

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

第3節 スマートフォン利用行動

スマートフォンの利用時間とその増減、各種行動に用いる
デバイス

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

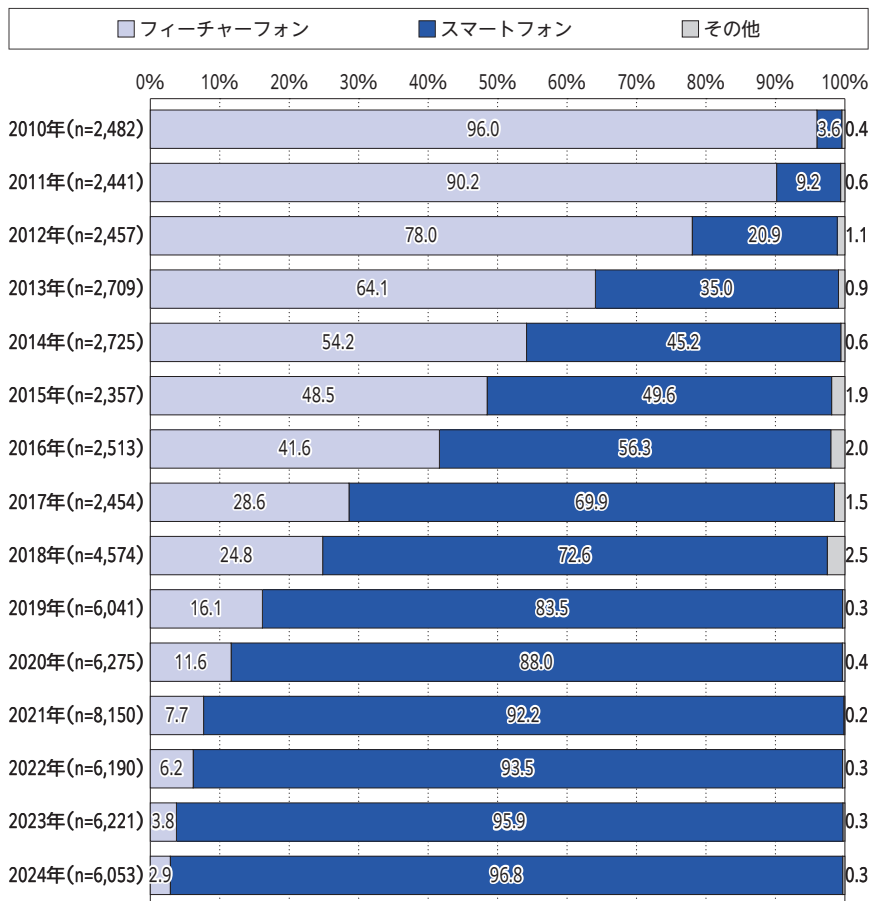
- スマートフォン比率(2台目まで含む)は97.0%(資料1-3a)。
- 携帯電話事業者のシェアは、NTTドコモ、au、ソフトバンクの主要3社で6割程度(資料1-4)。
- スマートフォン所有者の自宅での無線LAN (Wi-Fi) 利用率は93.1%(資料1-5)。
- Appleが1台目、2台目ともにメーカーシェアトップ(資料1-6、資料1-7)。
- 端末の平均所有期間はスマートフォンが2年5ヶ月、フィーチャーフォンが4年8ヶ月(資料1-8a、資料1-8b)。
- 携帯電話の買い替え時の重視点は1位が端末価格、2位が通信料金の安さ(資料1-10)。

.....

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]

●2024年のスマートフォン比率は96.8%。

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。

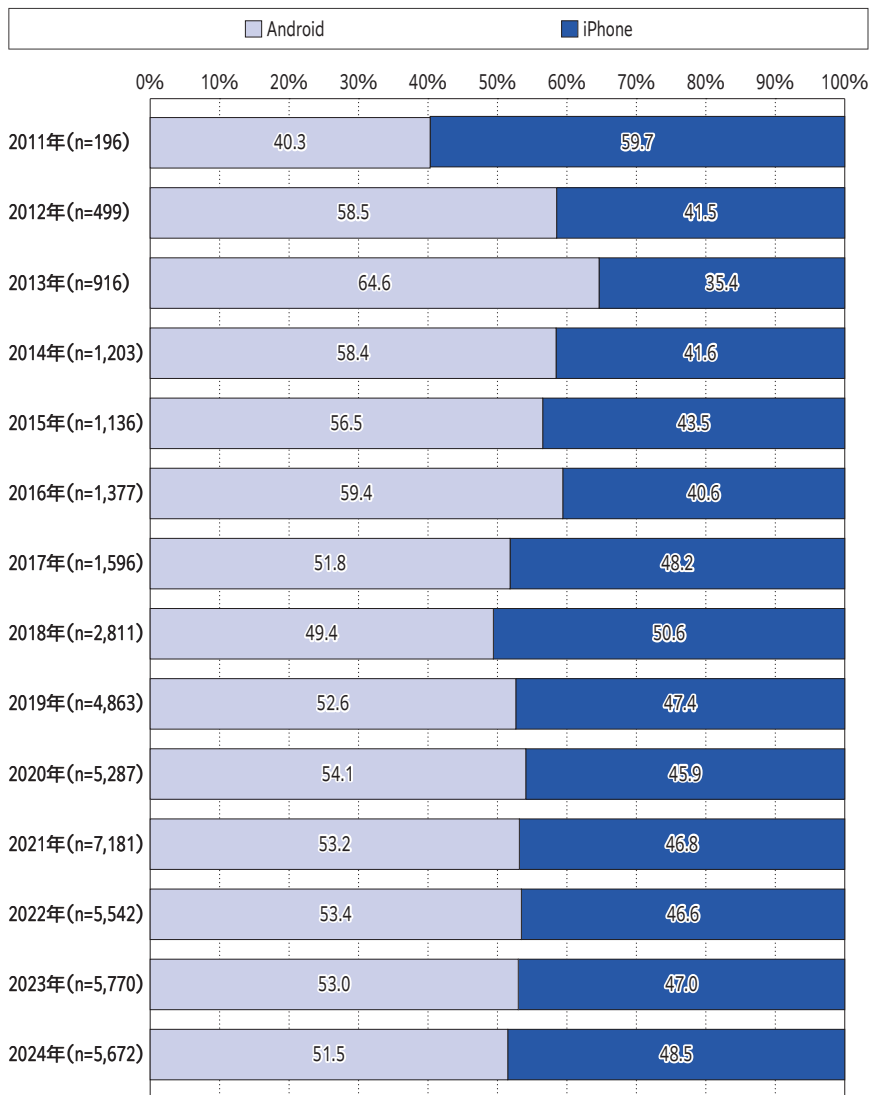
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2024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、2024年のAndroid比率は51.5%、iPhone比率は48.5%。

Android・iPhone別



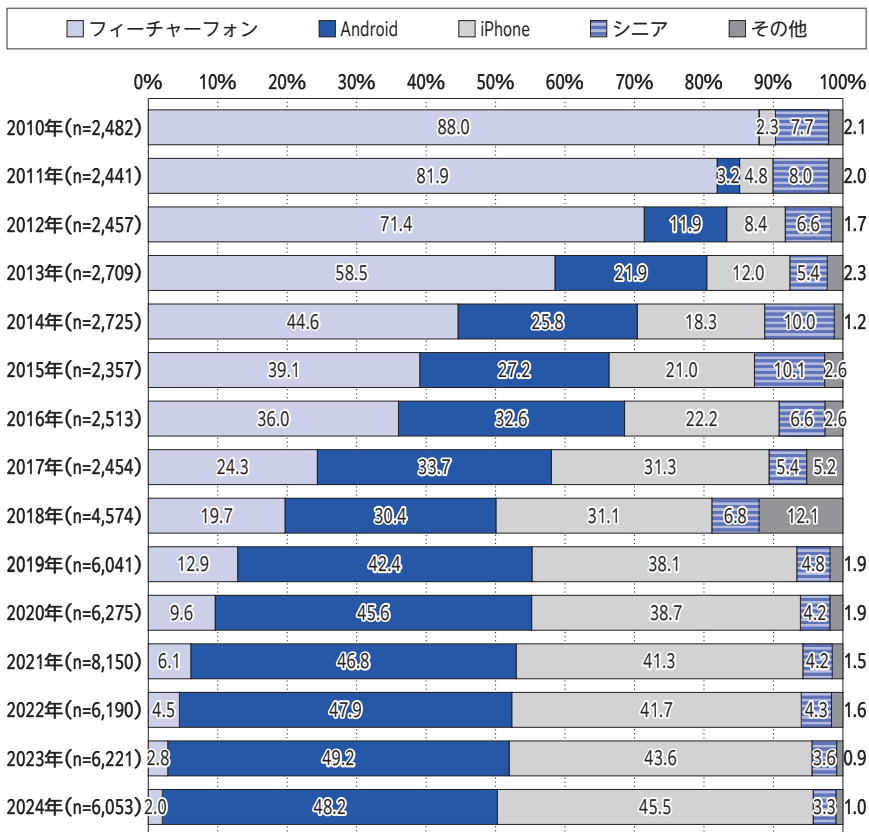
注：AndroidもしくはiPhone利用者が回答。

出典：2011年-2024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]

- 2024年のフィーチャーフォン(らくらくホンを除く)はわずか2%にまで減少。

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-2024年一般向けモバイル動向調査

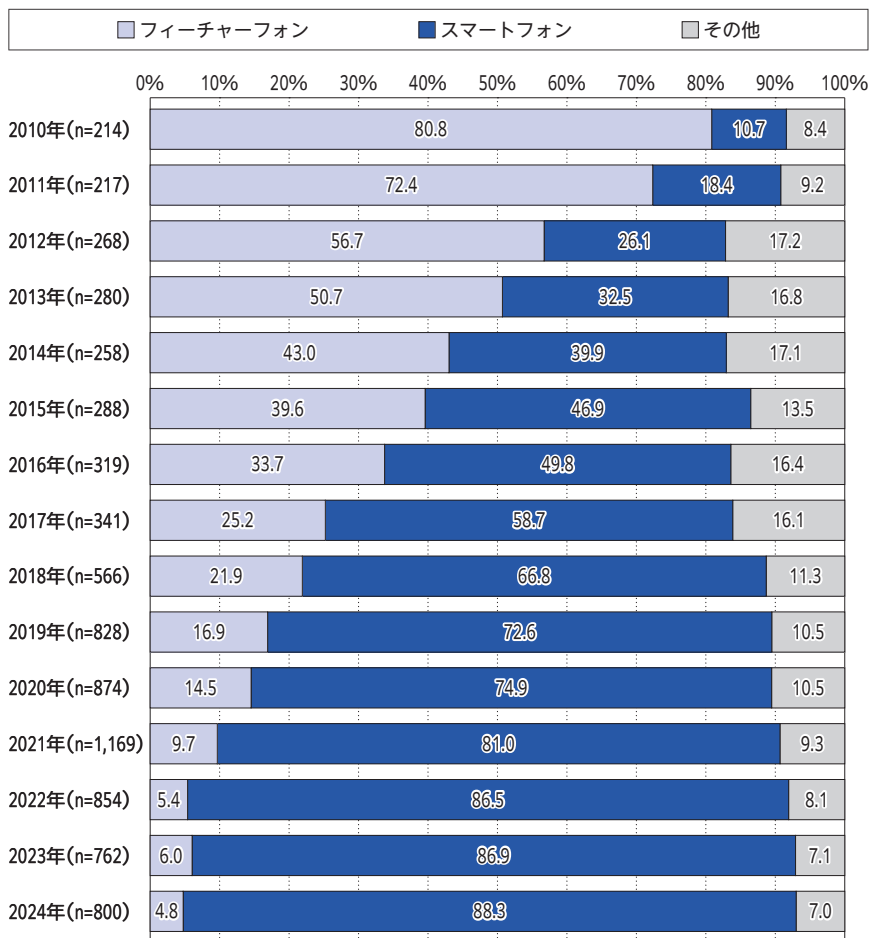
第1章

携帯電話の所有・利用状況

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]

●2024年のスマートフォン比率は88.3%。

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。

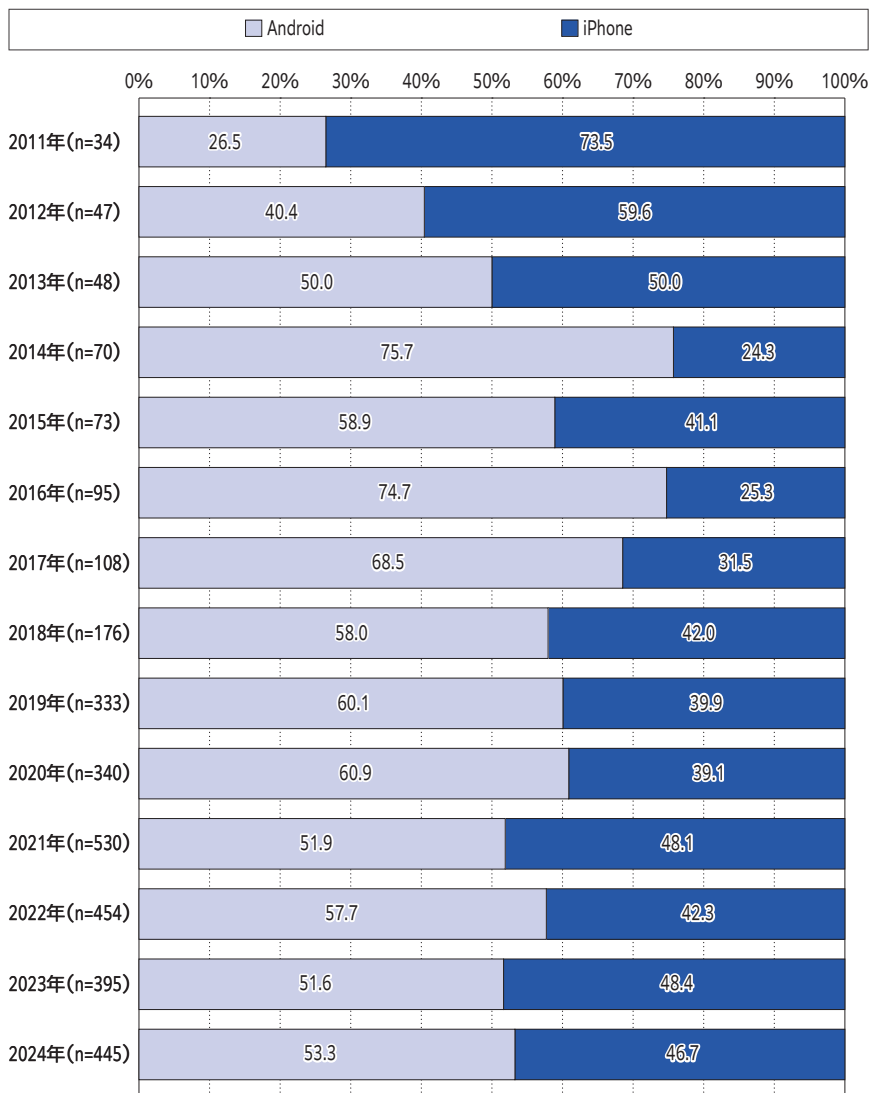
注4：「その他」は「モバイルルーター、データ通信USB」「その他」の合計。

出典：2010年-2024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、2024年のAndroid比率は53.3%、iPhone比率は46.7%。

Android・iPhone別



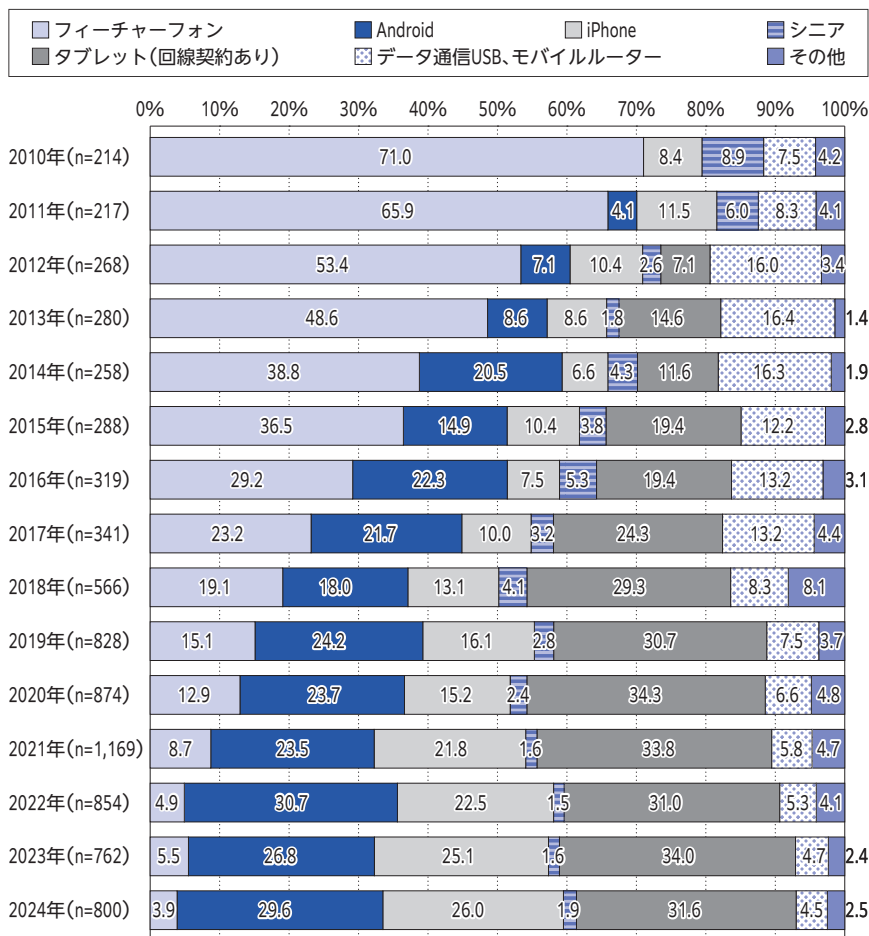
注：AndroidもしくはiPhone利用者が回答。

出典：2011年-2024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]

●2018年以降、2台目のタブレット比率は約3割で推移。

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。

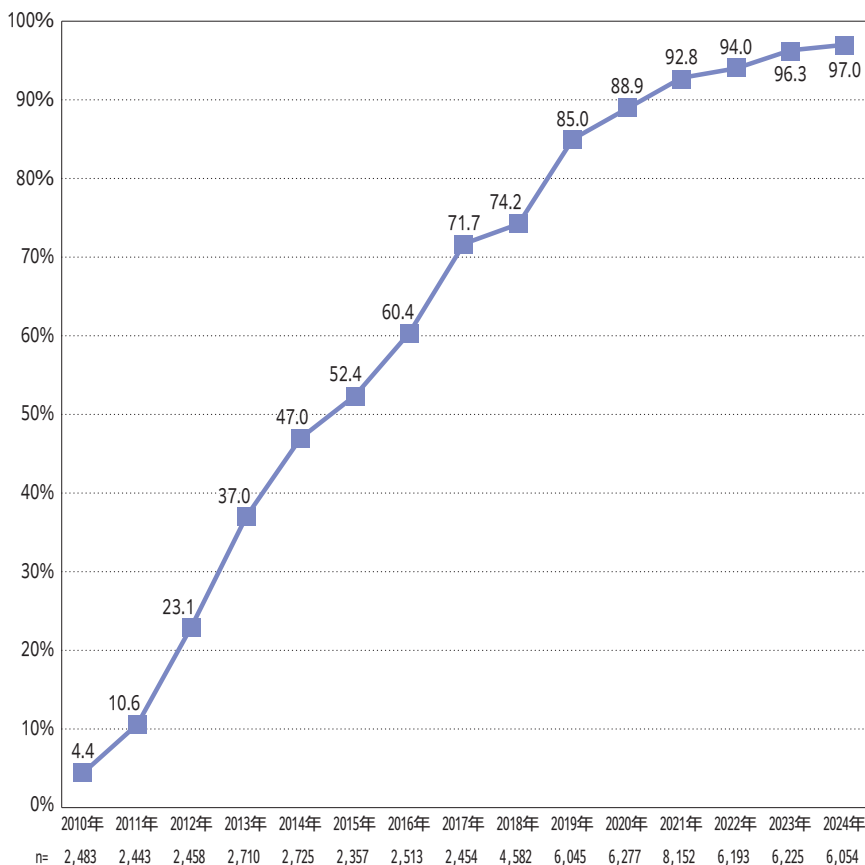
注3：「シニア」は「シニア向けの従来のケータイ(らくらくホンなど)」「シニア向けのスマートフォン(らくらくスマートフォンなど)」を合計。

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-2024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。
- 2024年のスマートフォン比率は97.0%。

年次推移

注1：携帯電話所有者が回答。

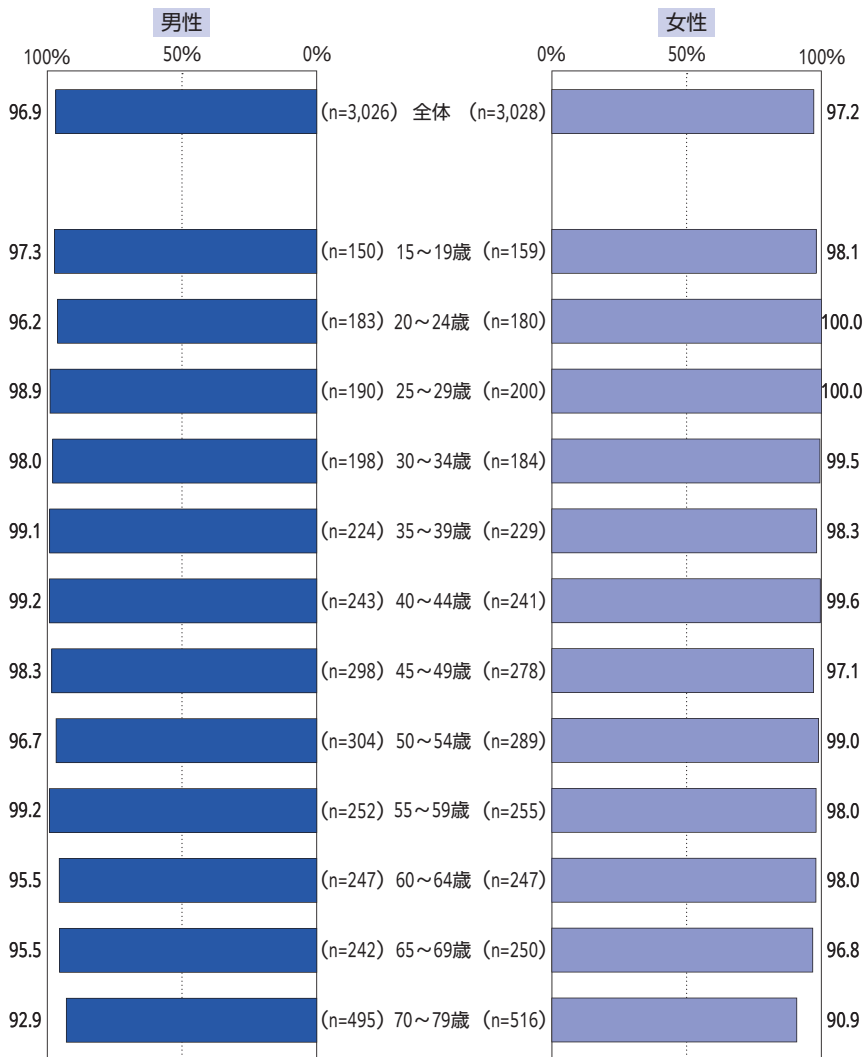
注2：1台目もしくは2台目にスマートフォン所有(タブレット含む)と回答した割合を算出。

出典：2010年-2024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]

●70歳以上を含むすべての性年代でスマートフォン比率は9割以上。

性年代別



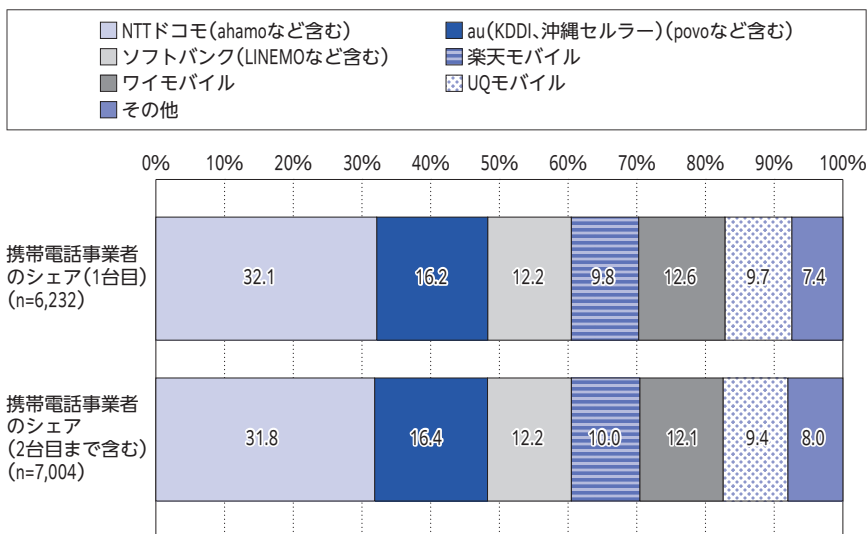
注1：携帯電話所有者が回答。

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

出典：2024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」(32.1%)、「au(KDDI、沖縄セルラー)」(16.2%)、「ソフトバンク」(12.2%)の主要3社で6割程度となった。

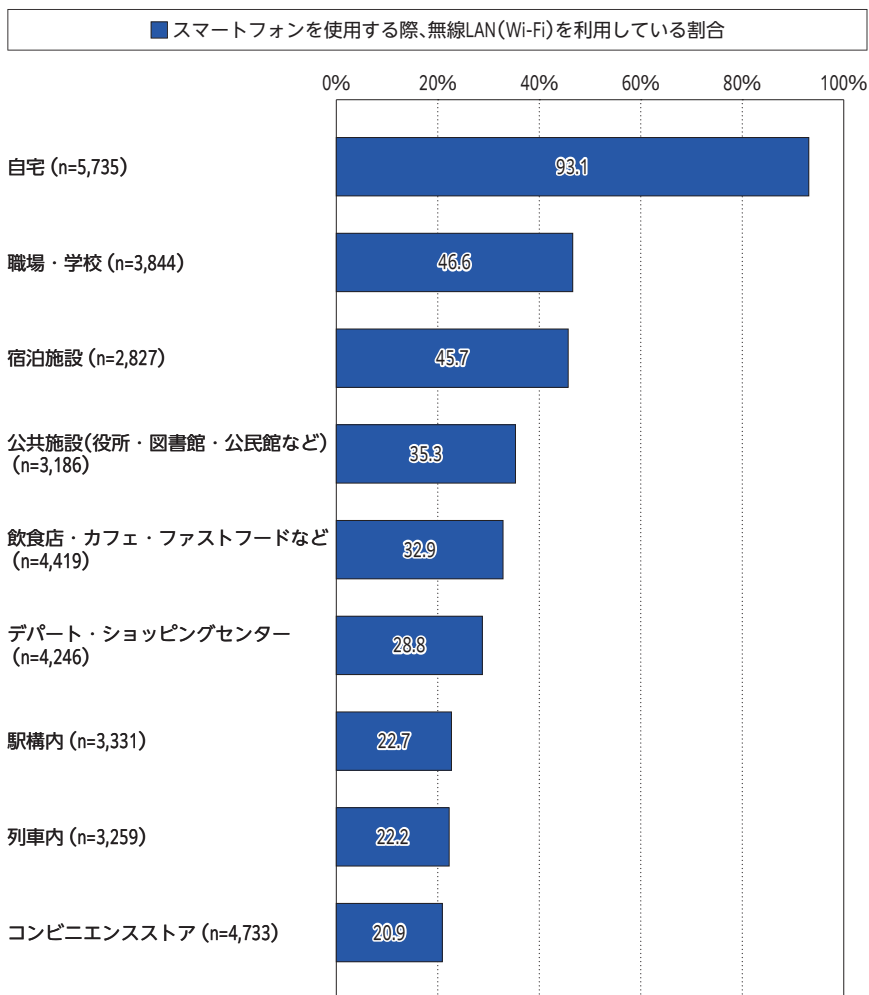


注：携帯電話所有者が回答。

出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-5 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93.1%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、「職場・学校」での利用率が46.6%、「宿泊施設」45.7%が次点として続く。



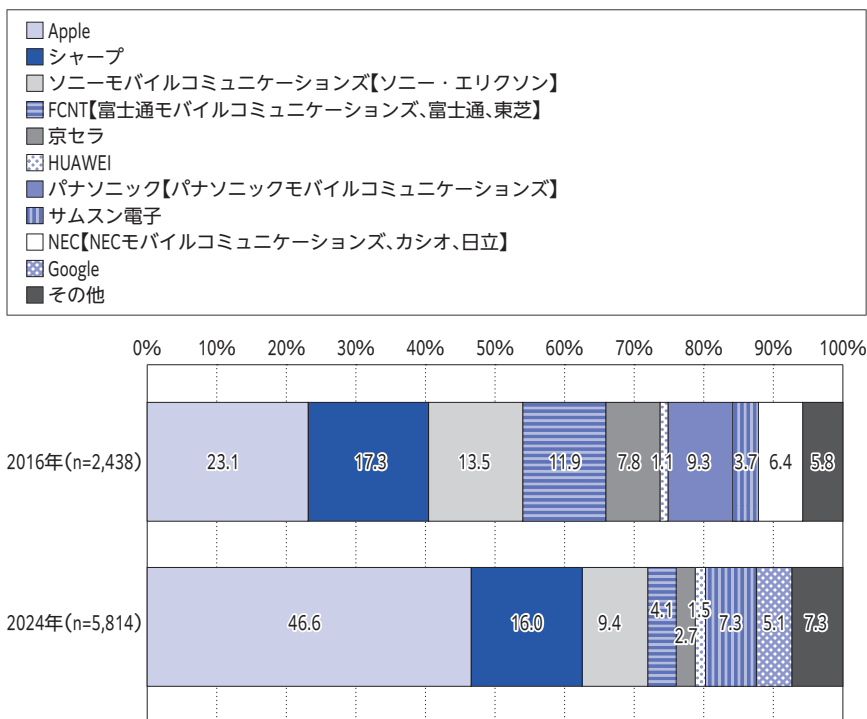
注1：スマートフォン所有者が回答。

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：2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-6 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2024年の46.6%と23.5ポイント増加している。



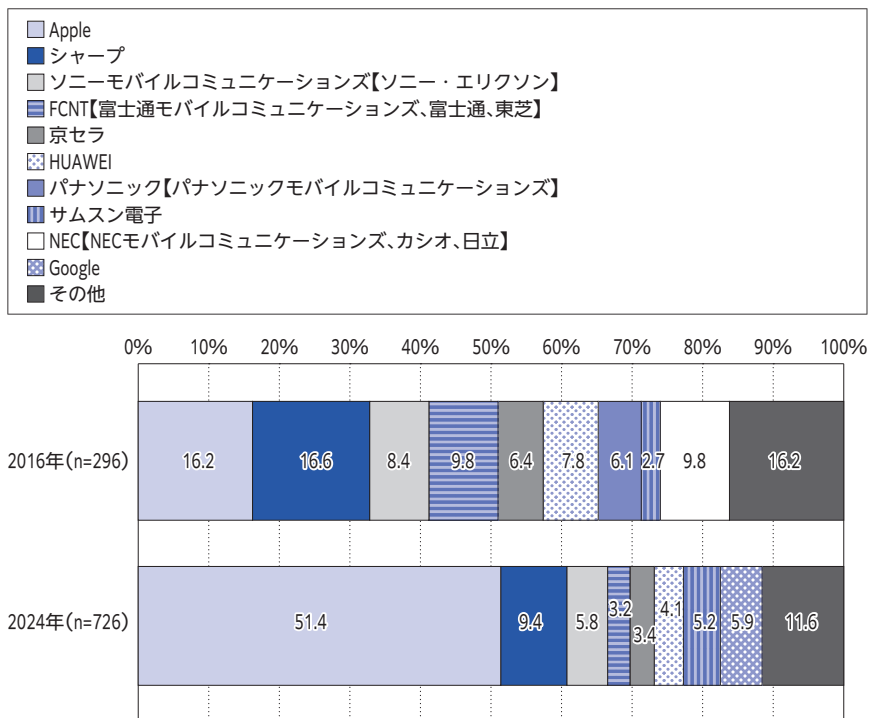
注1：携帯電話所有者が回答。

注2：旧メーカーは【】内に記載。

出典：2016年、2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-7 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、2024年は1位「Apple」(51.4%)、2位「シャープ」(9.4%)となっている。



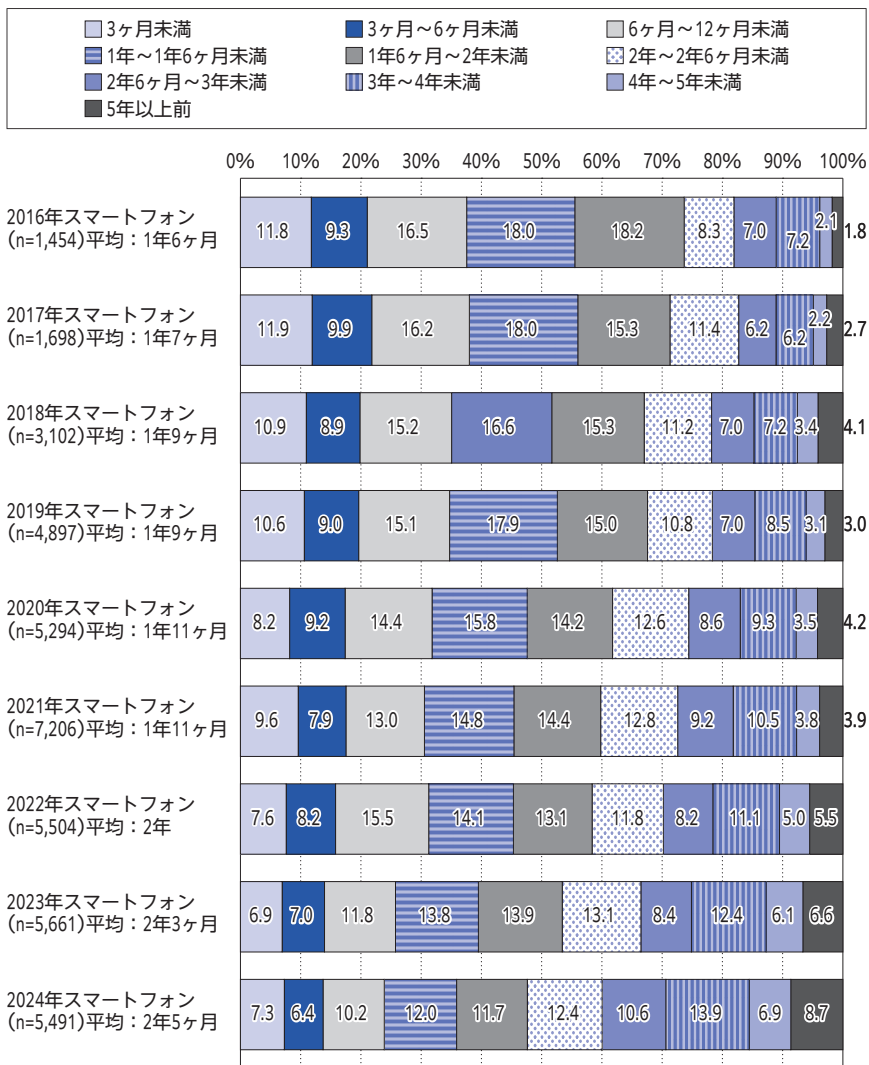
注1：携帯電話所有者が回答。

注2：旧メーカーは【】内に記載。

出典：2016年、2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-8a 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2024年の「2年5ヶ月」に延びている。



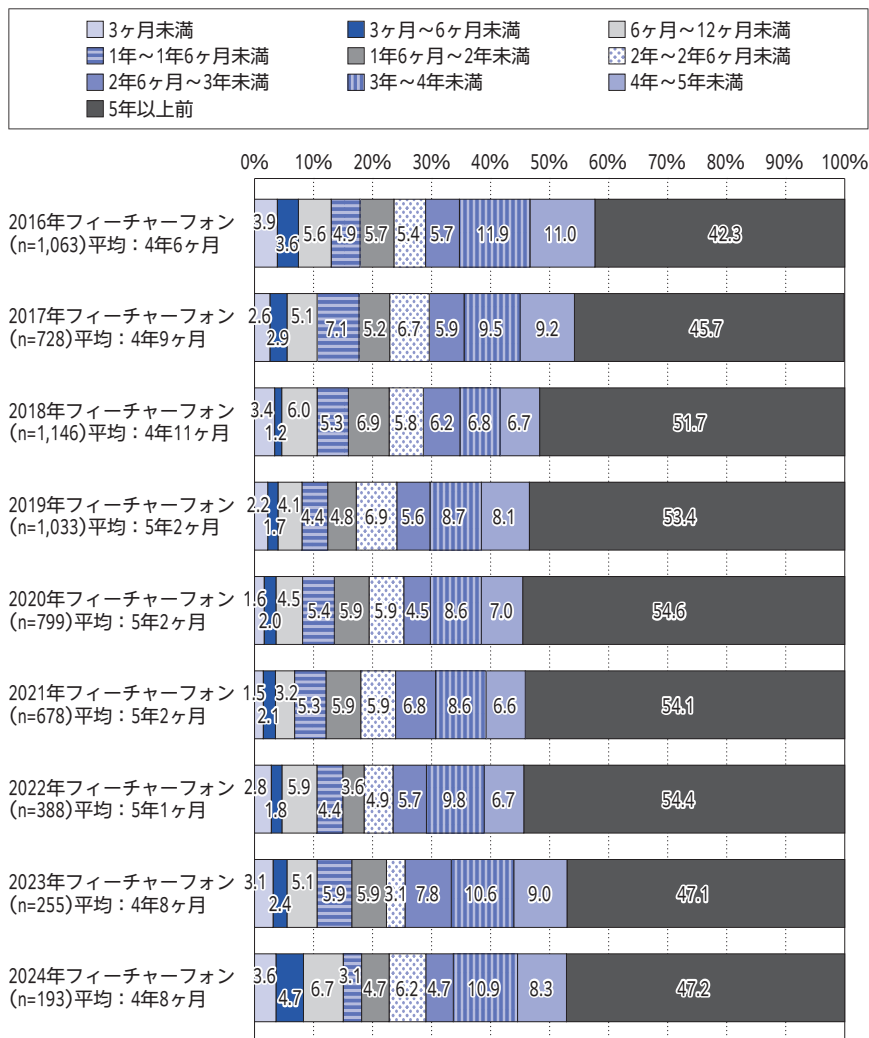
注1：スマートフォン所有者が回答。

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-2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-8b 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]

- 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2024年の「4年8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-2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-9 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」(48.5%)が突出しており、「壊れた」(15.0%)、「価格面から」(11.7%)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

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-2024年一般向けモバイル動向調査

資料1-10 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	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	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	メーカーや 端末のブランド	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	携帯電話会社 のブランド	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	メモリ容量	画面が大きい	メーカーや 端末のブランド
	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	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	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	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
	54.6	50.9	26.2	24.5	19.5	18.7	18.5
2023年 (n=6,423)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	電池性能(長持 ち具合、取り替え やすさなど)	電波性能(エリ アの広さ、つな がりやすさなど)	メーカーや 端末のブランド
	60.1	52.9	27.8	23.2	22.0	20.8	19.8
2024年 (n=6,305)	端末価格	通信料金の安さ	操作性	メモリ容量	電池性能(長持 ち具合、取り替え やすさなど)	電波性能(エリ アの広さ、つな がりやすさなど)	メーカーや 端末のブランド
	58.9	52.8	26.1	24.1	20.7	20.4	20.0

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-2024年一般向けモバイル動向調査

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)

- 以下の家族間のいずれの関係においても、「NTTドコモ」同士(79.2%以上)、「au」同士(64.0%以上)、「ソフトバンク」同士(48.5%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(74.6%)、「UQモバイル」同士(67.8%)でも比較的同じ携帯電話事業者を選ぶ傾向がある。

		(%)									(%)						
自分	n=	父							n=	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	その他		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	その他	
全体	2,151	44.3	21.8	13.2	4.2	7.9	5.4	3.2	2,771	42.2	21.5	13.1	4.7	8.8	5.9	3.8	
NTT ドコモ	713	79.5	9.5	4.8	1.3	2.0	1.1	1.8	904	80.4	7.7	4.8	1.5	2.3	1.5	1.7	
au	342	21.6	64.0	5.0	1.5	1.8	4.4	1.8	455	17.1	65.9	5.3	2.4	2.4	4.4	2.4	
ソフト バンク	309	28.2	12.6	48.5	1.9	6.5	1.9	0.3	396	24.5	13.9	49.2	3.0	7.8	0.8	0.8	
楽天 モバイル	198	36.9	16.7	10.1	24.7	3.0	6.1	2.5	256	34.0	14.8	8.6	28.1	5.9	5.1	3.5	
ワイ モバイル	265	20.0	17.4	12.8	1.9	41.1	3.8	3.0	323	18.9	13.3	13.0	1.9	44.3	6.2	2.5	
UQ モバイル	197	28.9	19.8	7.6	5.6	4.6	29.9	3.6	264	25.0	21.6	7.6	3.8	5.7	32.6	3.8	
その他	127	32.3	19.7	11.0	4.7	4.7	4.7	22.8	173	30.1	19.1	9.8	2.3	5.2	4.6	28.9	

		(%)									(%)						
自分	n=	配偶者(パートナー)							n=	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	その他		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	その他	
全体	3,528	33.5	16.4	11.9	9.0	13.2	8.7	7.3	2,239	34.2	18.6	16.1	7.6	10.6	5.9	6.9	
NTT ドコモ	1,117	85.9	3.8	3.0	2.3	2.1	1.3	1.7	756	79.2	5.0	6.5	3.2	1.9	1.7	2.5	
au	533	9.8	76.4	4.5	2.1	0.8	4.1	2.4	357	9.5	70.6	7.3	3.1	3.6	3.4	2.5	
ソフト バンク	381	6.8	4.7	73.5	4.5	7.9	1.3	1.3	253	9.1	4.7	71.9	3.6	8.3	0.8	1.6	
楽天 モバイル	375	11.5	9.6	6.7	58.7	3.7	4.5	5.3	199	15.1	8.5	10.1	48.2	7.0	2.0	9.0	
ワイ モバイル	503	8.2	4.0	6.6	2.6	74.6	2.2	2.0	307	9.4	8.8	18.6	4.2	53.1	2.3	3.6	
UQ モバイル	338	8.3	12.4	3.0	3.0	3.0	67.8	2.7	199	13.1	22.1	6.0	4.0	4.0	46.2	4.5	
その他	281	12.1	4.6	5.0	7.1	3.6	3.6	64.1	168	14.9	16.1	8.9	6.0	2.4	1.8	50.0	

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：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：2024年一般向けモバイル動向調査

第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

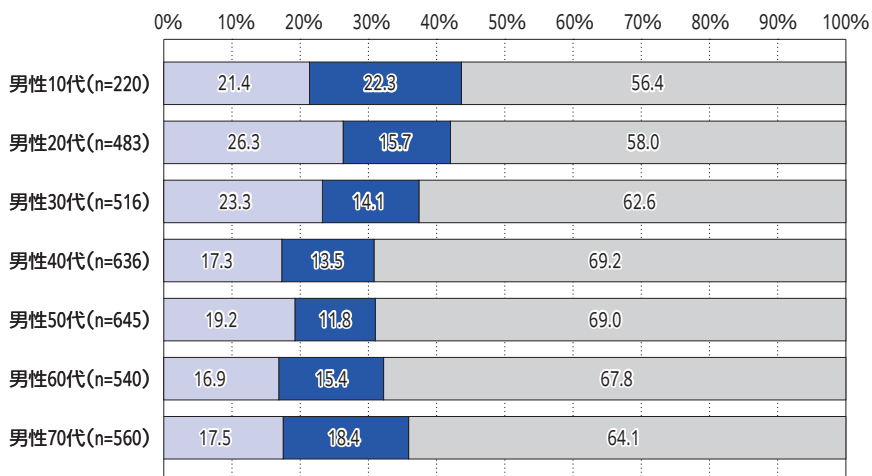
- 男性20代、女性20代は4人に1人がスマートウォッチを所有している(資料1-12)。
- 所有者の半数は健康管理・増進を最も大きな所有理由としている(資料1-14)。

資料1-12 年代別のスマートウォッチ所有率[性年代別] (単一回答)

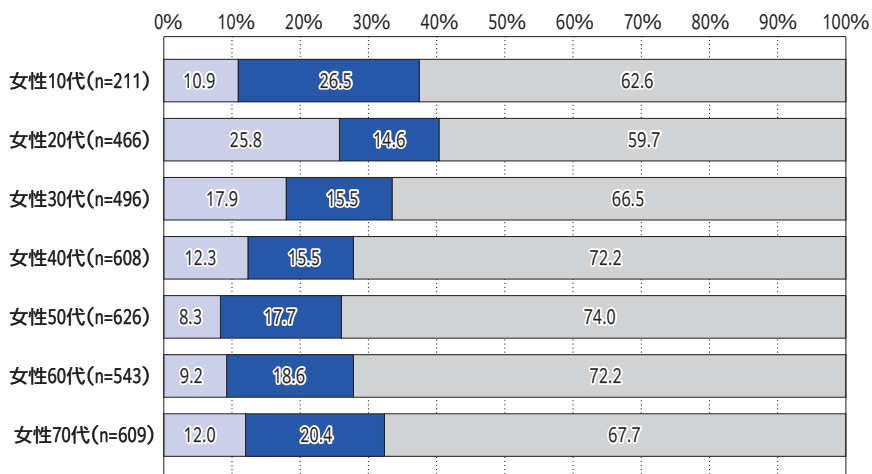
- 男女ともに20代の所有率が最も高く4人に1人が所有。
- 女性50代、60代の所有率は低く、約1割。

□ 所有している □ 未所有(将来的に所有したい) □ 未所有(所有したいとは思わない)

男性



女性

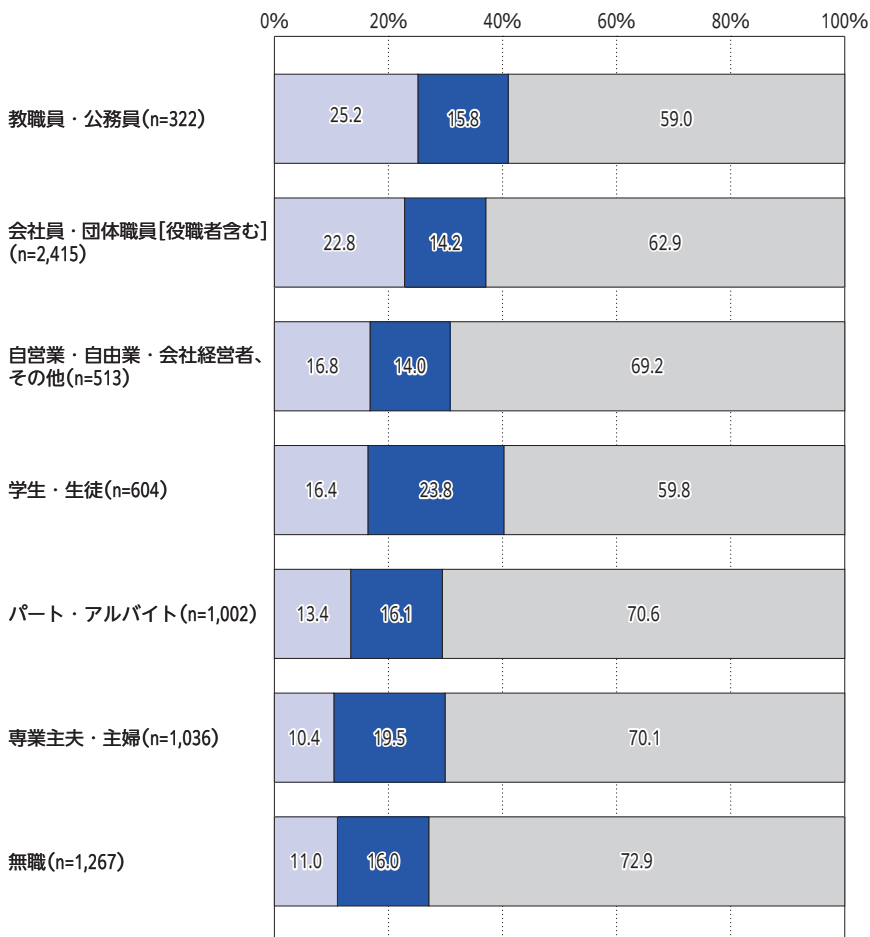


出典：2024年健康意識とICT活用調査

資料1-13 職業別のスマートウォッチ所有率(単一回答)

●教職員・公務員の所有率が最も高く、会社員・団体職員と続く。

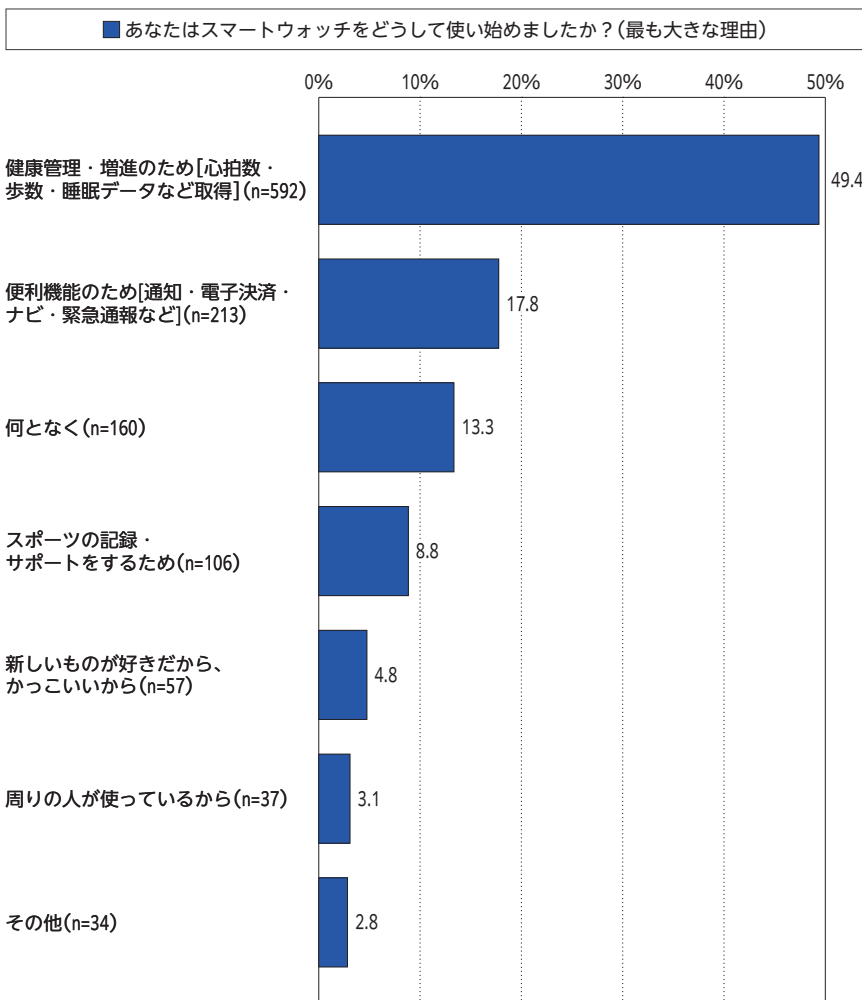
■所有している ■未所有(将来的に所有したい) ■未所有(所有したいとは思わない)



出典：2024年健康意識とICT活用調査

資料1-14 スマートウォッチの所有理由(単一回答)

●約半数の人は健康管理・増進を最も大きな理由としている。



出典：2024年健康意識とICT利活用調査

第3節

スマートフォン利用行動

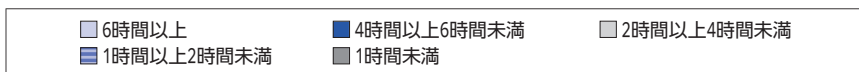
スマートフォンの利用時間とその増減、
各種行動に用いるデバイス

ポイント

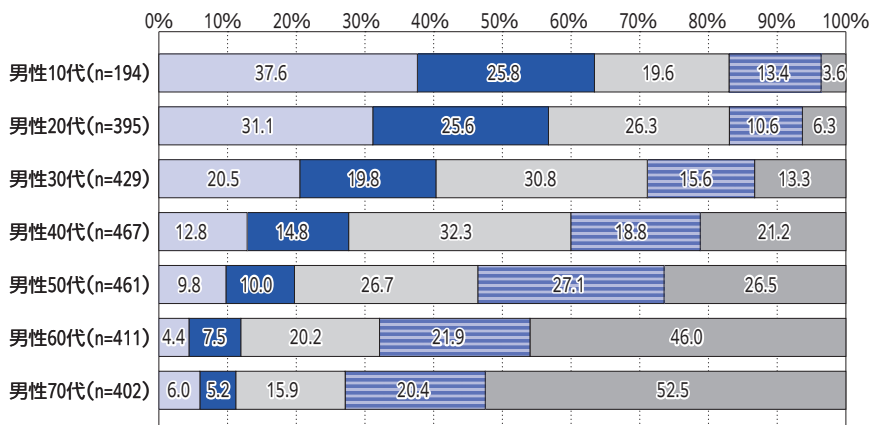
- 1日6時間以上利用する割合は女性若年層で高く、20代以下の女性では4割超(資料1-15)。
- 10代男性の4割強、10代女性の6割弱がここ1、2年でスマートフォンの利用時間が「長くなった・使い始めた」(資料1-16)。
- 情報検索に最も用いるデバイス、男性10～50代および女性10～60代は「スマートフォン」が多数を占める(資料1-17)。
- 動画視聴に最も用いるデバイス、男女とも各年代の1割程度が「タブレット」(資料1-18)。

資料1-15 スマートフォンの1日の利用時間[性年代別] (単一回答)

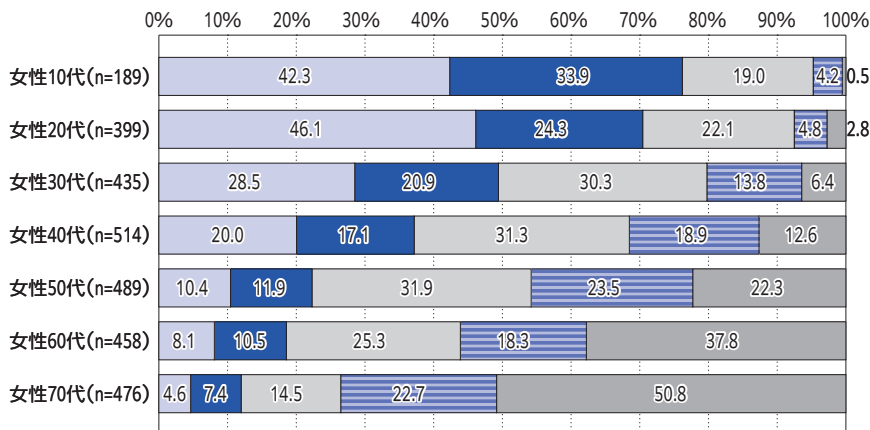
- 1日6時間以上利用する割合は女性若年層で高く、20代以下の女性では4割超。
- 70代は男女とも半数以上が1時間未満。



男性



女性



注：スマートフォン利用者が回答。

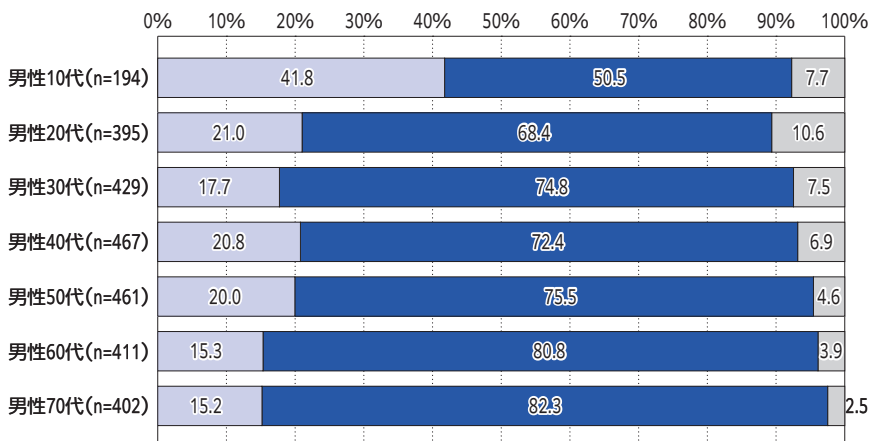
出典：2024年スマホ利用者行動調査

資料1-16 ここ1、2年でのスマートフォン利用時間の増減[性年代別] (単一回答)

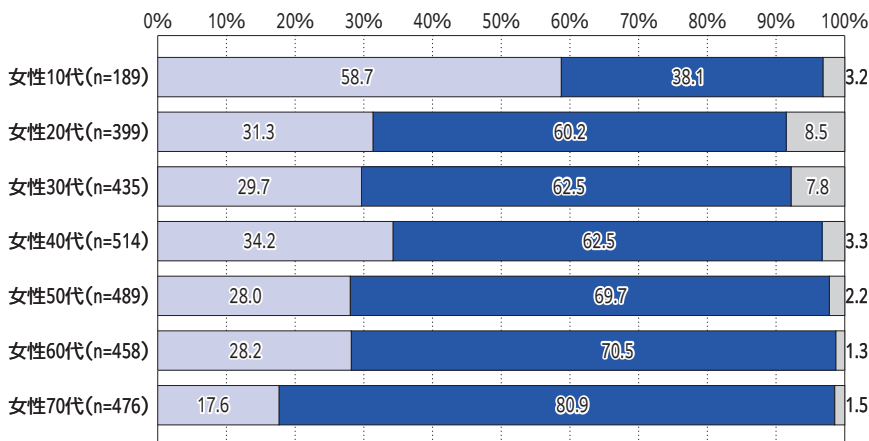
- 10代は男女とも「長くなった・使い始めた」が多数。
- 20～70代は男女とも「変わらない」が6割超。



男性



女性

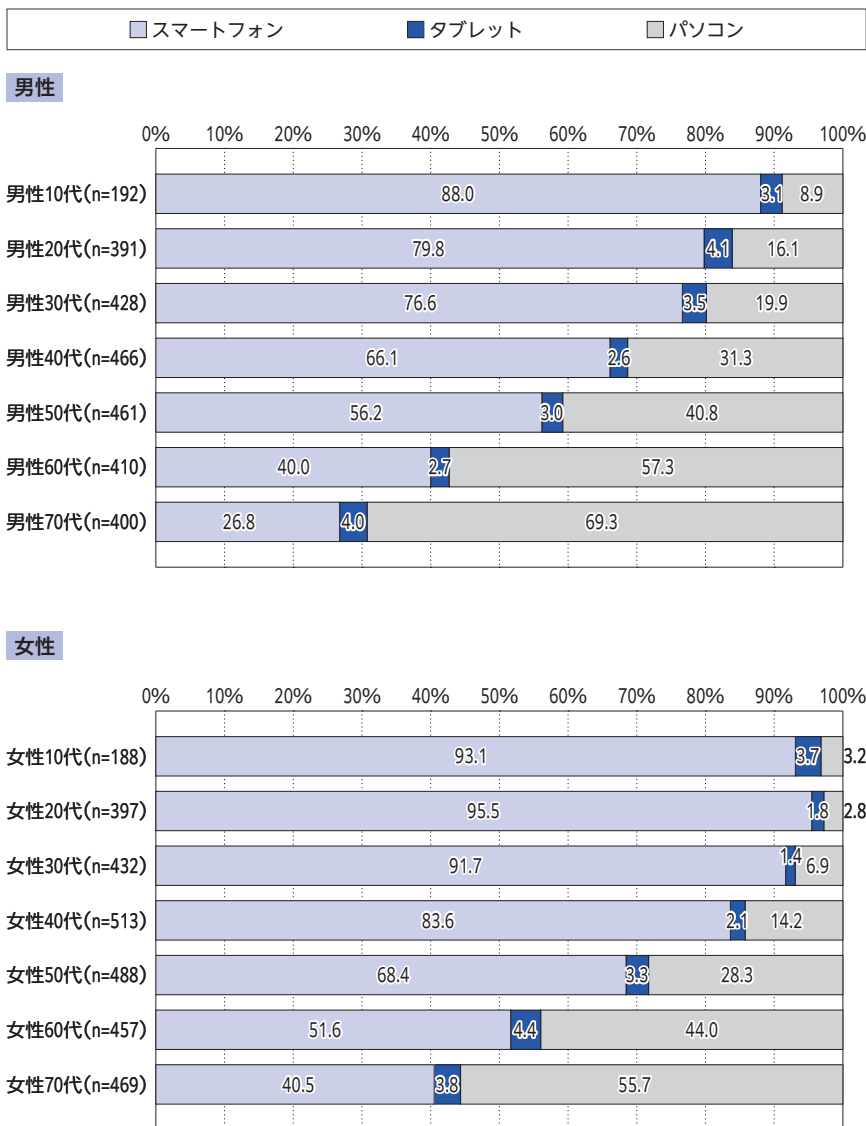


注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

資料1-17 情報検索・調べものに最も使用するデバイス[性年代別] (単一回答)

●男性は10～50代、女性は10～60代で「スマートフォン」が過半数を占める。

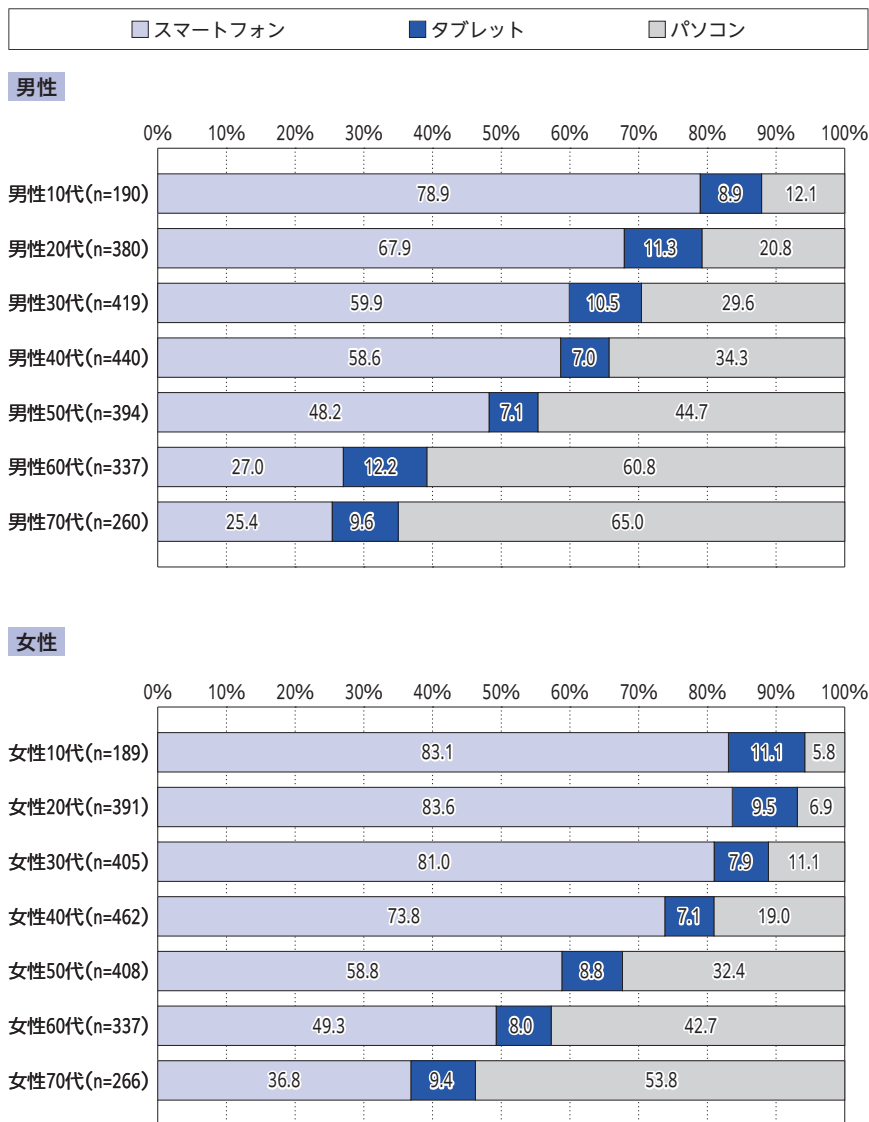


注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

資料1-18 動画視聴に最も使用するデバイス[性年代別] (単一回答)

- 男性は10～40代、女性は10～50代で「スマートフォン」が過半数を占める。
- 「タブレット」は各年代で1割程度。

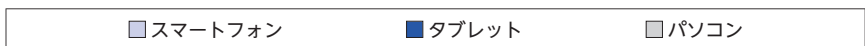


注：スマートフォン利用者が回答。

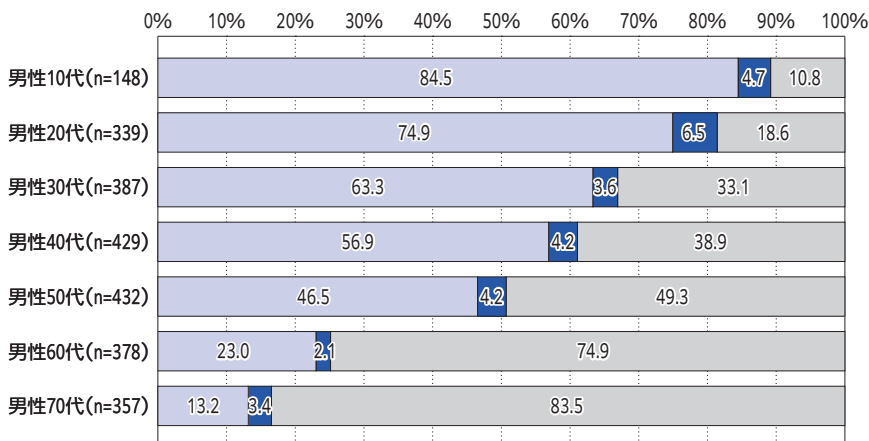
出典：2024年スマホ利用者行動調査

資料1-19 ネットショッピングに最も使用するデバイス[性年代別] (単一回答)

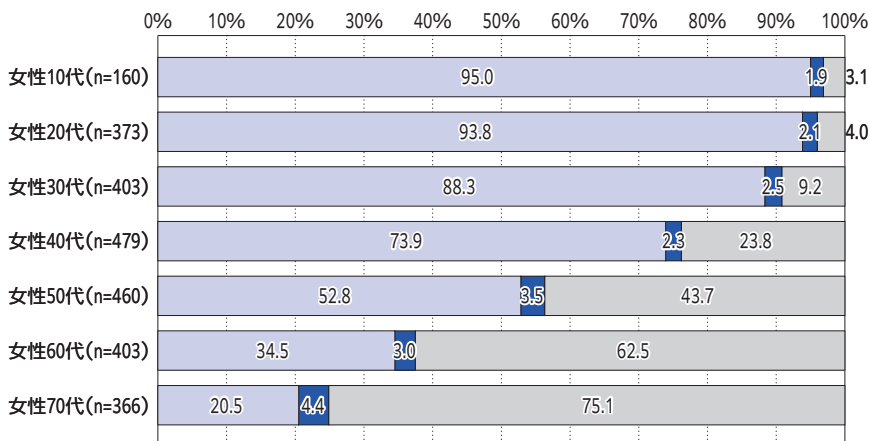
- 男性は10～40代、女性は10～50代で「スマートフォン」が過半数を占める。
- 男女とも70代の約8割が「パソコン」を最も使用。



男性



女性



注：スマートフォン利用者が回答。

出典：2024年スマホ利用者行動調査