となりました。（P4）

詳細レポート ▼ http://www.macromill.com/r_data/20110916smartphone2/index.html

「第2回 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と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8月30日（火）～8月31日（水）	
調査機関：	株式会社マクロミル	
その他：	※レポート内で比較している前回調査は、2011年2月17日（木）～2月18日（金）に実施。	

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」74%で圧倒的

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74%と他を圧倒して最も多い理由となりました。

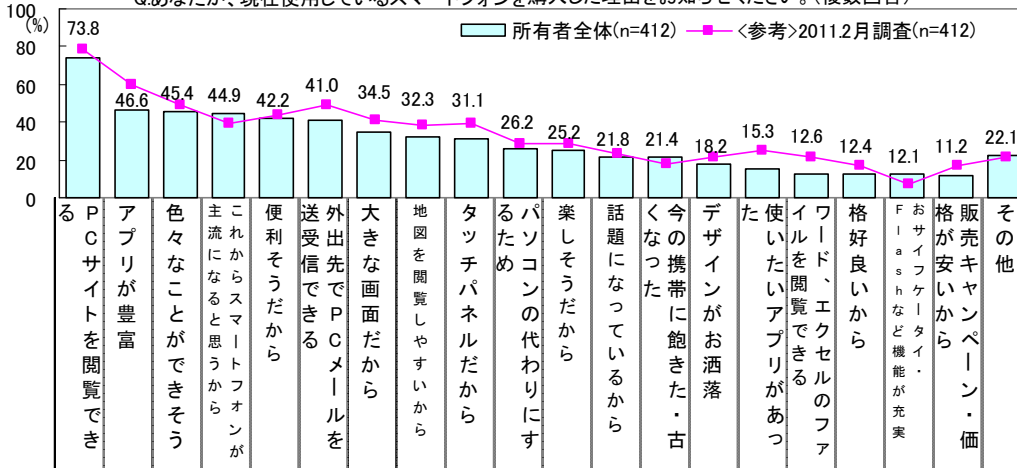
所有しているスマートフォンのOS別にみると、iPhoneユーザーはアンドロイドユーザーに比べ「アプリが豊富」「地図を閲覧しやすい」「タッチパネルだから」が10ポイント以上高く、一方アンドロイドユーザーはiPhoneユーザーに比べ「これからスマートフォンが主流になると思うから」「今の携帯に飽きた・古くなった」「おサイフケータイ・Flashなど機能が充実している」が10ポイント以上高くなっています。

男女別にみると、男性は女性に比べ「外出先でPCメールを送受信できる」が13ポイント高く、一方女性は男性に比べ「便利そうだから」が17ポイント高くなっています。（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)	iPhone(n=159)	Android(n=235)	男性(n=232)	女性(n=180)	<参考>2011.2月調査(n=412)
る	73.8	76.1	73.6	75.0	72.2	78.4
る	46.6	54.7	43.0	50.0	42.2	59.5
る	45.4	45.3	46.0	38.8	53.9	49.0
る	44.9	39.6	51.9	40.5	50.6	39.3
る	42.2	41.5	44.7	34.9	51.7	43.9
る	41.0	45.9	37.9	46.6	33.9	49.5
る	34.5	38.4	32.3	36.2	32.2	41.3
る	32.3	39.6	26.4	36.2	27.2	38.6
る	31.1	37.1	25.5	30.2	32.2	39.1
る	26.2	25.8	26.2	25.4	27.2	28.6
る	25.2	29.6	23.0	19.0	33.3	28.9
る	21.8	21.4	22.6	15.1	30.6	22.8
る	21.4	15.1	26.4	16.4	27.8	18.2
る	18.2	22.6	15.7	11.6	26.7	21.6
る	15.3	19.5	12.8	17.7	12.2	24.8
る	12.6	10.7	11.5	15.9	8.3	21.8
る	12.4	13.2	11.9	9.1	16.7	17.2
る	12.1	1.3	20.4	9.1	9.4	6.8
る	11.2	11.9	11.1	14.2	11.7	17.0
る	22.1	27.7	19.1	13.4	33.3	21.6

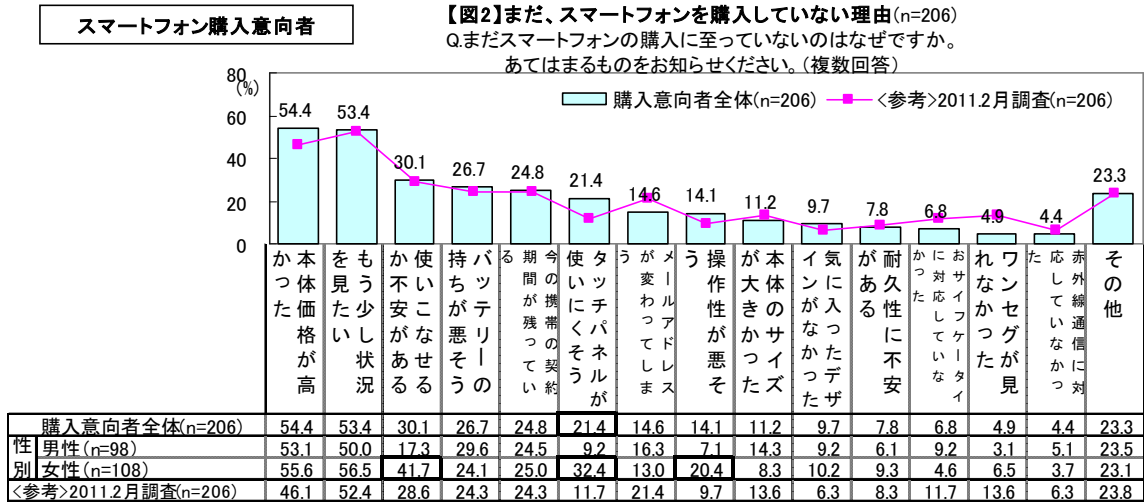
※n=30以下は参考値としてご覧ください

■ 購入意向者がまだ買っていない理由、「本体価格が高い」「もう少し状況を見たい」半数超。

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、「本体価格が高かった」が54%、「もう少し状況を見たい」が53%となっています。

男女別にみると、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」「操作性が悪そう」が各々10ポイント以上高くなりました。

2011年2月に実施した調査と比較すると、「タッチパネルが使いにくそう」が10ポイント高くなっています。(図2)



■ 購入時に重視した点:1位「デザイン」47%、2位「操作性」39%、3位「形状・サイズ」36%

スマートフォン所有者に購入時に重視した点を尋ねたところ、1位「デザイン」47%、2位「操作性」39%、3位「本体の形状・サイズ」36%となりました。OS別にみると、iPhoneでは「ブランド・メーカー(43%)」が2位、Androidでは「本体の形状・サイズ(42%)」が2位となっています。性年代別にみると、男性では高齢層ほど「液晶画面の大きさ」が高く、女性では特に30代において「デザイン」を重視していました。(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=159)			Android(n=235)			購入意向者(n=206)		
順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)
1	デザイン	47.3	1	デザイン	49.7	1	デザイン	47.2	1	本体の価格	68.9
2	操作性	39.3	2	ブランド、メーカー	43.4	2	本体の形状・サイズ	42.1	2	バッテリーの持ち	61.7
3	本体の形状・サイズ	36.4	3	操作性	42.1	3	操作性	37.4	3	操作性	59.7
4	液晶画面の大きさ	32.8	4	アプリの豊富さ	39.6	4	キャリア(携帯電話会社)	35.7	4	本体の形状・サイズ	53.9
5	ブランド、メーカー	32.0	5	タッチパネルの反応速度	33.3	5	液晶画面の大きさ	35.3	5	デザイン	49.0
6	本体の価格	30.6	6	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	32.7	6	メールアドレスを変えなくてよいこと	31.5	6	壊れにくいこと	44.7
7	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	29.9	7	本体の価格	32.1	7	本体の価格	29.8	7	メールアドレスを変えなくてよいこと	41.3
8	タッチパネルの反応速度	29.4	8	メモリの容量	30.2	8	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	28.5	8	タッチパネルの反応速度	38.8
9	キャリア(携帯電話会社)	27.2	9	液晶画面の大きさ	29.6	9	タッチパネルの反応速度	27.7	9	キャリア(携帯電話会社)	36.4
10	アプリの豊富さ	21.6	10	本体の形状・サイズ	28.3	10	おサイフケータイ対応	27.7	10	購入時の割引や特典	36.4

※右欄の斜体で示した数値は2011.02調査(n=412)結果。

<所有者/性年代別>

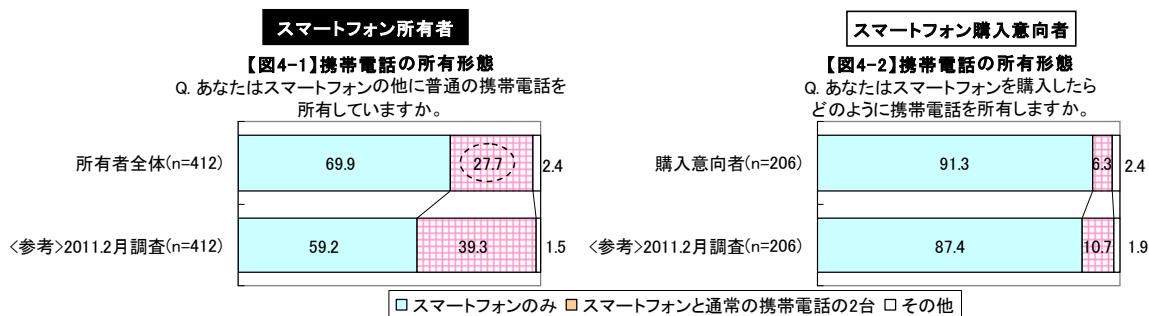
男性全体(n=232)			男性 20代(n=28)			男性 30代(n=91)			男性 40代以上(n=113)		
順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)
1	デザイン	44.8	1	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	46.4	1	デザイン	48.4	1	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	43.4
2	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	39.2	2	デザイン	42.9	2	操作性	38.5	2	デザイン	42.5
3	操作性	37.5	3	操作性	39.3	3	本体の形状・サイズ	34.1	3	液晶画面の大きさ	39.8
4	液晶画面の大きさ	35.8	4	タッチパネルの反応速度	39.3	4	液晶画面の大きさ	33.0	4	本体の形状・サイズ	37.2
5	本体の形状・サイズ	34.5	5	赤外線通信対応		5	タッチパネルの反応速度		5	操作性	36.3
6	ブランド、メーカー	31.9	6	液晶画面の大きさ	28.6	6	ブランド、メーカー	31.9	6	ブランド、メーカー	34.5
7	タッチパネルの反応速度	30.6	7	本体の価格		7	無線LAN、Wi-Fiが利用できる		7	本体の価格	30.1
8	本体の価格	28.4	8	本体の形状・サイズ	25.0	8	本体の価格	26.4	8	タッチパネルの反応速度	27.4
9	メモリの容量	25.9	9	おサイフケータイ対応		9	メモリの容量	25.3	9	メモリの容量	27.4
10	アプリの豊富さ	23.3	10	キャリア(携帯電話会社)		10	搭載しているOS	24.2	10	アプリの豊富さ	23.3

女性全体(n=180)			女性 20代(n=64)			女性 30代(n=73)			女性 40代以上(n=43)		
順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)	順位	重視点	(%)
1	デザイン	50.6	1	デザイン	53.1	1	デザイン	63.0	1	操作性	48.8
2	操作性	41.7	2	操作性	39.1	2	本体の形状・サイズ	42.5	2	本体の価格	39.5
3	本体の形状・サイズ	38.9	3	本体の形状・サイズ	35.9	3	操作性	39.7	3	本体の形状・サイズ	37.2
4	キャリア(携帯電話会社)	33.3	4	キャリア(携帯電話会社)	35.9	4	キャリア(携帯電話会社)	38.4	4	ブランド、メーカー	34.9
5	本体の価格	30.6	5	ブランド、メーカー	29.7	5	本体の価格	34.2	5	液晶画面の大きさ	32.6
6	ブランド、メーカー	32.2	6	タッチパネルの反応速度	28.1	6	ブランド、メーカー	32.9	6	タッチパネルの反応速度	32.6
7	液晶画面の大きさ	28.9	7	本体の価格	28.1	7	液晶画面の大きさ	30.1	7	購入時の割引や特典	25.6
8	タッチパネルの反応速度	27.8	8	液晶画面の大きさ	25.0	8	メールアドレスを変えなくてよいこと	28.8	8	デザイン	25.6
9	メールアドレスを変えなくてよいこと	25.0	9	メールアドレスを変えなくてよいこと	25.0	9	タッチパネルの反応速度	24.7	9	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	25.6
10	購入時の割引や特典	23.9	10	購入時の割引や特典	20.3	10	購入時の割引や特典	21.9	10	アプリの豊富さ	23.3

■ スマートフォンと通常の携帯電話の「2台持ち」は減少傾向

スマートフォン所有者で「スマートフォンと通常の携帯電話の2台」を所有する人は28%でした。(図4-1) 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、「スマートフォンのみ」が9割以上を占めています。(図4-2)

2011年2月に実施した調査と比較すると、スマートフォン所有者、スマートフォン購入意向者においても「2台持ち」は減少傾向となっており、今後においてもその傾向は続くと推測されます。



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」52%、2位「液晶画面の大きさ」41%

現在利用しているスマートフォンに満足している点を探ると、1位「デザイン」52%、2位「液晶画面の大きさ」41%が上位でした。OS 別にみると、iPhone では「アプリの豊富さ (54%)」が、アンドロイドでは「液晶画面の大きさ (42%)」が各々2位となっています。性年代別にみると、男女とも30代で「デザイン」が2位に大きな差をつけて最も高くなっています。

2011年2月に実施した調査との比較では、「液晶画面の大きさ」「本体の形状・サイズ」「操作性」「アプリの豊富さ」「無線LAN、Wi-Fiが利用できる」「ブランド、メーカー」が5ポイント前後低下しています。(図5)

【図5】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)

所有者全体(n=412)			iPhone(n=159)			Android(n=235)		
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	デザイン	51.9	1	デザイン	62.9	1	デザイン	45.1
2	液晶画面の大きさ	40.5	2	アプリの豊富さ	53.5	2	液晶画面の大きさ	42.1
3	本体の形状・サイズ	35.7	3	操作性	50.3	3	メールアドレスを引き継げたこと	33.2
4	操作性	34.5	4	タッチパネルの反応速度	47.2	4	本体の形状・サイズ	31.9
5	アプリの豊富さ	34.0	5	ブランド、メーカー	45.9	5	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	28.1
6	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	33.0	6	本体の形状・サイズ	41.5	6	操作性	24.7
7	タッチパネルの反応速度	31.6	7	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	40.9	7	おサイフケータイ対応	22.6
8	ブランド、メーカー	27.9	8	液晶画面の大きさ	38.4	8	アプリの豊富さ	22.1
9	メールアドレスを引き継げたこと	23.8	9	メモリの容量	35.2	9	タッチパネルの反応速度	22.1
10	メモリの容量	19.7	10	音質	18.9	10	ブランド、メーカー	17.0

※右欄の斜体で示した数値は2011.02調査(n=412)結果。

<所有者/性年代別>

男性全体(n=232)		男性 20代(n=28)		男性 30代(n=91)		男性 40代以上(n=113)	
順位	項目	順位	項目	順位	項目	順位	項目
1	デザイン	1	液晶画面の大きさ	1	デザイン	1	デザイン
2	液晶画面の大きさ	2	操作性	2	操作性	2	液晶画面の大きさ
3	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	3	デザイン	3	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	3	無線LAN、Wi-Fiが利用できる
4	操作性	4	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	4	液晶画面の大きさ	4	アプリの豊富さ
5	タッチパネルの反応速度	5	タッチパネルの反応速度	5	タッチパネルの反応速度	5	本体の形状・サイズ
6	本体の形状・サイズ	6	アプリの豊富さ	6	本体の形状・サイズ	6	操作性
7	アプリの豊富さ	7	本体の形状・サイズ	7	アプリの豊富さ	7	タッチパネルの反応速度
8	ブランド、メーカー	8	メモリの容量	8	ブランド、メーカー	8	ブランド、メーカー
9	メールアドレスを引き継げたこと	9	おサイフケータイ対応	9	メールアドレスを引き継げたこと	9	搭載しているOS
10	搭載しているOS	10	メールアドレスを引き継げたこと	10	搭載しているOS	10	メモリの容量

女性全体(n=180)		女性 20代(n=64)		女性 30代(n=73)		女性 40代以上(n=43)	
順位	項目	順位	項目	順位	項目	順位	項目
1	デザイン	1	デザイン	1	デザイン	1	本体の形状・サイズ
2	液晶画面の大きさ	2	アプリの豊富さ	2	液晶画面の大きさ	2	液晶画面の大きさ
3	本体の形状・サイズ	3	本体の形状・サイズ	3	本体の形状・サイズ	3	デザイン
4	アプリの豊富さ	4	液晶画面の大きさ	4	タッチパネルの反応速度	4	操作性
5	操作性	5	メールアドレスを引き継げたこと	5	アプリの豊富さ	5	アプリの豊富さ
6	タッチパネルの反応速度	6	ブランド、メーカー	6	操作性	6	無線LAN、Wi-Fiが利用できる
7	ブランド、メーカー	7	操作性	7	ブランド、メーカー	7	ブランド、メーカー
8	メールアドレスを引き継げたこと	8	タッチパネルの反応速度	8	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	8	タッチパネルの反応速度
9	無線LAN、Wi-Fiが利用できる	9	メモリの容量	9	メールアドレスを引き継げたこと	9	メモリの容量
10	メモリの容量	10	赤外線通信対応	10	メモリの容量	10	メールアドレスを引き継げたこと

■ スマートフォンの不満点は、「バッテリーの持ちが悪い」が64%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64%と圧倒的に高くなっています。

OS 別にみると、iPhone では「通話エリア・電波の悪さ (42%)」、アンドロイドでは「タッチパネルの反応速度が悪い (30%)」が2位となっている点が特徴的でした。(図6)

【図6】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)

所有者全体(n=412)			iPhone(n=159)			Android(n=235)		
順位	項目	(%)	順位	項目	(%)	順位	項目	(%)
1	バッテリーの持ちが悪い	64.1	1	バッテリーの持ちが悪い	58.5	1	バッテリーの持ちが悪い	68.5
2	防水機能がない	28.9	2	通話エリア・電波の悪さ	42.1	2	タッチパネルの反応速度が悪い	29.8
3	通話エリア・電波の悪さ	22.1	3	防水機能がない	33.3	3	防水機能がない	26.8
4	タッチパネルの反応速度が悪い	21.8	4	赤外線通信に対応していない	27.7	4	通信費が高い	25.1
5	通信費が高い	21.1	5	flash対応がない	26.4	5	操作性が悪い	23.4
							本体の価格が高い	

※右欄の斜体で示した数値は2011年2月の調査結果です。

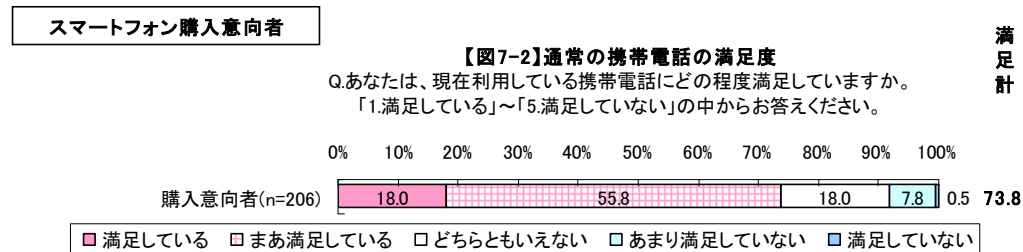
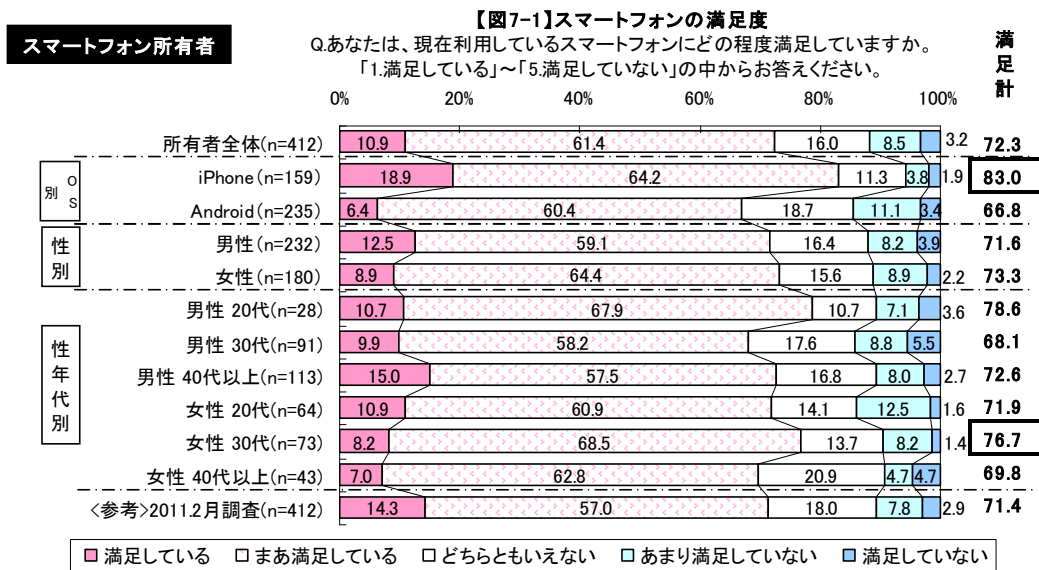
■ スマートフォン所有者の7割が「満足している」

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 11%「まあ満足している」が 61%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 83%とアンドロイドユーザ（67%）に比べ 16 ポイント高くなっています。

性年代別にみると、女性では 30 代で満足度が 77%と高い満足度となっています。（図 7-1）

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ると、満足度（満足している+まあ満足している）は 74%でした。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 7-2）



※n=30以下は参考値としてご覧ください

■ 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」8割。

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」が95%、「PCサイトの閲覧」が88%、次いで「音声通話」「カメラ・ムービー撮影」が各々約80%となっています。

2011年2月に実施した調査と比較すると、「アラーム」「赤外線通信」「おサイフケータイ」が各々8~9ポイント上昇、「(他アカウントの)PCメールの送受信」「ブログの閲覧、書き込み」「電子書籍の閲覧」が各々7~8ポイント下降しています。(図8)

【図8】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	所有者全体(n=412)	(%)		
1	メール	95.1	90.0	16	バーコードリーダー	28.2	24.0
2	PCサイトの閲覧	87.9	89.6	17	ブログの閲覧、書き込み	27.4	34.0
3	音声通話	81.1	74.0	18	辞書	27.4	31.8
4	カメラ、ムービー撮影	80.3	73.5	19	写真・動画編集	27.2	28.9
5	地図・GPS・ナビゲーション	67.7	66.5	20	ワンセグ	21.6	17.0
6	電卓	57.5	52.4	21	赤外線通信	20.4	11.4
7	アラーム	55.8	48.3	22	おサイフケータイ	17.0	8.5
8	動画の視聴	55.6	58.0	23	ワード、エクセルの閲覧、編集	16.7	20.1
9	ゲーム	54.9	60.7	24	電子書籍の閲覧	13.1	21.1
10	カレンダー、スケジュール管理	48.5	49.5	25	音声検索	12.6	14.8
11	音楽プレイヤー	47.8	53.6	26	ボイスレコーダー	12.4	17.0
12	メモ帳	44.4	48.1	27	万歩計・健康管理	12.1	12.4
13	(他アカウントの)PCメールの送受信	42.5	49.5	28	名刺リーダー	6.6	7.8
14	Twitterなどミニブログの閲覧、書き込み	37.9	35.2	29	テレビ電話	5.3	6.3
15	SNSの閲覧、書き込み	33.3	31.8	30	テキストリーダー	5.1	5.8

※右欄の斜体で示した数値は2011.02調査(n=412)結果。

■ スマートフォンを利用するようになって、「パソコンの利用時間」が減った22%

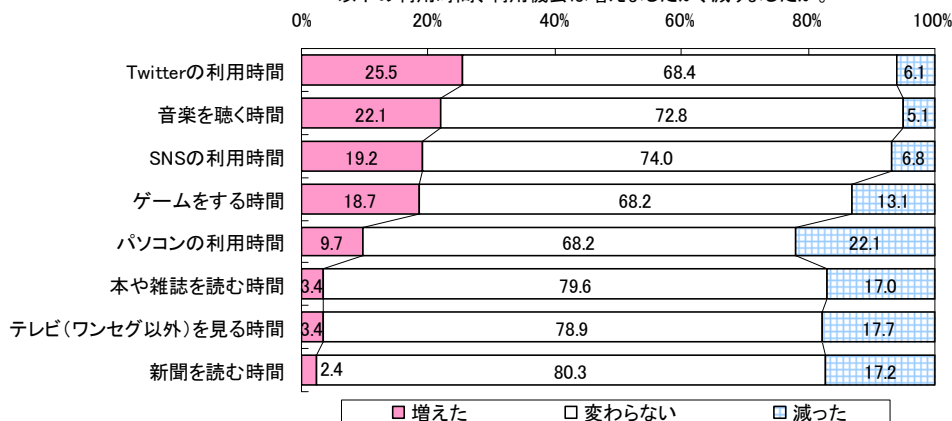
スマートフォンを利用するようになってから、音楽やゲーム、パソコンの利用時間、メディアへの接触機会の増減について尋ねました。

「Twitterの利用時間」が増えたという回答が26%、「音楽を聴く時間」が増えた人は22%、「SNSの利用時間」「ゲームをする時間」は各々19%が増えたと回答しています。一方で、「パソコンの利用時間」「テレビ(ワンセグ以外)を見る時間」「本や雑誌を読む時間」「新聞を読む時間」が減ったと回答した人は2割前後となりました。(図9)

スマートフォン所有者

【図9】スマートフォン購入後の変化(n=412)

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



■ スマートフォンを利用するようになって、「情報収集がしやすくなった」「気になったことはその場で調べるようになった」8割超。

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82%、「気になったことはその場で調べるようになった」人は81%でした。

男女別にみると、女性では男性に比べ「人とのコミュニケーションがとりやすくなった」「情報収集しやすくなった」「気になったことはその場で調べるようになった」と回答した割合が約10ポイント高くなっています。

性年代別にみると、男性では「気になったことはその場で調べるようになった」が、女性では「移動しながら用事を済ませるようになった」「人とのコミュニケーションがとりやすくなった」が若年層ほど高い傾向となっているのが特徴的でした。(図10)

【図10】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. 移動しながら用事を済ませるようになった				2. 時間を効率的に使えるようになった				3. 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 (%)				あてはまる計 (%)				あてはまる計 (%)						
所有者全体(n=412)	17.0	41.7	27.4	13.8	58.7	14.1	39.6	34.2	12.1	53.6	10.2	27.7	47.1	15.0	37.9	
男性(n=232)	14.2	42.2	30.6	12.9	56.5	11.6	40.5	35.8	12.1	52.2	7.8	26.3	50.9	15.1	34.1	
女性(n=180)	20.6	41.1	23.3	15.0	61.7	17.2	38.3	32.2	12.2	55.6	13.3	29.4	42.2	15.0	42.8	
男性 20代(n=28)	21.4	42.9	32.1	13.6	64.3	17.9	46.4	32.1	13.6	64.3	14.3	21.4	60.7	13.6	35.7	
男性 30代(n=91)	11.0	42.9	31.9	14.3	53.8	7.7	44.0	34.1	14.3	51.6	7.7	31.9	42.9	17.6	39.6	
男性 40代以上(n=113)	15.0	41.6	29.2	14.2	56.6	13.3	36.3	38.1	12.4	49.6	6.2	23.0	54.9	15.9	29.2	
女性 20代(n=64)	28.1	39.1	15.6	17.2	67.2	23.4	32.8	29.7	14.1	56.3	23.4	31.3	25.0	20.3	54.7	
女性 30代(n=73)	20.5	39.7	24.7	15.1	60.3	15.1	41.1	32.9	11.0	56.2	8.2	30.1	49.3	12.3	38.4	
女性 40代以上(n=43)	9.3	46.5	32.6	11.6	55.8	11.6	41.9	34.9	11.6	53.5	7.0	25.6	55.8	11.6	32.6	
		4. 情報収集がしやすくなった				5. 気になったことはその場で調べるようになった										
所有者全体(n=412)	39.6	42.2	13.3	4.9	81.8	40.3	41.0	13.3	5.3	81.3						
男性(n=232)	33.6	44.0	17.2	5.2	77.6	31.5	44.8	17.7	6.0	76.3						
女性(n=180)	47.2	40.0	8.3	4.4	87.2	51.7	36.1	7.8	4.4	87.8						
男性 20代(n=28)	39.3	50.0	7.1	3.6	89.3	28.6	57.1	14.3	0.0	85.7						
男性 30代(n=91)	39.6	38.5	17.6	4.4	78.0	36.3	40.7	17.6	5.5	76.9						
男性 40代以上(n=113)	27.4	46.9	19.5	6.2	74.3	28.3	45.1	18.6	8.0	73.5						
女性 20代(n=64)	62.5	28.1	3.1	6.3	90.6	62.5	29.7	6.6	6.3	92.2						
女性 30代(n=73)	43.8	47.9	6.8	1.4	91.8	50.7	41.1	6.8	1.4	91.8						
女性 40代以上(n=43)	30.2	44.2	18.6	7.0	74.4	37.2	37.2	18.6	7.0	74.4						

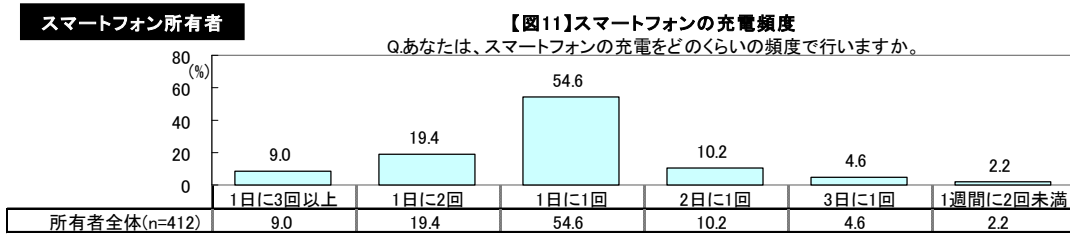
※n=30以下は参考値としてご覧ください

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

Ⅲ. スマートフォンの充電・データ容量について

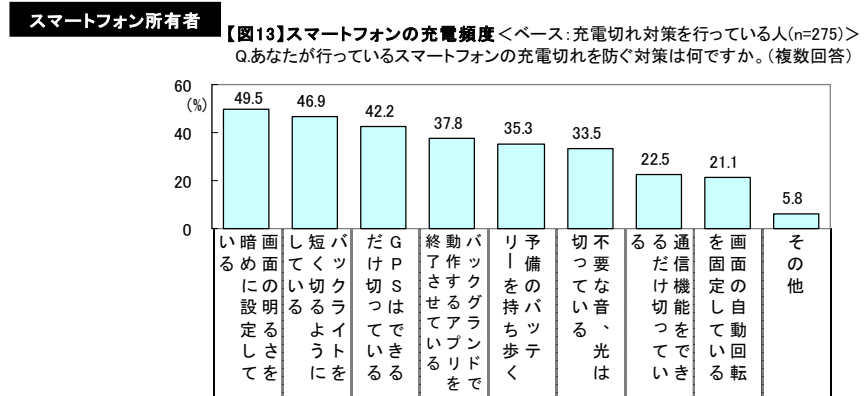
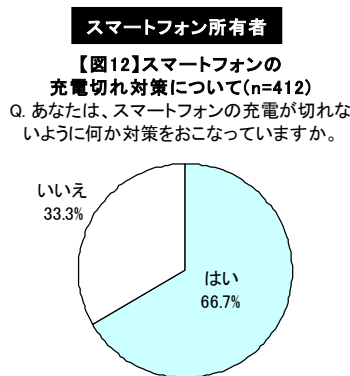
■ スマートフォンの充電を1日2回以上する人は、約3割

スマートフォンの充電の頻度を尋ねたところ、「1日に1回」が55%と過半数を占めました。また、「1日に2回」は19%、「1日に3回以上」は9%となっており、1日に2回以上充電する人は約3割となっています。(図11)



■ 充電切れ対策をしている人は約7割。

充電切れしないように何か対策を行なっているか尋ねたところ、行っている人は67%でした。(図12) 対策を行なっている人に具体的な内容を尋ねると、「画面の明るさを暗めに設定」が最多で50%、次いで「バックライトを短く切るように」が47%、「GPSはできるだけ切る」が42%となりました。(図13)

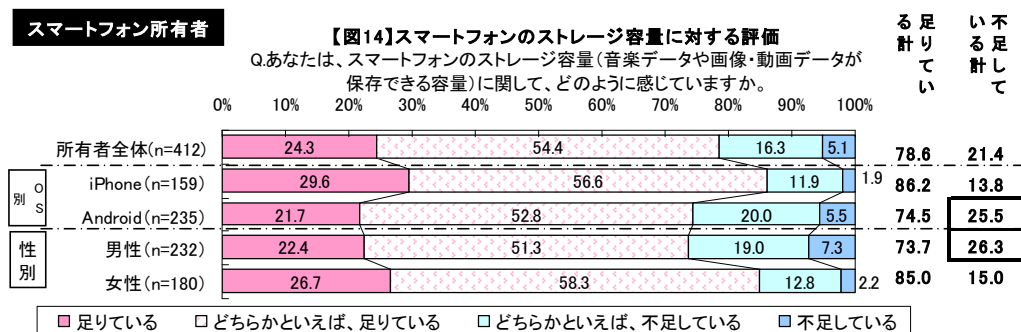


■ 約2割の人がストレージ容量に対して「足りていない」と感じている

スマートフォンのストレージ容量についてどのように感じているか尋ねたところ、「足りている(足りている+どちらかといえば足りている)」と回答した人は79%と約8割を占めました。

OS別にみると、アンドロイドユーザで「不足している(不足している+どちらかといえば不足している)」と回答した人は26%とiPhoneユーザ(14%)に比べ高くなっています。

男女別にみると、男性で「不足している」人は26%と女性(15%)に比べ高くなっています。(図14)



IV. 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」17%、2位「Xperia ray S0-03C」16%、3位「Xperia acro S0-02C」13%

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17%でトップ、次いで「Xperia ray S0-03C (NTT docomo)」が16%、「Xperia acro S0-02C (NTT docomo)」が13%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「Xperia ray S0-03C (29%)」、au ユーザは「AQUOS PHONE IS12SH (28%)」が各々トップとなっています。ソフトバンクユーザでは1位「iPhone4 (44%)」に次いで発売前の「iPhone5 (32%)」が2位となっていました。(図15)

【図15】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/現在使用しているキャリア別>							
順位	購入意向者(n=206) (%)	順位	NTT docomo(n=105) (%)	順位	au(n=65) (%)	順位	softbank(n=34) (%)
1	iPhone 4 17.0	1	Xperia ray S0-03C 28.6	1	AQUOS PHONE IS12SH 27.7	1	iPhone 4 44.1
2	Xperia ray S0-03C 15.5	2	Xperia acro S0-02C 25.7	2	AQUOS PHONE IS11SH 24.6	2	iPhone 5 32.4
3	Xperia acro S0-02C 13.1	3	GALAXY S SC-02B 21.0	3	REGZA Phone IS04 18.5	3	AQUOS PHONE THE HYBRID 007SH 14.7
4	iPhone 5 11.7	4	AQUOS PHONE fSH-13C 18.1	4	XPERIA acro IS11S 16.9	4	GALAPAGOS 005SH 8.8
5	GALAXY S SC-02B 10.7	5	REGZA Phone T-01C 17.1	5	REGZA Phone IS11T 16.9	5	AQUOS PHONE THE PREMIUM 009SH

<購入意向者/年代別>

順位	男性(n=98) (%)	順位	女性(n=108) (%)
1	Xperia ray S0-03C 17.3	1	iPhone 4 17.6
2	Xperia acro S0-02C 16.3	2	Xperia ray S0-03C 13.9
3	iPhone 4 12.2	3	AQUOS PHONE IS11SH 12.0
4	AQUOS PHONE fSH-13C 11.2	4	iPhone 5 11.1
5	iPhone 5 11.2	5	GALAXY S SC-02B 11.1

<購入意向者/年代別>

順位	20代(n=36) (%)	順位	30代(n=60) (%)	順位	40代以上(n=110) (%)
1	Xperia ray S0-03C 19.4	1	Xperia ray S0-03C 18.3	1	iPhone 4 16.4
2	XPERIA acro IS11S 16.7	2	iPhone 4 16.7	2	GALAXY S SC-02B 12.7
3	iPhone 4 11.1	3	Xperia acro S0-02C 13.3	3	Xperia ray S0-03C 11.8
4	Xperia acro S0-02C F-12C 11.1	4	AQUOS PHONE fSH-13C 11.7	4	Xperia acro S0-02C 11.8
5	AQUOS PHONE IS12SH 11.1	5	REGZA Phone T-01C 11.7	5	iPhone 5 11.8
	AQUOS PHONE IS11SH 11.1		AQUOS PHONE IS12SH 11.7		
	iPhone 5 11.1		iPhone 5 11.7		

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

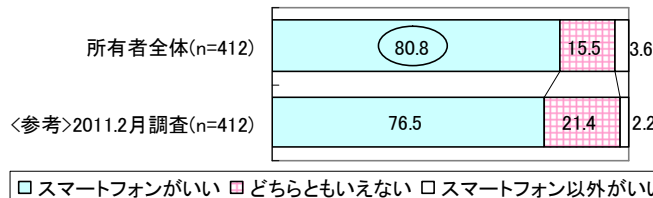
スマートフォン所有者に次回の買い替え（買い増し）について尋ねたところ、「スマートフォンがいい」と回答した人は81%と約8割を占めています。

2011年2月に実施した調査と比較すると、「スマートフォンがいい」と回答した人は4ポイント増加しています。(図16)

スマートフォン所有者

【図16】次回の携帯電話購入について

Q. あなたは、次回の買い替え（買い増し）をスマートフォン、それともスマートフォン以外のどちらを考えていますか。

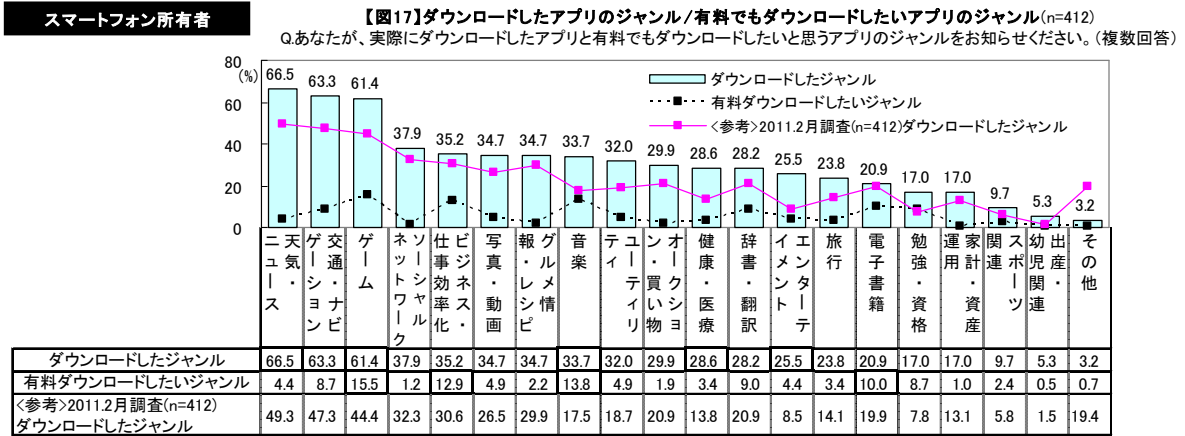


V. アプリについて

■ ダウンロードしたアプリ：1位「天気・ニュース」、2位「交通・ナビゲーション」

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」67%、2位「交通・ナビゲーション」63%、3位「ゲーム」61%となっています。有料でもダウンロードしたいアプリでは「ゲーム」「ビジネス・仕事効率化」「音楽」「電子書籍」が各々10%以上となっています。

2011年2月に実施した調査と比較すると、今回は多くのジャンルでダウンロードした率が上がり、「天気・ニュース」「交通・ナビゲーション」「ゲーム」「音楽」「健康・医療」「エンターテインメント」は15ポイント以上高くなっています。(図17)



■ 平均ダウンロードアプリ数：無料アプリ「27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27本、有料アプリは平均5本となっています。無料アプリについては女性の高齢層ほど平均ダウンロード数が多くなっています。有料アプリに関しては、男女ともに30代で平均ダウンロード数が最も多くなっています。(図18)

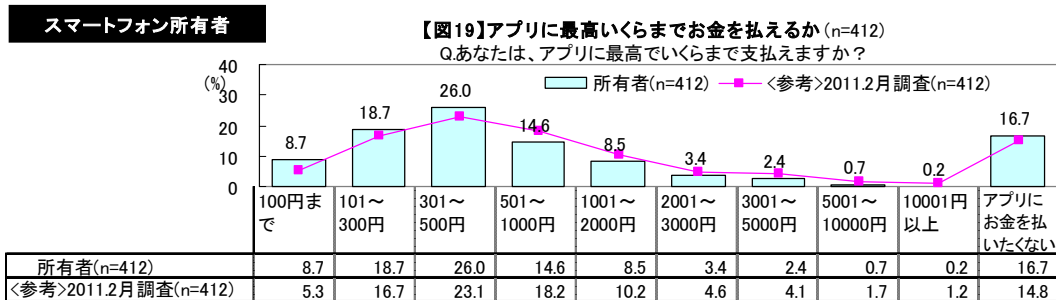
スマートフォン所有者 【図18】ダウンロードしたアプリの数(平均値)
Q.あなたが、ダウンロードしたアプリの数をお知らせください。(本)

	所有者全体	iPhone (n=158)	Android (n=235)	男性 (n=232)	女性 (n=179)	男性 20代 (n=28)	男性 30代 (n=91)	男性 40代以上 (n=113)	女性 20代 (n=64)	女性 30代 (n=73)	女性 40代以上 (n=42)	2011.02調査 所有者全体 (n=411)
無料アプリ(n=411)	27.4	46.8	15.9	30.5	23.3	27.4	29.7	31.9	19.4	22.3	30.7	27.7
有料アプリ(n=412)	4.8	8.3	1.4	5.1	4.5	1.6	6.5	4.7	1.6	6.8	5.1	4.8

※右欄の斜体で示した数値は2011.02調査結果。
※2011.02調査、2011.08調査いずれにおいても、無料アプリで異常値を1サンプル削除したため、n=411となっています。

■ アプリに最高で払える金額は、「500円以下」が53%

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17%でした。(図19)



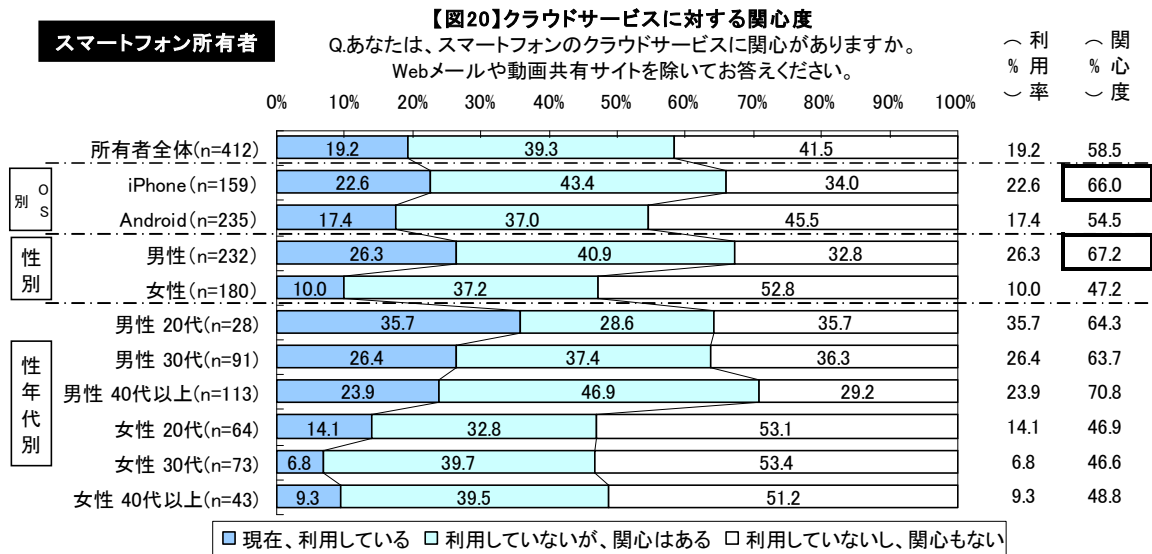
VI. クラウドサービスについて

■ スマホユーザーの2割がクラウドサービスを利用し、6割が関心を持っている

現在、スマートフォンを所有している人にクラウドサービスに関心があるか尋ねたところ、「現在、利用している」と回答した人は19%、「利用はしていないが、関心はある」と回答した人は39%となり、関心度(現在、利用している+利用はしていないが、関心はある)は59%となりました。

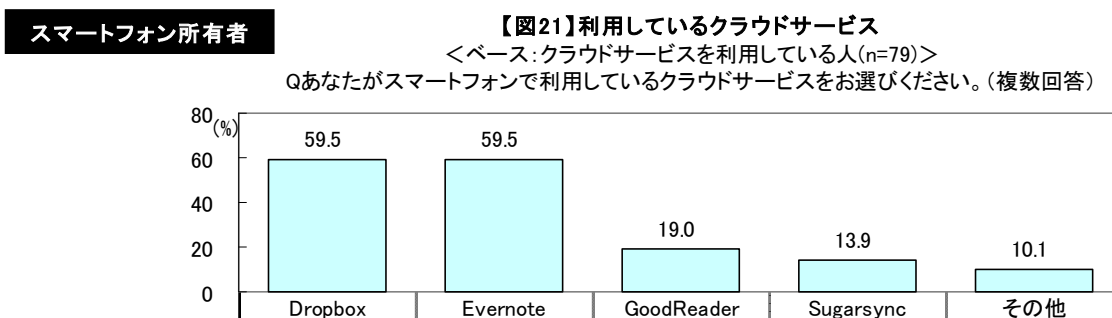
OS 別にみると、iPhone ユーザにおける関心度は66%とアンドロイドユーザ(55%)に比べ12ポイント高くなっています。

男女別にみると、男性の関心度は67%と女性(47%)に比べ20ポイント高くなっています。(図20)



■ クラウドサービスで利用しているのは「Dropbox」「Evernote」

クラウドサービスを利用している人にどのようなサービスを利用しているか尋ねたところ、「Dropbox」「Evernote」が各々60%となりました。(図21)



VI. プロファイルからみた今後のスマートフォン市場の動向について

■ ここ半年間で20～30代女性を中心にユーザが拡大、
今後も女性ユーザは伸び、特に女性40代の需要も広がる

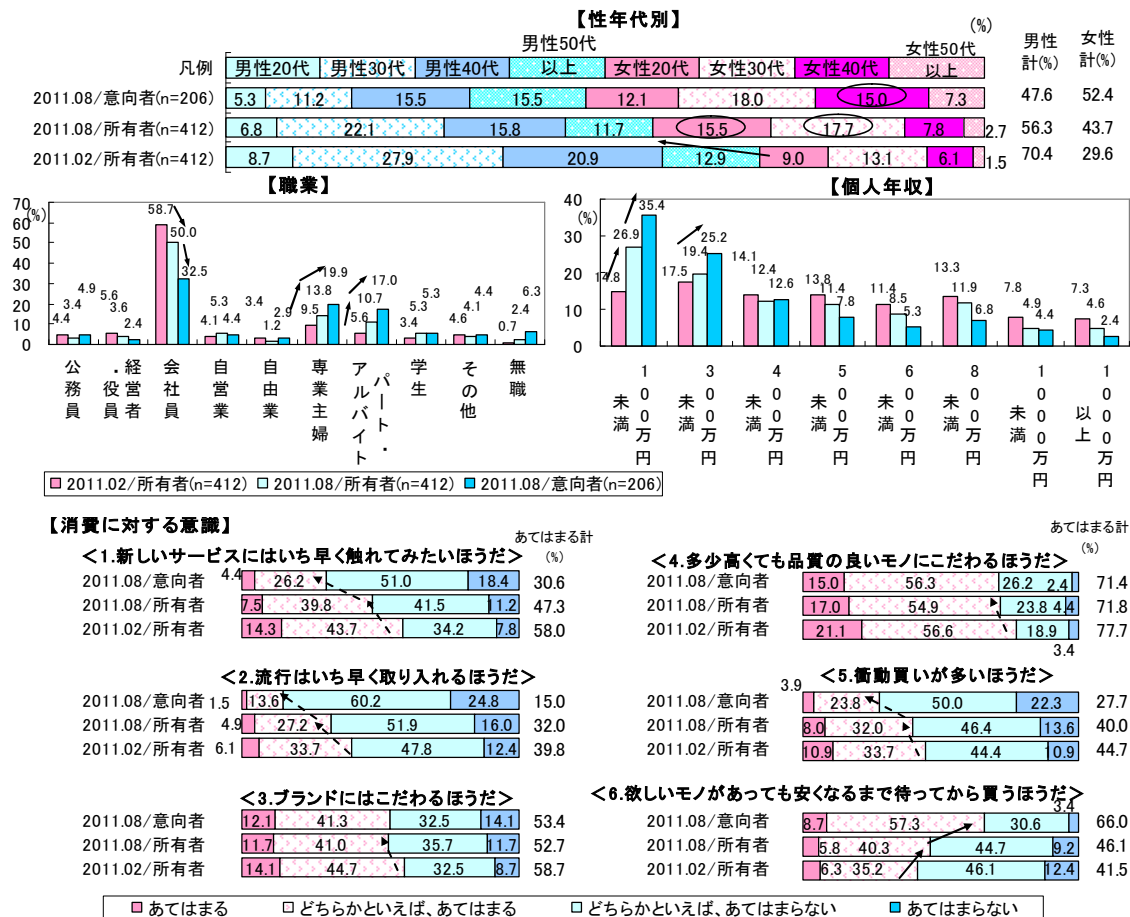
スマートフォン所有者・購入意向者のプロフィールを2011年2月調査と8月調査で時系列比較することによって、ここ半年間と今後のスマートフォンユーザの動向について分析しました。

スマートフォン所有者の属性をみると、ここ半年間で女性の割合が30%から44%に増加しています。特に20代女性では9%から16%、30代女性では13%から18%へと増加しています。購入意向者の属性を見ても、女性が53%、女性40代が15%となっており、今後の市場における女性が占める割合が高くなると予想されます。

職業と個人年収から見ると、ここ半年間で個人年収100万円未満、専業主婦、パート・アルバイトの占める割合が高くなっており、購入意向者においても同様の傾向となっています。

また、消費に対する意識面をみると、「新しいサービスにはいち早く触れてみたい」「流行はいち早く取り入れる」「ブランドにはこだわる」「多少高くても品質の良いモノにこだわる」「衝動買いが多いほうだ」という項目が下降傾向となっています。購入意向者においても類似した傾向となっていることから、以前よりも保守的な考えをもつ層にも需要が広がっているようです。

今冬まで男性中心であったスマートフォン市場において、春以降、20～30代を中心とする女性ユーザが増加してきました。今後も女性ユーザの増加は続き、さらに20～30代の女性から40代女性へターゲット層が広がりをみせそうです。



【 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 ■16億0,037万円 ※2011年8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 ■533名 ※2011年8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・・・」

