

各 位

2012年12月4日
株式会社インプレスR&D
<http://www.impressRD.jp/>

——契約数は、2012年度の4878万台から、2017年度には9174万台に到達——

黎明期から続く7年目の実績

『スマートフォン利用動向調査報告書 2013

〔市場動向と展望／ケータイとの比較から分析するユーザー動向〕』発売

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）のシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所は、モバイルコンピューティング推進コンソーシアム（MCPC）（事務局：東京都港区、会長：安田晴彦）スマートモバイル活用委員会の監修の元に、スマートフォンの利用実態をまとめた『スマートフォン利用動向調査報告書 2013 [市場動向と展望／ケータイとの比較から分析するユーザー動向]』（URL：<http://r.impressrd.jp/iil/smartphone2013>）の販売を12月6日（木）より開始します。

携帯電話市場の主戦場はフィーチャーフォンからスマートフォンへとシフトし、スマートフォンによるユーザーのインターネット利用動向はフィーチャーフォン時代とは大きく異なってきています。グローバル端末に加え、ローカライズが進んだ多種多様な端末が発売されるなか、通信キャリアや端末メーカーはもちろん、コンテンツプロバイダー、サービスプロバイダー、広告代理店等も、フィーチャーフォンのみならずスマートフォンやタブレット端末などマルチデバイスを横断的に見ながら戦略を考えていく必要に迫られています。

そこで本報告書では、①法人におけるモバイル機器の導入決裁権者または決済関与者を対象とした「法人のスマートフォン利用動向調査」および、②実際にスマートフォンを活用している個人ユーザーを対象とした「個人のスマートフォン利用動向調査」という2つの定量調査を実施し、スマートフォンの利用実態を明らかにしています。法人では「従業員規模別」「業種別」、個人では「性年代別」「メインで利用する端末別（スマートフォン／フィーチャーフォン）」「OS別（iOS/Android）」「キャリア別」などさまざまなクロス軸に基づくExcelの数表とグラフもCD-ROMに収録しており、すぐに活用できます。

また、モバイルコンピューティング推進コンソーシアム（MCPC）スマートモバイル活用委員会の監修と寄稿により、「スマートフォンの動向と市場予測」「スマートフォンの市場展望」「企業のスマートフ

オン利用動向」などを解説しています。

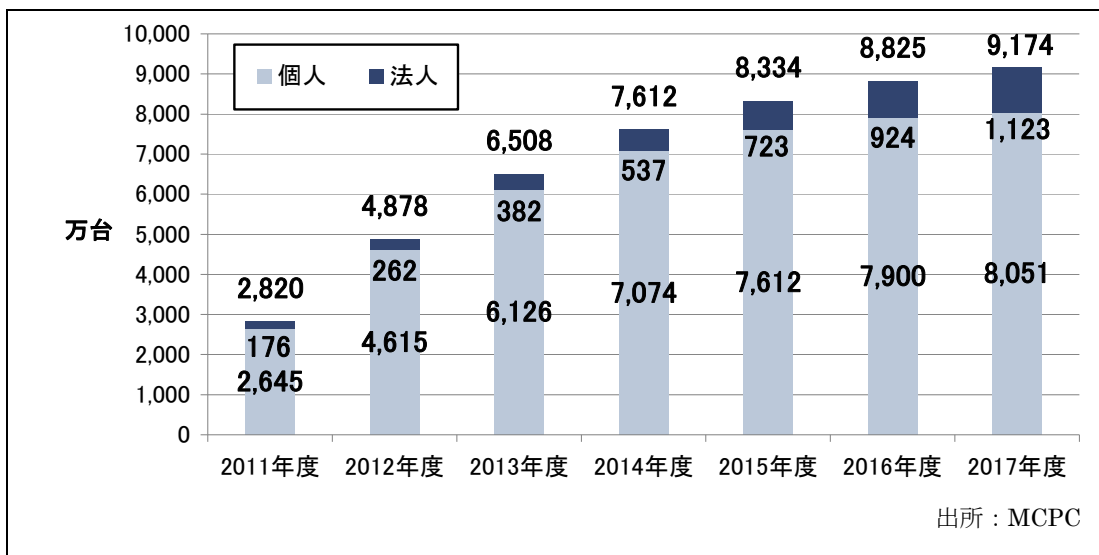
インプレス R&D インターネットメディア総合研究所では、今後も継続して、スマートフォンをはじめとするモバイルや IT、インターネットの最新動向を調査し、報告していく予定です。

<<『スマートフォン利用動向調査報告書 2013』の注目の調査結果>>

■スマホ契約数は、2012年度の4878万台から、2017年度には9174万台に到達

MCPC スマートフォン活用委員会およびインプレス R&D は共同で調査を行い、スマートフォンの契約数および出荷台数を推計しました。2012年3月末(2011年度)におけるスマートフォンの契約数は2820万契約(個人2645万契約、企業176万契約)です。2013年3月末(2012年度)は前年比173%増の6508万契約(個人6126万契約、企業382万契約)となる見通しです。2012年度は、iPhone 5の発売だけでなく、LTE対応、テザリング機能対応機種拡大など、既存機種からの乗り換えを促進する新機種が提供されたことも影響していると思われます。

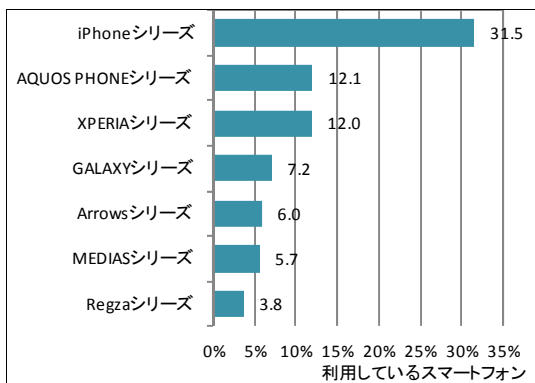
今後もスマートフォンは成長を続け、2018年3月末(2017年度)の契約数は9174万契約(個人8051万契約、企業1123万契約)となる見通しです。



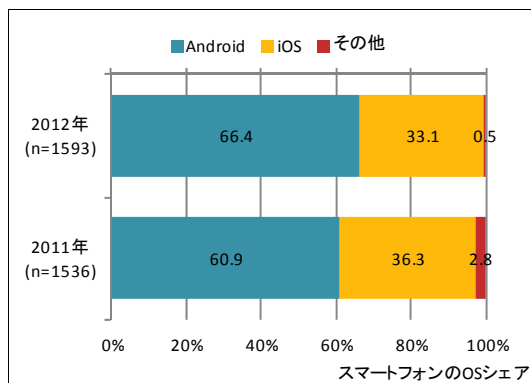
資料1 スマートフォン契約数の予測

■個人のスマートフォン使用機種ランキングは iPhone シリーズがトップ、OS シェアは Android が 66.4%

スマートフォンの使用機種ランキングでは、iPhone シリーズが 31.5%、AQUOS PHONE シリーズが 12.1%、XPERIA シリーズが 12.0%、GALAXY シリーズが 7.2%、Arrows シリーズが 6.0%と続きます。その結果、OS シェア(不明除く)では、Android が 66.4%、iOS が 33.1%となり、Android は昨年から 5.5 ポイント上昇しています。



資料2 利用しているスマートフォン

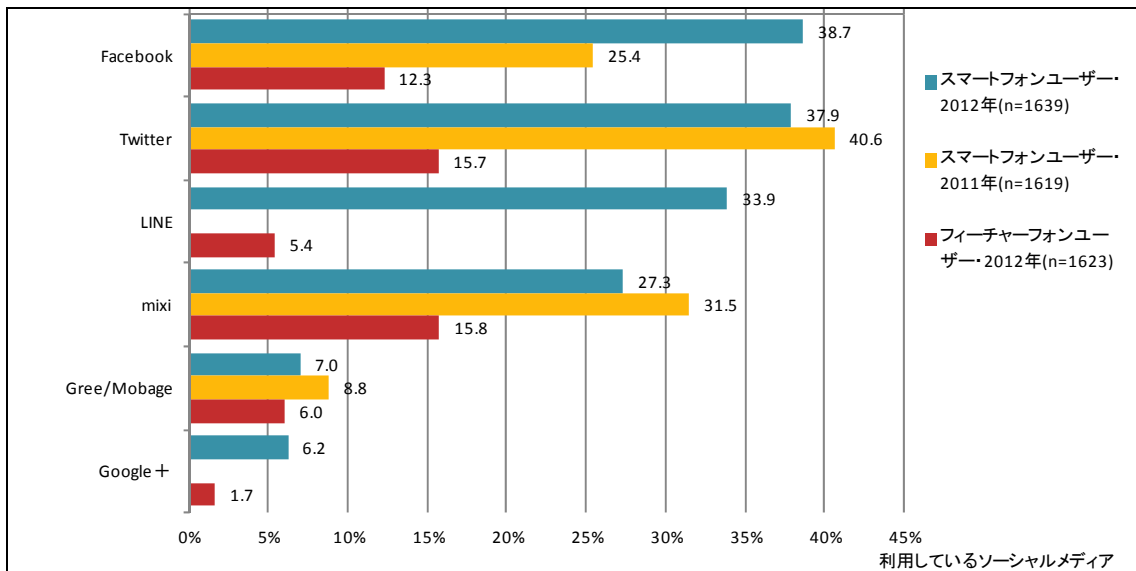


資料3 スマートフォンの OS シェア

■スマートフォンユーザーの Facebook 利用率は 38.7%、Twitter は 37.9%

スマートフォンユーザーの主なソーシャルメディアの利用率は、「Facebook」が 38.7% (昨年は 25.4%)、「Twitter」が 37.9% (昨年は 40.6%) と並んで高く、昨年と比較すると Facebook の利用率が 13.3 ポイント上昇する一方、Twitter は 2.7 ポイント減少しています。また、急成長している「LINE」※は上位 2 サービスに続く 33.9% です。「mixi」および「GREE/Mobage」の利用率はそれぞれ微減しています。

※「LINE」はソーシャルメディアとしての利用率を調査。

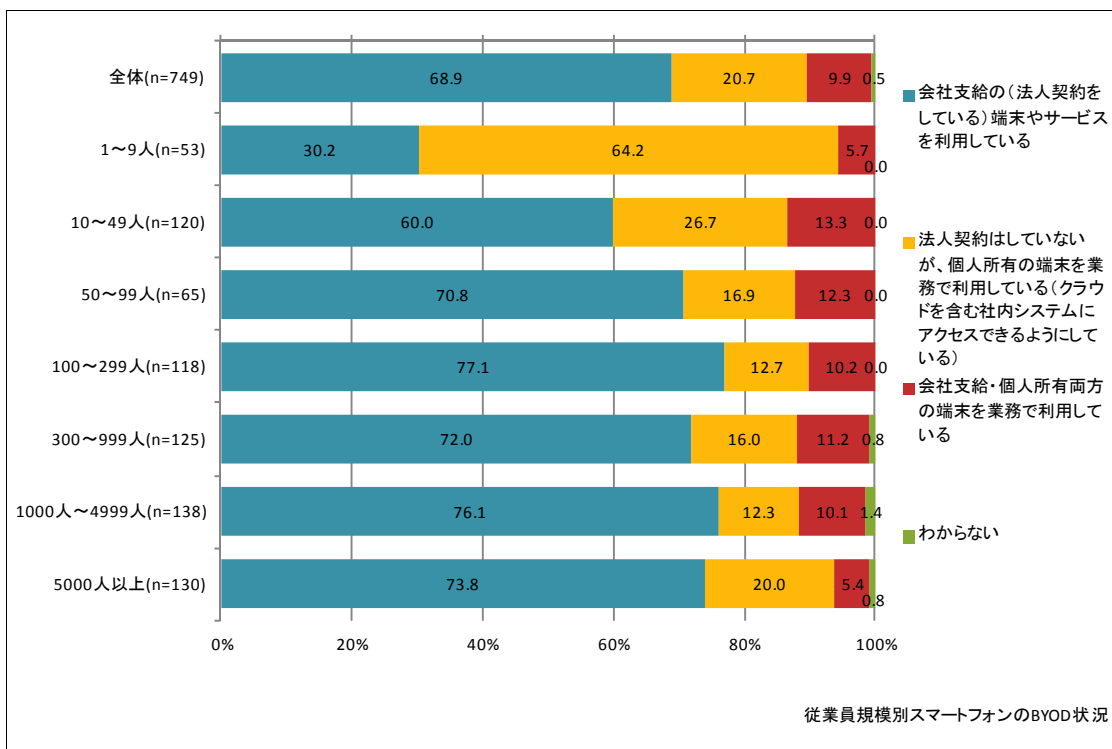


資料 4 利用しているソーシャルメディア (抜粋)

■企業の BYOD 導入率は 30.5%、1~9 人の小規模企業では 69.9%に

スマートフォンを業務利用していると回答した企業の、「個人所有の端末を業務で利用している(社内システムにアクセスできるようにしている)」と回答した企業(BYOD を利用している企業)は 30.5%です。また、法人契約をせず BYOD のみで運用している企業も 20.7%となっています。

従業員規模別に見た場合、小規模な企業ほど BYOD の比率が高くなる傾向が見られ、1~9 人の小規模な企業では 69.9%にも達します。



資料5 従業員規模別スマートフォンのBYOD状況 (対象：スマートフォン導入企業)

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

『スマートフォン利用動向調査報告書 2013』
 [市場動向と展望/ケータイとの比較から分析するユーザー動向]
 MCPC スマートモバイル活用委員会 監修
 インターネットメディア総合研究所 編

<<製品形態・販売価格一覧 >>

発売日 : 2012年12月6日(木)(予約受付中)
 価格 : CD(PDF)版 71,400円(税込)
 CD(PDF)+冊子版 81,900円(税込)

判型 : A4判
 ページ数 : 280ページ
 詳細、ご予約は右よりご覧ください。 → <http://r.impressrd.jp/iil/smartphone2013>

弊社の調査報告書は「libura PRO(ライブラ・プロ)」からもご購入いただけます(新刊は近日登録予定)。
 → <https://libura-pro.com/>

※libura PROでは、誌面イメージを確認してから、ダウンロード版/CD版/冊子版を購入していただけるだけでなく、商品の興味のある一部分(現在は章単位)だけを選んで購入したり、選んだ部分をPOD(プリント・オン・デマンド)で製本してご購入いただくことができます。

インプレス R&D インターネットメディア総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD(PDF)版をご用意しております。

<< 調査概要 >>

■法人のスマートフォン利用動向調査
 調査対象: 勤務先の企業において、モバイル機器の導入決裁権者または決済関係者
 対象地域: 全国
 調査方法: PC上のインターネット調査
 有効回答数: 1,795

調査期間:本調査:2012年9月18日(火)～2012年9月24日(月)

■個人のスマートフォン利用動向調査

調査対象:【利用率調査】パソコンでインターネットを利用している13歳以上の個人

【利用者実態調査】スマートフォンを利用してウェブサイトの閲覧している13歳以上の男女個人

対象地域:全国

調査方法:パソコン上でのインターネット調査

有効回答数 :【利用率調査】85,514

【利用者実態調査】メイン端末としてスマートフォンを利用している人 1639

調査期間:プレ調査:2012年10月5日～10月15日

本調査 :2012年10月25日～10月30日

<<目次 >>

はじめに

目次

- 第1章 スマートフォンの動向と市場予測
 - 1.1 スマートフォンの概要
 - 1.1.1 スマートフォンの定義—MCPC—
 - 1.1.2 スマートフォンのOS別特徴
 - 1.1.3 利用価値が拡大するスマートフォン
 - 1.1.4 クラウドサービスで加速するスマートフォン利用
 - 1.2 スマートフォンの利用動向
 - 1.2.1 スマートフォンの認知
 - 1.2.2 スマートフォンの利用意向
 - 1.3 スマートフォン市場の中期予測
 - 1.3.1 契約数
 - 1.3.2 出荷台数(販売台数)
 - 1.3.3 利用率
- 第2章 スマートフォンの市場展望
 - 2.1 スマートフォンOSの市場展望
 - 2.1.1 スマートフォンOSの市場展望
 - 2.2 LTEが実現する将来のサービス
 - 2.2.1 LTEとは
 - 2.2.2 LTE導入初期の経過処置
 - 2.2.3 LTE成熟期
 - 2.2.4 RCS-eサービス
 - 2.2.5 オールIP化の未来
 - 2.3 スマートフォン利用の今後の可能性
 - 2.3.1 広がる「家庭」利用
 - 2.3.2 企業のソーシャルネットワーク活用
 - 2.3.3 O2O(オンライン・ツー・オフライン)ビジネス
 - 2.3.4 携帯電話キャリアの提供するソリューション
 - 2.3.5 NFC(Near Field Communication)
 - 2.3.6 クレジットカードリーダー
 - 2.3.7 スマートフォンを組み込んださまざまなデバイスの可能性
- 第3章 企業のスマートフォン利用動向調査のハイライト
 - 3.1 伸長する企業のスマートフォン利用
 - 3.1.1 スマートフォンの企業利用動向
 - 3.1.2 企業の今後のスマートフォン利用意向
 - 3.2 フィールド業務への期待と事例
 - 3.2.1 フィールド業務への期待
 - 3.2.2 先進事例
 - 3.3 今後の企業のスマートフォン導入の鍵
 - 3.3.1 企業の意識
 - 3.3.2 企業導入の鍵
- 第4章 個人のスマートフォン利用動向調査のハイライト
 - 4.1 利用状況

4.2	使用機種
4.3	利用機能とアプリ
第5章	企業のスマートフォン利用動向
5.1	調査概要
	5.1.1 調査概要
	5.1.2 回答者のプロフィール
5.2	導入状況
	5.2.1 スマートフォンの導入率
	5.2.2 利用しているスマートフォン
	5.2.3 スマートフォン導入により期待していた効果
	5.2.4 スマートフォンを導入した理由
	5.2.5 スマートフォン導入時に重視した項目
	5.2.6 スマートフォンで希望する画面サイズ
	5.2.7 スマートフォンでのアクセサリー利用状況
5.3	BYOD
	5.3.1 スマートフォンのBYOD状況
	5.3.2 個人所有の端末を業務で利用するための条件
	5.3.3 個人所有のモバイル機器の利用にあたっての懸念事項
	5.3.4 個人所有の機器の業務での利用許可に対する今後の見込み
5.4	業務用途と効果
	5.4.1 スマートフォンを利用している業務用途
	5.4.2 スマートフォンで利用しているクラウドの業務用途
	5.4.3 スマートフォンを利用している社員の職種と今後の意向
	5.4.4 スマートフォンを利用する場所
5.5	評価
	5.5.1 スマートフォン導入の満足度
	5.5.2 スマートフォン導入による効果
	5.5.3 スマートフォンの不満な点
5.6	今後の意向
	5.6.1 スマートフォンの新規・追加導入意向
	5.6.2 今後のスマートフォン契約台数に対する増減意向
	5.6.3 スマートフォンのBYODに対する意向
	5.6.4 スマートフォンで利用可能性の高いOS
	5.6.5 スマートフォンを利用したい業務用途
第6章	個人のスマートフォン利用動向
6.1	調査概要
	6.1.1 調査概要
	6.1.2 留意事項
	6.1.3 回答者のプロフィール
6.2	利用率と利用者属性
	6.2.1 利用率
	6.2.2 利用者の性年代構成
6.3	通信サービス会社
	6.3.1 各通信サービス会社への評価
	6.3.2 現在の通信サービス会社の満足度
6.4	利用機種と購入状況
	6.4.1 利用しているスマートフォンのシリーズ名
	6.4.2 現在利用している機種の利用歴
	6.4.3 購入形態
	6.4.4 現在利用している機種を購入する際に重視した項目
	6.4.5 購入時の代金支払い方法
	6.4.6 購入金額
	6.4.7 次回買い換え予定時期
	6.4.8 今後購入の際に重視したい項目
	6.4.9 次回買い替えの際のLTEへの意向
	6.4.10 iPhone 5の購入意向
	6.4.11 iPhone 5で利用したい携帯電話通信会社
	6.4.12 利用しているアクセサリーや周辺機器
	6.4.13 利用しているアクセサリーや周辺機器への支出金額
6.5	満足度と評価

- 6.5.1 現在利用している機種の満足度
- 6.5.2 スマートフォンを利用し始めて良かったこと
- 6.5.3 スマートフォンを利用して不満に思ったこと
- 6.6 複数台利用
 - 6.6.1 利用台数
 - 6.6.2 携帯電話とスマートフォンの併用状況
 - 6.6.3 複数台保有理由
 - 6.6.4 タブレットの所有状況
- 6.7 利用環境
 - 6.7.1 スマートフォンの通信回線
 - 6.7.2 無線 LAN の使用状況
 - 6.7.3 携帯電話会社提供の公衆無線 LAN の利用有無
 - 6.7.4 携帯電話会社提供の公衆無線 LAN を利用していない理由
 - 6.7.5 スマートフォンの利用場所
 - 6.7.6 スマートフォンを利用している時間帯
- 6.8 料金
 - 6.8.1 1 か月の携帯電話料金
 - 6.8.2 1 か月のパケット料金(データ通信料金)
- 6.9 利用機能
 - 6.9.1 利用している機能
 - 6.9.2 業務利用の有無
 - 6.9.3 業務利用での社内システムへの接続有無
 - 6.9.4 無料通話・メッセージアプリの利用有無
 - 6.9.5 利用しているメール/メッセージ
 - 6.9.6 メインで利用しているメール/メッセージ
- 6.10 コンテンツ利用全般
 - 6.10.1 利用しているアプリ・コンテンツ
 - 6.10.2 利用しているソーシャルメディア
 - 6.10.3 継続課金の有料コンテンツ利用率
 - 6.10.4 用途別利用時間の内訳
- 6.11 アプリ利用
 - 6.11.1 アプリとウェブの比率
 - 6.11.2 利用しているアプリストア
 - 6.11.3 アプリのダウンロード経験
 - 6.11.4 ダウンロードしたことのある無料アプリのジャンル
 - 6.11.5 ダウンロードしたことのある有料アプリのジャンル
 - 6.11.6 1 か月のアプリの料金
 - 6.11.7 アプリの認知経路
- 6.12 EC
 - 6.12.1 利用している EC
 - 6.12.2 オンラインショッピングで購入したことのある商品のジャンル
 - 6.12.3 ここ 1 年間にオンラインショッピングで利用した金額
- 6.13 広告・マーケティング
 - 6.13.1 インターネット広告の視認状況
 - 6.13.2 広告を見たあとの行動
 - 6.13.3 メールマガジンの利用状況
 - 6.13.4 アプリ内広告の視認状況
 - 6.13.5 アプリ内広告のクリック経験
 - 6.13.6 O2O の経験
 - 6.13.7 O2O で訪問した店舗
- 6.14 スマートフォンによる変化
 - 6.14.1 テレビを見ながらの携帯電話利用状況
 - 6.14.2 情報を取得したときに携帯電話でよく行う行動(バイラル)
 - 6.14.3 スマートフォン利用による変化
- 6.15 セキュリティー
 - 6.15.1 セキュリティーに対する不安
 - 6.15.2 実施しているセキュリティ対策

付録 CD-ROM 集計表・グラフ(エクセル)

【モバイルコンピューティング推進コンソーシアム(MCPC) スマートモバイル活用委員会】

<http://www.mcpc-jp.org/>

モバイルコンピューティング推進コンソーシアム(MCPC)は、モバイルコンピューティングの普及促進団体として 1997 年に発足。端末インタフェースガイドラインや Bluetooth など多くの標準化作業に加え、セキュリティ対策ガイドラインの発行、アワードやモバイルソリューションフェアの開催、モバイルシステム技術検定やスマートフォン・ケータイ実務検定の実施を通じてモバイル業界の発展と市場拡大に貢献している。さらにワイヤレス関連技術者育成では、IEEE ComSoc とも協調している。

加盟企業は 2012 年 11 月時点で 173 社、海外との協調団体は 8 つである。

また中堅・中小企業へのモバイルソリューション導入促進・支援に対しても中立性を活かした活動を実施しており、先進事例の発掘と冊子、ホームページでの掲載に加え、商工会議所とのセミナー共催や IT コーディネーター向けモバイルソリューション相談窓口の設置など協力団体との連携も強めている。2008 年 3 月に設立したスマートフォン委員会とモバイルシステム活用委員会を 2012 年 4 月に統合して、スマートモバイル活用委員会を発足。2012 年市場の予測・啓発、導入構築の指針作りなどの活動をしている。

【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>



株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:関本彰大、証券コード:東証1部9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「医療」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。2012年4月1日に創設20周年を迎えました。

【購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D オンライン販売部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

フリーダイヤル:0120-350-995(平日 11 時~12 時、13 時~17 時) FAX:03-5213-6297

電子メール: report-sales@impress.co.jp

【内容に関するお問い合わせ先、報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 編集担当:池辺

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: im-info@impress.co.jp、URL: <http://www.impressRD.jp/>