

1章

モバイル端末の所有・利用状況

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98.0%(資料1-3a)。
- 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1-5、資料1-6)。
- 端末の平均所有期間はスマートフォンが2年9ヶ月、フィーチャーフォンが5年4ヶ月(資料1-7a、資料1-7b)。
- 携帯電話の買替え時の重視点は1位が端末価格、2位が通信料金の安さ(資料1-9)。

[資料1-1] 最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移(単一回答)

[資料1-1a] 全体 06

[資料1-1b] Android・iPhone別 07

[資料1-1c] 内訳 08

[資料1-2] 携帯電話の種類(2台目)の年次推移(単一回答)

[資料1-2a] 全体 09

[資料1-2b] Android・iPhone別 10

[資料1-2c] 内訳 11

[資料1-3] スマートフォン比率(2台目まで含む)

[資料1-3a] 年次推移 12

[資料1-3b] 性年代別 13

[資料1-4] 携帯電話事業者のシェア(単一回答) 14

[資料1-5] 最もよく利用する携帯電話(1台目)のメーカー(単一回答) 15

[資料1-6] 携帯電話のメーカー(2台目)(単一回答) 16

[資料1-7] 現在利用している携帯電話の所有期間の年次推移(単一回答)

[資料1-7a] スマートフォン 17

[資料1-7b] フィーチャーフォン 18

[資料1-8] 携帯電話を買替えたきっかけの年次推移(複数回答) 19

[資料1-9] 携帯電話の買替え時に重視する点の年次推移(複数回答) 20

[資料1-10] 携帯電話の買替え周期[性年代別](単一回答) 21

[資料1-11] 家族の携帯電話の契約先携帯電話事業者(単一回答) 22

[資料1-12] 直近5年での通信キャリアの乗換有無[性年代別](単一回答) 23

[資料1-13] 直通信キャリアの乗換理由(複数回答) 24

[資料1-1a]

最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移[全体](単一回答)

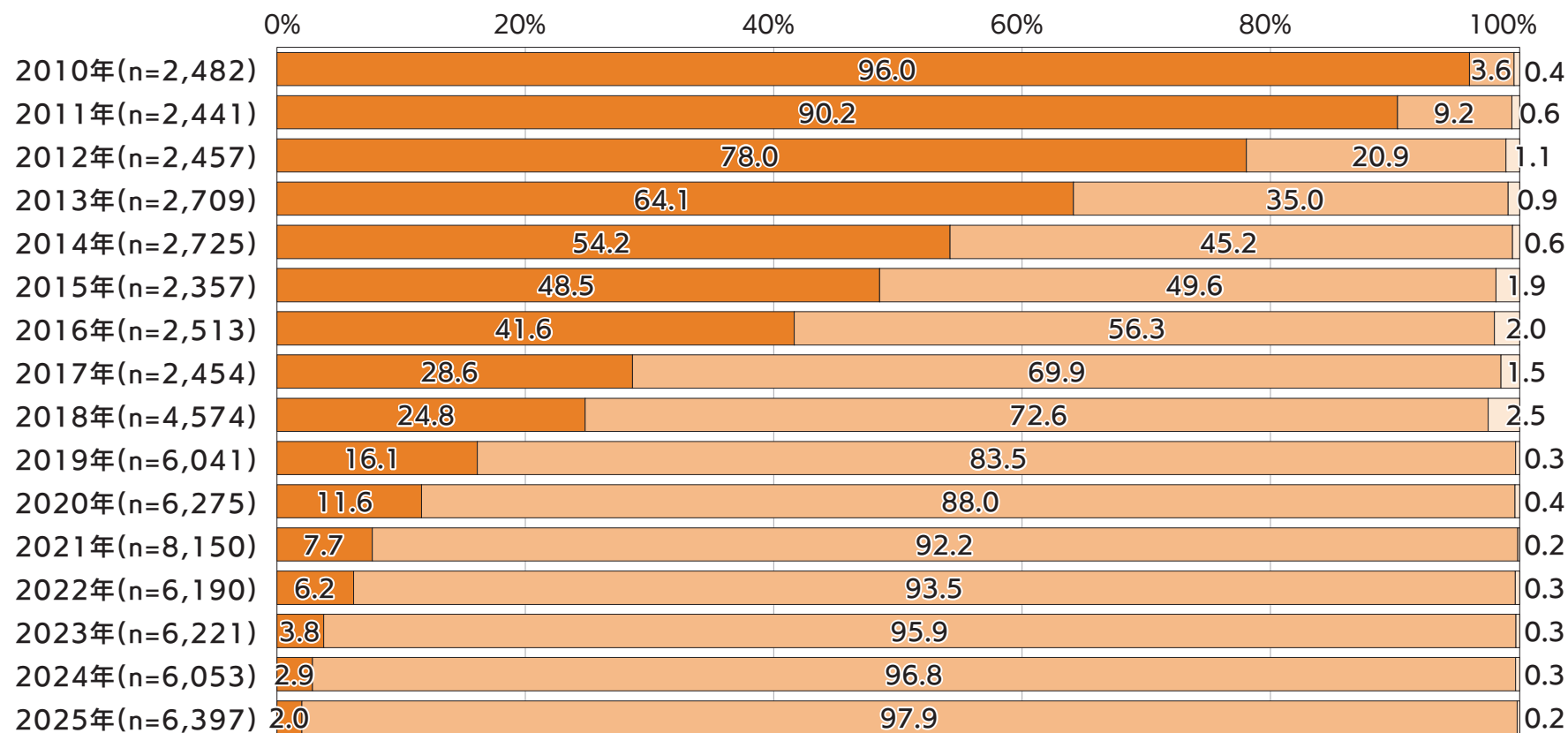
● 2025年のスマートフォン比率は97.9%。

全 体

フィーチャーフォン

スマートフォン

その他



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（AQUOSPAD、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。

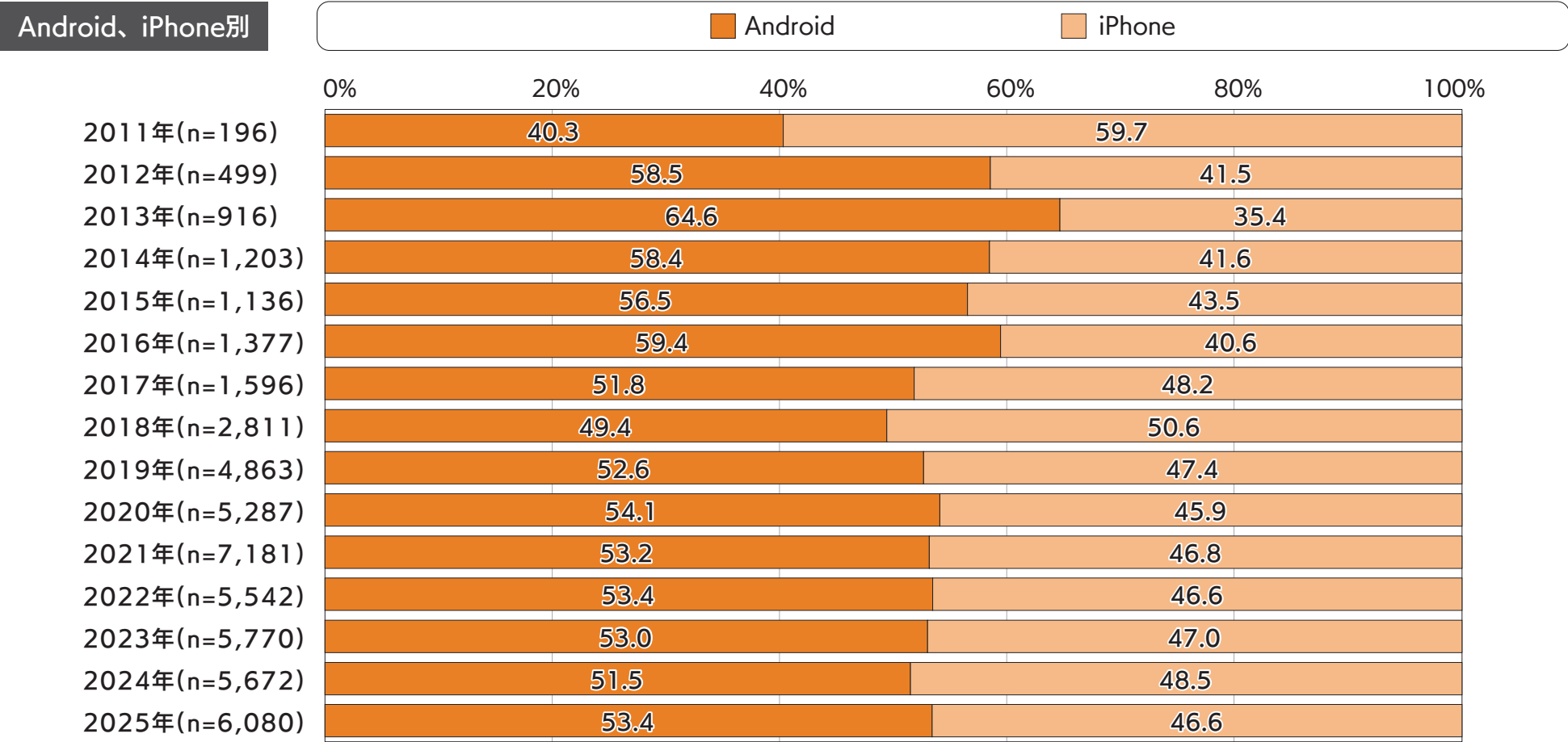
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信 USB」「その他」の合計。

出典：2010年～2025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[Android・iPhone別](単一回答)

● Android・iPhone別では、2025年のAndroid比率は53.4%、iPhone比率は46.6%。

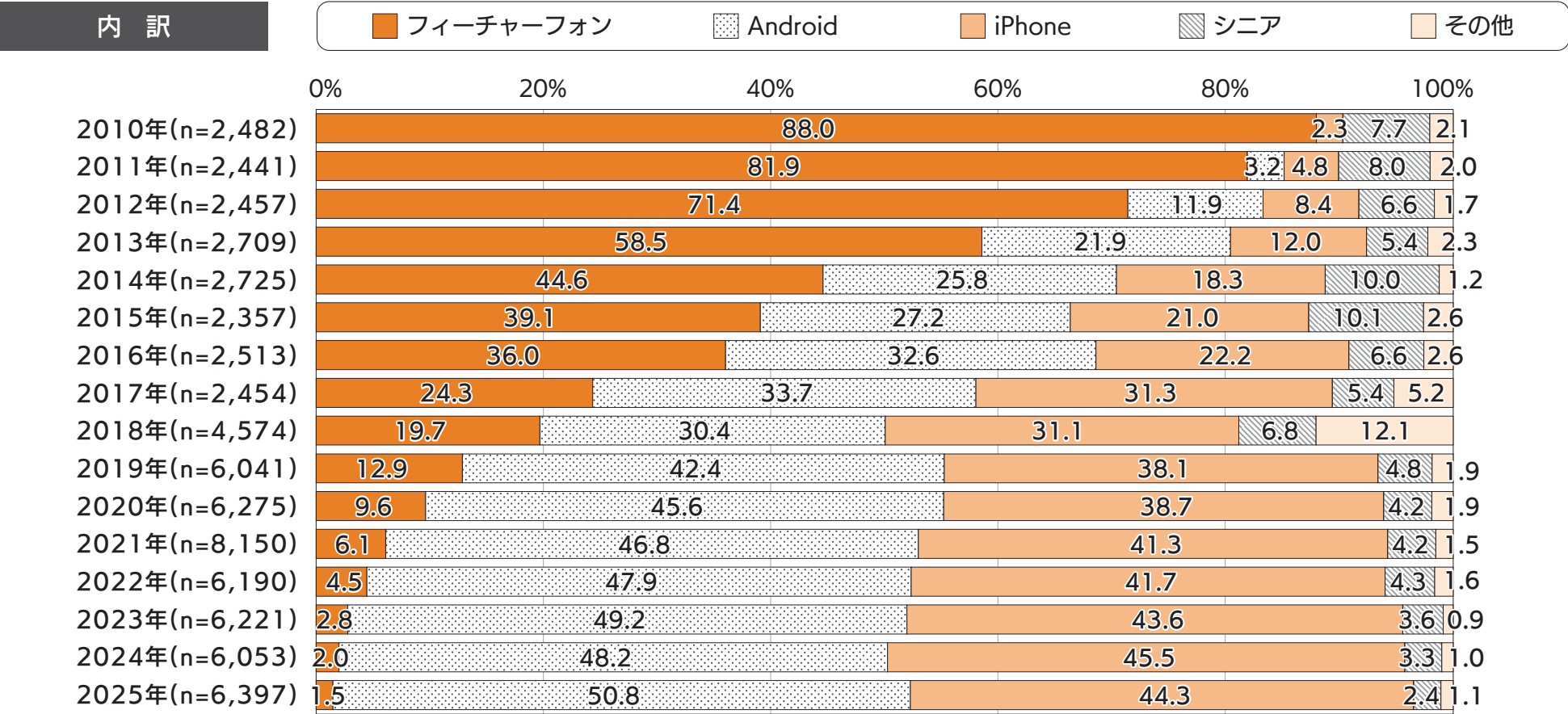


注：Android もしくは iPhone 利用者が回答。
出典：2011年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-1c]

最もよく利用する携帯電話(1台目)の年次推移[内訳](単一回答)

● 2025年のフィーチャーフォン比率は1.5%にまで減少。

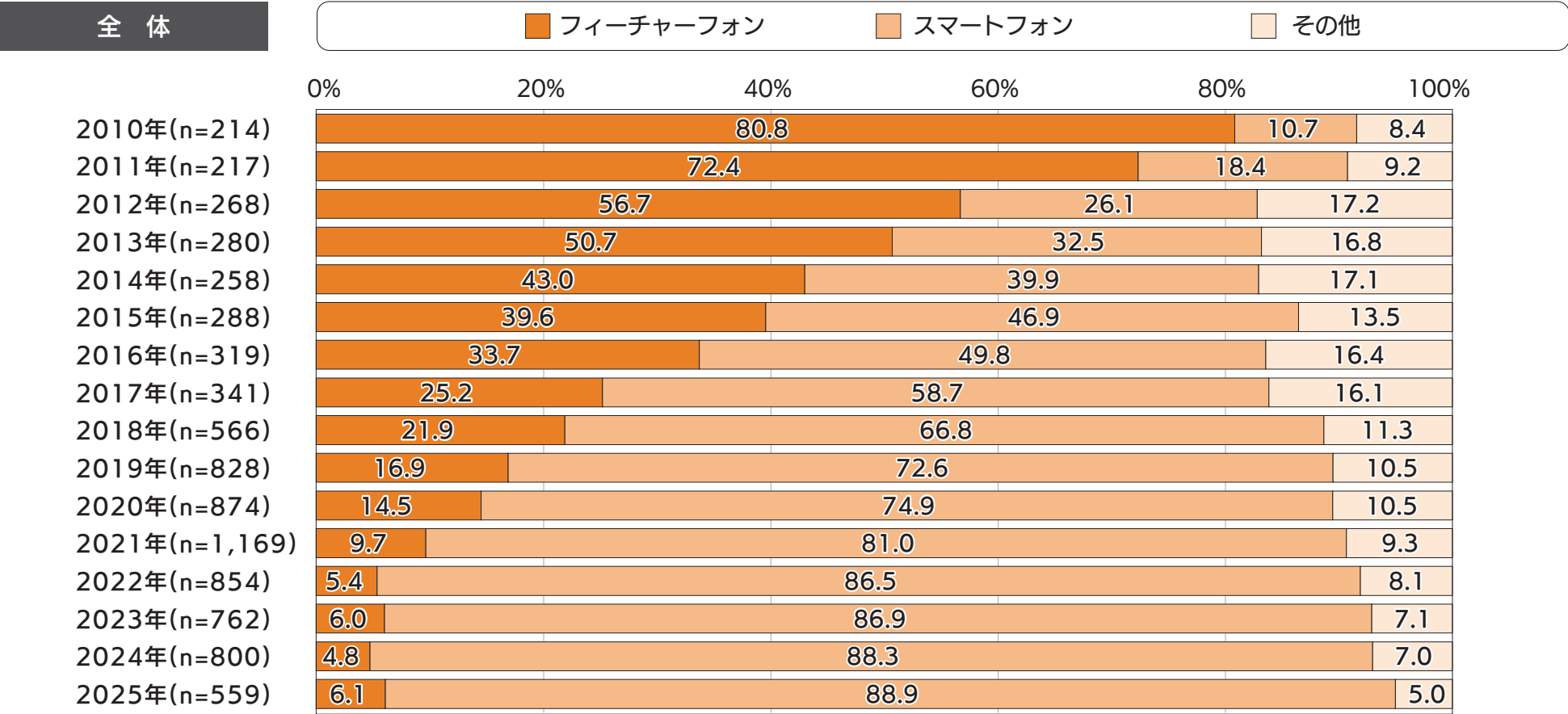


注 1：携帯電話所有者が回答。
注 2：「フィーチャーフォン」は「シニア向け以外の従来のケータイ（PHSまたはいわゆるガラケー）」を集計。
注 3：「シニア」は「シニア向けの従来のケータイ（らくらくホンなど）」「シニア向けのスマートフォン（らくらくスマートフォンなど）」を合計。
注 4：「その他」は「Windows Mobile など Android や iPhone 以外のスマートフォン」「タブレット（AQUOS PAD、ARROWS Tab、iPad など、通信回線契約をしているものに限る）」「モバイルルーター、データ通信 USB」「その他」を合計。
出典：2010年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-2a]

携帯電話の種類(2台目)の年次推移[全体](単一回答)

● 2025年のスマートフォン比率は88.9%。



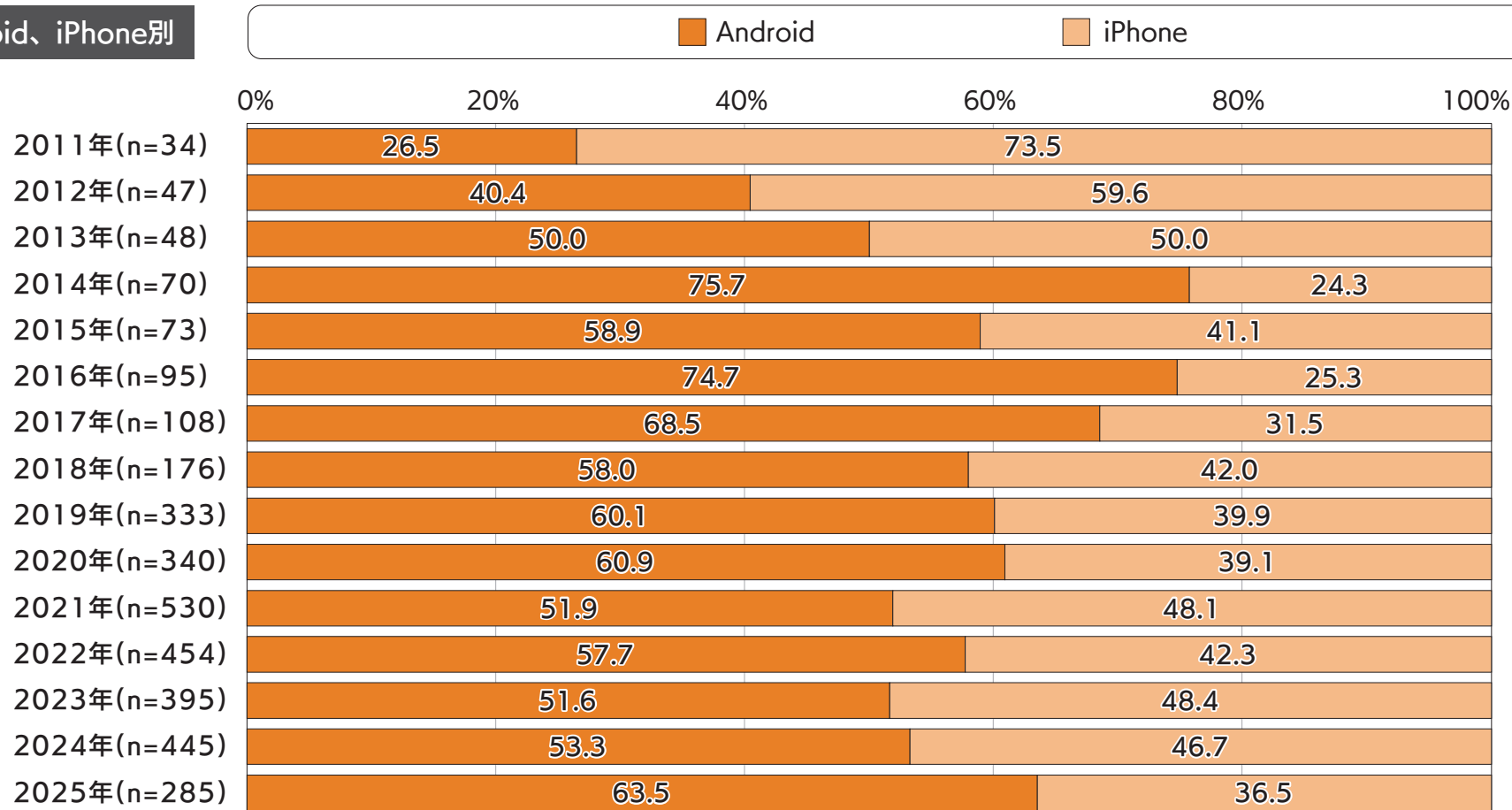
注 1：携帯電話所有者が回答。
注 2：「フィーチャーフォン」は「シニア向け以外の従来のケータイ（PHS またはいわゆるガラケー）」「シニア向けの従来のケータイ（らくらくホンなど）」の合計。
注 3：「スマートフォン」は「Android」「iPhone」「Windows Mobile など Android や iPhone 以外のスマートフォン」「シニア向けスマートフォン」「タブレット（AQUOS PAD、ARROWS Tab、iPad など、通信回線契約をしているものに限る）」の合計。
注 4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信 USB」「その他」の合計。
出典：2010年～2025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[Android・iPhone別](単一回答)

● Android・iPhone別では、2025年のAndroid比率は63.5%、iPhone比率は36.5%。

Android、iPhone別



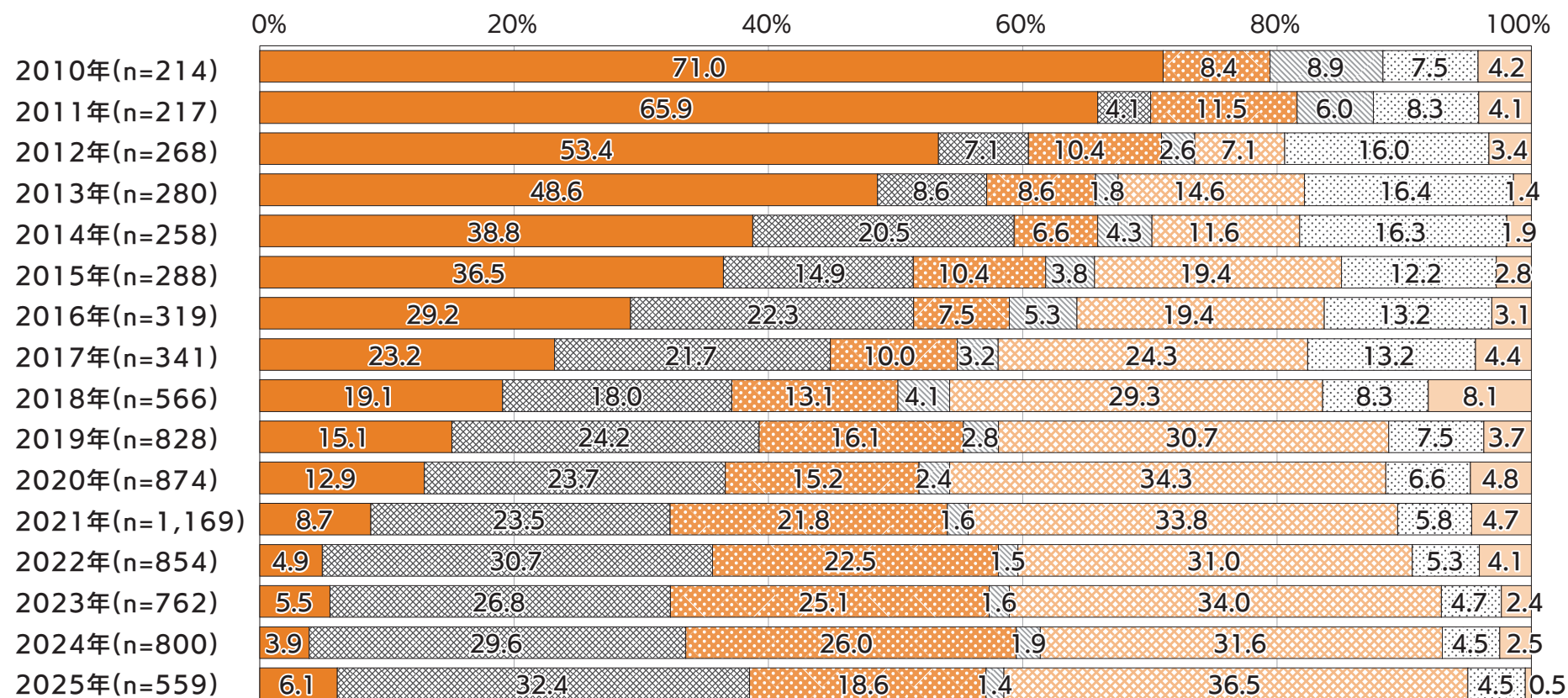
注：Android もしくはiPhone 利用者が回答。

出典：2011年～2025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[内訳](単一回答)

内 訳

フィーチャーフォン
Android
iPhone
シニア
タブレット(回線契約あり)
データ通信USB、モバイルルータ
その他


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。

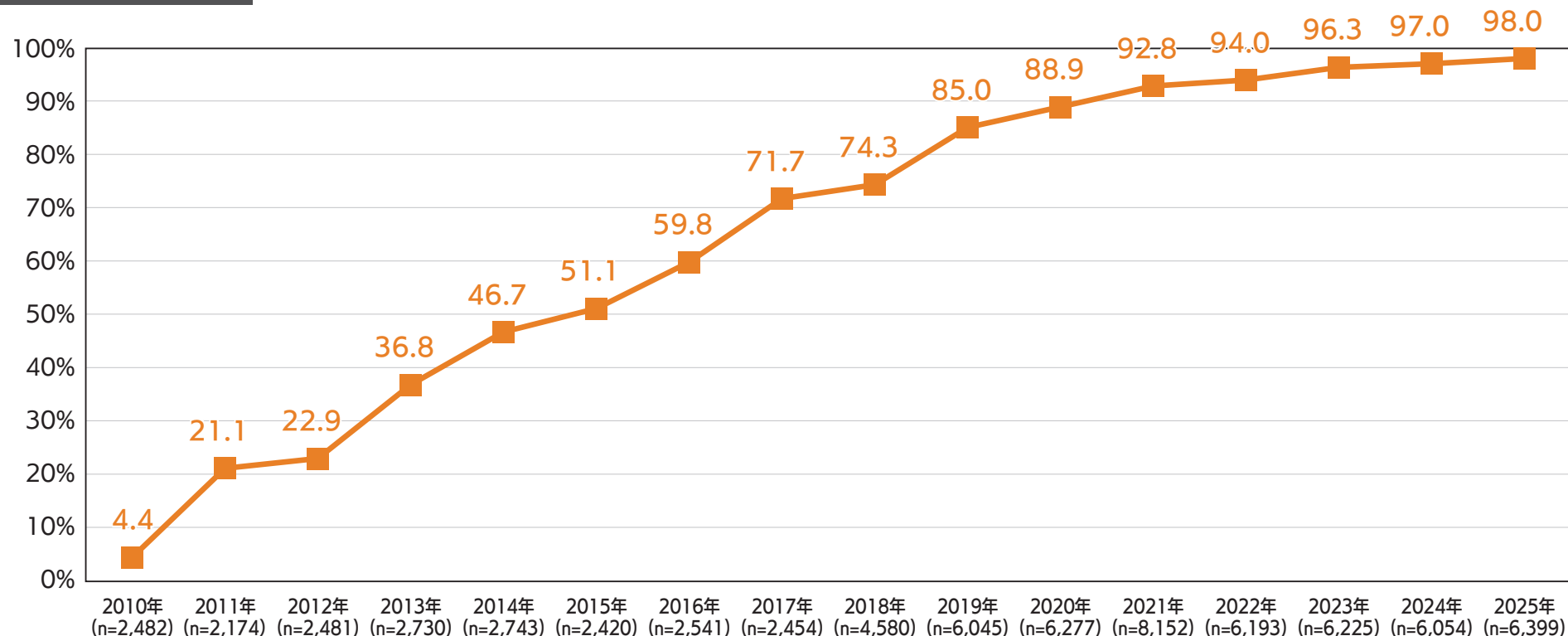
出典：2010年～2025年一般向けモバイル動向調査

[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。
- 2025年のスマートフォン比率は98.0%。

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。

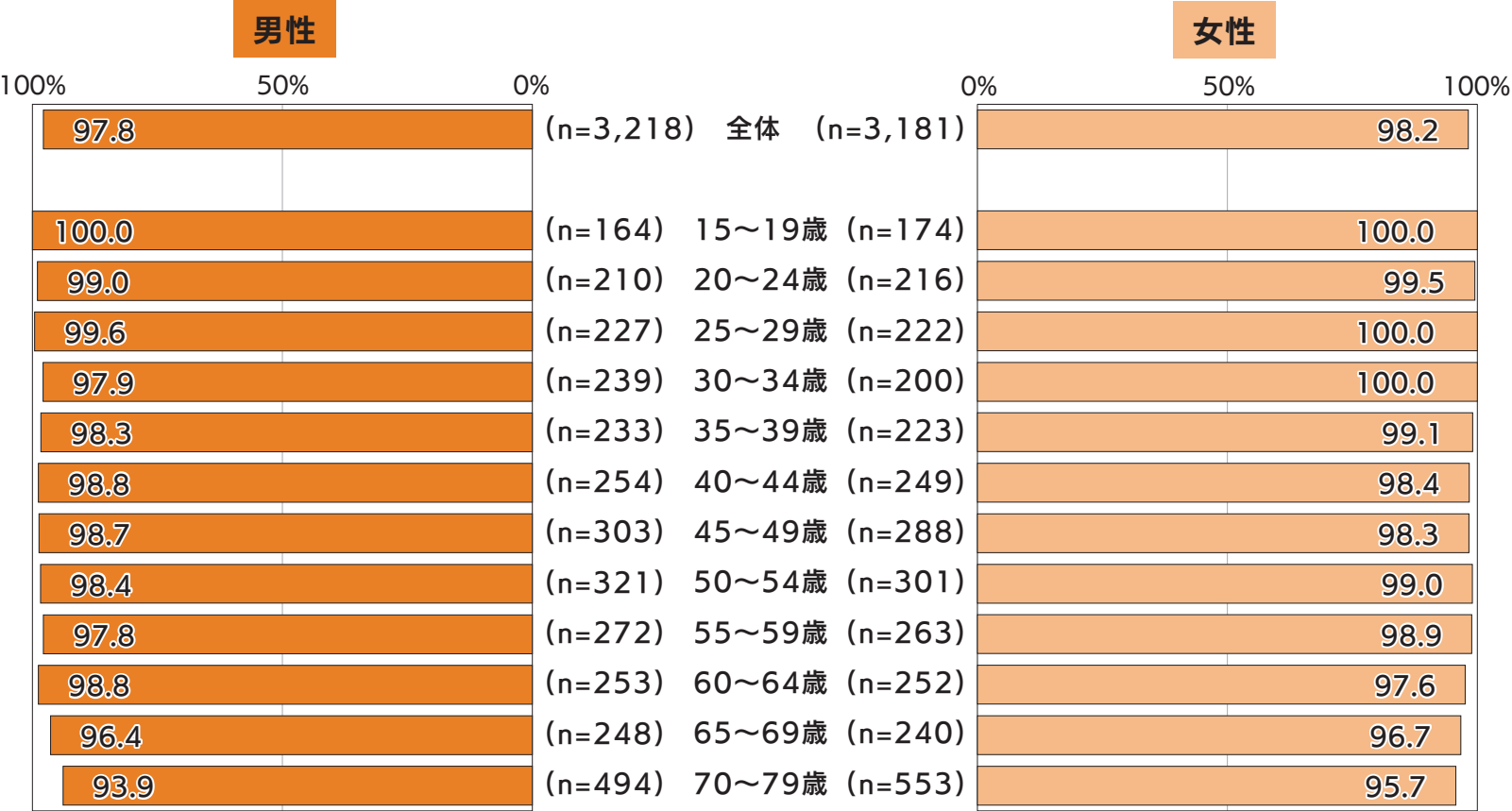
出典：2010年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-3b]

スマートフォン比率(2台目まで含む)[性年代別]

● 10代のスマートフォン比率は100%。

性年代別

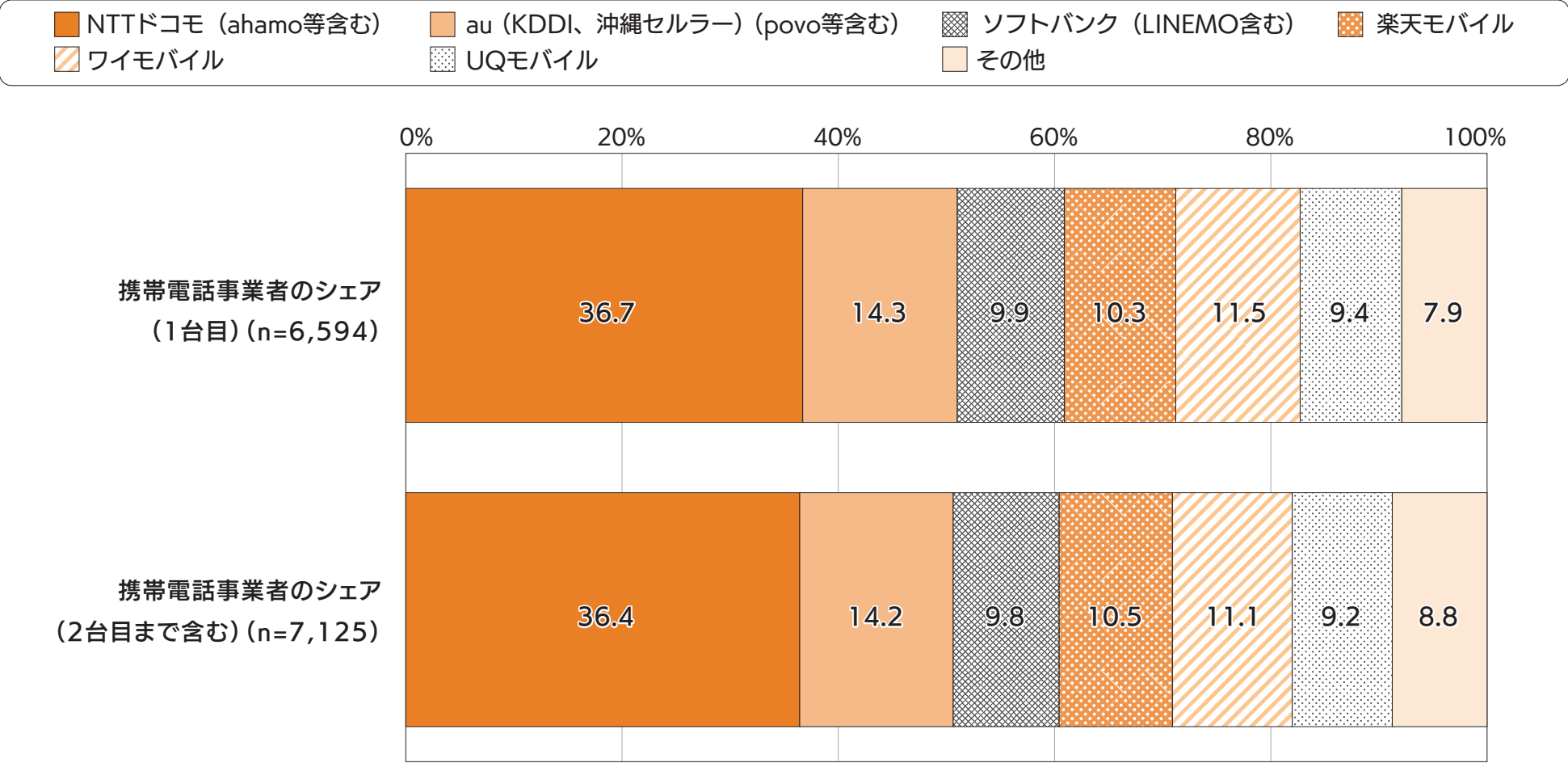


注1：携帯電話所有者が回答。
注2：1台目もしくは2台目にスマートフォン所有と回答した場合をスマートフォン所有として算出。
出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[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」(36.7%)、「au(KDDI、沖縄セルラー)」(14.3%)、「ソフトバンク」(9.9%)の主要3社で6割程度となった。

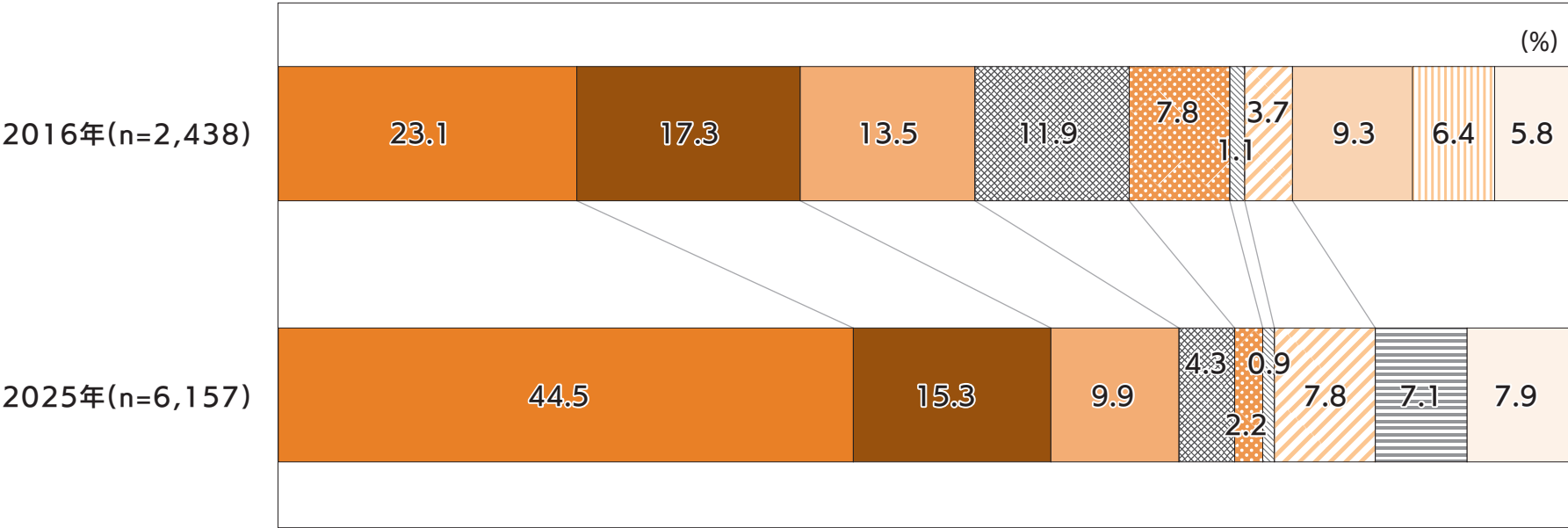
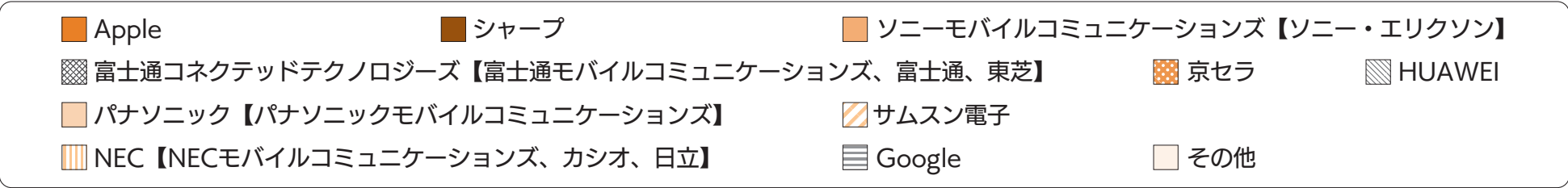


注：携帯電話所有者が回答。
出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-5]

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2025年の44.5%と21.4pt増加している。

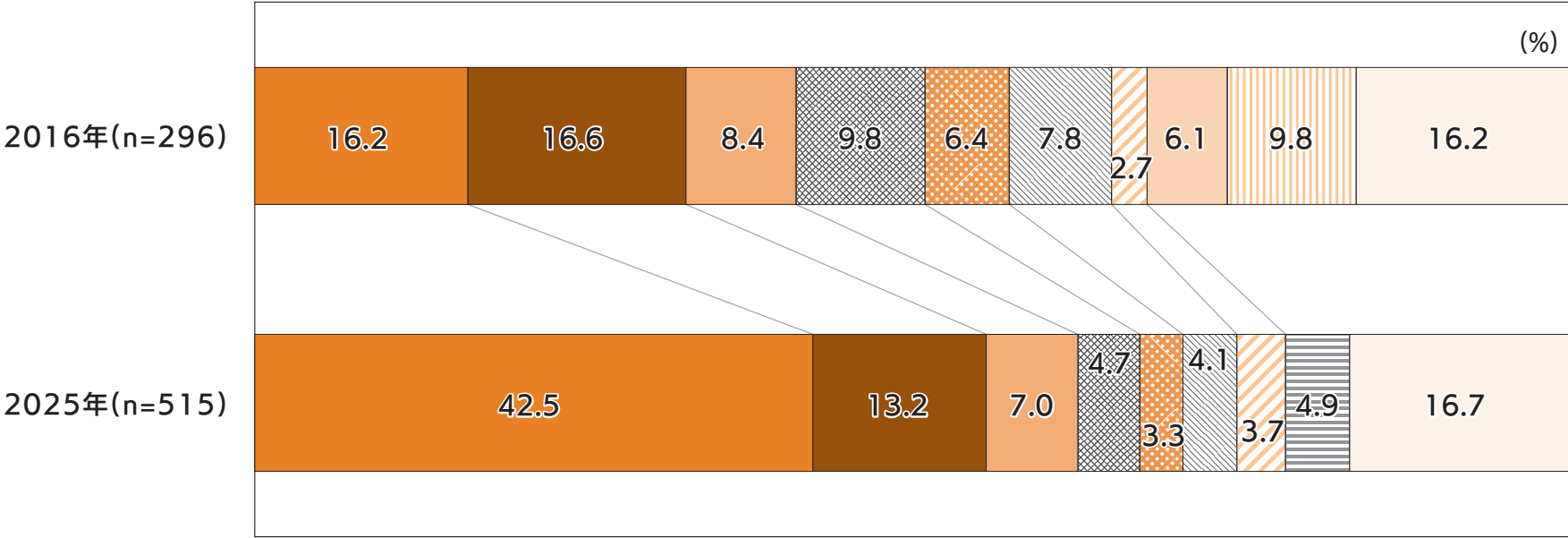
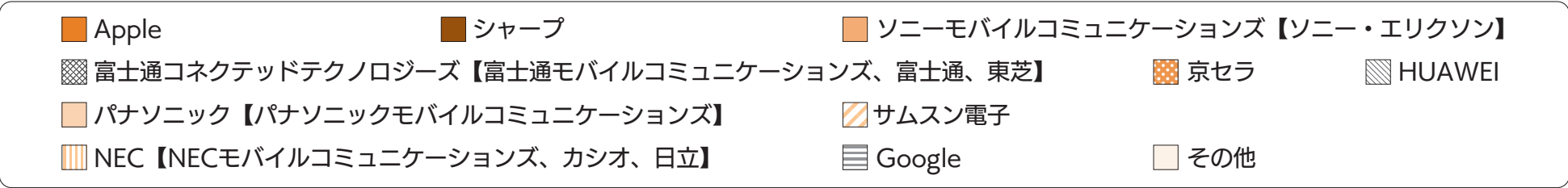


注 1：携帯電話所有者が回答。
注 2：10 位以下のメーカーは「その他」に含む。
注 3：旧メーカーは【 】内に記載。
出典：2016、2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-6]

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、2025年は1位「Apple」(42.5%)、2位「シャープ」(13.2%)となっている。

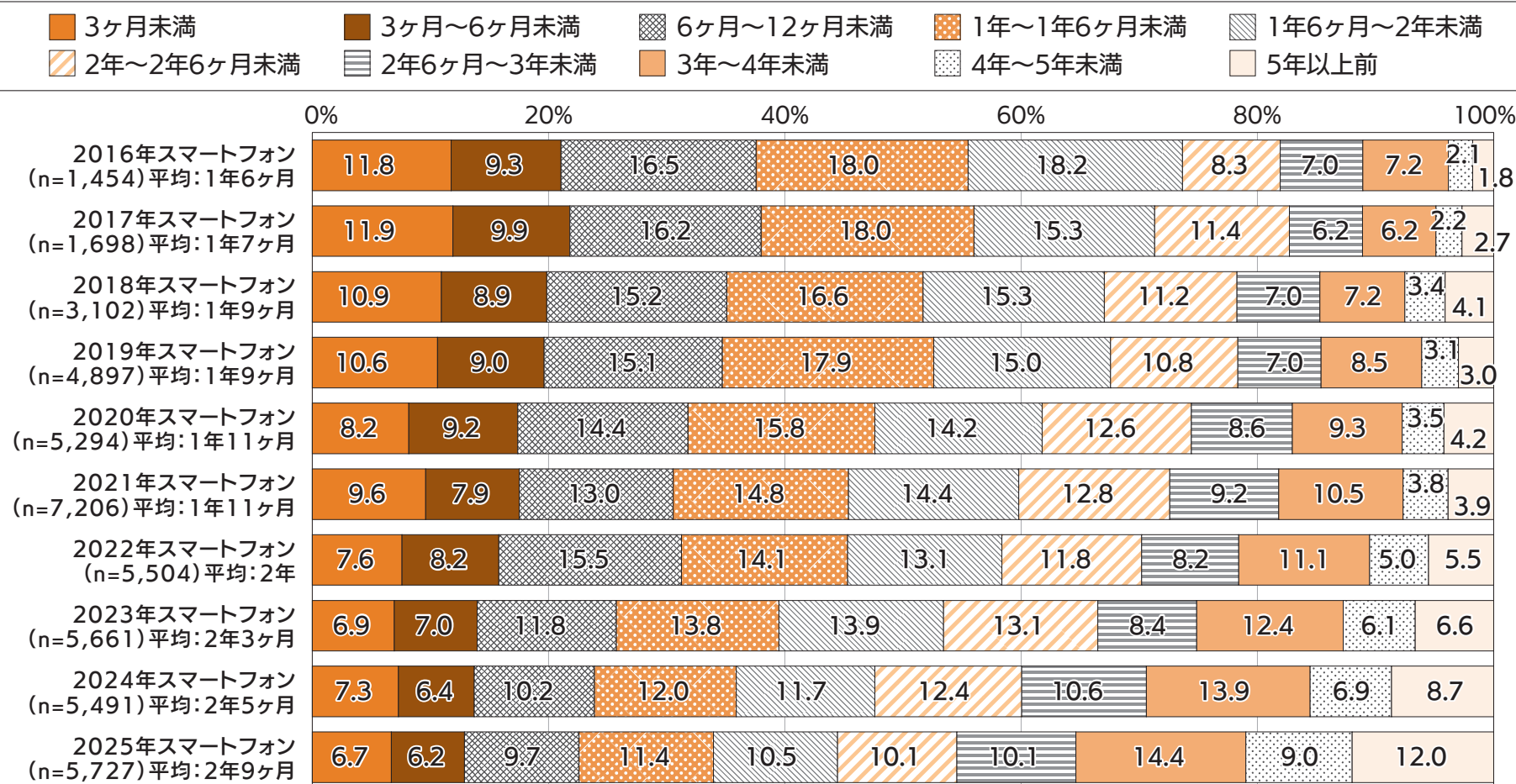


注 1：携帯電話所有者が回答。
注 2：10 位以下のメーカーは「その他」に含む。
注 3：旧メーカーは【】内に記載。
出典：2016、2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-7a]

現在利用している携帯電話の所有期間の年次推移[スマートフォン](単一回答)

● 現在利用しているスマートフォンの所有期間の平均は、2016年の「1年6ヶ月」から2025年の「2年9ヶ月」に伸びている。



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。

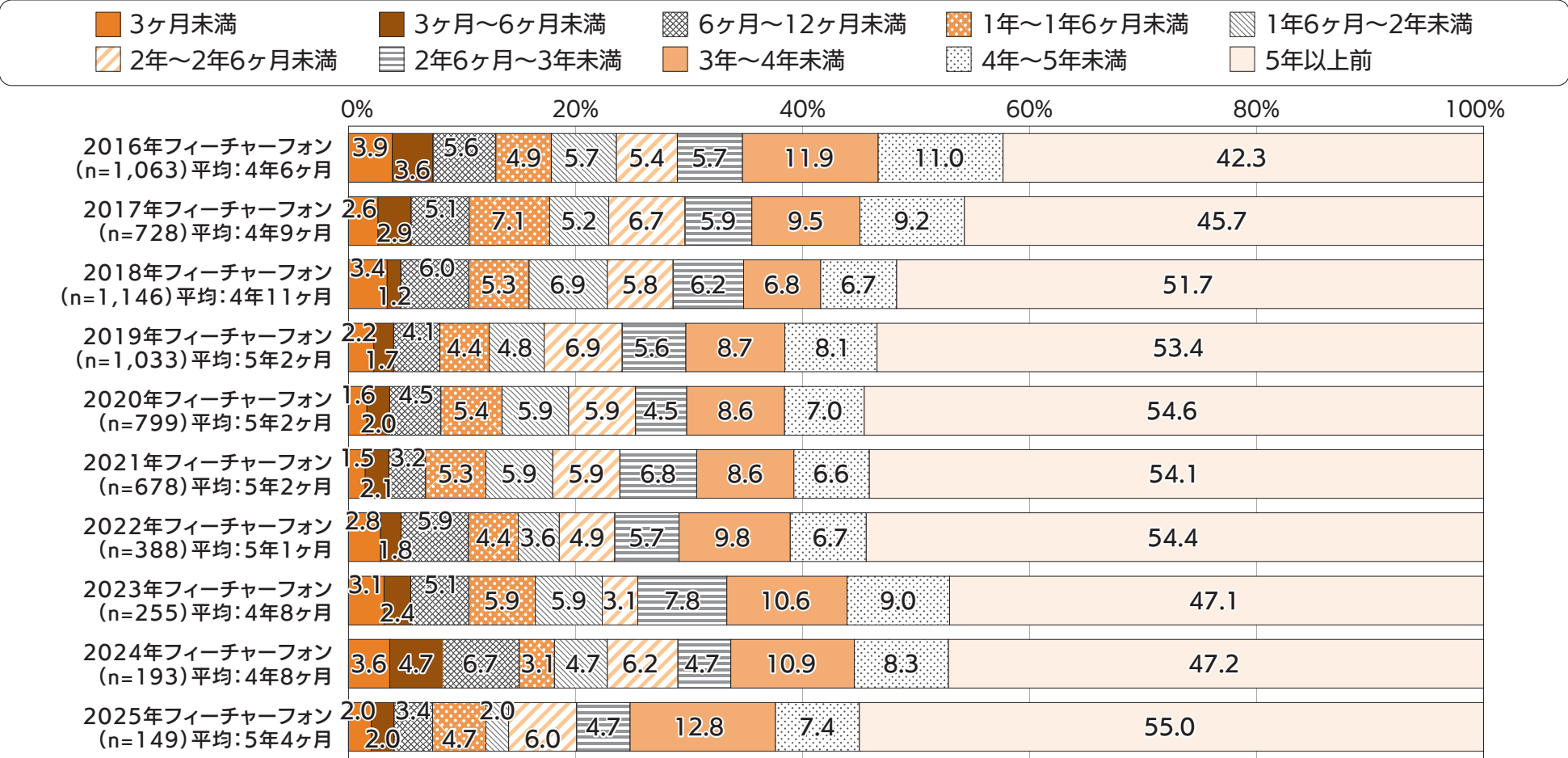
注3: 現在利用している携帯電話を何年何ヶ月前に買ったかを回答。

出典: 2016年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-7b]

現在利用している携帯電話の所有期間の年次推移[フィーチャーフォン](単一回答)

● 現在利用しているフィーチャーフォンの所有期間の平均は、2016年の「4年6ヶ月」から2025年の「5年4ヶ月」に伸びている。



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。
注 3：現在利用している携帯電話を何年何ヶ月前に買ったかを回答。
出典：2016年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-8]

携帯電話を買替えたきっかけの年次推移(複数回答)

●「電池の劣化」(52.1%)が突出しており、「壊れた」(15.9%)、「価格面から」(10.1%)が次点で続く。

	(%)									
	電池の劣化 (長い時間もたなくなった)	壊れた	価格面から (ポイント利用など)	新モデルが発売された	端末の汚れやキズが増えた	スマートフォンが ほしかった	家族や友人と同じ 携帯電話会社にする			
2016年(n=2,541)	32.3	16.5	7.5	12.7	11.8	10.2	5.4			
2017年(n=2,556)	31.3	17.6	6.7	11.9	9.5	9.5	5.8			
2018年(n=5,085)	33.7	16.1	5.7	9.3	9.8	8.6	5.9			
2019年(n=6,136)	37.3	18.0	7.3	10.2	9.7	8.7	6.4			
2020年(n=6,362)	39.2	18.6	9.3	9.7	9.0	8.1	5.4			
2021年(n=8,249)	46.2	17.3	9.5	11.5	9.8	8.8	5.3			
2022年(n=6,587)	46.1	15.7	9.6	10.6	8.6	8.0	5.4			
2023年(n=6,423)	49.5	15.2	9.1	8.3	9.1	8.0	5.4			
2024年(n=6,305)	48.5	15.0	11.7	9.5	8.3	5.9	5.7			
2025年(n=6,676)	52.1	15.9	10.1	8.9	7.5	6.2	4.7			

注1：携帯電話所有者が回答。
注2：上位7項目を掲載。
出典：2016年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-9]

携帯電話の買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、及びその性能 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
2020年(n=6,362)	端末価格 55.2	通信料金の安さ 51.7	操作性 27.0	メモリ容量 22.1	電池性能 19.1	メーカーや端末の ブランドが好きだから 18.4	画面が大きい 17.4
2021年(n=8,249)	端末価格 56.6	通信料金の安さ 52.8	操作性 28.9	メモリ容量 24.4	電池性能 21.6	メーカーや端末の ブランドが好きだから 19.6	画面が大きい 19.1
2022年(n=6,587)	端末価格 54.6	通信料金の安さ 50.9	操作性 26.2	メモリ容量 24.5	電波性能(エリアの広さ、 つながりやすさなど) 19.5	電池性能(長持ち具合、 取替えやすさなど) 18.7	メーカーや端末の ブランドが好きだから 18.5
2023年(n=6,423)	端末価格 60.1	通信料金の安さ 52.9	操作性 27.8	メモリ容量 23.2	電池性能(長持ち具合、 取替えやすさなど) 22.0	電波性能(エリアの広さ、 つながりやすさなど) 20.8	メーカーや端末の ブランドが好きだから 19.8
2024年(n=6,305)	端末価格 58.9	通信料金の安さ 52.8	操作性 26.1	メモリ容量 24.1	電池性能(長持ち具合、 取替えやすさなど) 20.7	電波性能(エリアの広さ、 つながりやすさなど) 20.4	メーカーや端末の ブランドが好きだから 20.0
2025年(n=6,676)	端末価格 62.1	通信料金の安さ 50.4	操作性 29.1	電池性能(長持ち具合、 取替えやすさなど) 24.7	メモリ容量 23.9	メーカーや端末の ブランドが好きだから 22.7	電波性能(エリアの広さ、 つながりやすさなど) 21.7

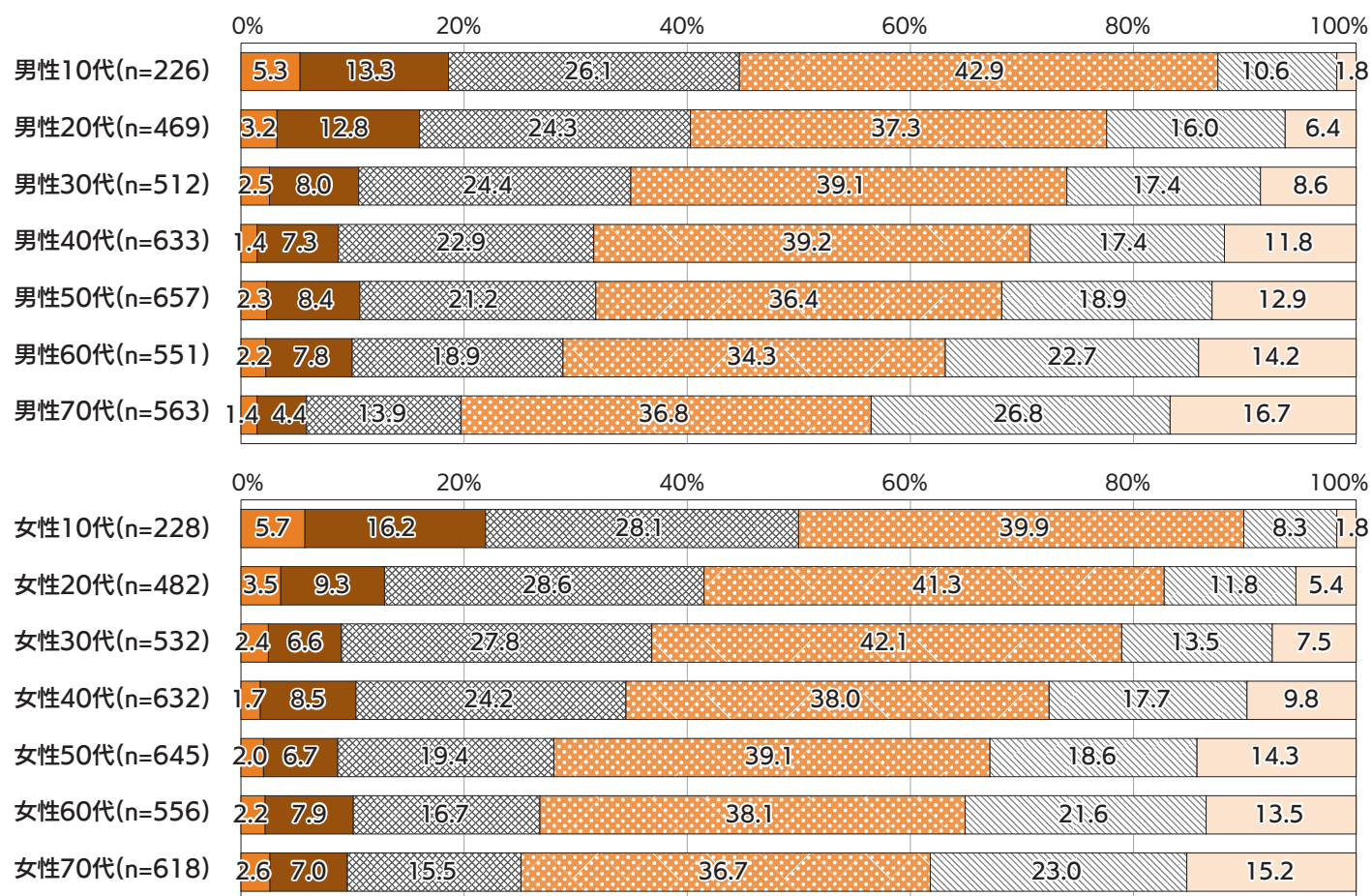
注1：携帯電話所有者が回答。 注2：上位7位までを掲載。 出典：2010年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-10]

携帯電話の買替え周期[性年代別] (単一回答)

- 携帯電話の買替え周期は若年層のほうが短い傾向。
- 10代女性の約半数は3年未満で買替え。

1年未満 1年以上2年未満 2年以上3年未満 3年以上5年未満 5年以上7年未満 7年以上



注：携帯電話利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査

[資料1-11]

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、「NTTドコモ」同士(66%以上)、「au」同士(59%以上)、「ソフトバンク」同士(43%以上)など、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、「ワイモバイル」同士(77.6%)、「UQモバイル」同士(71.3%)でも比較的同じ携帯電話事業者を選ぶ傾向がある。

		父					
		NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	ワイ モバイル	UQ モバイル
自分 (1台目)	n=						
全体	(2,993)	36.1	15.5	9.2	4.5	7.1	4.8
NTTドコモ	(1,110)	70.5	6.6	3.9	0.8	1.4	1.1
au	(421)	11.6	59.9	3.6	0.7	2.6	4.3
ソフトバンク	(313)	14.7	5.4	45.4	2.6	5.4	0.6
楽天モバイル	(316)	18.4	9.8	6.6	30.4	3.5	2.2
ワイモバイル	(334)	14.1	7.8	8.7	0.9	42.2	4.5
UQモバイル	(266)	21.1	13.9	5.3	1.9	3.0	32.0

		母					
		NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	ワイ モバイル	UQ モバイル
自分 (1台目)	n=						
全体	(3,555)	37.3	16.7	8.8	4.5	7.9	5.7
NTTドコモ	(1,330)	71.4	7.8	3.9	1.1	1.8	1.6
au	(498)	10.8	61.2	5.0	1.6	1.8	3.8
ソフトバンク	(359)	17.8	8.4	43.7	3.3	6.7	2.2
楽天モバイル	(371)	20.8	12.4	5.9	27.2	4.9	4.0
ワイモバイル	(394)	14.2	8.4	7.9	1.5	44.2	5.1
UQモバイル	(320)	21.3	14.7	4.7	1.3	5.0	34.7

		配偶者 (パートナー)					
		NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	ワイ モバイル	UQ モバイル
自分 (1台目)	n=						
全体	(3,540)	36.4	13.7	9.4	8.2	12.2	10.2
NTTドコモ	(1,294)	84.1	4.3	2.6	1.8	1.2	1.9
au	(438)	7.5	73.7	5.0	3.7	0.9	6.4
ソフトバンク	(321)	8.4	3.4	67.6	2.5	10.3	2.2
楽天モバイル	(341)	10.6	4.7	4.7	61.0	4.4	4.1
ワイモバイル	(442)	6.1	3.4	5.4	2.3	77.6	2.3
UQモバイル	(373)	9.1	8.3	2.7	2.7	1.9	71.3

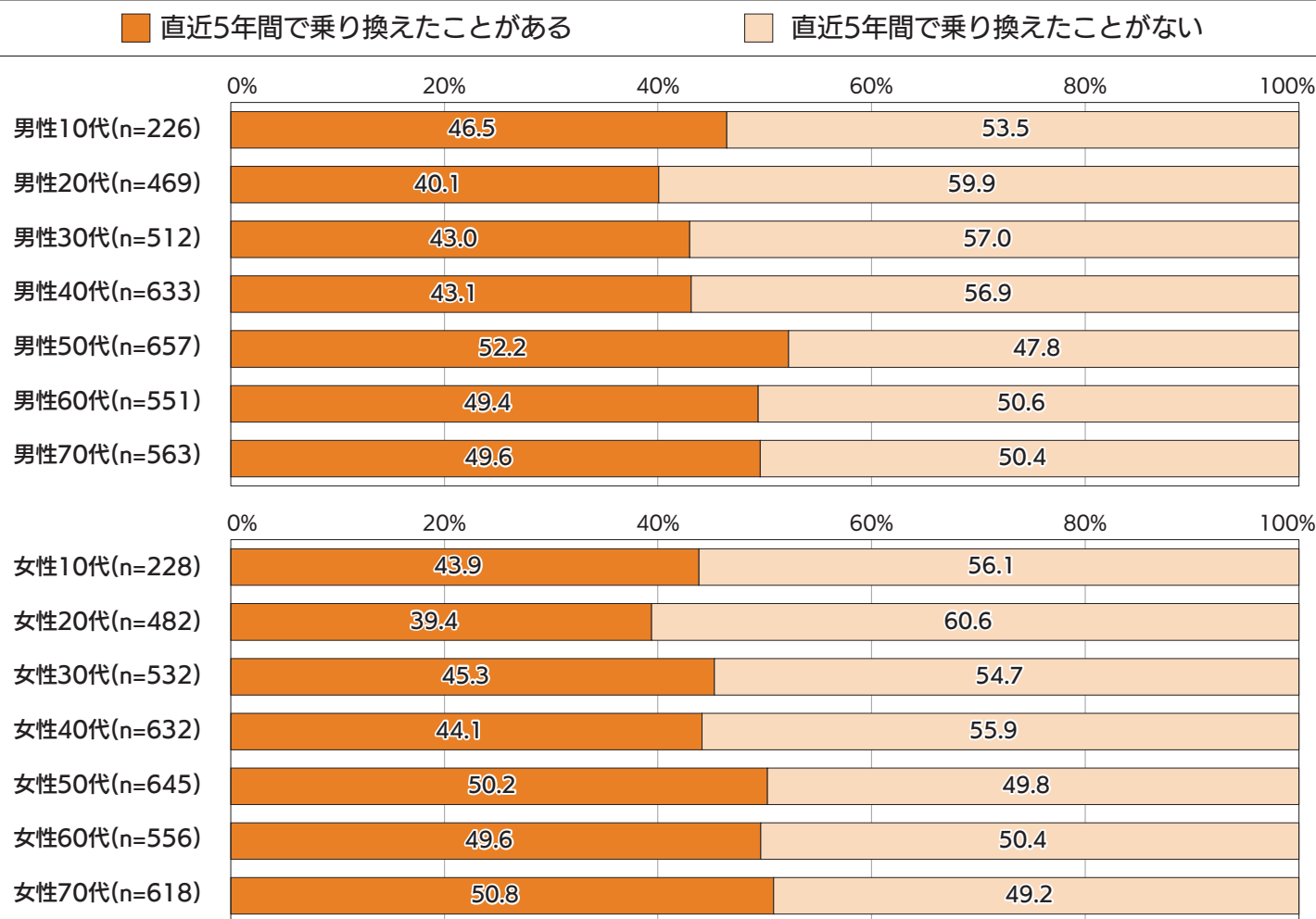
		子・子の配偶者 (パートナー)					
		NTT ドコモ	au	ソフト バンク	楽天 モバイル	ワイ モバイル	UQ モバイル
自分 (1台目)	n=						
全体	(2,659)	29.8	12.9	10.4	7.2	8.7	6.2
NTTドコモ	(975)	66.8	3.6	4.2	3.3	1.1	1.1
au	(335)	4.5	62.4	3.6	3.9	3.3	3.6
ソフトバンク	(242)	7.0	5.0	59.1	3.3	5.0	1.7
楽天モバイル	(237)	12.2	7.6	6.3	41.8	6.3	2.1
ワイモバイル	(339)	5.9	5.9	12.1	2.9	47.8	3.8
UQモバイル	(283)	9.5	10.6	4.2	3.2	4.6	39.6

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」「わからない」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：表中の太字口囲みは、自分と家族が同じ携帯電話事業者である割合。
出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-12]

直近5年での通信キャリアの乗換有無[性年代別] (単一回答)

- 各年代で約4～5割が直近5年のうちに通信キャリアの乗換を経験。

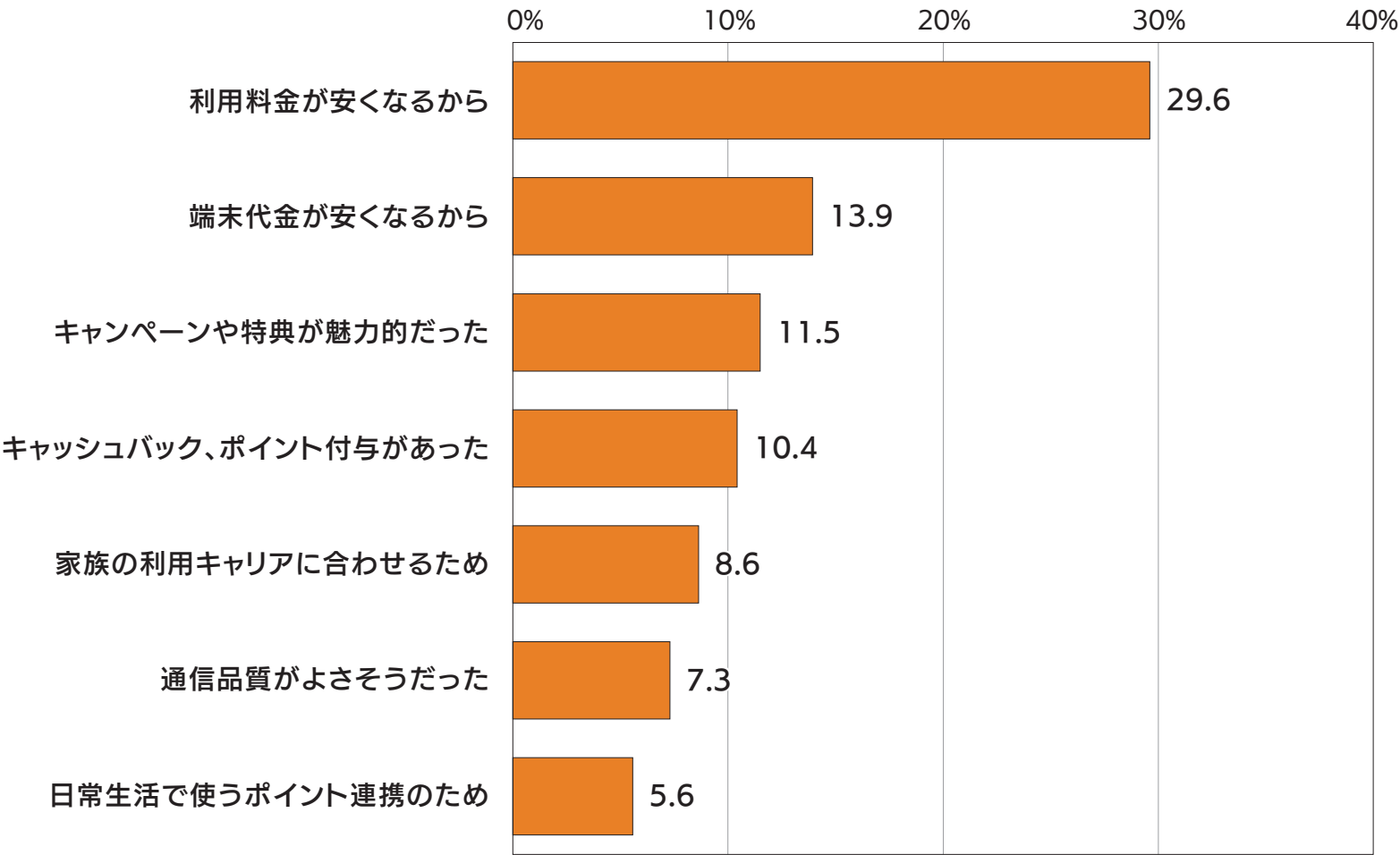


注：携帯電話利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査

[資料1-13]

通信キャリアの乗換理由(複数回答)

● 最も多い乗換理由は「利用料金が安くなるから」で約3割。



注：携帯電話利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査

1章

モバイル端末の所有・利用状況

2節

スマートウォッチ

どんな人がスマートウォッチを所有しているか

ポイント

- スマートウォッチ所有率は16.2%。20-30代や教職員で特に所有率が高い(資料1-14a、資料1-14b)。

[資料1-14] スマートウォッチ利用(単一回答)

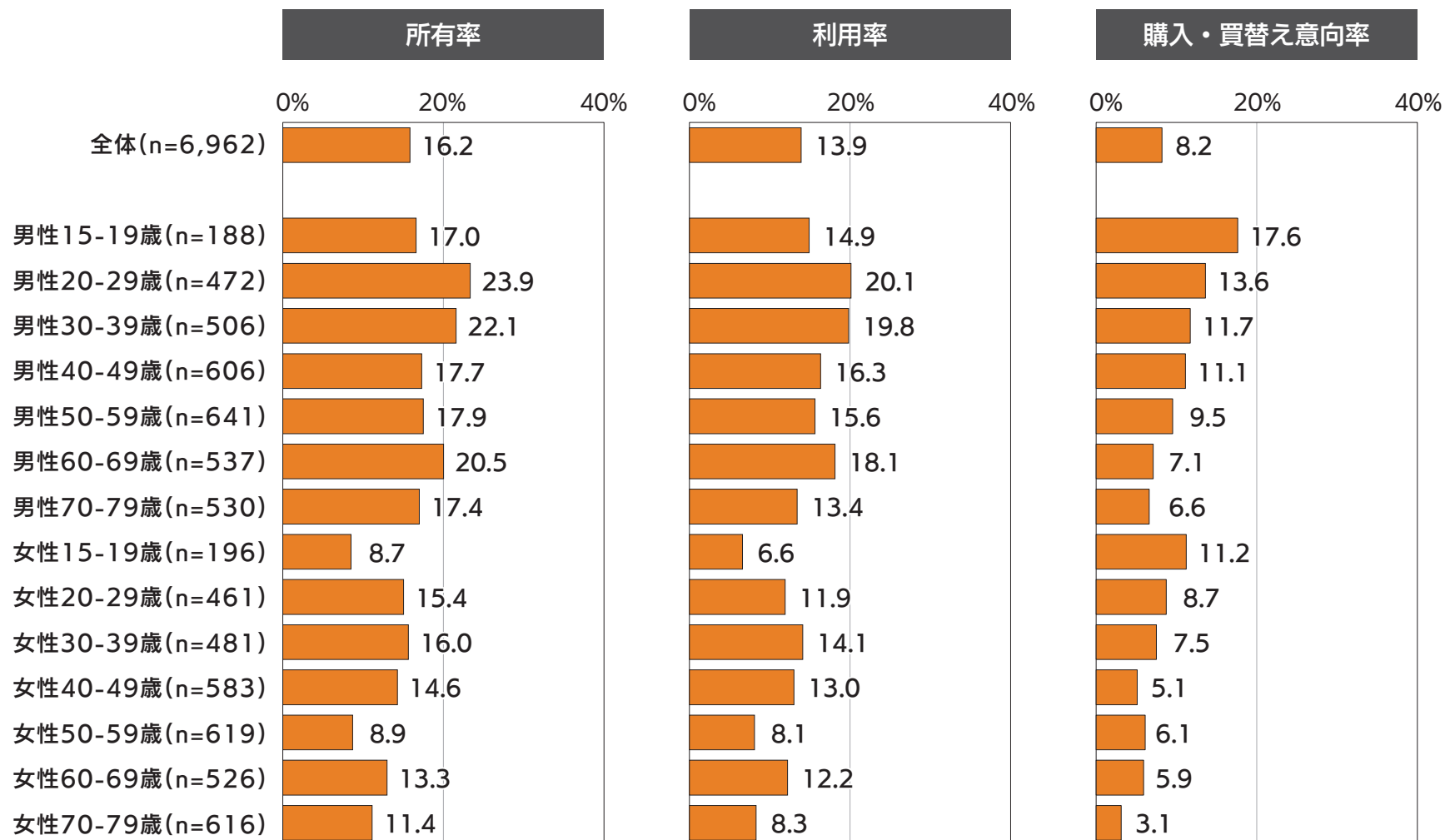
[資料1-14a] 性年代別 26

[資料1-14b] 職業別 27

[資料1-14a]

スマートウォッチ利用[性年代別](単一回答)

- スマートウォッチ所有率は全体で16.2%。
- 所有率、利用率は20～30代が高いが、購入・買替え意向率は10代が高い。

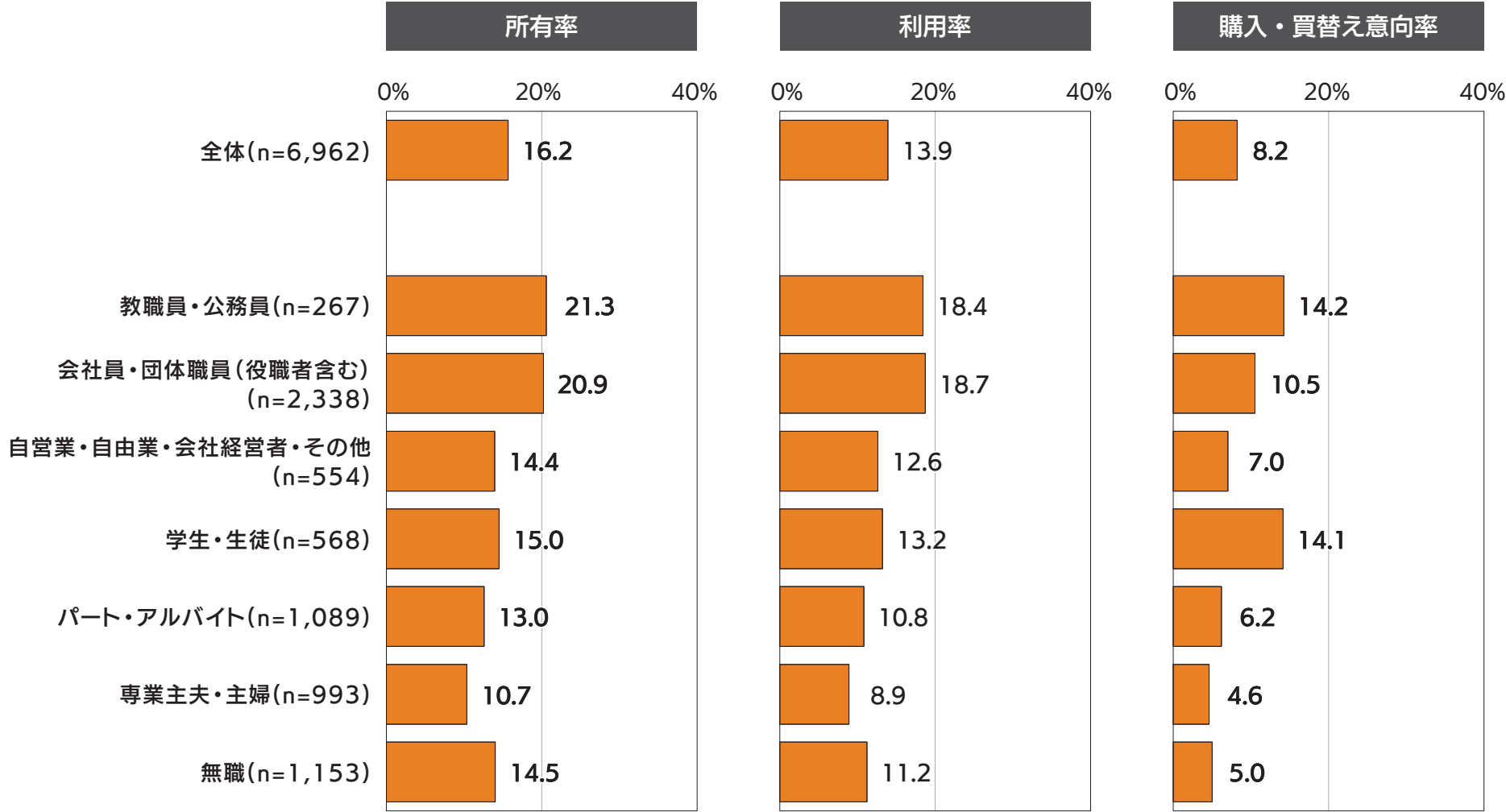


出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[資料1-14b]

スマートウォッチ利用[職業別](単一回答)

● 職業別に見ると所有率、利用率、購入・買替え意向率ともに教職員が最も高い。



出典：2025年一般向けモバイル動向調査

1章

モバイル端末の所有・利用状況

3節

スマートフォン利用行動

スマートフォンなどの利用時間

ポイント

- スマートフォンは1日6時間以上利用する割合は女性若年層で高く、10代女性では4割超(資料1-15)。

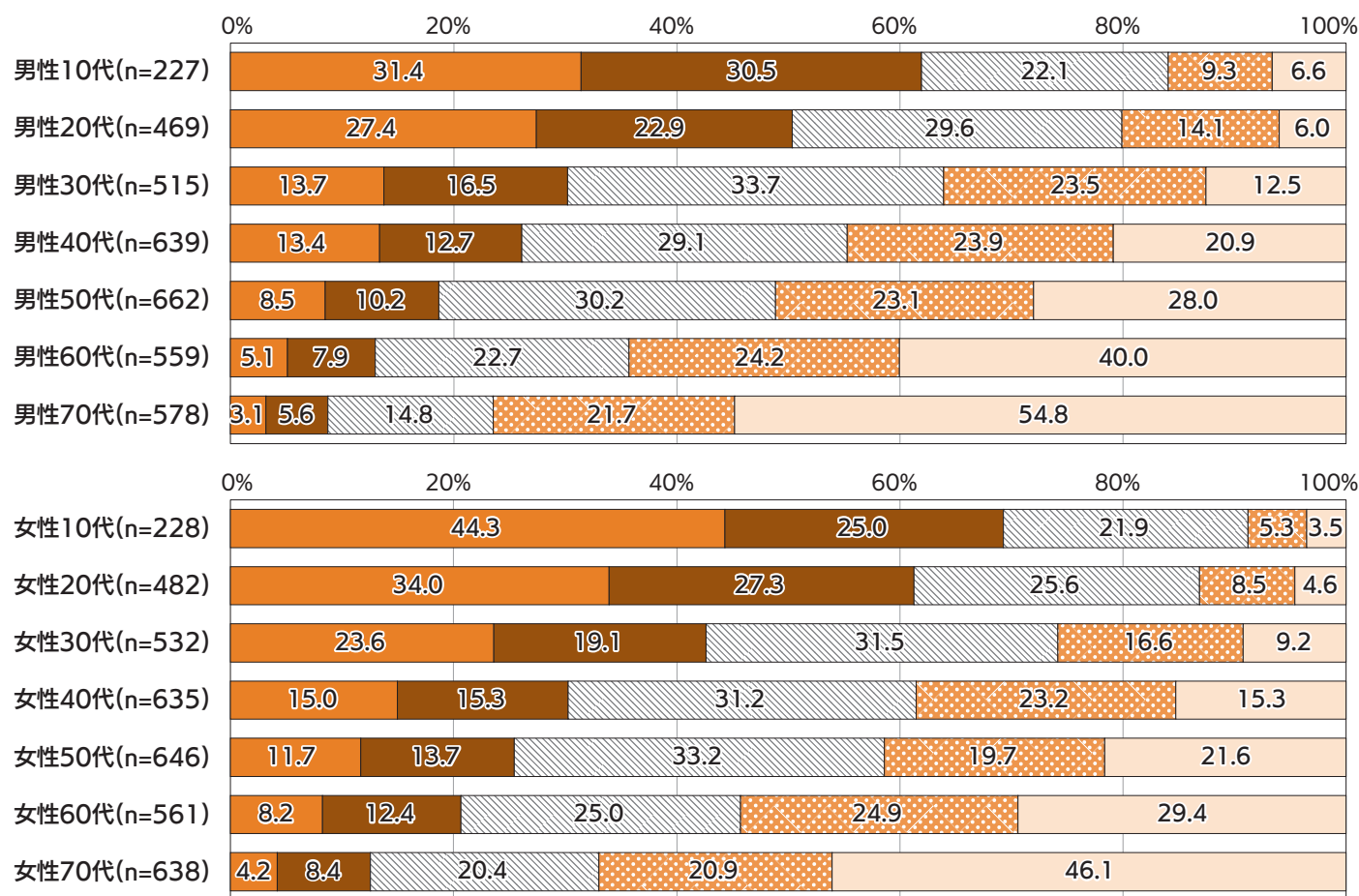
[資料1-15] 1日のスマートフォンの利用時間[性年代別](単一回答)	29
[資料1-16] 1日のタブレットの利用時間[性年代別](単一回答)	30
[資料1-17] 1日のパソコンの利用時間[性年代別](単一回答)	31

[資料1-15]

1日のスマートフォンの利用時間[性年代別] (単一回答)

- 1日6時間以上利用する割合は女性若年層で高く、10代女性では4割超。
- 70代男性は半数以上が1時間未満。

6時間以上 4時間～6時間未満 2時間～4時間未満 1時間～2時間未満 1時間未満



注：スマートフォン利用者が回答。

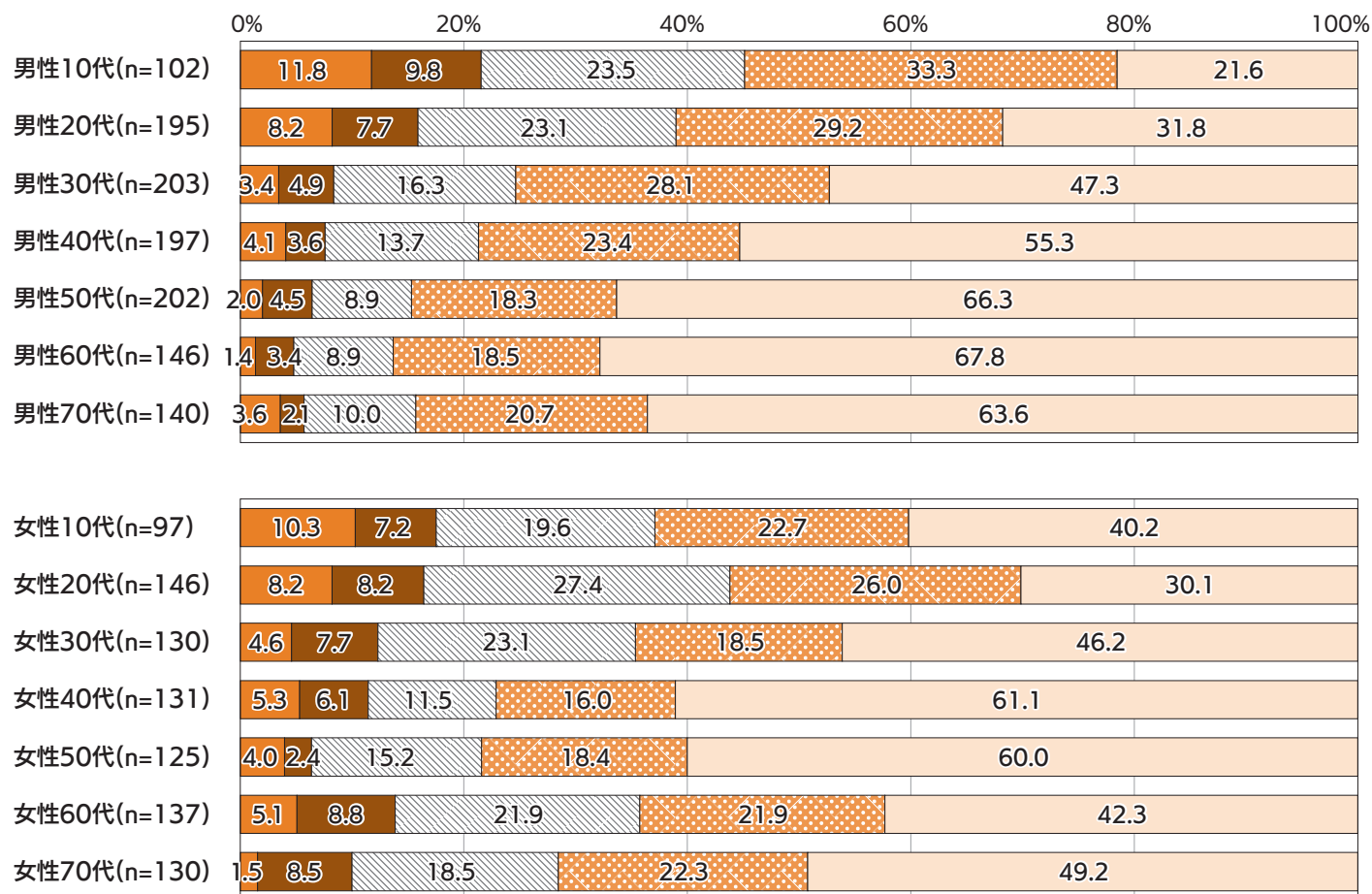
出典：2025年金融とICT調査

[資料1-16]

1日のタブレットの利用時間[性年代別](単一回答)

- タブレット利用時間が長い割合は男性若年層で高い。
- 男女とも10～20代の利用者の約2割が1日4時間以上タブレットを利用。

6時間以上 4時間～6時間未満 2時間～4時間未満 1時間～2時間未満 1時間未満



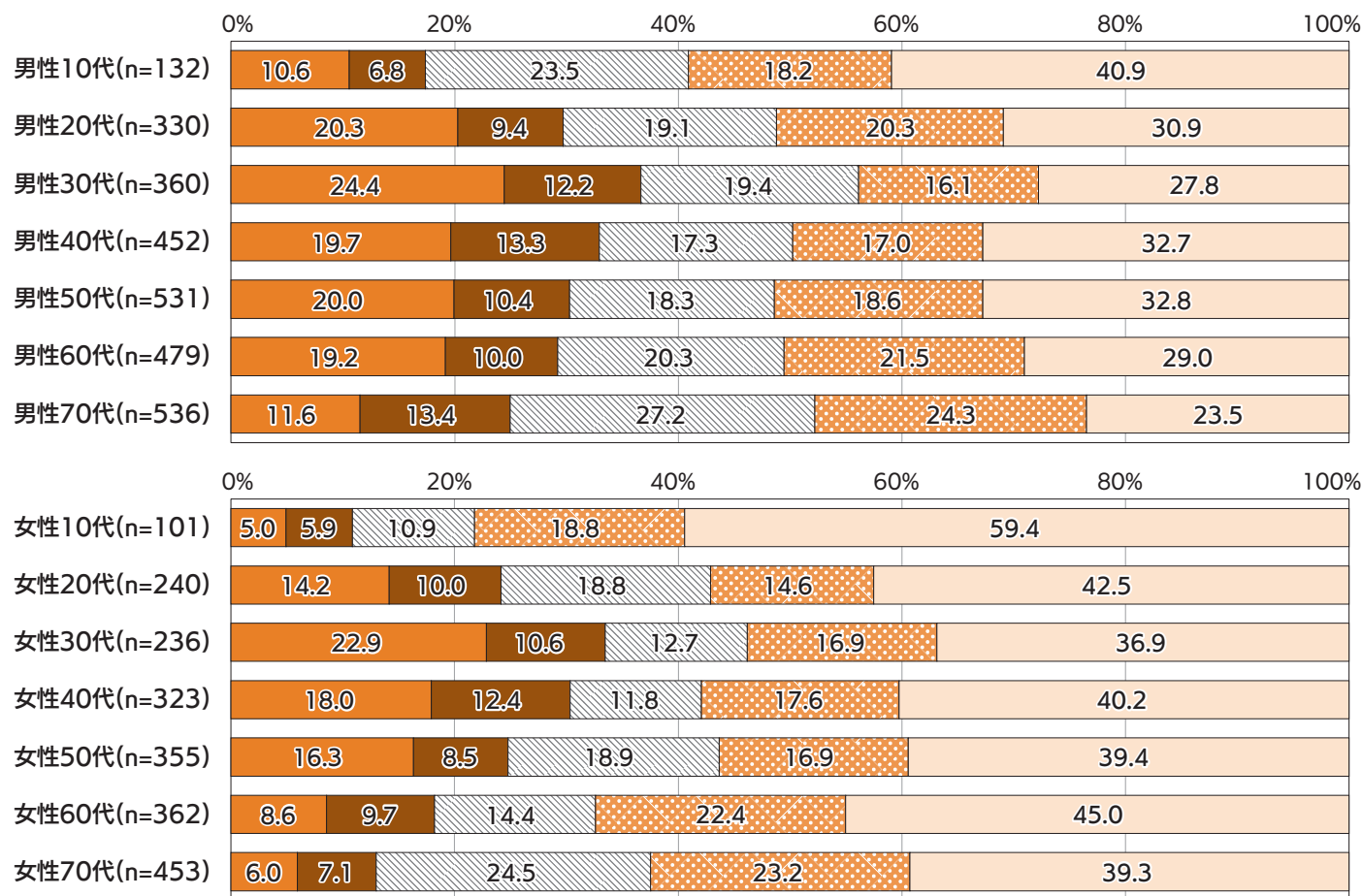
注：タブレット利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査

[資料1-17]

1日のパソコンの利用時間[性年代別](単一回答)

- 1日6時間以上パソコンを利用する割合は男女とも30代が最も高い。

6時間以上 4時間～6時間未満 2時間～4時間未満 1時間～2時間未満 1時間未満



注：パソコン利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査