

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず<企画シート作成上の注意>をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) オオサカケイザイホウカダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ビーエルピートクベツエンシュウキタジマ
大阪経済法科大学	経済学部	BLP 特別演習北島ゼミナール

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ) ノースアイランド	フリガナ) タカハシ ユウキ	7
North Island	高橋 祐稀	

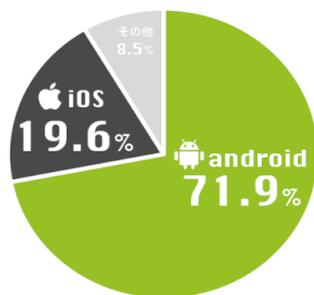
研究テーマ（発表タイトル）

なぜ日本の若者は iPhone を好むのか

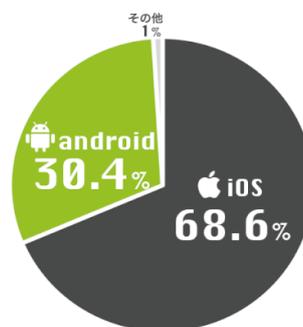
1. 研究概要（目的・狙いなど）

日本は、世界で最も iPhone が普及している国といわれている。統計データサイト「StatCounter」によると、2017 年の世界のモバイルシェア率は android が 71.9%、iOS が 19.6%となっている。しかし、日本のモバイルシェア率を見てみると、android が 30.4%、iOS が 68.6%と世界とは真逆の結果になっている。

世界のモバイルOSシェア(2017)



日本のモバイルOSシェア(2017)



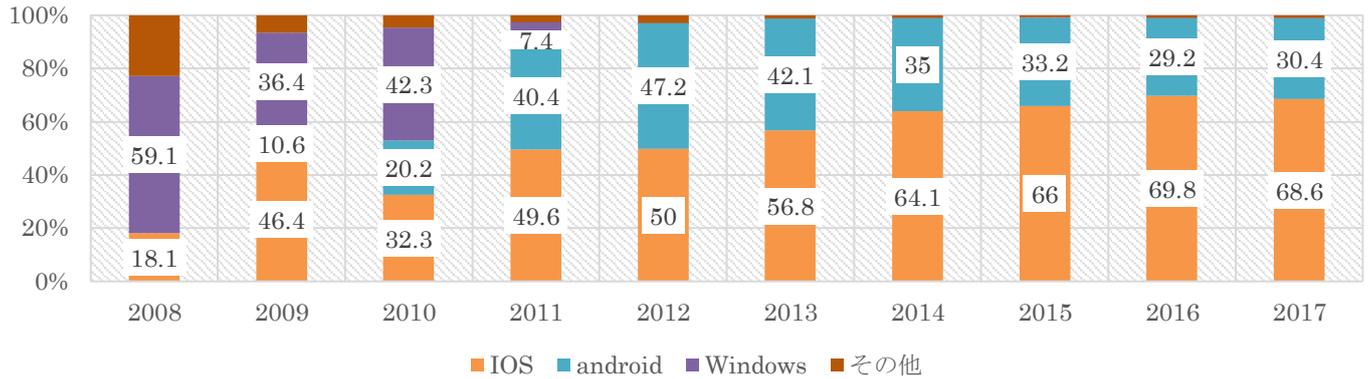
出典：StatCounter (<https://xera.jp/entry/iphone-android-share>)

そして、日本人のモバイルシェア率は年代が低くなるにつれて iPhone の割合が高くなっている。特に 10 代、20 代のモバイルシェア率は共に iPhone が 70%以上（出典：LINE 調べ 訪問留置調査 2017 年 10 月実施）を誇っている。では、なぜ日本の若者はこれほど iPhone を好むのか。私たちは、そこに日本人独自の購買意欲が隠されているのではないかと考え、研究を進めていく。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

日本に初めて登場した iPhone は、2008 年 7 月 11 日にソフトバンクが発売した iPhone3G だった。約 70,000 台販売され、アメリカに次ぐ世界で 2 番目の販売台数であった。iPhone が登場した 2008 年から 2017 年までの日本のモバイルシェア率の推移は以下のグラフのようにになっている。

日本のモバイルシェア率【2008-2017】



出典：StatCounter (<https://xera.jp/entry/iphone-android-share>)

グラフを見てみると、発売した 2008 年の翌年、2009 年には一気にシェア率が 46.4%にまで上昇し、その後右肩上がりに上昇を続けている。

このことから、iPhone は日本で発売されてすぐに人気に火が付き、今もなお絶大な人気を誇っていることがわかる。

3. 研究テーマの課題

日本人が世界で最も iPhone を好む理由として日本人独自の購買意欲があると考えた。特に若者の iPhone シェア率が高いことから、若者はその購買意欲が強い傾向にあると考えられる。それらを解明することで、企業が若者に対して効果的にアプローチする方法を見いだせるはず。そのためには、iPhone の人気に隠された秘密を徹底的に洗い出す必要がある。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

1. アンケート調査

日本人における iPhone の年代別シェア率を調べたところ、特に 10 代 20 代の若者に対して絶大な人気を誇っていた。そこで大阪経済法科大学の学生に対してスマートフォンのイメージについてのアンケート調査を行い、なぜ若者に iPhone が人気なのかを調査する。

2. ヒアリング調査

実際に Apple Japan はネットや著書に書かれている iPhone の人気の理由や、アンケート調査で出た結果などに対して効果的な戦略を立てているのか。また日本人における絶大な iPhone 人気について、どう認識しているのかを調査する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

我々は書籍やインターネットに載っている情報から、日本人が iPhone を好む理由として以下の 3 つの仮説を立てた。

① 価格

・日本人は Android と比べて価格が安いから iPhone を購入するのではないか。

② デザイン

・種類の多い Android に対し、iPhone は 1 つのデザインで統一され、オシャレだと感じ iPhone を購入するのではないか。

③ ブランド力

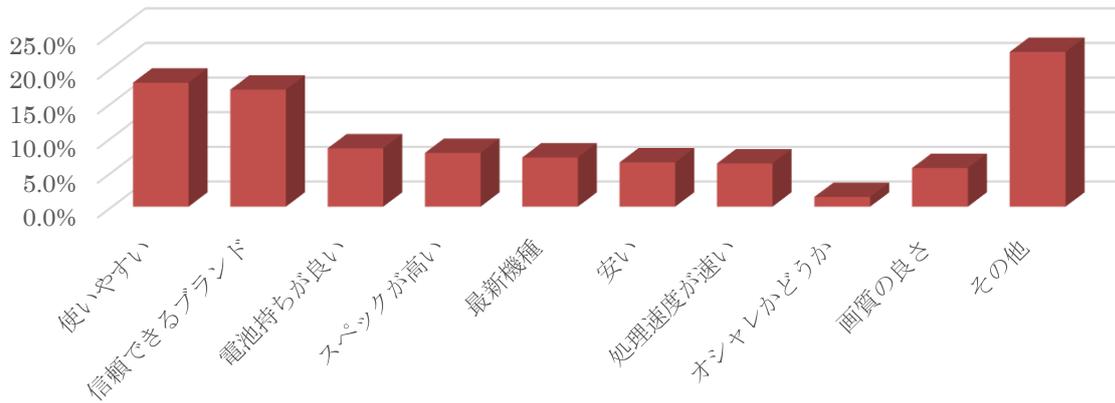
・Apple 製品というブランドに惹かれて iPhone を購入するのではないか

そして大阪経済法科大学の学生 394 名にアンケート調査を実施し、仮説の検証を行った。その検証結果を元に我々の研究についてのお話を伺うべく、Apple Store に訪問し、ヒアリング調査を行いたいと考えている。

6. 結果や今後の取り組み

大阪経済法科大学の学生 394 名にアンケート調査を行った結果 以下のことが分かった。

機種変更する際に重視する点



出所：本研究実施のアンケートより

アンケート調査の結果から、機種変更をする際に「価格の安さ」、「デザインのオシャレさ」を重視してスマートフォンを購入している学生は少なく、使いやすさや信頼できるブランドかどうかを重視する学生が多かった。このことから、仮説①、②は共に成立せず、仮説③に関しては検討の余地があるという結果になった。

iPhone		Android	
1位	最先端の機能	処理速度が遅い	
2位	リンゴ	安い	
3位	画質がいい	最先端の機能	
4位	シンプル	持っている人が少ない	
5位	周りが持っている	シンプル	
6位	オシャレ	画質が悪い	

出所：本研究実施のアンケートより

上記の表は、各機種に対するイメージをまとめたものである。この表を見比べてみると、iPhoneと比べてAndroidにマイナスのイメージを多く抱いていることが見受けられる。Androidに対してのイメージは、最先端の機能という認識があるにもかかわらず、処理速度が遅く、画質が悪いという認識にある。つまり、種類が豊富なAndroidの中でそれぞれの端末にどのような特徴があるのかを理解できていない。その結果Androidに対してのイメージ内での矛盾や悪印象を生み出している。これらの結果を踏まえると、iPhoneは多くの人々が所有する最先端の機能を搭載したオシャレな端末。Androidは具体的なイメージがつかめず悪いイメージが付きまとわっている。だから、スマートフォンを購入する際AndroidではなくiPhoneを選択する若者が多いのである。これらの研究結果を通して、日本の若者はイメージに左右されやすく、商品に対しての知識を深めずに購買に至る傾向が強いことが分かった。

つまり、どれだけ簡単にわかりやすく良いイメージを抱かせることができるかが大切である。

この結果を元に、Apple社へヒアリング調査の実施を予定している。

7. 参考文献

- 林信行 iPhoneショック 日経BP社 2007年12月20日
- 若者のiPhone人気が凄い事に！逆に40代に人気のスマホは <http://ネット起業.jp/iphone-popularity-reason> (アクセス日：2018年9月26日)
- IT media news 「iPhone XS/XS Max/XR」は何が変わった？ <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1809/13/news073.html> (アクセス日：2018年8月23日)
- スマホ情報局 iDoutch <https://www.idotch.net/4909.html> (アクセス日：2018年9月13日)
- Apple <https://www.apple.com/jp/iphone-xs/> (アクセス日：2018年9月30日)
- 日本と世界におけるスマホOSシェア率分析 <https://xera.jp/entry/iphone-android-share> (アクセス日：2018年10月15日)

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。