



2012年 9月10日

博報堂DYグループ

スマートデバイス・ビジネスセンター

「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第2回・分析結果報告

スマートフォンでさらに楽しくなるテレビ視聴。
テレビを見ながらスマートフォンで検索は、一般的な行動に。

- ・スマートフォン保有者は、前回(2012年2月)から5.2ptアップの33.4%(2012年5月)
- ・テレビを見ながらスマートフォンを利用する人は75.9%
- ・テレビ番組で紹介されている商品をスマートフォンで検索する人は68.1%
- ・「テレビを見ながらスマホは、テレビをより楽しくする」若い年代ほど多く、20代で39.0%

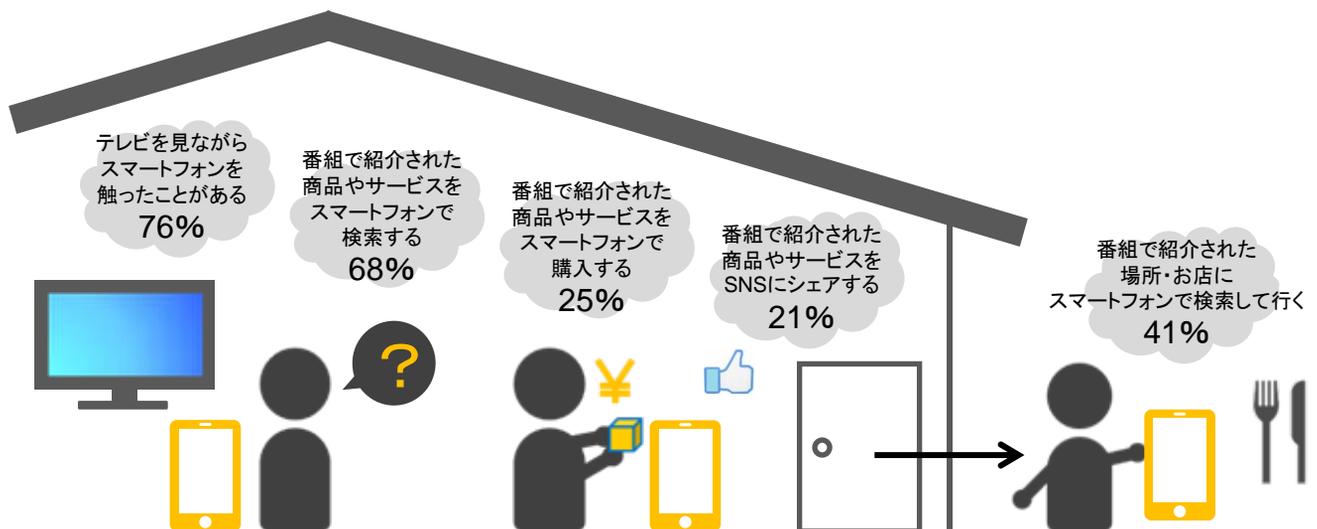
株式会社博報堂DYホールディングスのグループ横断型組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター(*1)」は、日本のスマートフォンの普及状況を浮き彫りにするため、10~60代男女を対象にした「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」(*2)を実施しております。この度、2012年5月に行った第2回調査の結果をまとめましたので、ご報告致します。

調査結果ですが、前回(第1回調査、2012年2月実施)結果と比較すると、スマートフォンの保有率が3割弱から3割強に達し、さらに普及が進んでいることが分かります。性年齢ごとの保有状況を見ると、男性は30~40代、女性は20~30代が保有者のメインボリュームとなっており、女性ユーザーの拡大傾向が続いています。また、地域ごとの保有状況は、前回調査時と同様、全国に幅広く普及しています。

スマートフォンの普及が進む中、テレビを見ながらスマートフォンを触ると答えた人はスマートフォンユーザーの7割以上にのぼりました。その内、テレビ番組で紹介された商品やサービスをスマートフォンで検索する人は約7割、紹介されたお店や場所にスマートフォンで検索して実際に行く人は約4割、紹介された商品やサービスをスマートフォンで購入したり、SNSで友人・知人にシェアする人はそれぞれ約2割となっています。また、スマートフォンを使うことによってテレビの視聴がより楽しくなると答えた人は、全体の約3割に上ることが分かりました。

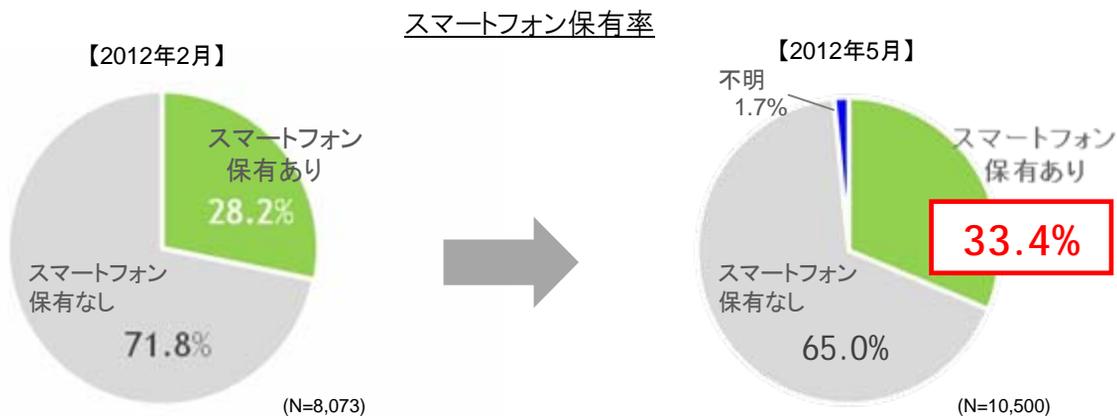
これらの結果から、スマートフォンによってテレビの視聴がこれまで以上に楽しくなる可能性が明らかになりました。スマートフォンユーザーは、テレビで紹介された商品やサービス・お店などの情報を、スマートフォンでその場で検索し、実際に購入・来店・友人へシェアといった行動をしていることから、スマートフォンは、マスであるテレビと商品、お店、ソーシャルをつなぐ「行動ハブ」として機能していることが分かります。

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、大サンプルかつ高頻度のスマートフォンユーザー調査を続けてまいります。



① 普及が進むスマートフォン

- スマートフォンの保有率は、前回から5.2pt増加し、33.4%に拡大。



- 女性比率が53.5%に増加。

年齢構成比



- 居住地に大きな変化はなく、スマートフォンは全国的に普及している。

居住構成比

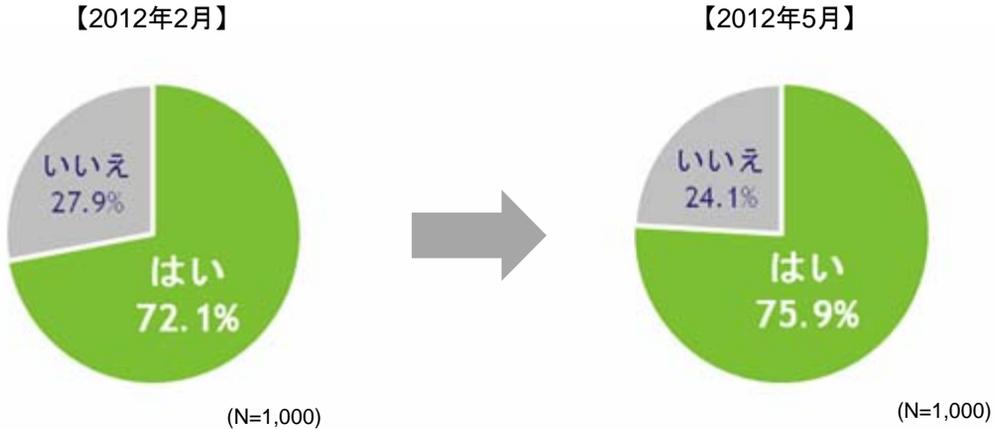


* 住民基本台帳2011年3月都道府県別住民構成比より

② テレビを見ながらのスマートフォンの利用実態

- スマートフォンユーザーのうち、テレビを見ながらスマートフォンを触る人は全体の7割。

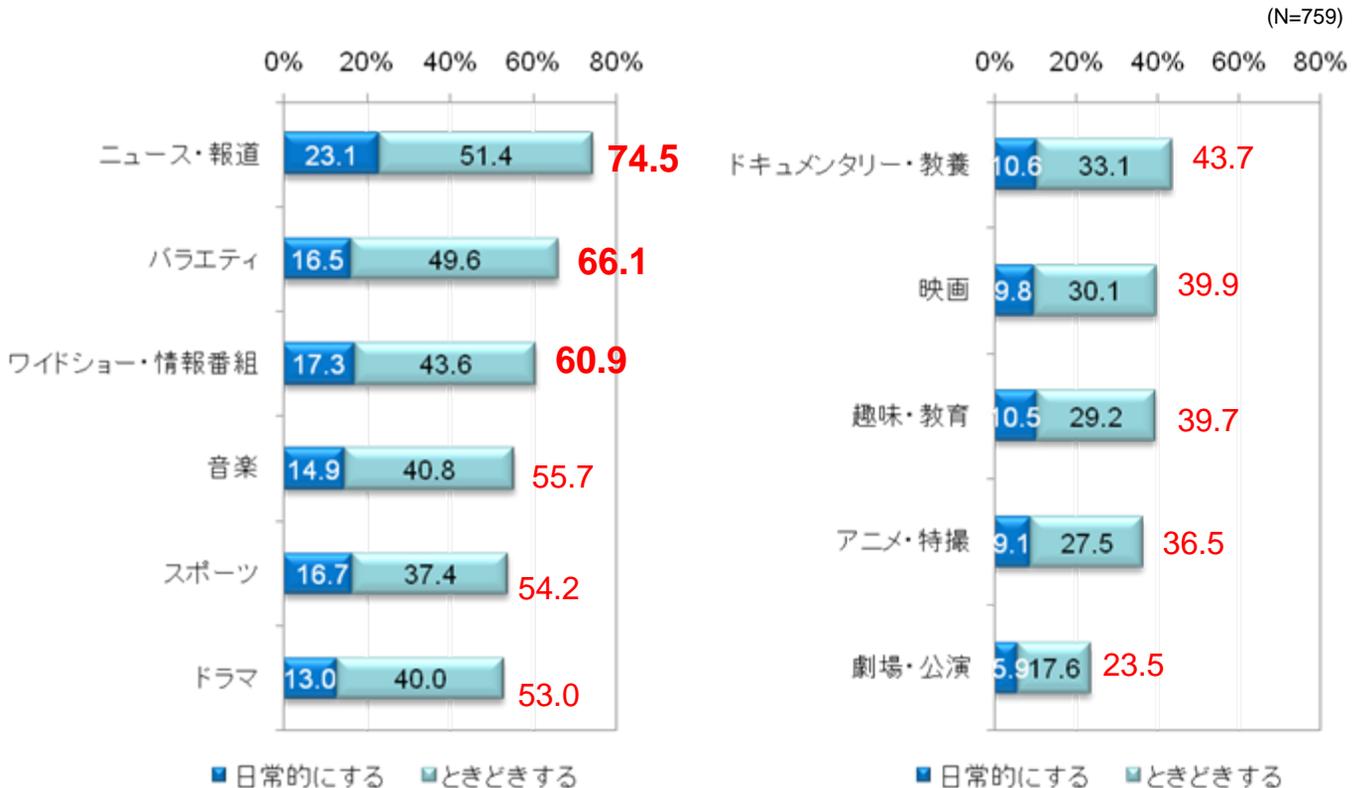
Q. あなたは、スマートフォンを触りながらテレビを見たことがありますか？



- スマートフォンを利用しながら最も見ている番組は「ニュース」次いで「バラエティ」「ワイドショー・情報番組」。

Q. あなたは、どのようなテレビ番組をご覧になりながら、スマートフォンを使っていますか？

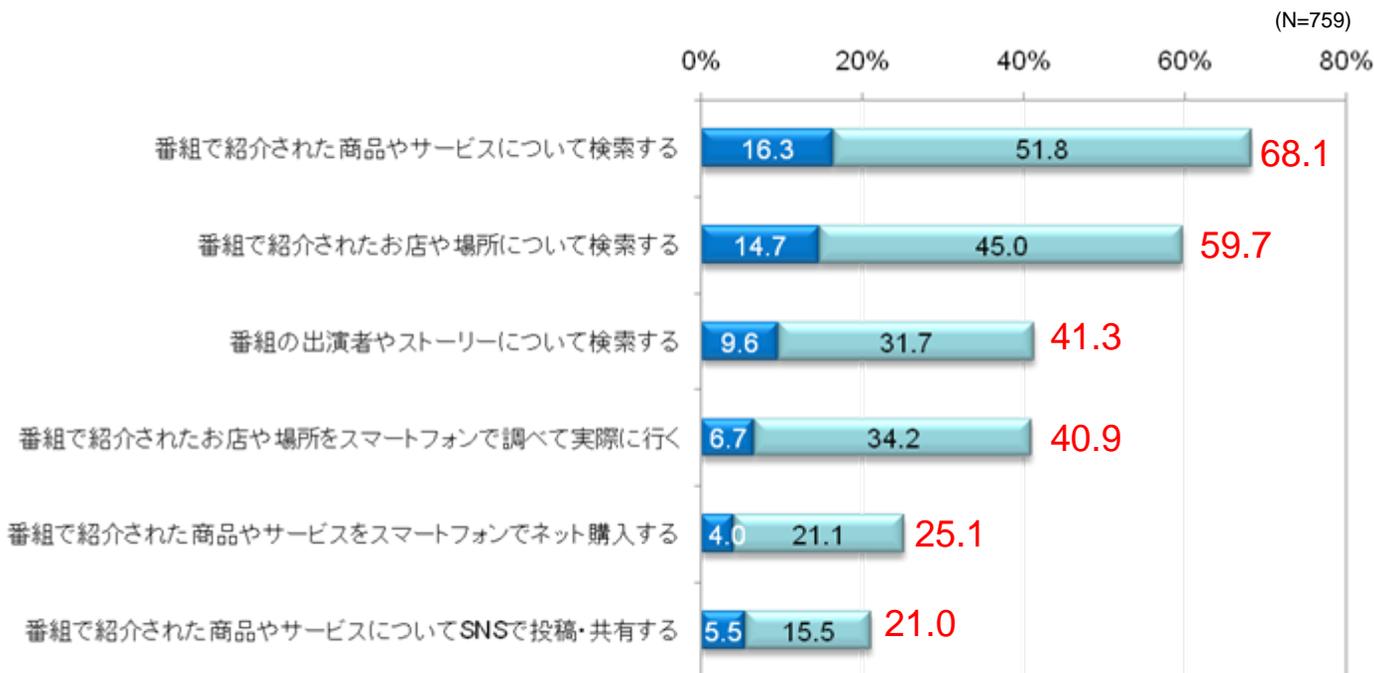
(※スマートフォンを触りながらテレビを見る該当者ベース)



② テレビを見ながらのスマートフォンの利用実態

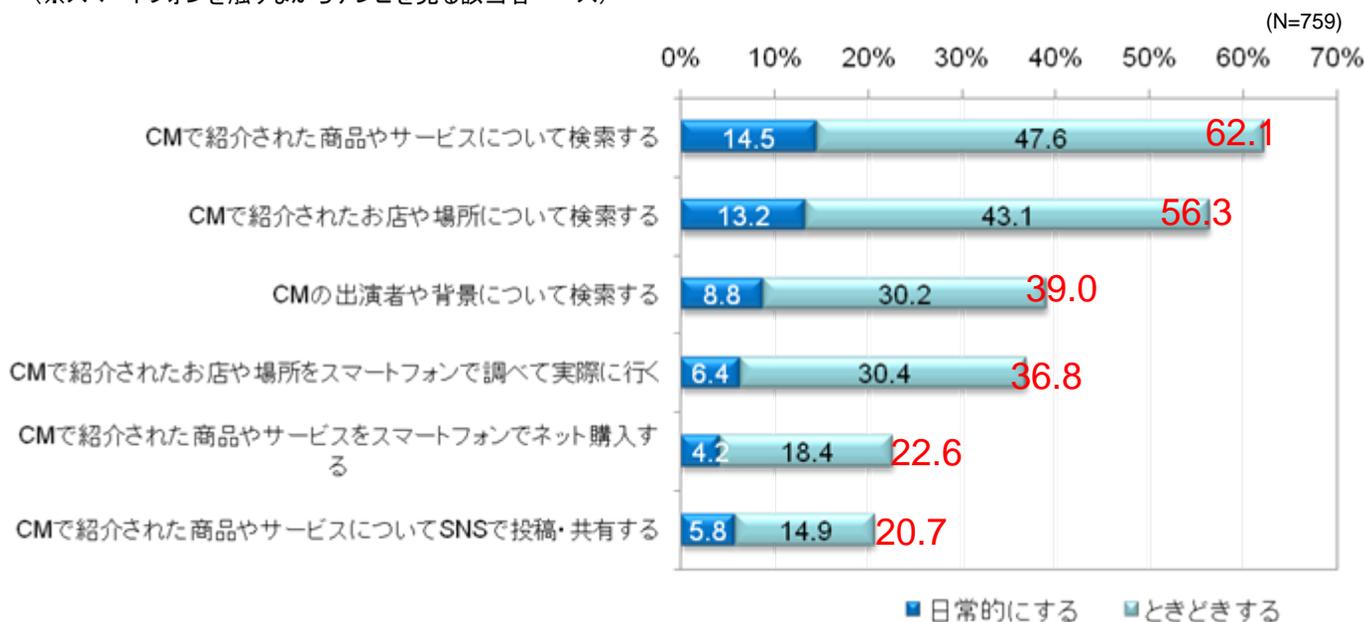
- テレビを見ながらスマートフォンを触る人の7割が、番組で見聞きした商品・サービスをスマートフォンで検索している。

Q. あなたは、テレビ番組で見聞きしたことについて、スマートフォンで以下のようなことをされていますか？
(※スマートフォンを触りながらテレビを見る該当者ベース)



- テレビを見ながらスマートフォンを触る人の6割が、CMで見聞きした商品・サービスをスマートフォンで検索している。

Q. あなたは、テレビCMで見聞きしたことについて、スマートフォンで以下のようなことをされていますか？
(※スマートフォンを触りながらテレビを見る該当者ベース)

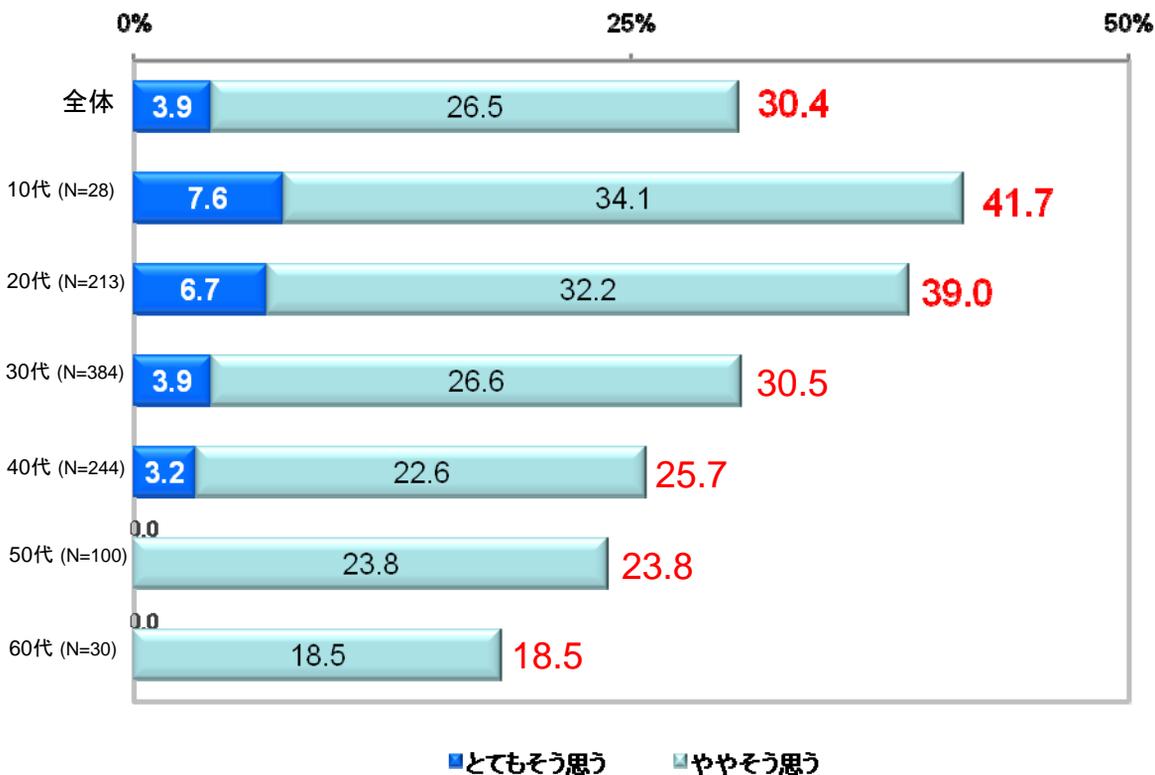


② テレビを見ながらのスマートフォンの利用実態

- スマートフォンを利用することでテレビをより楽しめる人は、全体の3割。若い人ほど高い。

Q. あなたは、テレビをご覧になりながら、スマートフォンを使うことで、テレビをより楽しめると思いますか？

(N=1,000)



*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います。



*2 調査の概要

調査時期：2012年5月25-29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1,000名

調査方法：インターネットアンケート調査