

第9回メディア環境研究所フォーラム

調査報告

生活者のサービス利用実態 「スマートティーン」

2012年12月6日(木)

博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所
中杉啓秋



第1部の内容

1、メディア接触時間の変化

2、スマートティーンズのリアル

リアル①密着調査

リアル②スマホ・アプリ写真調査

リアル③インタビュー & 定量調査

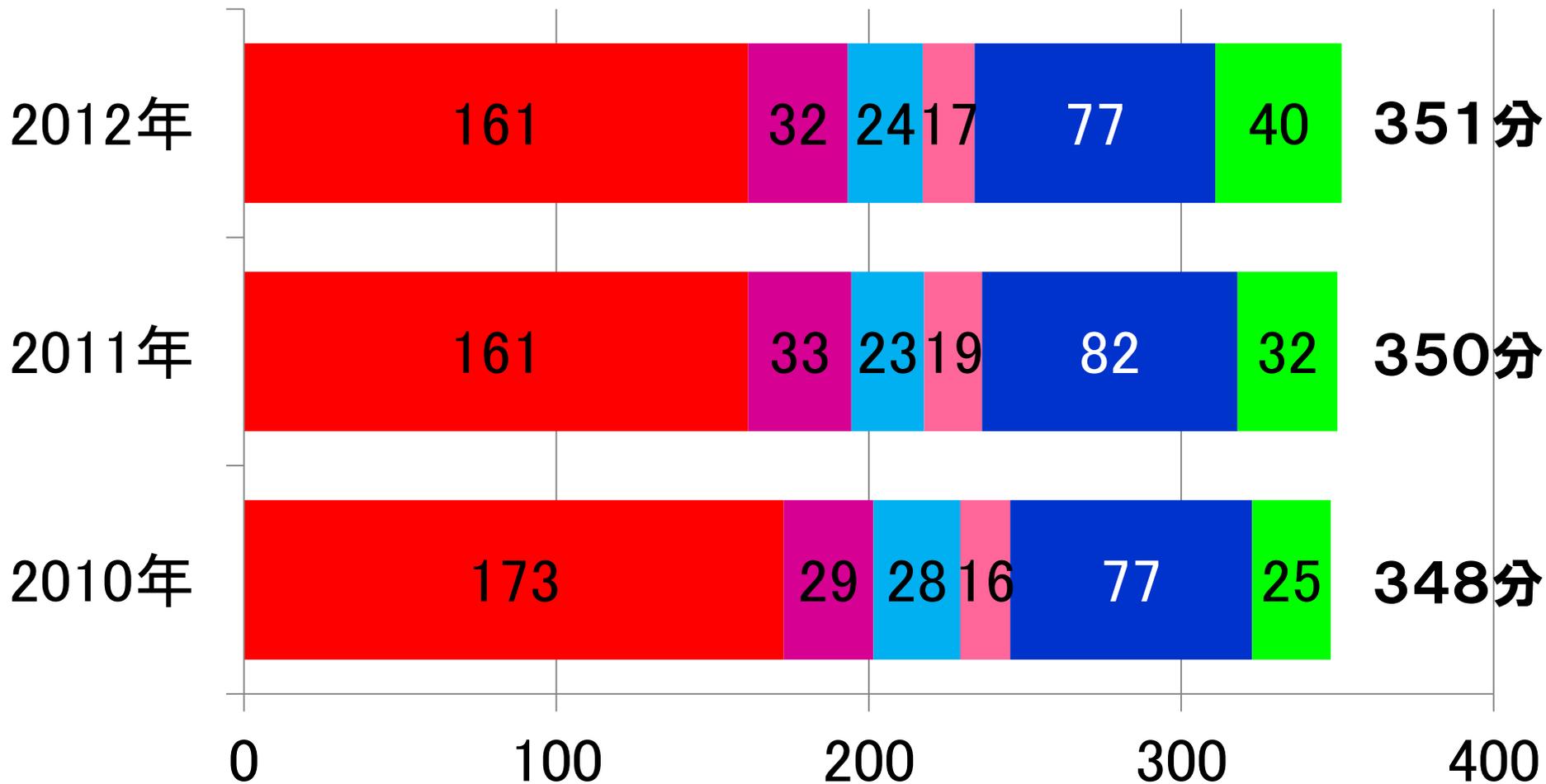
3、まとめ

1、メディア接触時間の変化

メディア接触時間

(東京・10～60代・1日あたり)

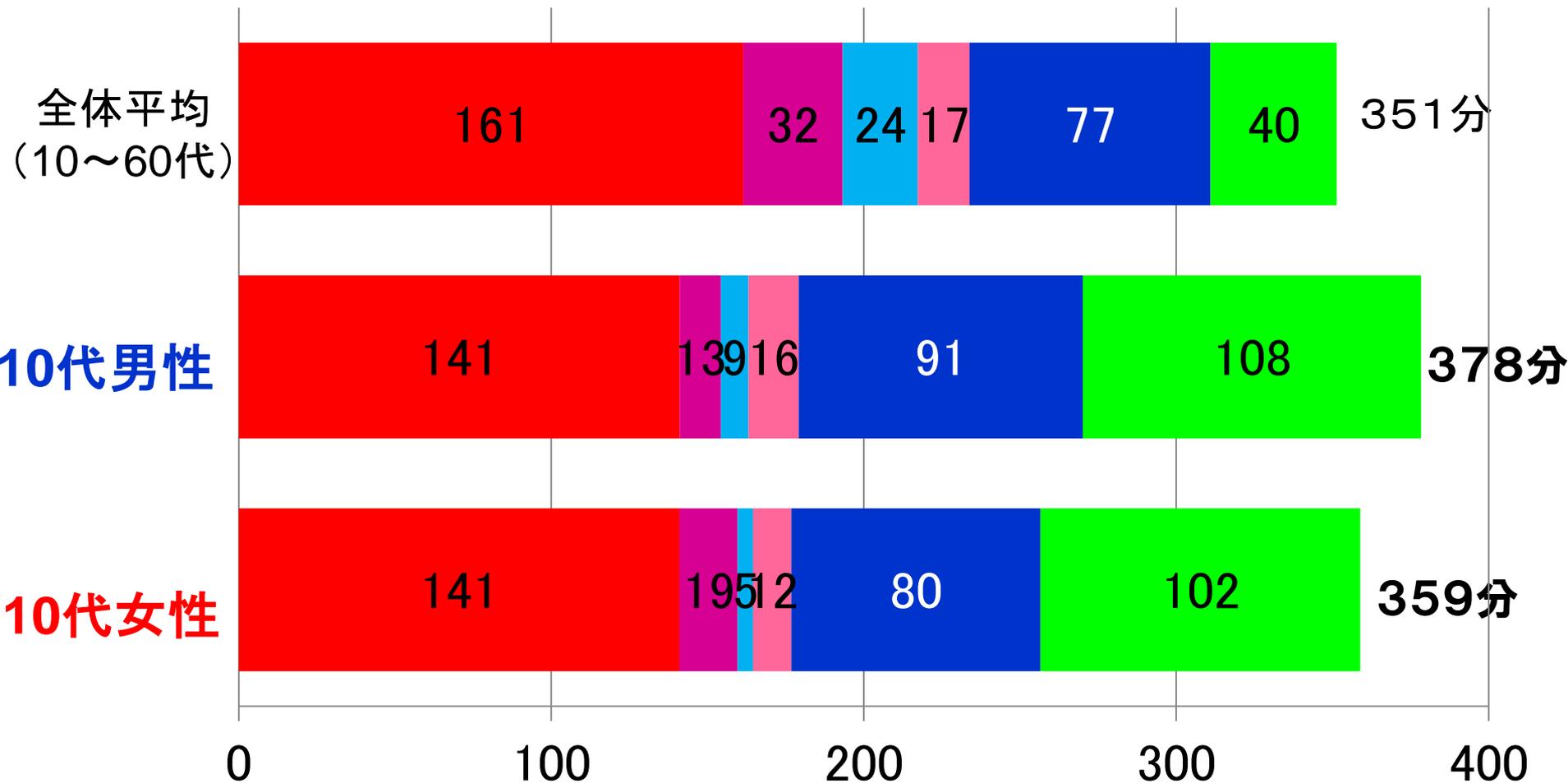
■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ PCネット ■ 携帯ネット



メディア接触時間(10代)

(東京・1日あたり)

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ PCネット ■ 携帯ネット



2、スマートティーンのリアル

リアル①

「密着調査」

密着調査

女子高生のメディア接触



Mさん(18歳)

- 高校3年生
- 現在、受験勉強の日々
- スマホは、iPhone利用

リアル②

「スマホ・アプリ写真調査」

スマホ・アプリ写真調査

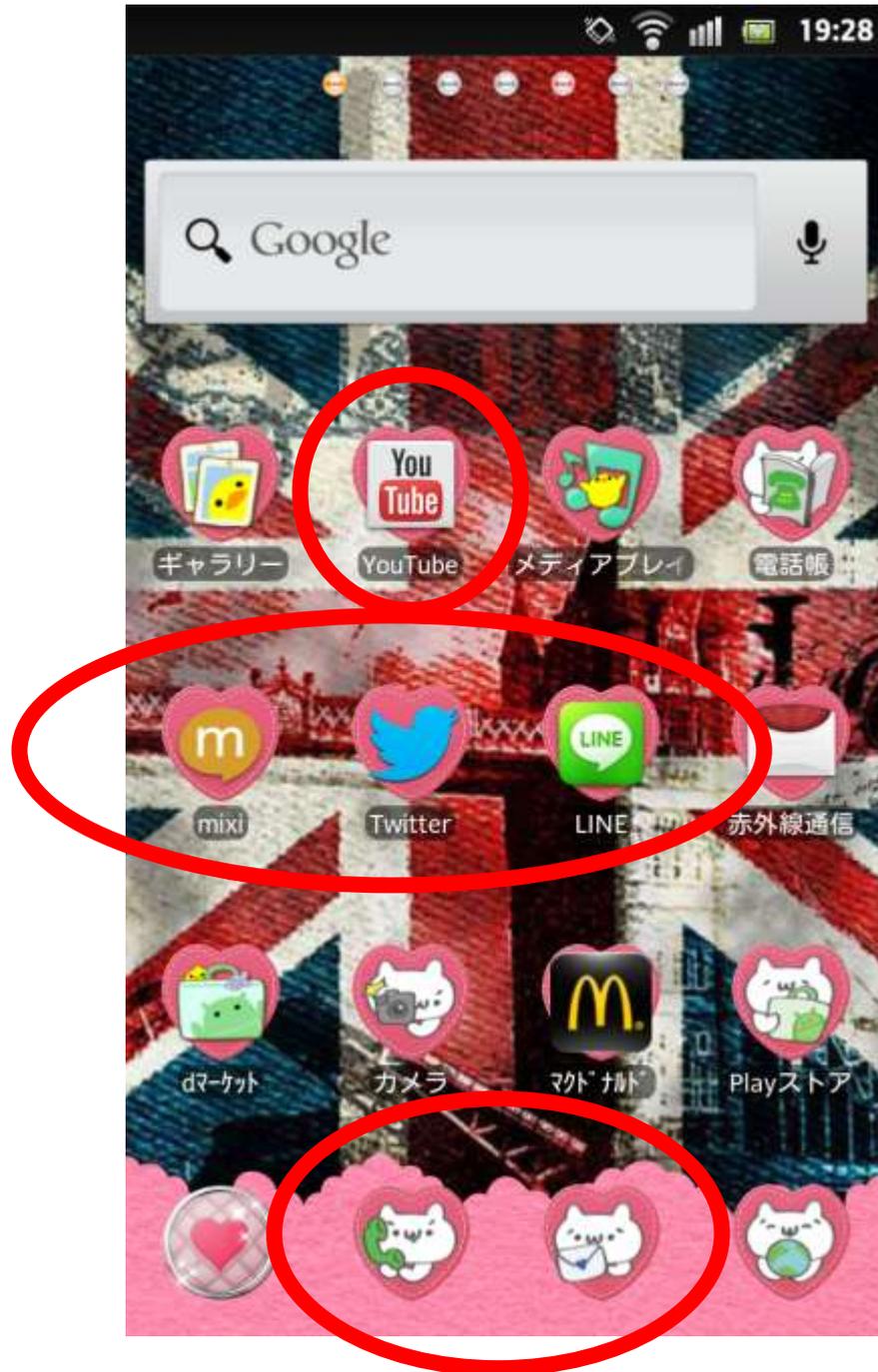
対象者	10～60代スマートフォン利用者
エリア	全国
サンプル数	N=115
時期	2012年10月12日～14日
方法	インターネット調査

スマホ・ホーム画面写真





鹿児島県
16歳女子
(12年3月～)





愛知県
16歳男子
(12年3月～)



リアル③

「インタビュー & 定量調査」

女子高生インタビュー



Nさん(18)

Hさん(18)

Uさん(18)

Aさん(18)

スマートティーン調査



対象者 高校1～3年生男女

エリア 全国

サンプル数 416名（男子208、女子208）

男子(スマートフォン) 104

男子(携帯電話) 104

女子(スマートフォン) 104

女子(携帯電話) 104

時期 2012年11月7日～12日

手法 インターネット調査

高校生・スマートフォン所有率

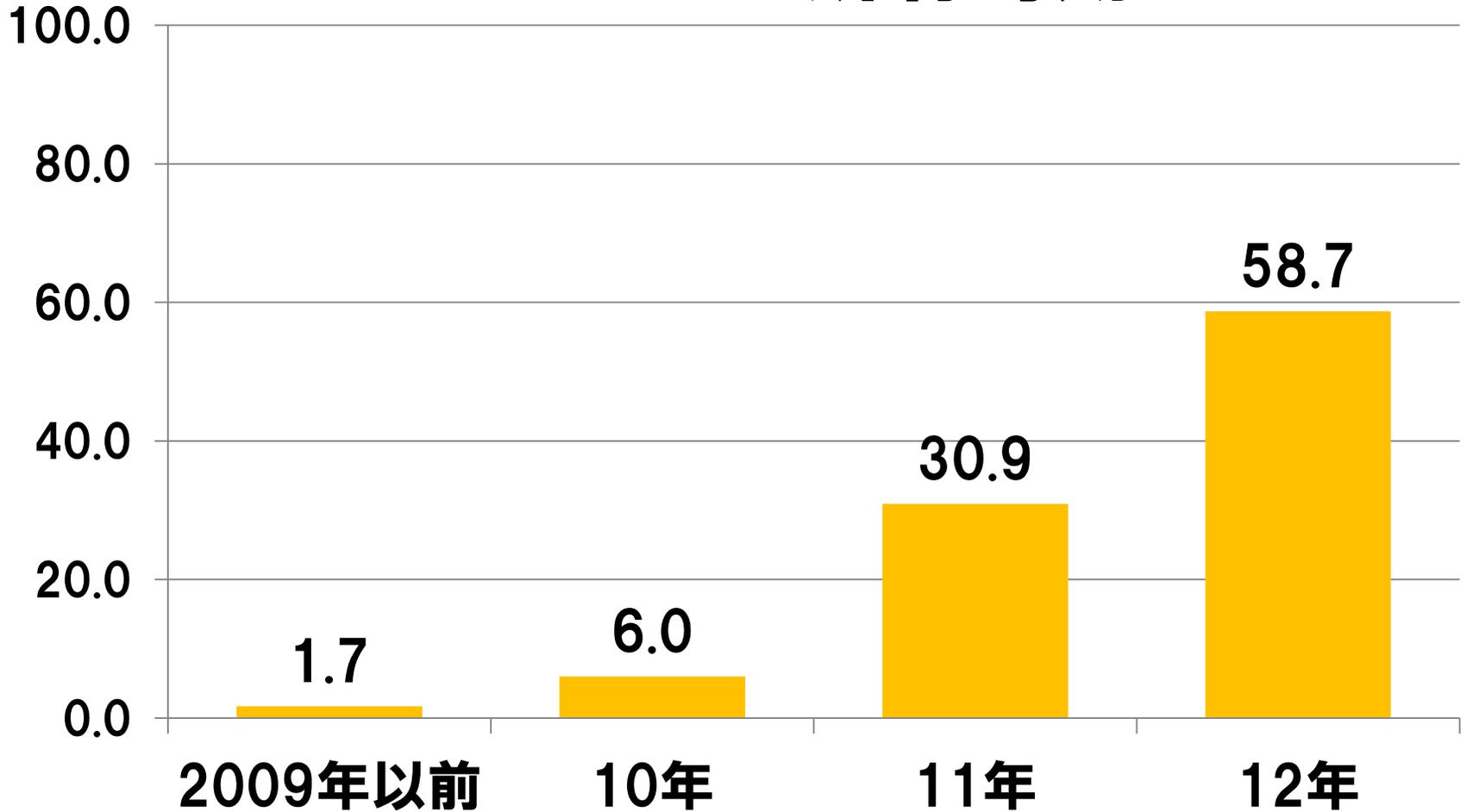
53.6%

男子 48.8%

女子 56.6%

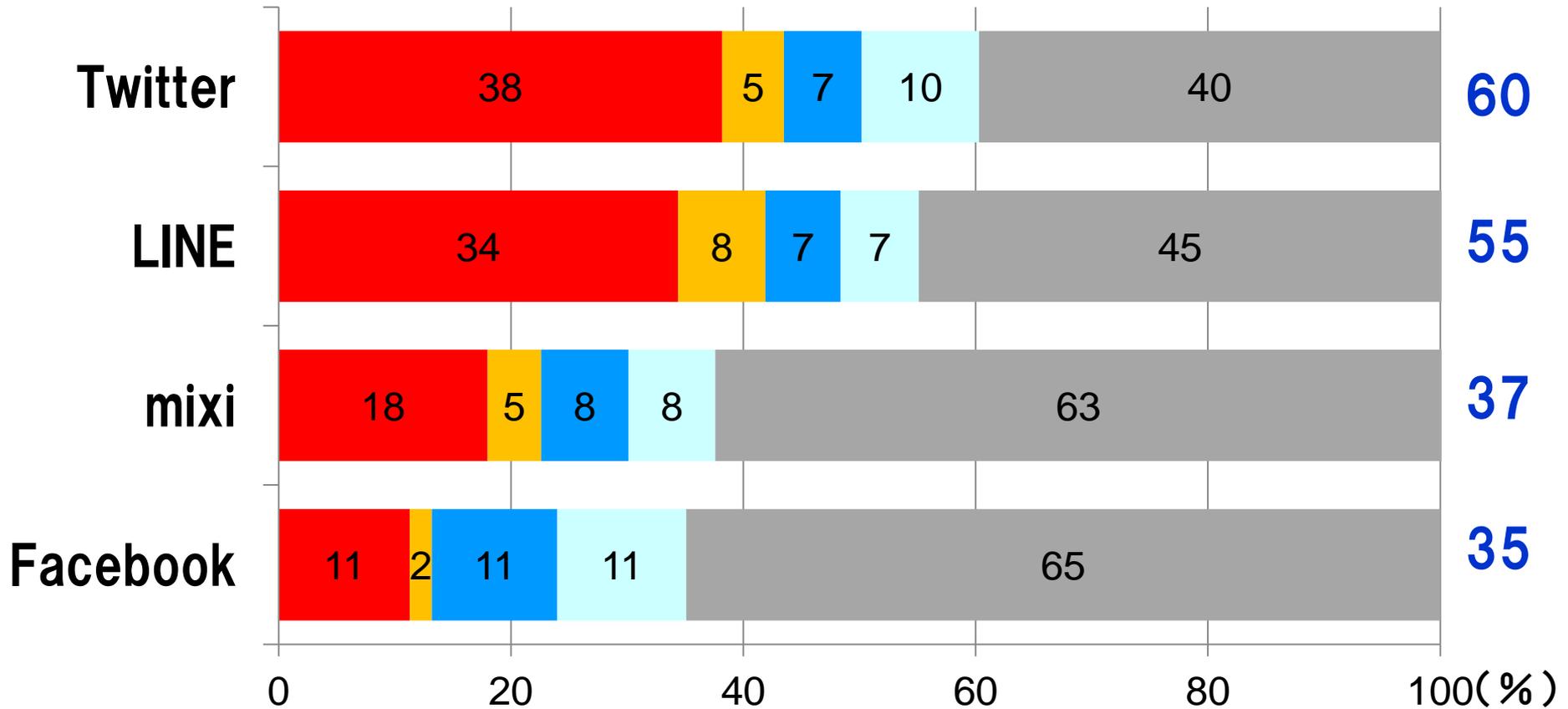


スマートフォン所有時期



ソーシャルメディア利用頻度

■ ほぼ毎日 ■ 週に4-5日 ■ 週に1~3日 ■ それ以下 ■ 利用しない **利用率**



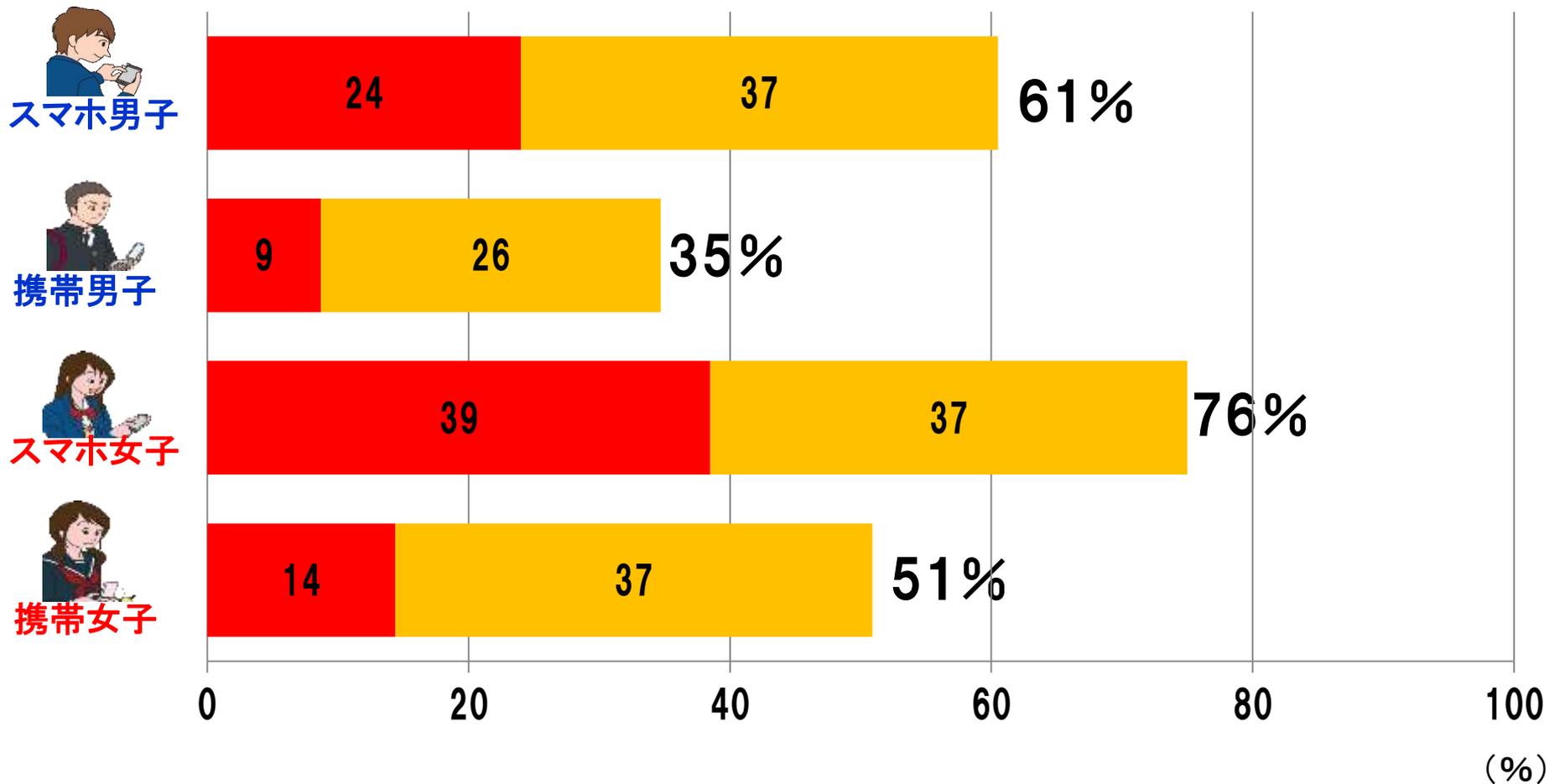
分析の視点



(スマホ・男子) **(携帯・男子)** **(スマホ・女子)** **(携帯・女子)**

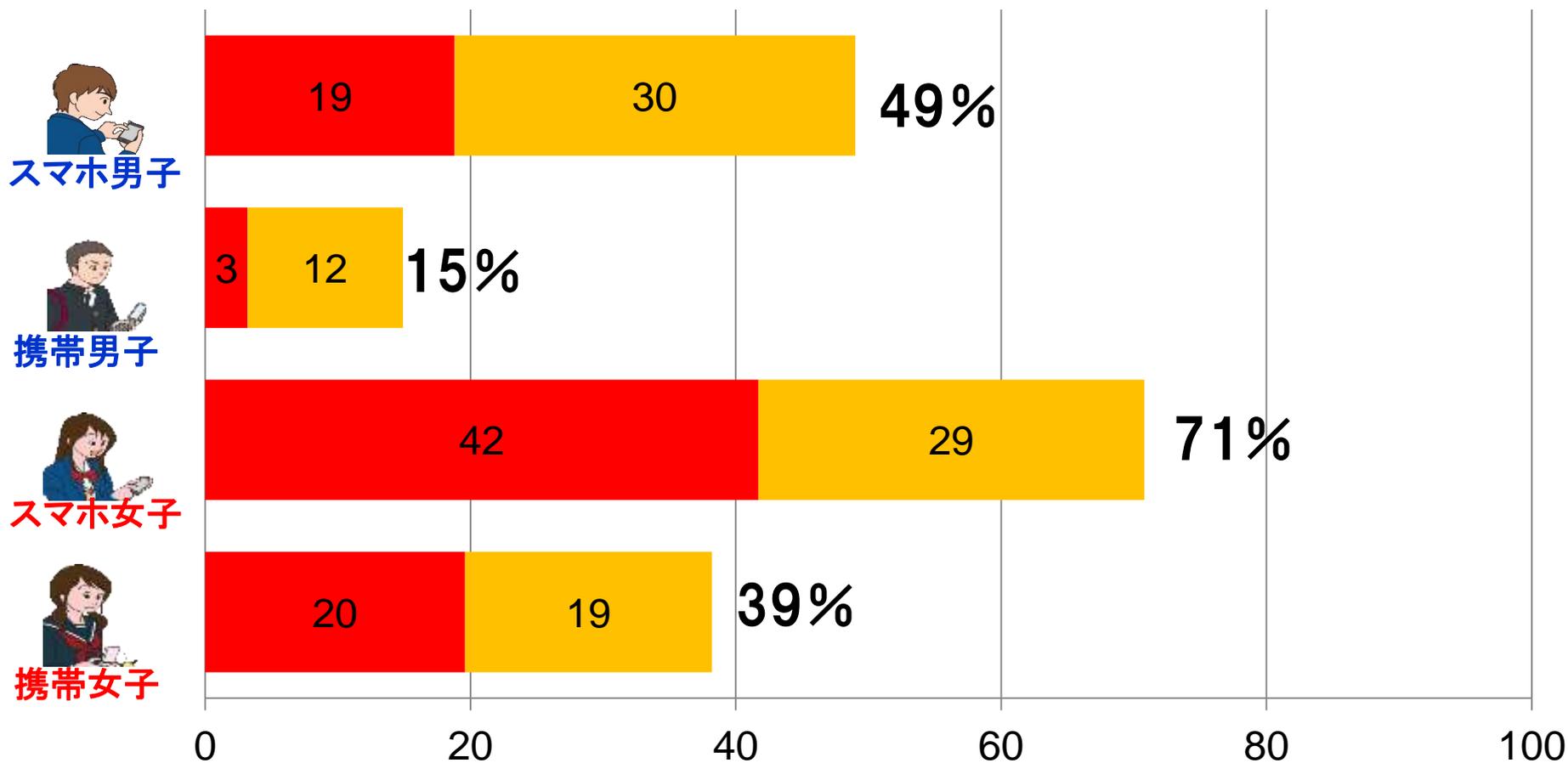
ソーシャルメディアによって人間関係が充実

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる



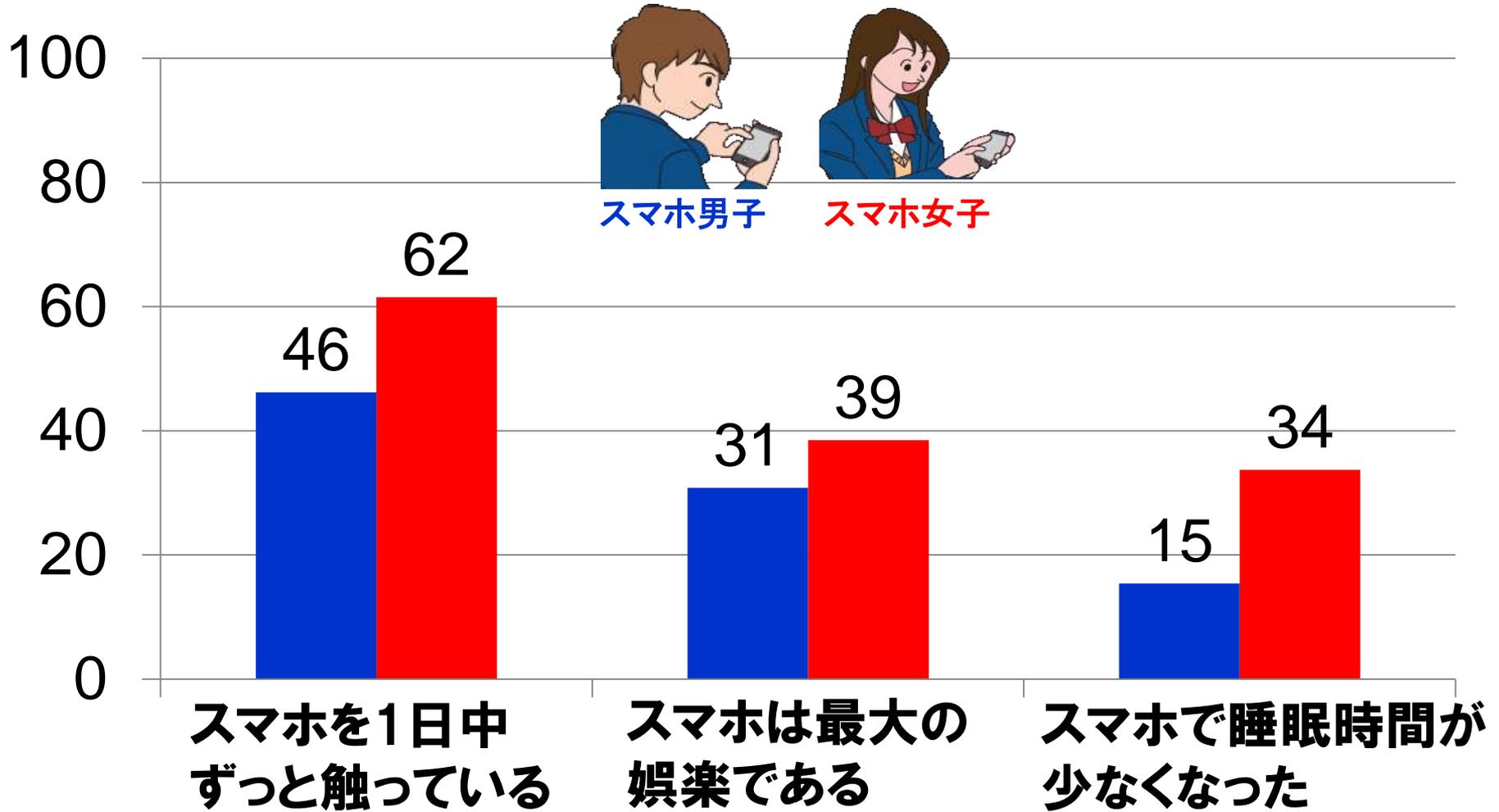
LINEやTwitterなどでつぶやきながらテレビを見る

■ よくある ■ たまにある

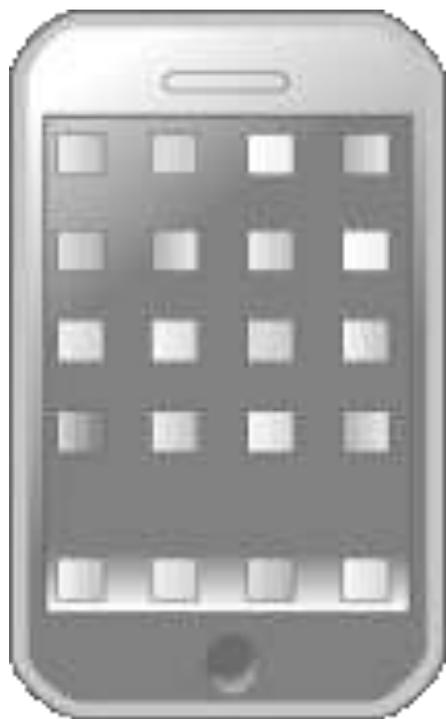


スマホで**何が**変わったのか？

スマートフォンによる生活・意識変化



初めて所有した携帯電話は「スマホ」である



25.5%

男子 39.4%

女子 11.5%

4人に1人は、携帯(フィーチャーフォン)利用経験なし

メディア接触時間(1日あたり・平均分数)

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ PCネット ■ 携帯ネット


スマホ男子



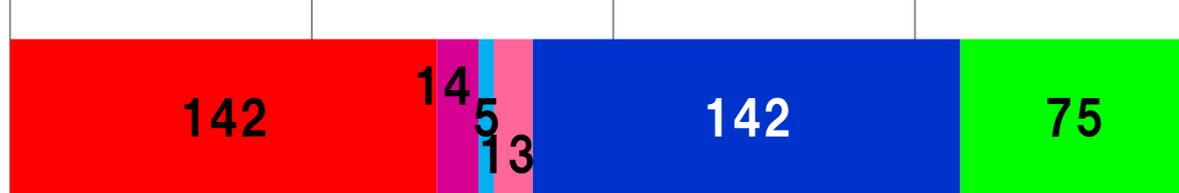

携帯男子




スマホ女子




携帯女子



0 100 200 300 400 500

3、まとめ

第1部「スマートティーン」のまとめ



- ポイント1 **スマホネイティブ**
「手軽」で「ビジュアル」なコミュニケーションへ
- ポイント2 **あらゆる情報をスマホを通じて得るティーン**
(ニュースからエンタメ、ソーシャルまで)
- ポイント3 **コミュニケーション情報量が、格段に増えている**
スマホネット利用時間はさらに長時間化



INSTITUTE OF MEDIA ENVIRONMENT
メディア環境研究所

**本件に関する問い合わせ
博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所 中杉**