

第1章

携帯電話の所有・利用状況

第1節 所有・利用状況

誰がどんな携帯電話をどのように使っているか

第2節 スマートフォン利用行動

スマートフォンの利用時間、アプリのダウンロード数や日常的に使用するアプリの数、スマートフォンで行っている行動

第1節

所有・利用状況

誰がどんな携帯電話をどのように使っているか

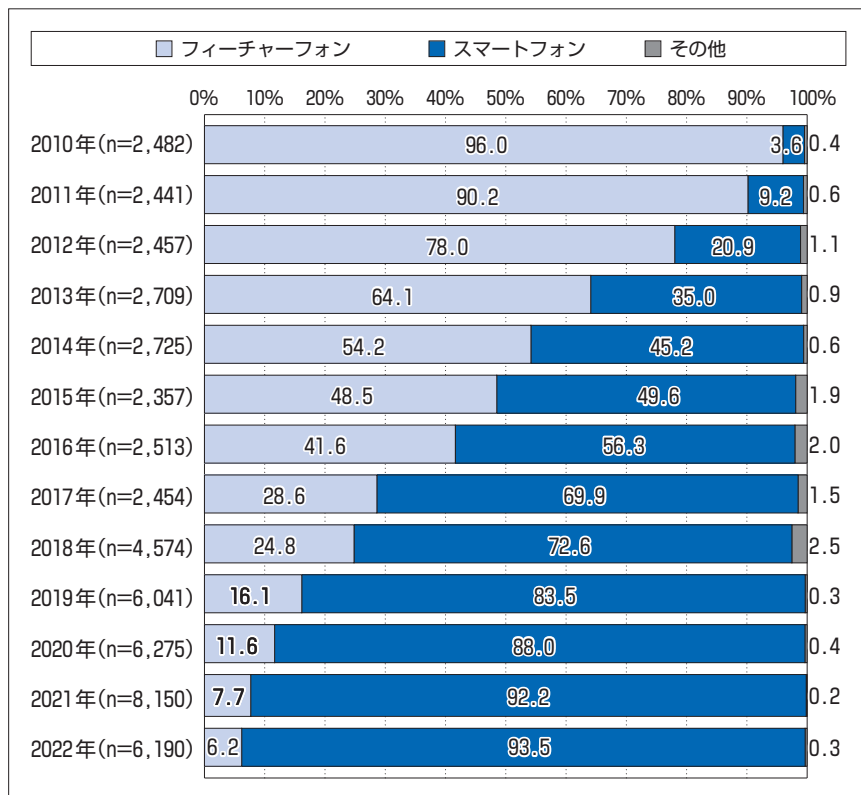
ポイント

- スマートフォン比率(2台目まで含む)は94.0%(資料1-3a)。
- 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1-5)。
- スマートフォン所有者の自宅での無線LAN(Wi-Fi)利用率は91.6%(資料1-6)。
- Appleが1台目、2台目ともに継続して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スマートフォンが2年、フィーチャーフォンが5年1ヶ月(資料1-9a、資料1-9b)。
- 携帯電話の買い替え時の重視点は1位が端末価格、2位が通信料金の安さ(資料1-11)。

資料1-1a 最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移(単一回答) [全体]

●2022年のスマートフォン比率は93.5%。

全体



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「フィーチャーフォン」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。

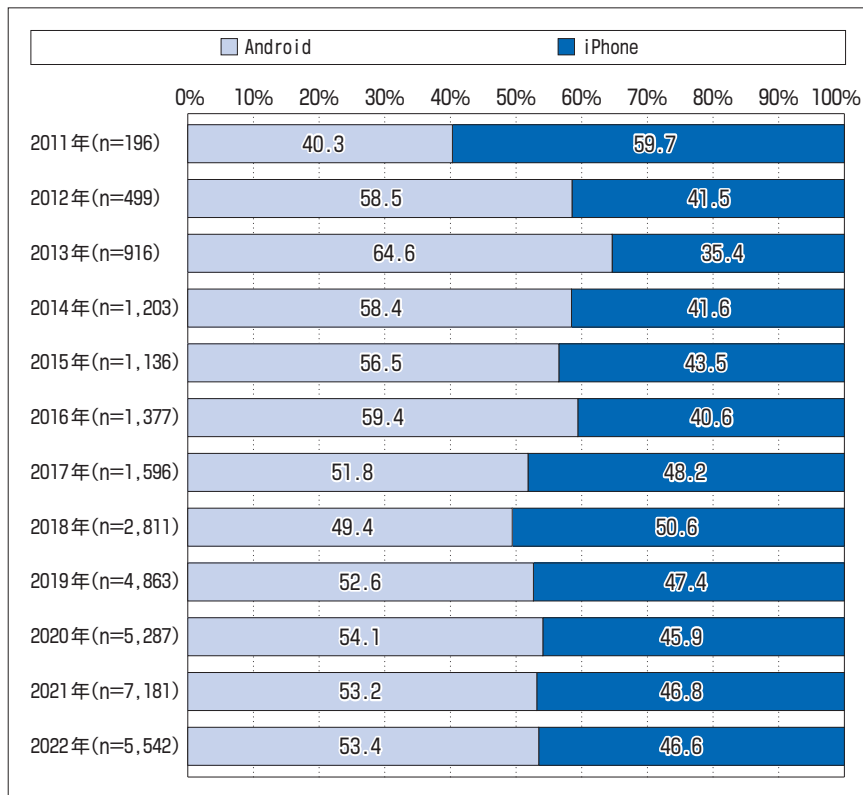
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-1b 最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移(単一回答) [Android・iPhone別]

- Android・iPhone別では、2022年のAndroid比率は53.4%、iPhone比率は46.6%。

Android・iPhone別

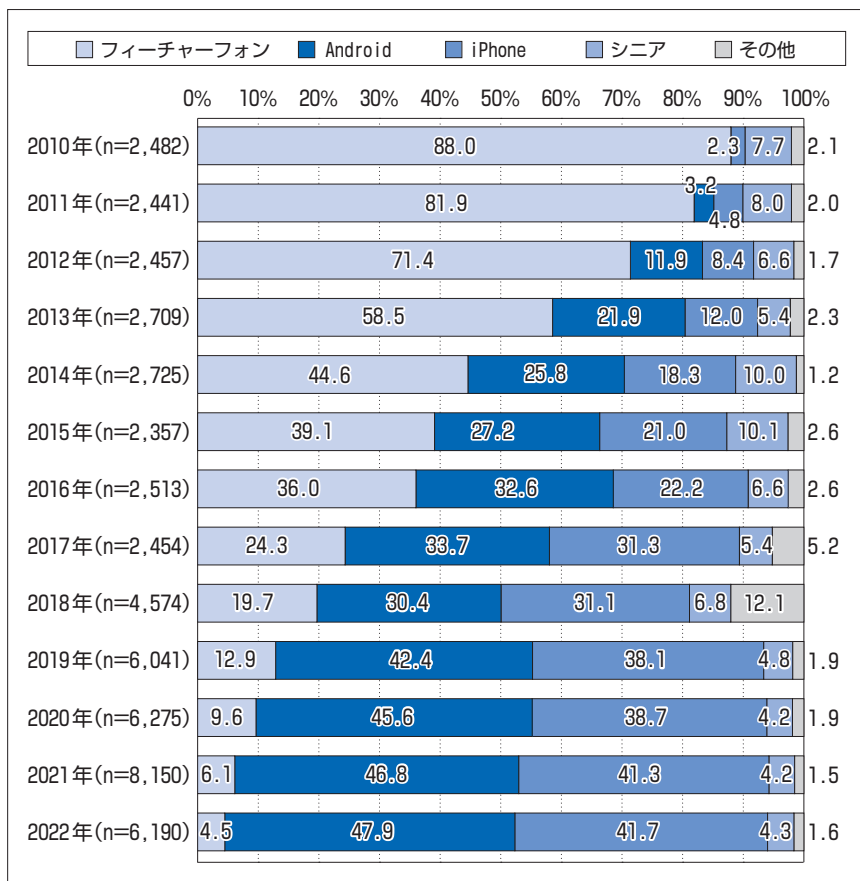


注：AndroidもしくはiPhone利用者が回答。

出典：2011年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-1c 最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移(単一回答)
[内訳]

内訳



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「フィーチャーフォン」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。

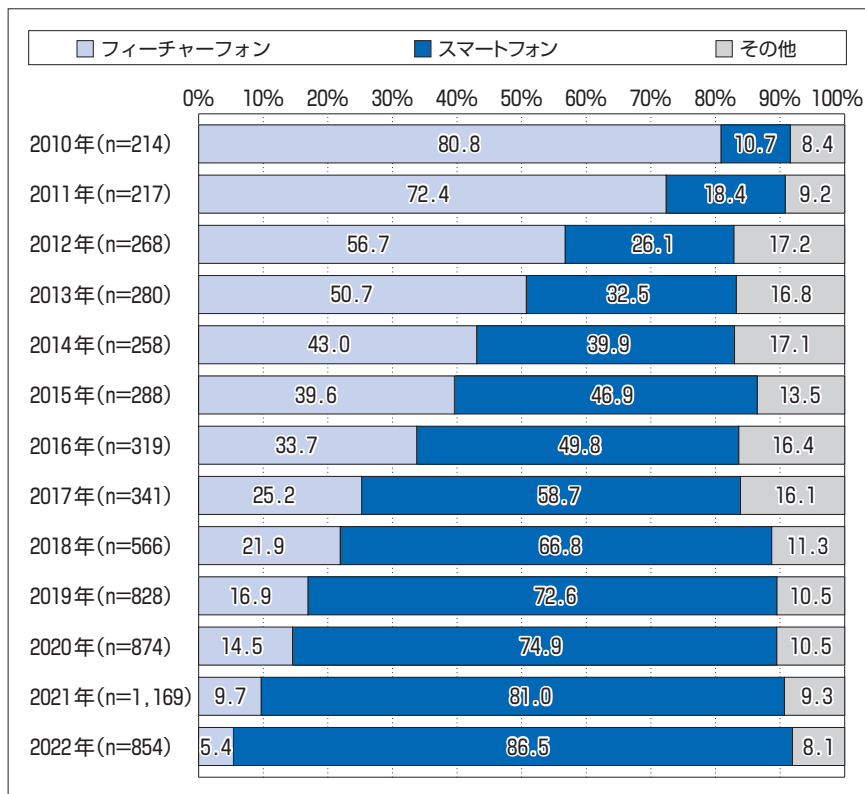
注4：「その他」は「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「タブレット（AQUOS PAD、ARROWS Tab、iPadなどで、通信回線契約をしているものに限る）」「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」を合計。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-2a 携帯電話の種類(2台目)の年次推移(単一回答)[全体]

●2022年のスマートフォン比率は86.5%。

全体



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「フィーチャーフォン」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。

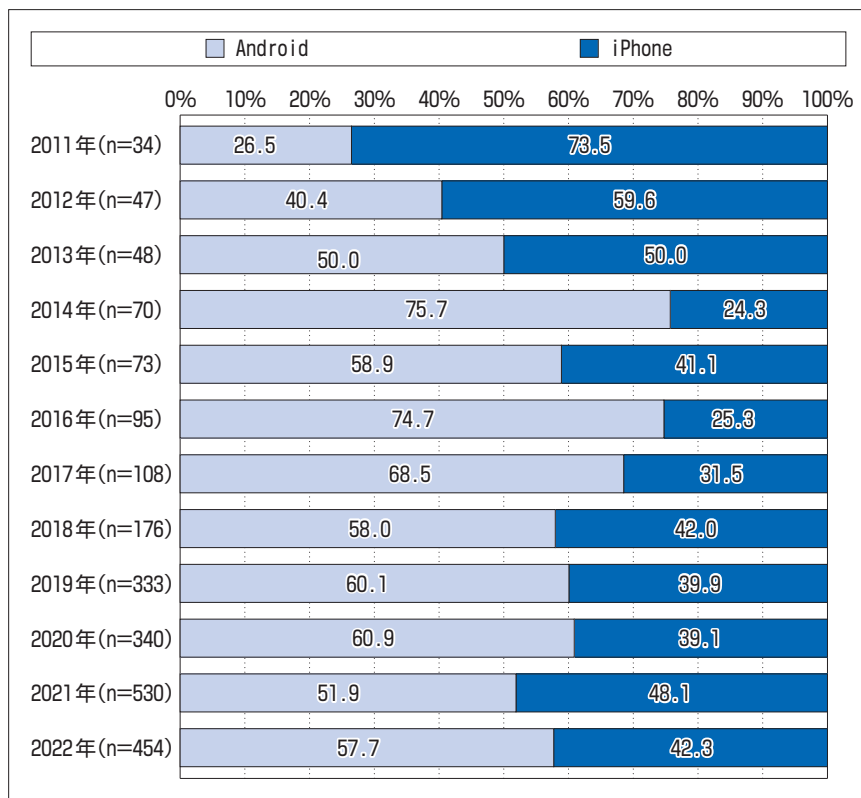
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-2b 携帯電話の種類(2台目)の年次推移(単一回答) [Android・iPhone別]

- Android・iPhone別では、2022年のAndroid比率は57.7%、iPhone比率は42.3%。

Android・iPhone別

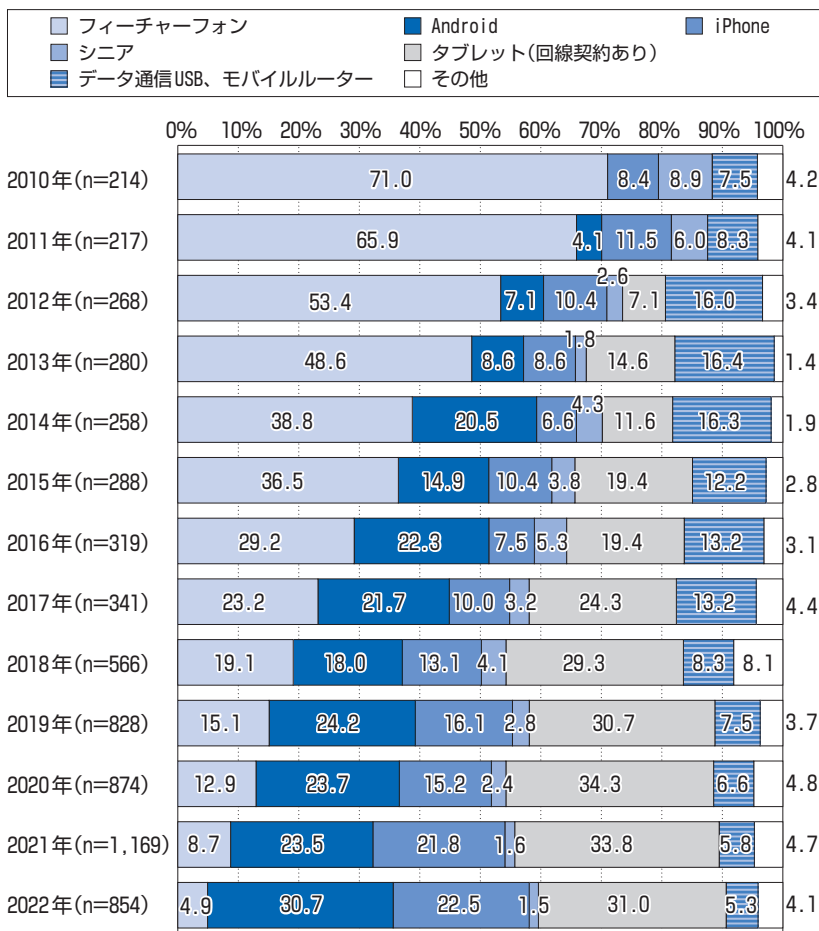


注：AndroidもしくはiPhone利用者が回答。

出典：2011年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-2c 携帯電話の種類(2台目)の年次推移(単一回答)[内訳]

内訳



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「フィーチャーフォン」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。

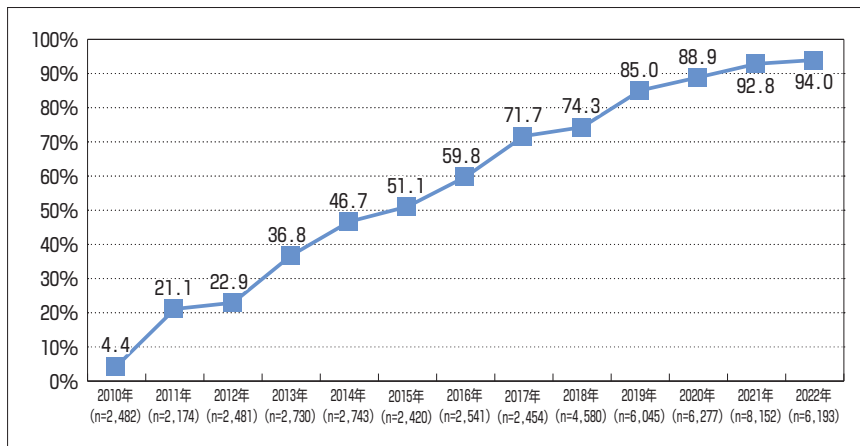
注3：「シニア」は「シニア向けの従来のケータイ（らくらくホンなど）」「シニア向けのスマートフォン（らくらくスマートフォンなど）」を合計。

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。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-3a スマートフォン比率(2台目まで含む)【年次推移】

- スマートフォン比率は年々増加。
- 2022年のスマートフォン比率は94.0%。

年次推移

注1：携帯電話所有者が回答。

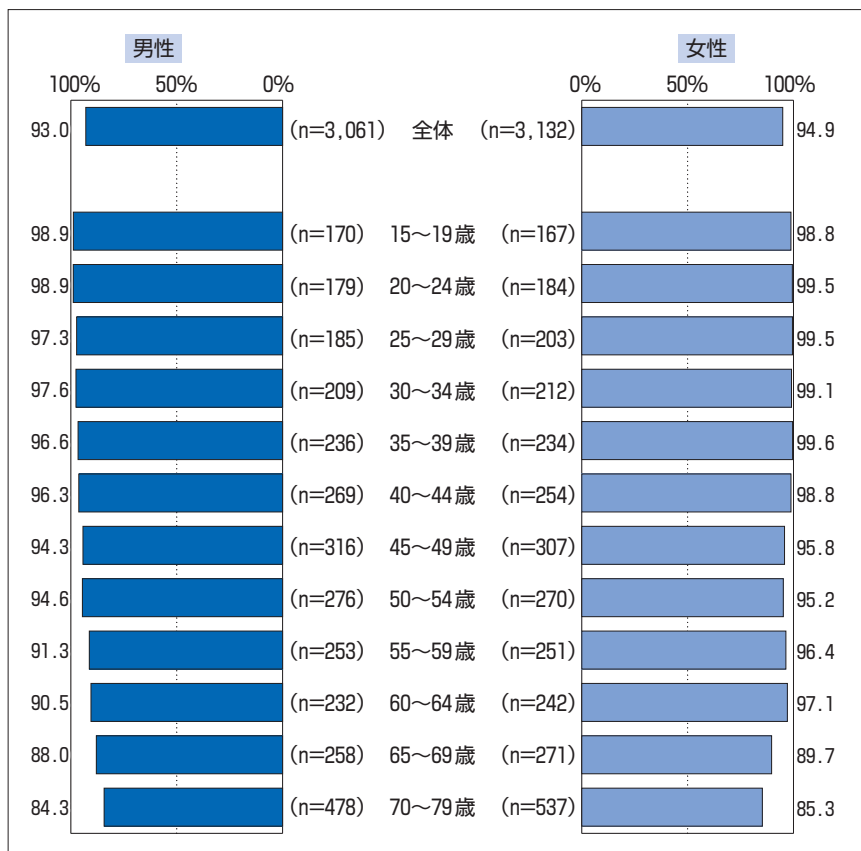
注2：1台目もしくは2台目にスマートフォン所有と回答した場合をスマートフォン所有として算出。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-3b スマートフォン比率(2台目まで含む)[性年代別]

- 性年代別で見ると、「55～59歳」「60～64歳」では女性でのスマートフォン比率がやや高い。

性年代別



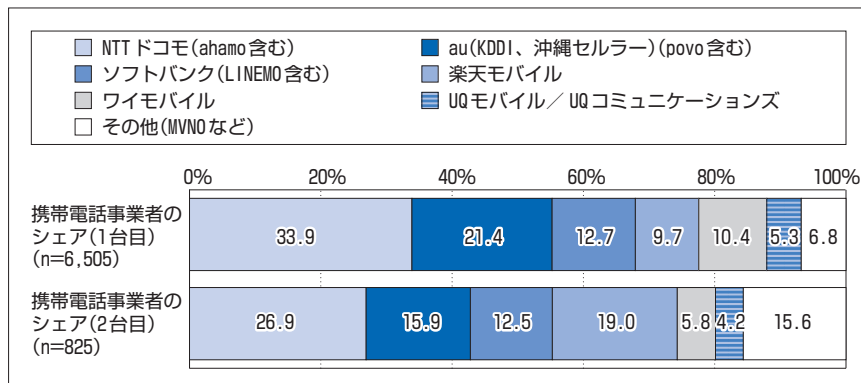
注1：携帯電話所有者が回答。

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。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

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」(33.9%)、「au(KDDI、沖縄セルラー)」(21.4%)、「ソフトバンク」(12.7%)の主要3社で約7割を占める。2台目では、楽天モバイルが2位(19.0%)。



注：携帯電話所有者が回答。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-5 家族の携帯電話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、同じ携帯電話事業者を契約する傾向がある。特に、“配偶者”の場合は、「NTTドコモ」「au」ともに8割超、「ソフトバンク」「その他」は7割超、「楽天モバイル」は6割超と顕著。

なお、「その他」に含めた「UQモバイル/UQコミュニケーションズ」と「ワイモバイル」をそれぞれ「au」と「ソフトバンク」にカウントした場合は「au」「ソフトバンク」も8割超。

- 同じ携帯電話事業者を契約する傾向は強い順に、“配偶者”、“子・子の配偶者”、“母”、“父”、“兄弟姉妹”。

		父 (%)				
自分(1台目)	n=	NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	その他
全体	(2,406)	46.6	25.1	12.8	3.9	11.6
NTTドコモ	(865)	83.7	7.7	4.4	0.8	3.4
au	(502)	17.3	70.1	5.6	2.2	4.8
ソフトバンク	(299)	25.4	11.4	51.5	1.7	10.0
楽天モバイル	(215)	33.0	23.3	8.4	21.4	14.0
その他	(525)	31.0	19.2	13.1	5.0	31.6

		母 (%)				
自分(1台目)	n=	NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	その他
全体	(3,081)	43.5	26.2	13.9	3.4	13.0
NTTドコモ	(1,079)	81.6	9.4	5.1	0.8	3.1
au	(650)	16.9	73.8	4.6	1.1	3.5
ソフトバンク	(416)	22.1	12.0	56.0	1.7	8.2
楽天モバイル	(273)	29.7	22.0	11.0	20.9	16.5
その他	(663)	26.4	17.5	12.2	3.6	40.3

		兄弟姉妹 (%)				
自分(1台目)	n=	NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	その他
全体	(2,847)	43.3	24.9	16.2	4.1	11.5
NTTドコモ	(1,006)	72.5	12.8	8.4	2.0	4.3
au	(620)	24.2	58.2	10.8	2.6	4.2
ソフトバンク	(359)	27.3	14.2	49.3	3.1	6.1
楽天モバイル	(250)	31.2	18.8	16.4	19.6	14.0
その他	(612)	28.9	19.8	15.0	3.6	32.7

		配偶者 (%)				
自分(1台目)	n=	NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	その他
全体	(3,675)	33.6	22.4	12.8	8.8	22.4
NTTドコモ	(1,217)	85.5	5.8	3.4	1.6	3.7
au	(754)	6.6	82.2	4.1	1.7	5.3
ソフトバンク	(428)	7.9	5.8	74.3	2.1	9.8
楽天モバイル	(391)	10.0	8.4	4.3	63.2	14.1
その他	(885)	7.8	8.4	7.0	4.2	72.7

		子・子の配偶者 (%)				
自分(1台目)	n=	NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	その他
全体	(2,420)	34.2	23.2	16.9	7.4	18.2
NTTドコモ	(831)	79.9	6.6	6.4	2.6	4.5
au	(530)	8.5	74.0	7.7	3.2	6.6
ソフトバンク	(299)	9.0	7.0	68.9	2.7	12.4
楽天モバイル	(211)	19.0	10.4	10.9	44.5	15.2
その他	(549)	9.5	13.1	15.8	6.9	54.6

注1：携帯電話所有者が回答。

注2：家族の携帯電話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、最もよく利用する携帯電話(1台目)と家族の携帯電話の契約先携帯電話事業者の組み合わせについて集計。

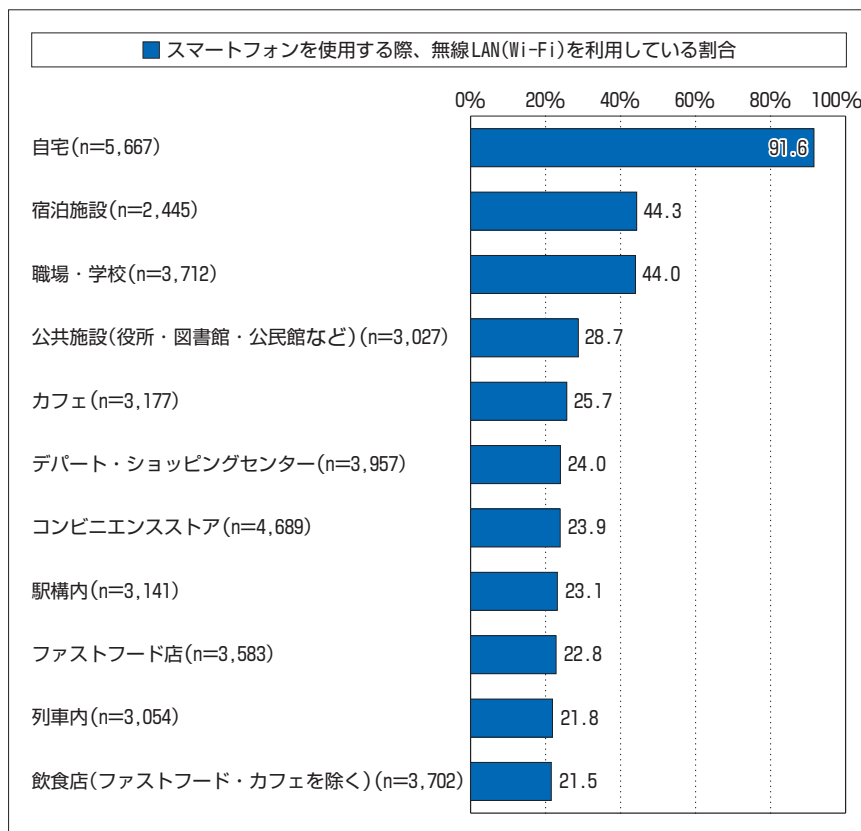
注4：「ワイモバイル」「UQモバイル/UQコミュニケーションズ」「その他」と回答した人を「その他」として集計。

注5：表中の□囲みは、自分と家族が同じ携帯電話事業者である割合。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-6 スマートフォン所有者の無線LAN (Wi-Fi) 利用状況 (複数回答)

- スマートフォン所有者の「自宅」での無線LAN (Wi-Fi) 利用率は91.6%となっている。
- スマートフォン所有者の自宅以外での無線LAN (Wi-Fi) の利用場所を見ると、「宿泊施設」での利用率が44.3%、「職場・学校」が44.0%が次点として続く。



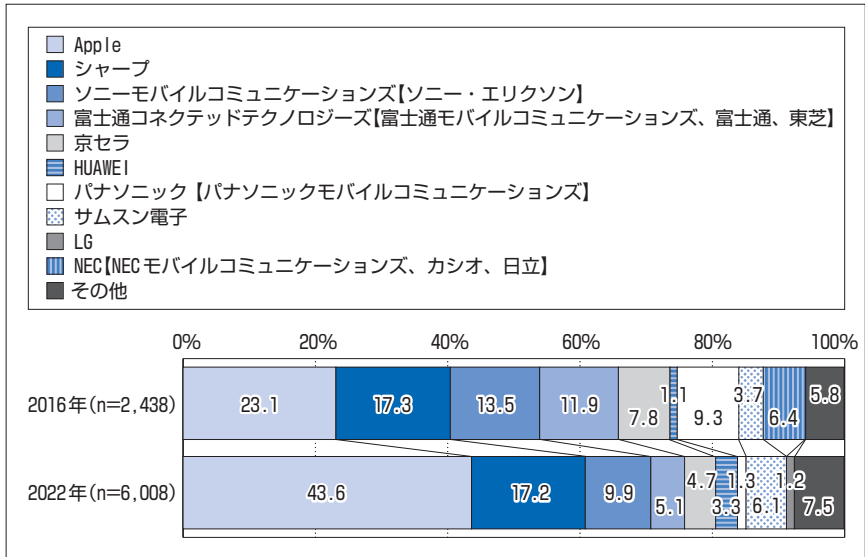
注1：スマートフォン所有者が回答。

注2：直近1ヶ月にその場に行った人を対象として集計。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-7 最もよく利用する携帯電話(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2022年の43.6%と約20ポイント増加している。



注1：携帯電話所有者が回答。

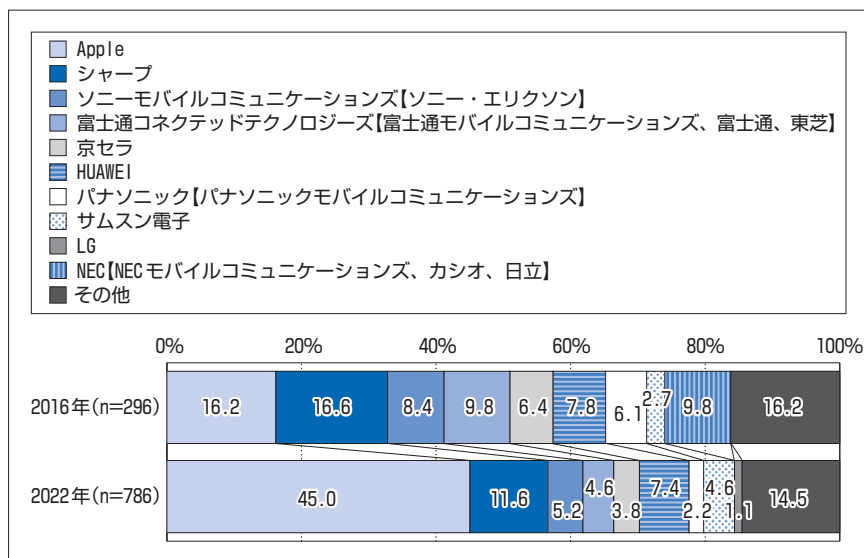
注2：10位以下のメーカーは「その他」に含む。

注3：旧メーカーは【】内に記載。

出典：2016、2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-8 携帯電話のメーカー(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、2022年は1位「Apple」(45.0%)、2位「シャープ」(11.6%)となっている。



注1：携帯電話所有者が回答。

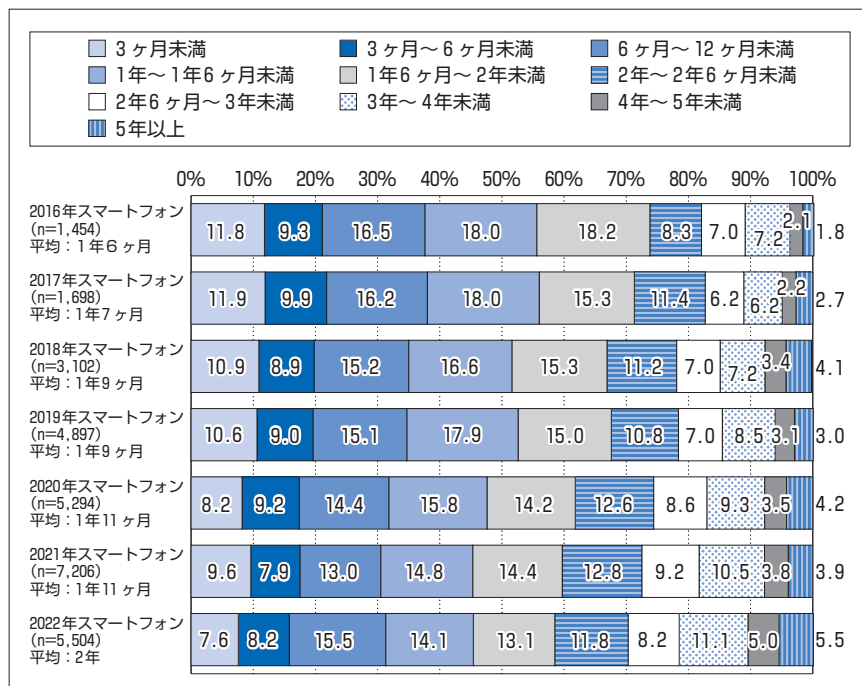
注2：10位以下のメーカーは「その他」に含む。

注3：旧メーカーは【】内に記載。

出典：2016、2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-9a 携帯電話の所有期間の年次推移(単一回答) [スマートフォン]

- 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2022年の「2年」に延びている。



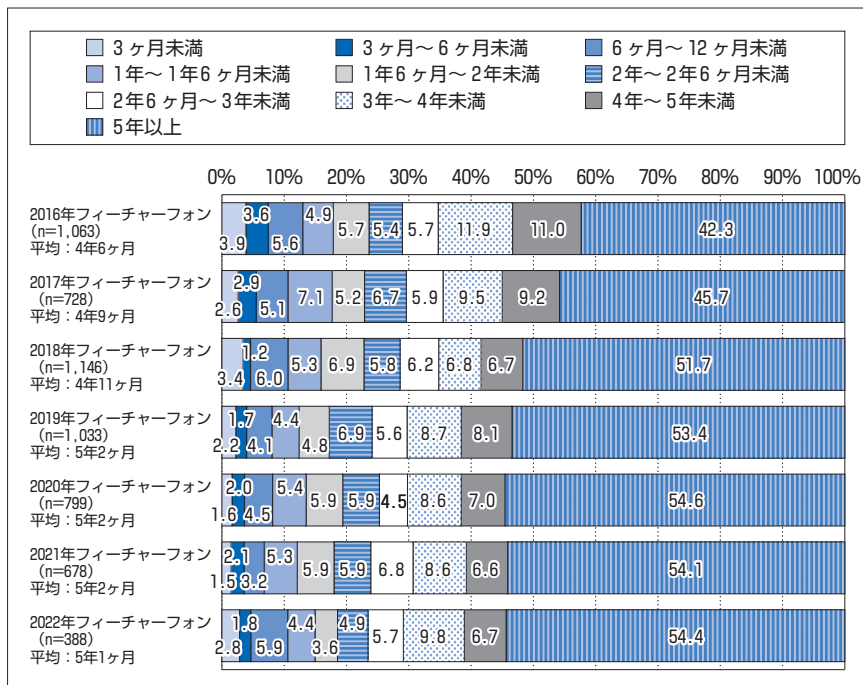
注1：スマートフォン所有者が回答。

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。

出典：2016年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-9b 携帯電話の所有期間の年次推移(単一回答) 【フィーチャーフォン】

- 2016年と2022年を比較すると、スマートフォン、フィーチャーフォンともに平均所有期間が長くなっている。
- フィーチャーフォンの平均所有期間は、2016年の「4年6ヶ月」から2022年の「5年1ヶ月」に延びている。



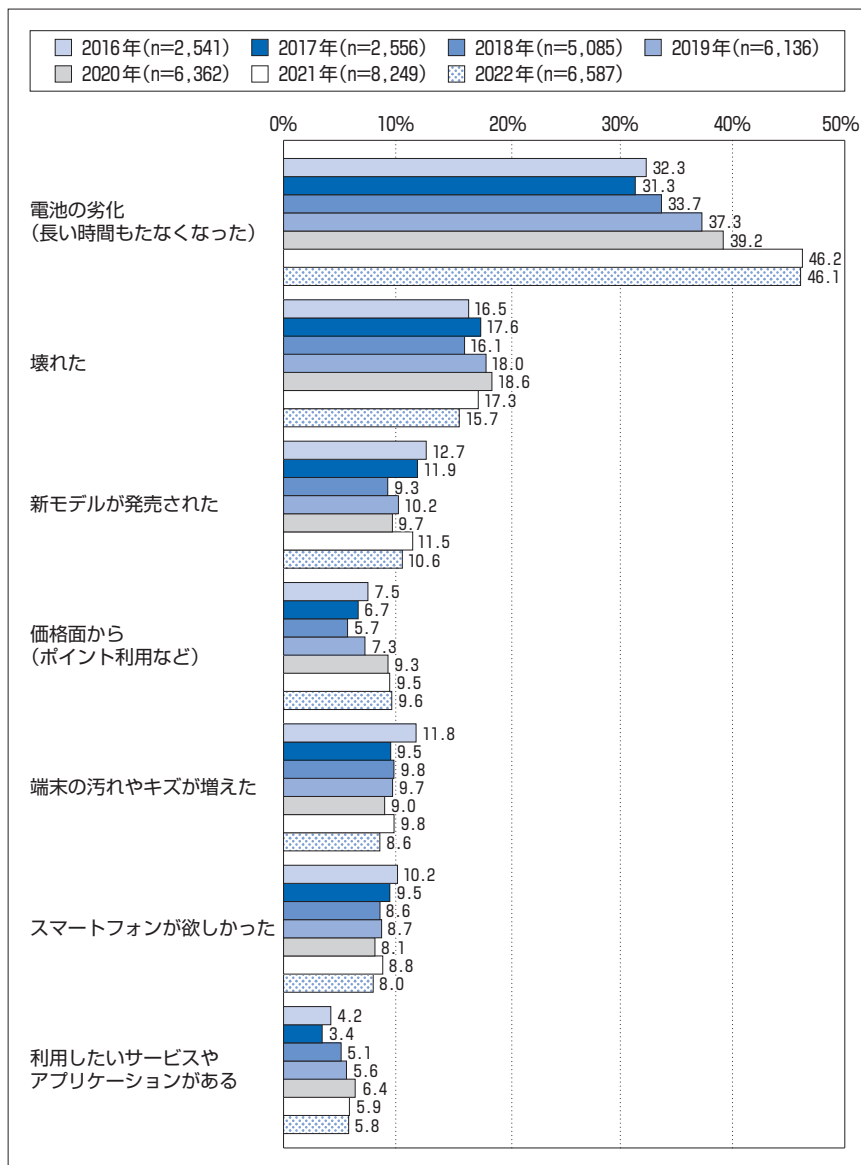
注1：フィーチャーフォン所有者が回答。

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。

出典：2016年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-10 携帯電話を買い替えたきっかけの年次推移(複数回答)

●「電池の劣化」(46.1%)が突出しており、前年と同水準。



注：携帯電話所有者が回答。

出典：2016年-2022年一般向けモバイル動向調査

資料1-11 携帯電話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。

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
2010年 (n=2,542)	端末価格	端末のデザイン	カメラ機能、 およびその性能	操作性	画面の大きさ	電波性能	端末の色
	60.2	54.6	51.9	50.5	50.0	40.5	35.1
2011年 (n=2,503)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	端末のデザイン	カメラ機能、 およびその性能	携帯性	端末の色
	60.1	46.0	42.2	39.9	30.2	24.4	22.2
2012年 (n=2,481)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	端末のデザイン	携帯電話会 社や端末メー カーへの信頼	カメラ機能、 およびその性能	携帯性
	60.7	50.9	38.9	36.7	32.1	27.0	24.9
2013年 (n=2,730)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	端末のデザイン	携帯電話会 社や端末メー カーへの信頼	カメラ機能、 およびその性能	携帯性
	56.8	51.1	32.2	30.6	29.2	23.8	22.2
2014年 (n=2,743)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	端末のデザイン	電波性能	携帯電話会 社のブランドが 好きだから	電池性能
	54.6	50.2	30.6	20.6	19.4	19.2	18.7
2015年 (n=2,420)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	携帯電話会 社のブランドが 好きだから	端末のデザイン	画面が大きい	電波性能
	53.0	51.7	26.4	19.3	18.1	17.2	15.3
2016年 (n=2,541)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	携帯電話会 社のブランドが 好きだから	メーカーや端 末のブランド が好きだから	電池性能	端末のデザイン
	57.8	55.2	28.3	19.2	18.4	18.2	18.1
2017年 (n=2,556)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メーカーや 端末のブランド が好きだから	携帯電話会 社のブランドが 好きだから	メモリ容量	画面が大きい
	53.0	51.6	25.5	17.4	17.1	16.0	15.9
2018年 (n=5,085)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	携帯電話会 社のブランドが 好きだから	メモリ容量	画面が大きい	メーカーや 端末のブランド が好きだから
	48.4	48.2	22.1	16.1	15.4	15.2	14.3
2019年 (n=6,136)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	メーカーや 端末のブランド が好きだから	電池性能	端末のデザイン
	53.1	51.3	25.5	21.4	18.3	17.6	17.4
2020年 (n=6,362)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	電池性能	メーカーや 端末のブランド が好きだから	画面が大きい
	55.2	51.7	27.0	22.1	19.1	18.4	17.4
2021年 (n=8,249)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	電池性能	メーカーや 端末のブランド が好きだから	画面が大きい
	56.6	52.8	28.9	24.4	21.6	19.6	19.1
2022年 (n=6,587)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	電波性能(エリ アの広さ、つな がりやすさなど)	電池性能(長持 ち具合、取り替 えやすさなど)	メーカーや 端末のブランド が好きだから
	54.6	50.9	26.2	24.5	19.5	18.7	18.5

注1：携帯電話所有者が回答。

注2：上位7位までを掲載。

出典：2010年-2022年一般向けモバイル動向調査

第2節

スマートフォン利用行動

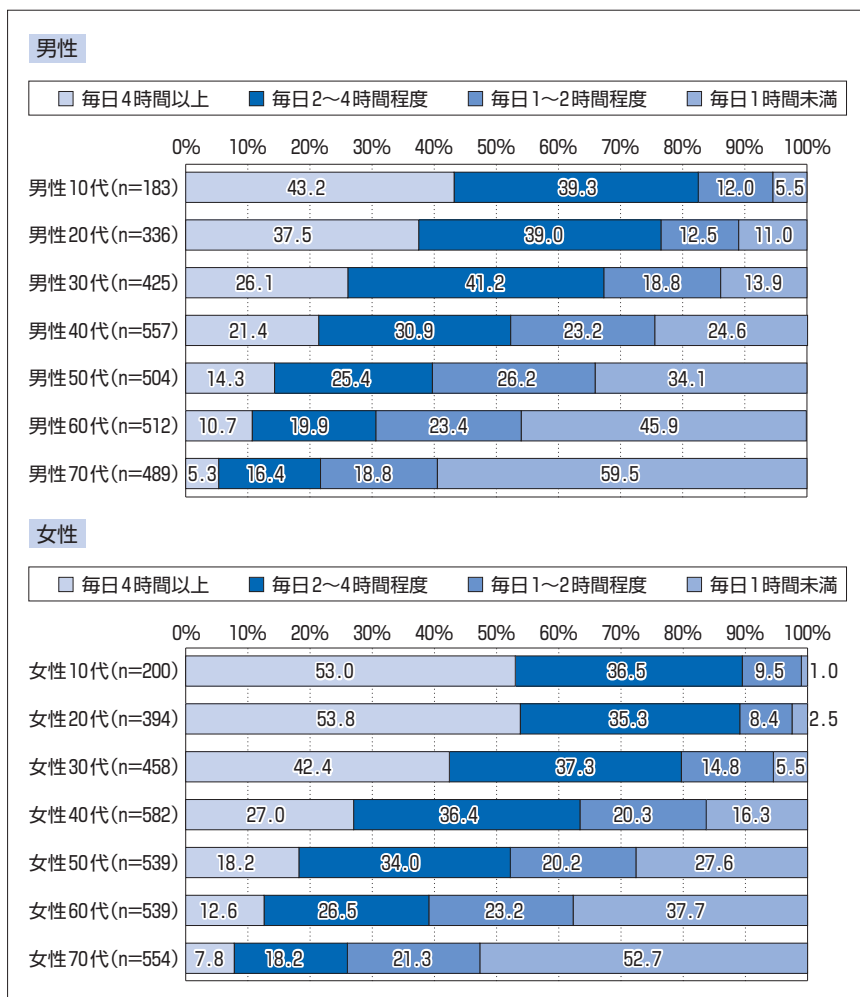
スマートフォンの利用時間、アプリのダウンロード数や日常的に使用するアプリの数、スマートフォンで行っている行動

ポイント

- スマートフォンの利用時間は女性若年層で高く、20代以下の女性においては、「平日にプライベートで毎日4時間以上」が5割超、「休日に毎日4時間以上」が6割を超えている(資料1-12、資料1-13)。
- アプリのダウンロード数および日常的に使用するアプリ数は若年層の方が多い傾向があり、30代以下の男女の約3割が10個以上のアプリを日常的に使用している(資料1-14、資料1-15)。
- スマートフォンで行っている行動は「情報検索」が最も多く、次いで「家族・友人・知人とのコミュニケーション」「暇つぶし」が続く(資料1-16)。
- 破損・紛失して最も困るものは、10～60代では「スマートフォン」が1位、70代では「身分証」が1位で「スマートフォン」は2位(資料1-17)。

資料1-12 平日のプライベートでのスマートフォンの利用時間 【性年代別】(単一回答)

- 毎日4時間以上利用する割合は女性若年層で高く、20代以下の女性では半数を超える。
- 70代以上では男女ともに半数以上が毎日1時間未満と回答。



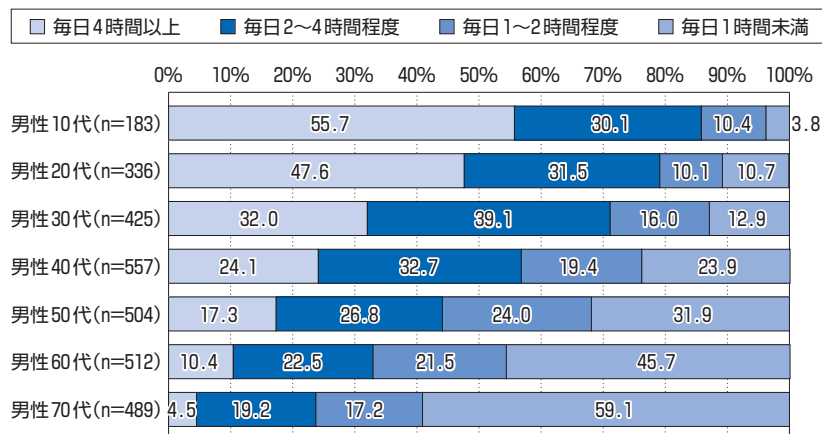
注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査

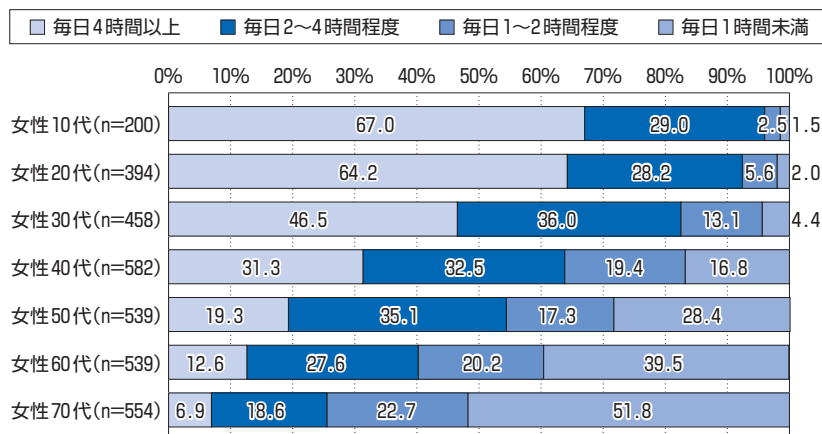
資料1-13 休日のスマートフォンの利用時間【性年代別】（単一回答）

- 毎日4時間以上利用する割合は女性若年層で高く、20代以下の女性では6割を超える。また、10代男性でも半数を超える。
- 70代以上では男女ともに半数以上が毎日1時間未満と回答。

男性



女性



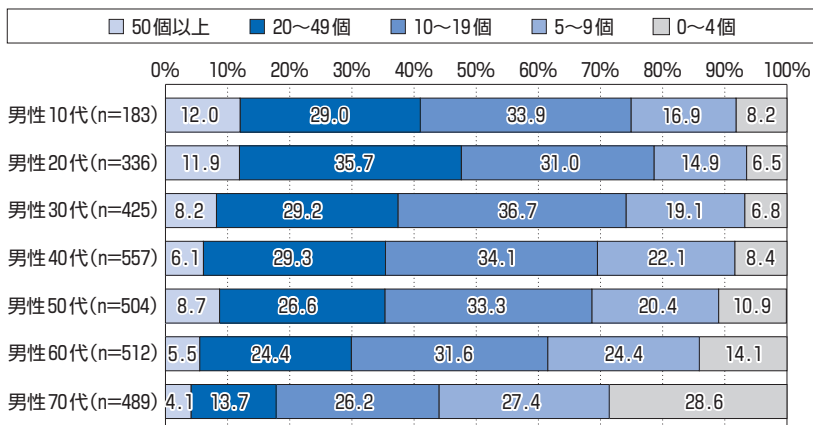
注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査

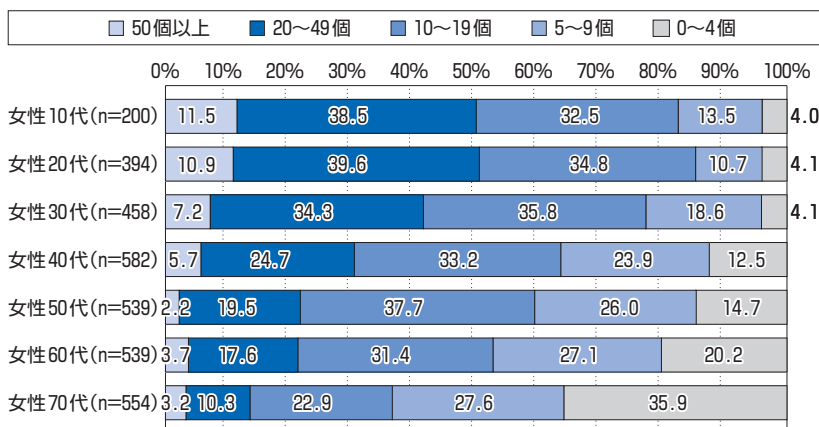
資料1-14 自身でダウンロードしたアプリの数[性年代別](単一回答)

- 20代男性および10～20代女性の約半数が20個以上のアプリをダウンロードしている。
- 70代男性の約3割、70代女性の約4割がダウンロードしたアプリが4個以下、もしくはアプリをダウンロードしていない。

男性



女性



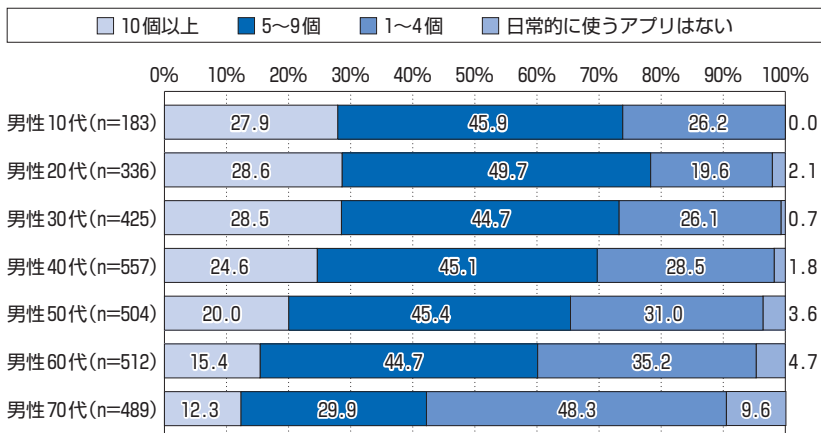
注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査

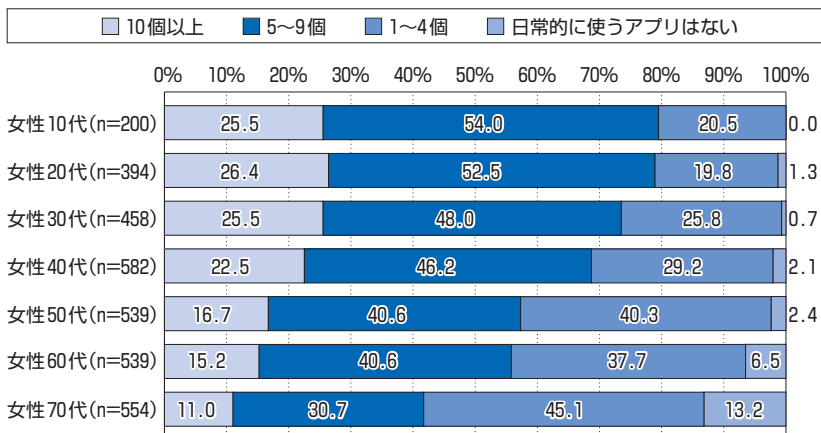
資料1-15 日常的に使用するアプリの数[性年代別] (単一回答)

- 若年層の方が使用するアプリの数が多い傾向があり、30代以下の男女の約3割が10個以上のアプリを日常的に使用している。

男性



女性

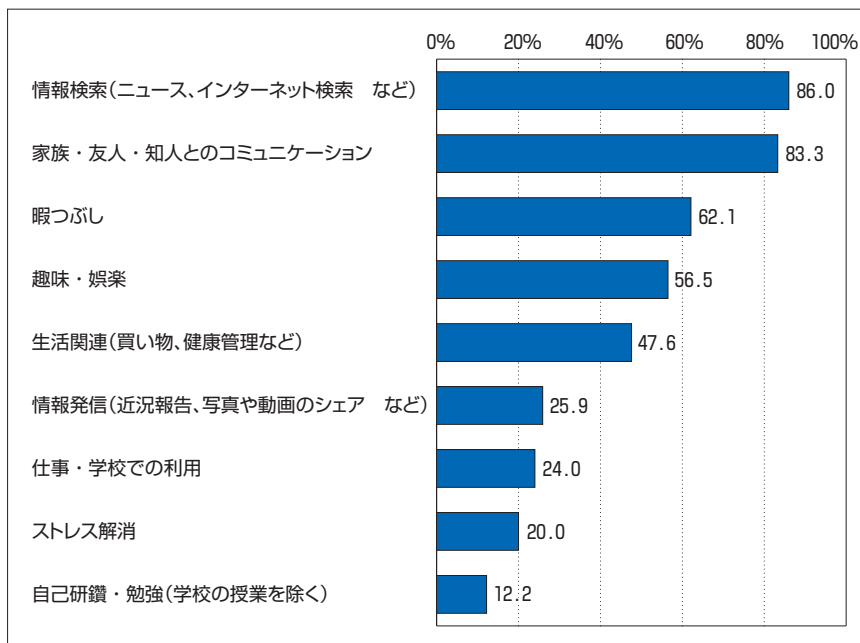


注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査

資料1-16 スマートフォンで行っている行動(複数回答)

- スマートフォン利用者の約9割がスマートフォンで「情報検索」をしている。
- スマートフォンを「暇つぶし」に使っている割合は6割以上。



注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査

資料1-17 破損・紛失して最も困るもの(単一回答)

- 10～60代では「スマートフォン」が1位、70代では「身分証」が1位で「スマートフォン」は2位。

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
10代 (n=383)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	銀行通帳・ キャッシュ カード	家の鍵	クレジットカード	その他
	56.4	16.2	12.5	8.4	3.1	3.4
20代 (n=730)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	家の鍵	クレジットカード	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	50.3	17.8	10.3	8.9	8.5	4.2
30代 (n=883)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	家の鍵	クレジットカード	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	44.5	20.4	11.6	10.4	10.0	3.2
40代 (n=1,139)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	家の鍵	クレジットカード	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	38.5	23.9	11.8	11.7	8.8	5.4
50代 (n=1,043)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	家の鍵	クレジットカード	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	33.6	24.5	14.1	11.6	11.4	4.8
60代 (n=1,051)	スマートフォン	身分証 (免許証、保険証 など)	クレジットカード	家の鍵	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	32.1	24.7	13.7	13.1	11.1	5.2
70代 (n=1,043)	身分証 (免許証、保険証 など)	スマートフォン	クレジットカード	家の鍵	銀行通帳・ キャッシュ カード	その他
	25.0	22.4	17.0	13.8	11.9	9.9

注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2022年スマホ利用者行動調査