

2012年5月24日

Press Release

楽天リサーチ株式会社
楽天株式会社

スマホ購入後の端末利用時間、約4割が「2倍以上に」

- 「スマートフォンの使用実態」に関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20120524/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学、以下「楽天リサーチ」）と楽天株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役会長兼社長：三木谷 浩史、以下「楽天」）は、「スマートフォンの使用実態」（以下「スマホ」）に関するインターネット調査を実施しました。今回の調査は、5月9日から10日にかけての2日間、楽天リサーチ登録モニター（約220万人）の中から、スマホ（Android搭載型のスマホおよび iPhone）を使用している全国の20歳から49歳の男女計1,200人を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

【総評】

昨今、携帯電話におけるスマホの利用が急速に伸びているが、本調査でスマホの利用について聞いたところ、女性の利用者が急増していることが明らかとなった。スマホを保有している男性の50.0%が「1年以上前」にスマホに変えたと答えたのに対して、女性は「1年以内」が65.0%だった。各キャリアがスマホ中心の製品ラインアップを整え、機能やデザインも豊富になっていることもあり、最新機器への変更に抵抗を覚えがちな女性も、この1年でスマホに機種変更する人が増えてきていることが分かった。

スマホで商品を購入している人は、全体の約6割（61.4%）だった。楽天市場では、2008年からスマホ向けのウェブブラウザに最適化させたページを表示させたり、2011年から専用アプリを配信したりするなど、スマホ経由でのショッピングの促進に努めている。また、2012年4月からは、楽天市場に出店している各店舗が独自にスマホページを編集できる機能を提供したこともあり、スマホ経由での取扱高は急伸しているが、そうした実績を裏付ける結果となった。

また、スマホに変更したことで携帯端末の利用時間が「増えた」と回答したのは全体の7割以上だった。こうした傾向は、各種インターネットサービスを提供する楽天にとって追い風と言える。

【主なトピックス】

■ 男性の半分は1年以上前に、女性の6割以上は1年以内にスマホを購入

従来型の携帯電話からスマホに変更した時期についてたずねたところ、最も多かった回答が「1年以上前」で42.5%だった。次いで「1年以内」が57.5%という結果だった。

新しい電子機器に素早く反応する男性は早くからスマホを活用しており、特に20代と30代の男性は、「1年以上前」が過半数だった（それぞれ51.0%、50.5%）。一方、一般的に新しい電子機器への変更に抵抗を覚える女性も、この1年以内に6割以上（65.0%）がスマホへの買い替えを行っている。

■ 約6割がスマートフォン経由で商品を購入

楽天市場では携帯端末経由の売上げが近年伸びており、特にスマホからの売上げがこの1年で急伸している。今回の調査でも、スマートフォンを使って商品を購入している人は、全体の約6割（61.4%）だった。購入している商品は、「書籍/CD/DVD」（36.0%）、「ファッションアイテム」（27.8%）、「日用品雑貨」（19.8%）などで、従来の携帯電話に比べて大きな画像が閲覧できたり、操作性が高いこともあり、さまざまなジャンルの商品が購入されていることがわかる。

■ 利用時間が7割以上増加。従来型の携帯よりもスマホのほうが利用時間が長い

スマホ購入後にどれくらい携帯電話を利用しているのかを聞いたところ、従来型の携帯電話よりスマホの利用時間のほうが多く、「利用時間が以前の2倍以上に増えた」（40.8%）と「利用時間が以前より少し増えた」（30.8%）という回答を合わせると7割以上（71.6%）となった。利用シーンを聞いても、在宅中や移動中などさまざまな場面で利用しており、スマホとの接触時間の拡大の様子がみてとれる。

■ スマホ購入後のPC利用時間、「変わらない」が6割以上

スマホが普及し閲覧時間が伸びても、PCの利用時間は「変わらない」が6割以上（63.3%）で突出して多かった。スマホとPCの両方を活用しているユーザーが多数いるようだ。

スマホやタブレットPCなどの電子機器が改良され、高機能でデザイン面も優れたデバイスが販売になると予測されるなかで、ユーザーは利用シーンに適したデバイスを活用し、情報をネットで取得するようになる。今後も、ますますネットサービスの成長が見込まれると言える。

■ □ 調査結果 □ ■

■ 男性の半分は1年以上前に、女性の6割以上は1年以内にスマホを購入

従来型の携帯電話からスマホに変更した時期についてたずねたところ、最も多かった回答が

「1年以上前」で42.5%、次いで「1年以内」が57.5%という結果だった。

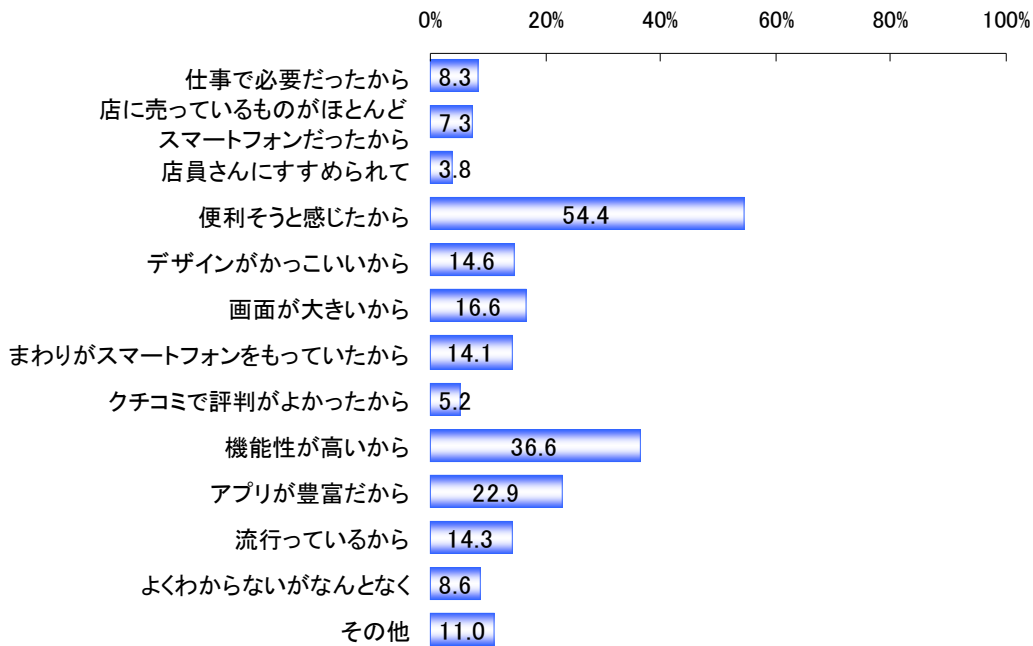
性・年代別で見ると、新しい電子機器に素早く反応するのは20代と30代の男性で「1年以上前」という回答が過半数となった。一方、一般的に新しい電子機器への変更に抵抗を感じる女性も、この1年以内に6割以上（65.0%）がスマホへの買い替えを行なっている。

スマホに変更した理由（複数回答）のトップ3は、「便利そうと感じたから」（54.4%）、「機能性が高いから」（36.6%）、「アプリが豊富だから」（22.9%）だった。

◇従来型の携帯電話からスマホに変更した時期（n=1,200） 単位：%

		n	1年以上前	1年以内
全体		1200 100.0	510 42.5	690 57.5
性別	男性	600 100.0	300 50.0	300 50.0
	女性	600 100.0	210 35.0	390 65.0
年代	20代	400 100.0	182 45.5	218 54.5
	30代	400 100.0	170 42.5	230 57.5
	40代	400 100.0	158 39.5	242 60.5
性年代	男性 20代	200 100.0	102 51.0	98 49.0
	男性 30代	200 100.0	101 50.5	99 49.5
	男性 40代	200 100.0	97 48.5	103 51.5
	女性 20代	200 100.0	80 40.0	120 60.0
	女性 30代	200 100.0	69 34.5	131 65.5
	女性 40代	200 100.0	61 30.5	139 69.5

◇スマホに変更した理由 (n=1,200) 複数回答 単位：%



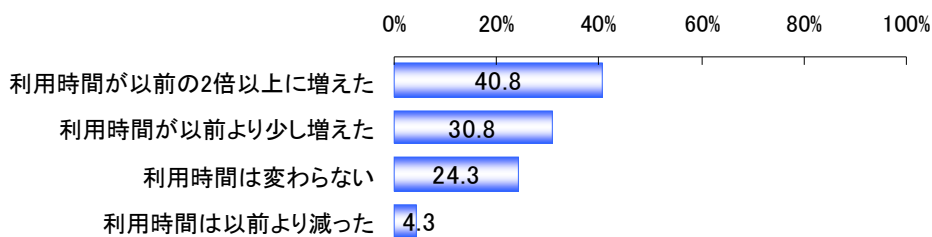
■ 利用時間が7割以上増加。従来型の携帯よりもスマホの利用時間が長い

スマホ購入後、端末の利用時間はどのくらい変化したのだろうか。従来の携帯電話を利用していたときと比べて「利用時間が以前の2倍以上に増えた」と答えた人は40.8%、「利用時間が以前より少し増えた」という回答(30.8%)と合計すると、7割以上(71.6%)がスマホの利用時間が長いと回答している。

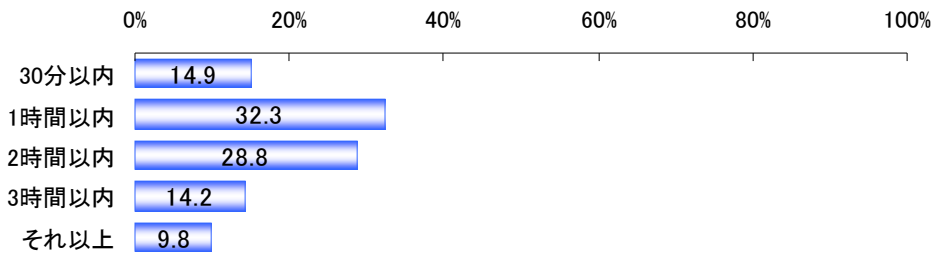
1日のスマホの利用時間は、「1時間以内」(32.3%)と「2時間以内」(28.8%)が上位で、3時間を超えるという回答も1割近く(9.8%)あった。

スマホを利用している時間帯(複数選択)は、7割以上(71.2%)が「家にいるとき」と回答した。次いで「お昼休みなど休憩時」(61.8%)、「出掛け先で」(56.6%)、「通勤、通学などの移動の途中」(50.5%)と続いている。

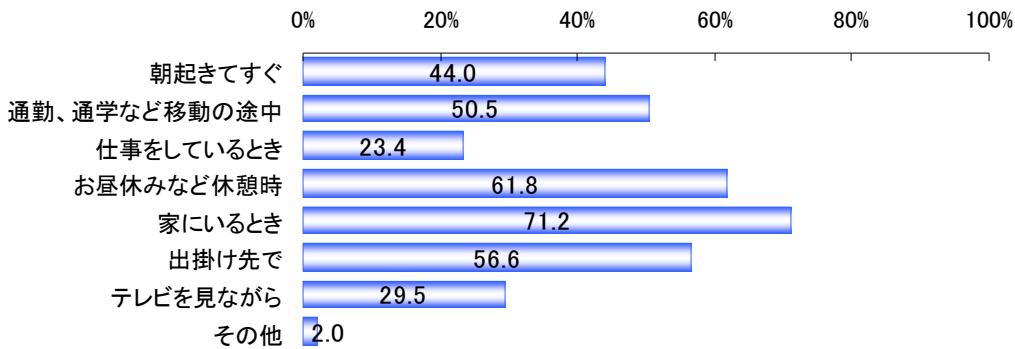
◇スマホの購入後の端末利用時間の変化 (n=1,200) 単位：%



◇1日のスマホの利用時間 (n=1,200) 単位：%



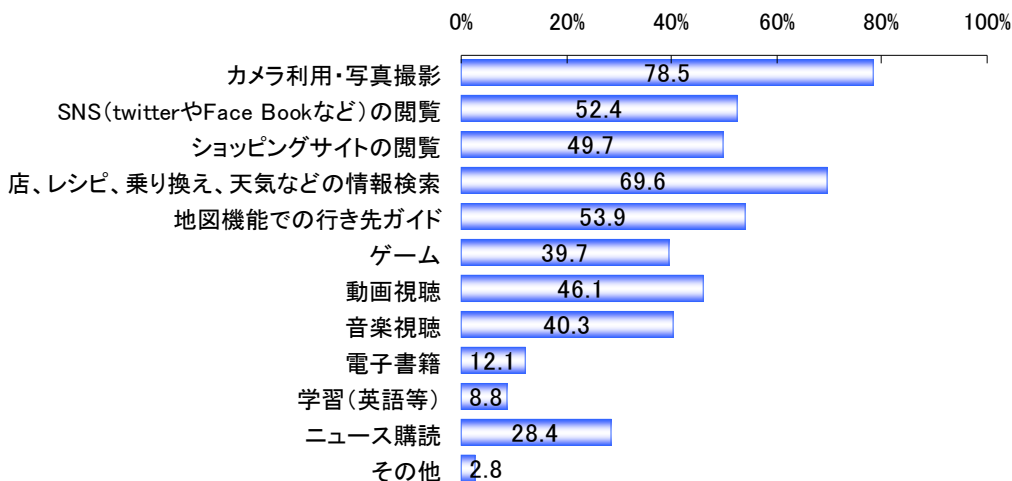
◇スマホを利用する時間帯 (n=1,200) 複数選択 単位：%



■ 通話とメール以外によく使う機能として「ショッピングサイトの利用」も

通話とメール以外によく使う機能を聞いたところ、特に多かったのは、「カメラ利用・写真撮影」(78.5%)、続いて「店、レシピ、乗り換え、天気などの情報検索」(69.6%)、「地図機能での行き先ガイド」(53.9%)、「SNS(twitterやFace Bookなどの閲覧)」(52.4%)、「ショッピングサイトの閲覧」(49.7%)といった回答が多かった。

◇通話、メール以外に活用している機能 (n=1,200) 複数選択 単位：%

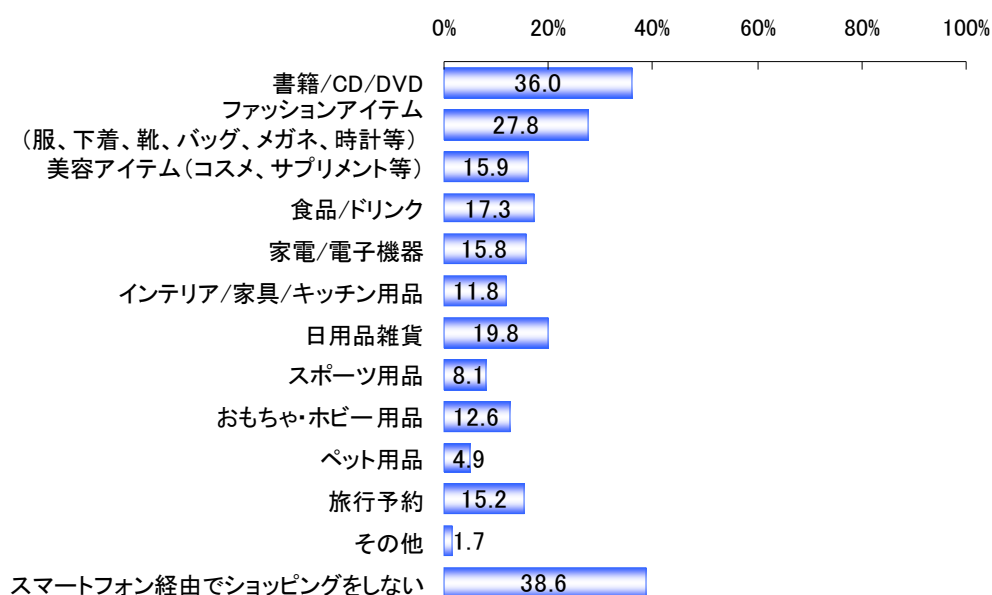


■ 約6割がスマホ経由で商品を購入。アイテムトップは「書籍/CD/DVD」

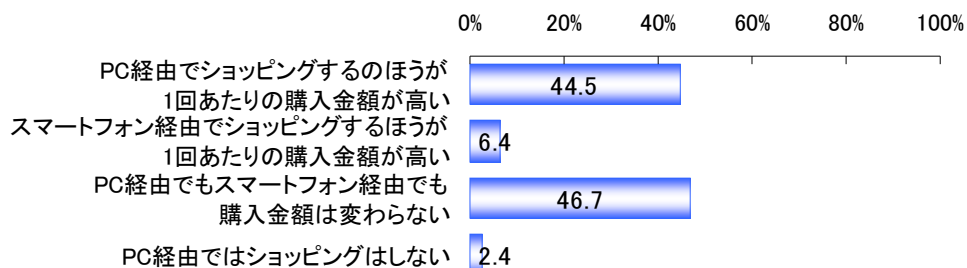
スマホを使って商品を購入している人は、全体の約6割（61.4%）だった。購入している商品（複数選択）は、「書籍/CD/DVD」（36.0%）、「ファッションアイテム」（27.8%）、「日用品雑貨」（19.8%）などとなった。

PCとスマホでのネットショッピングは、どちらがより購入金額が多いのだろうか。スマホで商品を購入している人にたずねたところ、「PC経由でもスマートフォン経由でも購入金額は変わらない」が46.7%でトップとなり、2.2ポイントの僅差で「PC経由でショッピングするほうが1回あたりの購入金額が高い」（44.5%）が続いた。

◇スマホから購入している商品（n=1,200）複数選択 単位：%



◇ネットショッピングで使う金額（PCとの比較）（n=737） 単位：%



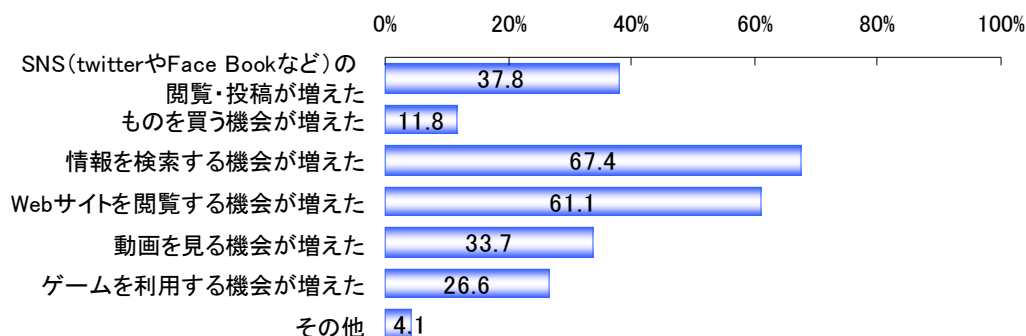
■ スマホ購入後は、情報検索とWebサイト閲覧の機会が増加

従来型の携帯電話からスマホに換えて変わったことを聞いた。6割を超えたのが「情報を検索する機会が増えた」（67.4%）、「Webサイトを閲覧する機会が増えた」（61.1%）で、スマホが従来の携帯電話と比べて、より“PC的”な使い方をされていることがわかる。ほかに、「SNS

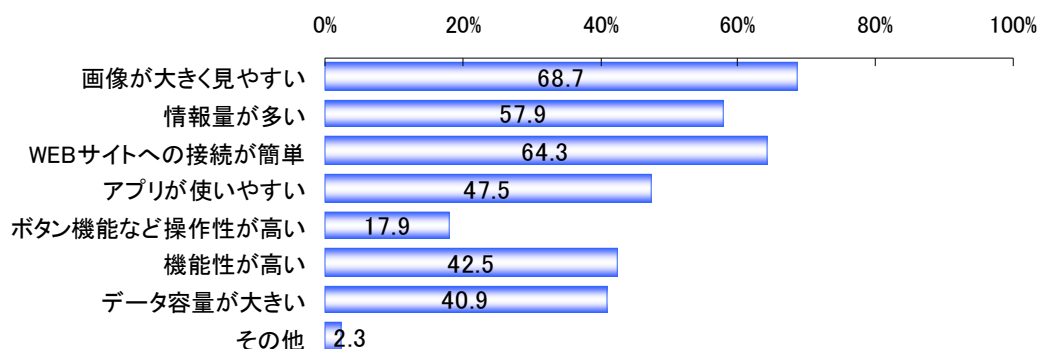
(twitterやfacebookなど)の閲覧・投稿が増えた」(37.8%)、「動画を見る機会が増えた」(33.7%)などの回答が比較的多かった。

さらに、従来型の携帯電話に比べてスマホが便利な点を複数選択で聞いたところ、「画像が大きく見やすい」(68.7%)、「Webサイトへの接続が簡単」(64.3%)、「情報量が多い」(57.9%)がトップ3の回答となった。

◇従来型の携帯電話からスマホに換えて変わったこと (n=1,200) 複数選択 単位：%



◇従来型の携帯電話に比べてスマホが便利な点 (n=1,200) 複数選択 単位：%

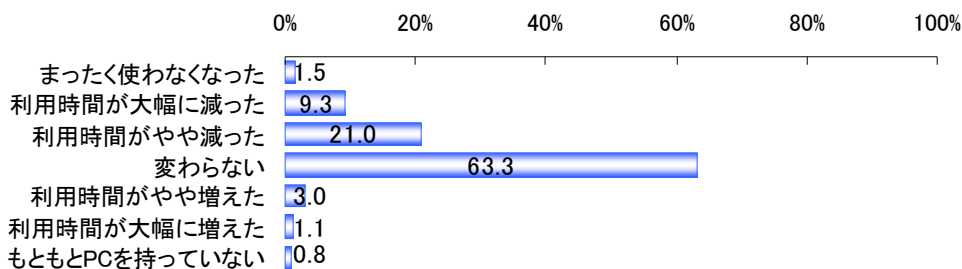


■ スマホ購入後のPC利用時間、「変わらない」が6割超

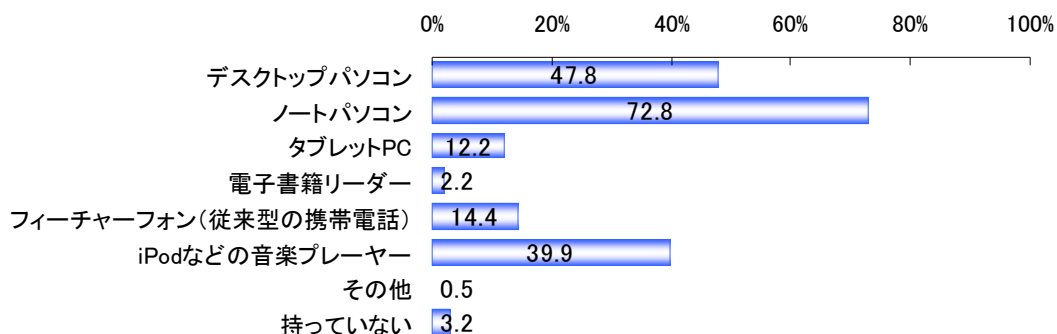
スマホが“PC的”に使われているとすると、スマホ購入後はPCの利用時間が減るのだろうか。スマホ購入後のPC利用時間の変化について全員にたずねたところ、結果は、「変わらない」が突出して多く、63.3%となった。「利用時間がやや減った」(21.0%)、「利用時間が大幅に減った」(9.3%)がそれに続いている。「まったく使わなくなった」を含め、PC利用時間が「減った」とする回答は約3割(31.8%)にとどまり、スマホとPCの両方を活用しているユーザーが多数であることがわかる。

最後に、スマホ以外に保有している電子機器を複数選択で全員に聞いた。1位は「ノートPC」で72.8%、次いで「デスクトップPC」(47.8%)、「iPodなどの音楽プレーヤー」(39.9%)となった。スマホと使用感が近い「タブレットPC」は、12.2%にとどまっている。

◇スマホ購入後のPC利用時間の変化 (n=1,200) 単位：%



◇スマホ以外に保有している電子機器 (n=1,200) 複数選択 単位：%



◆◆◆関連サイト◆◆◆

■楽天市場 <http://www.rakuten.co.jp/>

日本最大のインターネットショッピングモール。出店店舗数は約3万8,000店で、グルメ、家電、ファッションアイテムなどあらゆるカテゴリーの商品が登録され、その数は9000万点を超える。

2011年12月初旬には、開設以来14年7ヵ月で年間の流通総額が初めて1兆円を突破した。

2008年からスマホのブラウザーに最適化したページの表示を行っており、2011年からはスマホアプリを提供している。また2012年4月からは、出店店舗がスマホページを独自に編集できるツールを提供したこともあり、現在、スマホ経由の取扱高が急伸している。

【調査概要】

調査エリア : 全国
 調査対象者 : 20歳から49歳男女
 回収サンプル数 : 1,200サンプル (性年代均等割付 各セル200サンプル)
 調査期間 : 2012年5月9日から5月10日
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

【お問い合わせ先】

楽天株式会社 広報部 (担当:塩崎、高田)
 TEL:050-5817-1104 Email:pr@mail.rakuten.com