

スマートフォンの価格に関する  
マーケティングデータ:2018年3月  
～価格認識と格安スマホ編～

朝日大学マーケティング研究所

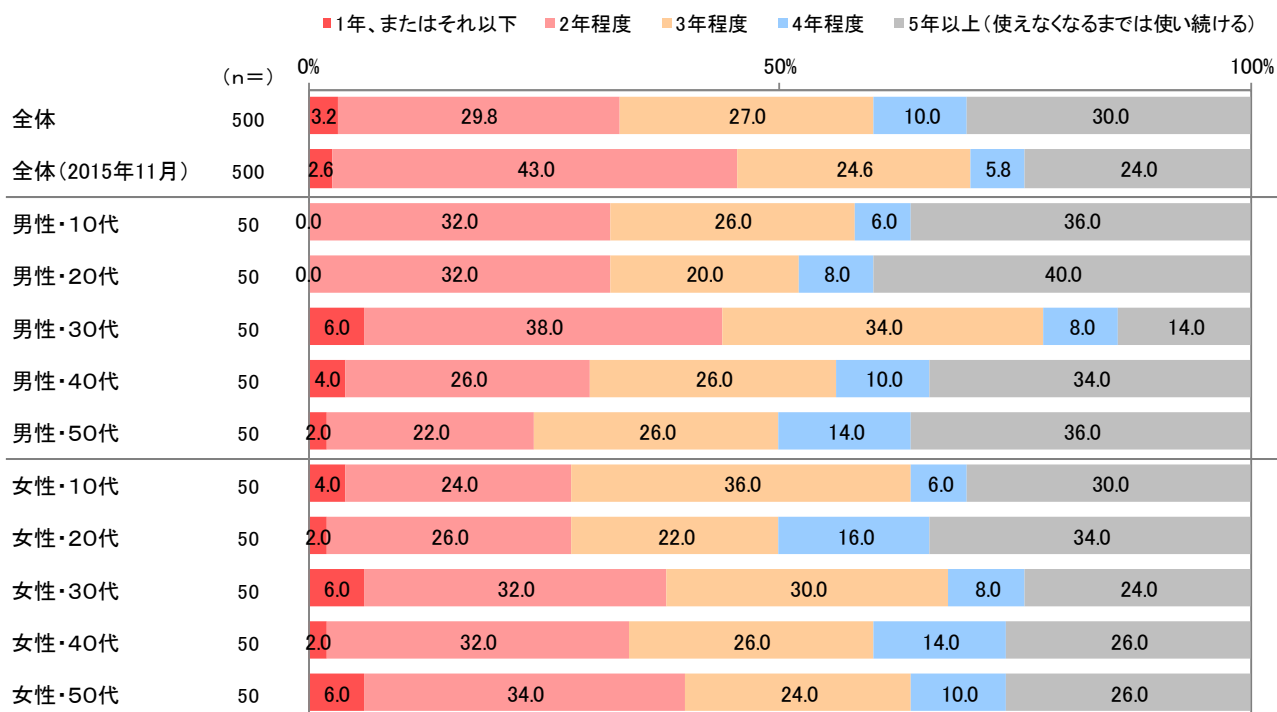
# 調査概要

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2018年2月26日(月)～3月5日(月)
- 調査対象 首都圏在住の13歳～59歳男女で、かつ、スマートフォンを利用している人
- 有効回答 合計500名(均等割付)

年代	男性	女性
13～19歳	50名	50名
20～29歳	50名	50名
30～39歳	50名	50名
40～49歳	50名	50名
50～59歳	50名	50名
合計	250名	250名

※2015年11月にも同じ条件で調査を行っている

## スマートフォンの買い替え期間

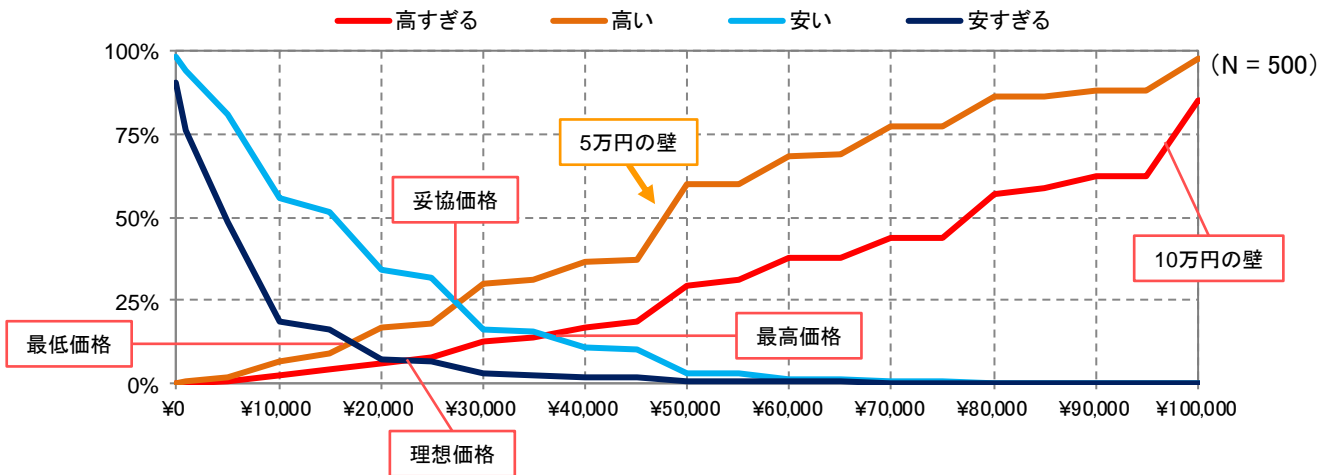


# 1. スマートフォンの端末代金の認識(PSMグラフ)

スマートフォンの端末代金は2015年11月に比べ、7万円～9万円の価格帯で購入許容者が増えている。

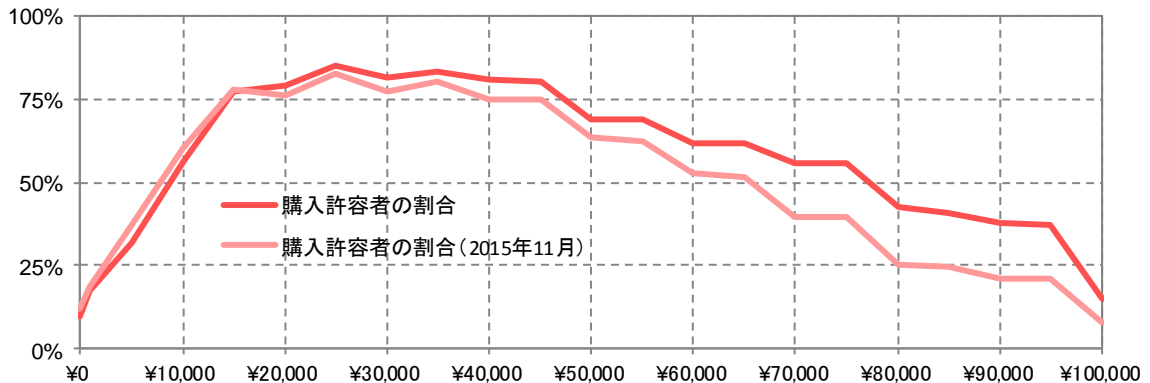
- スマートフォンの端末代について、「高すぎて買えないと感じる」「高いと感じる」「安いと感じる」「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」価格を訊き、累積グラフにすると、高いと感じ始める「5万円の壁」と高すぎて買えない「10万円の壁」があるのがわかる。
- 購入許容者(その金額が「高すぎて買えないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人)の割合は、5万円以下の価格帯では2015年11月とほぼ同じだが、7万円～9万円の価格帯では差があり、高い価格帯の端末が許容されるようになっている。
- 全体における、それぞれの価格の中央値は「高すぎて買えないと感じる」が80,000円、「高いと感じる」が50,000円、「安いと感じる」が20,000円、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」が5,000円であり、2015年11月から少し上振れしているのが確認できる。

端末代金:PSMグラフ



端末代金:購入許容者の割合

**購入許容者:** その金額が「高すぎて買えないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人  
 例)30,000円の場合: 「高すぎる」が30,000円より大きく、かつ、「安すぎる」が30,000円未満の人  
 ※0円のみ、「高すぎる」が0円より大きく、かつ、「安すぎる」が0円の人



端末代金:各価格の中央値(性年代別)

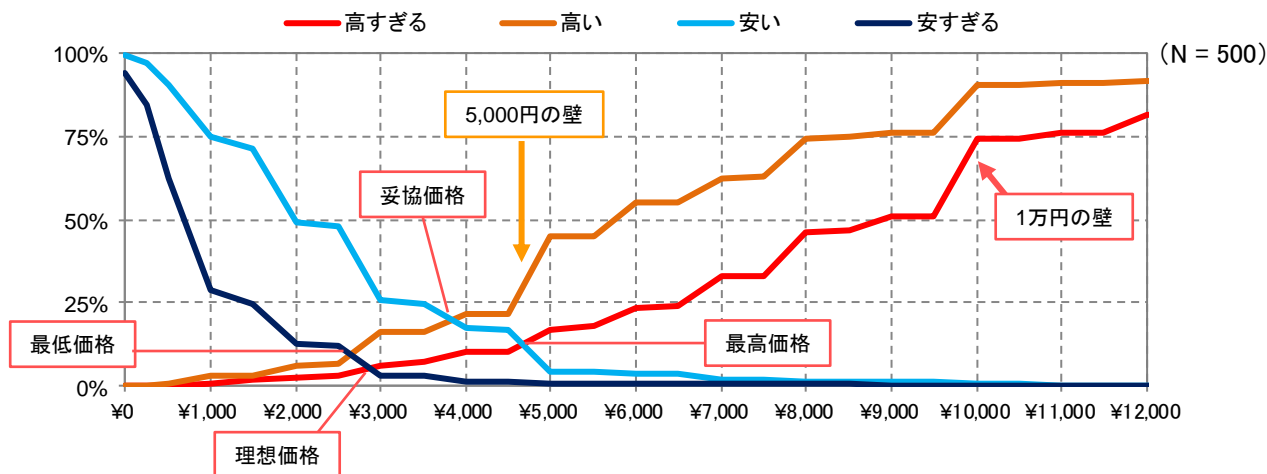
	全体	全体 2015年 11月	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代
(n=)	500	500	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
高すぎる	¥80,000	¥70,000	¥80,000	¥95,000	¥100,000	¥60,000	¥77,500	¥70,000	¥80,000	¥80,000	¥80,000	¥70,000
高い	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥60,000	¥70,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000
安い	¥20,000	¥15,000	¥17,500	¥20,000	¥20,000	¥10,000	¥20,000	¥10,000	¥10,000	¥19,900	¥15,000	¥20,000
安すぎる	¥5,000	¥5,000	¥7,000	¥10,000	¥5,000	¥5,000	¥8,750	¥5,000	¥5,000	¥6,500	¥8,000	¥5,000

## 2. スマートフォンの通話・通信料(月額)の認識(PSMグラフ)

通話・通信料(月額)の価格認識は2015年11月から少し下振れしている。

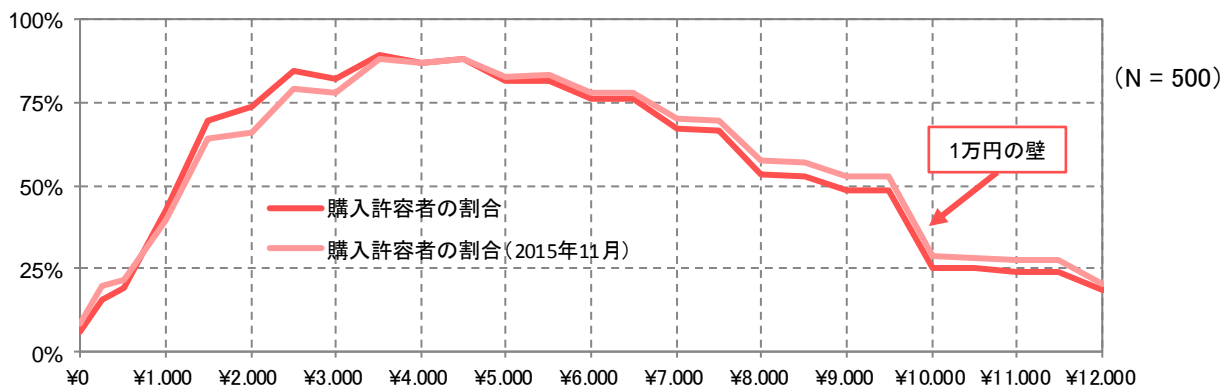
- 端末代金と同様に通話・通信料(月額)の価格認識を訊き、累積グラフにしたところ、2015年11月と同様に「高い」と感じる価格は5,000円にやや大きな壁があり、「高すぎる」は10,000円に大きな壁が見られた。
- 購入許容者のグラフは2015年11月とほぼ同等だが、1,500円～3,000円で購入許容者が増えており、MVNOの価格帯が受け入れられている影響が見られる。
- 全体における、それぞれの価格の中央値は「高すぎて利用できないと感じる」が9,000円、「高いと感じる」が6,000円、「安いと感じる」が2,000円、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」が1,000円と、中央値からも2015年11月から通話・通信料(月額)の価格認識が少し下振れしていることがわかる。

### 通信・通話料(月額) : PSMグラフ



### 通信・通話料(月額) : 購入許容者の割合

**購入許容者**: その金額が「高すぎて利用できないと感じる」わけでもなく、「安すぎて品質に問題がありそうと感じる」わけでもない人  
 例) 5,000円の場合: 「高すぎる」が5,000円より大きく、かつ、「安すぎる」が5,000円未満の人  
 ※0円のみ、「高すぎる」が0円より大きく、かつ、「安すぎる」が0円の人



### 通信・通話料(月額) : 各価格の中央値(性年代別)

	全体	全体 2015年 11月	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代
(n=)	500	500	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
高すぎる	¥9,000	¥10,000	¥8,000	¥8,500	¥10,000	¥8,500	¥9,500	¥7,000	¥10,000	¥10,000	¥9,500	¥8,550
高い	¥6,000	¥7,000	¥5,500	¥6,000	¥7,000	¥5,000	¥6,000	¥5,000	¥7,500	¥7,000	¥6,000	¥5,000
安い	¥2,000	¥3,000	¥2,000	¥3,000	¥2,900	¥2,400	¥3,000	¥2,000	¥3,000	¥3,000	¥2,000	¥2,000
安すぎる	¥1,000	¥1,000	¥1,000	¥1,000	¥1,000	¥1,000	¥1,000	¥500	¥1,000	¥1,000	¥980	¥1,000

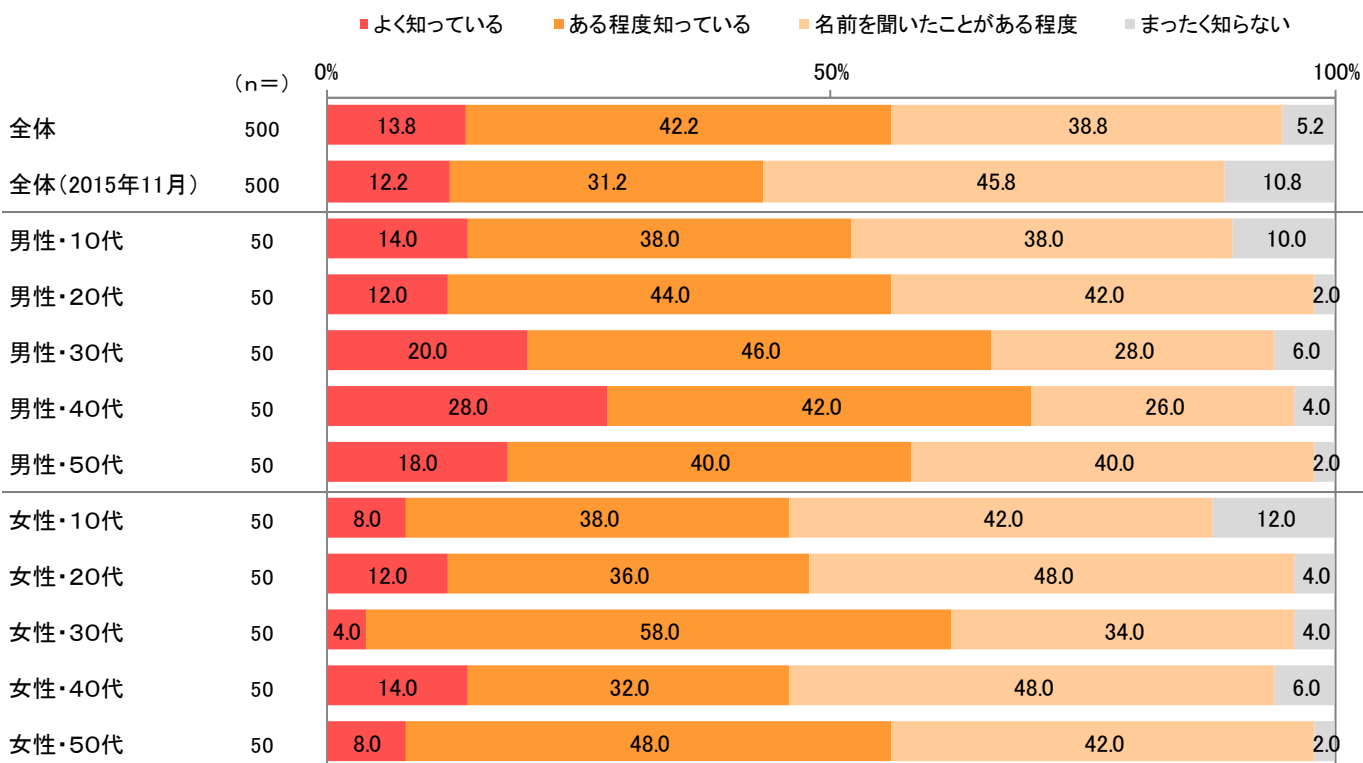
### 3. 「格安スマートフォン・格安SIM」「MVNO」「SIMフリー」の認知

「格安スマートフォン・格安SIM」「MVNO」「SIMフリー」の認知率はそれぞれ上昇。

■「格安スマートフォン・格安SIM」をどの程度知っているか訊いたところ、全体の13.8%が「よく知っている」、42.2%が「ある程度知っている」と答えた。「名前を聞いたことがある程度」を含めた“認知度”は94.8%であった。2015年11月と比較し、「ある程度知っている」の割合が10ポイント以上増えており、名称認知から内容認知に、認知度の質が向上しているのがわかる。

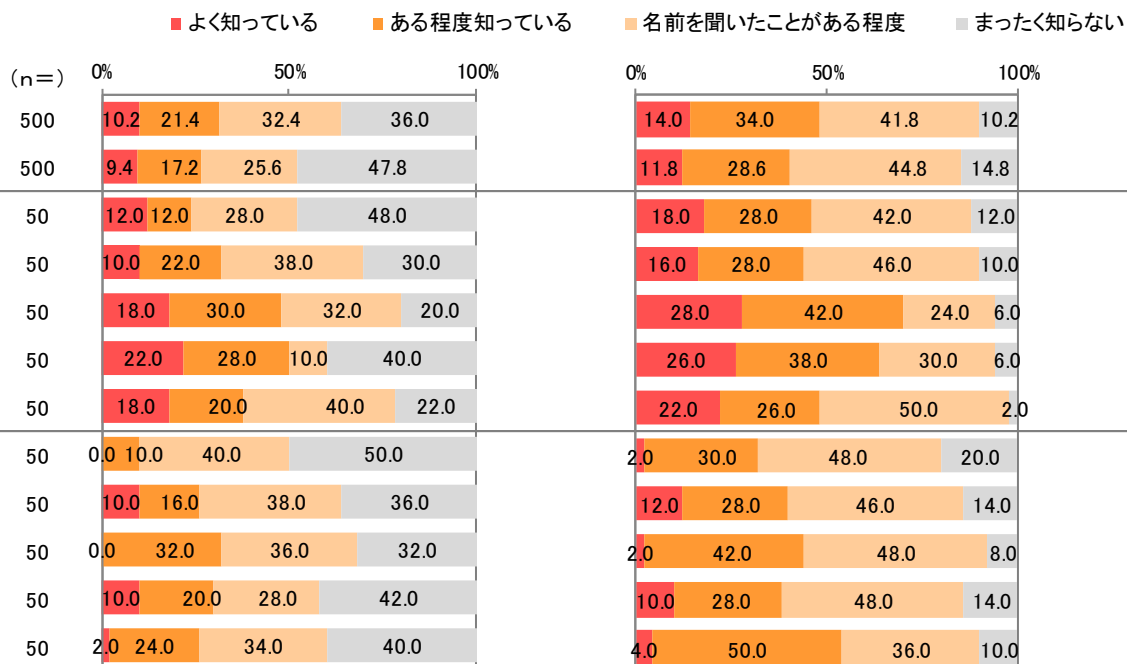
■「MVNO」や「SIMフリー」も、2015年11月より認知率が上昇している。

#### 「格安スマートフォン・格安SIM」の認知



#### 「MVNO」の認知

#### 「SIMフリー」の認知

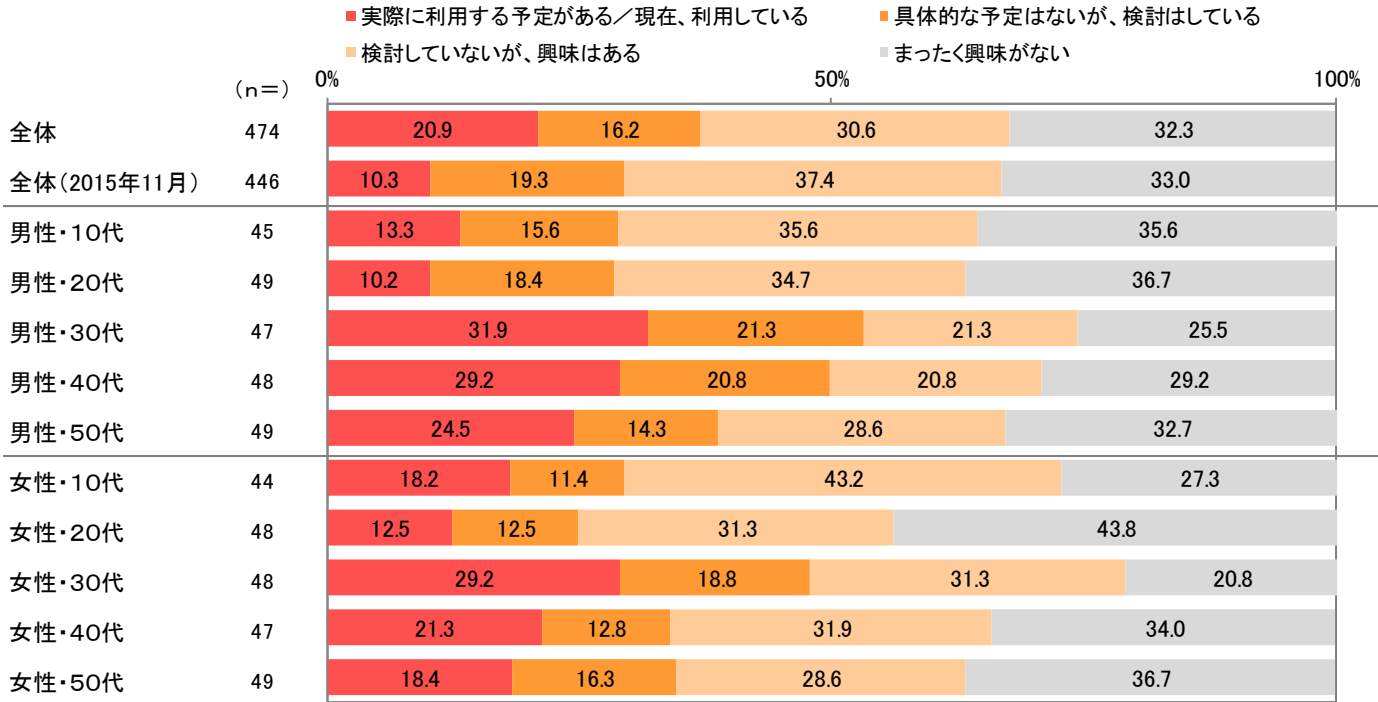


#### 4. 格安スマートフォン・格安SIMの利用意向と、利用にあたり心配なこと

格安スマートフォン・格安SIMの利用にあたり、「通話・通信の品質」「お客様サポートの手厚さ」が現状の懸念材料

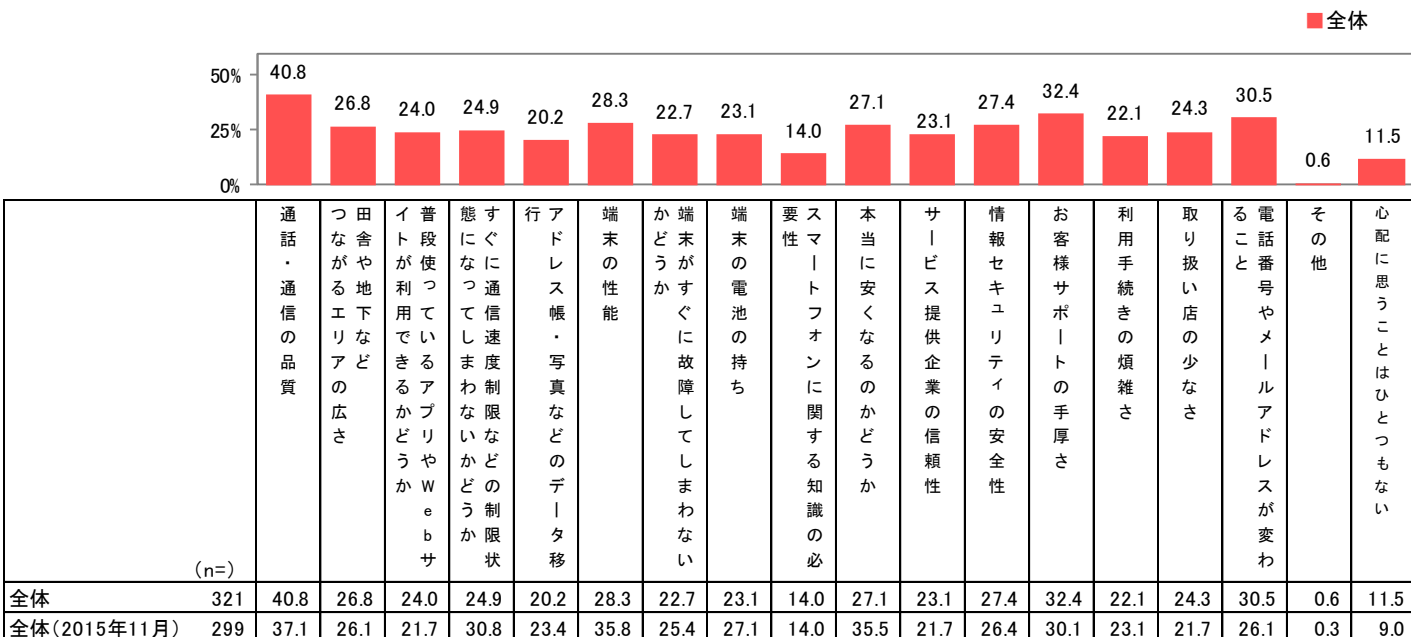
■「格安スマートフォン・格安SIM」の認知者に、利用意向を訊いたところ、全体では「実際に利用する予定がある／現在、利用している」が20.9%と2015年11月の約2倍のスコアとなっている。一方で、「まったく興味がない」は、2015年11月とほぼ変わっていない。  
 ■「格安スマートフォン・格安SIM」の利用意向について「まったく興味がない」を除いた、少なくとも興味はある人に、利用にあたり心配なことを訊くと、全体では、「通話・通信の品質」(40.8%)、「お客様サポートの手厚さ」(32.4%)、「電話番号やメールアドレスが変わること」(30.5%)が上位にあがった。2015年11月と比較すると、「端末の性能」と「本当に安くなるのかどうか」が7~8ポイント低下し、3割未満になったのが目立つ。

#### 「格安スマートフォン・格安SIM」の利用意向(認知者のみ)



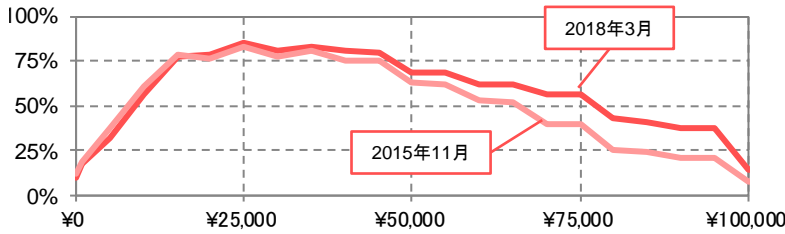
↓ 利用予定あり、検討中、興味のある人

#### 「格安スマートフォン・格安SIM」の利用にあたり心配なこと



結果① スマートフォンの端末代金の価格認識は上振れしている

端末代金:購入許容者の割合

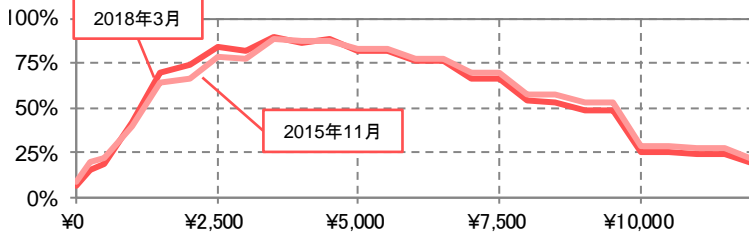


スマートフォンの端末代金の購入許容者の割合は、2015年11月と比較して7万円～9万円の価格帯で増えている。

一括購入時の価格が明示されたり、iPhoneを中心とする大手メーカー各社の主力商品の価格帯が反映された結果と考えられる。

結果② 通話・通信料(月額)は価格認識は若干下振れしている

通信・通話料(月額):購入許容者の割合

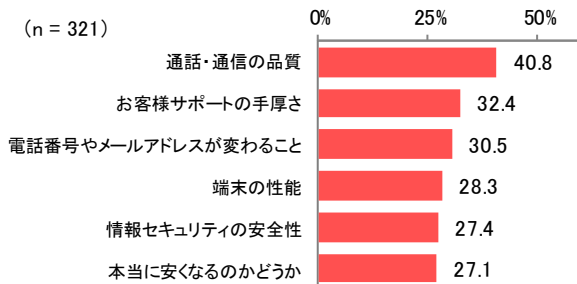


通話・通信料(月額)の価格認識は、2015年11月と大きな違いはないが、MVNOのサービスの価格帯である月額1,500円～3,000円の範囲で購入許容者の割合が若干増えた。

結果③ 「通話・通信の品質」と「お客様サポートの手厚さ」など、懸念材料はサービスの質

「格安スマートフォン・格安SIM」の利用にあたり心配なこと

(n = 321)



「格安スマートフォン・格安SIM」の認知は浸透している。そのことは2015年11月段階において、「利用にあたり心配なこと」の上位であった「端末の性能」「本当に安くなるのかどうか」が数値を落としていることからわかる。

一方で、「通話・通信の品質」が依然として心配なことの1位にあるほか、「お客様サポートの手厚さ」が2位となっている。

結果から推測される仮説

■「格安スマホ・格安SIM」の認知が浸透している一方で、消費者の価格認識は大手の提供するスマートフォンの影響を強く受けて上振れしている。しかし、端末代金は10万円に「高すぎて買えない」と感じる大きな壁が依然として存在しており、これ以上、端末代金が上がれば大きな反発につながる事が予想される。こうしたことから、今後は通話・通信量より上振れしている端末代金により注目されるようになるだろう。Huawei だけでなく Oppo、Xiaomi など、中国メーカーの日本進出が話題に出ているが、この状況は中国メーカーにとって追い風になると考えられる。

■ 格安スマートフォン・格安SIMの「利用にあたり心配なこと」で、「お客様サポートの手厚さ」が2015年11月より増えている。「格安スマホ・格安SIM」の利用者は約2割であり、流行や新しいものに敏感な層に行き渡り、大衆層にまで広まるかどうかのところにきているといえる。この大衆層へのアプローチは「周りにも使っている人がいる」という“安心感”が大事である。“安心感”のためにも「お客様サポート」は重要であり、これがシェアのさらなる拡大のための鍵となるだろう。

## トピックスリサーチ

スマートフォンの価格に関する  
マーケティングデータ  
～価格認識と格安スマホ編～

---

発行日 2018年 5月 31日

---

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所  
〒501-0296  
岐阜県瑞穂市穂積1851  
TEL : 058-326-1173

---

お問い合わせ [marketing@alice.asahi-u.ac.jp](mailto:marketing@alice.asahi-u.ac.jp)