

1章 スマホ・ケータイの所有・利用状況

1節

所有・利用状況

誰がどんなスマホ・ケータイをどのように使っているか

ポイント

- スマートフォン比率(2台目まで含む)は85.0%(資料1-3)。
- MVNO利用率(2台目まで含む)は15.0%(資料1-5)。
- Appleが1台目, 2台目ともにメーカーシェアトップ(資料1-7, 資料1-8)。
- 端末の平均所有期間はケータイが5年2ヶ月, スマートフォンが1年9ヶ月(資料1-9)。
- スマホ・ケータイの買い替え時に重視する点は1位が端末価格, 2位が通信料金の安さ(資料1-11)。

[資料1-1] 最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)の年次推移(単一回答)

[資料1-1a] 全体 ————— 04

[資料1-1b] Android・iPhone別と内訳 ————— 05

[資料1-2] スマホ・ケータイの種類(2台目)の年次推移(単一回答)

[資料1-2a] 全体 ————— 06

[資料1-2b] Android・iPhone別と内訳 ————— 07

[資料1-3] スマートフォン比率(2台目まで含む)[年次推移と性年代別] ————— 08

[資料1-4] 携帯電話事業者のシェア(単一回答) ————— 09

[資料1-5] MVNO比率[性年代別](単一回答) ————— 10

[資料1-6] MVNOの認知率・比率の年次推移(複数回答) ————— 10

[資料1-7] 最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)のメーカー(単一回答)[2016年と2019年] — 11

[資料1-8] スマホ・ケータイメーカー(2台目)(単一回答)[2016年と2019年] ————— 12

[資料1-9] スマホ・ケータイの所有期間の年次推移(単一回答)[ケータイとスマートフォン] — 13

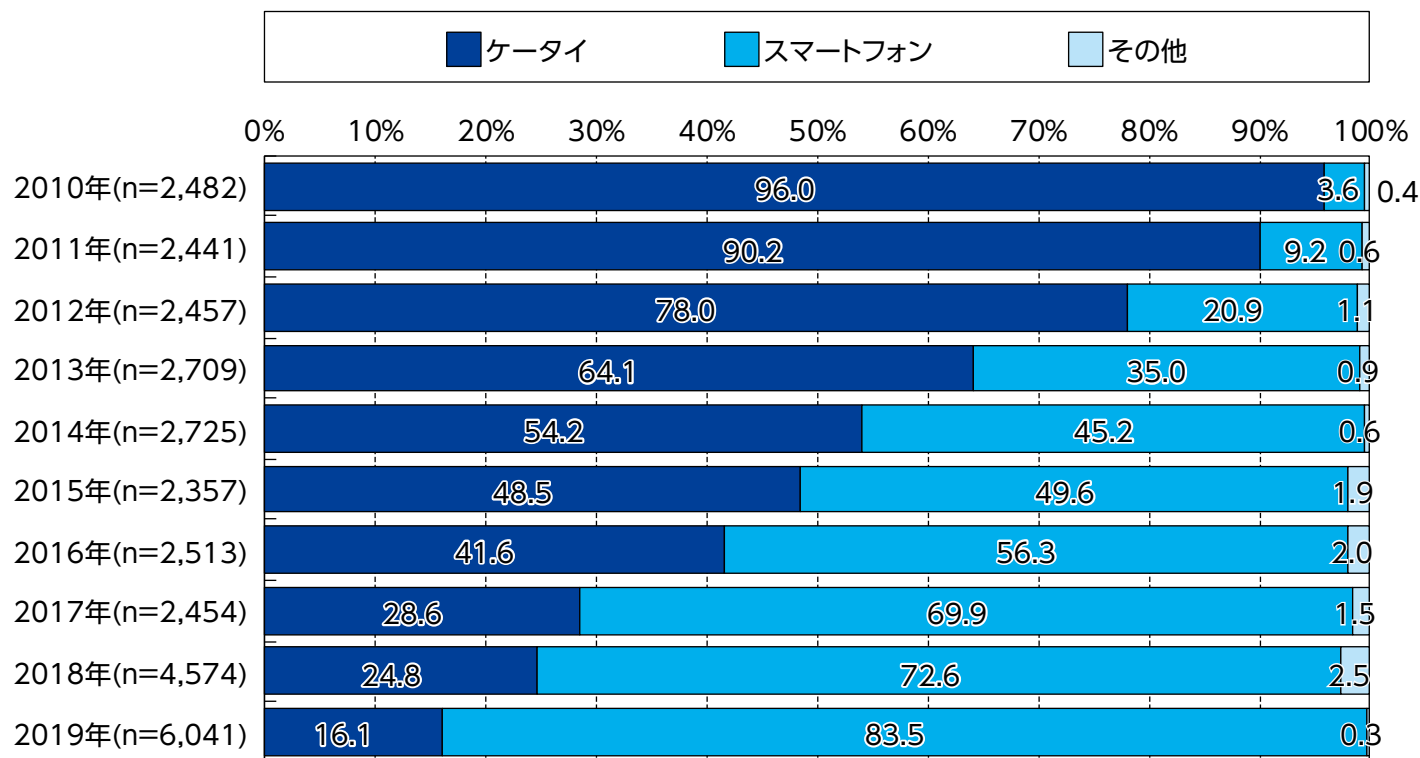
[資料1-10] スマホ・ケータイを買い替えたきっかけの年次推移(複数回答) ————— 14

[資料1-11] スマホ・ケータイを買い替え時に重視する点の年次推移(複数回答) ————— 14

1 節 [資料1-1a] 最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)の年次推移(単一回答)[全体]

- 2019年のスマートフォン比率は83.5%。

全体



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: 「ケータイ」は「シニア向け以外の従来のケータイ(PHSまたはいわゆるガラケー)」「シニア向けの従来のケータイ(らくらくホンなど)」の合計。

注3: 「スマートフォン」は「Android」「iPhone」「Windows MobileがOSのもの」「シニア向けスマートフォン」「タブレット(AQUOS PAD, ARROWS Tab, iPadなどで、通信回線契約をしているものに限る)」の合計。

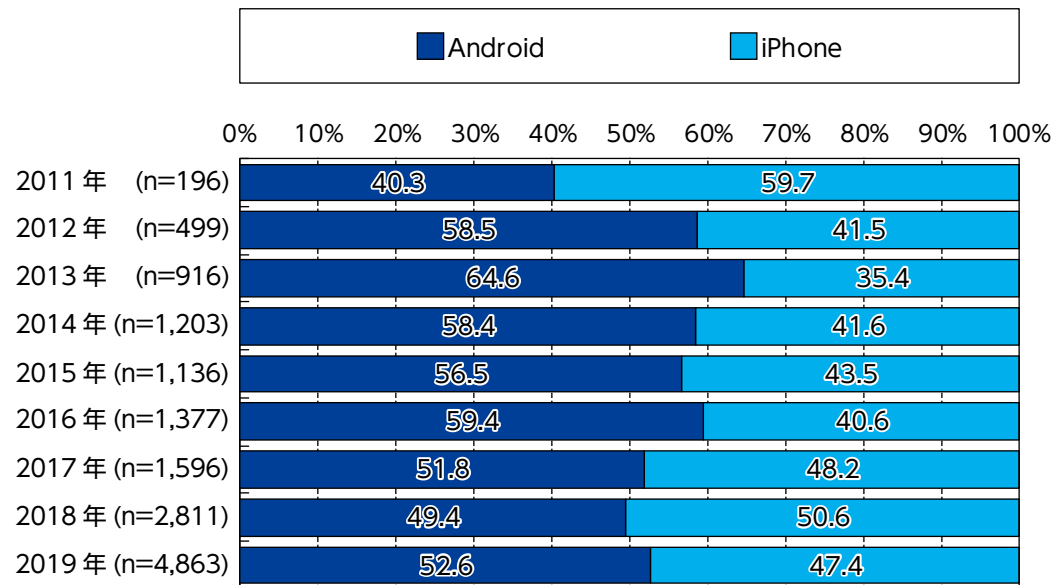
注4: 「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-1b] 最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)の年次推移(単一回答) [Android・iPhone別と内訳]

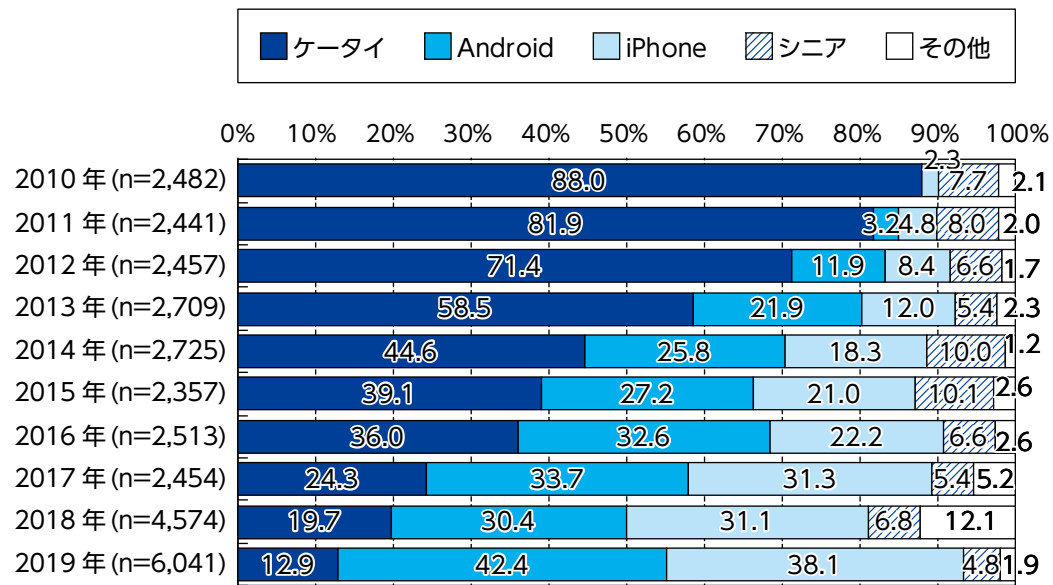
- Android・iPhone別では、2019年のAndroid比率は52.6%、iPhone比率は47.4%。

Android・iPhone別



注: AndroidもしくはiPhone利用者が回答。
出所: 2011年-2019年一般向けモバイル動向調査

内訳



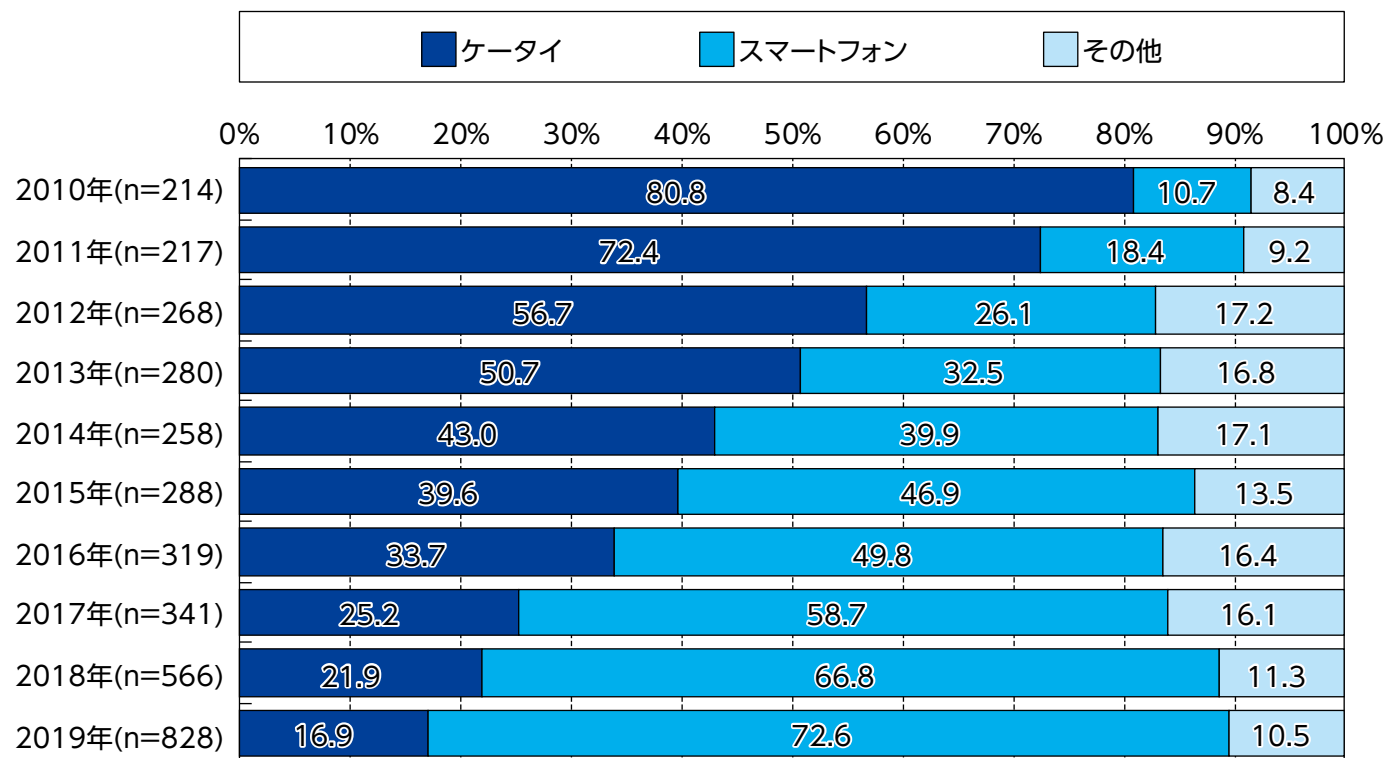
注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。
注2: 「ケータイ」は「シニア向け以外の従来のケータイ (PHSまたはいわゆるガラケー)」を集計。
注3: 「シニア」は「シニア向けの従来のケータイ (らくらくホンなど)」「シニア向けのスマートフォン (らくらくスマートフォンなど)」を集計。
注4: 「その他」は「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「タブレット (AQUOS PAD, ARROWS Tab, iPadなどで、通信回線契約をしているものに限る)」「モバイルルーター、データ通信USB」

出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-2a] スマホ・ケータイの種類(2台目)の年次推移(単一回答)[全体]

- 2019年のスマートフォン比率は72.6%。

全体



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: 「ケータイ」は「シニア向け以外の従来のケータイ (PHSまたはいわゆるガラケー)」[「シニア向けの従来のケータイ (らくらくホンなど)』の合計。

注3: 「スマートフォン」は「Android」「iPhone」「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「シニア向けスマートフォン」「タブレット (AQUOS PAD, ARROWS Tab, iPadなどで、通信回線契約をしているものに限る)」の合計。

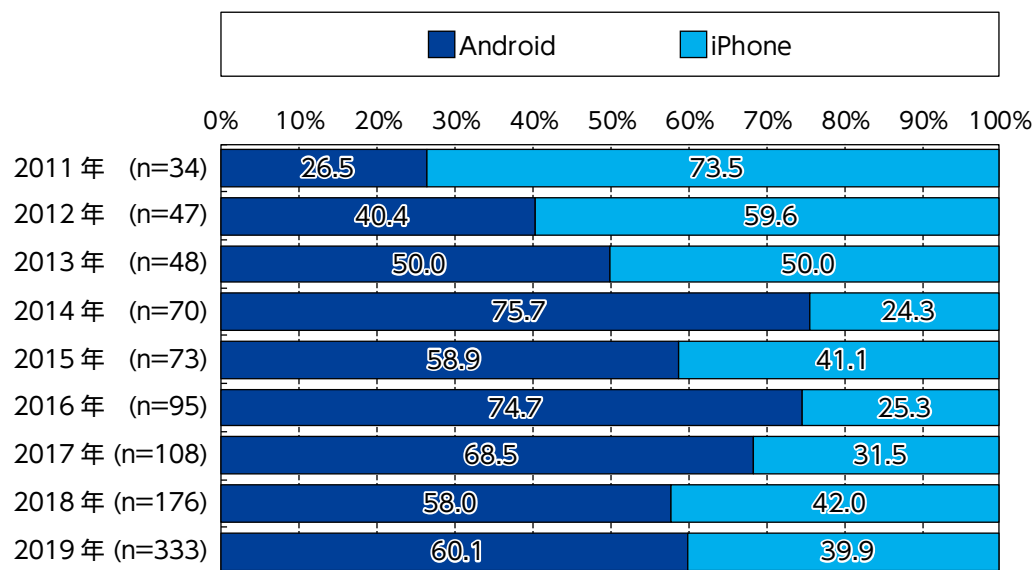
注4: 「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-2b] スマホ・ケータイの種類(2台目)の年次推移(単一回答) [Android・iPhone別と内訳]

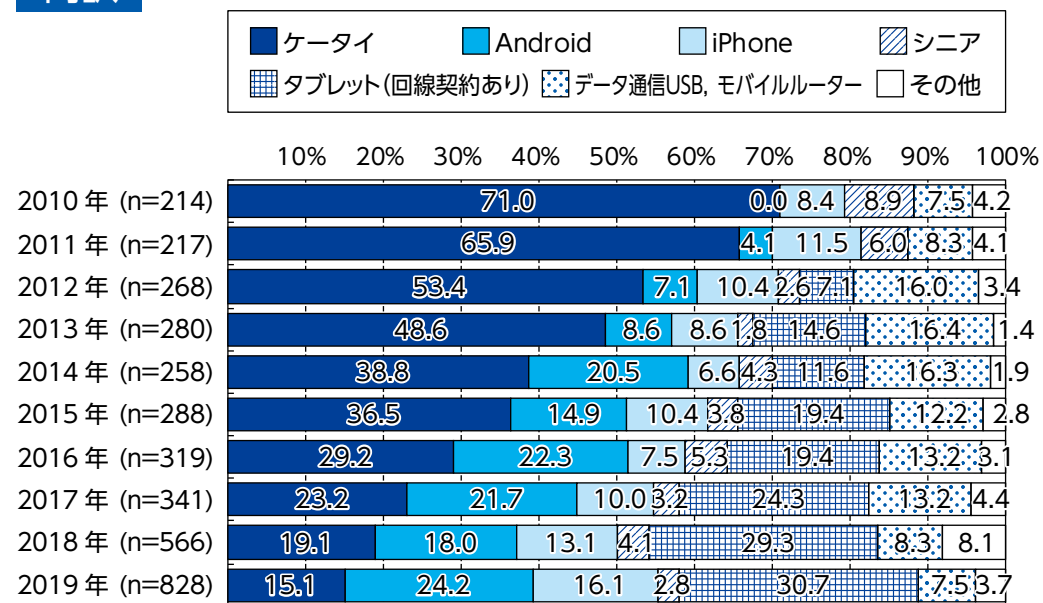
- Android・iPhone別では、2019年のAndroid比率は60.1%，iPhone比率が39.9%。

Android・iPhone別



注: AndroidもしくはiPhone利用者が回答。
出所: 2011年-2019年一般向けモバイル動向調査

内訳

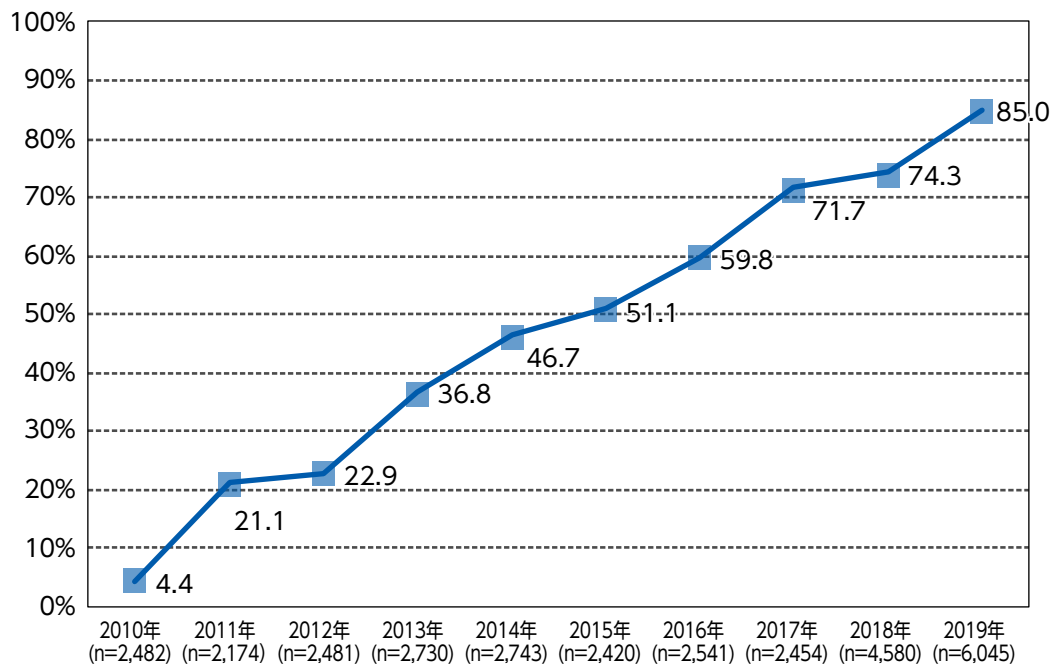


注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。
注2: 「ケータイ」は「シニア向け以外の従来のケータイ (PHSまたはいわゆるガラケー)」を集計。
注3: 「シニア」は「シニア向けの従来のケータイ (らくらくホンなど)」 「シニア向けのスマートフォン (らくらくスマートフォンなど)」を合計。
注4: 「その他」は「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「その他」を合計。
出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-3] スマートフォン比率(2台目まで含む)[年次推移と性年代別]

- スマートフォン比率は年々増加。
- 2019年のスマートフォン比率は85.0%。
- 2019年のスマートフォン比率は男女でほぼ差はない。
- 2019年のスマートフォン比率は性年代別では、55歳～64歳の女性のスマートフォン比率が同年代男性より高い。

年次推移

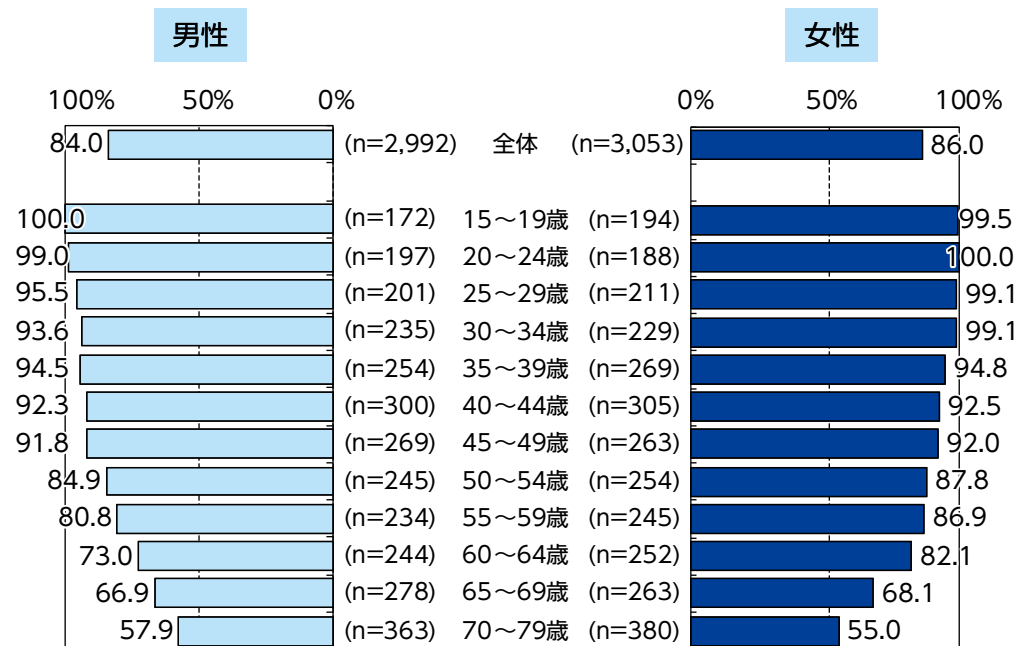


注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: 1台目もしくは2台目にスマートフォン所有と回答した場合をスマートフォン所有として算出。

出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

性年代別



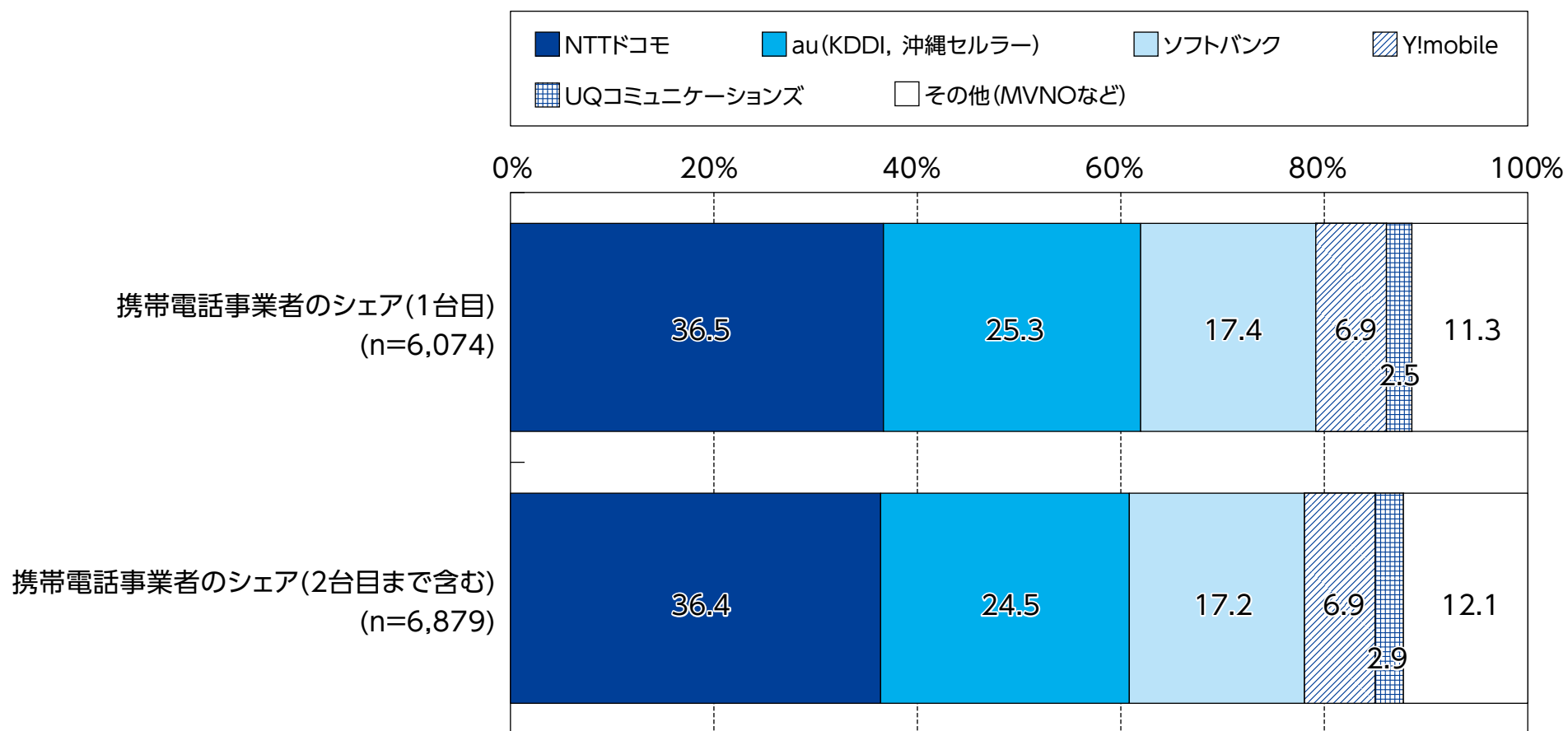
注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: 1台目もしくは2台目にスマートフォン所有と回答した場合をスマートフォン所有として算出。

出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-4] 携帯電話事業者のシェア(単一回答)

- 携帯電話事業者のシェア(1台目)は、「NTTドコモ」(36.5%)、「au」(25.3%)、「ソフトバンク(Y!mobile含む)」(24.3%)の主要3社で8割を超える。

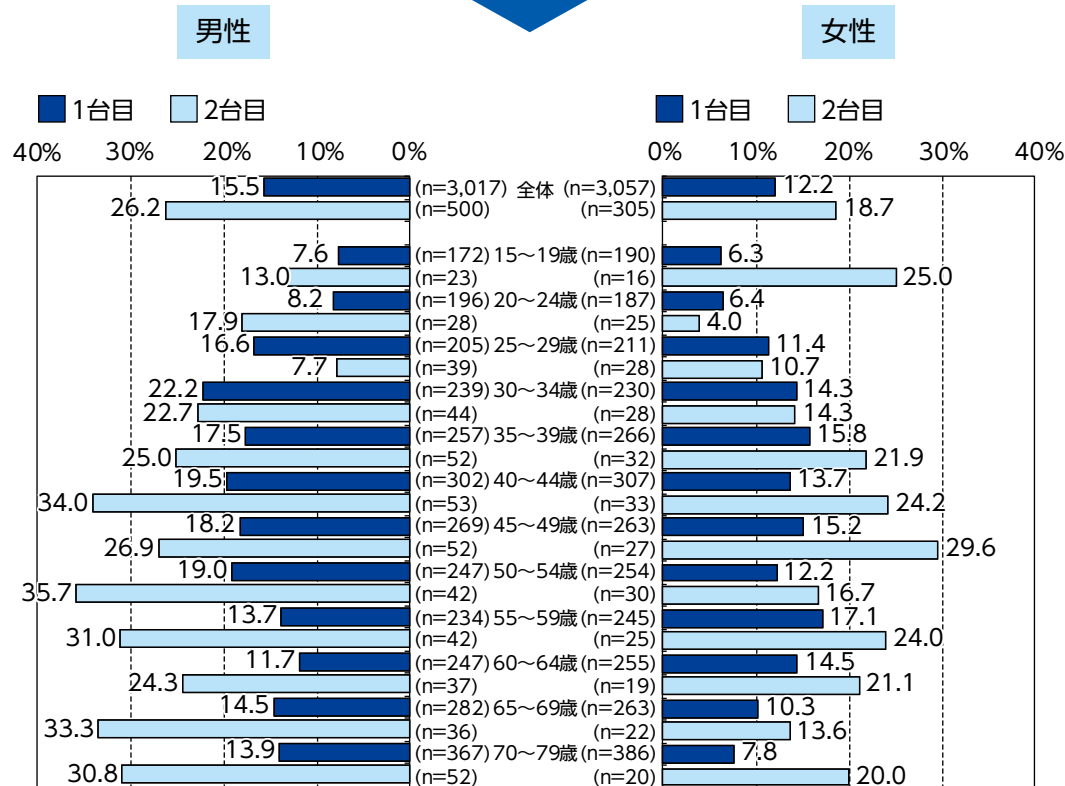


注: スマホ・ケータイ所有者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-5] MVNO比率[性年代別](単一回答)

- MVNO比率(2台目まで含む)は15.0%, MVNO比率(1台目)は13.8%, MVNO比率(2台目)は23.4%と高くなっている。

MVNO比率(2台目まで含む) 15.0% (1台目13.8% 2台目23.4%)



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

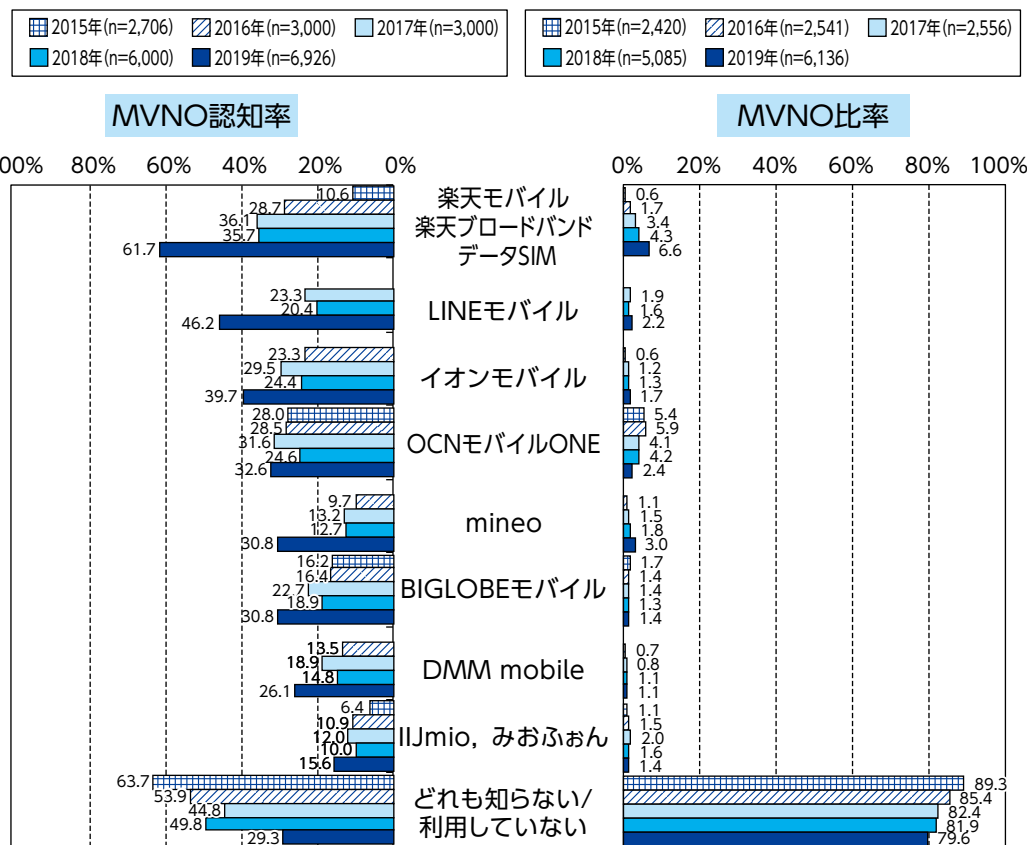
注2: 回線契約している携帯電話事業者を「UQコミュニケーションズ」「その他」と回答した人を「MVNO」とし、「Y!mobile」は除く。

注3: 1台目もしくは2台目にMVNO利用と回答した場合をMVNO比率(2台目まで含む)として算出。

出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料1-6] MVNOの認知率・比率の年次推移(複数回答)

- 2019年のMVNO認知率が最も高いのは「楽天モバイル、楽天ブロードバンド データSIM」の61.7%であり、唯一6割を超えている。2016年9月にサービス開始したLINEモバイルも4割を超え、認知率を上げている。
- 2019年のMVNO比率が最も高いのは「楽天モバイル、楽天ブロードバンド データSIM」の6.6%。



注1: MVNO認知率は調査対象者全員が回答、MVNO比率はスマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: イオンスマホはイオンモバイル、BIGLOBE LTE・3GはBIGLOBEモバイルに名称変更。

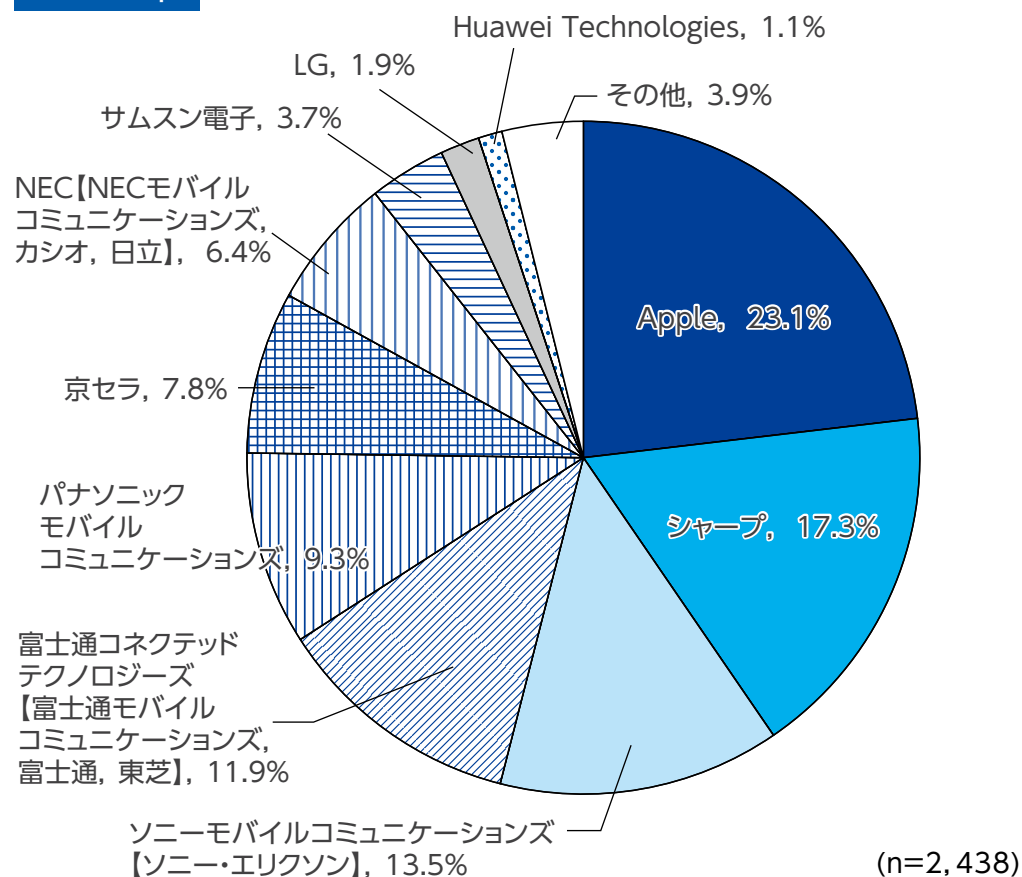
注3: イオンモバイル、DMM mobile、mineoは2015年には調査未実施、LINEモバイルは2015、2016年には調査未実施。

出所: 2015年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-7] 最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)のメーカー(単一回答)

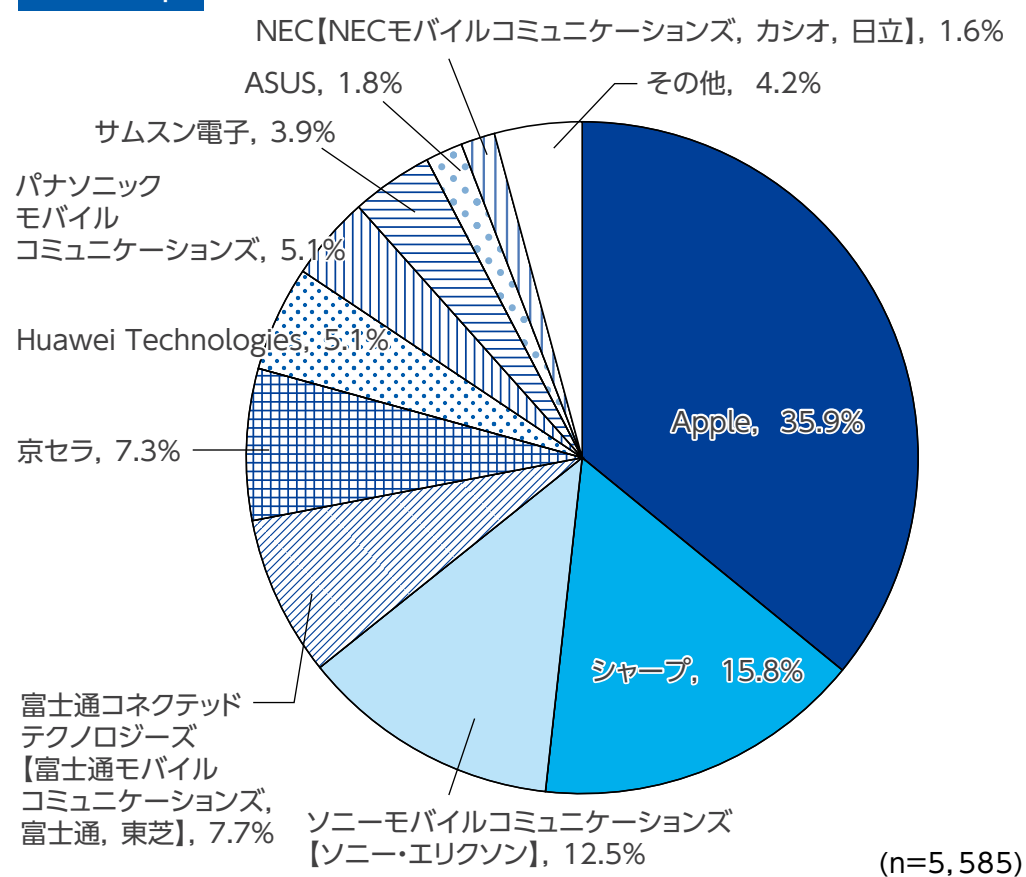
- 「Apple」が最も高く、2016年の23.1%から2019年の35.9%と増加している。

2016年



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。 注2: 11位以下のメーカーは「その他」に含む。 注3: 旧メーカーは【】内に記載。
出所: 2016年, 2019年一般向けモバイル動向調査

2019年

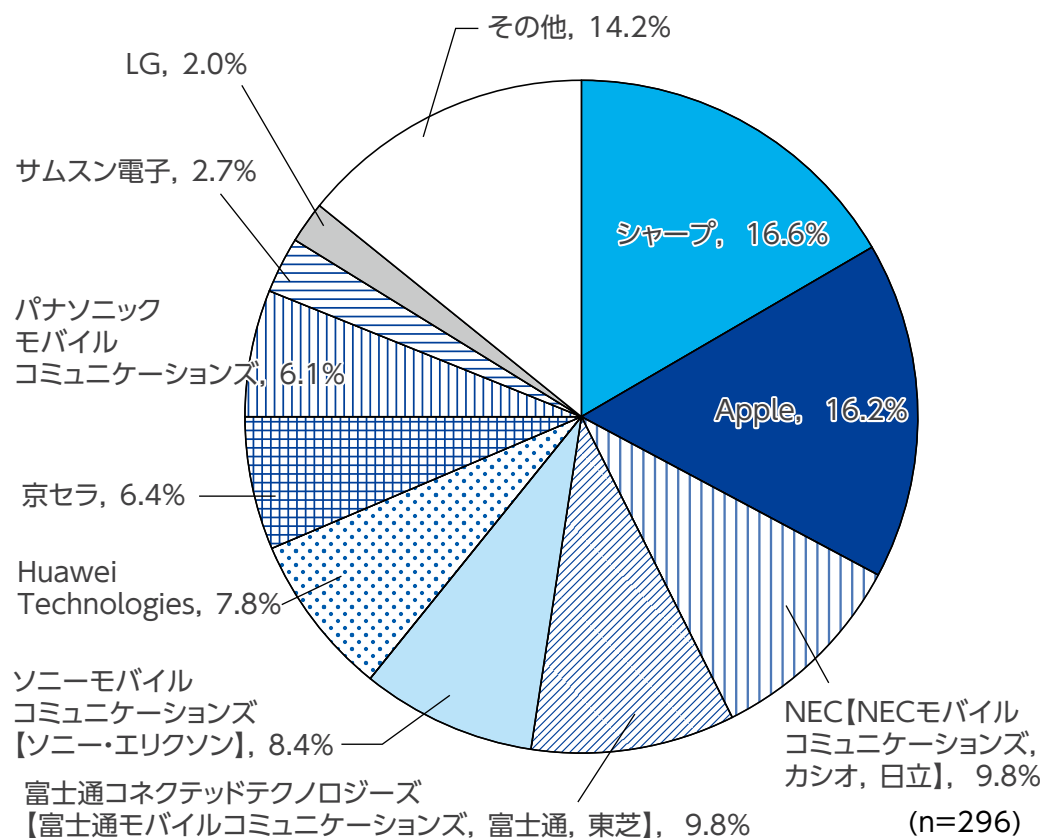


注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。 注2: 11位以下のメーカーは「その他」に含む。 注3: 旧メーカーは【】内に記載。
出所: 2016年, 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-8] スマホ・ケータイメーカー(2台目)(単一回答)

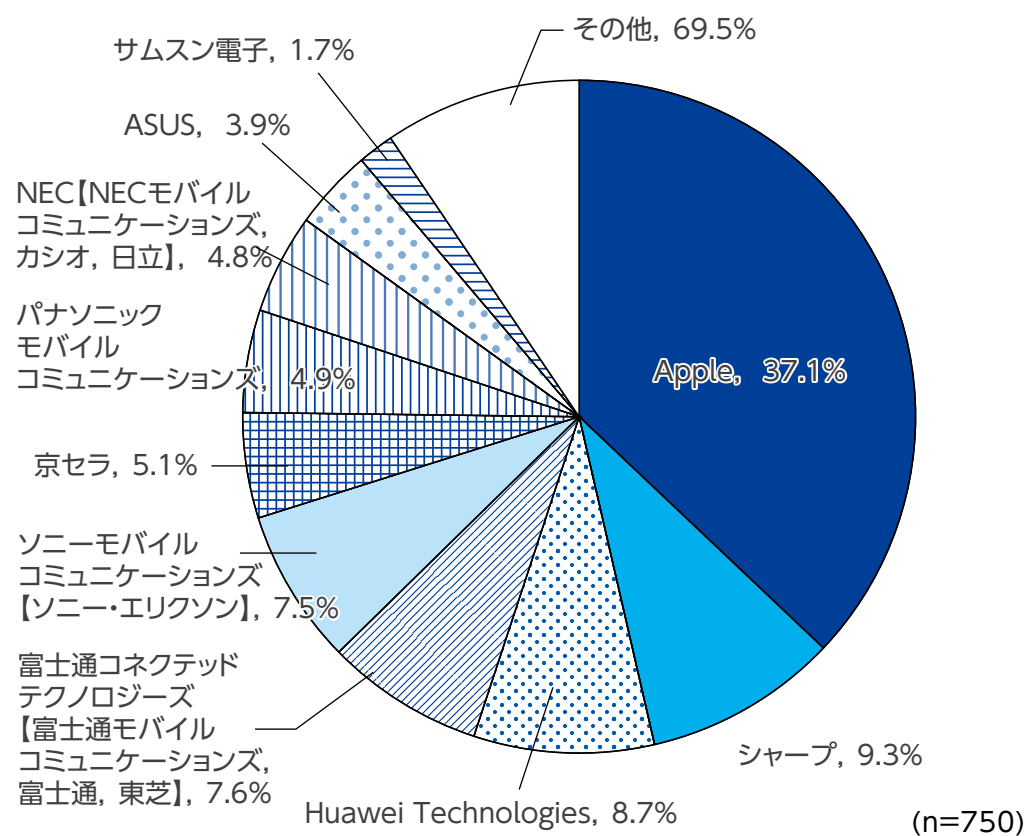
- 2016年は1位「シャープ」(16.6%), 2位「Apple」(16.2%)であったが, 2019年は1位「Apple」(37.1%), 2位「シャープ」(9.3%)と逆転している。

2016年



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。注2: 11位以下のメーカーは「その他」に含む。注3: 旧メーカーは【】内に記載。
出所: 2016年, 2019年一般向けモバイル動向調査

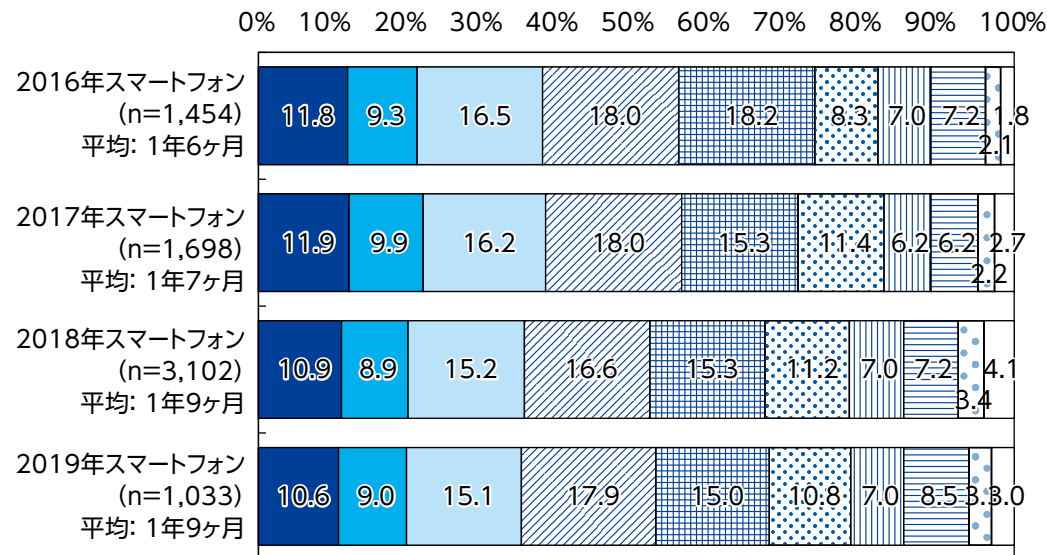
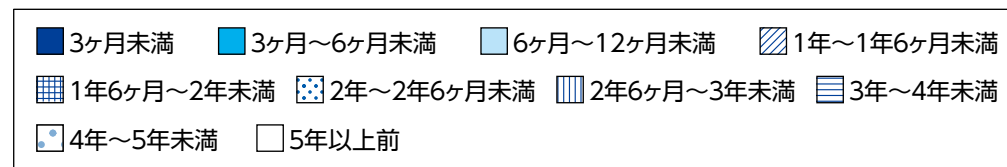
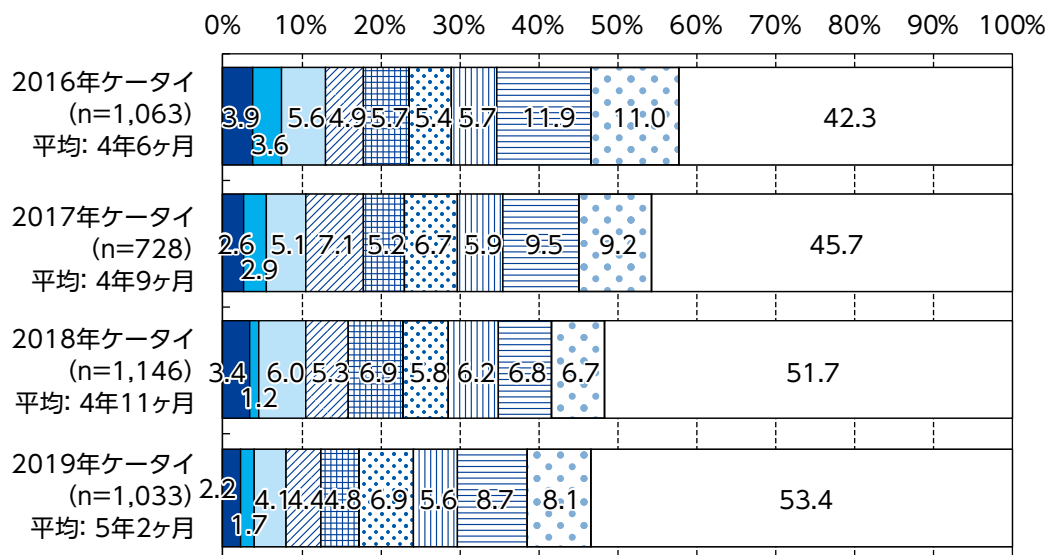
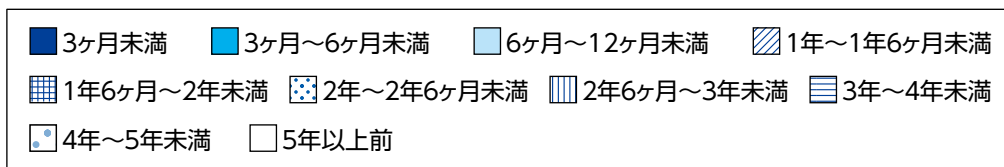
2019年



注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。注2: 11位以下のメーカーは「その他」に含む。注3: 旧メーカーは【】内に記載。
出所: 2016年, 2019年一般向けモバイル動向調査

1 節 [資料1-9] スマホ・ケータイの所有期間の年次推移(単一回答)

- 2016年と2019年を比較すると、スマホ・ケータイともに平均所有期間が長くなっている。
- ケータイの平均所有期間は、2016年の「4年6ヶ月」から2019年の「5年2ヶ月」に伸びた。
- スマートフォンの平均所有期間は、2016年の「1年6ヶ月」から2019年の「1年9ヶ月」に伸びたが、2018年から2019年にかけては平均所有期間の伸びは見られなかった。



注1: ケータイ所有者が回答。

注2: 平均値は、「3ヶ月未満」を1.5ヶ月、「5年以上」を7.5年とし、他は中間値で加重平均したもの。

出所: 2016年-2019年一般向けモバイル動向調査

注1: スマホ所有者が回答。

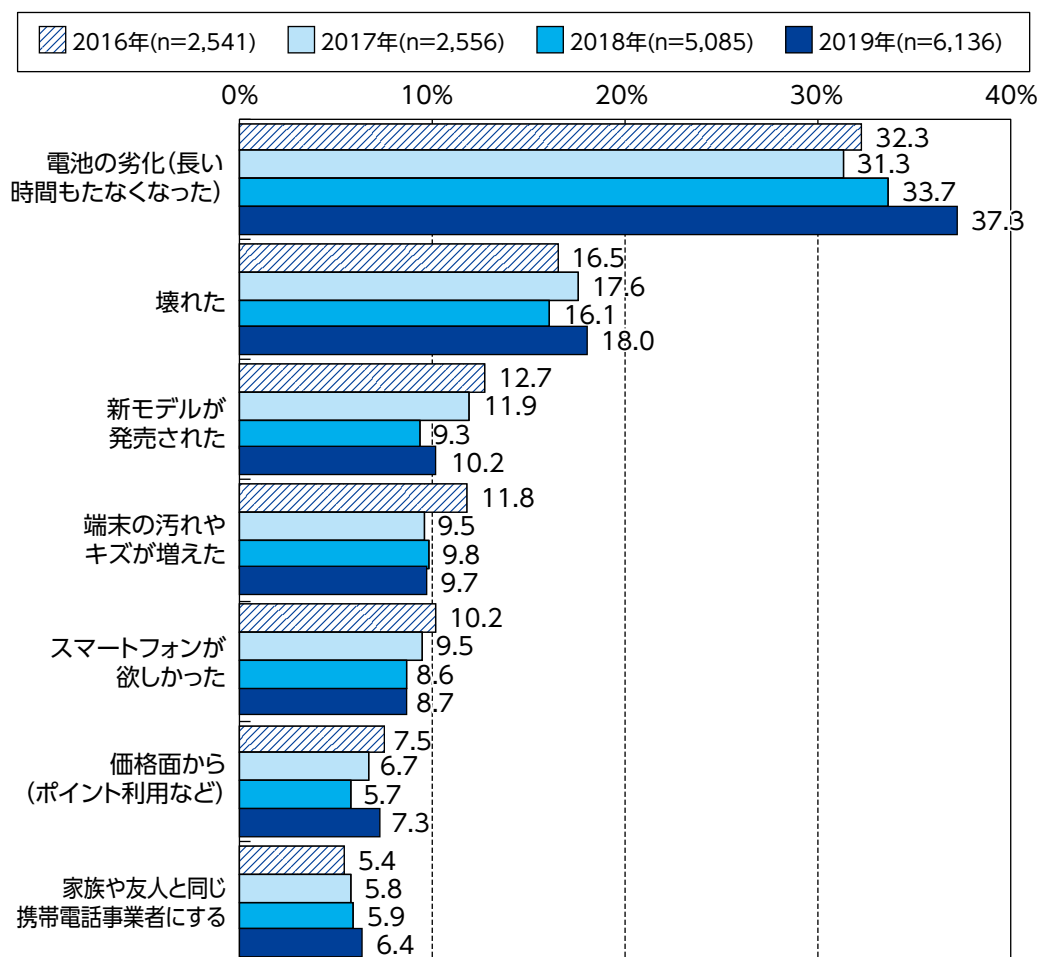
注2: 平均値は、「3ヶ月未満」を1.5ヶ月、「5年以上」を7.5年とし、他は中間値で加重平均したもの。

出所: 2016年-2019年一般向けモバイル動向調査

1 節

【資料1-10】 スマホ・ケータイを買い替えた
きっかけの年次推移(複数回答)

- 「電池の劣化」(37.3%)が突出している。



注: スマホ・ケータイ所有者が回答。
出所: 2016年-2019年一般向けモバイル動向調査

【資料1-11】 スマホ・ケータイの買い替え時に重視する点の
年次推移(複数回答)

- 「端末価格」「通信料金の安さ」が2011年以降上位を独占しており、価格重視の傾向が見られる。

(単位:%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
2010年 (n=2,542)	端末価格 60.2	端末のデザイン 54.6	カメラ機能、 およびその性能 51.9	操作性 50.5	画面の大きさ 50.0	電波性能 40.5	端末の色 35.1
2011年 (n=2,503)	端末価格 60.1	通信料金の安さ 46.0	操作性 42.2	端末のデザイン 39.9	カメラ機能、 およびその性能 30.2	携帯性 24.4	端末の色 22.2
2012年 (n=2,481)	端末価格 60.7	通信料金の安さ 50.9	操作性 38.9	端末のデザイン 36.7	携帯電話会社や 端末メーカー への信頼 32.1	カメラ機能、 およびその性能 27.0	携帯性 24.9
2013年 (n=2,730)	端末価格 56.8	通信料金の安さ 51.1	操作性 32.2	端末のデザイン 30.6	携帯電話会社や 端末メーカー への信頼 29.2	カメラ機能、 およびその性能 23.8	携帯性 22.2
2014年 (n=2,743)	端末価格 54.6	通信料金の安さ 50.2	操作性 30.6	端末のデザイン 20.6	電波性能 19.4	携帯電話会社の ブランドが 好きだから 19.2	電池性能 18.7
2015年 (n=2,420)	端末価格 53.0	通信料金の安さ 51.7	操作性 26.4	携帯電話会社の ブランドが 好きだから 19.3	端末のデザイン 18.1	画面が大きい 17.2	電波性能 15.3
2016年 (n=2,541)	端末価格 57.8	通信料金の安さ 55.2	操作性 28.3	携帯電話会社の ブランドが 好きだから 19.2	メーカーや端末の ブランドが 好きだから 18.4	電池性能 18.2	端末のデザイン 18.1
2017年 (n=2,556)	端末価格 53.0	通信料金の安さ 51.6	操作性 25.5	メーカーや端末の ブランドが 好きだから 17.4	携帯電話会社の ブランドが 好きだから 17.1	メモリ容量 16.0	画面が大きい 15.9
2018年 (n=5,085)	端末価格 48.4	通信料金の安さ 48.2	操作性 22.1	携帯電話会社の ブランドが 好きだから 16.1	メモリ容量 15.4	画面が大きい 15.2	メーカーや端末の ブランドが 好きだから 14.3
2019年 (n=6,136)	端末価格 53.1	通信料金の安さ 51.3	操作性 25.5	メモリ容量 21.4	メーカーや端末の ブランドが 好きだから 18.3	電池性能 17.6	端末のデザイン 17.4

注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。 注2: 上位7位までを掲載。
出所: 2010年-2019年一般向けモバイル動向調査

1章 スマホ・ケータイの所有・利用状況

2節

通信回線

家族の契約先携帯電話事業者/Wi-Fi利用

ポイント

- 主要3社については、家族間で同じ携帯電話事業者を契約する傾向が見られる(資料1-12)。
- 家庭内無線LAN(Wi-Fi)の利用は7割強(資料1-14)。

[資料1-12] 家族のスマホ・ケータイの契約先携帯電話事業者(単一回答) ————— 16

[資料1-13] 外出先での無線LAN(Wi-Fi)利用場所(複数回答) ————— 17

[資料1-14] 家庭内無線LAN(Wi-Fi)利用・導入状況(単一回答) ————— 17

[資料1-15] 回線契約のないタブレットの利用状況/ネットワーク環境(複数回答) ————— 18

2 節 [資料1-12] 家族のスマホ・ケータイの契約先携帯電話事業者(単一回答)

- 家族間のいずれの関係においても、「NTTドコモ」同士(70%以上)、「KDDI」同士(50%以上)、「ソフトバンク」同士(40%以上)では、同じ携帯電話事業者を契約する傾向がある。
- 「配偶者」の場合は、「Y!mobile」同士(59.2%)、「MVNO」同士(66.7%)でも比較的同じ携帯電話事業者を選ぶ傾向がある。

自分 (1台目)	(%)						(%)						(%)					
	父						母						兄弟姉妹					
	全体 (n)	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	Y!mobile	MVNO	全体 (n)	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	Y!mobile	MVNO	全体 (n)	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	Y!mobile	MVNO
全体 (n)	2,360	51.1%	26.2%	15.5%	3.3%	3.9%	2,954	48.0%	28.3%	16.7%	3.4%	3.6%	2,798	46.2%	26.2%	20.2%	2.4%	5.0%
NTT ドコモ	887	83.0%	8.0%	6.4%	0.8%	1.8%	1,103	83.2%	9.3%	5.1%	1.2%	1.2%	1,041	71.9%	13.9%	11.3%	1.0%	1.9%
KDDI	590	25.1%	64.1%	7.1%	2.2%	1.5%	721	20.5%	67.3%	8.5%	2.6%	1.1%	675	26.5%	55.1%	14.1%	0.9%	3.4%
ソフト バンク	432	29.4%	16.7%	46.1%	5.1%	2.8%	539	24.1%	16.7%	53.4%	3.7%	2.0%	519	27.2%	19.8%	47.4%	2.7%	2.9%
Y!mobile	130	43.1%	21.5%	16.9%	16.2%	2.3%	173	40.5%	20.8%	17.3%	18.5%	2.9%	182	40.7%	22.0%	22.5%	11.0%	3.8%
MVNO	321	43.3%	21.8%	14.0%	4.7%	16.2%	418	36.4%	29.4%	13.6%	4.1%	16.5%	381	39.6%	19.4%	17.3%	4.2%	19.4%

自分 (1台目)	(%)						(%)					
	配偶者						子・子の配偶者					
	全体 (n)	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	Y!mobile	MVNO	全体 (n)	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	Y!mobile	MVNO
全体 (n)	3,347	37.9%	25.2%	18.4%	6.5%	12.0%	2,290	35.6%	28.0%	20.7%	5.0%	10.7%
NTT ドコモ	1,207	88.6%	4.6%	3.7%	1.2%	1.9%	818	79.8%	7.1%	7.5%	1.1%	4.5%
KDDI	796	7.9%	83.7%	3.8%	1.8%	2.9%	607	8.2%	76.6%	8.1%	2.1%	4.9%
ソフト バンク	590	8.3%	6.9%	78.6%	3.2%	2.9%	392	10.7%	9.2%	70.2%	4.1%	5.9%
Y!mobile	267	12.0%	9.0%	15.0%	59.2%	4.9%	178	12.9%	18.0%	26.4%	38.8%	3.9%
MVNO	487	11.3%	11.7%	7.4%	2.9%	66.7%	295	15.9%	17.3%	13.9%	2.4%	50.5%

注1: スマホ・ケータイ所有者が回答。

注2: 家族のスマホ・ケータイの契約先携帯電話事業者について「持っていない」「対象者がいない」を除く。

注3: 自分=回答者とし、最もよく利用するスマホ・ケータイ(1台目)と家族のスマホ・ケータイの契約先携帯電話事業者の組み合わせについて集計。

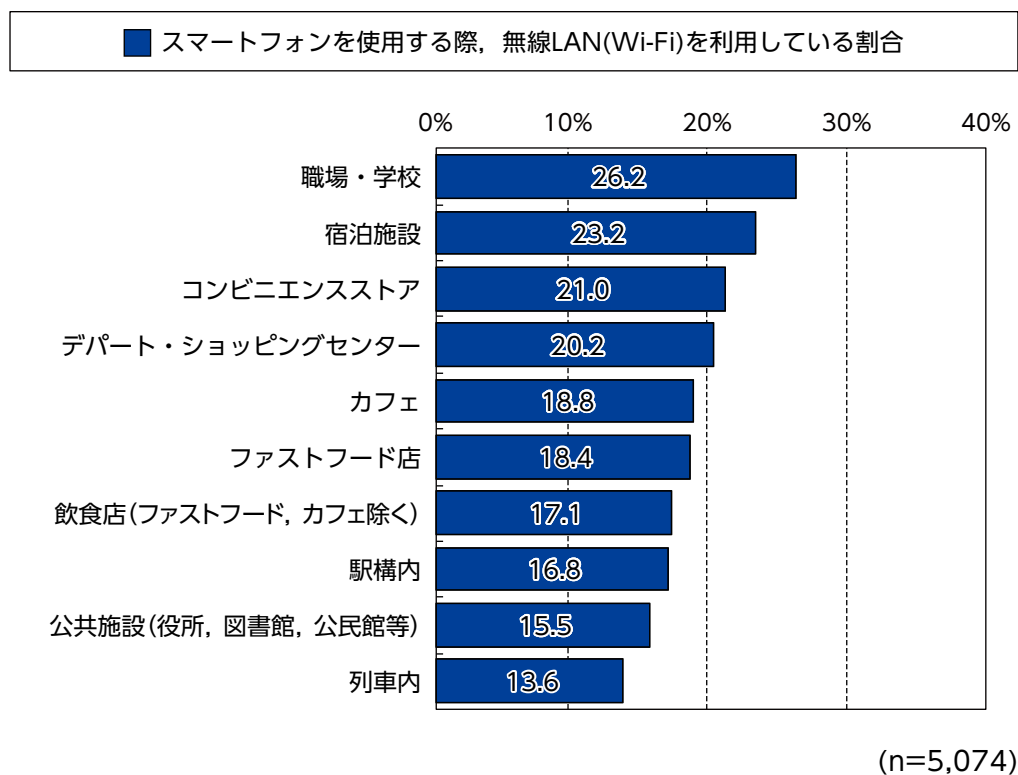
注4: 契約している携帯電話事業者を「UQコミュニケーションズ」「その他」と回答した人を「MVNO」として集計。

注5: 表中の太字□囲みは、自分と家族が同じ携帯電話事業者である割合。

出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2 節 [資料1-13] 外出先での無線LAN(Wi-Fi)利用場所(複数回答)

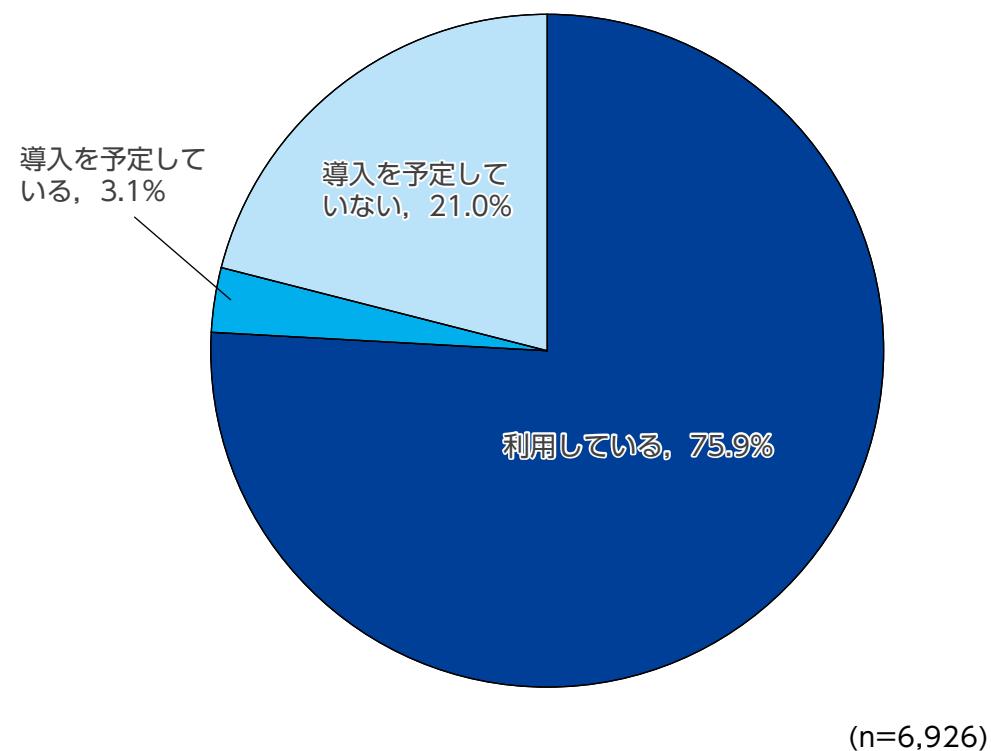
- スマートフォン所有者に限定して外出先での無線LAN(Wi-Fi)の利用場所を見ると、「職場・学校」での利用率が26.2%と高く、次いで「宿泊施設」23.2%となっている。



注: スマートフォン所有者が回答。
出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

[資料1-14] 家庭内無線LAN(Wi-Fi)利用・導入状況(単一回答)

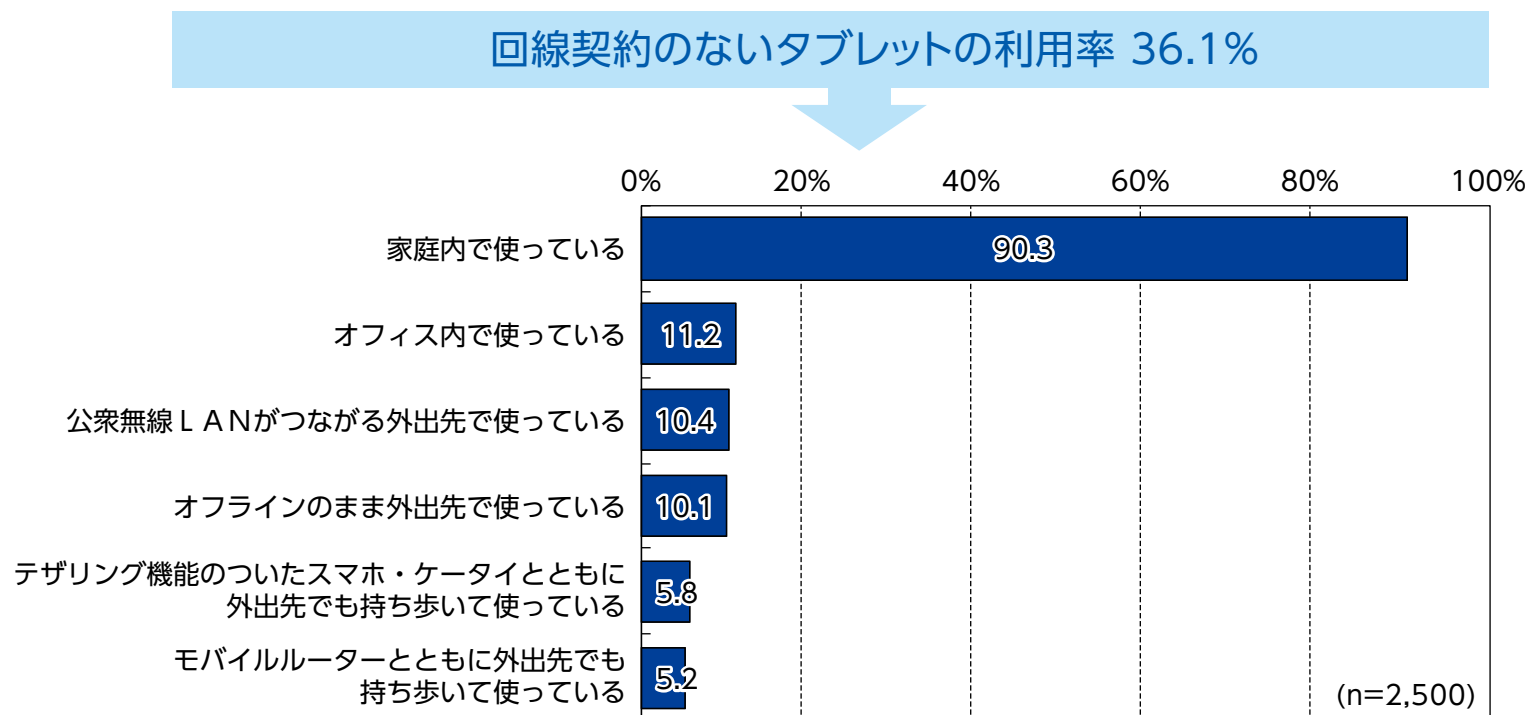
- 家庭内無線LANについて「利用している」が75.9%となっている。



出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

2 節 [資料1-15] 回線契約のないタブレットの利用状況/ネットワーク環境(複数回答)

- 回線契約のないタブレットの利用率は36.1%。
- 「家庭内で使っている」が90.3%と高い。



注: 「回線契約のないタブレットの利用率(36.1%)」は「スマホ・ケータイ未所有者を含む全回答者(n=6,926)」を母数として、「回線契約のないタブレット利用者(n=2,500)」を除いたもの。

出所: 2019年一般向けモバイル動向調査

『ケータイ社会白書2019年版』お詫びと訂正

本資料におきまして下記の誤りがございました。謹んでお詫びし、訂正いたします。

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

No.	訂正箇所	誤	正	訂正日
1	資料 1-1b[内訳] 注釈	[出所の記載なし]	出所：2010年-2019年一般向けモバイル動向調査	2019年9月25日
2	資料 1-9 注釈	[1つ目のグラフ]スマホ・ケータイを所有している人が対象。 [2つ目のグラフ]スマホ・ケータイを所有している人が対象。	[1つ目のグラフ]ケータイ所有者が回答。 [2つ目のグラフ]スマートフォン所有者が回答。	