



報道関係各位

2013年6月10日

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

**スマートフォンの普及を背景に、携帯ネット接続時間がさらに伸長。女性20代・30代で大幅な伸び。
～博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2013」～**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所(本社:東京都港区、所長:吉田弘)は、生活者のメディア接触の現状を分析する「メディア定点調査2013」を実施しました。

東京地区の調査結果によると、マス4媒体とインターネット2媒体(パソコン、スマートフォンを含む携帯電話)を合わせた1日のメディア接触時間は、5時間53分(週平均)と昨年とほぼ同数値となりました。1日のメディア接触時間は生活時間の中で飽和状態であると推定され、2010年以降、数値にほぼ変化はありません。

近年、パソコンおよび携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット接続時間が伸長していましたが、今回、携帯電話からのインターネット接続時間は50.6分と、昨年の40.4分から10分近く伸びる結果(125.2%増)となりました。一方、昨年に引き続きパソコンからのインターネット接続時間は減少が続いており、スマートフォンの普及を背景に、パソコン経由から携帯電話経由へとインターネット利用の切り替えがさらに進んでいることが窺えます。

携帯電話からのインターネット接続時間の伸びは、女性20代・30代に特に顕著で、女性20代では昨年の67.8分から52.1分伸び119.9分に(176.8%増)、30代では昨年の45.3分より28.6分伸び73.9分(163.1%増)という結果となりました。

スマートフォンの所有状況は45.0%で、昨年の31.0%から10%を超える伸びを示しています。

スマートフォンの利用機能では、「メール送受信」、「検索」、「通話」、「カメラ」が中心ですが、特に10代は「通話」以上に「動画を見る」、「コミュニケーションアプリを使う」、「SNS、ミニブログを使う」「ゲーム」などの数値が高い結果となりました。

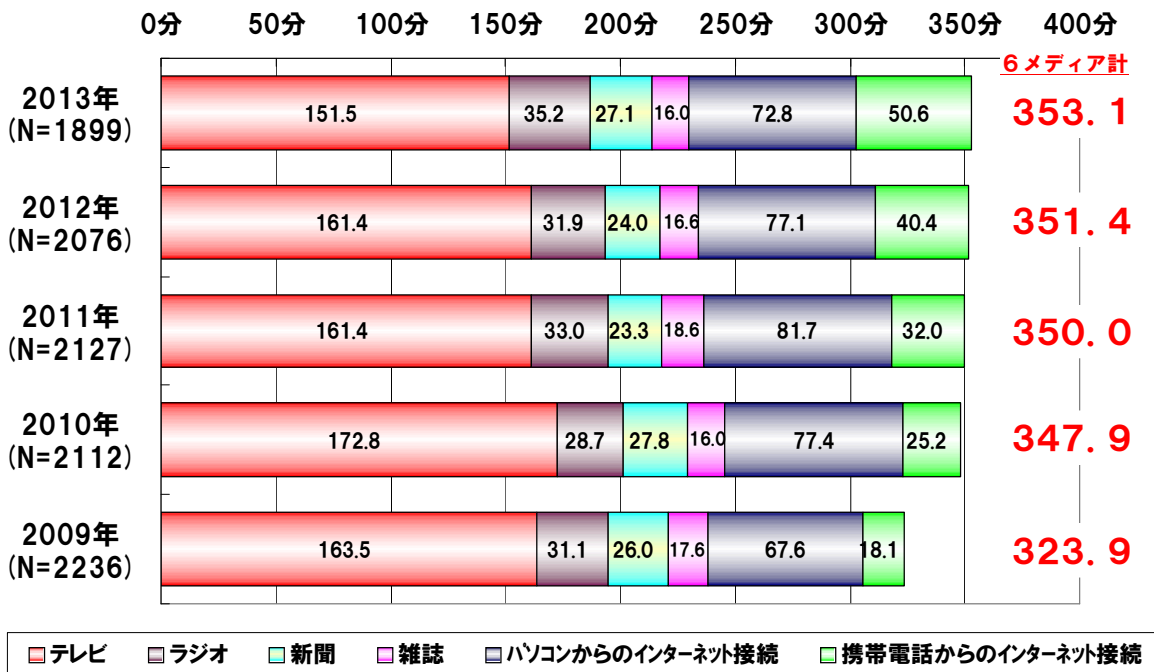
また、携帯電話を操作しながらテレビ番組を見るという回答が48.6%を占めました。スマートフォンは今後も急速に普及してくものと予想され、携帯電話と既存メディアとを組み合わせた情報体験の設計がさらに重要になるものと考えられます。

本調査は、メディアのデジタル化に伴って次々と登場する「ハードウェア」や「サービス」について生活者のメディア接触の実態を把握し、広告メディア市場形成の「兆し」を発見しようという目的のもと、2004年より継続的に実施しています。メディア環境研究所では、今後もメディア環境変化を調査し、次世代広告の兆しを発見することで、コミュニケーションのプランニング力とメディア効果を高めることにチャレンジしていきます。

■主な調査結果

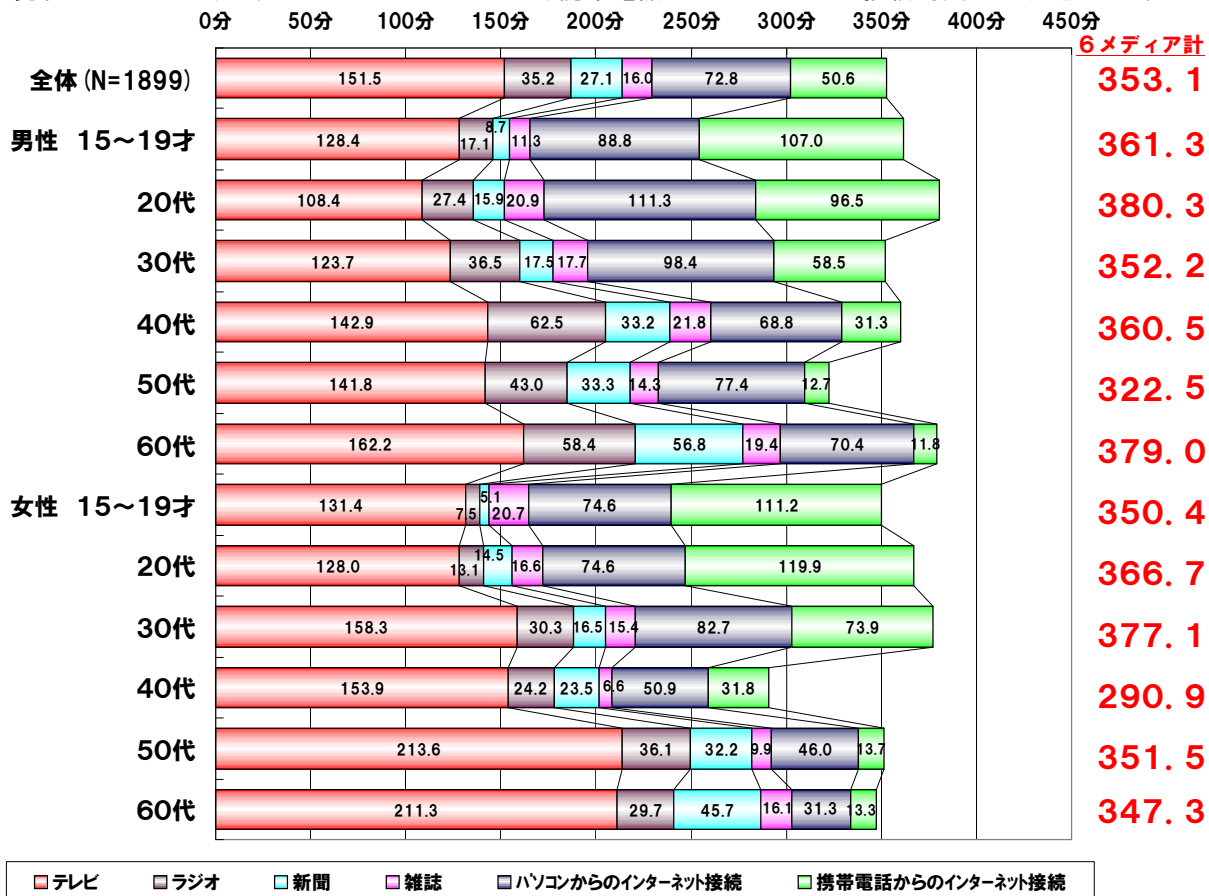
1) マス4媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触時間の推移 週平均（時系列）：東京地区

- ・メディア接触時間は2010年以降、350分前後を推移で変わらず。
- ・携帯電話（スマートフォン含む）からのインターネット接続時間が増加。（12年40.4分→13年50.6分）



2) マス4媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触時間 週平均（性年代別）：東京地区

- ・男性10代・20代、女性10代・20代・30代では、携帯電話からのインターネット接続時間が60分を超える。



(数表)

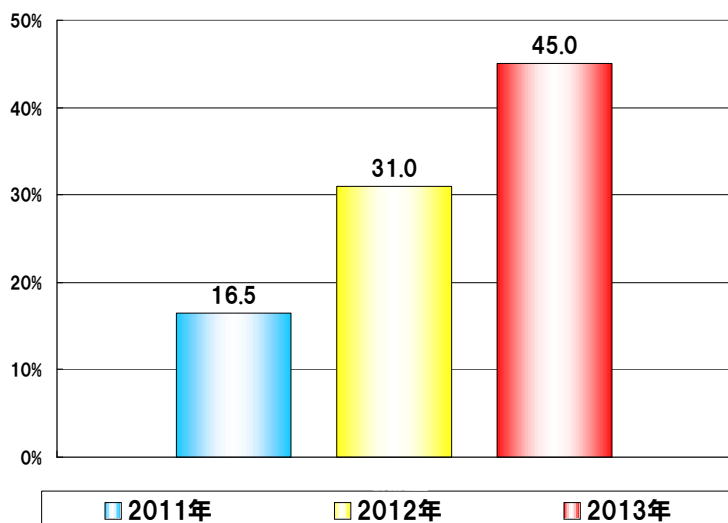
N=		テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	パソコンからのインターネット接続	携帯電話からのインターネット接続	6メディアトータル(分)
全体	1899	151.5	35.2	27.1	16.0	72.8	50.6	353.1
男性15～19才	53	128.4	17.1	8.7	11.3	88.8	107.0	361.3
男性20～29才	166	108.4	27.4	15.9	20.9	111.3	96.5	380.3
男性30～39才	222	123.7	36.5	17.5	17.7	98.4	58.5	352.2
男性40～49才	213	142.9	62.5	33.2	21.8	68.8	31.3	360.5
男性50～59才	152	141.8	43.0	33.3	14.3	77.4	12.7	322.5
男性60～69才	164	162.2	58.4	56.8	19.4	70.4	11.8	379.0
女性15～19才	51	131.4	7.5	5.1	20.7	74.6	111.2	350.4
女性20～29才	158	128.0	13.1	14.5	16.6	74.6	119.9	366.7
女性30～39才	209	158.3	30.3	16.5	15.4	82.7	73.9	377.1
女性40～49才	198	153.9	24.2	23.5	6.6	50.9	31.8	290.9
女性50～59才	144	213.6	36.1	32.2	9.9	46.0	13.7	351.5
女性60～69才	170	211.3	29.7	45.7	16.1	31.3	13.3	347.3

※ 携帯電話(スマートフォン含む)によるインターネット接触時間
女性20代・30代において大幅に接触時間が伸長している。

	2012年	2013年	増加(分)
全体	40.4	50.6	10.2
女性20～29才	67.8	119.9	52.1
女性30～39才	45.3	73.9	28.6

3) スマートフォン所有状況(時系列) : 東京地区

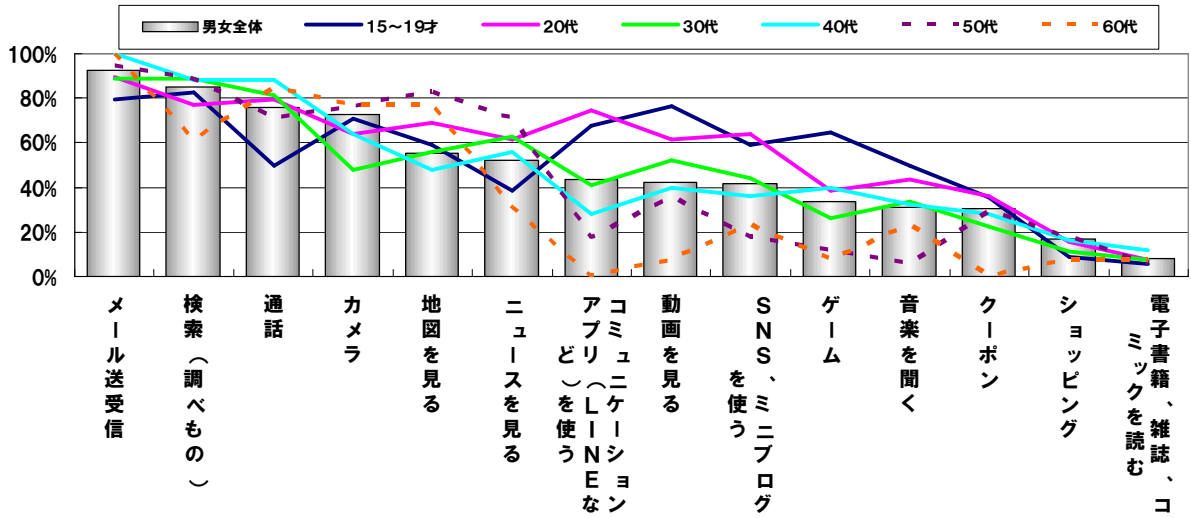
・2012年に31.0%だった保有率は14.0%増加し、45.0%に。



4) スマートフォン利用機能（性年代別）：東京地区

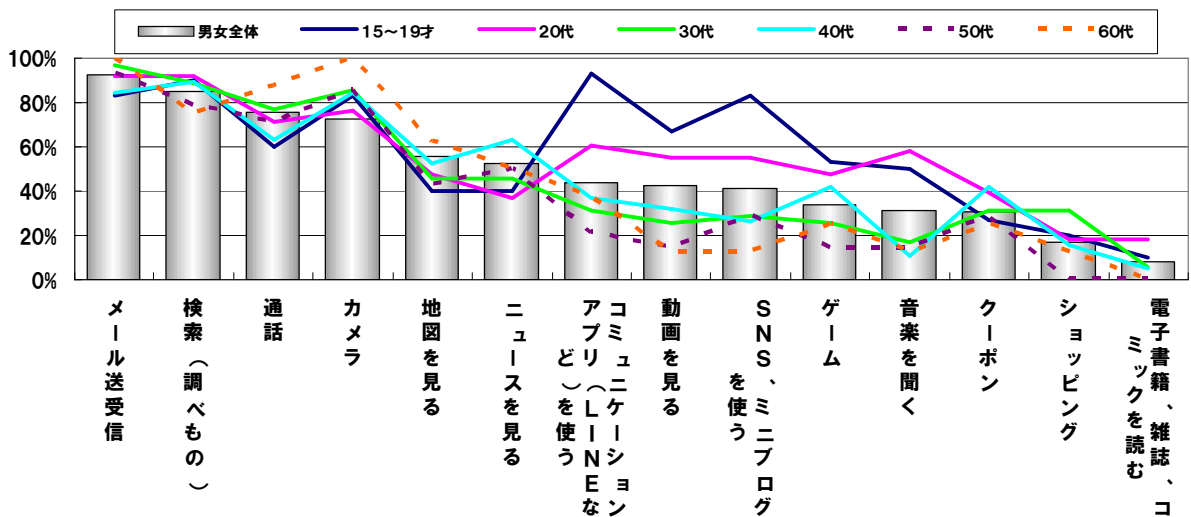
- ・スマートフォンの利用機能では、「メール送受信」、「検索」、「通話」、「カメラ」が中心。
- ・特に10代は「通話」以上に「動画」、「コミュニケーションアプリ」、「SNS」「ゲーム」などの数値が高い。

【男性】



男女全体 (n=855)	メール送受信	検索 (調べもの)	通話	カメラ	地図を見る	ニュースを見る	アプリ (LINEなど) を使う	コミュニケーションアプリを使う	動画を見る	SNS、ミニプログラムを使う	ゲーム	音楽を聞く	クーポン	ショッピング	電子書籍、雑誌、コミックを読む
15~19才 (n=34)	79.4	82.4	50.0	70.6	58.8	38.2	67.6	76.5	58.8	64.7	50.0	35.3	8.8	5.9	
20代 (n=120)	89.7	76.9	79.5	64.1	69.2	61.5	74.4	61.5	64.1	38.5	43.6	35.9	15.4	7.7	
30代 (n=113)	88.9	88.9	81.5	48.1	55.6	63.0	40.7	51.9	44.4	25.9	33.3	22.2	11.1	7.4	
40代 (n=95)	100.0	88.0	88.0	64.0	48.0	56.0	28.0	40.0	36.0	40.0	32.0	28.0	16.0	12.0	
50代 (n=47)	94.1	88.2	70.6	76.5	82.4	70.6	17.6	35.3	17.6	11.8	5.9	29.4	17.6	5.9	
60代 (n=38)	100.0	61.5	84.6	76.9	76.9	30.8	-	7.7	23.1	7.7	23.1	-	7.7	7.7	

【女性】

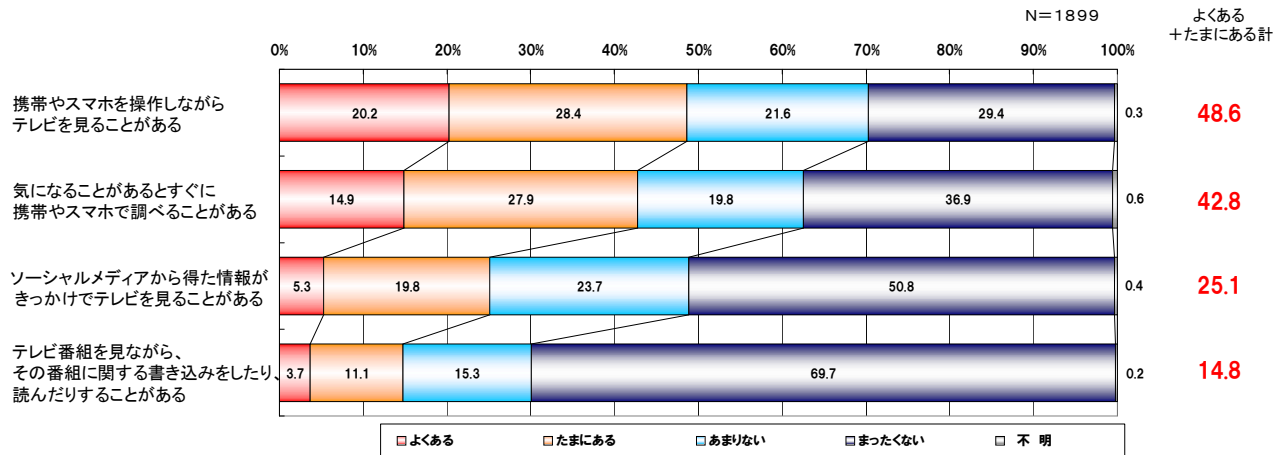


男女全体 (n=855)	メール送受信	検索 (調べもの)	通話	カメラ	地図を見る	ニュースを見る	アプリ (LINEなど) を使う	コミュニケーションアプリを使う	動画を見る	SNS、ミニプログラムを使う	ゲーム	音楽を聞く	クーポン	ショッピング	電子書籍、雑誌、コミックを読む
15~19才 (n=30)	83.3	90.0	60.0	83.3	40.0	40.0	93.3	66.7	83.3	53.3	50.0	26.7	20.0	10.0	
20代 (n=109)	92.1	92.1	71.1	76.3	47.4	36.8	60.5	55.3	55.3	47.4	57.9	39.5	18.4	18.4	
30代 (n=138)	97.1	88.6	77.1	85.7	45.7	45.7	31.4	25.7	28.6	25.7	17.1	31.4	31.4	5.7	
40代 (n=70)	84.2	89.5	63.2	84.2	52.6	63.2	36.8	31.6	26.3	42.1	10.5	42.1	15.8	5.3	
50代 (n=36)	92.9	78.6	71.4	85.7	42.9	50.0	21.4	14.3	28.6	14.3	14.3	28.6	-	-	
60代 (n=26)	100.0	75.0	87.5	100.0	62.5	50.0	37.5	12.5	12.5	25.0	12.5	25.0	12.5	-	

*スマートフォン所有者ベース

5) TV視聴時の態度・行動 : 東京地区

・「携帯やスマホを操作しながらテレビを見ることある」と回答した人が48.6%を占め、半数に迫る。



■調査設計

- ・調査地区: 東京都、大阪府、愛知県、高知県
- ・標本抽出方法: RDD (Random Digit Dialing)
- ・調査方法: 郵送調査法
- ・調査対象者: 15～69歳の男女個人
- ・標本構成: 4地区計 2614サンプル(東京649、大阪650、愛知666、高知649)
2012年度住民基本台帳に基づき性年代でウェイトバックを実施。
- ・調査期間: 2013年2月2日(土)～2月14日(木)
- ・調査実施機関: 株式会社 ビデオリサーチ

■この件に関するお問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報グループ 山崎・西原 03-6441-9347
メディア環境研究所 吉田・中杉 03-6441-9713