

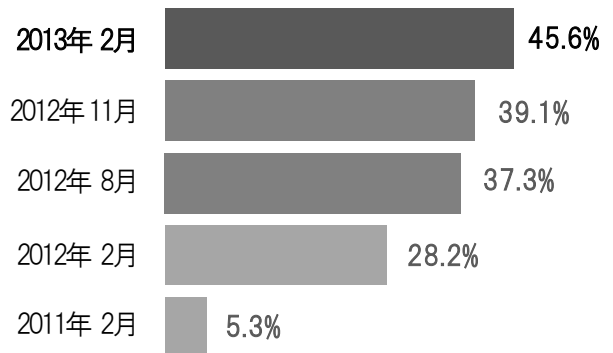
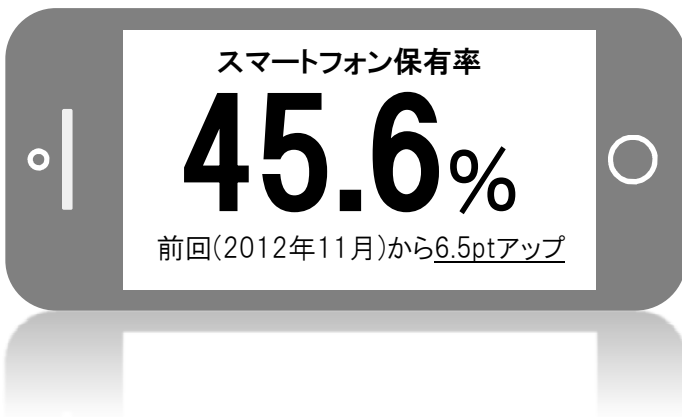


「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第5回分析結果報告

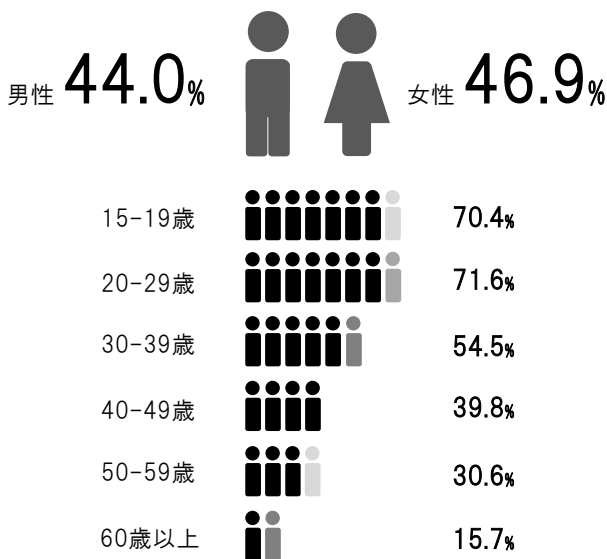
株式会社博報堂DYホールディングスのグループ横断型組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター」(*1)は、日本のスマートフォンの普及状況を浮き彫りにするため、「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」(*2)を実施しております。この度、2013年2月に行った第5回調査の結果をご報告致します。

スマートフォン保有率は前回(第4回調査、2012年11月実施)と比較して+6.5ptとなる45.6%と、スマートフォンの普及がさらに進んでいることが分かりました。

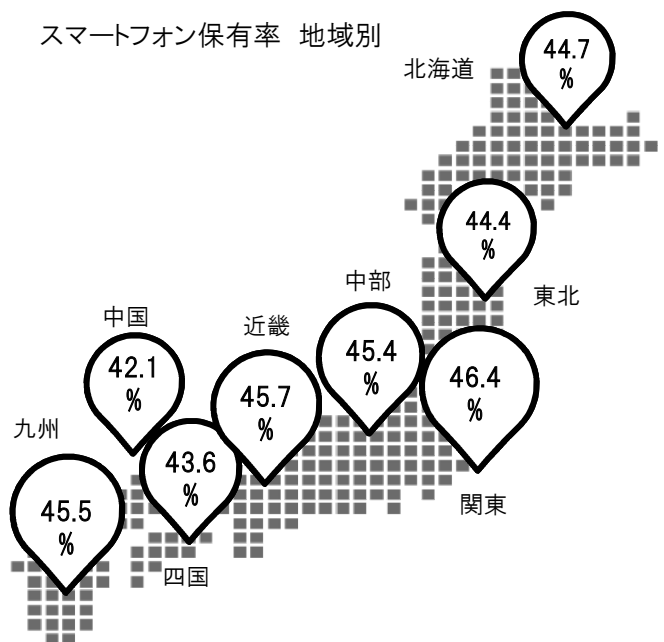
博報堂DYグループでは、今後もスマートフォンの普及状況と、マーケティング・コミュニケーションにおけるスマートフォンの可能性に注目し、大サンプルかつ高頻度のスマートフォンユーザー調査を続けてまいります。



スマートフォン保有率 性別/年代別



スマートフォン保有率 地域別



次ページ以降に「スマートフォンユーザーの日中比較」特別分析レポートがございます。

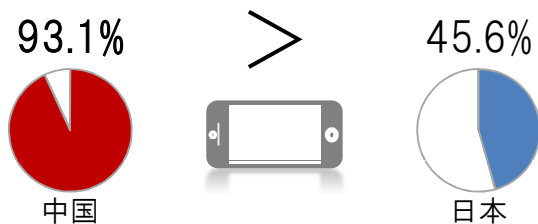
「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第5回
「スマートフォンユーザーの日中比較」に関する分析レポート

- ・中国都市生活者のスマートフォン普及率は、約9割
- ・スマートフォンでのネット閲覧時間は、テレビの視聴時間に迫る

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、2013年2月に「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第5回調査(*2)を実施し、3月に中国の上海・北京・広州の一級都市部生活者を対象にスマートフォンの利用に関する調査(*3)を実施しましたので、両調査を比較した分析レポートを発表致します。(なお、本分析レポートは、地域選定、対象者スクリーニング、調査方法の違う2つの調査を比較している点に関しご注意ください。)

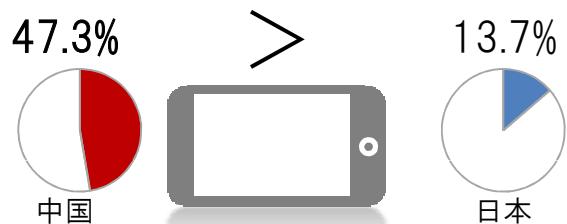
博報堂DYグループでは、マーケティング・コミュニケーションにおけるスマートデバイスの可能性に注目し、今後も大サンプルかつ高頻度のスマートフォンユーザー調査を続けてまいります。

1. 中国都市部でのスマートフォン保有率は、日本の約2倍の93.1%



中国都市部のスマートフォン保有率の高さの背景として、①中国では、低価格帯の機種が充実していること、②SIMフリーのため端末の買い替えがしやすいこと、③日本ではフィーチャーフォンからの移行ユーザーが多いのに対し、中国ではスマートフォンが初めてのモバイル端末保有となるユーザーが多いことなどが考えられる。

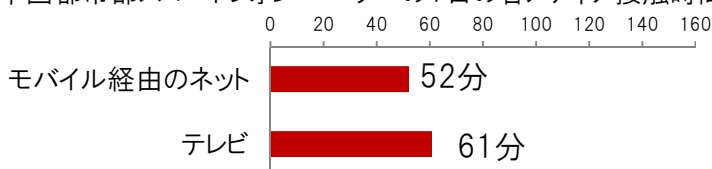
2. 中国都市部のスマートフォンユーザーのタブレット保有率は、日本の約3倍の47.3%



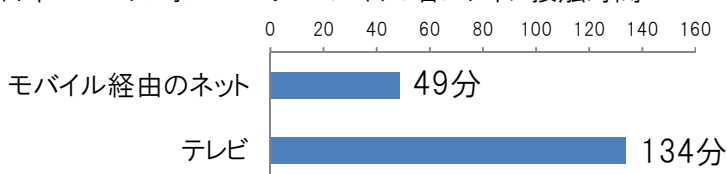
中国都市部のタブレット保有率の高さの背景として、①中国では、動画等のリッチコンテンツのネットでの視聴ニーズが高く、タブレットが最適なデバイスであること、②SIMフリーのため端末の買い替えがしやすいこと③公共交通機関やカフェなど街中でのwi-fi環境が充実していることなどが考えられる。

3. 中国都市部でのスマートフォンによる1日のネット閲覧時間は、テレビ視聴時間に迫る
モバイルでのネット閲覧時間とテレビの視聴時間の差が小さい中国、差が大きい日本

中国都市部スマートフォンユーザーの1日の各メディア接触時間



日本スマートフォンユーザーの1日の各メディア接触時間



中国都市部のモバイルでのネット閲覧時間とテレビの視聴時間の差が小さい背景として、①中国では、テレビドラマなどのコンテンツをネットで容易に視聴できる環境が浸透していること、②生活者発のリアルタイムな情報が好まれること、などが考えられる。

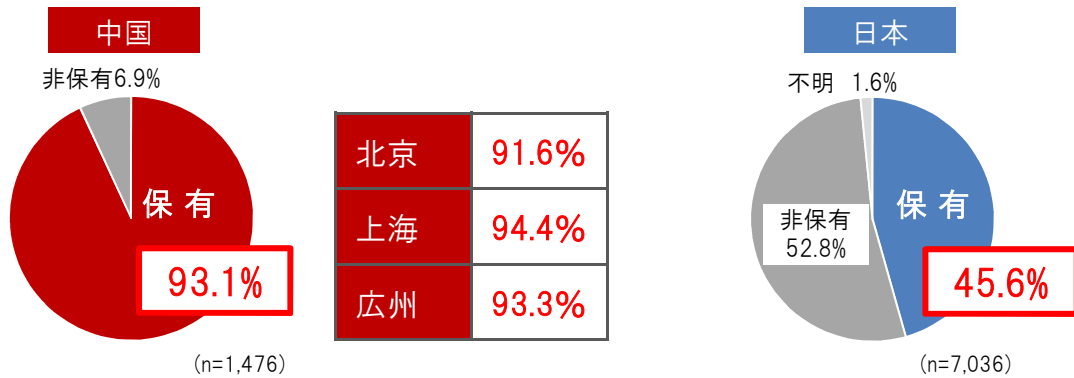
また、日本と比較すると、モバイルの閲覧時間は中国の方が長く、テレビの視聴時間は日本の方が圧倒的に長いことも分かった。

<調査結果の詳細>

- スマートフォン保有率は、日本は45.6%、中国は約2倍の93.1%
- 中国3都市間での保有率の差はほとんどない。

スマートフォン保有状況

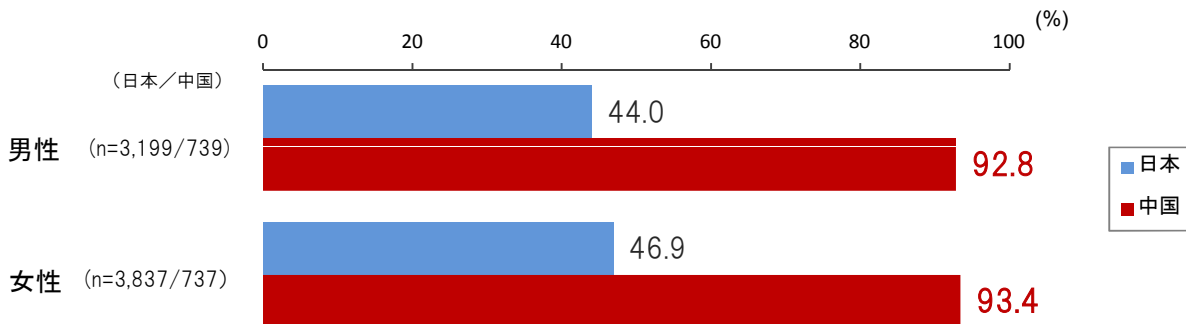
単一回答



- 日本・中国ともに、性別での差はほとんどない。

性別スマートフォン保有状況

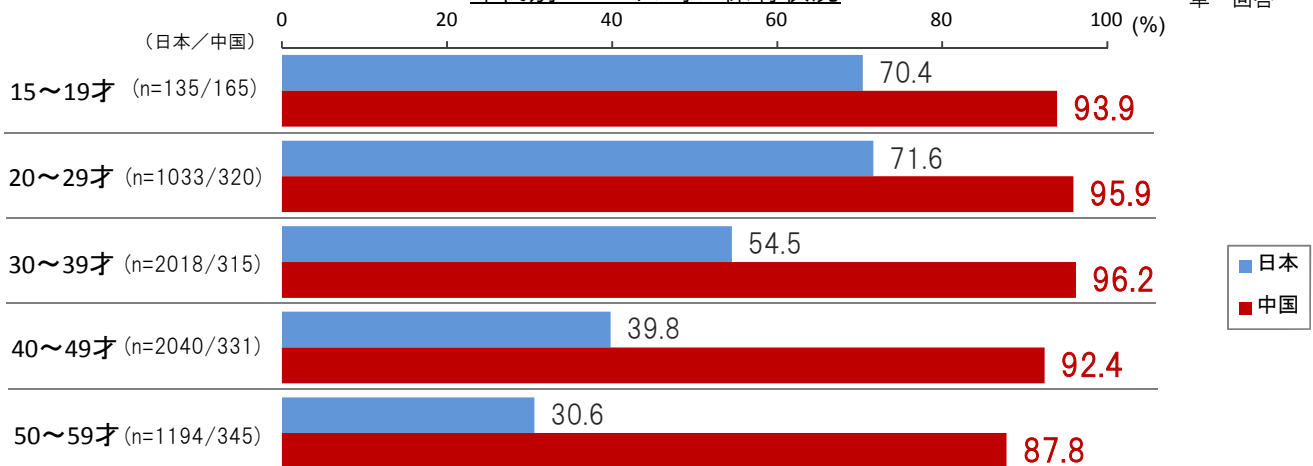
単一回答



- 日本は年代によって保有率に差があり、10～20代で特に高い。一方、中国はほとんど差がない。

年代別スマートフォン保有状況

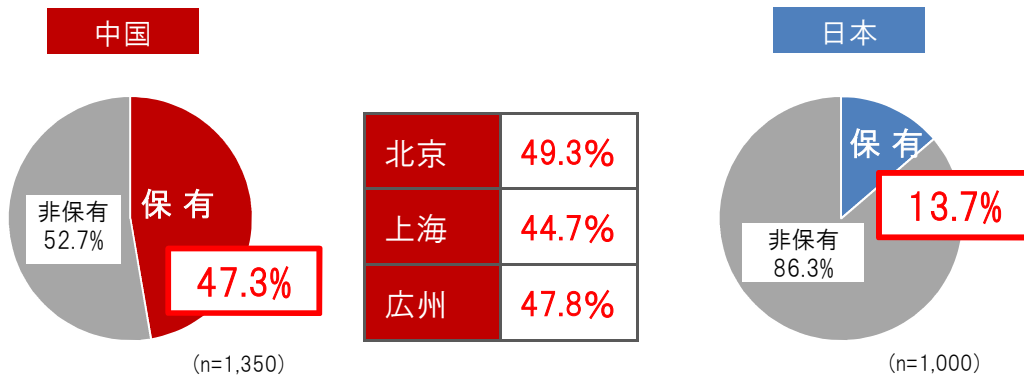
単一回答



- スマートフォンユーザーのタブレット保有率は、日本は13.7%、中国は約4倍の47.3%
- 中国3都市間での保有率の差はほとんどない。

スマートフォンユーザーのタブレット保有状況

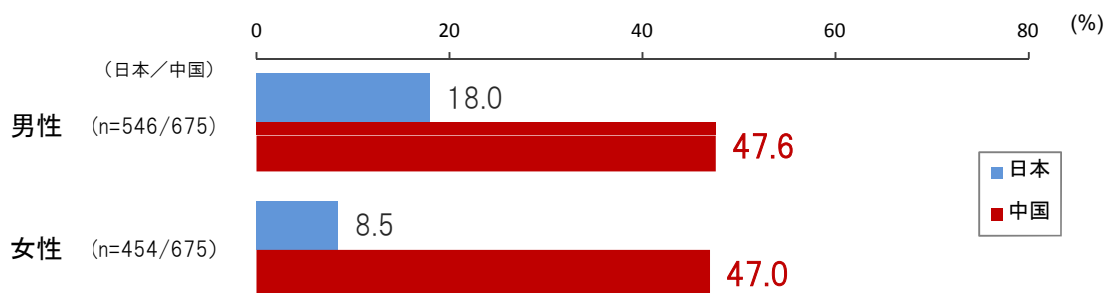
単一回答
スマートフォンユーザーベース



- 日本は男性の方が女性より保有率が高い。一方、中国はほとんど差がない。

スマートフォンユーザーの性別タブレット保有状況

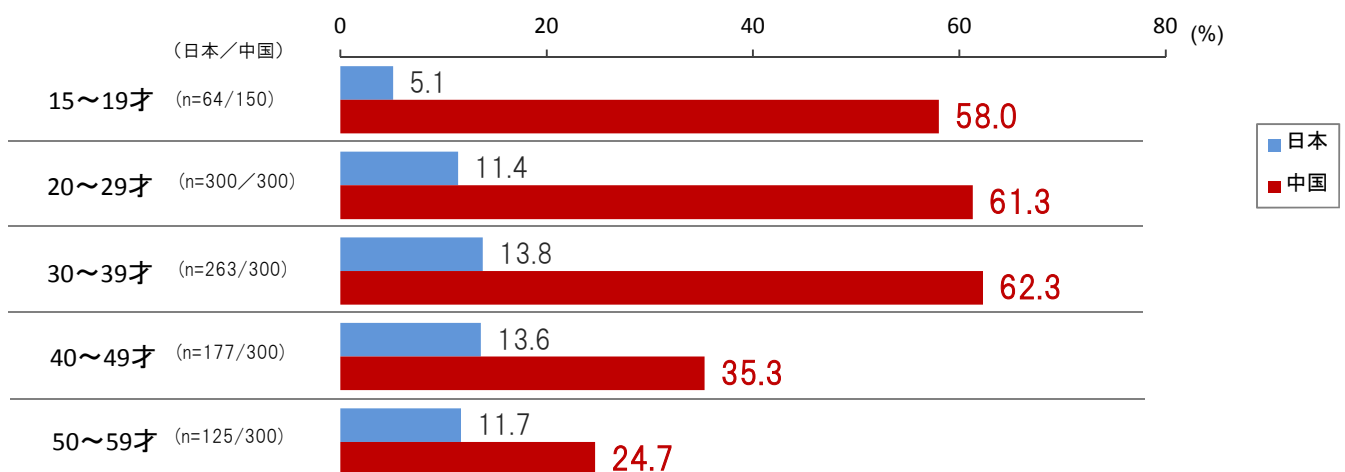
単一回答
スマートフォンユーザーベース



- 日本は年代による保有率の差はほとんどない。一方、中国は20~30代で特に高く、50代で低い。

スマートフォンユーザーの年代別タブレット保有状況

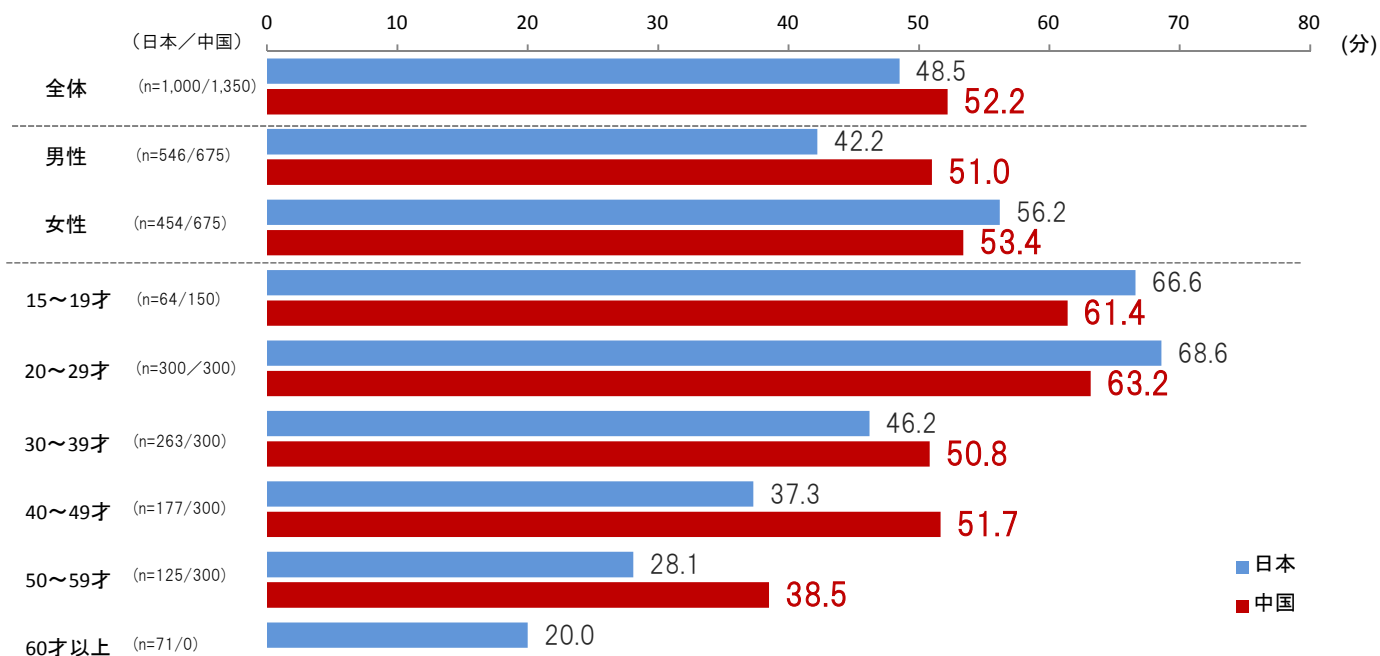
単一回答
スマートフォンユーザーベース



- 1日におけるモバイルでのネット平均閲覧時間は、中国は52分と、日本よりわずかに高い。
- 日中ともに、いずれも10～20代で高い。

1日のモバイル経由のネットの平均閲覧時間

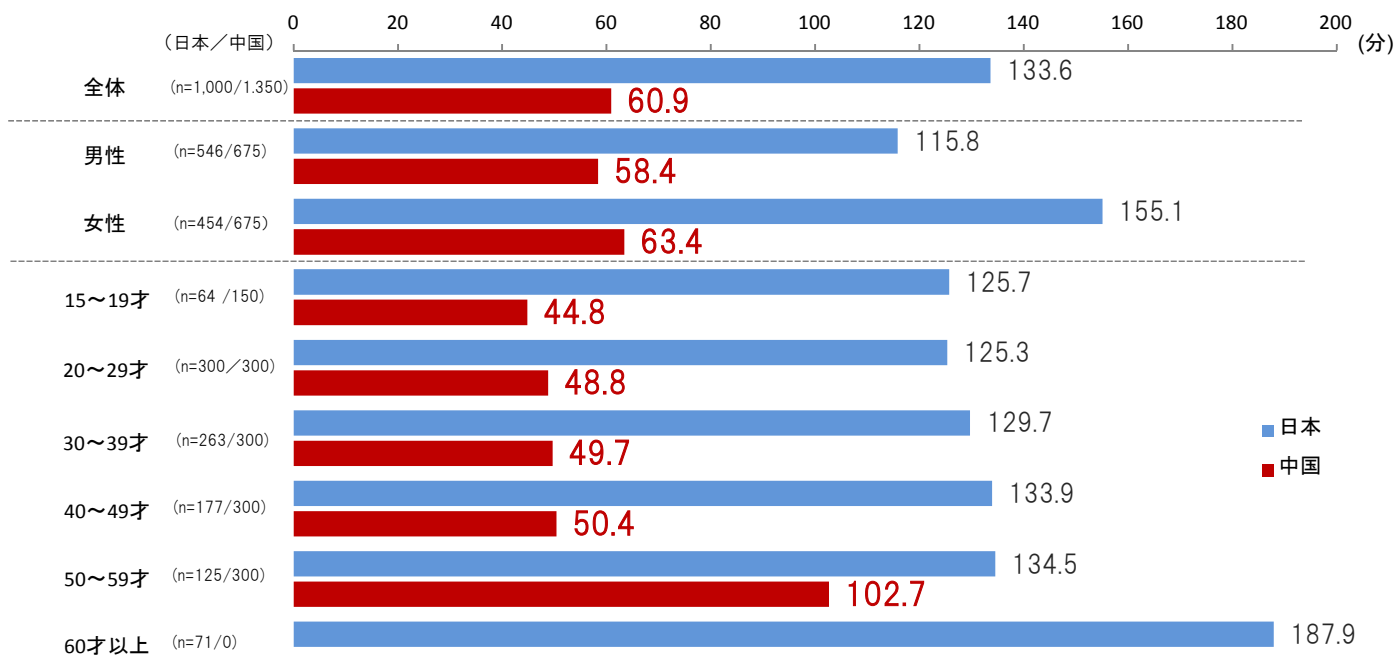
単一回答
スマートフォンユーザーベース



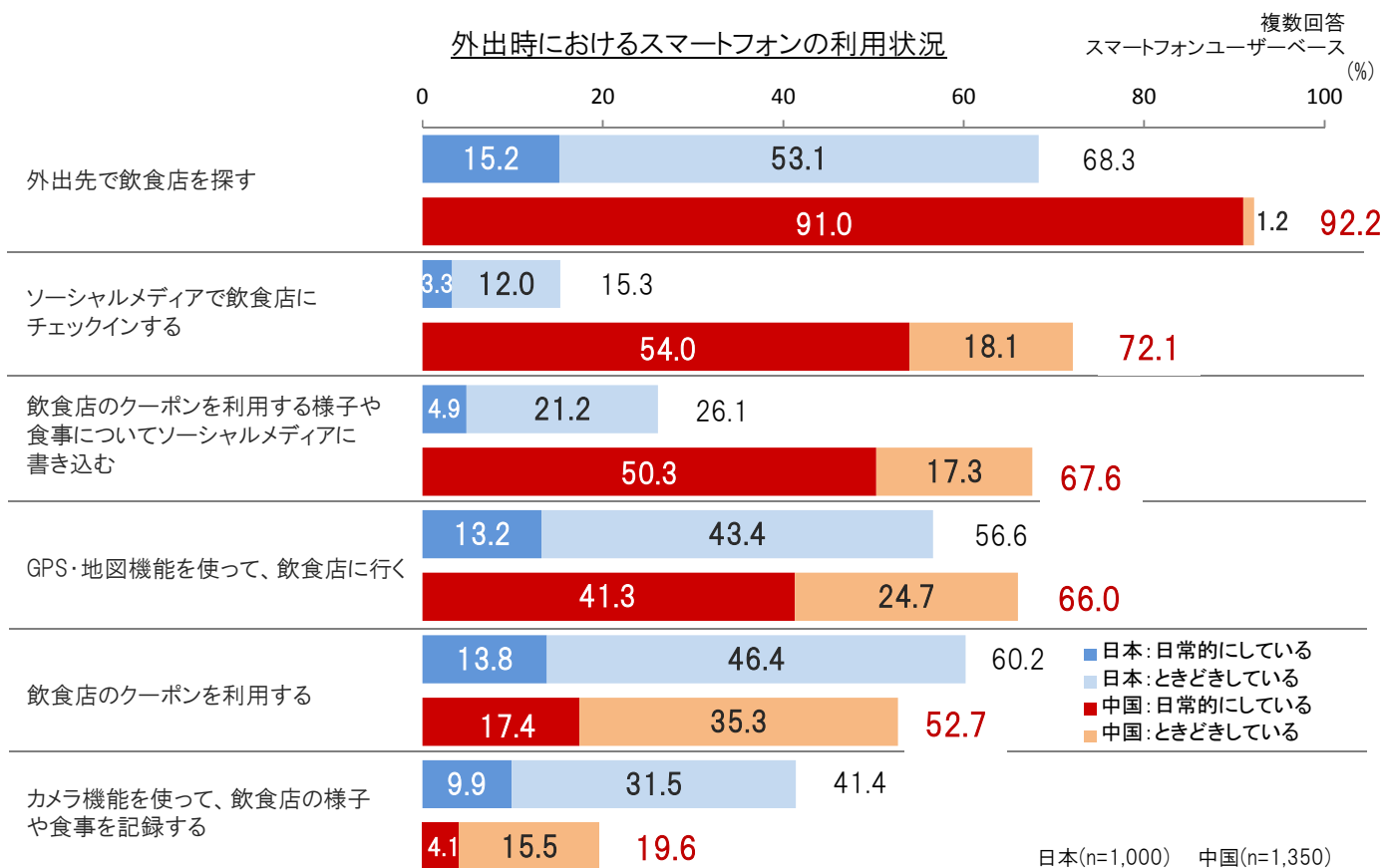
- 1日におけるテレビの平均視聴時間は、中国は日本の4割強の61分。
- 日中ともに、いずれも年代があがるにつれて高い。

1日のテレビの平均視聴時間

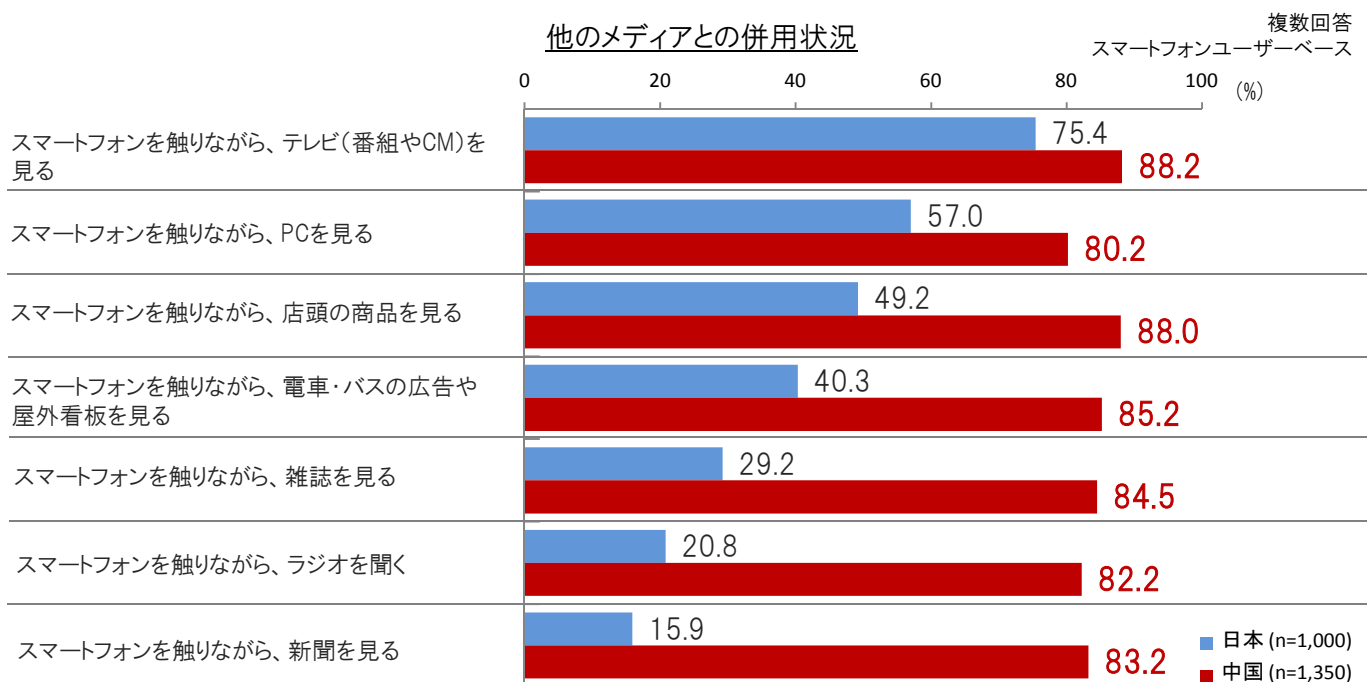
単一回答
スマートフォンユーザーベース



- 外出時のさまざまな場面で、中国のほうが、日本よりもスマートフォンを利用している。
- 飲食店のクーポン利用、カメラ機能を使った飲食店での食事の記録は、日本が中国を上回る。



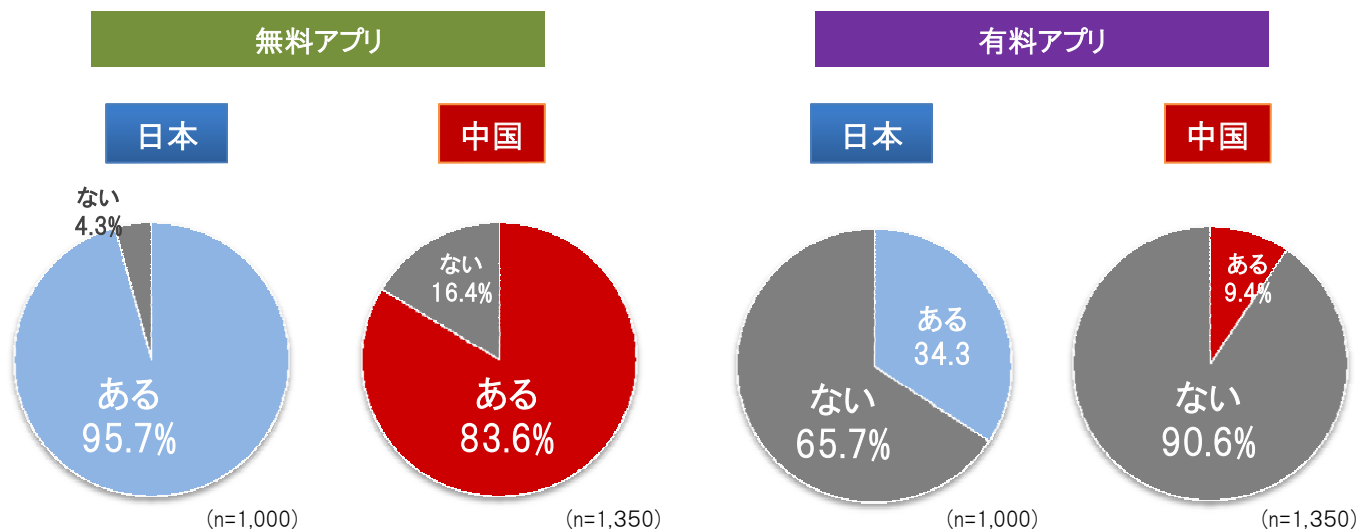
- 他のメディアとの併用率は、中国のほうが、日本よりもいずれも大幅に高い。
- ※博報堂生活総研(上海) 首席研究員 鐘鳴による見解：中国人はスマートフォンへの依存度が高く、世の中の情報について、再確認や深堀などを、一番身近で手軽な情報入手ツールとして、スマートフォンを活用している傾向が強い。



- 無料アプリのダウンロード経験は、日中ともに8割を超えている。
- 有料アプリのダウンロード経験は、日本は3割以上に対し、中国は1割以下にとどまる。

スマートフォンのアプリダウンロード経験

単一回答
スマートフォンユーザーベース



*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：2013年2月22-24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
 (スクリーニング調査10,000名)
 調査方法：インターネットアンケート調査

*3 調査の概要

調査時期：2013年3月1-6日
 調査地域：中国 上海・北京・広州の3都市
 調査対象：各都市に10年以上在住、世帯月収40,000元以上20,000元以下の
 15～59歳男女のスマートフォンユーザー1,350名
 (スクリーニング調査1,476名)
 調査方法：iPadによる都心繁華街での街頭インタビュー調査

本件に関するお問合せ：博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 西原・山崎・藤井(TEL:03-6441-9062)