

「全国スマートフォンユーザー1000人調査」分析結果報告

スマートフォン保有は3割。女性比率は5割に急拡大。 気づきから購入まで、一連の行動をひっぱるスマートフォン。

- ・スマートフォン保有率は、昨年5%から28%に拡大。女性比率は31%から51%に。
- ・7割がTVを見ながらスマートフォンを触り、その後4割が検索をして店頭に向かう。

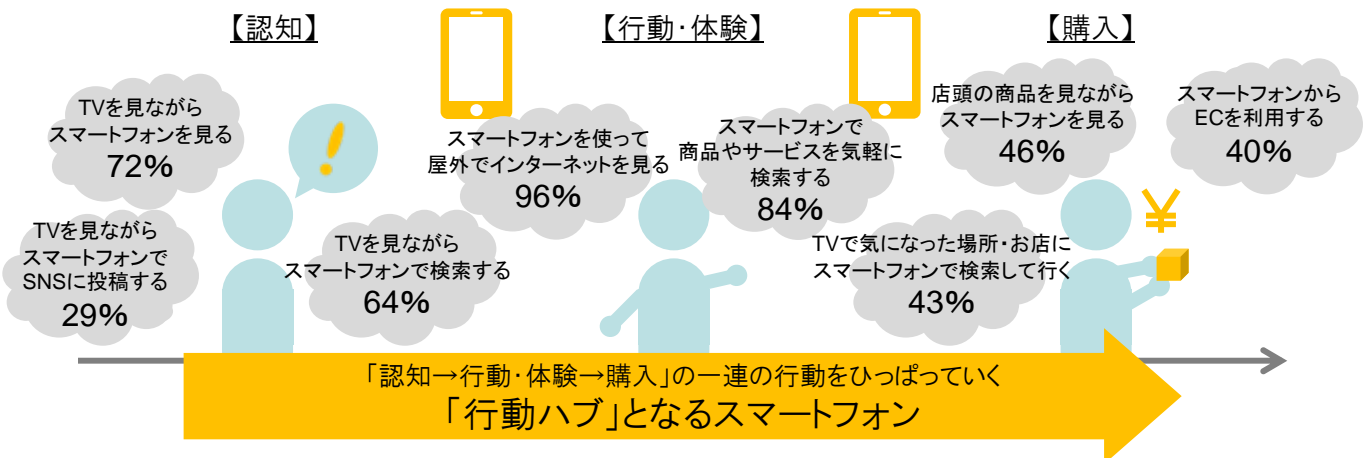
株式会社博報堂DYホールディングスのグループ横断型組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター(*1)」は、いまの日本のスマートフォン普及状況を浮き彫りにすることを目的とした、10～60代男女スマートフォンユーザー1000人調査(*2)を実施いたしました。

昨年同時期の調査結果と比較し、スマートフォンの普及の様子を分析しています。特に顕著なのが女性ユーザーの拡大です。昨年は男性比率が7割を占めていましたが、今年は女性比率が約半分まで増加しました。年齢で見れば、男性は30～40代、女性は20～30代が保有者のメインになります。また、各地方ごとの保有状況は、昨年と比較して関東地方の保有率が若干増えていますが、都市部に普及が集中するわけではなく、全国に幅広く普及しています。

このようにスマートフォンの普及が進む中、スマートフォンがマーケティング・コミュニケーションにおいて果たせる役割も明確となってきました。たとえば、TVを見ながらスマートフォンを見る人は約7割に達します。また、TVを見て気になったお店や場所にスマートフォンで検索して行く人は約4割、店頭で商品を見ながらスマートフォンを触る人も約5割に上ります。スマートフォンから商品やサービスについて気軽に検索する人は8割を超え、企業サイトを訪問する人は6割程度、ECで商品を購入する人も4割いることが分かりました。

これらの結果から博報堂DYグループは、「行動ハブ」という新しいスマートフォンの可能性を明らかにしました。TVや雑誌を見たり、店頭で商品を見たりしながら、気軽にインターネット環境にアクセスできるスマートフォンは、検索・来店・購入といった次のアクションへと生活者を導いてくれます。たとえば、“TVを見ていて気になる商品があったら手元で検索し、さらにSNSを介してもっと多様な情報を仕入れ、後日、自宅からお店の行き方を調べて購入しに行く”というような行動は、スマートフォンを持って初めて気軽にできるようになることです。

博報堂DYグループは、今後もスマートフォンの普及状況と、マーケティング・コミュニケーションにおける「行動ハブ」としての可能性に注目し、スマートフォンユーザー調査を続けていきます。

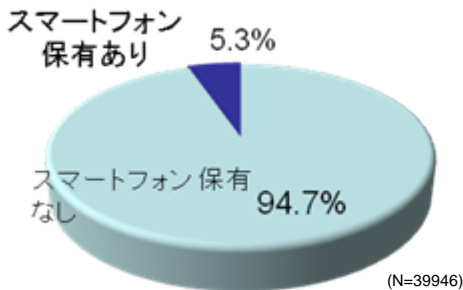


①普及が進むスマートフォン

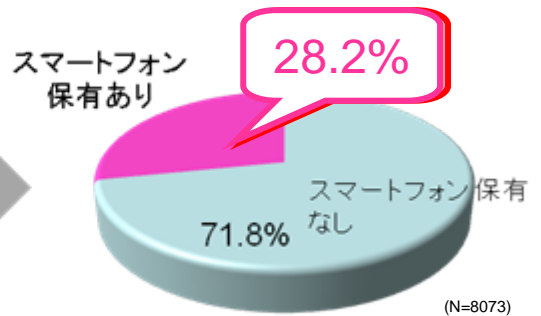
● スマートフォンの普及率は2011年2月の5.3%から、2012年2月28.2%へと拡大した。

スマートフォン保有率（前回調査*3 との比較）

【2011年2月】



【2012年2月】



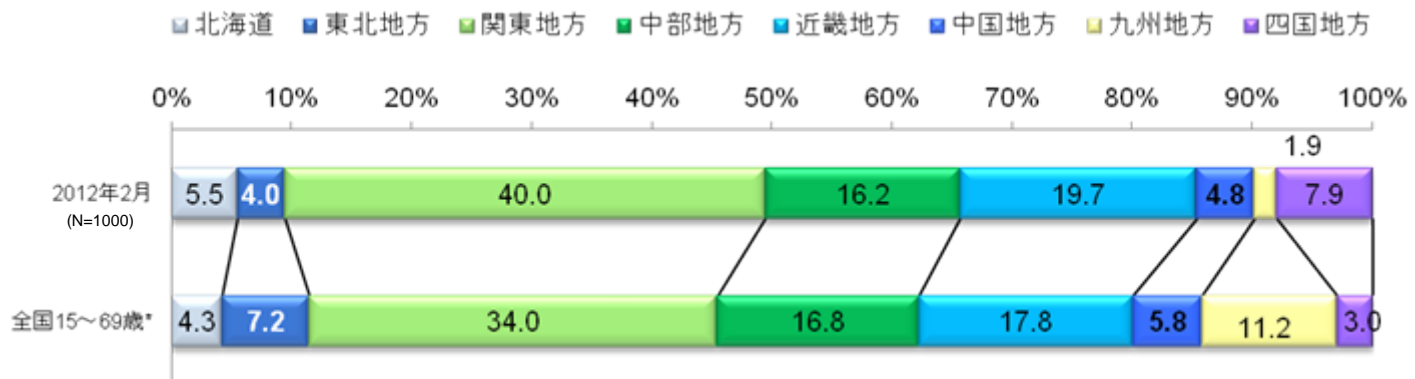
● 女性比率が5割に急拡大。男性は30～40代、女性は20～30代の保有率が高い。

年齢構成比（前回調査*3 の比較）



● 関東地方の保有率がやや上昇しているものの、スマートフォンは全国的に普及している。

「スマートフォン保有」回答者 居住地分布（人口分布との比較）

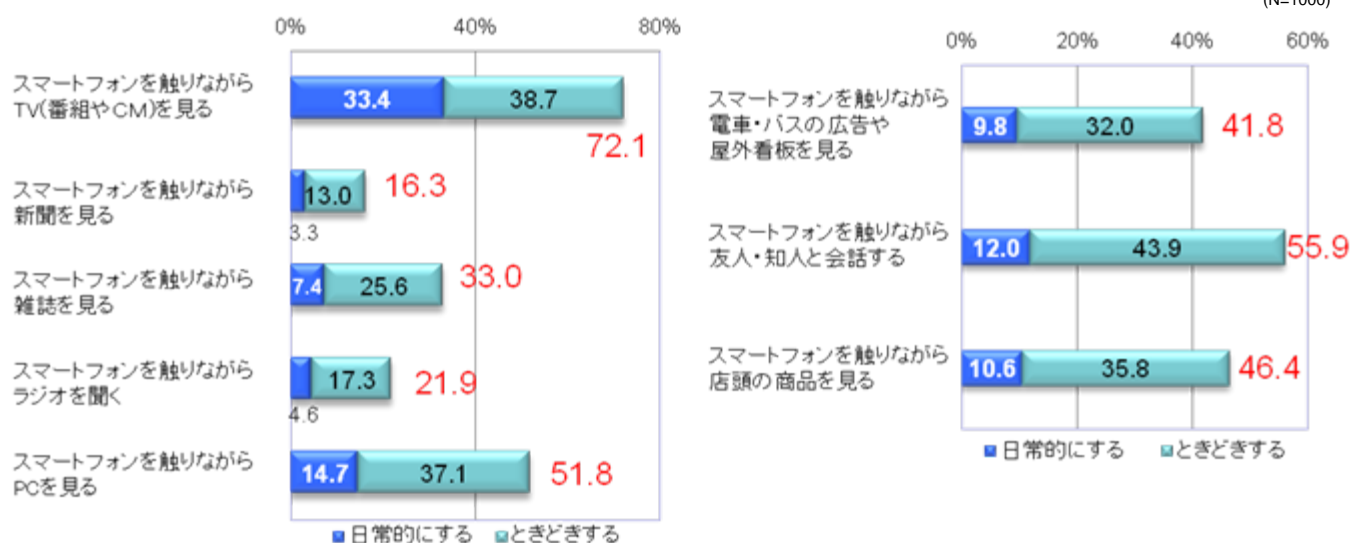


*住民基本台帳2010年3月都道府県別住民構成比より

②他メディアとスマートフォン

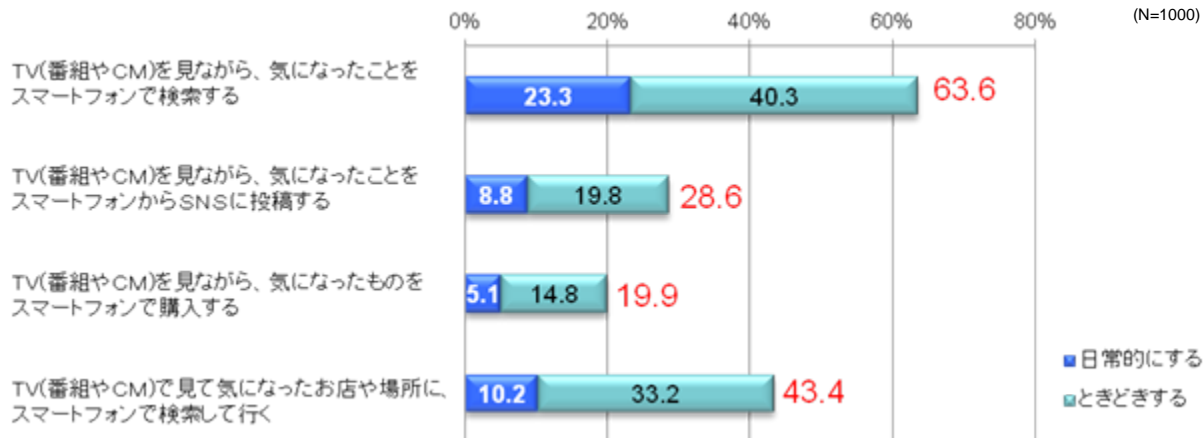
- TVを見ながらスマートフォンを触る人は全体の7割。店頭でも約5割がスマートフォンを触っている。

Q. あなたは、スマートフォンを触りながらどのような情報源に接していますか？



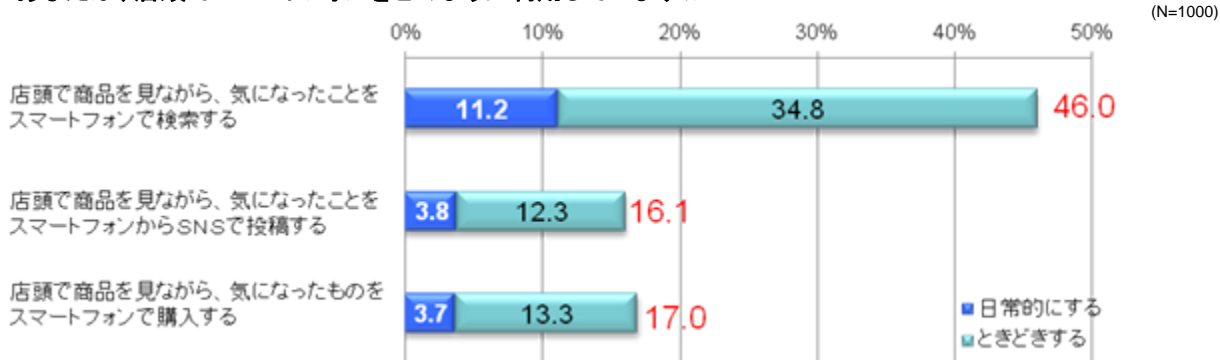
- TVを見ながら検索やSNS投稿やEC購入をしたり、気になったお店や場所を検索して行ったりする。

Q. あなたは、TVを見ながらスマートフォンをどのように利用していますか？



- 店頭での検索行動も、50%程度の人に広まっている。

Q. あなたは、店頭でスマートフォンをどのように利用していますか？

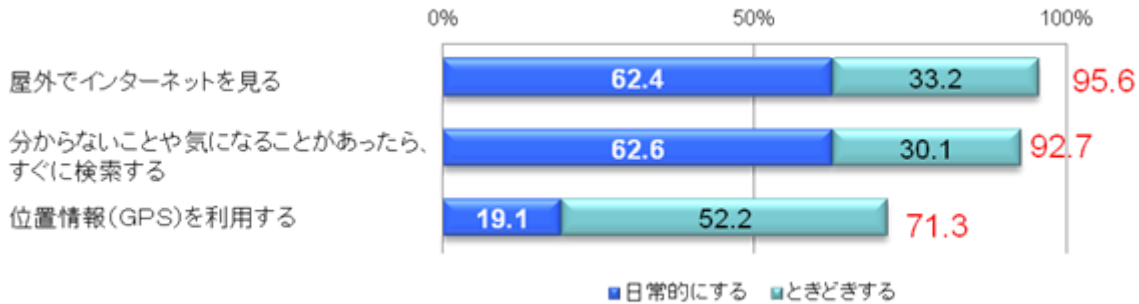


③スマートフォンによる情報行動

- 屋外でのネット閲覧、検索は一般的な行動として定着。

Q. あなたは、日常生活の中で、スマートフォンを使ってどのようなことをしていますか？

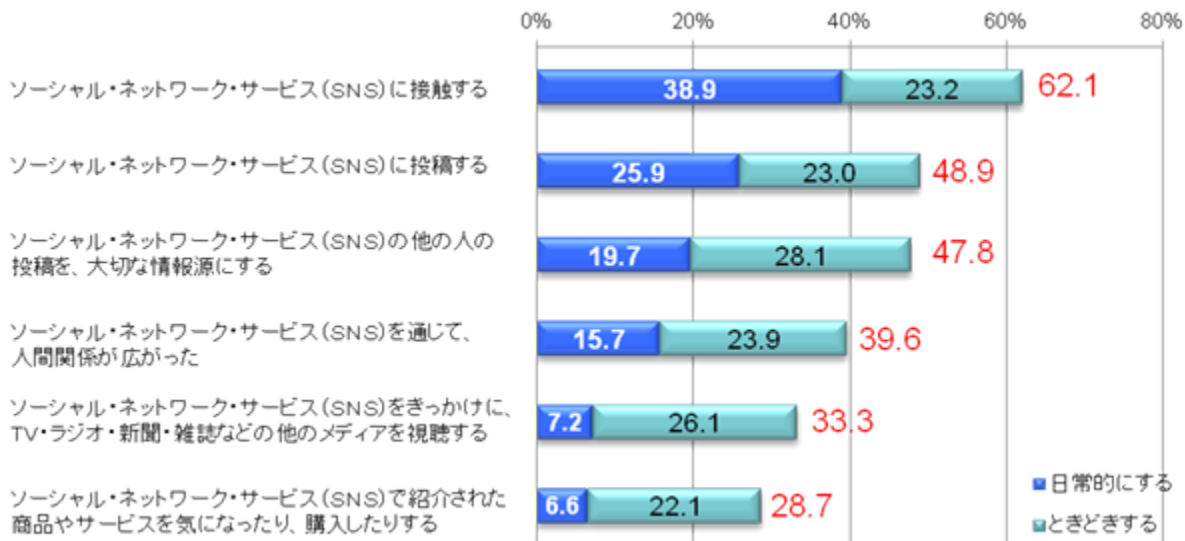
(N=1000)



- SNSへの接触も幅広く浸透。スマートフォンからSNSに投稿する人は約半分。

Q. あなたは、スマートフォンで、ソーシャル・ネットワーク・サービスをどのように利用していますか？

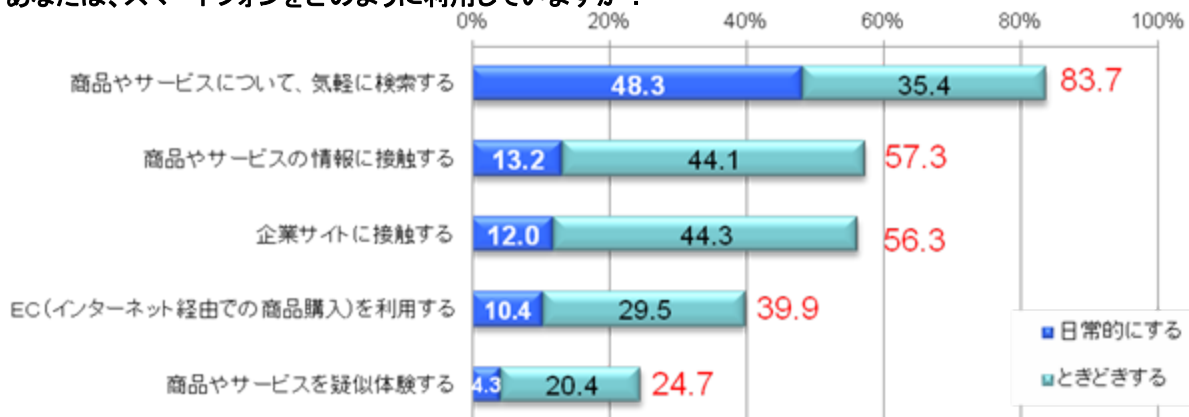
(N=1000)



- 商品やサービスの情報を気軽に検索する人は8割を超え、企業サイトに接触する人も約6割。

Q. あなたは、スマートフォンをどのように利用していますか？

(N=1000)



*1 博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター

当組織は、スマートフォンやタブレットPCを活用した、新しい広告手法やサービスの開発といったマーケティングソリューションを提案する、博報堂DYグループ横断の組織です。

中核事業会社4社(株式会社博報堂、株式会社大広、株式会社読売広告社、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ)だけでなく、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社を始めとしたグループ各社それぞれが、クライアントへのソリューション提供の取り組みやスマートデバイス領域の新サービスの開発を行っております。

当組織ではこれらの動きや情報を集約し、グループ内のリソースのみならず、メディア・テクノロジー提供企業・制作会社など外部とのネットワークも活用し、新たな広告手法や効果的なマーケティング手法の開発を推進してまいります。



調査概要

*2 調査の概要

調査時期：2012年2月24-27日
調査地域：全国
調査対象：高校生～69歳男女のスマートフォンユーザー1000名
調査方法：インターネットアンケート調査

*3 前回調査について

調査時期：2011年2月15-17日
調査地域：全国
調査対象：高校生～69歳男女のスマートフォンユーザー515名
調査方法：インターネットアンケート調査