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　通信回線
——家族の契約先携帯電話事業者/
Wi-Fi利用

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

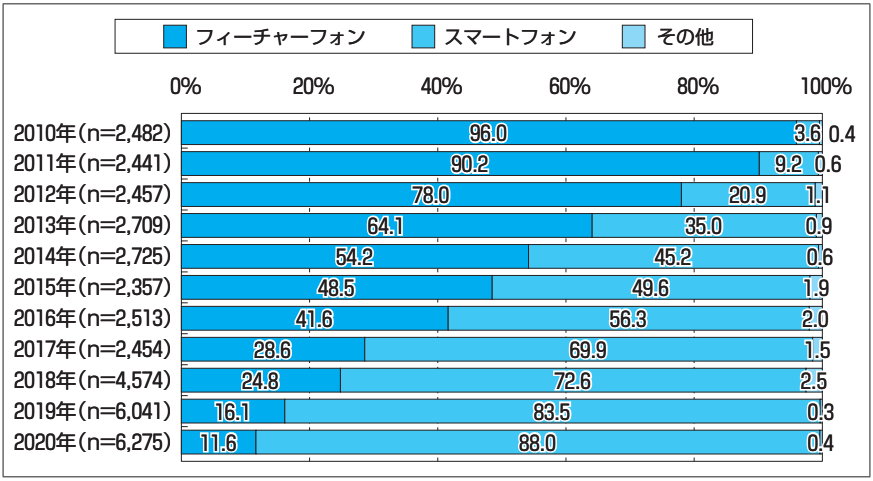
◆ポイント◆

- スマートフォン比率(2台目まで含む)は88.9%(資料1-3a)。
- MVNO比率(2台目まで含む)は17.2%(資料1-5)。
- 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フィーチャーフォンが5年2ヶ月、スマートフォンが1年11ヶ月(資料1-9a、資料1-9b)。
- 携帯電話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1-1a　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］

- 2020年のスマートフォン比率は88.0％。

◆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。

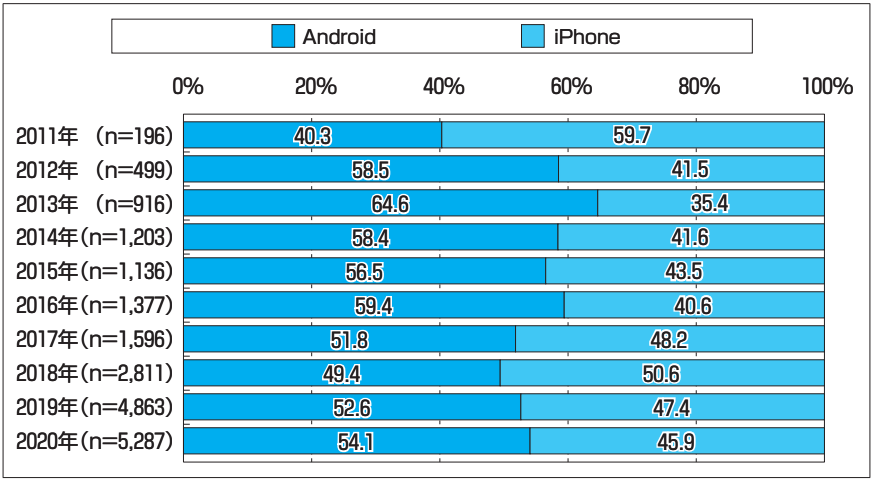
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2020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、2020年のAndroid比率は54.1％、iPhone比率は45.9％。

◆Android、iPhone別

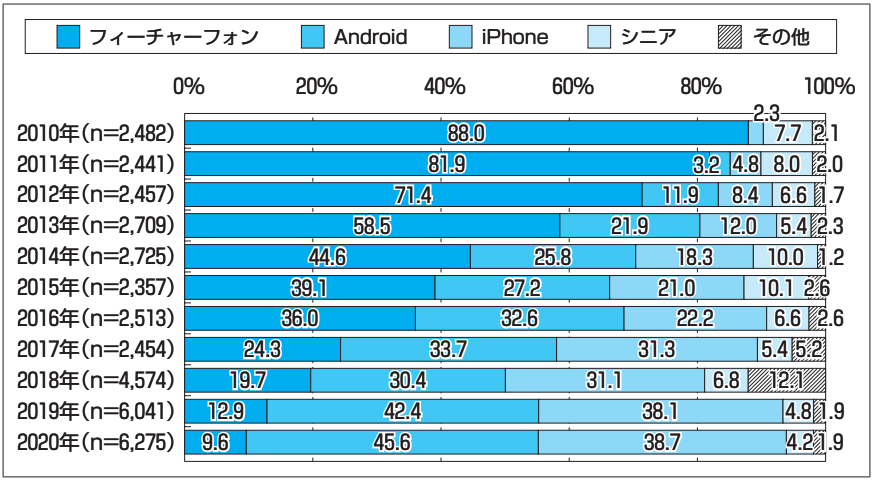


注：Androidもしくはiphone利用者が回答。

出典：2011年-2020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。

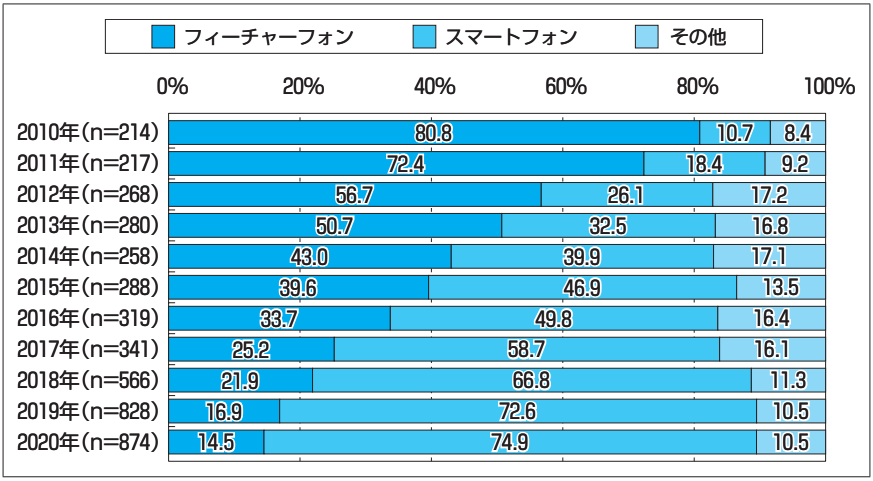
注4：「その他」は「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「タブレット（AQUOS PAD、ARROWS Tab、iPadなどで、通信回線契約をしているものに限る）」「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」を合計。

出典：2010年-2020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］

- 2020年のスマートフォン比率は74.9％。

◆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。

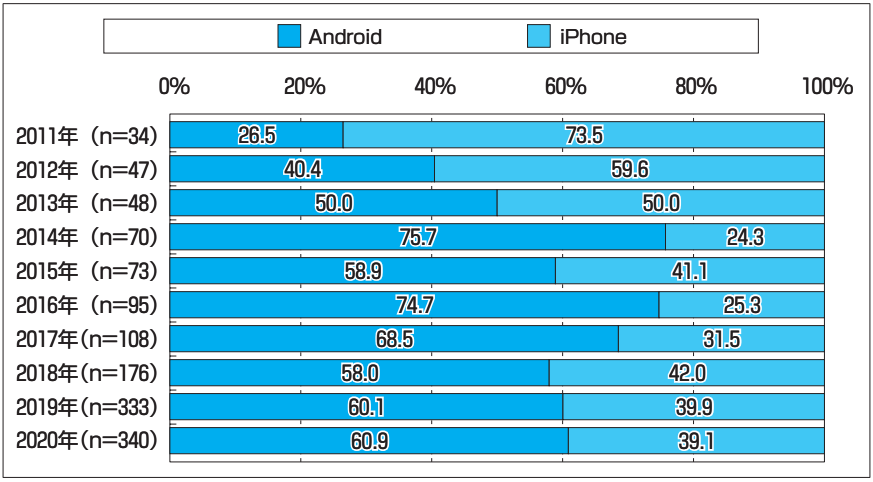
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2020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、2020年のAndroid比率は60.9％、iPhone比率は39.1％。

◆Android、iPhone別

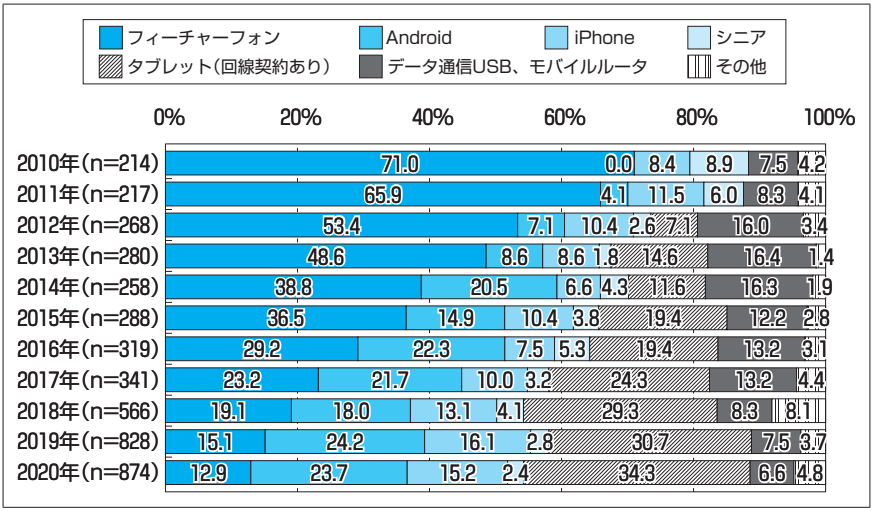


注：Androidもしくはiphone利用者が回答。

出典：2011年-2020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。

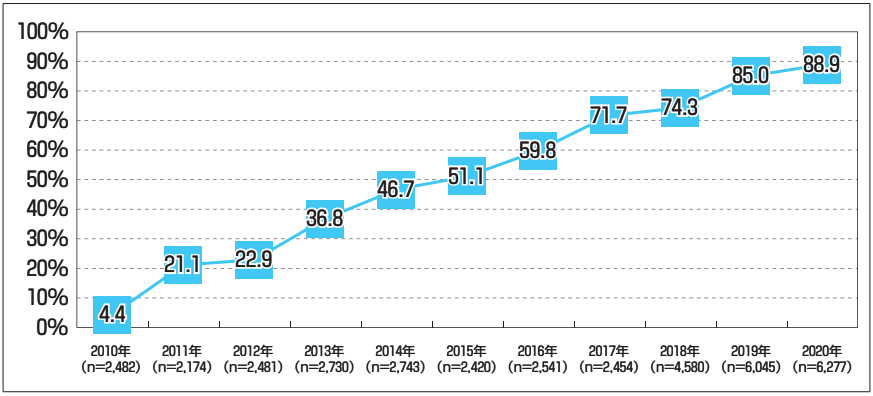
注4：「その他」は「Windows MobileなどAndroidやiPhone以外のスマートフォン」「その他」を合計。

出典：2010年-2020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。
- 2020年のスマートフォン比率は88.9%。
- 2020年のスマートフォン比率は男女でほぼ差はない。

◆年次推移



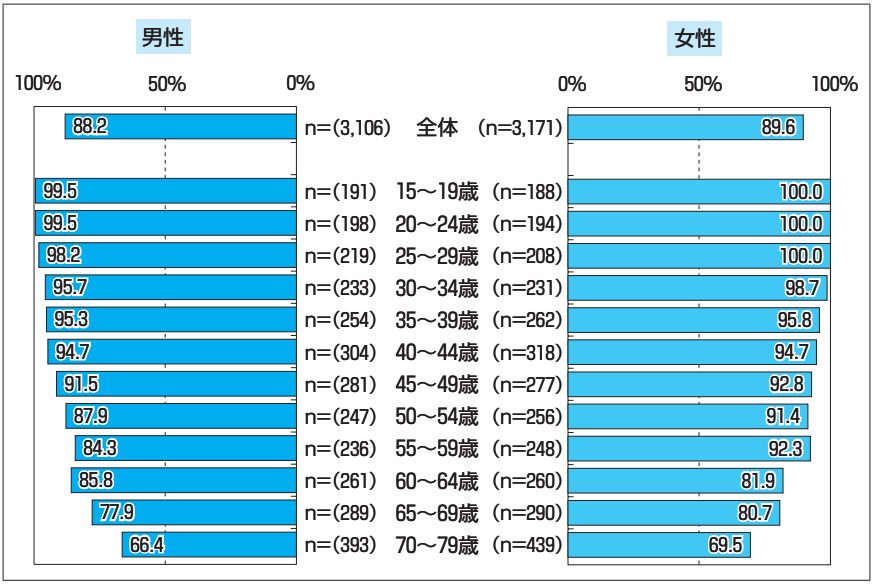
注1:携帯電話所有者が回答。

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-2020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



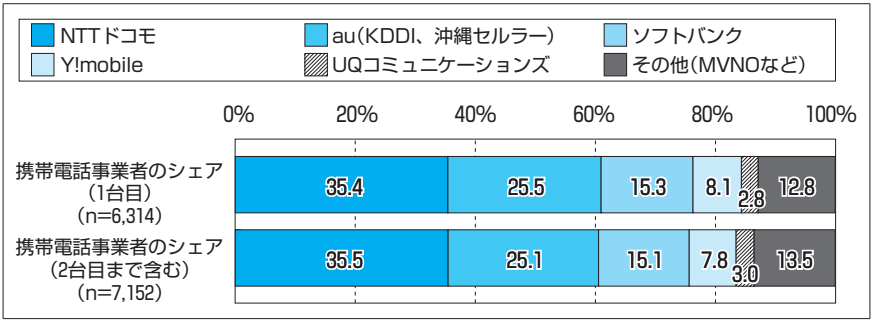
注1:携帯電話所有者が回答。

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:2020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」（35.4%）、「au（UQコミュニケーションズ含む）」（28.3%）、「ソフトバンク（Y!mobile含む）」（23.4%）の主要3社で8割を超える。**

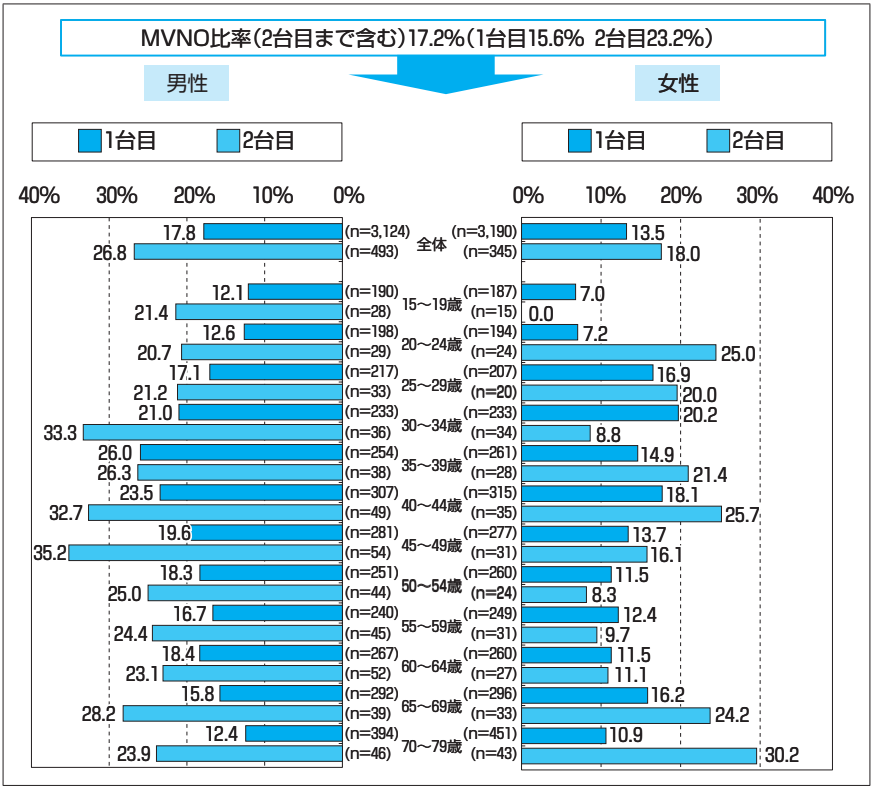


注：携帯電話所有者が回答。

出典：2020年一般向けモバイル動向調査

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17.2％、MVNO比率（1台目）は15.6％、MVNO比率（2台目）は23.2％となっている。



注1：携帯電話所有者が回答。

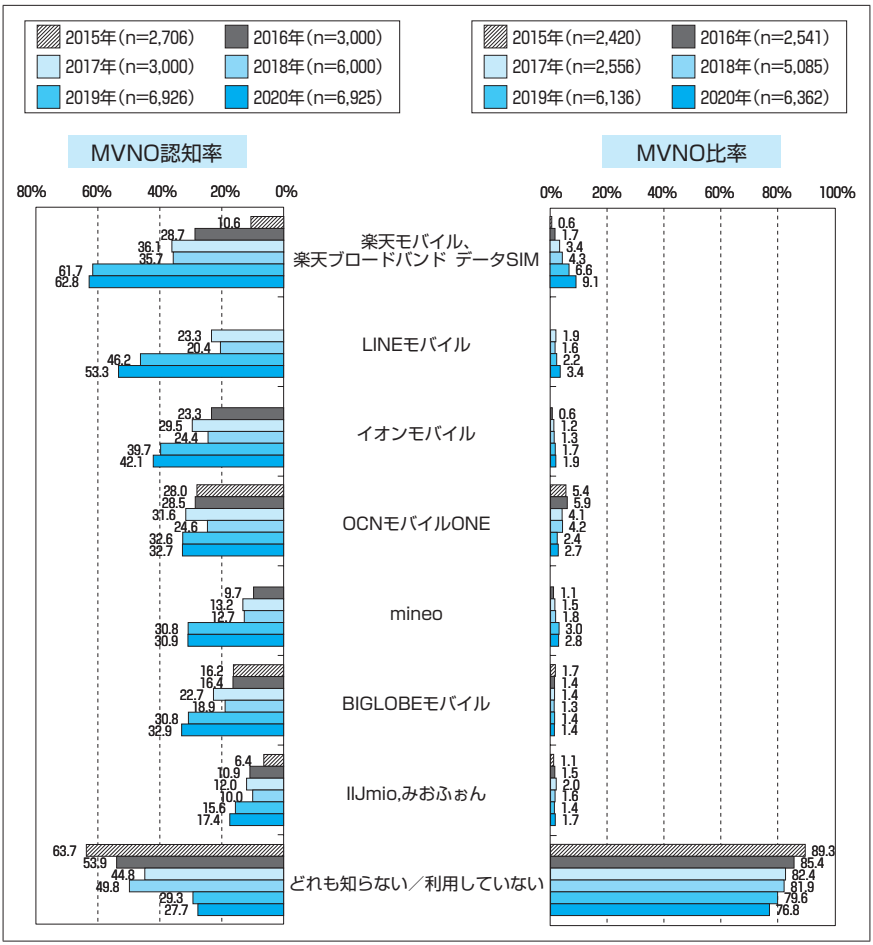
注2：回線契約している携帯電話会社を「UQコミュニケーションズ」「その他」と回答した人を「MVNO」とし、「Y!mobile」は除く。

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利用（2台目まで含む）として算出。

出典：2020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）

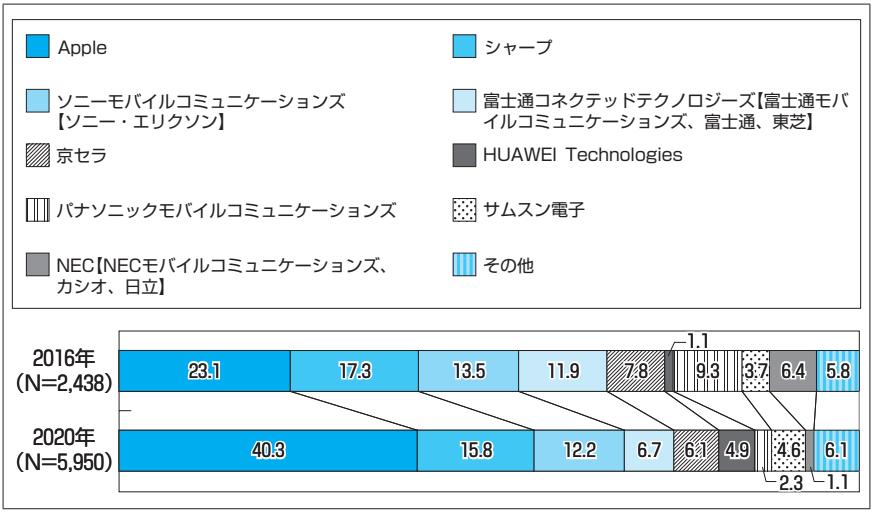
- 2020年のMVNO認知率が最も高いのは「楽天モバイル、楽天ブロードバンド データSIM」の62.8％であり、唯一6割を超えている。LINEモバイルも前回から7ポイント伸長し認知率が5割を超えた。
- 2020年のMVNO利用率が最も高いのは「楽天モバイル、楽天ブロードバンド データSIM」の9.1％。



注1：MVNO認知率は調査対象者全員が回答、MVNO比率は携帯電話所有者が回答。
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、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。
出典：2015年-2020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）

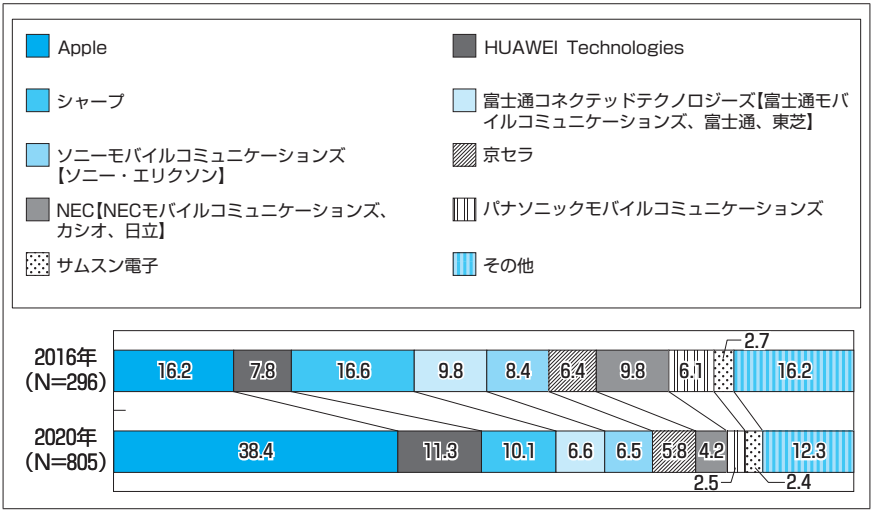
●「Apple」が最も高く、2016年の23.1％から2020年の40.3％と増加している。



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、2020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）

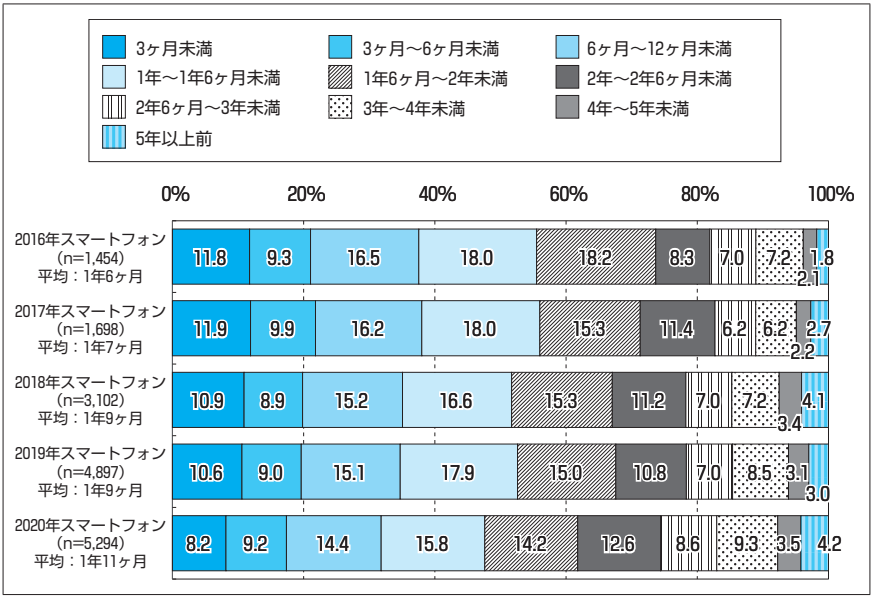
- 2016年は1位「シャープ」（16.6％）、2位「Apple」（16.2％）であったが、2020年は1位「Apple」（38.4％）、2位「HUAWEI Technologies」（10.1％）となっている。



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：2020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か月」から2020年の「1年11か月」に伸びている。



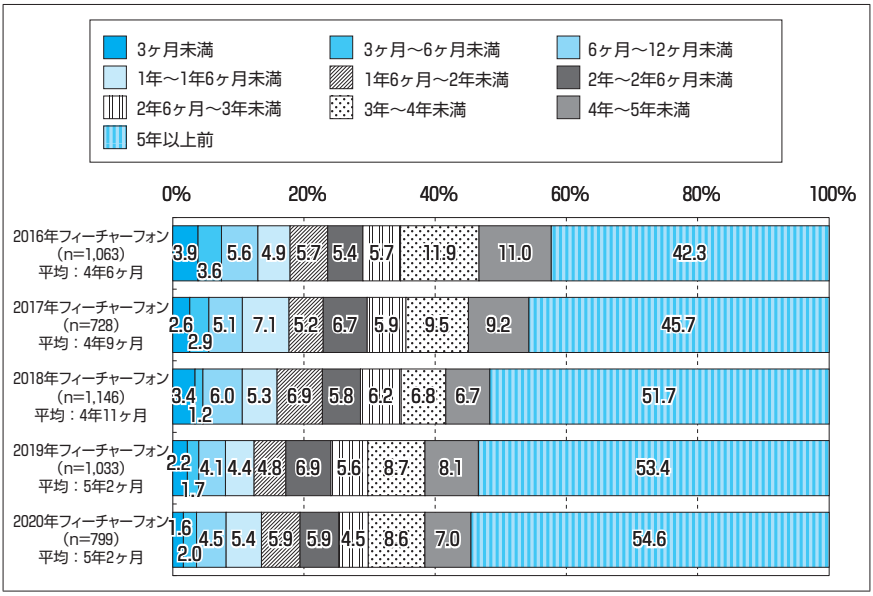
注1：スマートフォン所有者が回答。

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。

出典：2016年-2020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2020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2020年の「5年2ヶ月」に伸びている。



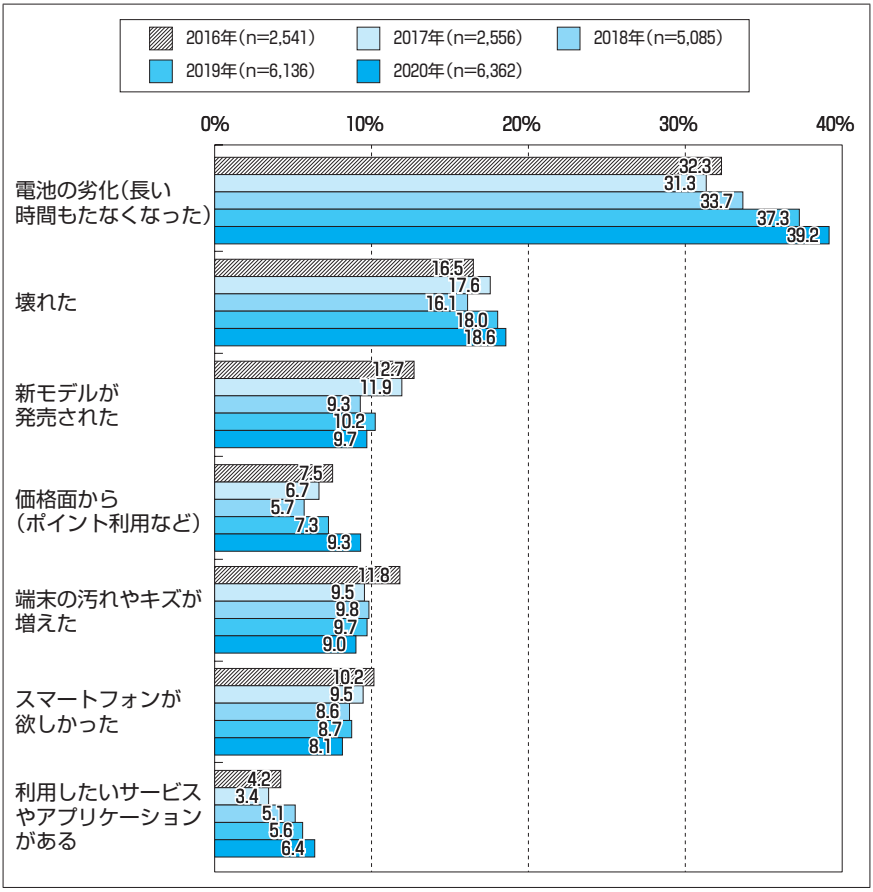
注1：フィーチャーフォン所有者が回答。

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。

出典：2016年-2020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」（39.2%）が突出している。



注：携帯電話所有者が回答。

出典：2016年-2020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。

（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	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、及びその性能	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

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-2020年一般向けモバイル動向調査

第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）。
- スマートフォン所有者の自宅での無線LAN（Wi-Fi）利用率は90.1％（資料1-13）。

資料1-12　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（70％以上）、「KDDI」同士（50％以上）、「ソフトバンク」同士（50％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、「Y!mobile」同士（67.5%）、「MVNO」同士（67.0%）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）（n）		父				
		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	MVNO
全体	2,481	47.2%	27.4%	15.7%	4.0%	5.8%
NTTドコモ	869	82.9%	9.0%	5.2%	1.0%	2.0%
KDDI	623	22.0%	66.0%	7.5%	1.9%	2.6%
ソフトバンク	413	24.7%	14.3%	53.5%	4.1%	3.4%
Y!mobile	182	34.1%	24.2%	13.7%	23.6%	4.4%
MVNO	383	37.3%	22.5%	12.5%	4.4%	23.2%

自分（1台目）（n）		母				
		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	MVNO
全体	3,042	45.1%	28.1%	15.9%	5.0%	6.0%
NTTドコモ	1,049	82.6%	9.9%	4.1%	1.6%	1.8%
KDDI	775	19.7%	67.9%	6.6%	2.5%	3.4%
ソフトバンク	513	22.0%	13.8%	56.9%	4.9%	2.3%
Y!mobile	221	31.7%	18.6%	15.8%	30.3%	3.6%
MVNO	470	34.0%	23.6%	12.6%	5.1%	24.7%

自分（1台目）（n）		兄弟・姉妹				
		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	MVNO
全体	2,902	44.1%	26.5%	18.7%	4.4%	6.2%
NTTドコモ	1,013	73.7%	11.1%	10.0%	1.9%	3.4%
KDDI	763	26.7%	56.2%	12.2%	2.1%	2.8%
ソフトバンク	481	24.7%	15.8%	50.3%	5.6%	3.5%
Y!mobile	211	34.1%	18.5%	19.4%	24.2%	3.8%
MVNO	424	31.6%	25.9%	15.6%	3.5%	23.3%

自分（1台目）（n）		配偶者				
		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	MVNO
全体	3,544	37.2%	25.1%	15.9%	7.8%	14.0%
NTTドコモ	1,251	88.4%	4.6%	3.4%	1.2%	2.4%
KDDI	872	7.9%	82.3%	4.6%	1.5%	3.7%
ソフトバンク	506	8.7%	5.3%	79.6%	4.2%	2.2%
Y!mobile	305	9.5%	6.9%	10.2%	67.5%	5.9%
MVNO	588	11.9%	10.4%	7.0%	3.7%	67.0%

自分（1台目）（n）		子・子の配偶者				
		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	MVNO
全体	2,391	38.2%	25.8%	19.3%	5.0%	11.7%
NTTドコモ	930	79.6%	7.1%	7.5%	1.5%	4.3%
KDDI	590	9.7%	73.2%	8.5%	2.9%	5.8%
ソフトバンク	336	11.6%	8.3%	73.2%	1.8%	5.1%
Y!mobile	194	14.9%	13.9%	25.3%	37.6%	8.2%
MVNO	238	14.3%	18.6%	13.1%	3.0%	50.9%

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の組み合わせについて集計。

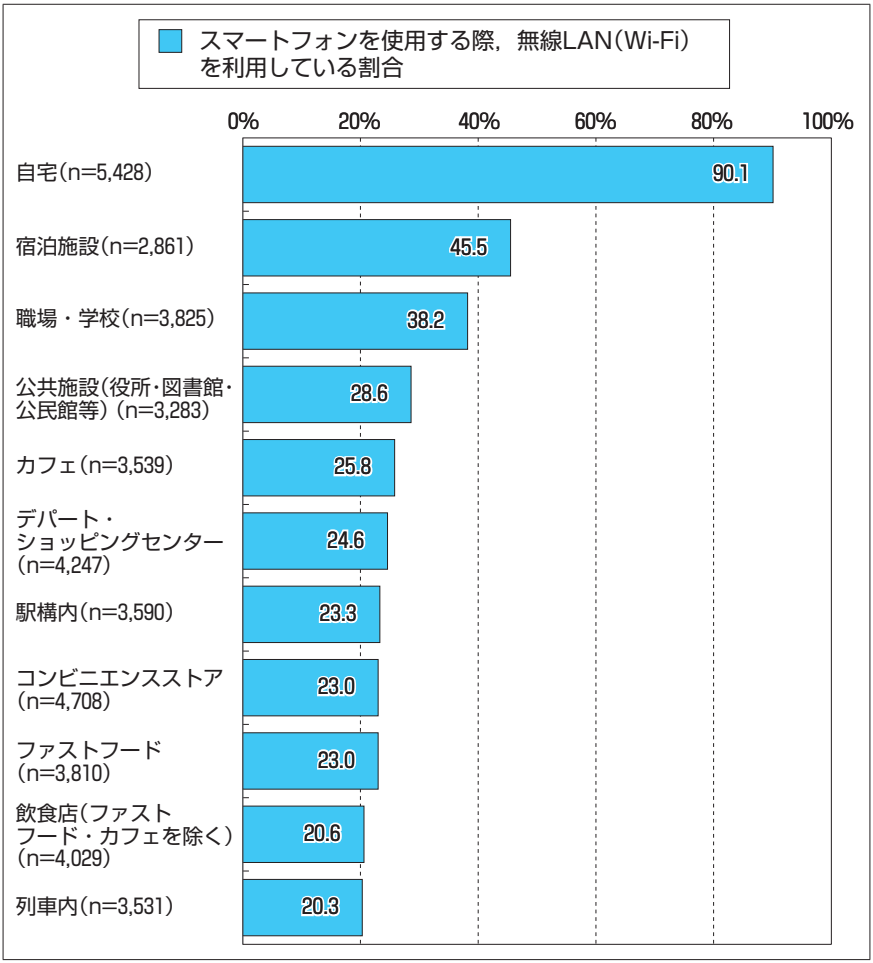
注4：契約している携帯電話会社を「UQコミュニケーションズ」「その他」と回答した人を「MVNO」として集計。

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。

出典：2020年一般向けモバイル動向調査

資料1-13　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90.1％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45.5%と高く、次いで「職場・学校」38.2%となっている。



注1：スマートフォン所有者が回答。
注2：直近1か月にその場に行った人を対象として集計。
出典：2020年一般向けモバイル動向調査