

18歳～49歳のスマートフォンユーザー1,600人に聞く、購入意向と魅力調査

iPhone6からXperia™ Z3への購入意向スイッチ要因は『バッテリー』や『カメラの画素数』！

「スペック(数値)」が「自分にとっての役立ち度」に置き換えられる

昨今、携帯電話のスタンダードとなっているスマートフォン。ユーザーに役立つ機能が盛りだくさんな一方で、スマホ選びの際に何を基準に選択するのか迷うユーザーも多く存在する状況ではないでしょうか。

フリーマガジン「R25」を発行する株式会社Media ShakersのM1・F1総研®では、iPhone6やXperia™ Z3など最新型スマートフォンに着目し、ブランド浸透度や購入意向を把握。上記端末のどのような機能がユーザーが魅力と感じていて、購入意向がスイッチする際はどの機能がポイントとなるのか、について調査しました。

1 iPhone/Xperia™のブランド浸透状況

スマホブランドの浸透度1位はiPhone(95.0%)。2位にXperia™(88.6%)。Androidの純粹想起ではXperia™が1位(38.0%)に。

2 iPhone6とXperia™ Z3の購入意向

現状ではiPhone>Xperia™ Z3(意向差28.3pt)だが、スペックを理解すると、iPhone6派や中立派の一部はXperia™ Z3派へスイッチ。差分は11.5ptに縮小。

3 Xperia™ Z3派にスイッチした要素とは

Xperia™ Z3購入へのスイッチ層が魅力を感じた点は「防水」・「データ容量」・「バッテリー」・「カメラ画素」・「デザイン・カラーバリエーション」。

4 重視ファクター別にみた購入意向機種

「防水」重視層は、Xperia™ Z3購入派(36.8%)になりやすく、「音楽機能」重視層はiPhone6購入派(53.2%)に寄りがちである。

1 スマートフォンブランドの浸透度1位はiPhone(95.0%)。2位にXperia™(88.6%)。Android端末の純粹想起ではXperia™が1位(38.0%)。

スマートフォンユーザー1,600人に対し「知っているスマートフォンブランド」を聴取したところ、1位：iPhone(95.0%)、2位：Xperia™(88.7%)、3位：AQUOS PHONE/GALAXY(同率79.7%)となった。『Android端末と聞いて思い浮かぶブランド』を自由記述で書いてもらおうとXperia™の圧勝(39.0%)となり、Android端末におけるXperia™ブランドの強さが窺える結果となった。

また、利用したことのあるスマートフォンブランドは、1位、2位は認知ブランドと同じ結果に。AQUOS PHONEとGALAXYは認知では同率3位だったが、利用経験になるとAQUOS PHONEの方が上となっている。

【スマートフォンの認知ブランド(助成想起)】

【スマートフォンの利用経験ブランド】

※全体ベース

※提示スマートフォンブランドのいずれか認知者ベース

Q2: Android端末と聞いて思い浮かぶブランド(純粹想起)
(n=1,600) (%)

1位	Xperia	39.0
2位	GALAXY	22.8
3位	AQUOS PHONE	13.9
4位	ARROWS	9.6
5位	Nexus	1.8

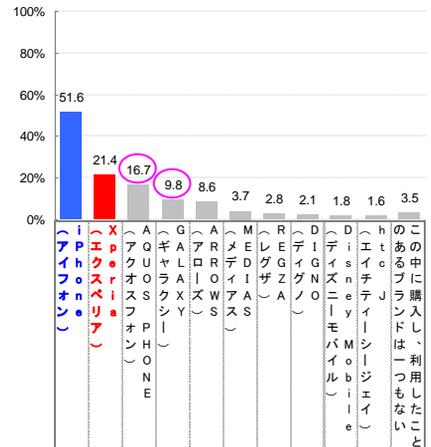
※「全体」のスコアが5位以上の項目のみ掲載

全体+10P以上
全体+5P以上
全体-5P以下
全体-10P以下
※n=30以上のみ色づけ

スマートフォンタイプ × 性別	全体	(1,600)	95.0	88.6	79.7	79.7	59.4	50.3	49.9	24.0	21.4	18.5	0.3
【iPhone】男性	(400)	100.0	89.0	76.0	74.5	53.8	35.3	48.8	30.5	26.0	15.3	-	-
【iPhone】女性	(400)	100.0	87.8	75.8	82.3	46.0	56.0	46.0	16.0	14.0	12.8	-	-
【Android】男性	(400)	88.8	89.3	83.5	76.5	72.0	45.3	50.8	30.3	28.5	23.8	0.5	-
【Android】女性	(400)	91.3	88.3	83.5	85.5	66.0	64.8	54.0	19.3	17.3	22.3	0.5	-

※「全体」のスコアで降順ソート

※「全体」のスコアが10位以上の項目のみ掲載



全体+10P以上
全体+5P以上
全体-5P以下
全体-10P以下
※n=30以上のみ色づけ

スマートフォンタイプ × 性別	全体	(1,567)	51.6	21.4	16.7	9.8	8.6	3.7	2.8	2.1	1.8	1.6	3.5
【iPhone】男性	(388)	100.0	9.3	5.7	5.2	3.4	2.3	3.4	0.3	0.3	0.5	-	-
【iPhone】女性	(383)	100.0	8.9	6.3	5.2	2.9	1.6	1.6	0.3	1.6	0.3	-	-
【Android】男性	(398)	6.5	34.7	26.6	15.3	15.3	4.5	3.8	4.0	0.5	3.3	6.3	-
【Android】女性	(398)	2.8	31.9	27.6	13.1	12.3	6.3	2.5	3.8	4.8	2.3	7.5	-

※「全体」のスコアで降順ソート

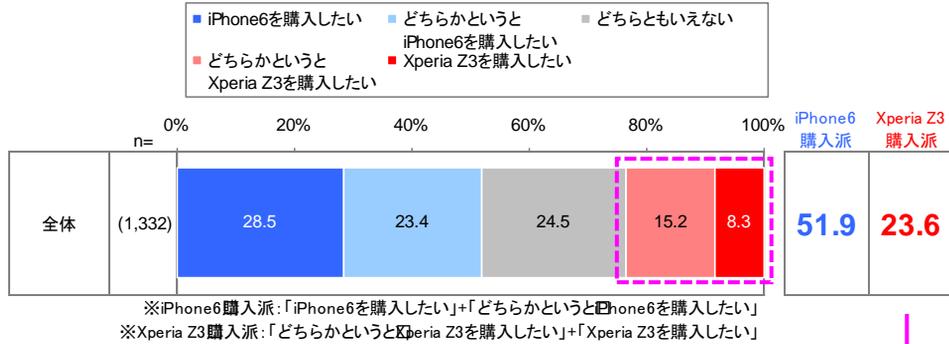
※「全体」のスコアが10位以上の項目のみ掲載

2 両機種の特徴を理解すると、iPhone6購入派や中立派の一部はXperia™ Z3購入派へスイッチする。

「iPhone6とXperia™ Z3のどちらを購入したいか」を確認すると、iPhone6派51.9%、Xperia™ Z3派23.6%となった。ただし、回答者の中には両機種の特徴や詳細内容を知らない人もいるため、各機種の特徴情報を呈示した上で再度どちらを購入したいかを聴取すると、iPhone6派は44.0%、Xperia™ Z3派は32.5%となり、両者の差が縮まる形となった。商品理解によってXperia™派にスイッチした人は、元々の購入意向として「どちらともいえない」と回答した浮動層が多く、属性でみると「大学生女性」、「ドコモユーザー」で、日本ブランドの想起が高い人が多い。

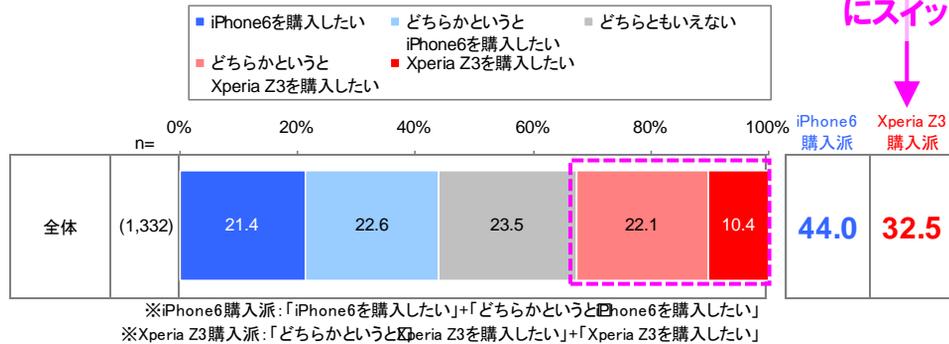
【iPhone6 vs Xperia™ Z3購入意向】

※両機種認知者ベース



それぞれの機種のスペック提示後・・・

※両機種認知者ベース



1割弱が
Xperia™ Z3派
にスイッチ

【Xperia™ Z3スイッチャー (n=138) のプロフィール】

※ Xperia™ Z3スイッチャー(両機種認知者のうち、スペック提示前の購入意向質問は「iPhone6を購入したい」~「どちらともいえない」と回答していたが、スペック提示後の購入意向質問では「どちらかという Xperia™ Z3を購入したい」「Xperia™ Z3を購入したい」に回答が変わった方) ベース

■性年代構成

- ・女性比率が高い (61%、全体値+11pt) / 大学生比率がやや高い (33%、全体値+8pt)

■保有スマホタイプ

- ・Android端末保有者比率が高い (70%、全体値+20pt)

■キャリア

- ・NTTドコモがやや高く (44%、全体値+8pt)、ソフトバンクがやや低い (19%、全体値-9pt)

■スマートフォンブランド認知

- ・AQUOS PHONE、ARROWS、Disney Mobile、GALAXY、REGZAの認知率は全体値に比べて高め。
- ・G'zOne、htc J、Motorolaの認知は全体値に比べて低め。

■携帯・スマートフォンリテラシー (自己申告評価)

- ・「あまり詳しくなく、ほとんど決まった機能、サービスだけを利用している」がやや高く (48%、全体値+5pt)、リテラシーはやや低め。

■スペック提示前購入意向の回答傾向

- ・「どちらともいえない」と回答した中立派比率が高く (59%、全体値+34%)、iPhone派 (41%、全体値-11%) を大きく上回る。

Xperia™ Z3派にスイッチした要因とは・・・

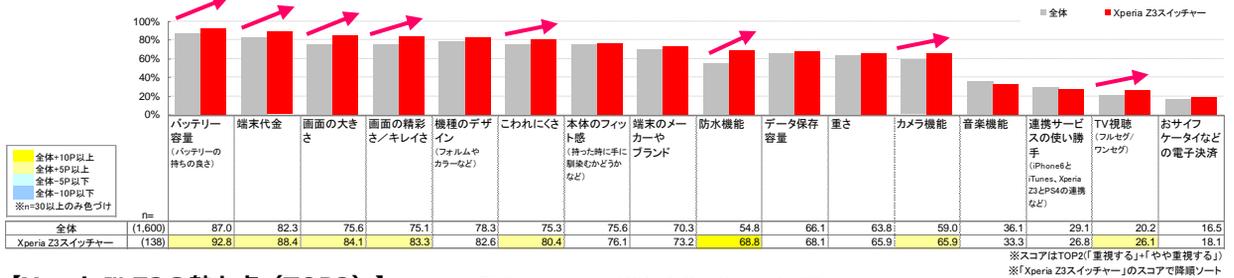
3

「防水」「データ容量」などの基本性能は元より「バッテリー」「カメラ画素」「デザイン・カラー」など機種固有のスペックだった

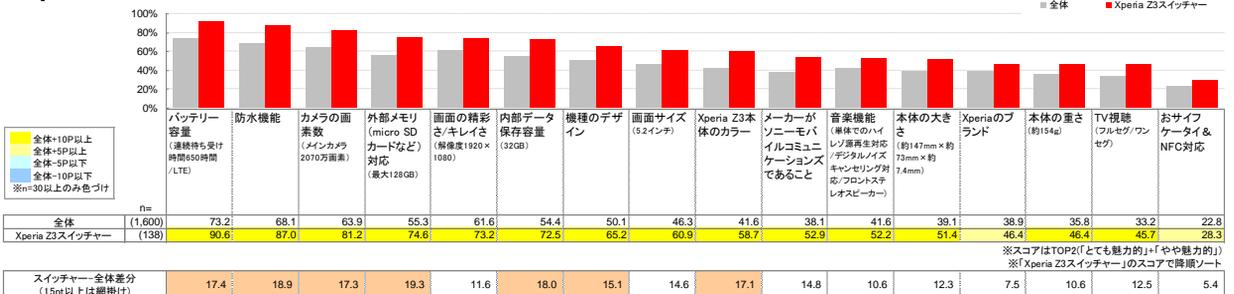
商品理解によって、購入意向がXperia™ Z3派にスイッチした人は、スマートフォン購入時に「防水」をはじめ、「画面の大きさ」「バッテリー容量」「こわれにくさ」「カメラ機能」「TV視聴」等を重視しており、iPhone6には搭載されていない機能・スペックを求める傾向が元々強いことがわかる。

さらにXperia™ Z3に魅力を感じた点としては「防水」「データ容量（外部メモリ）」「バッテリー容量」「カメラ画素数」が特に高いうえに「デザイン」「カラー」といった見た目要素も大きな魅力となっている様子が窺える。

【スマートフォン購入時重視点 (TOP2)】 ※Xperia™ Z3スイッチャー(詳細定義は前ページと同じ)ベース



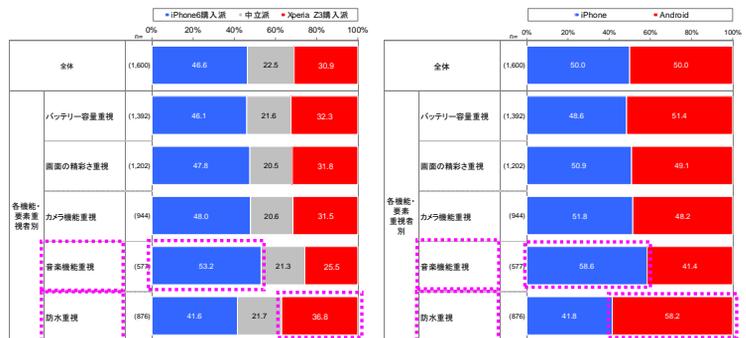
【Xperia™ Z3の魅力点 (TOP2)】 ※Xperia™ Z3スイッチャー(詳細定義は前ページと同じ)ベース



4

「防水」重視層は、Xperia™ Z3購入派になりやすく、「音楽機能」重視層はiPhone6購入派に寄りがち。

スマホ購入時の重視点別に、iPhone6、Xperia™ Z3のどちらを購入したいかを分析した。「バッテリー重視層」「画面精彩さ重視層」「カメラ機能重視層」の結果は全体スコアとほぼ同傾向であるが、「音楽機能重視層」は全体に比べてiPhone6派が多く、「防水重視層」はXperia™ Z3派が多くなる傾向があることがわかった。現保有端末がiPhoneかAndroidかという視点でも、上記とほぼ同様の傾向となっている。



調査実施概要

- 調査手法：インターネット調査
 - 調査機関：(株)マクロミル
 - 調査地域：関東1都3県（東京/神奈川/千葉/埼玉）
 関西2府2県（大阪/兵庫/京都/奈良）
 中部3県（愛知/岐阜/三重）
 福岡県
 - 実施日時：2014年11月10日（月）～2014年11月11日（火）
 - 調査対象：マクロミル会員パネルのうち、下記条件に該当する人を抽出
 - ①18歳～49歳の男女
 - ②大学生（大学院・短大生含む）、及び有職者（パート・アルバイト含む）
 - ③メイン端末としてスマートフォン（iPhoneまたはAndroid端末）を保有している方
 - ④スマートフォンリテラシーが高すぎる方は対象者から除外
- ※割付は以下のとおり

	大学生 男性	有職者 男性20代	有職者 男性30代	有職者 男性40代	大学生 女性	有職者 女性20代	有職者 女性30代	有職者 女性40代
iPhoneユーザー	100	100	100	100	100	100	100	100
Androidユーザー	100	100	100	100	100	100	100	100

計

1,600