

福岡県居住者の「スマートフォンの利用状況」調査 結果報告書

2016年7月



調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成28年5月20日（金）～5月23日（月）

4. 調査規模

537サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	227	42.3
女性	310	57.7
全体	537	100.0

■年齢	件数	構成比(%)
20代	53	9.9
30代	116	21.6
40代	123	22.9
50代	117	21.8
60代	106	19.7
70代以上	22	4.1
全体	537	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	295	54.9
福岡市以外都市圏	118	22.0
その他福岡県	124	23.1
全体	537	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
未婚	137	25.5
既婚で子どもなし	72	13.4
既婚で小学生以下の子どもがいる	107	19.9
既婚で中学生以上の扶養をしている子どもがいる	86	16.0
既婚で扶養する子どもなし(子育て終了)	135	25.1
全体	537	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	155	28.9
公務員	18	3.4
団体職員	14	2.6
会社役員	5	0.9
派遣社員・契約社員	31	5.8
商工自営	24	4.5
農林漁業	2	0.4
自営手伝い	4	0.7
自由業(医師・弁護士・税理士等)	14	2.6
学生	5	0.9
パート・アルバイト	77	14.3
主婦(主夫)専業	121	22.5
無職	57	10.6
その他	10	1.9
全体	537	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

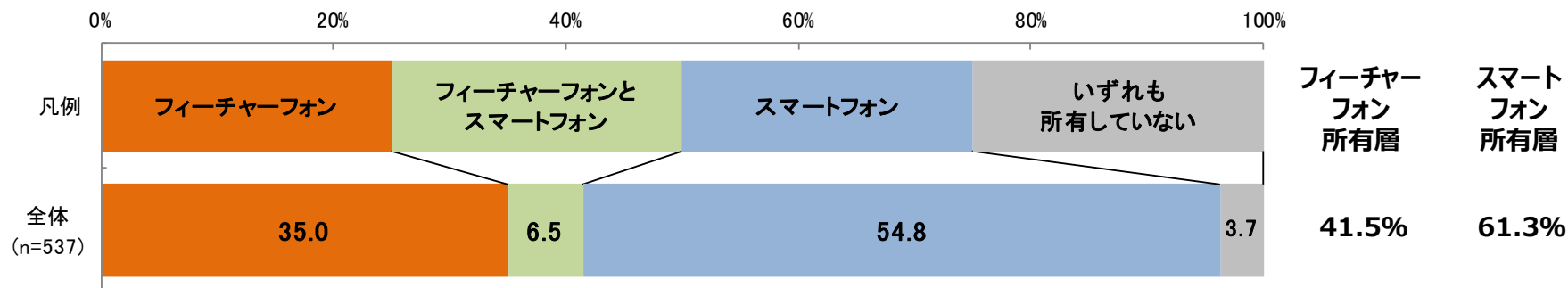
1. 携帯電話の所有状況

スマートフォン所有層は約6割だが、年代による差が大きく、30代以下では8割を超えている。

現在所有している携帯電話で、最も割合が高かったのは「スマートフォン」で54.8%、次いで「フィーチャーフォン」35.0%である。「フィーチャーフォンとスマートフォン」を合算したスマートフォン所有層の割合は61.3%であった。

- 性別に見ると、男性はフィーチャーフォン所有層、女性はスマートフォン所有層の割合が高い。女性のスマートフォン所有層の割合はフィーチャーフォン所有層の割合を30ポイント以上上回っている。
- 年代別に見ると、年代が下がるにつれてスマートフォン所有層の割合が高くなっており、30代以下では8割を超えている。

◆携帯電話の所有状況【単一回答】



*フィーチャーフォン所有層＝「フィーチャーフォン」＋「フィーチャーフォンとスマートフォン」

*スマートフォン所有層＝「スマートフォン」＋「フィーチャーフォンとスマートフォン」

*フィーチャーフォン＝従来型の携帯電話、ガラケー

*スマートフォン＝Android、iPhoneなど

◆携帯電話の所有状況【単一回答】

			【%】				【%】	
		調査数	フィーチャーフォン	フィーチャーフォンとスマートフォン	スマートフォン	いずれも有していない	フィーチャーフォン所有層	スマートフォン所有層
全体		537	35.0	6.5	54.8	3.7	41.5	61.3
性別	男性	227	41.4	7.5	47.1	4.0	48.9	54.6
	女性	310	30.3	5.8	60.3	3.5	36.1	66.1
年代別	30代以下	169	16.0	8.3	74.6	1.2	24.3	82.9
	40・50代	240	35.0	7.5	53.4	4.2	42.5	60.9
	60代以上	128	60.2	2.3	31.3	6.3	62.5	33.6
携帯所有別	フィーチャーフォン所有層	223	84.3	15.7	-	-	100.0	15.7
	スマートフォン所有層	329	-	10.6	89.4	-	10.6	100.0

*フィーチャーフォン所有層＝「フィーチャーフォン」＋「フィーチャーフォンとスマートフォン」

*スマートフォン所有層＝「スマートフォン」＋「フィーチャーフォンとスマートフォン」

*フィーチャーフォン＝従来型の携帯電話、ガラケー

*スマートフォン＝Android、iPhoneなど

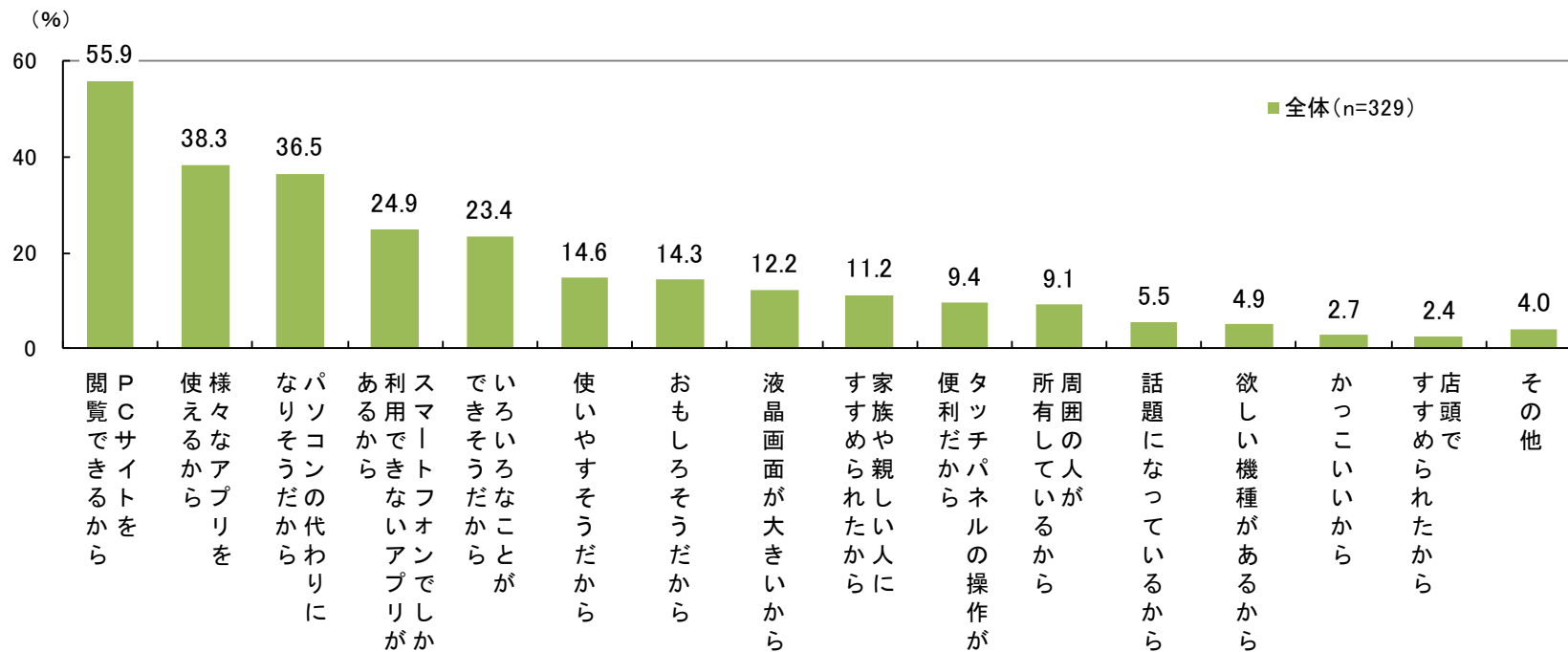
2. スマートフォン所有の動機 *スマートフォン所有層限定

スマートフォン所有の動機は、パソコンの代替機能とアプリ利用が2大要因。

スマートフォン所有者における所有の動機は、「PCサイトを閲覧できるから」の割合が55.9%で最も高く、次いで「様々なアプリを使えるから」38.3%、「パソコンの代わりになりそうだから」36.5%の順である。

- ・性別で、大きな差は見られない。
- ・年代別に見ると、年代が下がるにつれて「PCサイトを閲覧できるから」の割合が高くなっている。また、60代以上は「家族や親しい人にすすめられたから」の割合が高い。

◆スマートフォン所有の動機【複数回答】 *スマートフォン所有層限定



◆スマートフォン所有の動機【複数回答】 *スマートフォン所有層限定

【%】

		調査数	PCサイトを閲覧できるから	様々なアプリを使えるから	パソコンの代わりになりそうだから	スマートフォンアプリがあるから	いろいろなことができる	使いやすいから	おもしろそうだから	液晶画面が大きいから	家族や親しい人にすすめられたから	タッチパネルの操作が便利だから	周囲の人が所有しているから	話題になっているから	欲しい機種があるから	カッコいいから	店頭ですすすめられたから	その他
全体		329	55.9	38.3	36.5	24.9	23.4	14.6	14.3	12.2	11.2	9.4	9.1	5.5	4.9	2.7	2.4	4.0
性別	男性	124	56.5	43.5	32.3	29.8	21.8	12.9	12.1	10.5	5.6	12.9	5.6	6.5	6.5	2.4	4.0	5.6
	女性	205	55.6	35.1	39.0	22.0	24.4	15.6	15.6	13.2	14.6	7.3	11.2	4.9	3.9	2.9	1.5	2.9
年代別	30代以下	140	62.1	43.6	36.4	26.4	20.7	17.1	16.4	13.6	10.0	9.3	12.1	5.7	5.7	5.0	1.4	1.4
	40・50代	146	53.4	34.2	37.7	23.3	25.3	11.0	13.0	12.3	9.6	9.6	5.5	4.8	5.5	1.4	3.4	4.8
	60代以上	43	44.2	34.9	32.6	25.6	25.6	18.6	11.6	7.0	20.9	9.3	11.6	7.0	-	-	2.3	9.3

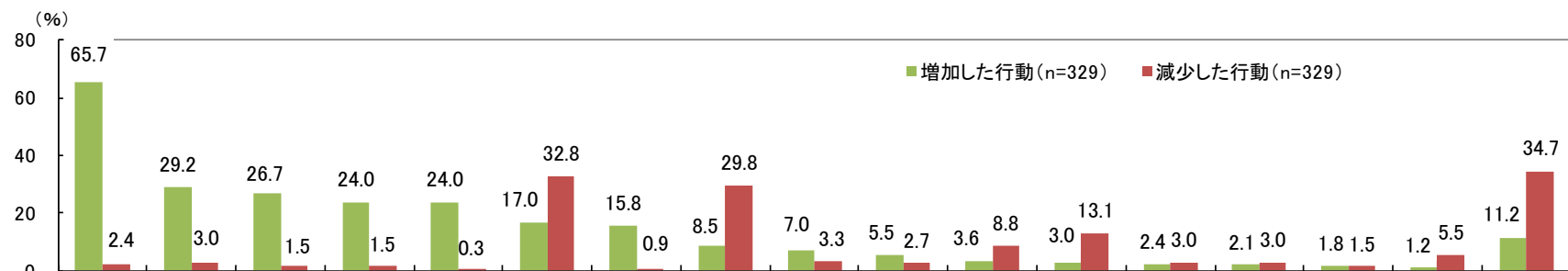
3. スマートフォン所有による行動変化 *スマートフォン所有層限定

スマートフォンの所有により「LINEなどのメッセージアプリ」の利用が増加し、「電話」や「メール」、「テレビ視聴」の割合が減っている。特に女性や若年層でその傾向が強い。

スマートフォンの所有によって増加した行動は、「LINEなどのメッセージアプリ」の割合が65.7%で最も高く、次いで「SNS」29.2%、「ネットサーフィン」26.7%の順である。また、スマートフォンの所有によって減少した行動は、「メール」の割合が32.8%で最も高く、次いで「電話」29.8%、「テレビ視聴」13.1%の順である。

- 性別に見ると、スマートフォン所有によって増加した行動では、女性は「LINEなどのメッセージアプリ」の割合が高い。一方で、スマートフォン所有によって減少した行動では、女性は「メール」の割合が高い。
- 年代別に見ると、スマートフォン所有によって増加した行動は、30代以下は「LINEなどのメッセージアプリ」の割合が高い。また、年代が下がるにつれて「SNS」「ネットサーフィン」「ネットショッピング」「スマートフォンを使うゲーム」の割合が高くなっている。一方で、スマートフォン所有によって減少した行動は、30代以下で「メール」、50代以下で「電話」の割合が高くなっている。

◆スマートフォン所有による行動変化【複数回答】 *スマートフォン所有層限定



調査数	LINEなどのメッセージアプリ	SNS	ネットサーフィン	ネットショッピング	スマートフォンを使うゲーム	メール	音楽コンテンツ動画	電話	ラジオ聴取	趣味に関する時間	新聞や書籍の購読	テレビ視聴	店頭でのショッピング	実際に人に会うこと	スポーツ・健康活動	使わないゲーム	特に変化していない
増加した行動	329	65.7	29.2	26.7	24.0	17.0	15.8	8.5	7.0	5.5	3.6	3.0	2.4	2.1	1.8	1.2	11.2
減少した行動	329	2.4	3.0	1.5	1.5	32.8	0.9	29.8	3.3	2.7	8.8	13.1	3.0	3.0	1.5	5.5	34.7

◆スマートフォン所有によって増えた行動【複数回答】 *スマートフォン所有層限定

		調査数	LINEなどの メッセージアプリ	SNS	ネットサーフィン	ネットショッピング	スマートフォンを 使うゲーム	メール	オンライン動画・ 音楽コンテンツ	電話	ラジオ聴取	趣味に関する時間	新聞や書籍の購読	テレビ視聴	店頭でのショッピング	実際に人に会うこと	スポーツ・健康活動	使わないゲーム	特に変化していない
全体		329	65.7	29.2	26.7	24.0	24.0	17.0	15.8	8.5	7.0	5.5	3.6	3.0	2.4	2.1	1.8	1.2	11.2
性別	男性	124	51.6	30.6	25.0	20.2	21.0	25.8	12.9	11.3	8.9	5.6	6.5	4.0	3.2	3.2	4.0	1.6	14.5
	女性	205	74.1	28.3	27.8	26.3	25.9	11.7	17.6	6.8	5.9	5.4	2.0	2.4	2.0	1.5	0.5	1.0	9.3
年代別	30代以下	140	75.0	37.9	38.6	29.3	30.7	15.0	19.3	10.0	5.7	4.3	2.9	3.6	2.9	2.1	1.4	2.1	9.3
	40・50代	146	58.2	24.0	21.2	24.0	22.6	18.5	13.7	6.2	8.9	5.5	4.8	2.7	2.1	2.1	2.1	0.7	11.6
	60代以上	43	60.5	18.6	7.0	7.0	7.0	18.6	11.6	11.6	4.7	9.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	-	16.3

◆スマートフォン所有によって減った行動【複数回答】 *スマートフォン所有層限定

		調査数	LINEなどの メッセージアプリ	SNS	ネットサーフィン	ネットショッピング	スマートフォンを 使うゲーム	メール	オンライン動画・ 音楽コンテンツ	電話	ラジオ聴取	趣味に関する時間	新聞や書籍の購読	テレビ視聴	店頭でのショッピング	実際に人に会うこと	スポーツ・健康活動	使わないゲーム	特に変化していない
全体		329	2.4	3.0	1.5	1.5	0.3	32.8	0.9	29.8	3.3	2.7	8.8	13.1	3.0	3.0	1.5	5.5	34.7
性別	男性	124	2.4	2.4	0.8	2.4	0.8	25.8	1.6	25.0	3.2	3.2	10.5	12.9	4.8	4.0	2.4	7.3	39.5
	女性	205	2.4	3.4	2.0	1.0	-	37.1	0.5	32.7	3.4	2.4	7.8	13.2	2.0	2.4	1.0	4.4	31.7
年代別	30代以下	140	2.9	4.3	1.4	0.7	0.7	47.9	1.4	33.6	4.3	2.9	9.3	10.7	4.3	3.6	1.4	8.6	23.6
	40・50代	146	2.1	2.1	1.4	2.1	-	21.2	-	29.5	3.4	3.4	8.9	15.1	0.7	3.4	1.4	2.1	40.4
	60代以上	43	2.3	2.3	2.3	2.3	-	23.3	2.3	18.6	-	-	7.0	14.0	7.0	-	2.3	7.0	51.2

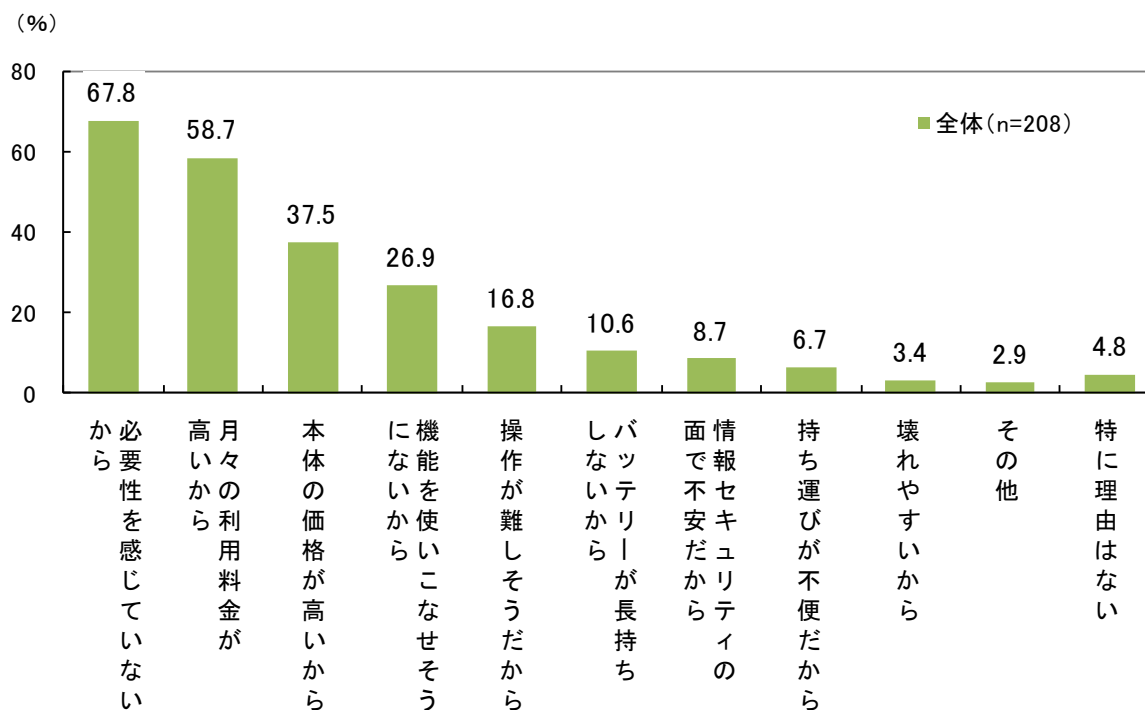
4. スマートフォンの非所有理由 *スマートフォン非所有層限定

スマートフォンを所有しない理由は、「必要性を感じていない」がトップ、高年齢層でその傾向が強い。

スマートフォンを所有しない理由は、「必要性を感じていないから」の割合が67.8%で最も高く、次いで「月々の利用料金が高いから」58.7%、「本体の価格が高いから」37.5%の順である。

- ・性別で、大きな差は見られない。
- ・サンプル数が少ないため参考程度だが、年代別に見ると、40代以上は30代以下に比べて「必要性を感じていないから」「機能を使いこなせそうにないから」の割合が高い。

◆スマートフォンの非所有理由【複数回答】 *スマートフォン非所有層限定



◆スマートフォンの非所有理由【複数回答】 *スマートフォン非所有層限定

		調査数	から 必要 性を 感じ てい ない	高 い か ら 月 々 の 利 用 料 金 が	本 体 の 価 格 が 高 い か ら	機 能 を 使 い こ な せ そ う に な い か ら	操 作 が 難 し そ う だ か ら	し な い か ら バ ッ テ リ ー が 長 持 ち	情 報 セ キ ュ リ テ ィ の 面 で 不 安 だ か ら	持 ち 運 び が 不 便 だ か ら	壊 れ や す い か ら	そ の 他	特 に 理 由 は な い
全体		208	67.8	58.7	37.5	26.9	16.8	10.6	8.7	6.7	3.4	2.9	4.8
性別	男性	103	65.0	58.3	37.9	22.3	15.5	8.7	4.9	6.8	1.9	1.9	5.8
	女性	105	70.5	59.0	37.1	31.4	18.1	12.4	12.4	6.7	4.8	3.8	3.8
年代別	30代以下	29	55.2	58.6	34.5	13.8	13.8	13.8	3.4	6.9	6.9	6.9	6.9
	40・50代	94	68.1	58.5	37.2	28.7	18.1	12.8	10.6	5.3	4.3	3.2	4.3
	60代以上	85	71.8	58.8	38.8	29.4	16.5	7.1	8.2	8.2	1.2	1.2	4.7

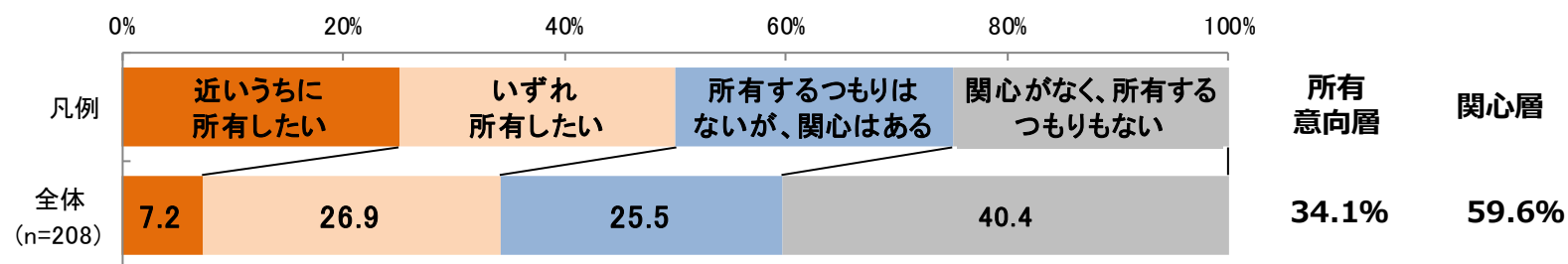
5. 今後のスマートフォン所有意向 *スマートフォン非所有層限定

非所有層における今後のスマートフォン所有意向は3割超。

スマートフォン非所有層に今後のスマートフォン所有意向を聞いたところ、「近いうちに所有したい」の割合が7.2%、「いずれ所有したい」26.9%で、これらを合わせた所有意向層は34.1%であった。所有意向層に「所有するつもりはないが、関心はある」25.5%を加えた関心層は59.6%で過半数を占めている。

・性別、年代別には、大きな差は見られない。

◆今後のスマートフォン所有意向【単一回答】 *スマートフォン非所有層限定



		調査数	近いうちに所有したい	いずれ所有したい	所有するつもりはないが、関心はある	関心がなく、所有するつもりもない	所有意向層	関心層
			【%】				【%】	
全体		208	7.2	26.9	25.5	40.4	34.1	59.6
性別	男性	103	6.8	26.2	30.1	36.9	33.0	63.1
	女性	105	7.6	27.6	21.0	43.8	35.2	56.2
年代別	30代以下	29	10.3	27.6	20.7	41.4	37.9	58.6
	40・50代	94	6.4	28.7	23.4	41.5	35.1	58.5
	60代以上	85	7.1	24.7	29.4	38.8	31.8	61.2

* 所有意向層 = 「近いうちに所有したい」+「いずれ所有したい」

* 関心層 = 所有意向層 + 「所有するつもりはないが、関心はある」

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : inq@gcom-net.co.jp