

**スマートフォンの価格に関する
マーケティングデータ:2021年4月
～現状編～**

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 2021年4月6日（火）～4月13日（火）
- 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

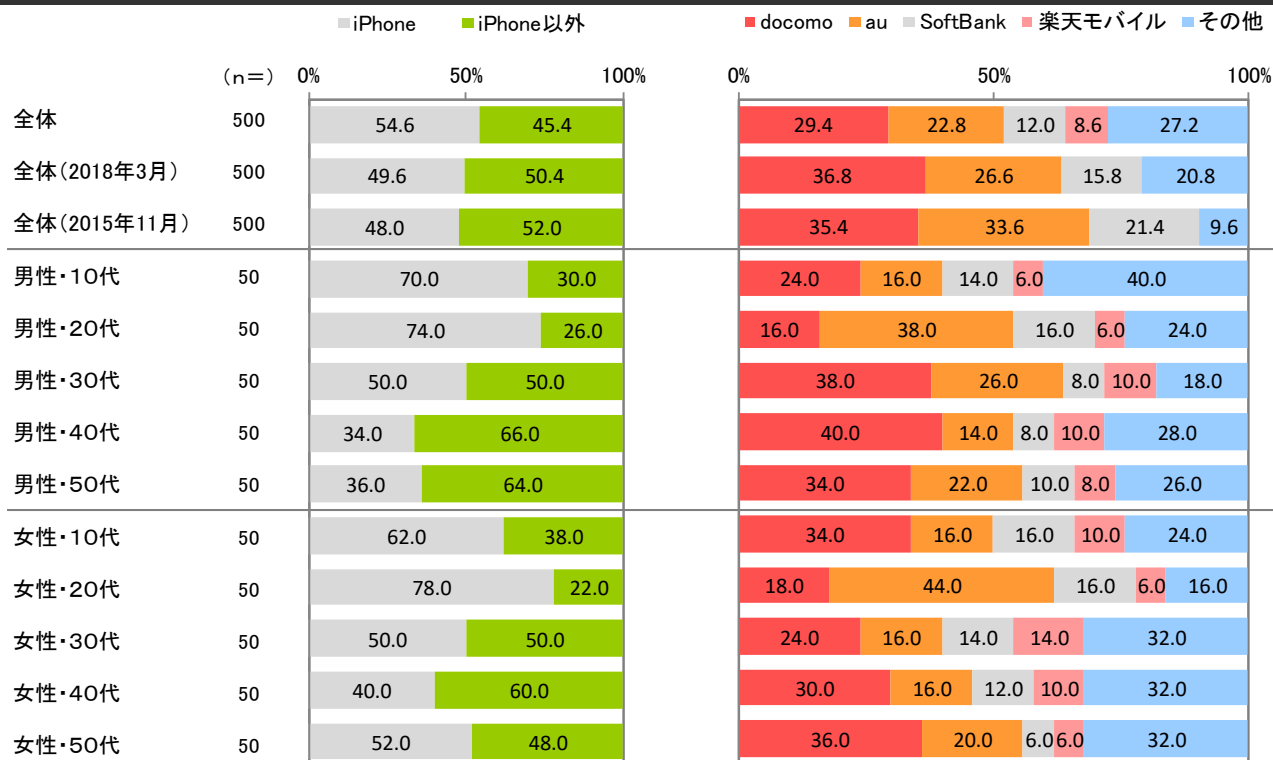
※2015年11月、2018年3月にも同じ条件で調査を行っている

1. スマートフォンの利用開始時期と、買い換え・機種変更の回数

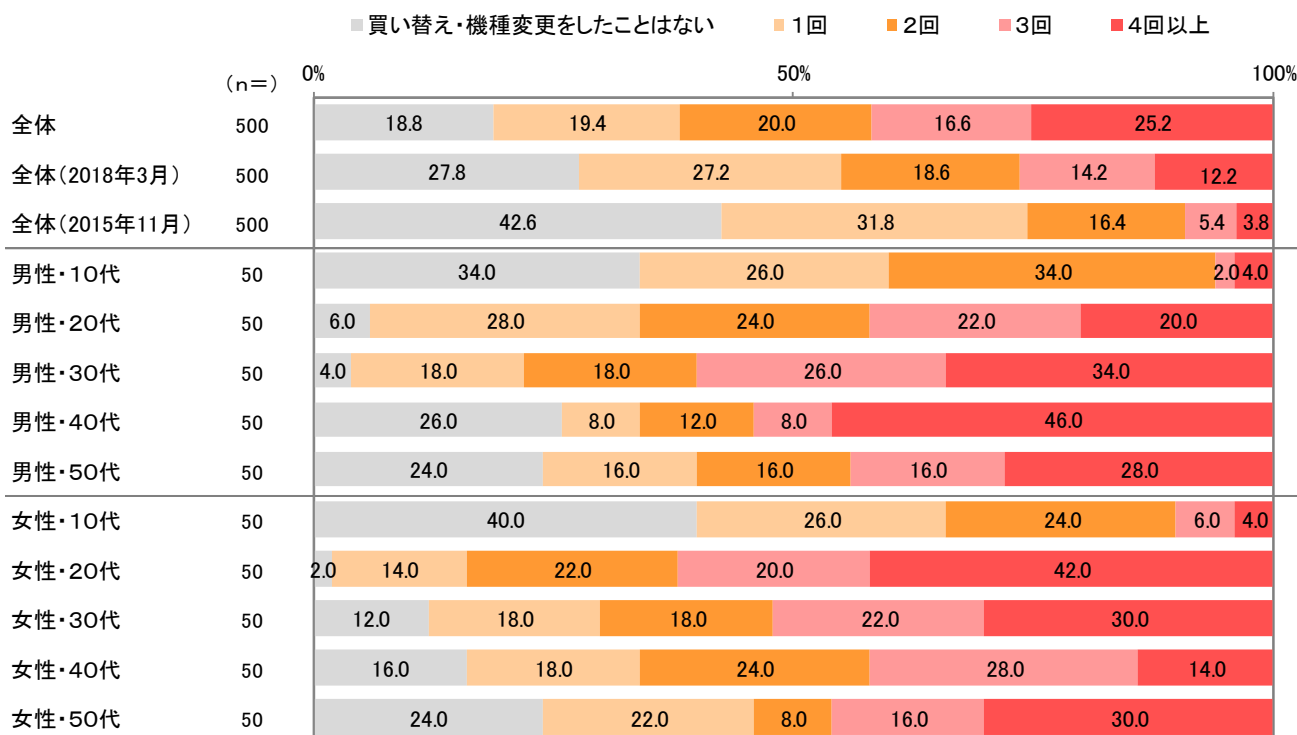
スマートフォンにしてから、4回以上買い換え・機種変更をした人が全体の4分の1を超える。

- スマートフォンユーザーのiPhoneユーザーの比率が過去から増えており、全体の54.6%。10代・20代でとくに多い。
- 通信会社は「楽天モバイル」が新規参入し、大手3社のシェアが減った。いわゆる「MVNO」にあたる「その他」が27.2%と2015年11月の3倍近くに増えた。20代では顕著に「au」が高く、かつて「学割」で一世を風靡した影響が見て取れる。
- スマートフォンにしてから、4回以上買い換え・機種変更をした人が全体の25.2%に達した。

利用しているスマートフォンの機種と通信会社



スマートフォンの利用を始めてから、何回買い換え・機種変更を行ったか



2. スマートフォンの端末購入方法と端末代金

スマートフォンの購入方法は割賦が微減。端末代金は引き続き上昇し、全体平均55,471円に。

■現在のスマートフォンの端末購入方法では、「SIMフリーや中古品など、端末のみの購入」が2018年3月の9.8%と比較して17.0%と2倍近くに増えた。代わりに減少したのは「回線契約時に分割・割賦購入」である。

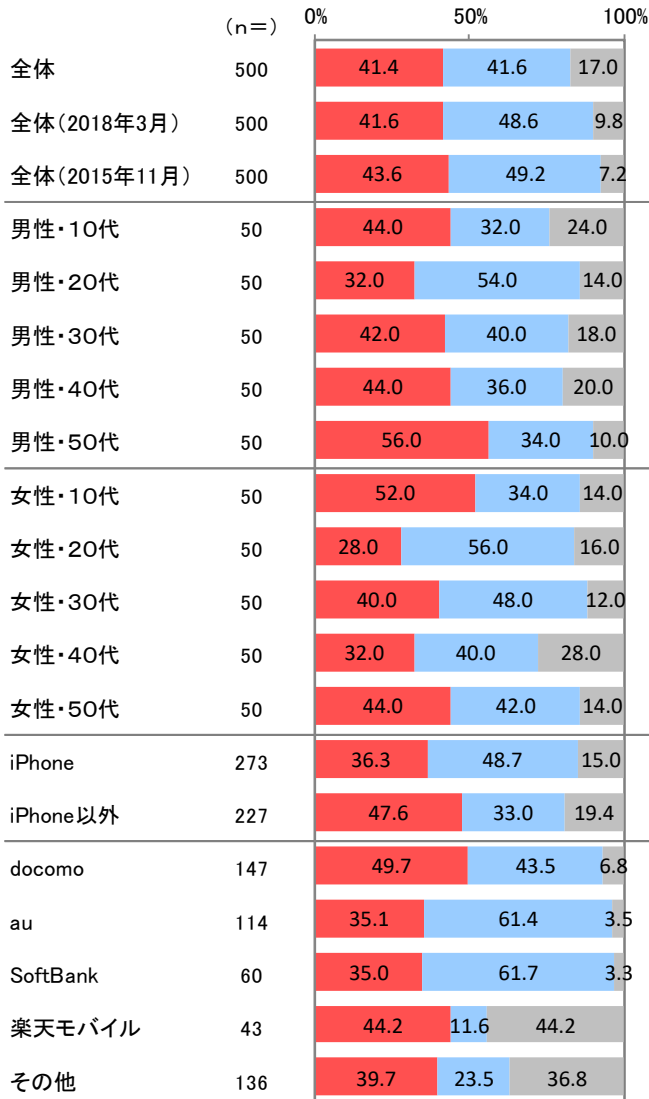
■「楽天モバイル」は回線事業者であるが、「SIMフリーや中古品など、端末のみの購入」が「その他」と同程度である。

■割引を考慮した端末代金を見ると、2018年3月より更に増えて、55,471円となった。これは「0円」を除いた平均であり、実際の端末代金が上昇している。これに加え「0円」の割合が大幅に下がっており、端末代金は点でも上昇しているといえる。

■端末別にみると、「iPhone」と「iPhone以外」では、27,000円程度の開きがある。

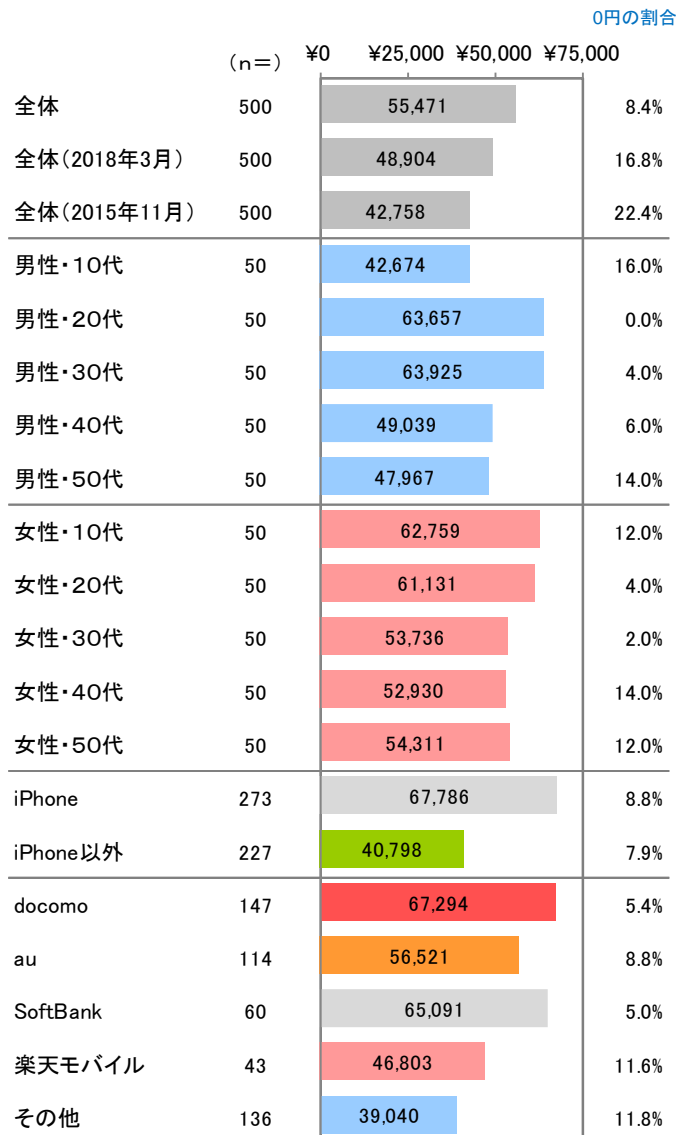
スマートフォンの端末購入方法

- 回線契約時に一括購入
- 回線契約時に分割・割賦購入
- SIMフリーや中古品など、端末のみの購入



割引などを考慮した、最終的に支払う端末代金

※分割・割賦購入の場合は、毎月の支払いの合計金額
※グラフ中の金額は「0円」を除いた平均

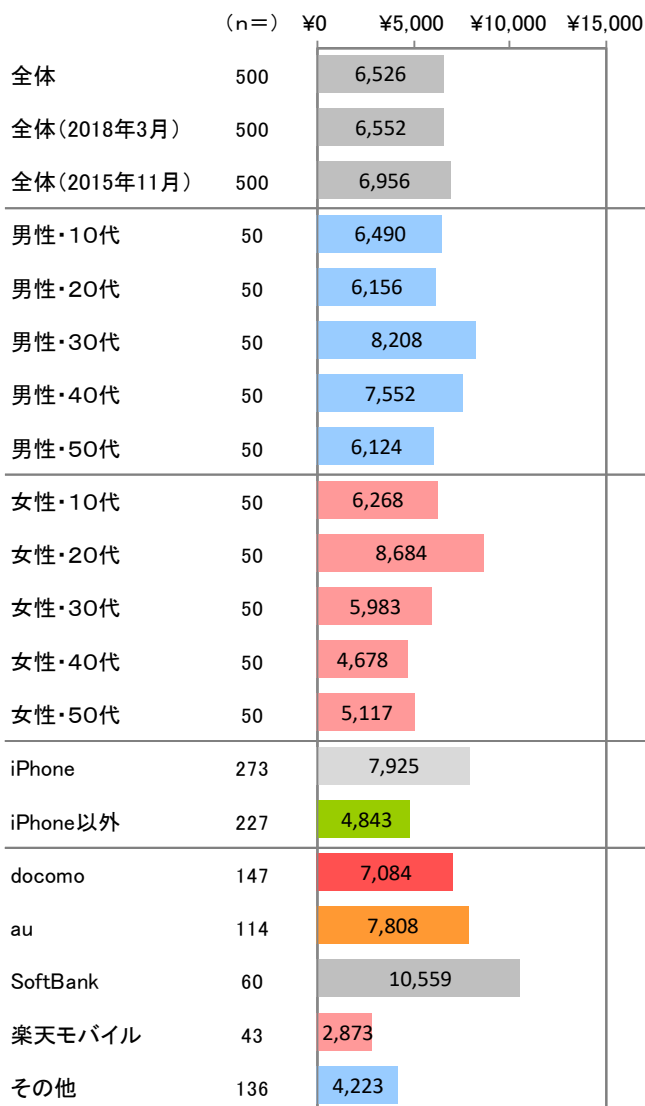


3. スマートフォンの月額利用料

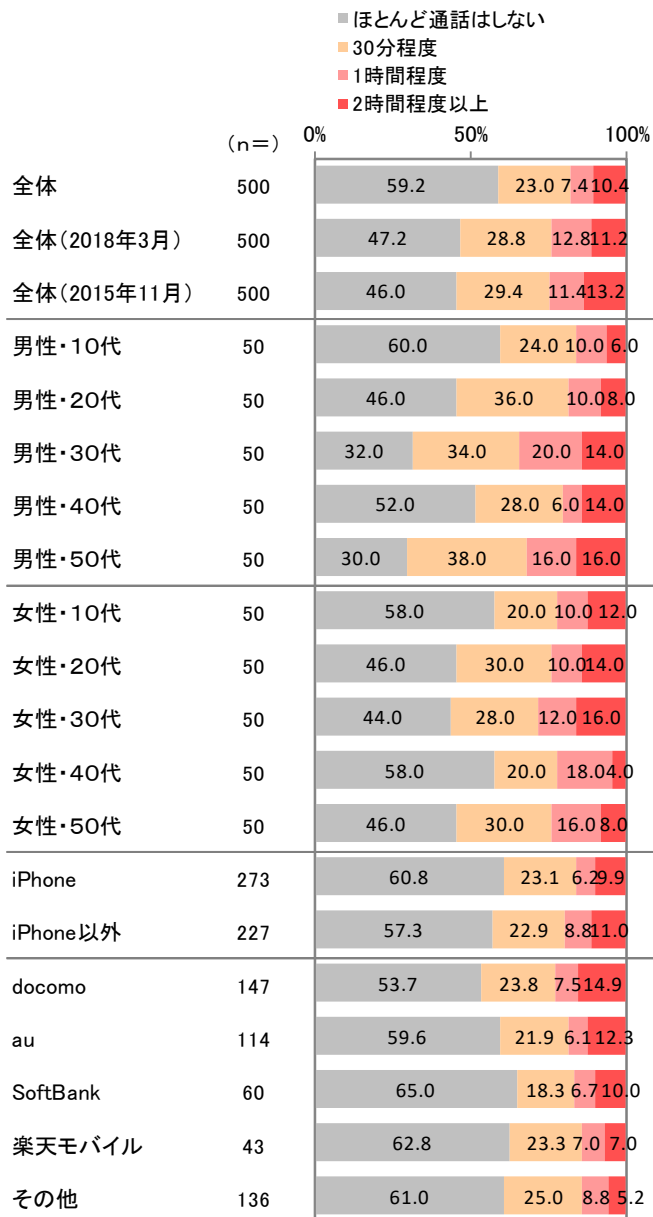
スマートフォンの月額利用料の全体平均は6,526円で3年前とほぼ変わらず。

- スマートフォンの月額利用料は2018年3月とほぼ変わらず6,526円。
- 月額利用料は通信会社別にみると「楽天モバイル」が最も低い。一方で「SoftBank」が最も高くなった。
- 1ヶ月あたりの通話時間が「ほとんど通話しない」は2018年3月から12ポイント上昇し、約6割となった。
- 1ヶ月あたりの通話時間は性・年代別では差が見られるが、機種別や通信会社別では大きな差が見られなかった。

スマートフォンの月額利用料



スマートフォンの1ヶ月あたりの通話時間
(無料通話アプリ利用を除く)



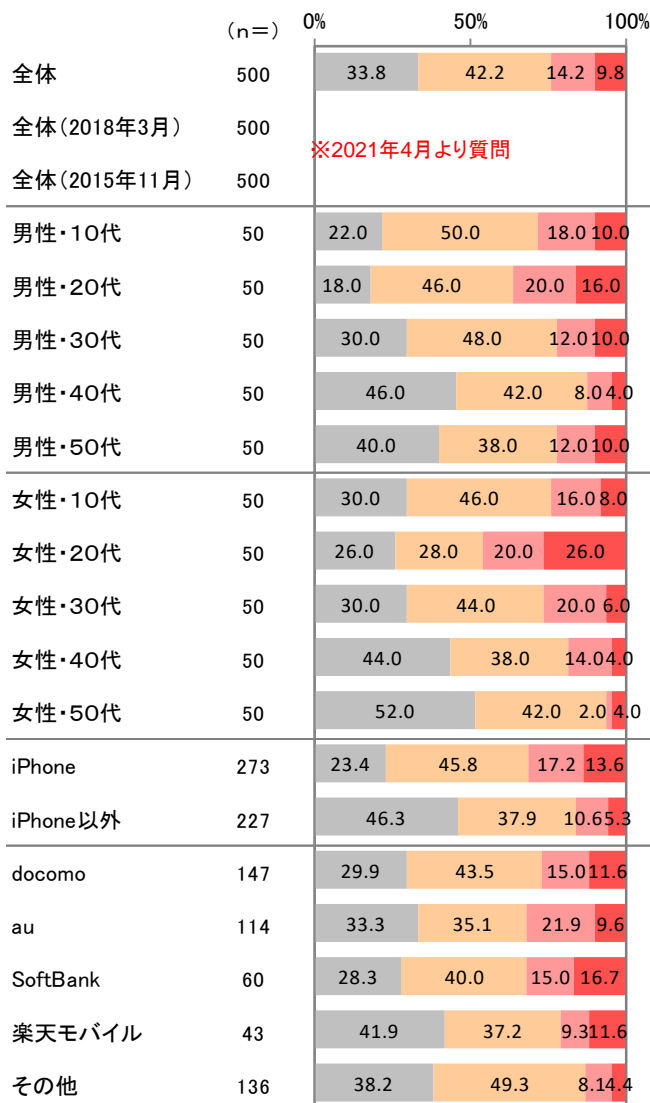
4. データ通信量と、その把握度合い

毎月のデータ通信量は3分の1のユーザが2GB以下、一方で20GB以上は1割いる。

- 1ヶ月あたりのデータ通信量は、2GB以下のライトユーザーが全体の33.8%で約3割。
- 一方で1ヶ月あたり20GB以上のヘビーユーザーが9.8%いた。
- 性・年代別に見ると、男女とも20代で「20GB以上」が多い。
- データ通信量超過による通信速度制限の経験は全体の35.4%で、時系列で変化している様子は見られない。
- iPhoneユーザーのほうが通信速度制限の経験があるのは、ヘビーユーザーの20代の利用者が多いためと考えられる。

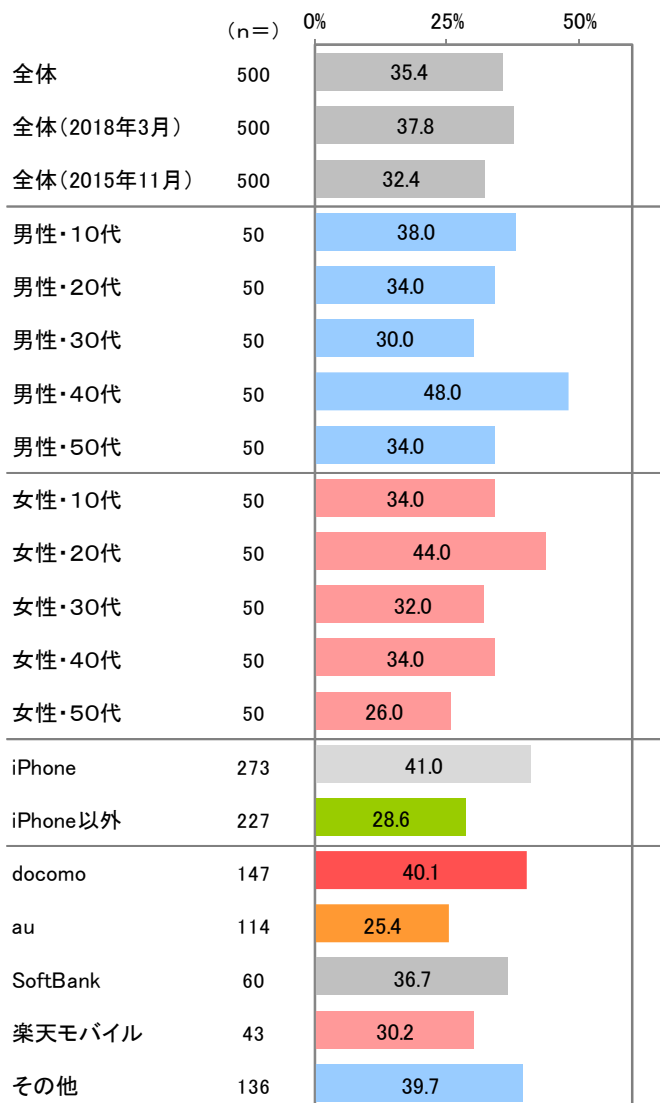
1ヶ月あたりのデータ通信量

■ 2GB以下
 ■ 3GB ~8GB程度
 ■ 9GB ~19GB程度
 ■ 20GB以上



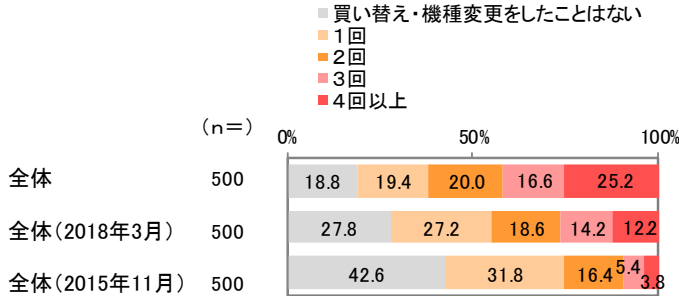
データ通信量超過による通信速度制限の経験

※経験がある割合



結果① スマートフォンにしてから、4回以上買い換え・機種変更をした人が 全体の4分の1を超える

スマートフォンの利用を始めてから、何回買い換え・機種変更を行ったか

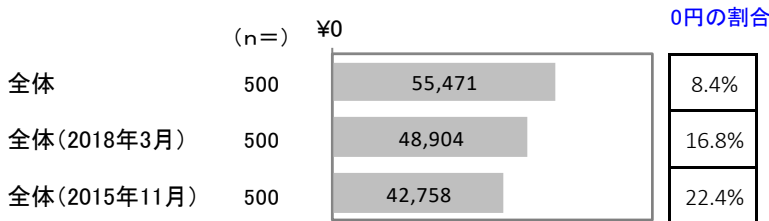


スマートフォンの利用を始めてから、スマートフォンを買い替え・機種変更した経験のあるユーザーが全体の25.2%で、3年前の約2倍になった。

多くのユーザーが複数回の買い替え・機種変更を経験している。

結果② 端末購入代金は上がり続けている

端末購入代金



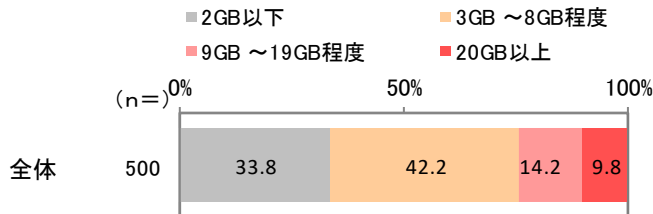
端末の買い替え・機種変更の経験は増えたが、同時に端末代金の平均も上昇した。

割引を適用するなど実質「0円」で購入したユーザーも大きく減っており、実質的な端末代金は大きく値上がりしている。

※分割・割賦購入の場合は、毎月の支払いの合計金額
※グラフ中の金額は「0円」を除いた平均

結果③ 毎月のデータ通信量は3分の1のユーザが2GB以下、一方で20GB以上は1割いる

1ヶ月あたりのデータ通信量をどの程度把握しているか



1ヶ月あたりのデータ通信量は、2GB以内のライトユーザーが約3割いる一方で、20GB以上のヘビーユーザーも1割程度いる。

ヘビーユーザーがとくに多い20代は、インターネットは固定回線ではなく、スマホのみという人が多いのではないかと推測される。

結果から推測される仮説

■携帯電話・スマートフォンの端末価格について、政府が総額表示の義務化を行った結果、端末代金が高い状態が当たり前になり、端末代金そのものが上がり続けているのは皮肉である。比較的高額なiPhoneを使うユーザーが予測に反して増えており、消費者のブランド志向や安定志向が強さが明らかになったといえる。Appleが廉価版の「iPhone SE」シリーズも展開し、裾野の拡大を行った成果も考えられるが、それ以上に安価なスマホ(多くの場合、中国製)に対する不信感が根強いのではないかとと思われる。

■端末代金が高いことが受け入れられている現状では、月額利用料が争点になっている。3年前と比較し、大手3キャリアの合計シェアが6割強にまで下がり、新規参入した楽天モバイル、その他のMVNOのシェアは大幅に増えた。一方、現況下、月額利用料の低下は下げ止まり傾向が見られるが、今年から始まった大手3キャリアの低価格新ブランドとそれに伴ったMVNOの価格引き下げにより、月額利用料は再び下がるとと思われる。

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：2021年4月
～現状編～

発行日 2021年 4月 30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