

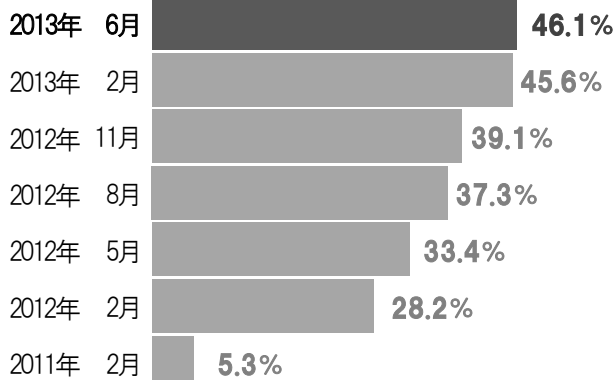
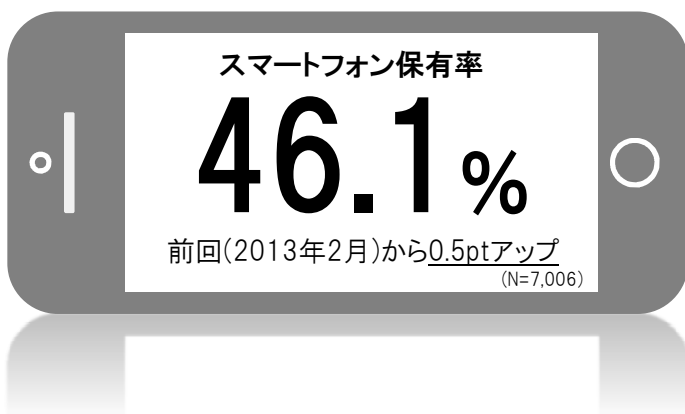


## 「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第6回分析結果報告

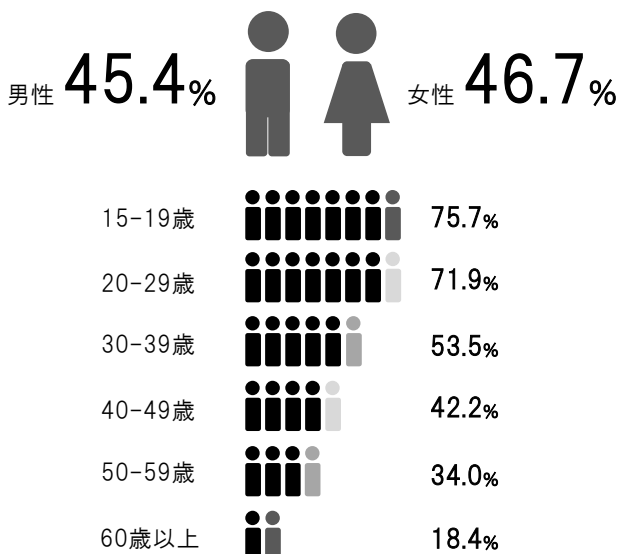
株式会社博報堂DYホールディングスのグループ横断型組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター」(\*1)は、日本のスマートフォンの普及状況を浮き彫りにするため、「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」(\*2)を実施しております。この度、2013年6月に行った第6回調査の結果をご報告致します。

スマートフォン保有率は前回(第5回調査、2013年2月実施)と比較して+0.5ptとなる46.1%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。

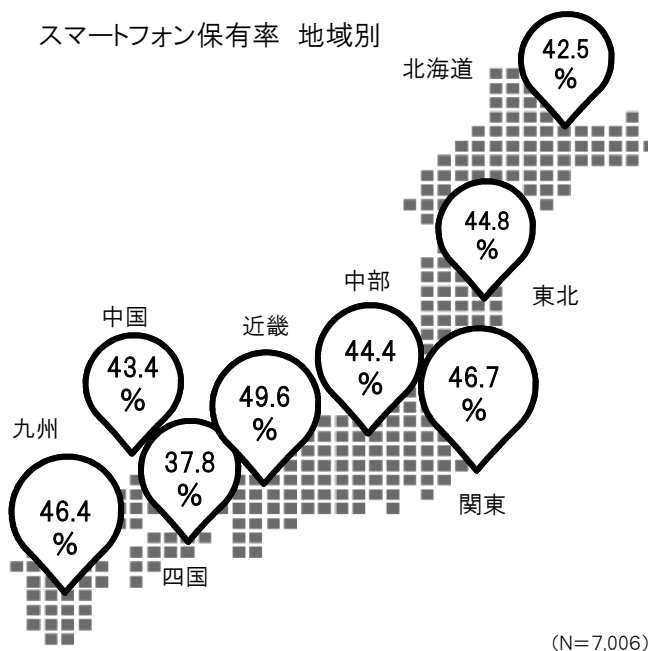
博報堂DYグループでは、今後もスマートフォンの普及状況と、マーケティング・コミュニケーションにおけるスマートフォンの可能性に注目し、大サンプルかつ高頻度のスマートフォンユーザー調査を続けてまいります。



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SNS利用」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6回特別分析レポート スマートフォンユーザーのSNS利用

## スマートフォンユーザーの「スマホでのSNS利用経験」は7割超

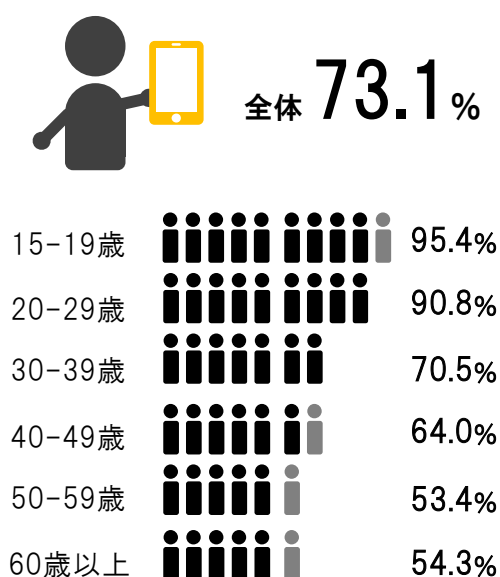
- 「1日1回以上」スマートフォンでSNSを利用する人は全体で4割超、10代で8割超。
- 「スマートフォンのみで」SNSを利用する人は、10代で4割。

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」は、この度2013年6月に行った「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第6回の結果を元に、「スマートフォンユーザーのSNS利用」に関する特別分析レポートを発表致します。

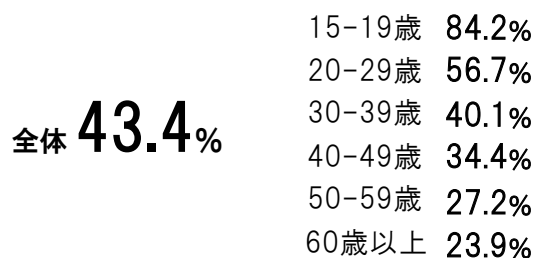
スマートフォンユーザーを対象にSNSの利用実態を調査したところ、スマートフォンでのSNS利用経験率は73.1%であることが分かりました。利用頻度を見ると、「1日に1回以上」スマートフォンでSNSを利用する人は、全体43.4%にのぼり、10代が84.2%、20代が56.7%と若年層で特に高い傾向にあります。また、SNSのPC・スマートフォン別の利用経路を見ると、「スマートフォンのみでSNSを利用」する人は全体の20.1%で、10代で40.1%、20代で33.9%と頻度同様、若年層で高い傾向にあることが明らかになりました。

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。

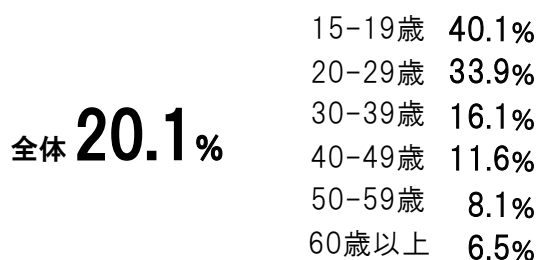
### スマートフォンでのSNS利用経験率



### 「1日1回以上スマートフォンでSNSを利用」



### 「SNSはスマートフォンのみで利用」



※いずれもスマートフォンユーザー全体回答(N=1,000)

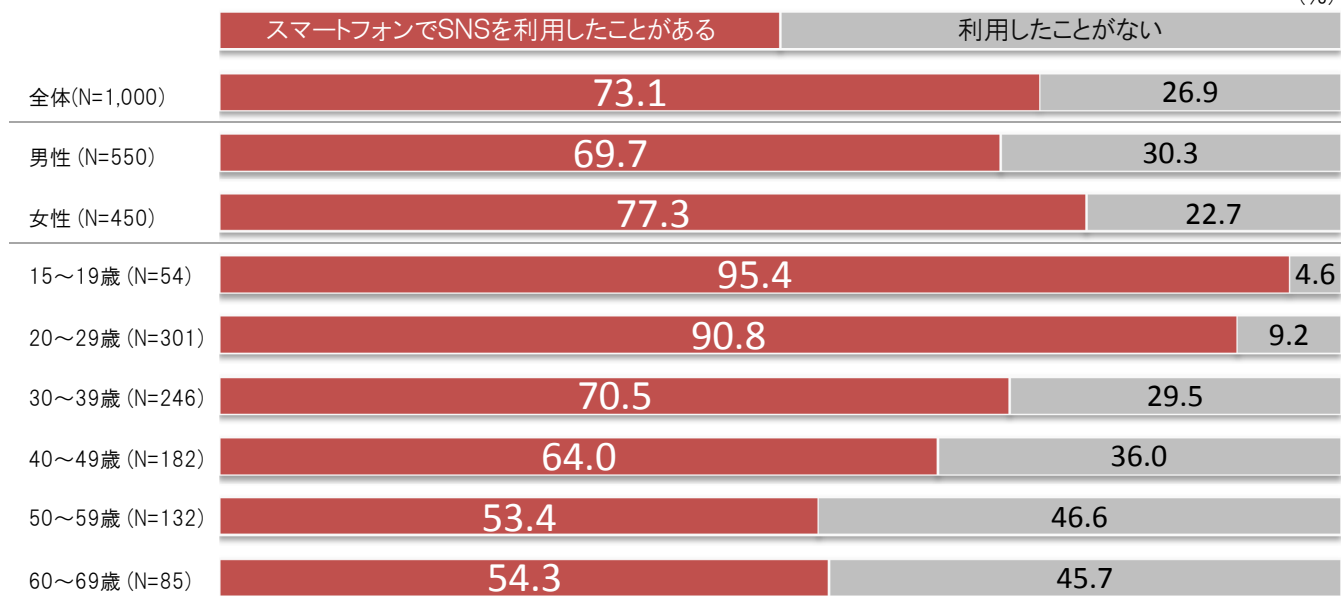
<調査結果の詳細>

- スマートフォンでSNSを利用したことがある人は全体の73%。
- 特に10代、20代で高く、9割を超える。

スマートフォンでのSNS利用経験

(N=1,000)

(%)

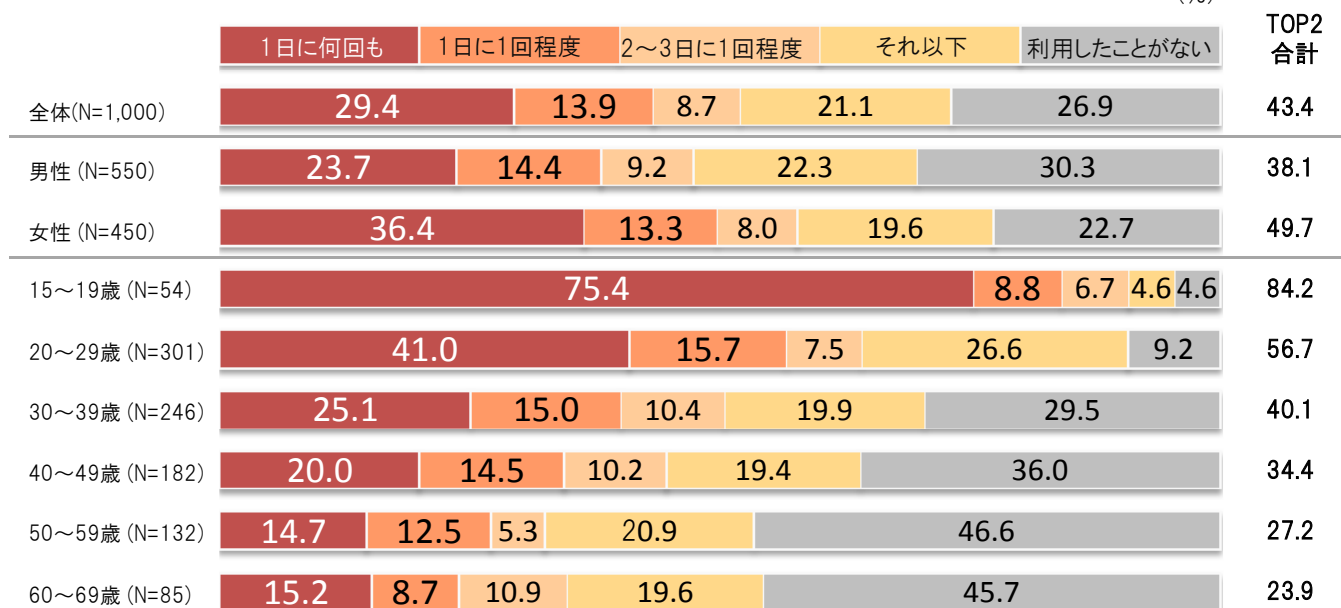


- スマートフォンでSNSを1日1回以上利用する人は全体の43%。
- 特に10代、20代で高い。

スマートフォンでのSNS利用頻度

(N=1,000)

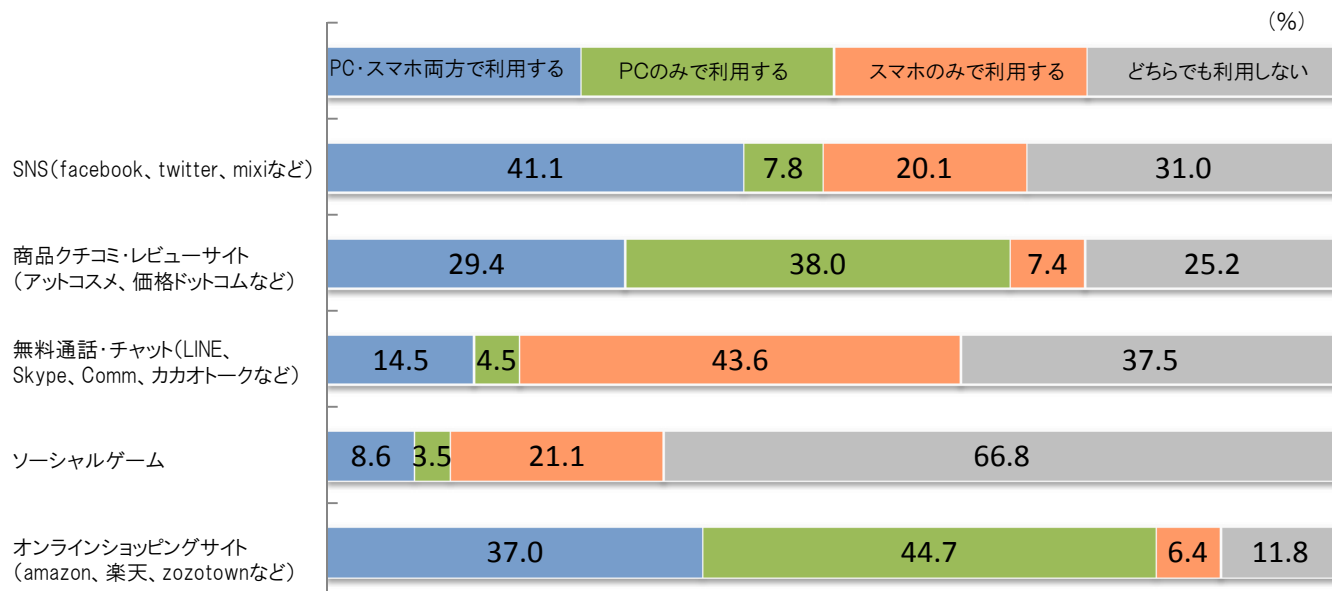
(%)



- SNSをパソコン・スマートフォン両方で利用する人は41%、スマートフォンのみで利用する人は20%。
- LINEやSkypeなどの無料通話・チャットは、スマートフォンのみで利用が最も多く44%。

### インターネットサービスの利用デバイス

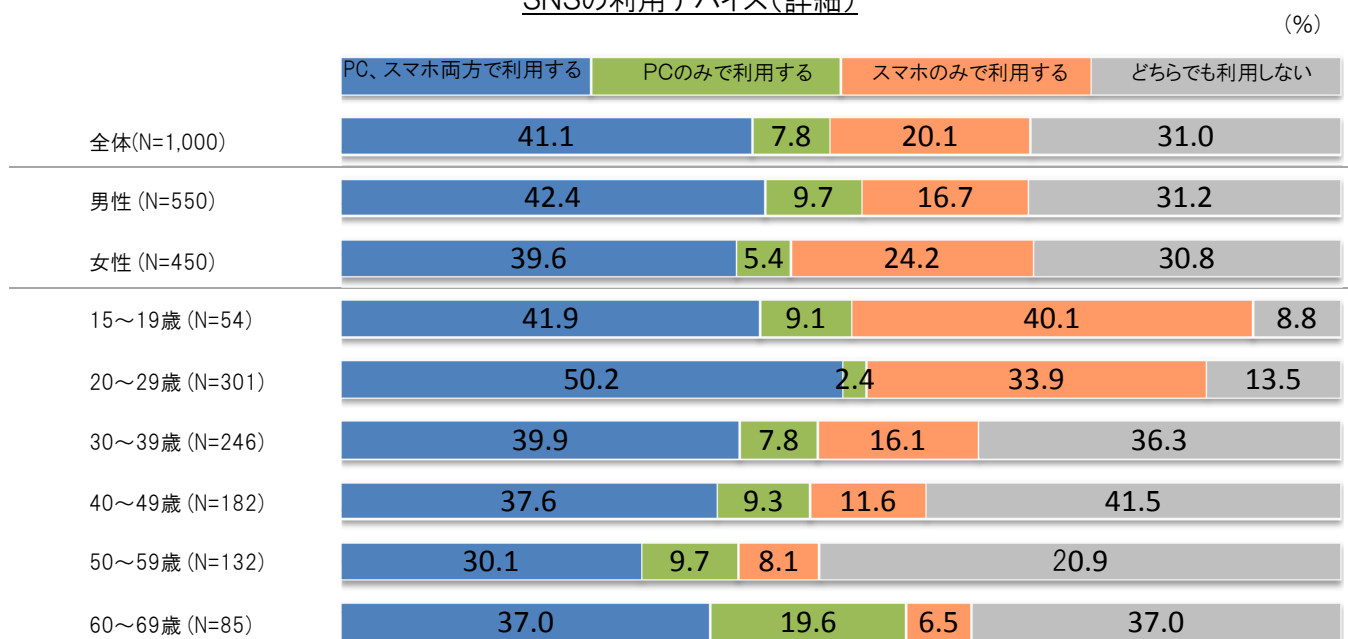
(N=1,000)



- PC・スマートフォン両方でSNS利用する割合は、20代で最も高く、50%。
- スマートフォンのみでSNSを利用する割合は、10～20代で高く、10代で40%。

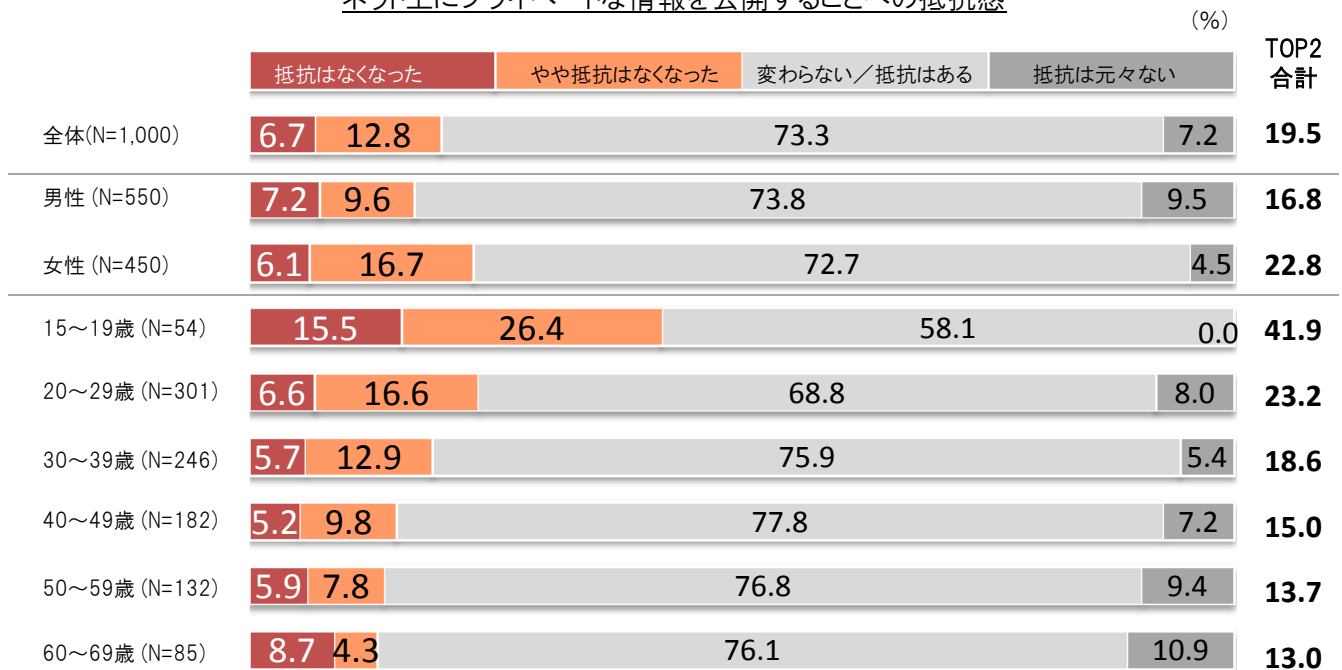
### SNSの利用デバイス(詳細)

(N=1,000)



- スマートフォンを利用するようになって、プライベートな情報の公開に「抵抗がなくなった」人は約20%。
- 「変わらない／抵抗がある」とする人が最も多く、73%。
- 年代が低いほど、「抵抗がなくなった」と回答する人が多い。

### ネット上にプライベートな情報を公開することへの抵抗感



※ここでのプライベートな情報とは、ソーシャルメディアを含ネット上に、顔写真や今いる場所などの情報を公開することとして定義

## \*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。



Smart Device  
Business Center

## \*2 調査の概要

調査時期：2013年6月1-3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7,006名)

調査方法：インターネットアンケート調査

## <過去の「全国スマートフォンユーザー1000人調査」レポート一覧>

- ・第1回分析結果報告 2012年5月24日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews120524.pdf>
- ・第2回分析結果報告 2012年9月10日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews120910.pdf>
- ・第3回分析結果報告 2012年10月29日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews121029.pdf>
- ・第4回分析結果報告 2013年2月12日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews130212.pdf>
- ・第5回分析結果報告 2013年5月14日発表  
<http://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2013/05/20130514.pdf>

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)