

【NRCLレポート】 パソコン・スマートフォンなどの情報機器 Part2. インターネットで行っていること

2016年2月調査結果

◆NRCLレポート

全国15～79才男女1,200名を対象に、2016年2月に「パソコン・スマートフォンなどの情報機器」の調査を実施しました。

本調査はインターネット調査ではなく、調査員による訪問留置法で実施しており、パソコンやインターネットを利用していない人も含めた一般の方々のパソコンやスマートフォンの利用状況を調べることができます。

調査結果は、「Part1:情報機器の利用率」と「Part2:インターネットで行っていること」（本篇）の2つに分けています。

Part2はインターネットを利用してどのようなことを行っているか、パソコン、スマートフォンとタブレットのデバイス別に質問した結果の紹介です。

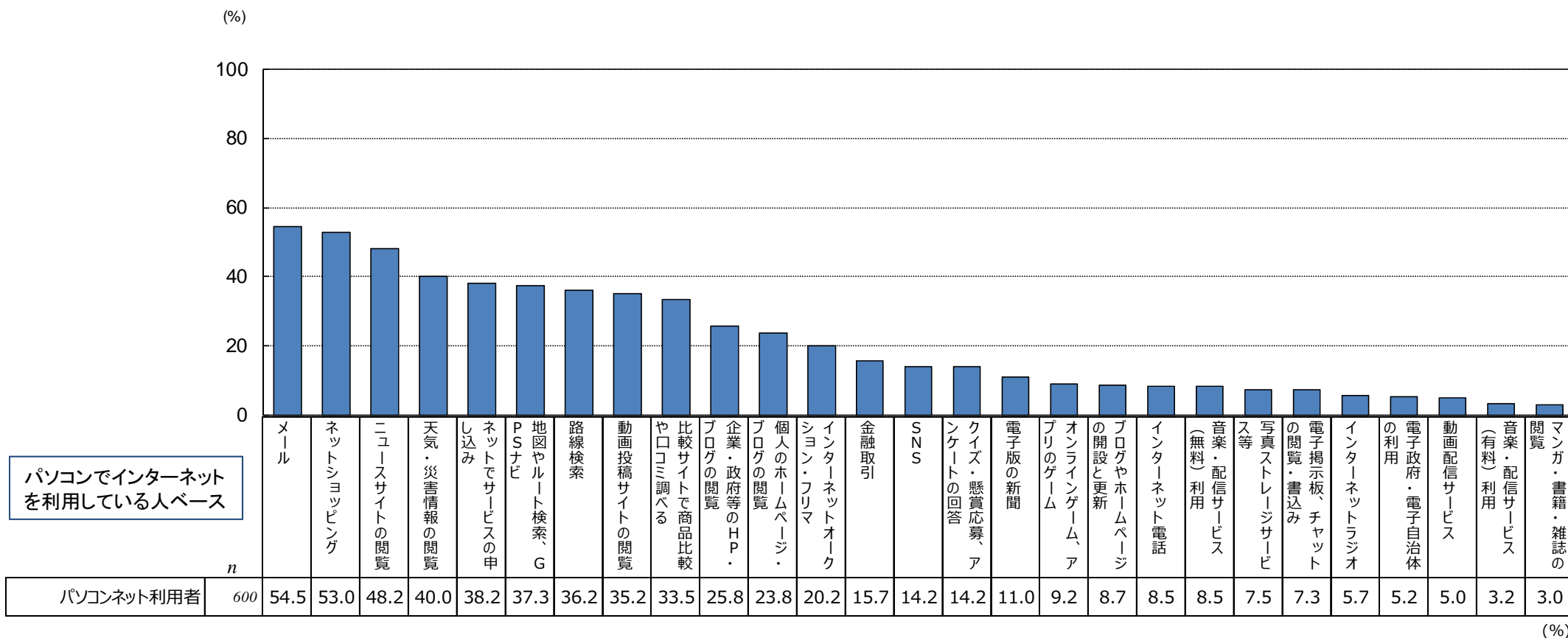
◆Part2の主な結果は以下の通りです（比率は各デバイス利用者ベースで算出）。

- デバイス別にインターネット利用率の上位3位をみると、パソコンでは「メール」55%が一番多く、続いて「ネットショッピング」53%、「ニュースサイトの閲覧」48%。
- スマートフォンでは、「メール」88%が一番多く、続いて「SNS」68%、「天気・災害情報の閲覧」68%。
- タブレットでは、「動画投稿サイトの閲覧」44%が一番多く、続いて「ニュースサイトの閲覧」39%、「ネットショッピング」34%。
- 3つを比較すると、スマートフォンで行っていることが多いのが目立つ。特に、「メール」「インターネット電話」「ニュースサイトの閲覧」「天気・災害情報の閲覧」「SNS」「オンラインゲーム、アプリのゲーム」「音楽・配信サービス（無料）利用」「路線検索」「地図やルート検索、GPSナビゲーション」はスマートフォンが10ポイント以上、パソコンやタブレットより多くなっている。
- パソコンとスマートフォンを年代別で比べると、「地図やルート検索、GPSナビゲーション」「ネットショッピング」は、15～39才ではスマートフォンの利用が多いが、60～79才ではパソコンの利用が多く、年代によって利用デバイスが違っている。

- ◆パソコンを利用してインターネットで行っていることについては、「メール」55%と「ネットショッピング」53%が、ともに5割を超える。
- ◆続いて、「ニュースサイトの閲覧」48%、「天気・災害情報の閲覧」40%、「ネットでサービスの申し込み」38%、「地図やルート検索、GPSナビゲーション」37%、「路線検索」36%、「動画投稿サイトの閲覧」35%、「比較サイトで商品比較や口コミ調べる」34%が3割以上と多い。

■ パソコン

あなたは、インターネットを利用して、どのようなことを行っていますか。（複数回答）

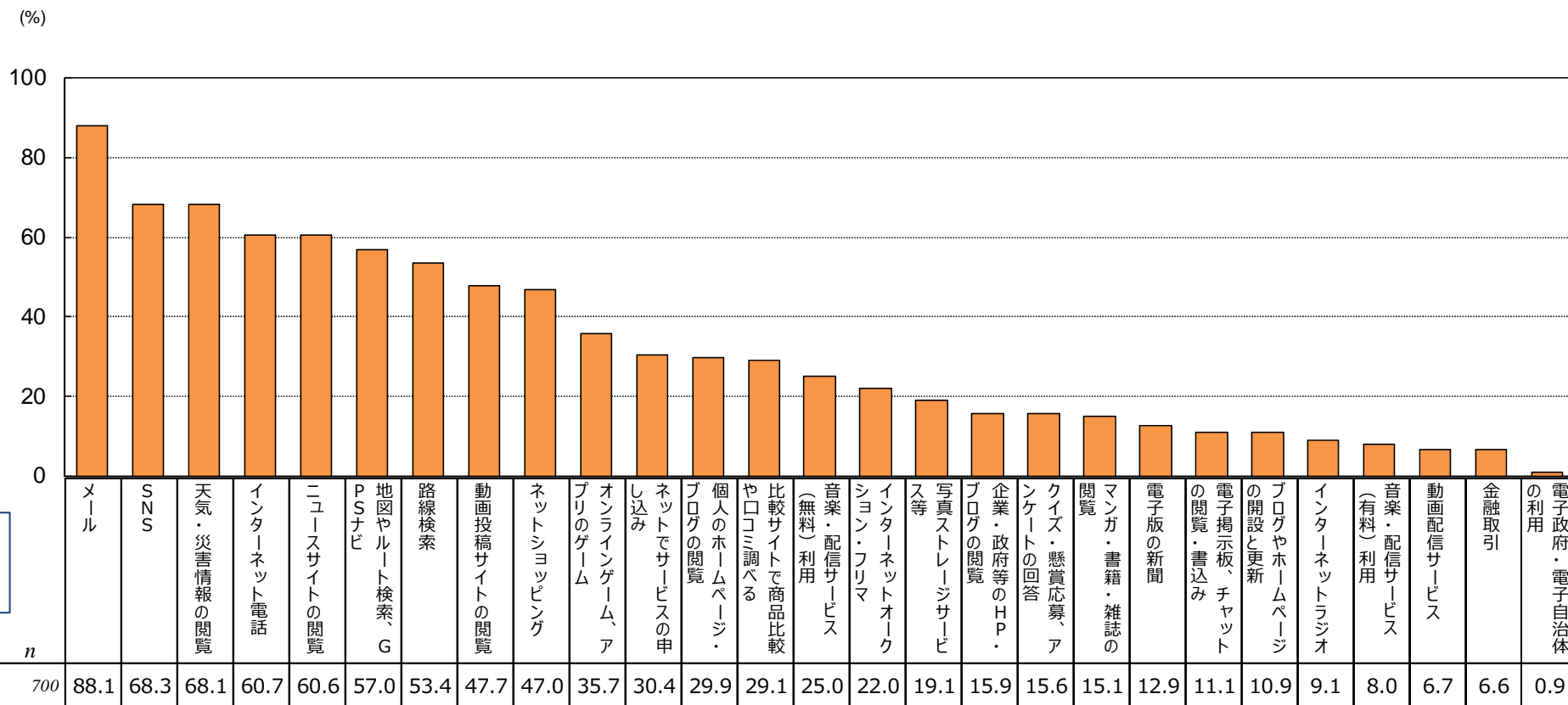


(%)

- ◆スマートフォンを利用してインターネットで行っていることについては、「メール」88%が一番多かった。
- ◆続いて、「SNS」68%、「天気・災害情報の閲覧」68%が7割弱と多い。
- ◆「インターネット電話」61%、「ニュースサイトの閲覧」61%、「地図やルート検索、GPSナビゲーション」57%、「路線検索」53%も利用者の半数を超えている。
- ◆パソコンと比べて5割を超えるものが多く、スマートフォンの方がネット利用率が高い傾向がみられる。

■スマートフォン

あなたは、インターネットを利用して、どのようなことを行っていますか。(複数回答)



スマートフォンでインターネットを利用している人ベース

スマートフォンネット利用者

n

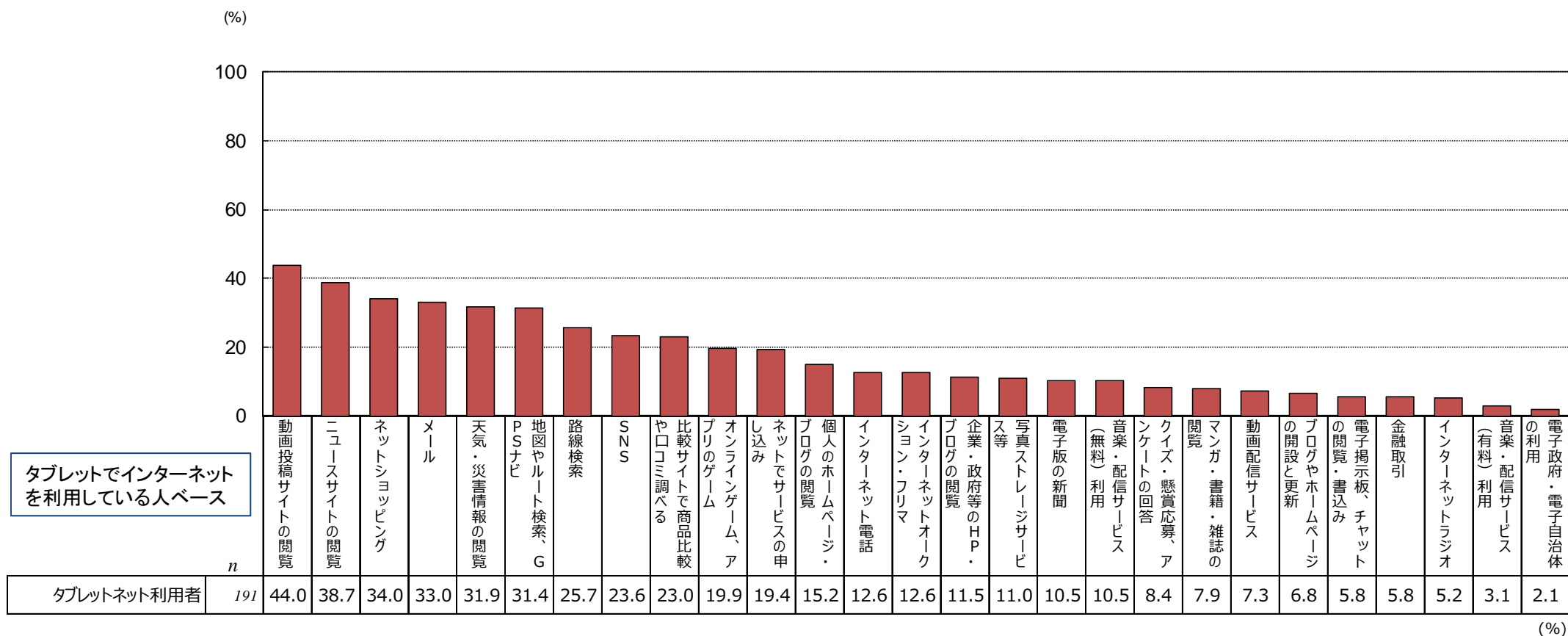
700

(%)

- ◆タブレットを利用してインターネットで行っていることについては、「動画投稿サイトの閲覧」44%が一番多かった。
- ◆続いて、「ニュースサイトの閲覧」39%、「ネットショッピング」34%、「メール」33%、「天気・災害情報の閲覧」32%、「地図やルート検索、GPSナビゲーション」31%が3割を超えている。

■ タブレット

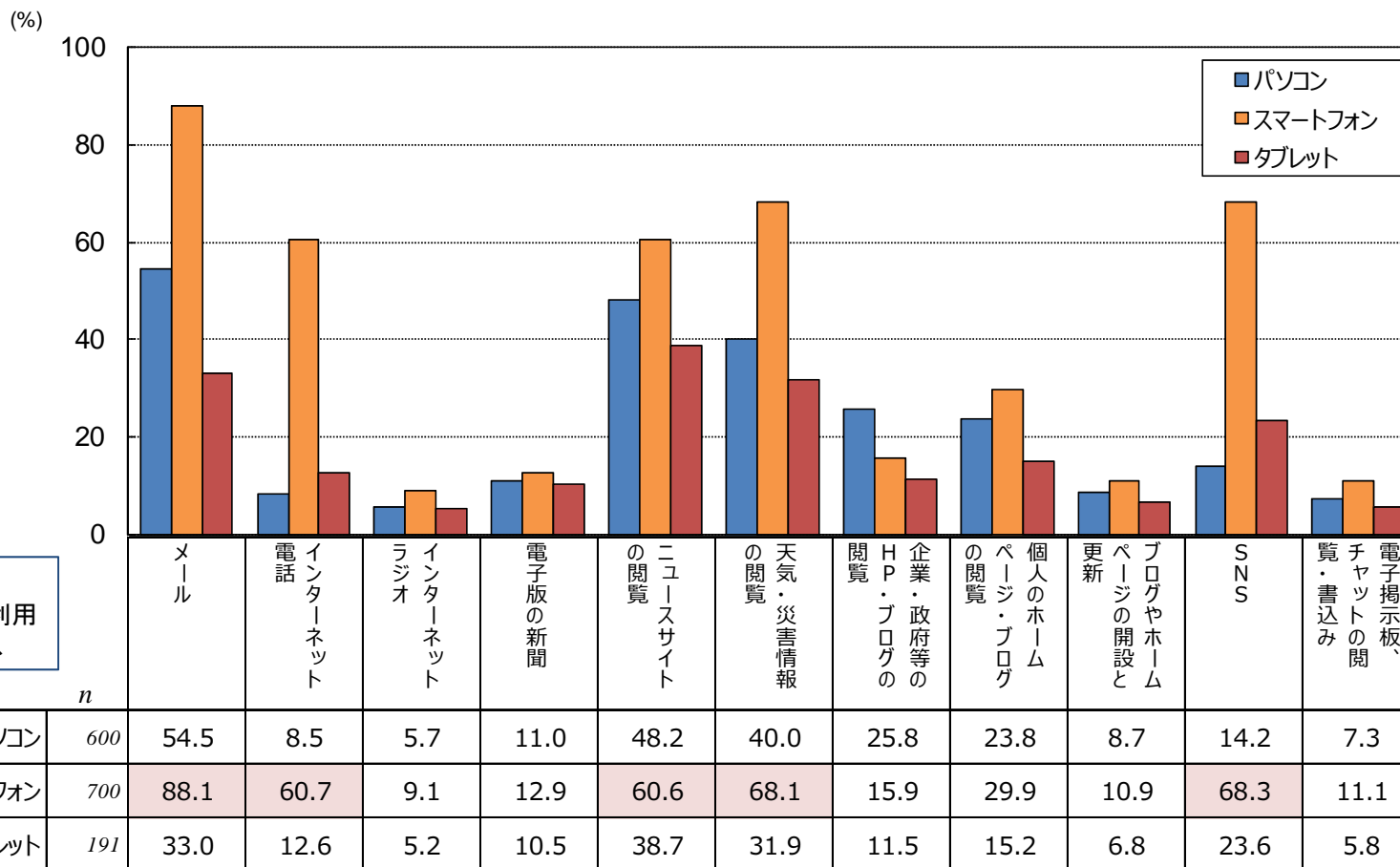
あなたは、インターネットを利用して、どのようなことを行っていますか。（複数回答）



- ◆パソコン、スマートフォン、タブレットの3つ機器についてインターネットで行っていることの比較を行った。
- ◆まず「メール」から「電子掲示板、チャットの閲覧・書込み」までの11項目についてみると、「メール」「インターネット電話」「ニュースサイトの閲覧」「天気・災害情報の閲覧」「SNS」では、スマートフォンでの利用率がパソコンやタブレットより10p以上多い。

あなたは、インターネットを利用して、どのようなことを行っていますか。（複数回答）

（続く）



各デバイスでインターネットを利用している人ベース

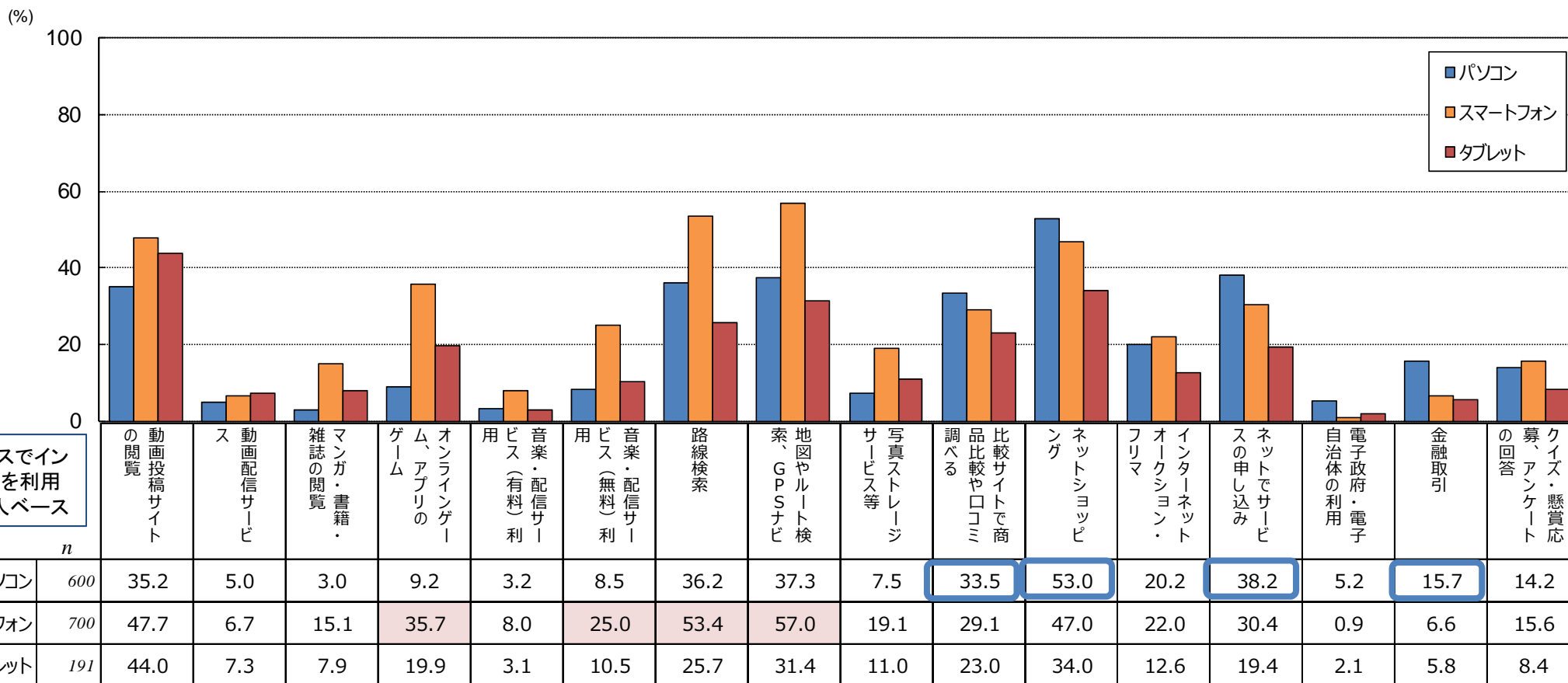
は3つの中で利用率が目立って高いもの

(%)

- ◆次に、「動画投稿サイトの閲覧」から「クイズ・懸賞応募、アンケートの回答」までの16項目についてみると、「オンラインゲーム、アプリのゲーム」「音楽・配信サービス（無料）利用」「路線検索」「地図やルート検索、GPSナビゲーション」では、スマートフォンの利用率がパソコンやタブレットより10p以上多い。
- ◆一方、「比較サイトで商品比較や口コミを調べる」「ネットショッピング」「ネットでサービスの申し込み」「金融取引」は、パソコンがスマートフォンを上回っている。
- ◆タブレットでは、パソコン、スマートフォンと比べて目立ったものはない。

(続き)

あなたは、インターネットを利用して、どのようなことを行っていますか。(複数回答)



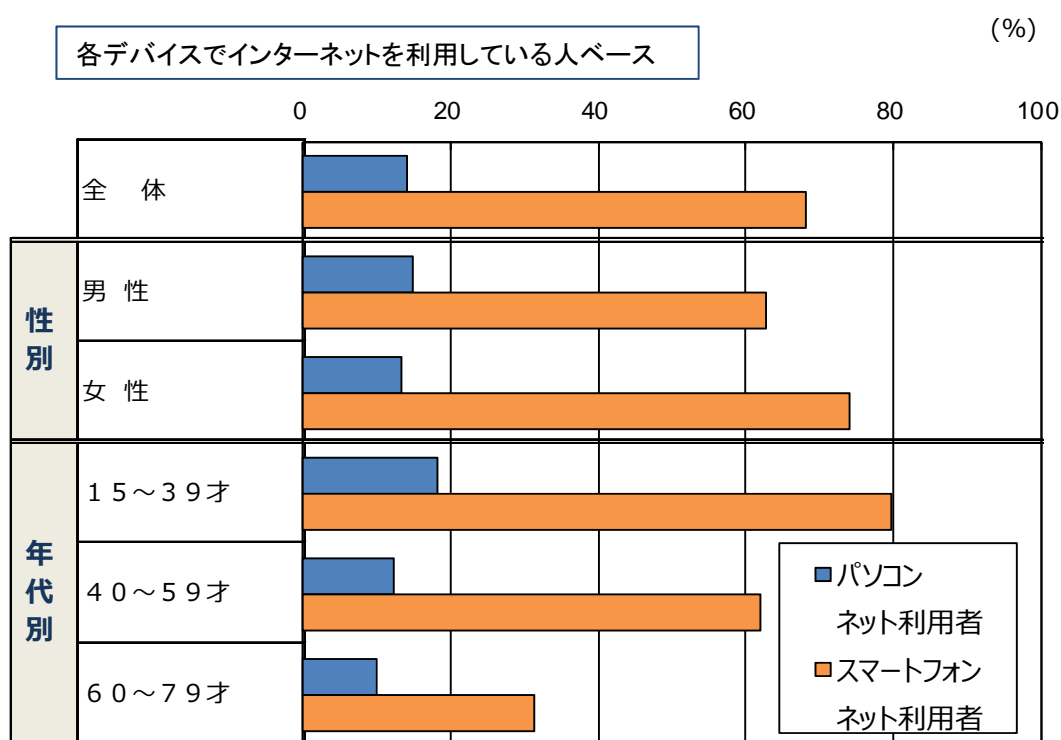
各デバイスでインターネットを利用している人ベース

は3つの中で利用率が目立って高いもの

(%)

- ◆性別/年代別で、パソコンとスマートフォンのSNS利用率をみる。
- ◆パソコンは性別/年代別で大差はなく、いずれもスマートフォンの利用率より低い。一方、スマートフォンでは男女差が大きく、女性は男性より11pも多い。また年代差も大きく、15~39才の利用率は80%と、60~79才(31%)の2倍以上の開きがある。

■性別/年代別「SNS利用率」

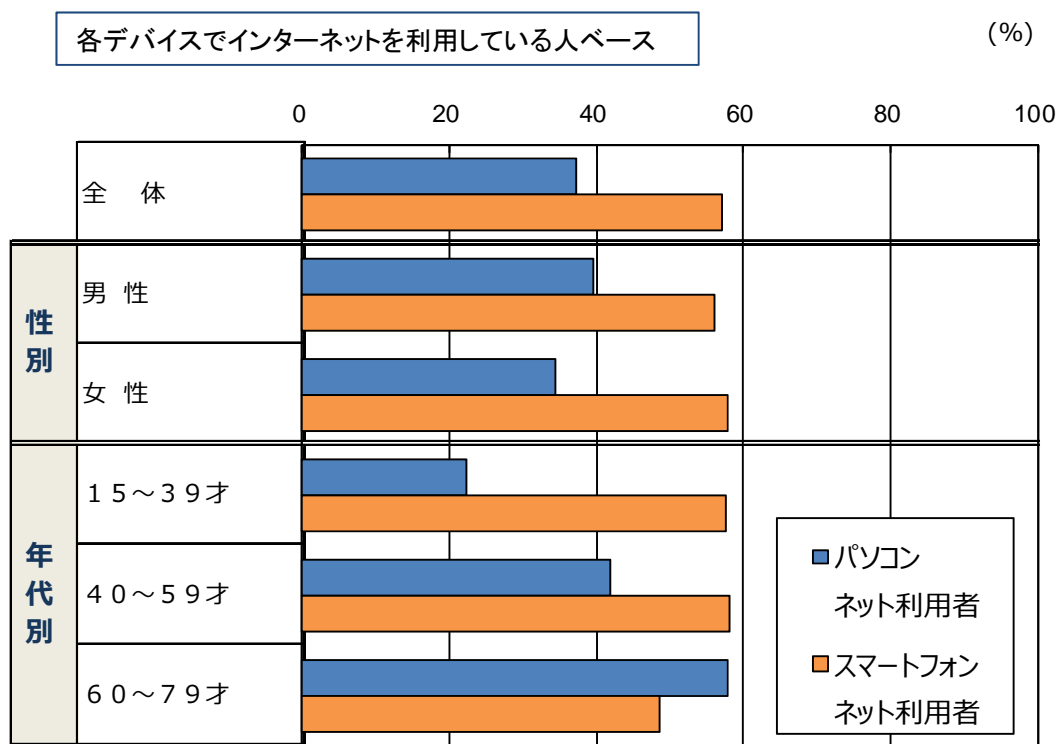


n		%		パソコンとスマートフォン の差
パソコン ネット利用者	スマートフォン ネット利用者	パソコン ネット利用者	スマートフォン ネット利用者	
600	700	14.2	68.3	+54.1
344	360	14.8	62.8	+48.0
256	340	13.3	74.1	+60.8
237	369	18.1	79.7	+61.5
244	261	12.3	62.1	+49.8
119	70	10.1	31.4	+21.3

(注)
全体より5%以上高い
全体より5%以上低い

- ◆地図やルート検索、GPSナビゲーションの利用率をみると、男女ではパソコン・スマートフォンともに大差はない。
- ◆年代別でみると、15～39才、40～59才は、パソコンよりスマートフォンの利用が多く、15～39才は35p差、40～59才では16p差がある。反対に、60～79才ではパソコンの方が9p多い。

■性別/年代別「地図やルート検索、GPSナビゲーション利用率」

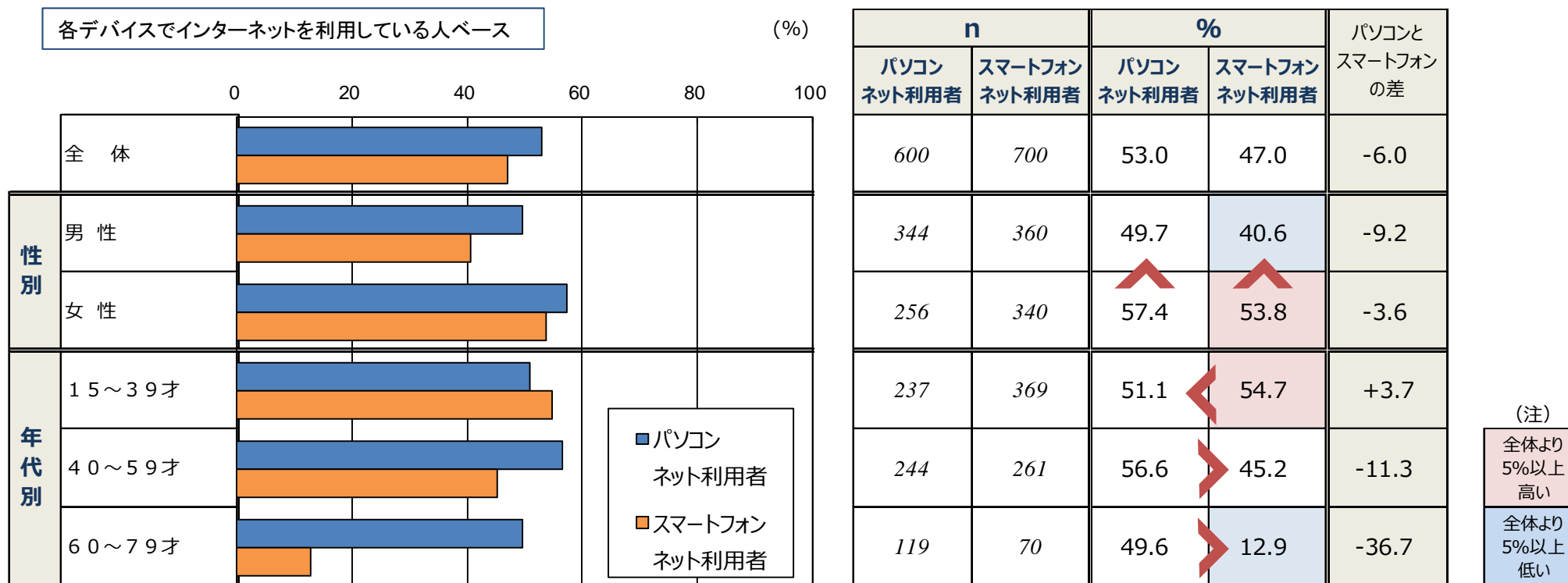


n		%		パソコンとスマートフォン の差
パソコン ネット利用者	スマートフォン ネット利用者	パソコン ネット利用者	スマートフォン ネット利用者	
600	700	37.3	57.0	+19.7
344	360	39.5	56.1	+16.6
256	340	34.4	57.9	+23.6
237	369	22.4	57.7	+35.4
244	261	41.8	58.2	+16.4
119	70	58.0	48.6	-9.4

(注)
全体より5%以上高い
全体より5%以上低い

- ◆ ネットショッピングの利用率については、パソコン・スマートフォンともに男性より女性の方が多い。
- ◆ 年代別では、15～39才はパソコンよりスマートフォンがやや上回るが、40代以上ではパソコンの方が多くなる。特に、60～79才では37pと差が大きい。

■ 性別/年代別「ネットショッピング利用率」



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 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をおこなった

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

- 2016年2月（2016/2/3～2/15）

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）の全国調査です。

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