

「パソコン・スマートフォンなどの情報機器」 についての調査

2015年2月調査結果



日本リサーチセンター

Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1

TEL:03-6667-3400 (代) FAX:03-6667-3470

<http://www.nrc.co.jp/>

全国15～79才男女を対象に、「パソコン・スマートフォンなどの情報機器」について、①**現在、利用している機器**と、②**インターネットで行っていること**を調査した。調査手法は**訪問留置調査**であり、インターネットの非利用者も対象者に含まれている。調査は2015年2月に実施し、分析では2014年2月調査と比較することで、この1年間の時系列変化に注目した。

① 現在、利用している機器

- 「デスクトップ型のパソコン」「通常のノートパソコン」の利用率が、昨年より5ポイント（p）以上減少。
- 「スマートフォン」が5p増加し、「通常の携帯電話」が昨年より7p減少。
- 「コンパクトデジタルカメラ」「固定電話」が昨年より5p以上減少。
- 30代と40代では、スマートフォンが昨年より10p以上増加し、一方、パソコンは10p以上減少している。

⇒**2014年から2015年で、パソコンなど多くの機器で利用が減少したが、スマートフォンのみ増加。**

特に、30代40代でパソコンとスマートフォンの変化が大きい。

② インターネットで行っていること

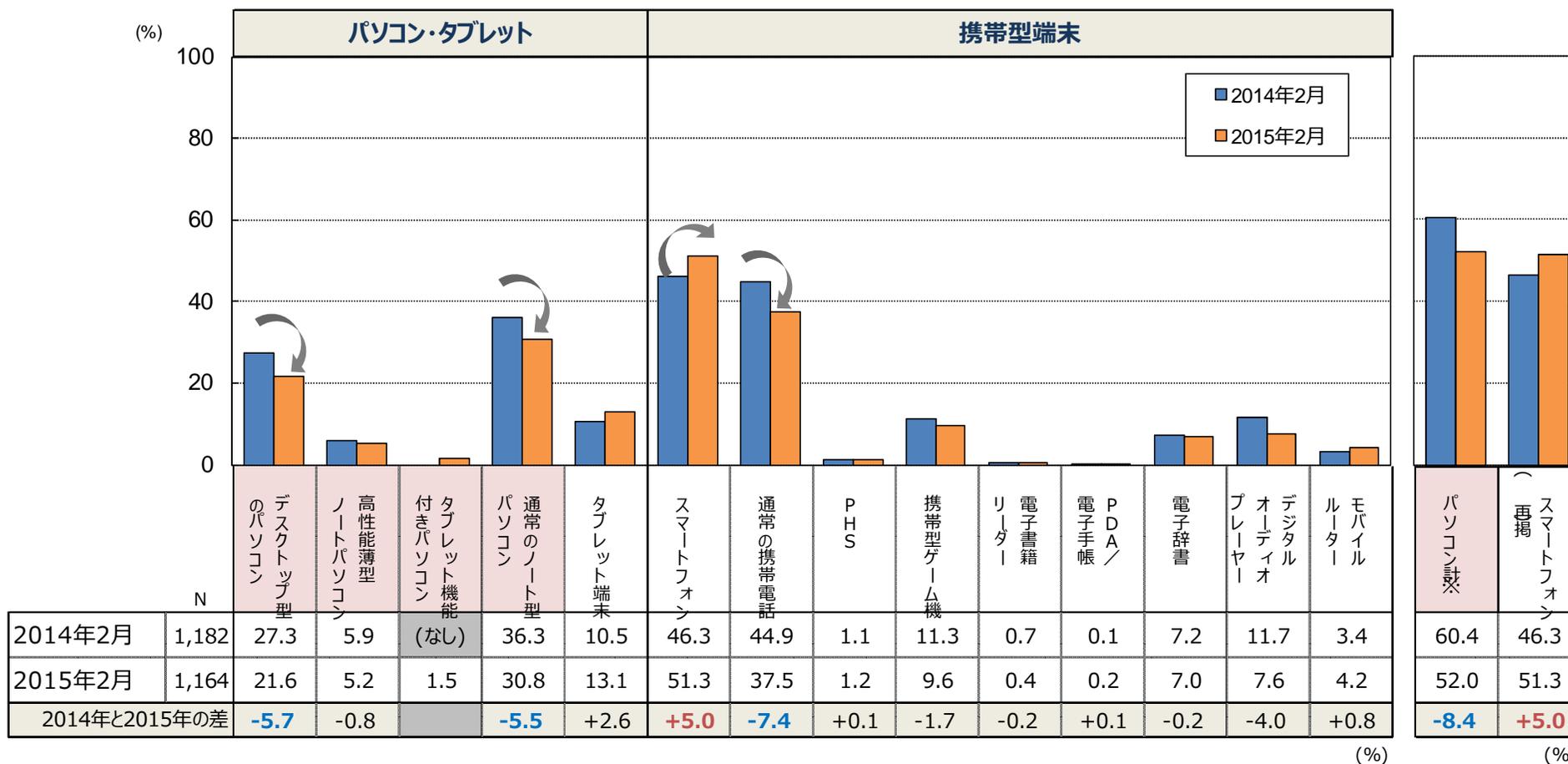
- スマートフォンでは、「SNS」の利用率が20p増加。また、「写真ストレージサービス等」「比較サイトで商品比較や口コミ調べる」も8～9p増加した一方、5p以上減少した項目はなかった。
- パソコンでは、5p以上増加した項目はなく、「メール」「個人のホームページ・ブログの閲覧」「路線検索」「ネットショッピング」は5p以上減少した。

⇒**パソコンは機器の利用率が減少しただけではなく、インターネットでの利用項目も減少傾向にある。**

一方、スマートフォンのインターネット利用項目は増加傾向。

- ◆ **パソコン・タブレット**では、「デスクトップ型のパソコン」「通常のノート型パソコン」の利用率は昨年より5p以上減少した。また「タブレット端末」は3p増加。
- ◆ **携帯型端末**では、「スマートフォン」が5p増加し、50%を超えた。一方、「通常の携帯電話」は昨年より7p減少。昨年までは「スマートフォン」と「通常の携帯電話」は拮抗していたが、今年は「スマートフォン」が14p上回る結果となった。
- ◆ 「パソコン計」※と「スマートフォン」を比べてみると、昨年は「パソコン計」60%>「スマートフォン」46%だったが、今年は「パソコン計」が減少し、「スマートフォン」が増加したため「スマートフォン」が「パソコン計」にほぼ並んだ。

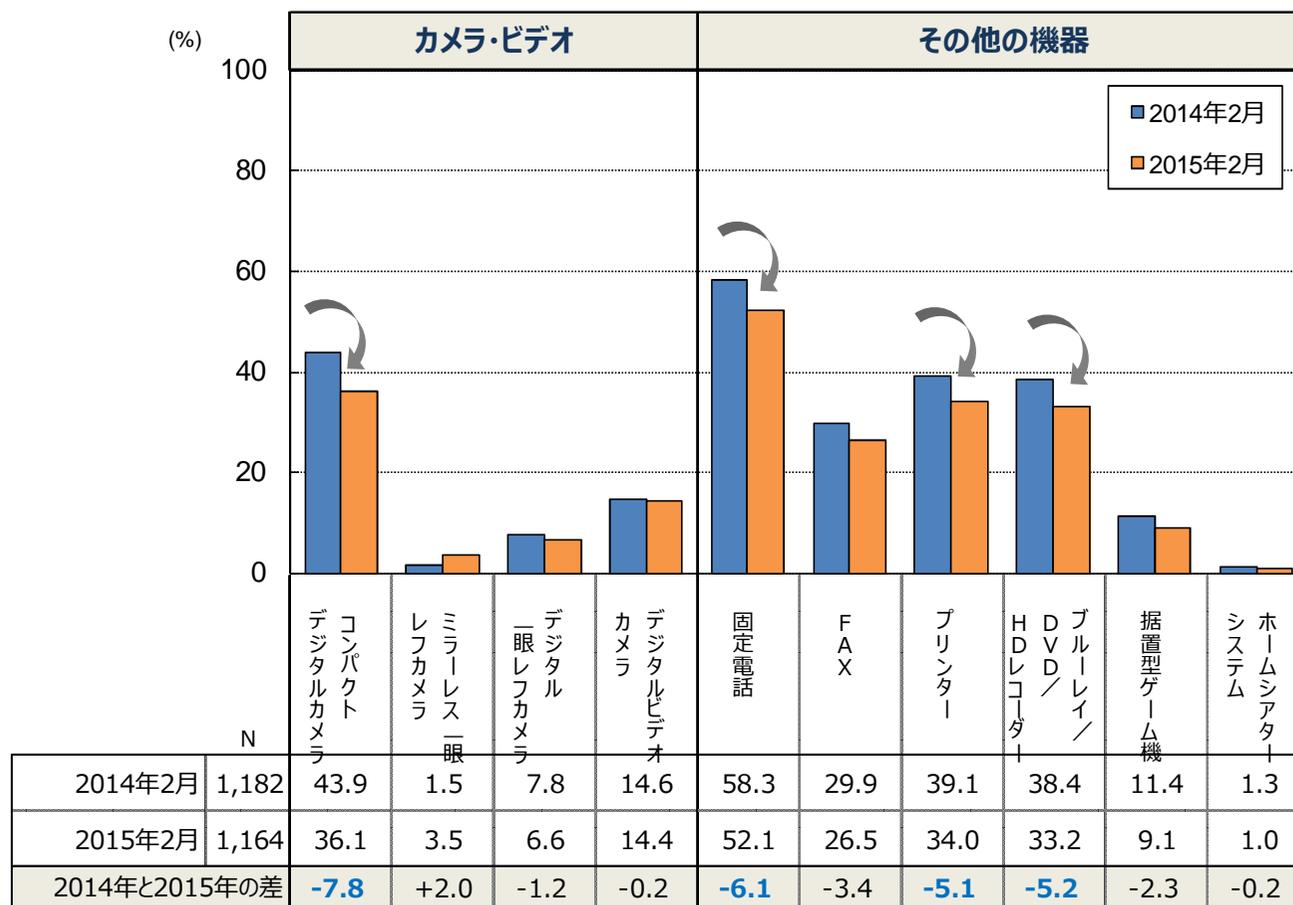
現在、利用している機器（無回答者除く：複数回答）



※「デスクトップ型のパソコン」「高性能薄型ノートパソコン」「タブレット機能付きパソコン」「通常のノート型のパソコン」のいずれかを利用している割合。2014年2月は「ネットブック」を含み、「タブレット機能付きパソコン」は含まず

- ◆カメラ・ビデオでは、「コンパクトデジタルカメラ」が昨年より8pの減少。他の「カメラ・ビデオ」は大きな変化はなし。
- ◆その他の機器では、「固定電話」「プリンター」「ブルーレイ/DVD/H Dレコーダー」が、昨年より5p以上少なくなった。

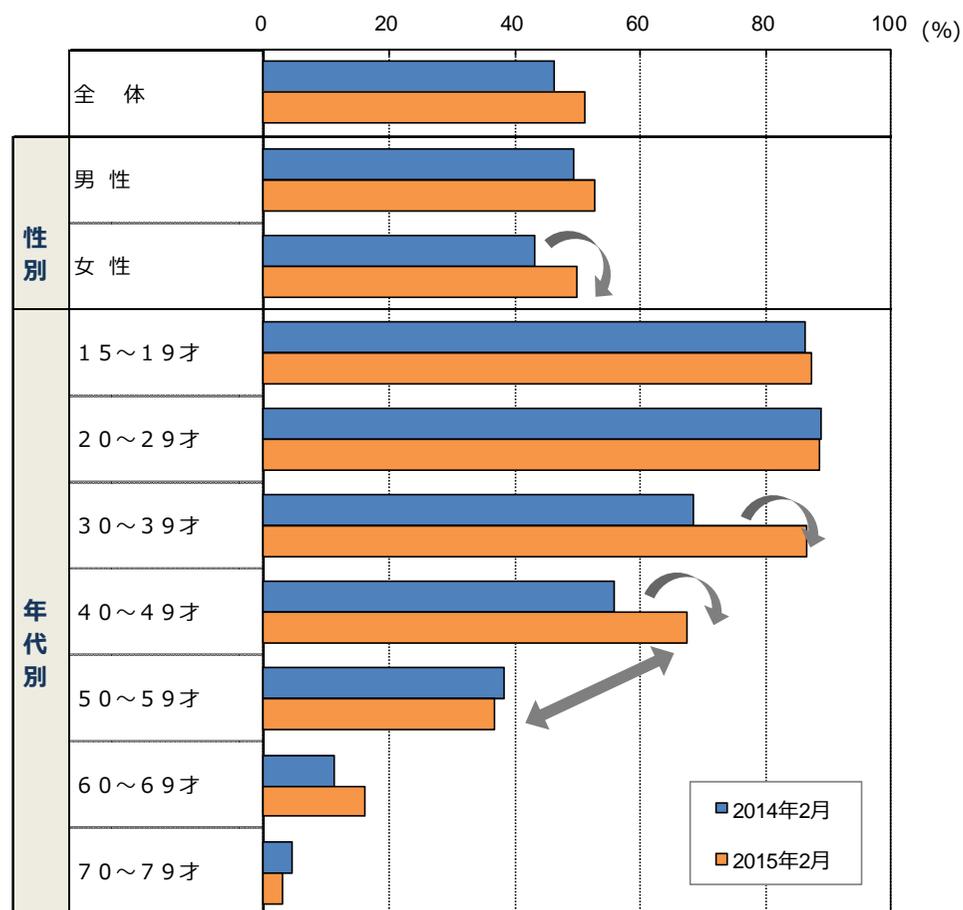
現在、利用している機器（無回答者除く:複数回答）



(%)

- ◆ 機器の中で、「スマートフォン」の利用率に注目し、性別・年代別でみる。
- ◆ 性別で見ると、2015年は男性53%に対し、女性は50%とほぼ同じ。女性の方が昨年からの増加が大きい。
- ◆ 年代別で見ると、10代・20代は昨年からの変化がないが、30代・40代では10p以上多くなっている。
- ◆ 2015年は40代は67%に対し、50代は37%で利用率は30pも差があり、ここが年代の境目になっている。

現在、利用している機器『スマートフォン』（無回答者除く:複数回答）

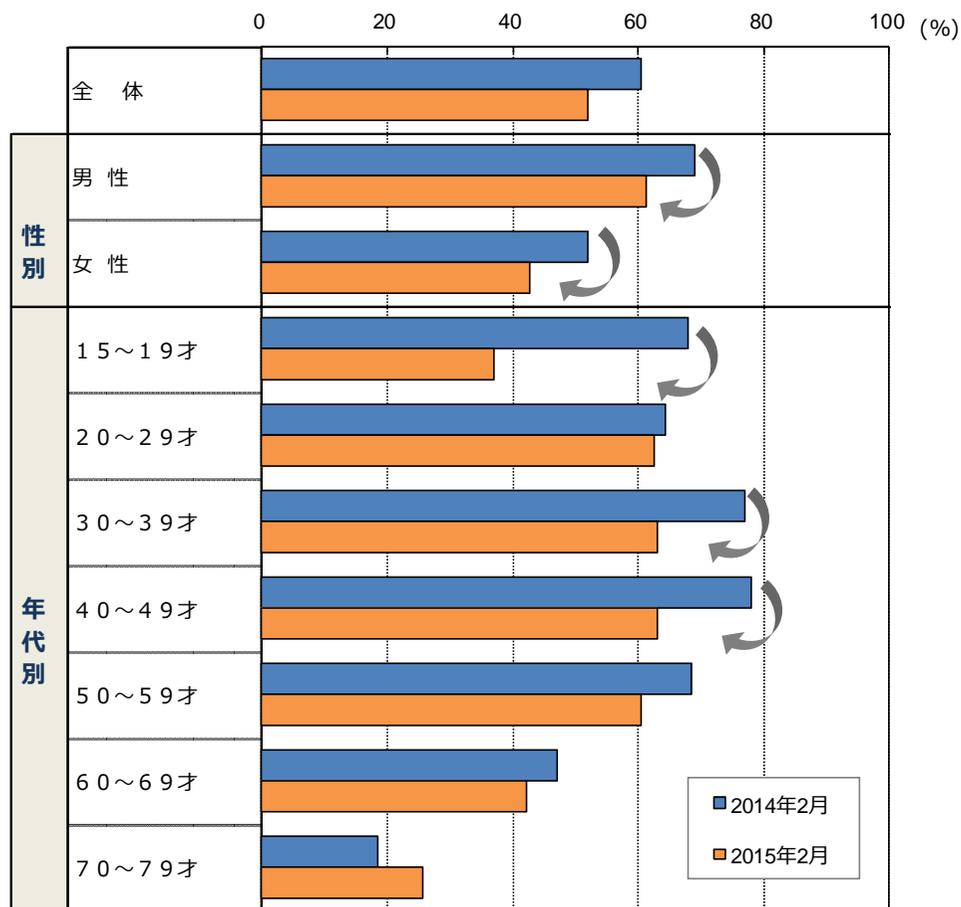


2014年2月		2015年2月		2014年と2015年の差
N	%	N	%	
1,182	46.3	1,164	51.3	+5.0
583	49.4	583	52.7	+3.3
599	43.2	581	49.9	+6.7
72	86.1	70	87.1	+1.0
151	88.7	141	88.7	-0.1
196	68.4	192	86.5	+18.1
210	55.7	208	67.3	+11.6
180	38.3	180	36.7	-1.7
215	11.2	209	16.3	+5.1
158	4.4	164	3.0	-1.4

(注) は全体より5p以上高い
 は全体5pより以上低い

- ◆「デスクトップ型のパソコン」「高性能薄型ノートパソコン」「タブレット機能付きパソコン」「通常のノート型のパソコン」のいずれかの利用率を「パソコン計」として、性別・年代別でみる。(※2014年2月は「ネットブック」を含み、「タブレット機能付きパソコン」は含まず)
- ◆性別で見ると、2015年は男性61%、女性43%だが、女性の方が昨年からの減少が大きい。
- ◆年代別では、70代以外の年代で昨年より利用率が減少し、特に10代、30代と40代は10p以上減少。

現在、利用している機器『パソコン計』（無回答者除く:複数回答）

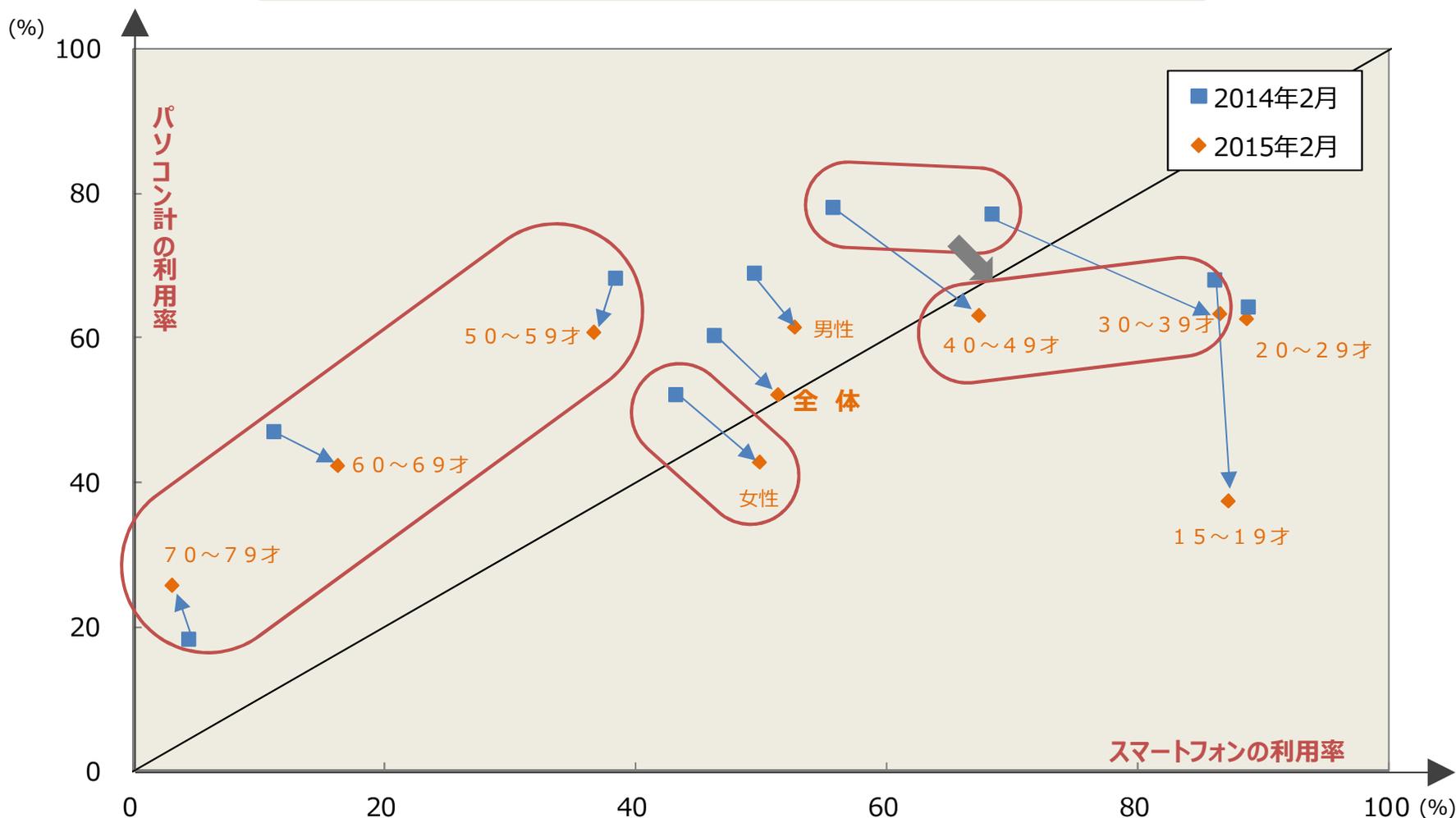


2014年2月		2015年2月		2014年と2015年の差
N	%	N	%	
1,182	60.4	1,164	52.0	-8.4
583	69.0	583	61.2	-7.7
599	52.1	581	42.7	-9.4
72	68.1	70	37.1	-30.9
151	64.2	141	62.4	-1.8
196	77.0	192	63.0	-14.0
210	78.1	208	63.0	-15.1
180	68.3	180	60.6	-7.8
215	47.0	209	42.1	-4.9
158	18.4	164	25.6	+7.3

(注) ■ は全体より5p以上高い
■ は全体5pより以上低い

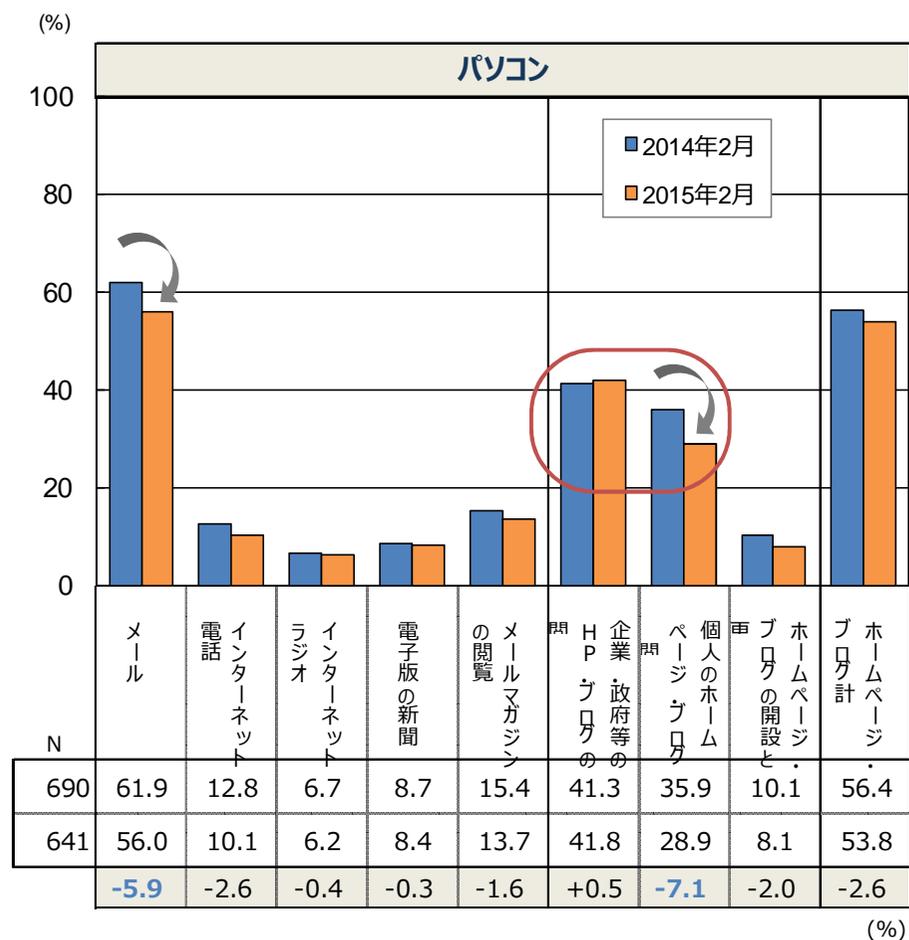
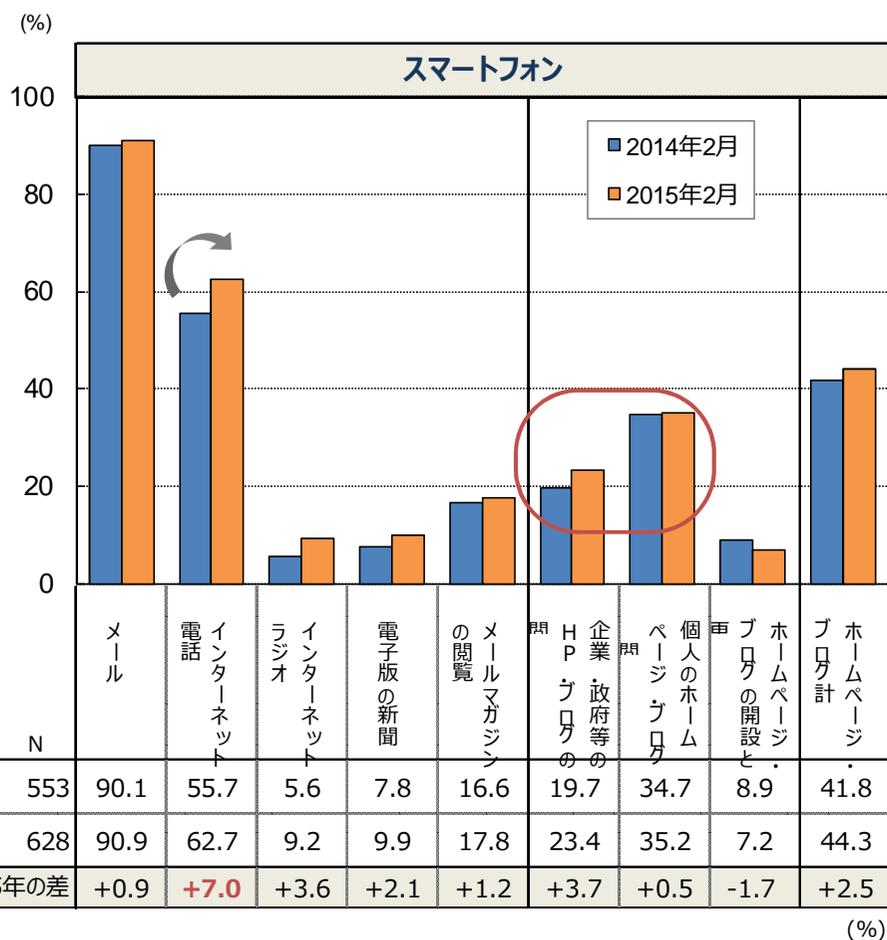
- ◆横に「スマートフォン」、縦に「パソコン計」の性別・年代別の利用率をプロットする。
- ◆全体では、昨年は「パソコン計」が「スマートフォン」の利用率を上回っていたが、今年は「スマートフォン」が増加して利用率が拮抗してきている（「スマートフォン」51% vs 「パソコン計」52%）。
- ◆女性、30代、40代は、「スマートフォン」が増加し、2015年は「パソコン計」の利用率を上回った。
- ◆一方、50代以上は「パソコン計」は、「スマートフォン」を上回る。

現在、利用している機器 『スマートフォン』『パソコン計』（無回答者除く:複数回答）



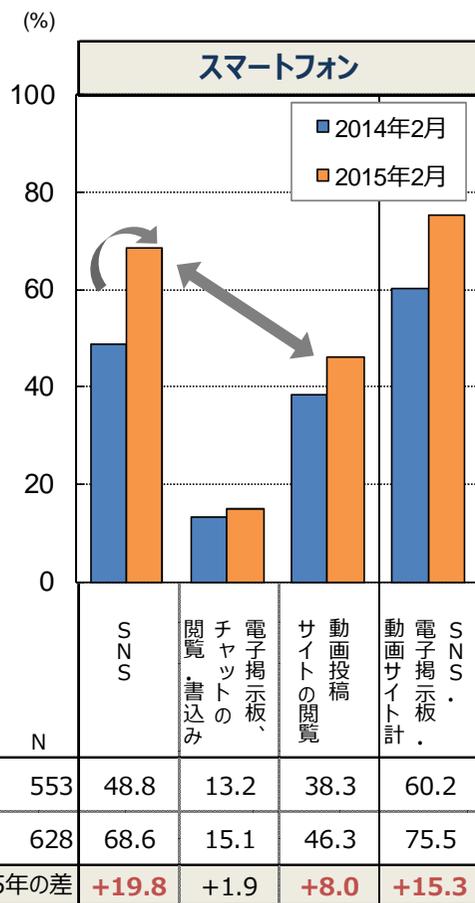
- ◆スマートフォンとパソコンのインターネット利用者に、それぞれ行っていることを聞いた。
- ◆昨年と比較すると、スマートフォンでは「インターネット電話」が7p増加。パソコンでは「メール」「個人のホームページ・ブログの閲覧」が5p以上減少。
- ◆スマートフォンは、「企業・政府等のHP・ブログの閲覧」より「個人のホームページ・ブログの閲覧」が多いのに対し、パソコンはその逆になる。

インターネットで行っていること（条件:各デバイスのインターネット利用者、複数回答）

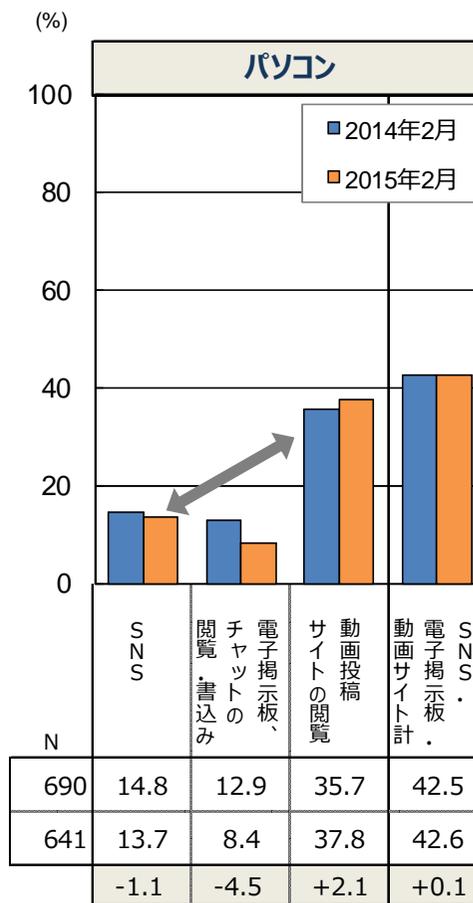


- ◆コミュニケーション利用では、スマートフォンでは、「SNS」が昨年より20pも増加。一方、パソコンの「SNS」は昨年とほぼ変化はない。
- ◆スマートフォンでは、「SNS」が「動画投稿サイトの閲覧」を上回っているのに対して、パソコンでは、その逆になる。

インターネットで行っていること（条件:各デバイスのインターネット利用者、複数回答）



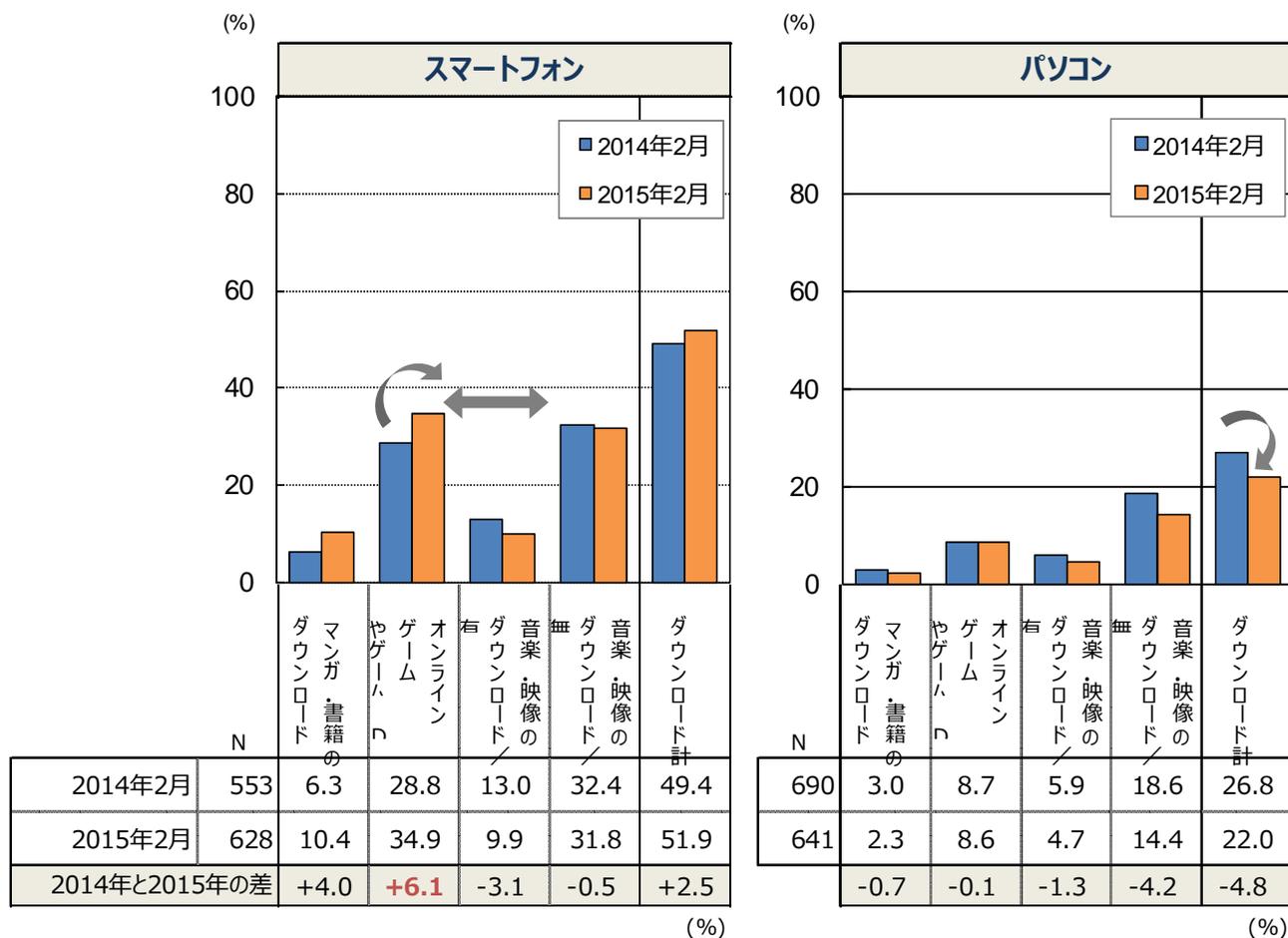
(%)



(%)

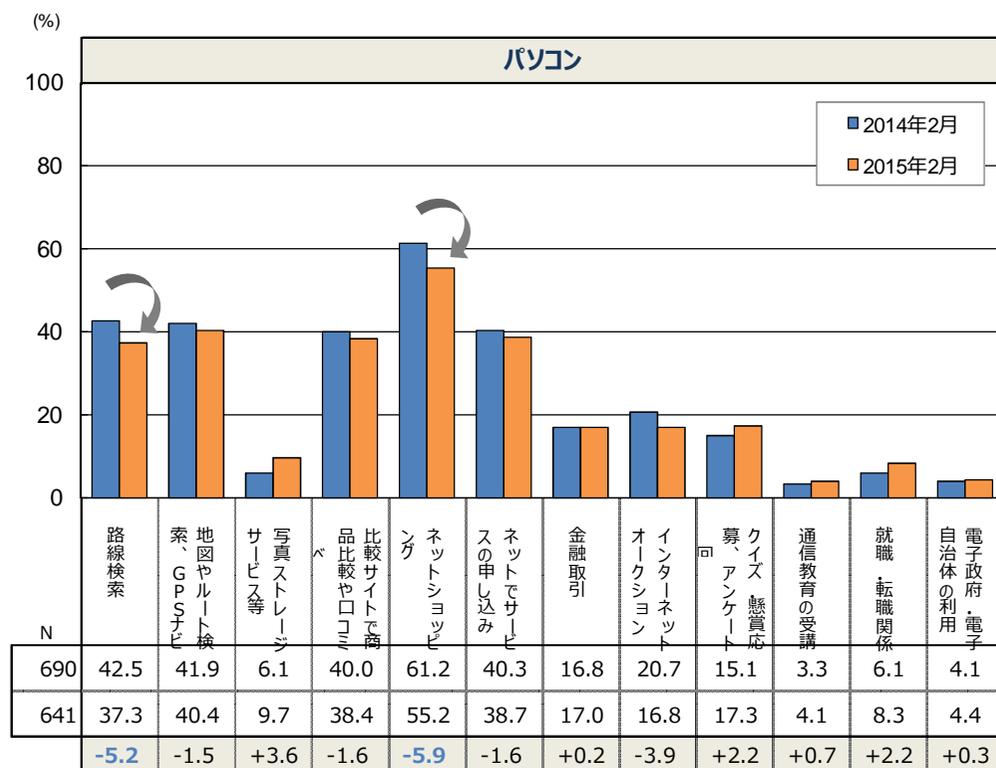
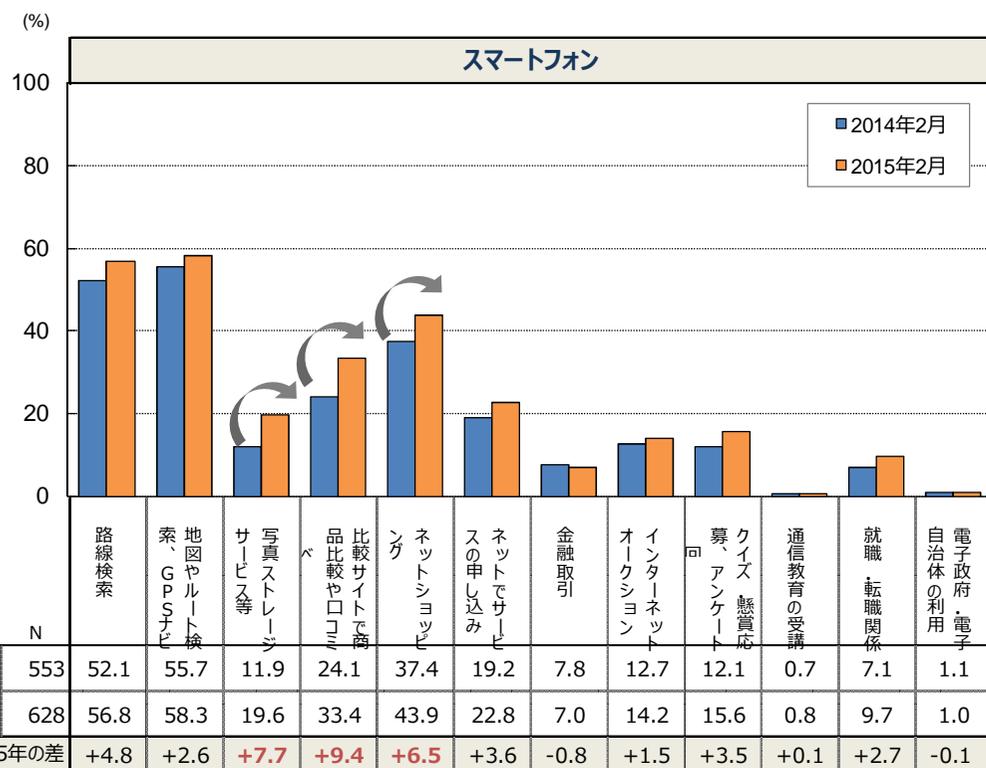
- ◆コンテンツのダウンロードでは、スマートフォンで「オンラインゲームやゲームのDL」が、昨年より6p増加して、「音楽・映像のダウンロード/無料」を上回った。
- ◆パソコンでは、いずれかのコンテンツをダウンロードしている割合（「ダウンロード計」）が、昨年より5p減少。

インターネットで行っていること（条件:各デバイスのインターネット利用者、複数回答）



- ◆ その他の利用では、スマートフォンは「写真ストレージサービス等」「比較サイトで商品比較や口コミ調べる」「ネットショッピング」が、昨年より6p以上増加。
- ◆ パソコンでは、「路線検索」「ネットショッピング」が昨年より5p以上減少。

インターネットで行っていること（条件：各デバイスのインターネット利用者、複数回答）

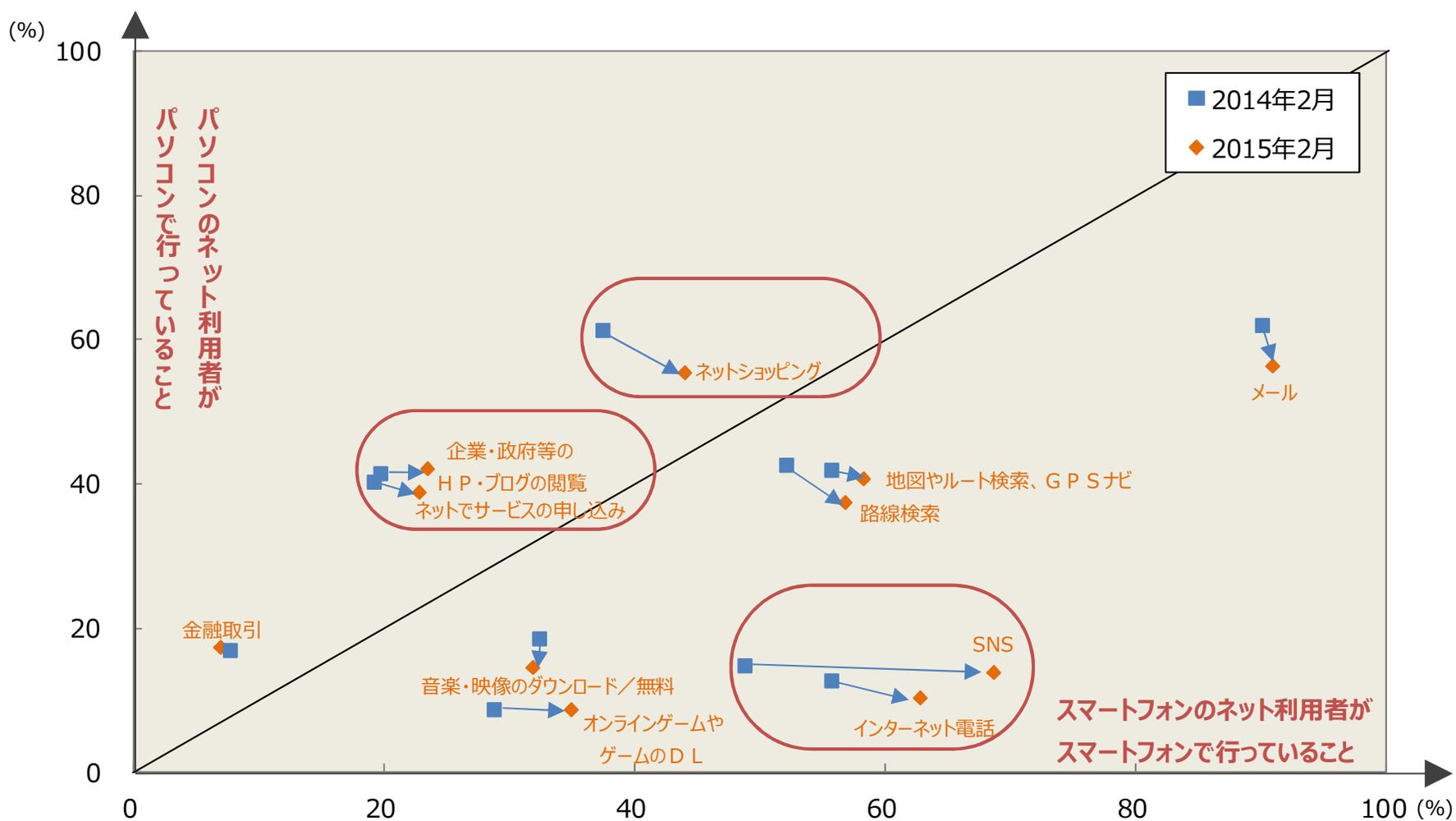


(%)

(%)

- ◆ 2015年2月のデータで、スマートフォンとパソコンで行っていることで10p以上差があった項目を、横にスマートフォン、縦にパソコンで行っている率をプロットする。
- ◆ 「インターネット電話」「SNS」は、パソコンよりスマートフォンの比率が高く、しかも昨年よりスマートフォンで行っている割合が高くなっている。
- ◆ 「ネットショッピング」「企業・政府等のHP・ブログの閲覧」「ネットでサービスの申し込み」は、スマートフォンよりパソコンの利用率が高い。しかし昨年と比べるとスマートフォンの比率が上がってきている。

インターネットで行っていること（条件:各デバイスのインターネット利用者、複数回答）



調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人

有効回収数

- 1,200人 ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て

調査期間

- 2014年2月調査：2014/2/5～2/17
- 2015年2月調査：2015/2/4～2/16

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただきますようお願い致します。

調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。