

2023年スマホケースの消費トレンドとインサイトレポート

—— ハイエンドスマートフォンユーザーを対象

ライフスタイル、デジタルライフ

スマートフォンの利用シーンの傾向

スマホケースの開発現状と動向

目次

01 ライフスタイルの変化

04 - 06

02 スマートフォンの使用シーンがスマホケースの機能開発を促進

07 - 13

03 スマホケース開発の歴史と現在の市場動向

14 - 25

04 スマホケース開発動向

26 - 38

インサイトレポートのデータソース

本インサイトレポートは、Ipsos X TORRAS X WGSN が共同で発表するものであり、3者のそれぞれの調査レポートのデータに基づいており、特に断りのない限り、以下のレポートにおける「消費者」という用語は、消費者全体（5カ国の消費者）を指す。

Ipsos の定量調査サンプル基準：過去4年間にスマートフォンを購入し、過去2年間にスマホケース製品を購入して使用した回答者。完成したすべてのサンプルの分布は次のとおりである。

	中国	米国	英国	ドイツ	日本
合計サンプル数	1007	513	515	509	503
• 男性の割合	46%	35%	39%	39%	46%
• 女性の割合	54%	65%	61%	61%	54%
• 18-24歳の割合	9%	8%	9%	16%	7%
• 25-30歳の割合	47%	18%	21%	22%	15%
• 31-40歳の割合	39%	44%	42%	37%	33%
• 41-50歳の割合	5%	30%	29%	25%	45%

WGSNの消費者のライフスタイルとデジタルライフに関するトレンド分析とインサイトは、消費者インサイトのトレンドWebサイトであるWGSN Insight とコンシューマテクノロジーのトレンドWebサイトであるWGSN Consumer Techの関連レポートから得られた。

- 『2025 STEPIC ドライビングファクター』
- 『2026 STEPIC イノベーション領域』
- 『オフィスライフスタイル：2023年の消費者プロファイル』
- 『ホリスティックヘルスブーム』
- 『ライフスタイル戦略：人生に意味を見出す』
- 『ライフスタイル戦略：デジタルノマド』
- 『未来のウェアラブル技術』
- 『新コンセプト：メタバース』
- 『主なトレンド：ユーザーエクスペリエンスにおけるAIインタラクションの再構築』
- 『中国ソーシャルメディア美学の解説：2023年5月』
- 『2023年中国ファストファッション：#Cleanfit 軽くてシンプルなスタイル』

本インサイトレポートのスマホケースの画像とスマホケース業界の歴史は、TORRASの製品開発の専門家によって提供され、公開されている情報から編集されている。

PART

ONE

ライフスタイルの変化

世界中の消費者は、健康的でバランスの取れた質の高い生活を意識的に追求している。

パンデミック後の時代、消費者は健康的な生活にもっと関心を持っている。同時に、経済が回復し、労働力が増加するにつれて、人々は徐々に仕事に戻り、より集中するようになる。

また、人々は忙しい仕事の後にワークライフバランスを保ち、自然でリアルで快適な生活を送る傾向がある。

心身の健康

消費者は、心身の健康、そしてバランスの取れた生活の重要性をますます認識している。

新世代の消費者は、疲労や燃え尽き症候群と闘い、健康的な生活を積極的に取り入れようとしている。

仕事に集中

世界銀行の統計によると、世界の労働力は2022年に34億3000万人に達した。

地理、人種、宗教、社会経済的背景に関係なく、ほとんどの消費者にとって仕事は「必需品」である。中国人従業員は年間平均2100時間働いているが、米国では約2012時間働いている。間違いなく、仕事は人々のほとんどの時間を占める重要なシナリオである。

上質な時間

経済が不安定な時期には、消費者は仕事により多くの時間を費やす。しかし、仕事と生活の間に適切な時間配分を行い、自然で快適な生活を追求し、自分のニーズを気遣うことの重要性にも気づき始める。人々は、一人で過ごす時間、家族と過ごす時間、人間関係を維持するなど、仕事以外の時間をより上質な時間を費やそうとする。

デジタルライフはますます浸透しており、デジタルノマドの数はさらに増加している。

デジタルエンターテインメントはさらに普及し、オンラインワークは都市やオフィスなどの地理的な場所に制限されない。消費者は、仕事と生活、オンラインとオフラインをシームレスにつなぐことを熱望している。世界はすべての人にとってデジタル時代に向かっており、「デジタルノマド」の数はさらに増加している。

デジタルノマド

2035年までに、デジタルノマドの数は10億人に達すると推定されている。

デジタルノマドとは、固定された職場で働く必要はなく、どこでもデジタルで仕事をする人を指す。

世界的に、ストリーミングメディアのユーザーとその平均アクティブ時間は急激に増加している。

(TikTok 2023のアクティブユーザー数は全世界で16億5,000万人(前年同期比+31.6%)、全世界の平均滞在時間は86M(前年同期比+18.1%)。2023年第3四半期の時点で、Netflixの全世界の加入者数は2億7,400万人で、前年同期比+10.8%となっている。Freeveeの月間アクティブユーザー数は2022年上半期時点で6,500万人で、2021年末の6,000万人より+8.3%)

欧米からアジア諸国まで、フリーランサーやコンテンツクリエイターとして活躍する人や、ライブ配信やショートビデオ業界で活躍する人が増えている。また、デジタルワーカーのリモートワークを促進するために、トラベルインセンティブプログラムやデジタルノマドビザも登場している。デジタルエンターテインメントはさらに普及し、オンラインワークは都市やオフィスなどの地理的な場所に制限されない。消費者は、仕事と生活、オンラインとオフラインをシームレスにつなぐことを熱望している。

フリーランサーは、特にソーシャルメディアのアカウントを独立して運営し、仕事の後に自主制作のコンテンツを投稿する新しい職業になりつつある。また、フリーランサーは積極的かつ自発的に、縦のインタレストタグを使ってコミュニティ文化に投稿を共有し、自らの情熱と才能を示している。

PART

TWO

スマートフォンの使用シーンがスマホケースの機能開発を促進

「スマホがなければ、生活できない」 - 現在のスマートフォンの使用シーンは多様化している。

スマートフォンは世界中のユーザーの生活や仕事のあらゆる側面に深く浸透してきている。また、使用シーンは多様化しており、バランスの取れた健康的な生活を求める消費者のニーズに応えている。

2022年の世界のスマートフォン普及率：

68%

GSMA 『2023年モバイルインターネット接続の現状』

2022年主要各国のスマートフォン普及率：



Statista - Market Indicators

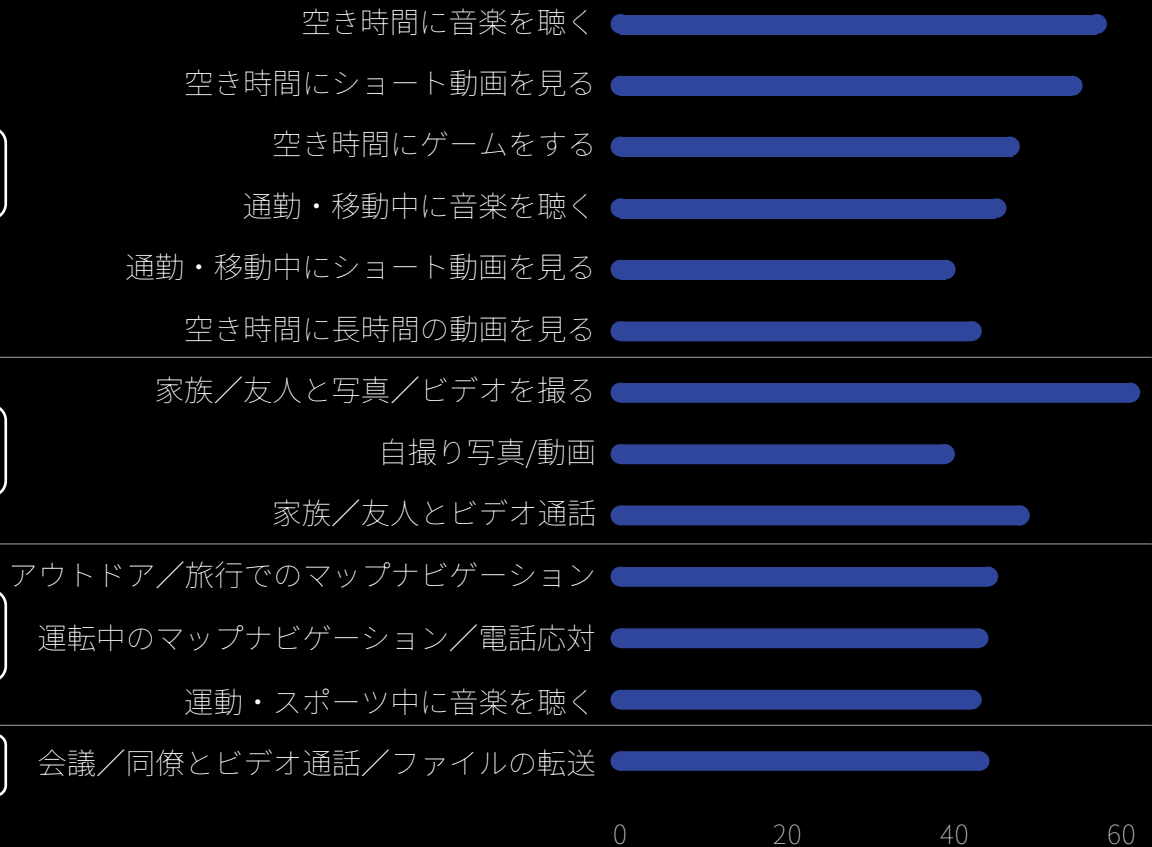
スマートフォンの現在の主な使用シーン：

レジャー・
娯楽

スマートフォ
ンソーシャル

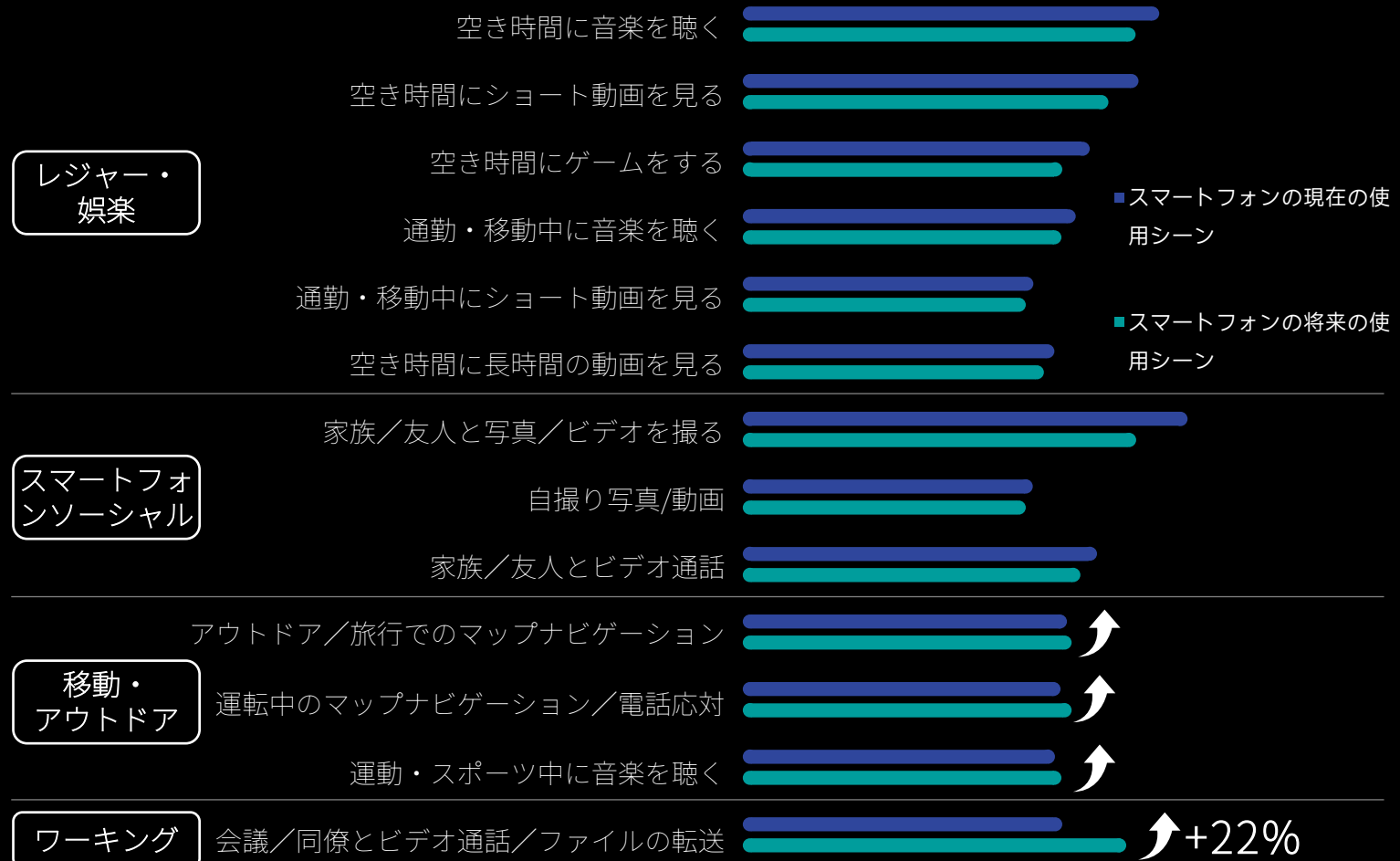
移動・
アウトドア

ワーキング



現在、スマートフォンの日常的な社交やレジャー・娯楽は依然として主流のシーンである。将来的には、移動/運転、アウトドアや仕事の時にスマートフォンをより頻繁に使用するようになる。

現在、スマートフォンの日常的な社交やレジャー・娯楽は依然として世界で最も主流のシーンである。将来的には、モバイルエコシステムとデジタルライフの変化の影響を受けて、ユーザーの心の中で、アウトドアやスポーツ、ドライブ、オンラインワークなどにおいて、スマートフォンをより頻繁に使用するようになる。



レジャー・娯楽が主流
音楽を聴く、ビデオを見る、ゲームをするなど

モバイル・ソーシャル・ネットワーキングが普及
家族や友人と頻繁に写真やビデオを撮ったり、ビデオを共有したり、自撮りをしたりする

今後の傾向は、**モバイル、アウトドア、スポーツ**の使用シーン

新型コロナの流行による**オンラインワークシーン**の人気の高まり



地理的な違い：欧米諸国では社会的な交流シーンが多いのに対し、東洋諸国では人々はより「静かで控えめ」である。

欧米諸国

- 日常的に家族や友人と時間を過ごすことを好む。空き時間に家族や友人との活動により多くの時間を費やす（自宅でパーティーを開いて親戚や友人をもてなす、家族・子供と一緒に過ごす）。
- そのため、スマートフォンを使用して家族や友人とより頻繁に写真やビデオを撮ったり、ビデオ通話をしたりしている。

家族と過ごす

84%
TGI:106

友達と過ごす

55%
TGI:119

自宅でパーティーをする/
家族と過ごす

79%
TGI:119

ビデオ通話

58%
TGI:121

写真やビデオを撮る

72%
TGI:118

東洋諸国

- 家族は依然として生活の中心であるが、愛とコミュニケーションの表現方法は比較的抑制されている（人々が写真やビデオを撮ったり、ビデオ通話をしたりすることの多い欧米諸国ほど一般的ではない）。
- 時には孤独を楽しみ、余暇にはスマートフォンで長い動画を見て時間をつぶすのが好きである。

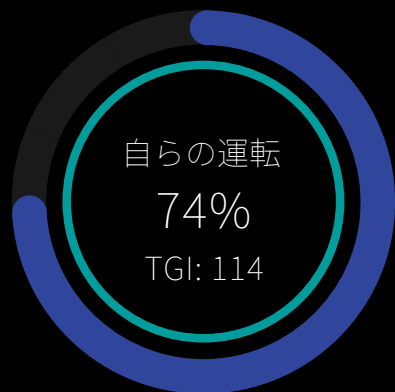
孤独を楽しむ 32% TGI: 109

長い動画を見る 46% TGI: 110

東洋や西洋の国々に関係なく、運転シナリオは将来の一般的な傾向である。

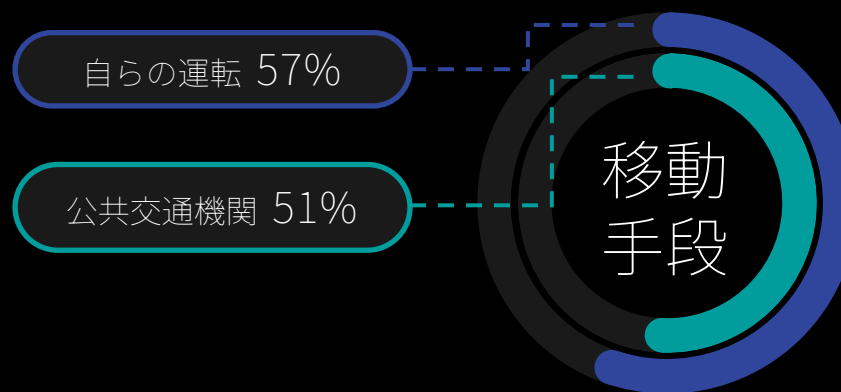
欧米諸国

日常の移動・通勤が自らの運転に支配されているため、運転中のスマートフォン支援のシナリオがより一般的になっている。



東洋諸国

日常の移動のための自らの運転は、公共交通機関を利用するのと同じくらい一般的である。しかし、中国での新エネルギー車の台頭と運転コストのさらなる削減により、自らの運転はより一般的になるでしょう。



43.5 台

2022年の中国の100世帯あたりの自動車所有台数。

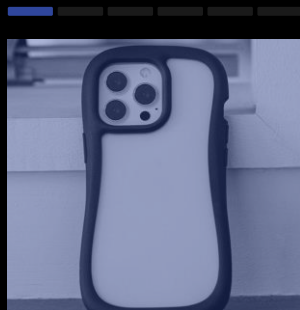
これらの重要なシナリオでは、スマートフォンを使用するときにさまざまな手の動作がされるため、スマホケースのニーズが異なる。

スマートフォンの使用シーン	最も一般的な動き	スマホケースの主な需要
 <p>レジャーと娯楽 音楽を聴く/ショート動画を見る/ゲームをする</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 片手に持つ <input type="checkbox"/> 両手で持つ 	<p>滑り防止、落下保護</p>
 <p>家族や友人との交流 写真を撮る/ビデオを撮る/ビデオ通話をする</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 片手に持つ <input type="checkbox"/> 机/テーブルの上に置く 	<p>カメラの保護 キックスタンド付き、ハンズフリー</p>
 <p>映画鑑賞 長い動画を見る</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 片手に持つ <input type="checkbox"/> 机/テーブルの上に置く 	<p>キックスタンド付き、ハンズフリー</p>
 <p>ワーキング 会議/同僚とビデオ通話/ファイルの転送</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 机/テーブルの上に置く <input type="checkbox"/> 平らに置く 	<p>ワイヤレス充電（会議/ビデオはバッテリーを消耗する） キックスタンド付き、マグネット、気軽に吸着、ハンズフリー</p>
 <p>運転 マップナビゲーション/電話する</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 車載 <input type="checkbox"/> 片手に持つ 	<p>磁気充電（マップナビゲーションはバッテリーの消耗が早い） マグネット、安全運転、ハンズフリー</p>

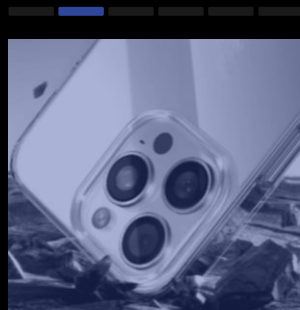
こうした様々なニーズにより、スマホケースの特徴や機能に対する詳細な要求が生まれた。

滑り防止やカメラ保護などのスマホケースを保護するためのアップグレード機能や、キックスタンドやマグネットなどのハンズフリー機能が開発された。

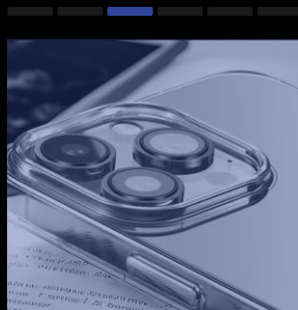
滑り防止スマホケース



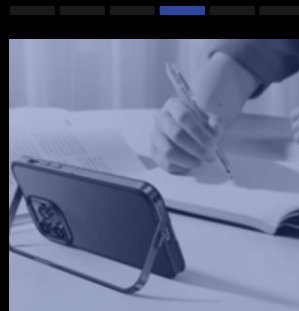
落下保護スマホケース



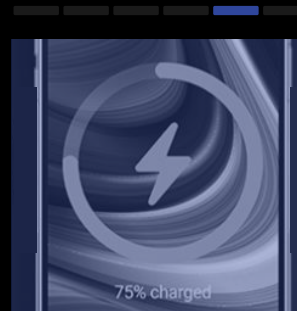
カメラ保護スマホケース



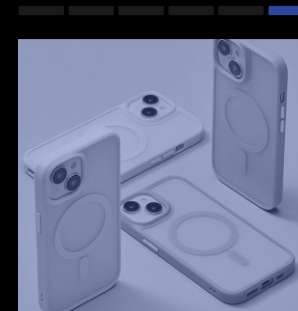
キックスタンド付きスマホケース



ワイヤレス充電スマホケース



マグネット式スマホケース

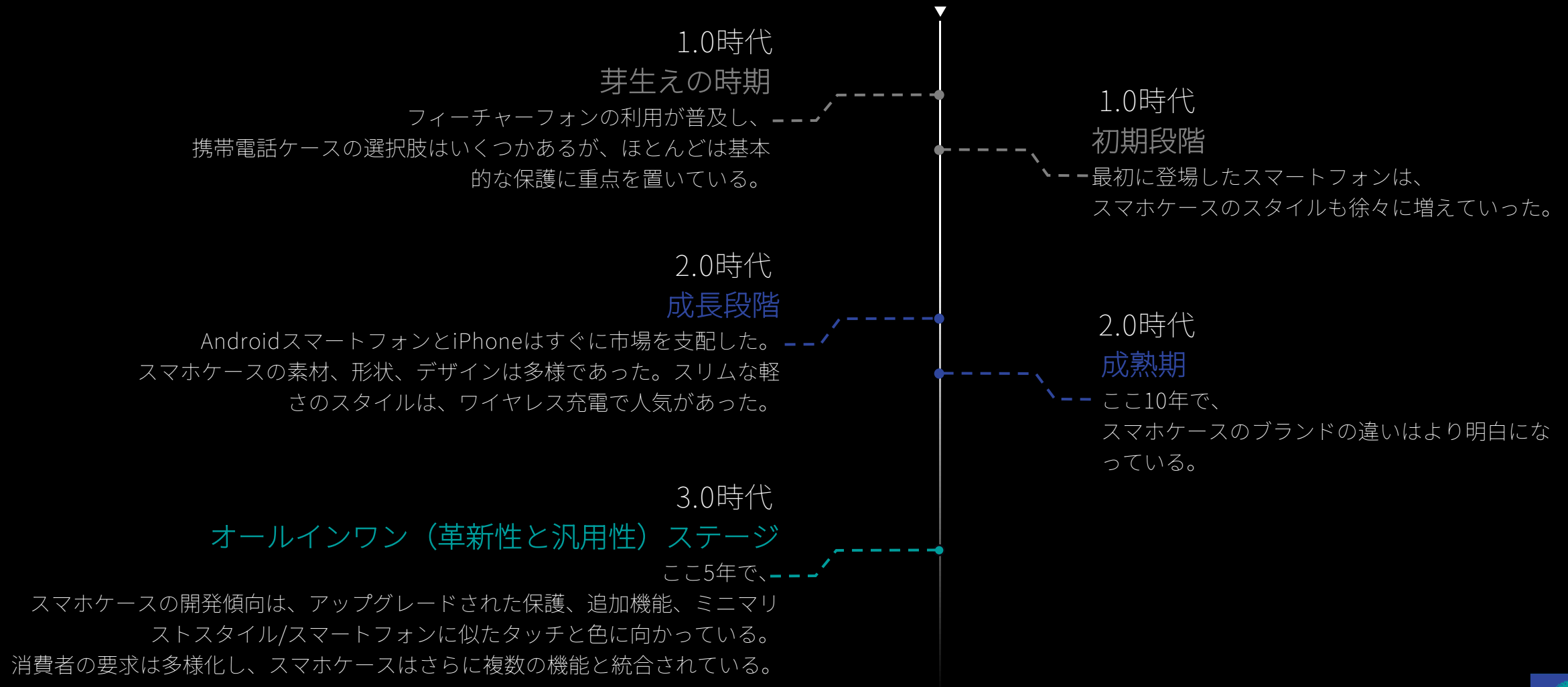


PART

THREE

スマホケース開発の歴史と現在の
市場動向

世界的にスマートフォンがフィーチャーフォンから移行する一方で、スマホケース製品も、基本的な保護、外観、素材の改善から包括的な機能の進化まで、常にアップグレードされている。スマホケースは、ユーザーにとって徐々に「硬直的需要（必要なもの）」になっている。



1.0時代、スマートフォンの登場によりスマホケースの業界が生まれたが、機能やデザインは比較的ベーシックでシンプルなものであった。



1.0時代

芽生えの時期

「モバイルブリック」のノキアフィーチャーフォンが人気を博していたとき、スマホケースに対する消費者の需要は緊急ではなかった。

このとき、スマホケースは、最も基本的な保護と実用性を備えた単一の機能と、透明/単色のシンプルな外観を持っていた。産業は小さく、消費習慣はまだ形成されていなかった。



1.0時代

初期段階

第1世代のスマートフォンが市場に氾濫し、フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行が徐々に始まった。

スマホケースのデザインも素材、色、スタイルの面で変化し始めたが、それでも基本的な保護機能に焦点を当てており、大規模な産業化は行われなかった。

2.0時代、スマートフォンの人気に伴い、スマホケースは徐々にユーザーにとって必需品となり、製品の多様化とブランドの差別化がさらに進んだ。



2.0時代
成長段階

多くのAndroidスマートフォンやiPhoneが爆発的に市場に登場し、スマートフォンが広く普及した。差別化とパーソナライゼーションに対する消費者の要求はますます強くなった。その後、スマホケースは多様でオールラウンドな方法（薄くて軽い、革素材、フラップ、チェーン、共同ブランドなど）で開発され、業界の継続的な拡大を促進した。その後、ワイヤレス充電が登場し、スマホケースのデザインは極端に薄く軽くなった、同時に、世界有数の携帯電話アクセサリーメーカーがブランディングプロセスを開始した。



2.0時代
成熟期

スマホケースはその後も発展を続け、業界規模はさらに拡大したが、開発モードは大規模な漸進的な拡大から、より洗練されたブランディング業務へと変化した。同時に、大手企業/ブランドは、スマホケースの平凡な保護性能、黄変や汚れのしやすさの問題をより適切に解決するために、技術的な困難をさらに突破し、業界がますます成熟した。

3.0の時代には、スマホケースに対する消費者の要求はより多様で包括的になり、多機能統合に向けて発展している。



3.0時代

イノベーションステージ

モバイルエコシステムの変化の結果、消費者は新しいデジタルライフスタイルや習慣を身につけた。したがって、スマホケースの大手企業/ブランドは、新しいシナリオの要求を満たすために、製品の機能または特徴をさらに革新および開発している。

- 保護機能のより高い基準、およびより「高度な技術」。
- ファッションナブルな外観/パーソナライズされたスタイルに加えて、デザインのコンセプトは「自然への回帰」であり、その下でスマートフォンに似たタッチ/色とミニマリストスタイルが新しいトレンドを引き起こした。
- 長いビデオアプリの人気、短いビデオの台頭、ライブ配信の時代の到来で、オフィスワーカーが「三面六臂」（複数のデバイスを相互接続して共有）を持つ必要があるため、キックスタンド付きのスマホケースが誕生した。
- iPhone 12のMagSafe（磁気充電）の発売に伴い、人々の運転に対する一般的/頻繁なニーズと相まって、車内磁気充電の需要があり、マグネット式スマホケースが生まれた。



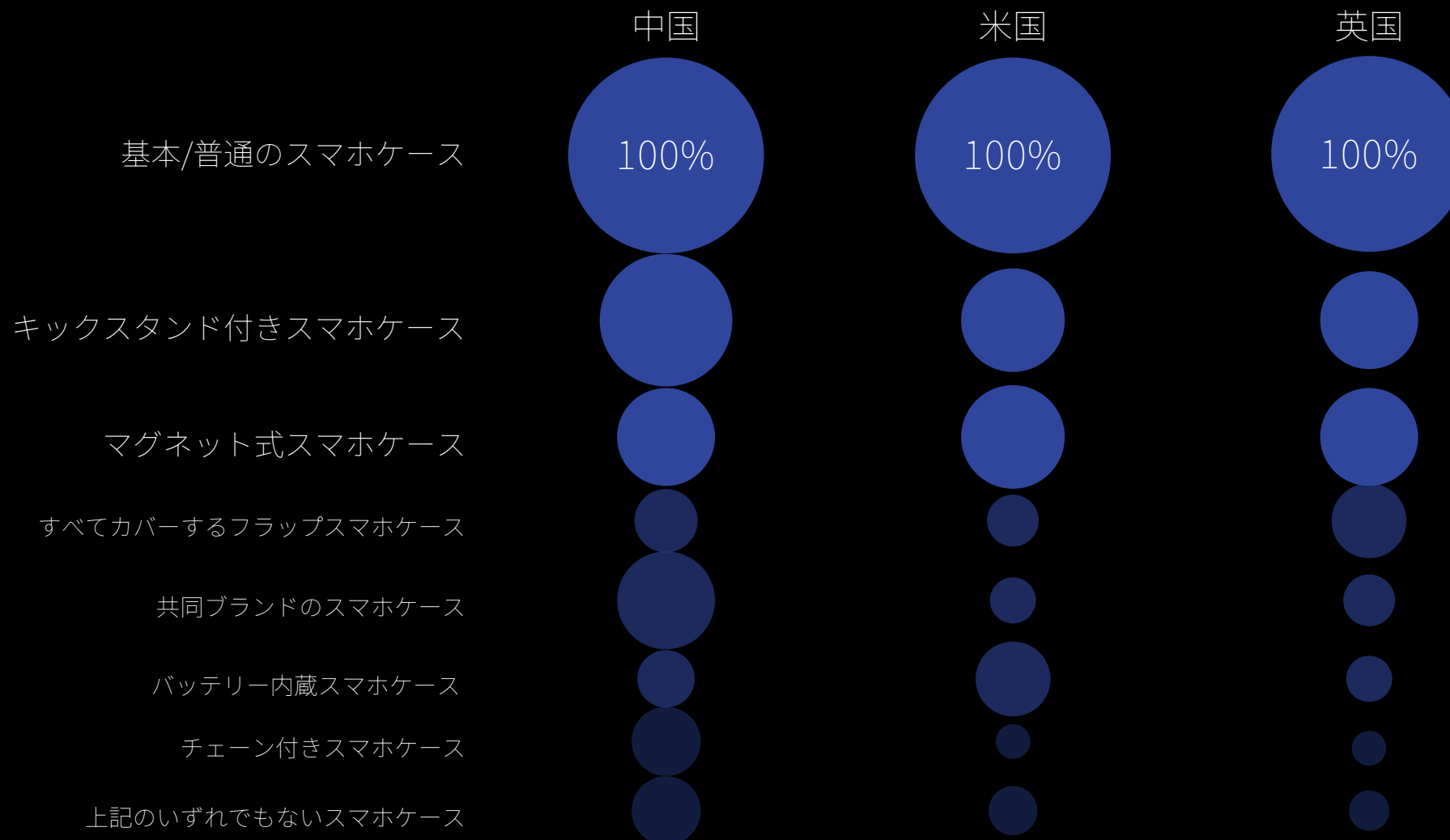
ポスト3.0時代/未来

オールインワンステージ

消費者の要求はさらに統合され、オールインオンのスマホケースがトレンドになる。

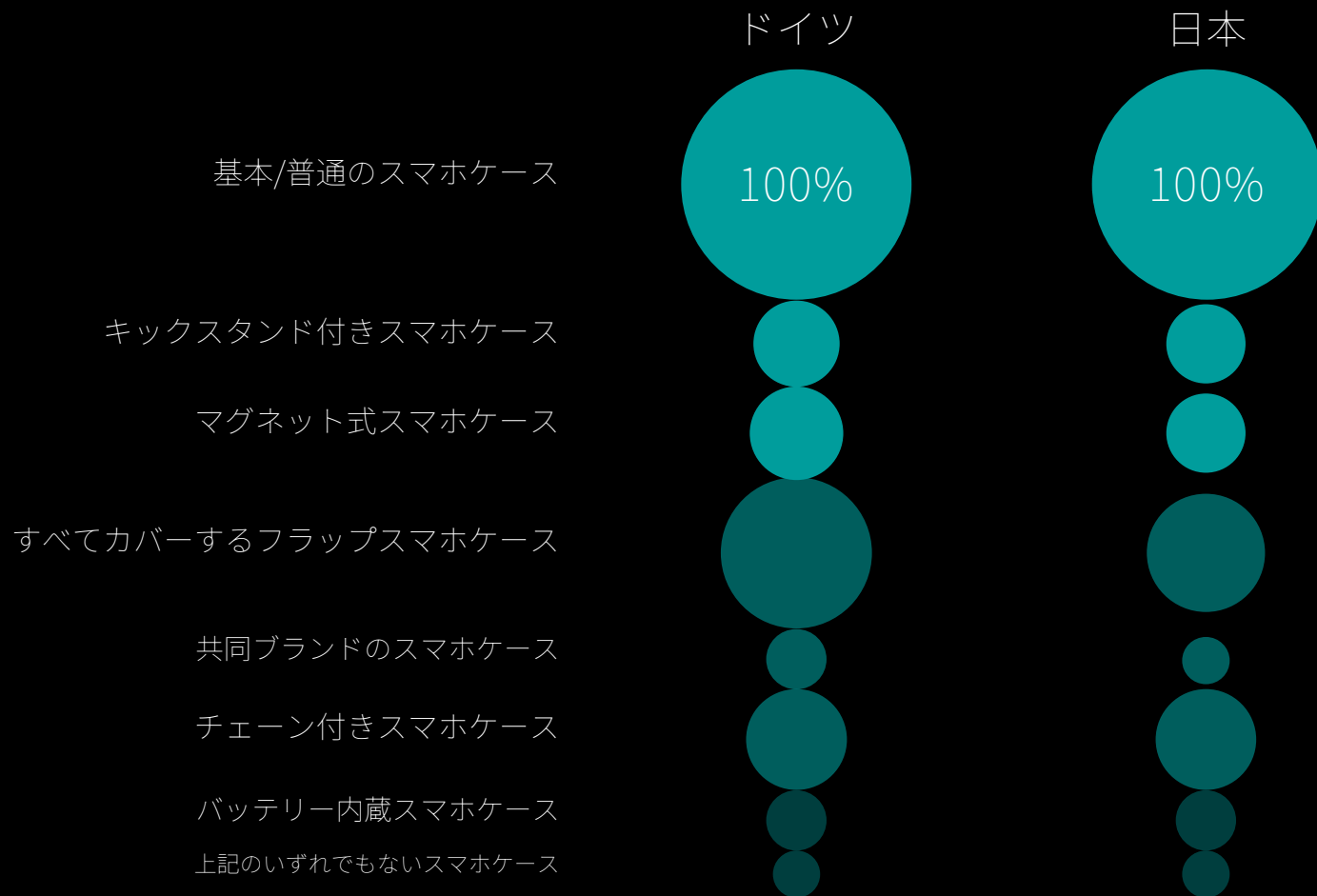
その中、中国、米国、英国は、3.0時代、つまりイノベーションの段階に最初に突入した国である。

基本/普通のスマホケースに加えて、消費者はキックスタンド付きスマホケースとマグネット式スマホケースをより頻繁に使用する。



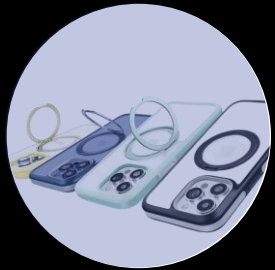
ドイツと日本はポスト2.0時代にあり、徐々に3.0時代へと進んでいる。

現在、ドイツと日本の消費者は、チェーン付きやすべてカバーするフラップスマホケースをより多く購入しており、キックスタンド付きやマグネット式スマホケースを徐々に使用し始めている。



大手企業/ブランドは、ブランドをさらに差別化するために、イノベーションの時代に革新的な製品を発売している。

- 機能：TORRASはキックスタンドをスマホケースに見事に埋め込んでおり、「キックスタンド付きスマホケースのエキスパート」、として知られるオールインワンの機能要求を満たしている。OtterBoxは、「落下保護のエキスパート」として主要な優位性を確立している。ポップソケット（Popsockets）は、背面のリング（ポップグリップ）アクセサリーでファッションスタイルを活用している。
- 外観デザイン：豊富なデザインスタイルと多様な共同ブランディングを持つCASETiFYは、「トレンドィでパーソナライズされたデザイン」をリードし、PITAKAは「ミニマルな外観・デザイン」で支配的である。



TORRAS

キックスタンド付きスマホケースのエキスパート

埋め込み型キックスタンド
オールインワンスマホケース



OTTERBOX

落下保護のエキスパート



POPSOCKETS

ファッションナブルな
リングアクセサリー

エアバッグリングアクセサリー
多様なポップハットスタイル



CASETiFY

トレンドィでパーソナライズされたデザイン



PITAKA

ミニマリストの外観

Otterbox — 「バランスの取れた生活を送る人」にとって必需品である落下保護のエキスパート。

家族を愛し、ワークライフバランスを求める、より成熟したスマホケースユーザーが含まれている。これらのユーザーは、仕事、娯楽、アウトドア、および運転のシナリオでスマートフォンを使用する傾向があり、優れた落下保護を備えたオールインワンのスマホケースを期待している。

Otterbox ブランドの概要：

Otterboxのブランドユーザーは、成熟した年齢層である傾向がある。その性別と職業の分布は、スマホケースの全体的なユーザーと似ている。

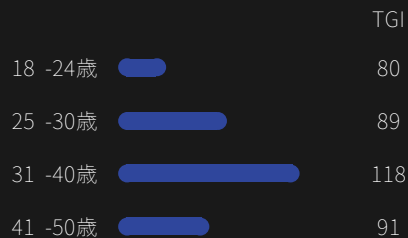
これらのユーザーは人生を楽しみ、家族の活動や自己娯楽を大切にしているため、関連する使用シーンの要求がある。また、アウトドア、運転、オンラインワークの使用シーンでスマートフォンを比較的頻繁に使用している。

スマホケースに対するユーザーの要求：高水準の落下保護が最も重要であり、キックスタンド、マグネット、薄型、軽量、ポータブルで、仕事、アウトドア、および車内のシナリオで簡単に使用できる。

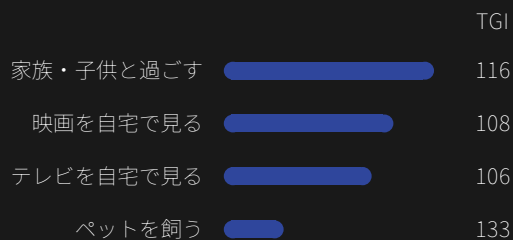
性別



年齢



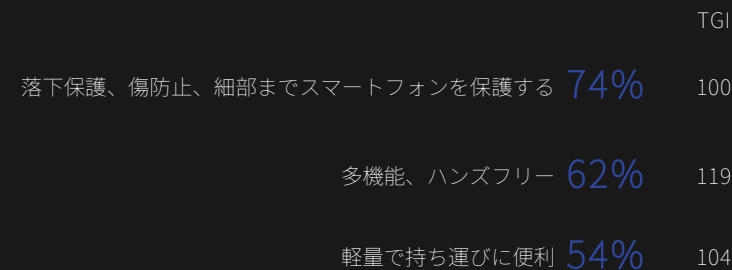
余暇活動



スマートフォンの使用シーン



スマホケースへの期待



CASETiFY - 若い女性に人気があり、ファッションとパーソナライゼーションの代名詞である。

スマホケースは、さまざまな社交活動や娯楽活動を楽しんでいる若い女性ユーザーのファッション衣装の一部となっている。

CASETiFYブランドの概要：

CASETiFYのユーザーは女性を中心に、若年層（<30歳）に集中しており、他のブランドよりも学生に人気がある。

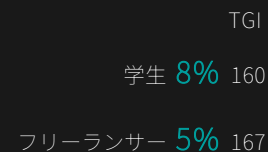
これらのユーザーは社交的な人で（ショート動画を見たり、ソーシャルメディアを閲覧したり、パーティーを開いたり）、さまざまな娯楽活動（映画館、ショッピング、コンサート、バー/KTV）を楽しんだり、携帯電話を使ってよくビデオや自撮り写真を撮ったりする。

このようなユーザーは将来のスマホケース製品の機能をほとんど気にしていないが、そのトレンドでパーソナライズされたデザインに焦点を当てている。また、スマホケースをファッション衣装の一部と見なしている。

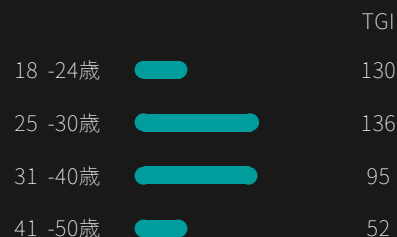
性別



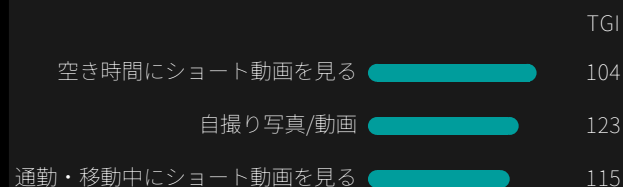
職業



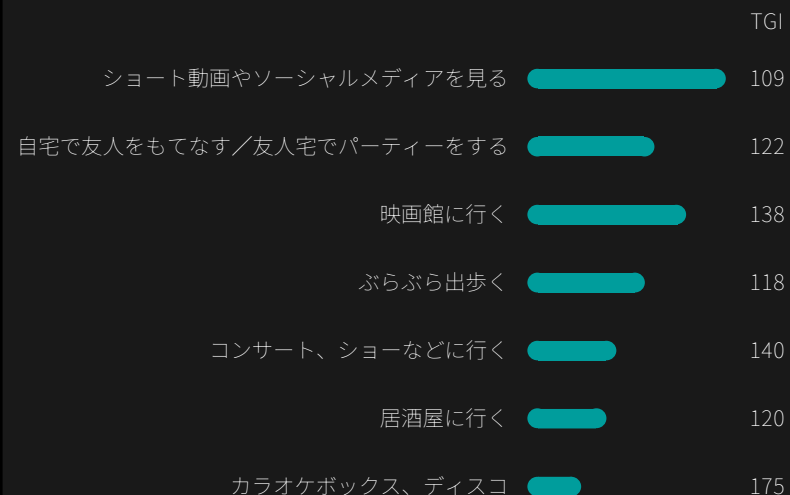
年齢



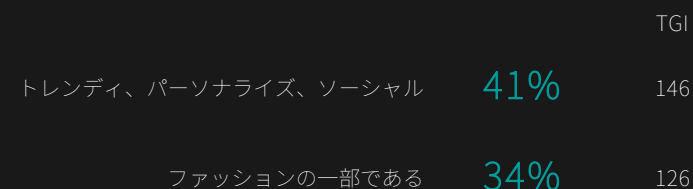
余暇活動



スマートフォンの使用シーン



スマホケースへの期待



Popsockets – 機能的で楽しい、働く女性に人気がある。

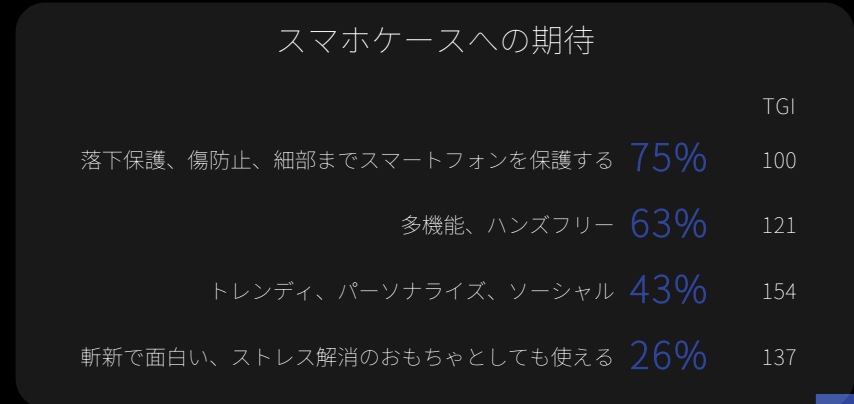
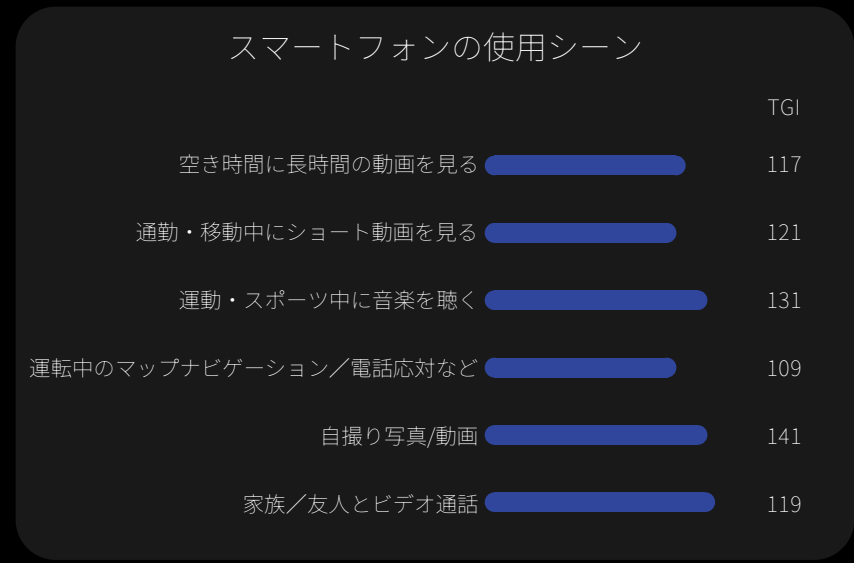
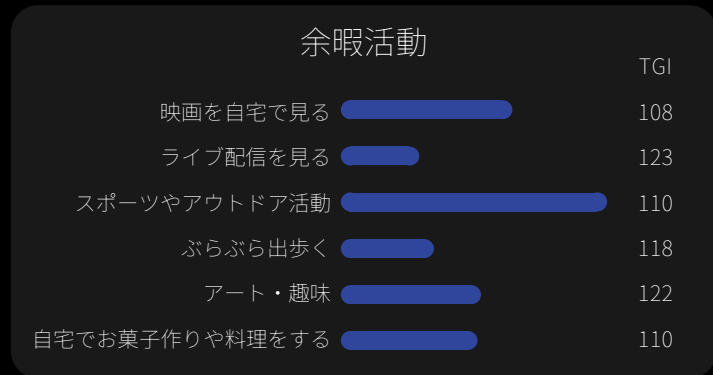
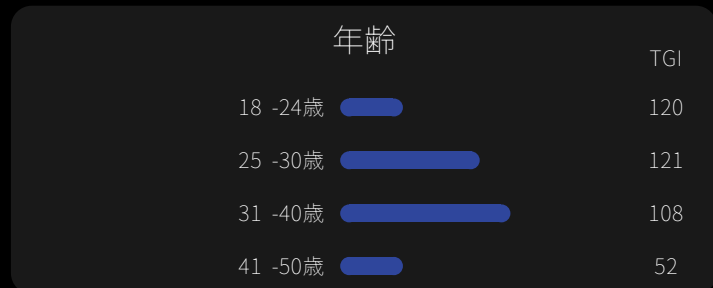
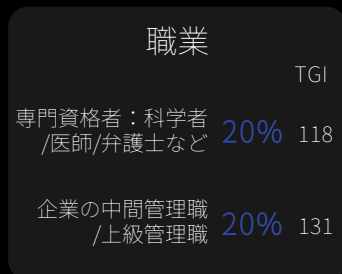
さまざまな娯楽や交流のシナリオで、より多くの若い働く女性ユーザーがPopsocketsを選ぶ。これらのユーザーは人生を楽しみ、理性的に機能を追求し、感情的にはファッションと楽しさを求めている。

Popsocketsブランドの概要：

女性ユーザーが多く、特に若年・中年の働く女性ユーザーが多くなっている。

これらのユーザーは芸術的でエレガントで、自宅で映画やライブ配信を見たり、友達と遊んだり、スポーツやアウトドア活動をしたり、芸術を鑑賞したり、グルメ料理やベーキングを勉強したりすることを好む。また、ビデオを見たり、自撮りをしたり、家族と交流したりするなど、携帯電話の豊富な使用シーンがある。

スマホケースが合理的かつ感情的であることを求めている。将来的には、スマホケースは落下保護機能やキックスタンド/マグネットなどのオールインワン機能を備えているだけでなく、トレンドィでパーソナライズされた外観を持ち、楽しませることが重要だと考えられている。



TORRAS – 埋め込み式キックスタンドケースのエキスパートであり、質の高い生活を追求するホワイトカラー労働者のための革新的な選択肢である。

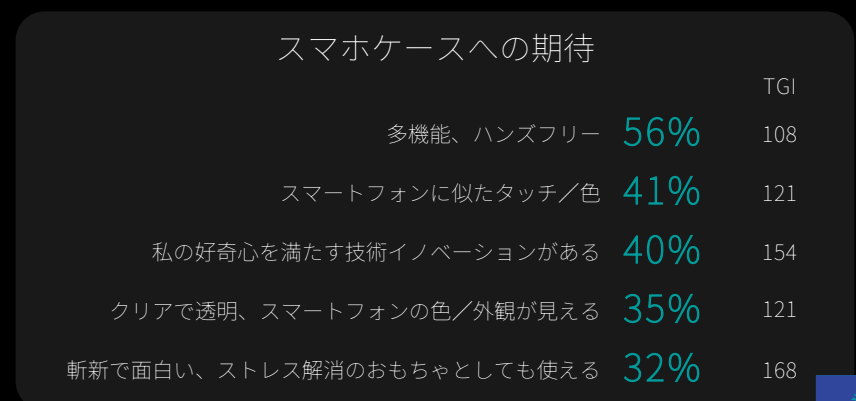
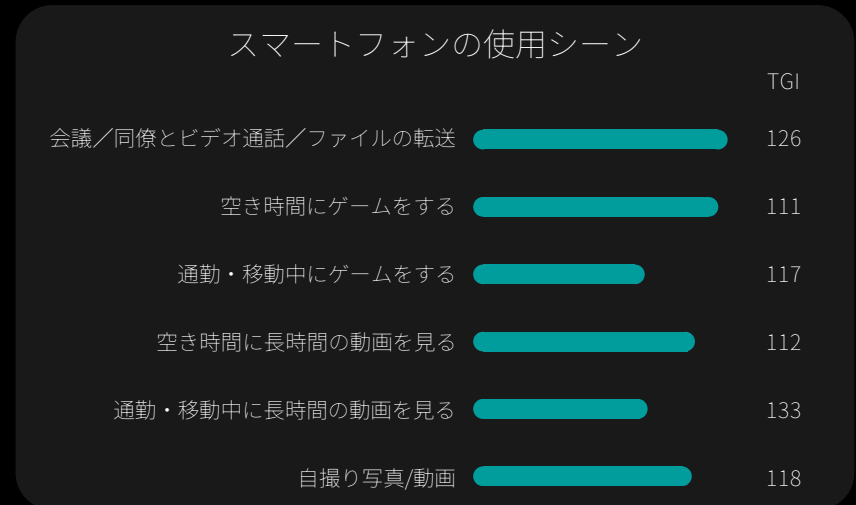
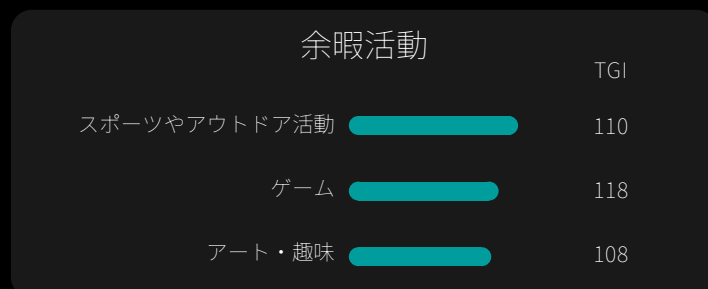
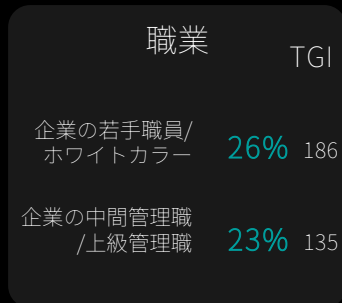
若いホワイトカラーのより多くのユーザーを引き付け、質の高い生活を追求し、オンラインワーク、通勤、レジャー娯楽、長いビデオの視聴時に携帯電話を使用する。そのため、オールインワン機能を搭載し、スマートフォンに似た色と手触りで、スマートフォンのシンプルなデザインを復元したスマホケースが特に気に入っている。技術革新、斬新さ、楽しさを最も重視するこれらのユーザーは、TORRASを選ぶ。

TORRASブランドの概要：

TORRASは、他のブランドよりも男性ユーザーが多く、若年層で、主に企業のホワイトカラーに集中している。

これらのユーザーは空き時間にゲームをしたり、運動をしたり、アウトドア活動に参加したり、芸術的な興味を育むことを好む。ゲームをしたり、自撮りをしたりすることに加えて、オンラインワークや長いビデオの視聴（特にキックスタンドケースの必要性）が顕著である。

また、高度なオールインワン機能（キックスタンドとマグネット）を要求し、スマホケースの色と手触りがスマートフォンに似ており、スマートフォンのシンプルなデザインを復元することを望んでいる。スマホケースの技術的なセンスとデザインが斬新で面白く、楽しいものであることにより高い期待を寄せている。



PART

FOUR

スマホケース開発動向

3.0時代までに、現在のスマホケースは基本的に落下保護、薄くて軽い、全体的に優れた外観デザインの要件を満たすことができるが、汚れ、黄ばみ、摩耗しやすいという問題点は依然として存在し、放熱、より高い水準の保護、キックスタンド、マグネット、スマートフォンに似たタッチに対する要求が高まっている。

😊 現在のスマホケース製品の特徴/機能

一般的な落下保護 40%

薄型・軽量 36%

全体的なデザインが良い 33%

😞 現在のスマホケースに共通する問題点

背面にマグネットが
付いていない

磨耗しやすい

汚れやすい

放熱性が悪い

色あせ/黄変しやすい

通話/ネットワーク
信号の障害

キックスタンドが
ない

スクリーンを
うまく保護で
きない

落下保護が不
十分

カメラをうまく保護できない

手触りが裸のスマ
ートフォンに劣る

サイドボタンが押しにくい/
意図せず作動しやすい

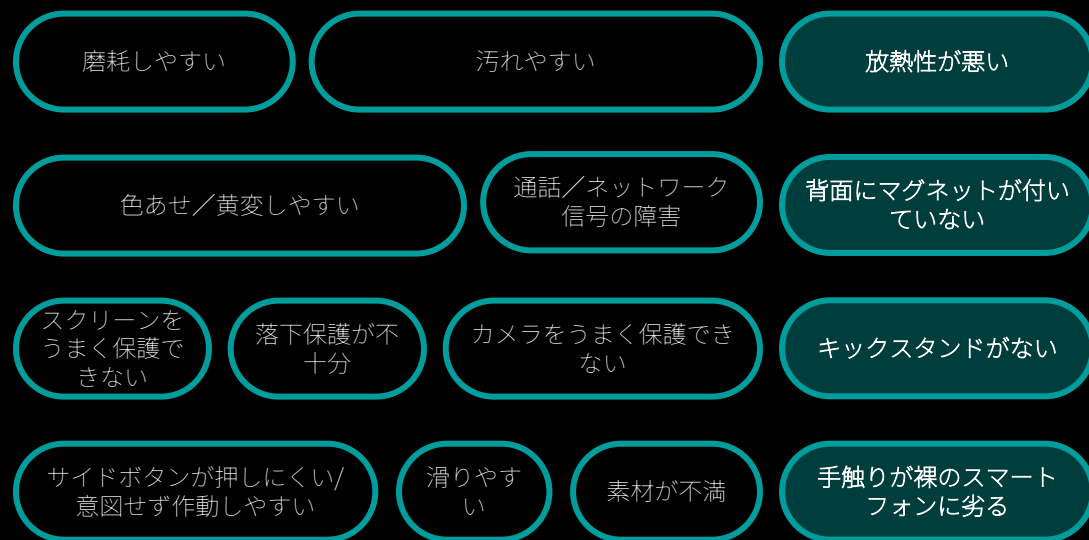
滑りやすい

素材が不満

各国の消費者の関心の違い：

- スマホケースの放熱性が悪いことは、中国の消費者を最も悩ませている。
- 欧米諸国の消費者は、背面にマグネットが付くことをより熱望している。その中で、アメリカの消費者はキックスタンドの機能をより重視しているが、イギリスの消費者はスマホケースの感触がスマートフォンに似ているかどうかをより気にしている。

☹️ 現在のスマホケースに共通する問題点



37%
TGI: 161

中国の消費者：
現在では、スマホケースの放熱性が悪いことに最も不満がある。

23%
TGI: 114

米国/英国/ドイツの消費者：
スマホケースの背面にマグネットが付いていないことに強い不満を表明している。

23%
TGI: 128

米国の消費者：
キックスタンドがないスマホケースに不満がある。

24%
TGI: 133

英国の消費者：
スマホケースの手触りが裸のスマートフォンに劣ることは明らかである。

スマホケースに対する消費者のより高い需要を満たすために、大手企業/ブランドは、現在の主要な問題点/技術的な困難を克服し、3.0イノベーション時代にソリューションを提供するよう努めていた。

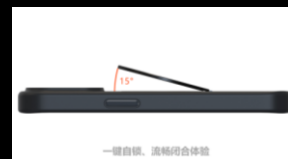
放熱ソリューション

Benks アイスアーマー冷却ケース



Benksは大学の研究室と協力して、ゲームやビデオなどの高負荷シナリオ向けのカスタムメイドの「冷却パッチ」である新しいタイプの放熱ジェルを開発している。

キックスタンド付きスマホケースソリューション



TORRAS キックスタンド付きスマホケースのエキスパート

キックスタンドとオールインワン機能のスマホケースの業界リーダーとして、TORRASは、回転スタンド、開閉設計の特許を所有し、マルチフォームキックスタンドケースのパイオニアであり、スタンドがさまざまな角度でスマホを立てられ、無段階調節可能で、フィットするように自動的に戻ることを実現できるベアリング技術で大きなブレークスルーを達成している。その中で、360°回転可能なキックスタンド付きスマホケースは、埋め込み式キックスタンドケースを高いレベルに達した。

マグネット式スマホケースソリューション

iPhone 12シリーズにMagSafe磁気リングが登場したことで、スマホケース製品は、この新しいテクノロジーを中心に新製品であるマグネット式スマホケースを誕生した。

- 一般的なマグネット式スマホケースは基本的に磁気吸着を実現でき、ワイヤレス充電には影響しないが、磁気充電能力は弱いである。
- スマートフォンの磁気吸引能力に匹敵するアップグレードおよび改善されたマグネット式スマホケースは、Magsafeとワイヤレス充電の完璧な組み合わせをサポートする。



TORRASマグネット機能付きキックスタンドケース

携帯電話に接続した後、通常の動作に影響を与えないだけでなく、キックスタンドやワイヤレス充電器と磁気的にしっかりと連携できるため、磁気吸引能力がさらに向上する。



SPIGENマグネット式スマホケース

アップグレードされた磁気保護ケースにより、充電器とスマホケースがケース内の磁気アクセサリを介してより密接にフィットし、緩みにくくなる。

消費者が将来のスマホケースに最も期待する機能とデザインは次のとおりである。

- 1) アップグレードされた保護；2) 軽量で持ち運びに便利；3) オールインワン機能があり、ハンズフリーが可能；4) ミニマリスト/裸のスマートフォンに似たタッチ。

2024 スマホケース 未来のトレンド

76% アップグレードされた落下保護、傷防止、細部まで保護する。
落下保護、傷防止、スマートフォンをよりよく保護する；細部（カメラなど）の保護。

52% 軽量で持ち運びに便利。
薄くて軽いスマホケースで、適度な厚さで、ポケットやバッグに入れて、持ち運びに便利である。

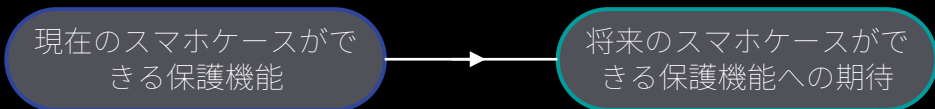
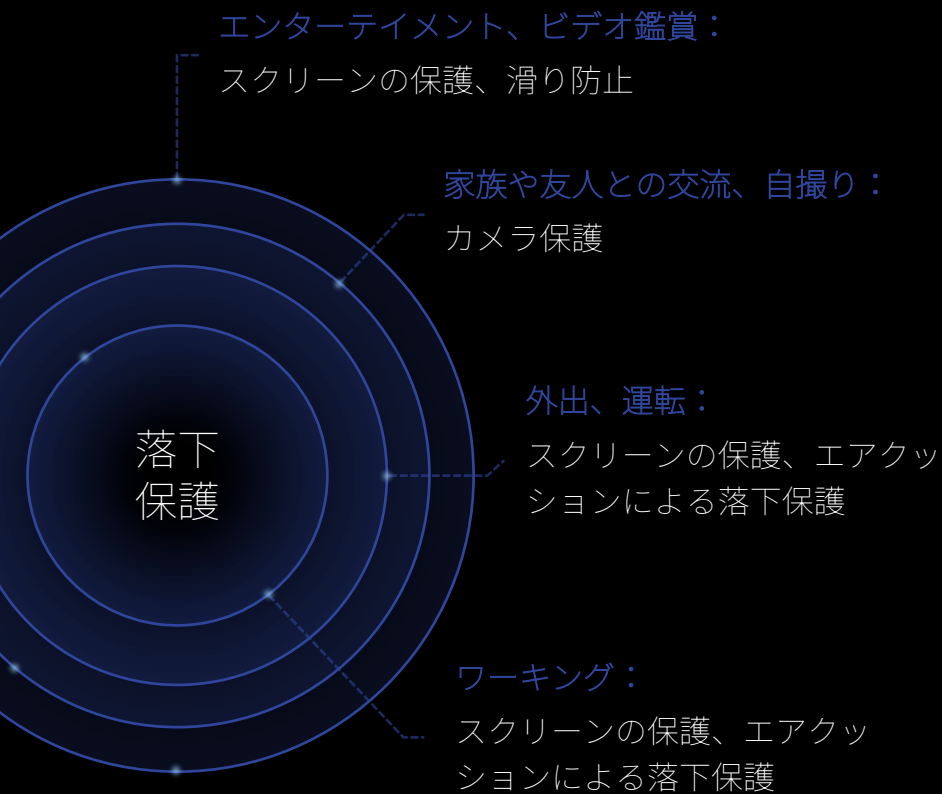
52% 多機能、オールインワン、ハンズフリー。
キックスタンドやマグネットなど、複数の機能を1つのケースに統合することで、消費者の両手を解放することができる。

59% 裸のスマートフォンに似たタッチとミニマルなデザイン。
裸のスマートフォンに似たタッチとミニマルなスタイルが、シンプルで快適な安らぎ感のあるファッションテイストを生み出す。

アップグレードされた保護、落下保護、傷防止、および細部の保護に対する需要は、スマートフォンのすべての使用シーンに貫かれている。

一般的な落下保護に加えて、消費者は、さまざまな使用シーンでスマートフォンを操作する際に、アップグレードされた保護に重点を置いている。

消費者は、将来のスマホケースに対して、はるかに高い水準のアップグレードされた保護を求め、「一般的な保護」では不十分だと思っている。



現在のスマホケースができる保護機能	将来のスマホケースができる保護機能への期待
40%	一般的な落下保護 49%
17%	プロレベルの耐落下衝撃性/エアクッションによる落下保護 38%
28%	カメラの保護 49%
29%	スクリーンの保護 47%
30%	傷防止 49%
30%	滑り防止 49%

薄型・軽量で持ち運びに便利なスマホケースは、アウトドアやスポーツシーンを強化する。

消費者は、「薄くて軽いケース」が将来のスマホケースの重要な製品特徴であると思っている。
スマホケースを購入するとき、消費者は非常に薄くて軽い製品を選ぶ傾向がある。



アウトドア活動やスポーツのライフスタイルが全国的なトレンドに発展するにつれて、スマートフォンのモバイル使用がより頻繁になる。薄型・軽量で持ち運びに便利なスマホケースは、スマートフォンを使用する際に消費者に利便性とエネルギーをもたらすことができる。



WGSN：「消費者の環境意識はますます高まっており、自然回帰や環境への配慮は、消費者の新たな価値観を表している。地球の権利とニーズのために声を上げ、洞窟キャンプ、山岳ハイキング、荒野でのサバイバルアドベンチャーなどのアウトドアアクティビティを通じて自然を受け入れ、志を同じくする仲間と交流することを望んでいる。」

キックスタンド+マグネットの新しい組み合わせにより、オールインワン機能を実現し、ハンズフリーを可能にし、仕事と生活にこれまでにない利便性とエネルギーをもたらす。

キックスタンド付きスマホケースとマグネット式スマホケースは、3.0イノベーションの時代に際立っている。オールインワン機能を備えた新しい合理的な消費主義として、次世代の製品は、キックスタンドとマグネットを組み合わせることでケースをより機能的にし、消費者の手をさらに解放するために、さまざまなシナリオで消費者のさまざまな要求を満たすために機能を革新および統合し続ける。

消費者の視点から見ると、オールインワン（キックスタンド+マグネット）機能を持っているスマホケースは次のとおりである。

79% 優れた全体的な保護、落下に強い

71% スタンドは安定して良いピンが付いている

58% オールインワン、キックスタンド+マグネット

50% かさばることなく、スタンドはスマホケースに埋め込まれる

70% より高いレベルの要件 -
さまざまな角度でスマホを立てられる/無段階調節可能/
フィットするように自動的に戻る

オールインワン機能は、新しい合理的な消費主義をリードする。消費者は、より多くのスマホケースの購入を減らすことができるが、複数のシナリオのさまざまな使用ニーズに合わせて、1つの「オールインワン」スマホケースのみを購入する。

WGSNの消費者のライフスタイルとデジタルライフに関するトレンド分析とインサイト：

「世界経済への下押し圧力が強まり、消費者がモノやサービスの使用価値に立ち返ろうとする傾向が徐々に出てきている。「少ないほうが豊かである（Less is more）」に代表されるミニマリストな生活美学は、新たな価値提案となっている。消費者にとっては、スマホケースを頻繁に交換する必要はない。オールインワン構成は、新しい合理的な消費主義につながり、新しいライフスタイルをマークする。」

キックスタンド付きスマホケースのエキスパートであるTORRASを例に：

キックスタンドとマグネットを完璧に組み合わせ、キックスタンドの形状と性能（ピン/ベアリングの品質、角度の開閉、自動的に戻る）の創造性を高めると同時に、携帯電話の複雑な使用シーンを総合的に考慮して、スマホケースの磁気吸引能力をさらにアップグレードまたは強化する。



裸のスマートフォンに似たタッチとミニマルなスタイルが、シンプルで快適な安らぎ感のあるファッションテイストを生み出す。

基本的な美学とファッションデザインが極限まで持ち込まれたポスト2.0時代には、この段階での消費者のスマホケースは一般的により良い外観デザインを持っている。しかし、ポスト3.0時代に入り、消費者はもはや盲目的に豊かなデザインセンスを追い求めるのではなく、「自然回帰」のトレンドを追いかけている。

消費者は、特別な形を必要としない、リラックス感と快適さを備えたファッションナブルなアイテムを追求し始める。

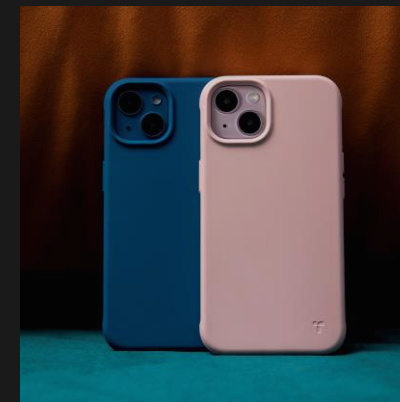


WGSN：「美学の面では、活気のないスタイルに比べて、すっきりとしたフィットスタイルはより洗練されている。ベーシックなアイテムを巧みに使い、リラックスした心地よい美的スタイルを作り上げ、質感やファッション性にもこだわっている。」

「度重なる危機の時代において、世界のさまざまな地域の消費者は、ますますシンプルさの中で自分自身に答えることを求めている。ソーシャルメディアから日常着、トレンド的なテクノロジーアイテムの選択まで、消費者は細部まで自然でカジュアル、そしてエレガントな外観を作り出すことに熱心である。」

WGSNの消費者のライフスタイルとデジタルライフに関するトレンド分析とインサイト：

「TORRASは、シンプルかつスピリチュアルなデザインで、人間工学に基づいた形状と独創的なディテールの実用的なバランスを実現し、ウェアラブルテクノロジーの前衛的なファッション美学につながる、複雑さをシンプルにすることを主張している。」



TORRAS - 次世代の製品。

次世代の製品はもう誕生した。TORRASは、継続的なイノベーションと研究開発を通じて、アップグレードされた保護と薄型・軽量と携帯性を統合し、裸のスマートフォンのデザインスタイルを復元する。同時に、キックスタンドとマグネットの組み合わせでスマホケースの新しいデザインを開拓し、優れた性能を発揮し、多くの国際的なデザイン賞、特許取得済みのイノベーション、業界の栄誉を獲得し、キックスタンド+マグネットスマホケース製品の開発と進歩をリードしている。

アップグレードされた保護：

TORRASは、超薄型・軽量、落下保護のオールインワンスマホケースの開発に取り組んでおり、多くの落下保護技術（四隅落下保護技術とレンズエッジエアバッグ/クッションエアバッグ落下保護技術）を革新的に開発し、オールラウンドなクッション保護を実現し、消費者に目に見える強力な保護を提供する。



裸のスマートフォンに似たタッチ、ミニマリストスタイル：

TORRASは、スマートフォンに似たタッチ/色を復元するシンプルなデザインスタイルに焦点を当てている。また、黄変防止（分離するポリマー材料フィルムにより、黄変要因に抵抗する）と指紋防止技術（独自の指紋防止コーティングにより、ケースがより肌に優しく滑らかに感じられる）も導入されており、ミニマリストスタイルで際立っている。



キックスタンド付きスマホケースのエキスパート：

TORRASは、キックスタンドケースの最も豊富な形状を持ち、さまざまな色と素材（O型キックスタンド、回転O型キックスタンド、一字型キックスタンド、カメラキックスタンド）を使用して、目に見えないキックスタンド体験を提供することに焦点を当て、無誘導ベアリング技術により、フラットなバックプレートと減衰したサスペンションを実現し、無段階調整、ボタン1つでセルフロック、正確にロックに自動的に適応できる。



オールインワン、キックスタンド+マグネット：

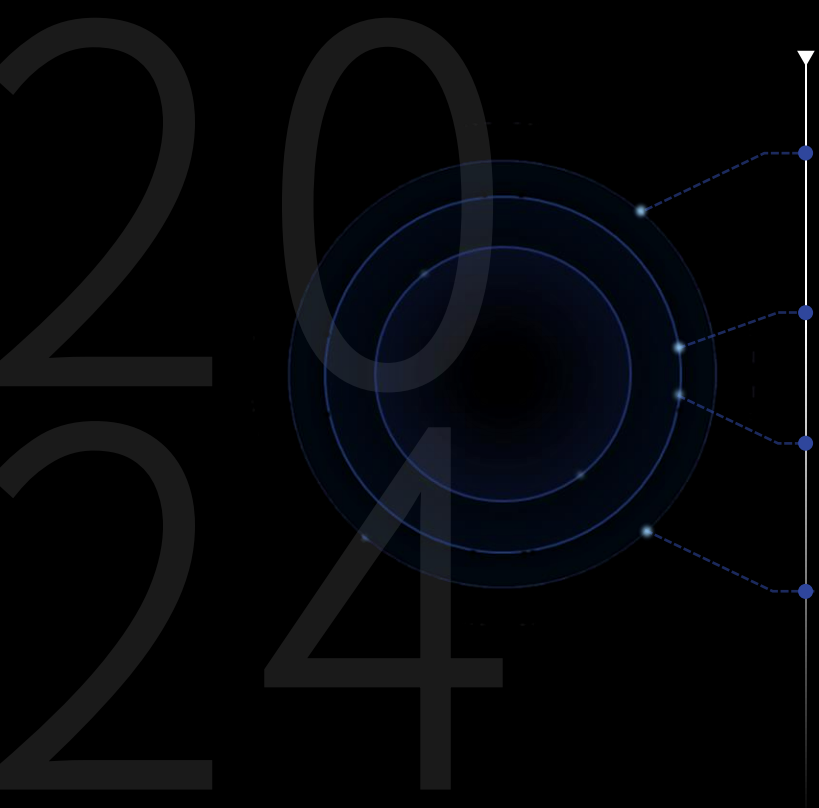
TORRASは、キックスタンドとマグネットを統合するクリエイティブなパイオニアであり、目に見えないキックスタンドを埋め込むだけでなく、MagSafe機能も強化する。スマホケースの薄さと携帯性を一貫して維持し、より強力な機能統合により、スマートフォンの複雑な使用シーンを包括的に考慮し、さらに手を解放する。



結論：未来がやってきた。

世界の消費者が健康でバランスの取れた生活を望む中、デジタルライフが主流となり、スマートフォンの利用シーンも多様化している。これまでの単一の機能を持つスマホケースは、消費者のモバイルライフの新しい方法と新しいニーズを満たすにはもはや十分ではない。消費者が求めているのは、機能がアップグレードされ、多機能が統合されたスマホケースである。

将来的には、アップグレードされた保護、薄型・軽量と携帯性、キックスタンドとマグネットの統合、スマートフォンに似た感触、シンプルな外観デザインが業界の発展にとって重要な方向性になる。



アップグレードされた保護、落下保護、傷防止、および細部の保護に対する需要は、スマートフォンのすべての使用シナリオに貫かれている。

薄型・軽量で持ち運びに便利なスマホケースは、アウトドアやスポーツシーンを強化する。

キックスタンドとマグネットの新しい組み合わせにより、オールインワン機能を実現し、ハンズフリーを可能にし、仕事と生活にこれまでにない利便性とエネルギーをもたらす。

裸のスマートフォンに似たタッチとミニマルなスタイルが、シンプルで快適な安らぎ感のあるファッションテイストを生み出す。

声明：

本レポートは、Ipsos X TORRAS X WGSN が共同で作成されました。レポートのすべてのコンテンツは、知的財産権に関連する中国の法律および規制によって保護されています。レポートで引用されている第三者のデータおよびその他の公開情報を除き、レポートの所有権はTORRASが共同で所有しています。レポート作成者は、レポートで引用されている第三者のデータおよびその他の公開情報について、いかなる責任も負いません。いずれにせよ、このレポートは読者への情報提供のみを目的としています。レポートの内容に異議がある場合は、電子メールでお問い合わせください。

イプソス (Ipsos) は世界最大級の市場調査・世論調査会社で、90の市場で事業を展開し、18,000人以上の従業員を擁しています。イプソスは2000年に中国に進出し、北京、上海、広州、深圳、武漢、成都、瀋陽、杭州、香港、台北の10都市にオフィスを構えています。イプソスでは、情熱的で好奇心旺盛なりサーチの専門家、アナリスト、科学者は、市民、消費者、患者、顧客、従業員の行動、意見、モチベーションを真に理解し、強力な洞察を提供する独自のマルチスペシャリスト能力を構築しています。イプソスは、FMCG、家電、小売、自動車、金融、医療・製薬、インターネット、新技術など、多くの業界をカバーし、定量調査、定性調査、ソーシャルメディアモニタリング、通販データからの一次データに基づいて、市場とユーザーの理解、ブランディング、評判、イノベーション、カスタマーエクスペリエンス、クリエイティブ評価、チャンネルパフォーマンスなどの分野で、75の専門的なりサーチおよびコンサルティングソリューションを提供しています。イプソスのシグネチャーである「Game Changers (ゲームチェンジャー)」は、5,000社のお客様が急速に変化する世界で自信を持って生きていけるよう支援しています。

2012年に創業したTORRASは、新しいライフスタイルを提供するパイオニアです。ライフスタイルのトレンドに強い好奇心を持ち、携帯電話ケースアクセサリー用の多用途360°回転式キックスタンドフォンケースや家電製品用のハンギングネックエアコンなど、ユーザーに最も未来的な製品を提供するよう努めています。現在、TORRASは148カ国以上で6億人以上のユーザーにサービスを提供するリーディングブランドです。TORRASは、世界中で1,300件以上の特許を登録し、40以上の国際的な賞（レッド・ドット・デザイン賞、iFデザイン賞、ミューズデザイン金賞など）を受賞しています。

WGSNは、世界的なトレンド予測企業として、トレンド分析、ビジネス情報、蓄積されたレポートや写真を通じて、デザイナー、ブランド、ファッショントレンド、ビジネスイノベーションのトレンドを綿密に追跡し、ファッション、ライフ、デザイン、小売、eコマース、その他の業界にトレンド予測、クリエイティブなインスピレーション、ビジネス情報を提供しています。

レポートを無断で変更することはできません。転載や引用がある場合は、時間内に当社 (Ipsosクリエイティブチーム：Lesley.lin@ipsos.com) に連絡し、出典を示してください。