

**携帯端末における情報収集行動実態、意識調査
(自主調査)**

2013年5月20日

目次

I. 調査概要	3
II. 対象者プロフィール	4-6
III. 調査結果の要約	7-8
IV. 調査結果の詳細	
1. スマートフォン、タブレット端末購入理由	10
2. 使用携帯端末別の利用状況	
①使用端末でやっていること	11
②利用しているインターネットサイト	12
③インターネット利用目的	13
④インターネット利用時間（平日）	14
インターネット利用時間（週末）	15
⑤情報検索・収集タイミング	16-17
3. スマートフォン、タブレット端末を所有することによる変化	18-19
4. 携帯端末の使用者ごとの行動・意識の違い	
①情報収集経路	20
②情報意識	21

I. 調査概要

調査目的	フィーチャーフォン使用者、スマートフォン使用者、タブレット端末使用者の携帯端末におけるWEB利用の実態や情報に対する意識の違いを比較する。																																																																																																
調査方法	インターネット調査																																																																																																
調査対象	<p>年齢：18歳～59歳 性別：男女 地域：全国 条件：A:現在、個人用パソコン及びスマートフォンを所有している人 B:現在、個人用パソコン及びフィーチャーフォンを所有している人 C:現在、個人用パソコン及びタブレット端末を所有している人 ※A～Bの配信対象に楽天リサーチモニターのパネルを使用</p>																																																																																																
割付条件	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><回収数></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">男性</th> <th colspan="4">女性</th> <th rowspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>B</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="text-align: center;"> <p><ウェイトバック集計後></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="4">男性</th> <th colspan="4">女性</th> <th rowspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>65</td> <td>55</td> <td>46</td> <td>37</td> <td>72</td> <td>56</td> <td>40</td> <td>29</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>B</td> <td>33</td> <td>40</td> <td>49</td> <td>60</td> <td>33</td> <td>47</td> <td>64</td> <td>74</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>59</td> <td>65</td> <td>65</td> <td>59</td> <td>38</td> <td>42</td> <td>36</td> <td>36</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table> <p>※それぞれの端末所有率に合わせて、性・年代でウェイトバック集計を実施</p> </div> </div>		男性				女性				合計	20代	30代	40代	50代	20代	30代	40代	50代	A	50	50	50	50	50	50	50	50	400	B	50	50	50	50	50	50	50	50	400	C	50	50	50	50	50	50	50	50	400		男性				女性				合計	20代	30代	40代	50代	20代	30代	40代	50代	A	65	55	46	37	72	56	40	29	400	B	33	40	49	60	33	47	64	74	400	C	59	65	65	59	38	42	36	36	400
	男性				女性				合計																																																																																								
	20代	30代	40代	50代	20代	30代	40代	50代																																																																																									
A	50	50	50	50	50	50	50	50	400																																																																																								
B	50	50	50	50	50	50	50	50	400																																																																																								
C	50	50	50	50	50	50	50	50	400																																																																																								
	男性				女性				合計																																																																																								
	20代	30代	40代	50代	20代	30代	40代	50代																																																																																									
A	65	55	46	37	72	56	40	29	400																																																																																								
B	33	40	49	60	33	47	64	74	400																																																																																								
C	59	65	65	59	38	42	36	36	400																																																																																								
有効回収	1,200サンプル																																																																																																
実査日時	2013年4月24日(水)～5月2日(木)																																																																																																
調査実施機関	楽天リサーチ株式会社																																																																																																

II. 対象者プロフィール

II. 対象者プロフィール

性別

	(n)	性別 (%)	
		男性	女性
フィーチャーフォン使用者	(400)	45.6	54.4
スマートフォン使用者	(400)	50.9	49.1
タブレット端末使用者	(400)	61.9	38.1

【対象者: 全員】

※フィーチャーフォンとは、基本的な機能のみを有したベーシックな通常の携帯電話のこと。

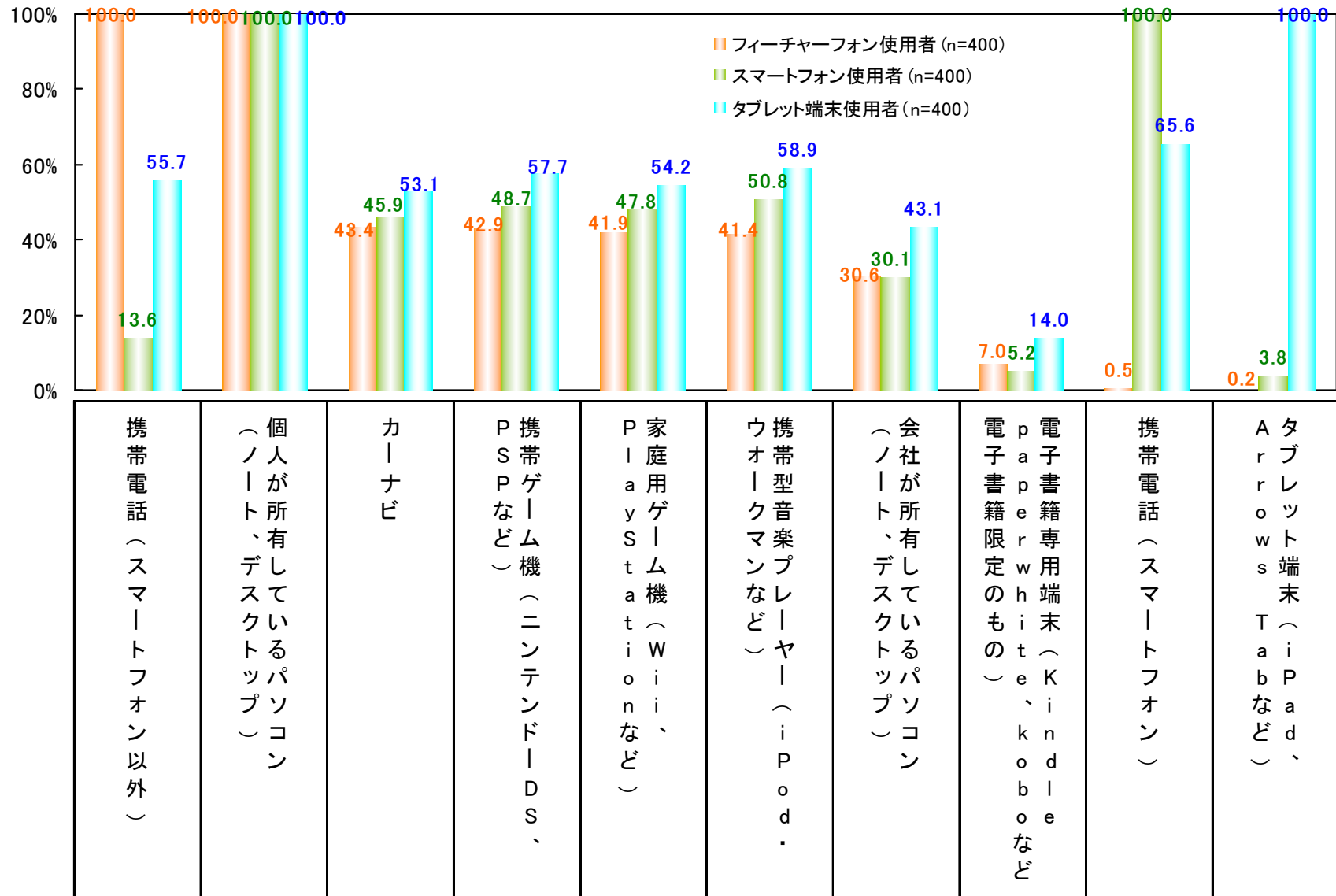
年代

	(n)	年代 (%)			
		20代	30代	40代	50代
フィーチャーフォン使用者	(400)	16.5	21.9	28.1	33.5
スマートフォン使用者	(400)	34.4	27.8	21.6	16.3
タブレット端末使用者	(400)	24.2	26.8	25.3	23.8

【対象者: 全員】

II. 対象者プロフィール

所有電子機器



※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート

【対象者: 全員】

III. 調査結果の要約

Ⅲ. 調査結果の要約

端末購入理由

- ・スマートフォン使用者の端末購入理由は、「パソコンサイトを閲覧できるから」、「欲しい情報をすぐに得られるから」、「これからスマートフォンが主流になると思うから」、「持ち運びしやすいから」が上位。
タブレット端末使用者は「パソコンサイトを閲覧できるから」、「持ち運びしやすいから」、「大きな画面だから」、「パソコンの代わりに利用したいから」、「起動や終了に時間がかからないから」が上位で、スマートフォンとタブレット端末で購入理由が異なる。

携帯端末利用状況

- ・使用端末でやっていることは、フィーチャーフォン使用者では、“メール”、“カメラ”、“有料通話”機能、スマートフォン使用者では、“メール”、“カメラ”機能に加えてインターネットで“天気をチェックする”、“交通・地図・ナビ情報を見る”、“ニュースを見る”が中心。
タブレット端末使用者では、インターネットで“交通・地図・ナビ情報を見る”、“ニュースを見る”が上位。
- ・利用しているインターネットサイトは、スマートフォン使用者で“Yahoo!”、“Google”、“SNSサイト”、タブレット端末使用者は、“Yahoo!”、“Google”、“動画サイト”の利用が多い。
また、フィーチャーフォン使用者は、インターネットサイト閲覧者が4割未満と少ない。
- ・インターネット利用目的は、スマートフォン使用者とタブレット端末使用者では趣味、生活情報収集のためが多く、また、スマートフォン使用者は「暇つぶしのため」も他の端末使用者より多い。
- ・1日あたりのインターネット平均利用時間は、携帯端末ではスマートフォン使用者、タブレット端末使用者がフィーチャーフォン使用者より長いが、個人用パソコンにおいては、フィーチャーフォン使用者の利用時間が最も長い。
- ・インターネットの情報検索・収集のタイミングは、スマートフォン使用者の利用シーンが多岐にわたる。
また、タブレット端末使用者は、「自宅で暇なときに」、「テレビを見ているときに」、「寝床・ベッドで寝ながら」が中心。
個人用パソコンでの情報検索・収集タイミングをみると、どの端末使用者においても「自宅で暇なときに」が7割以上で突出している。

スマートフォン、タブレット端末購入前後の変化

- ・スマートフォン、タブレット端末購入後に個人用パソコンでインターネットをする時間は「以前と変わらない」が半数以上を占める。また、「減った」と回答した人は、「増えた」と回答した人を上回っている。
個人用パソコンの利用が減った理由として、両端末使用者とも「パソコンを起動・終了するのに時間がかかるから」、「パソコンが限定された場所でしか利用できないから」が主な理由。
また、タブレット端末使用者では、「パソコンは自由な位置、姿勢で使用できないから」も半数近くみられる。
- ・情報収集経路は、各端末使用者とも「パソコンのインターネットサイト」が約9割で最も高く、次いで、「テレビ」が7割台と多い。

情報に対する意識の違い

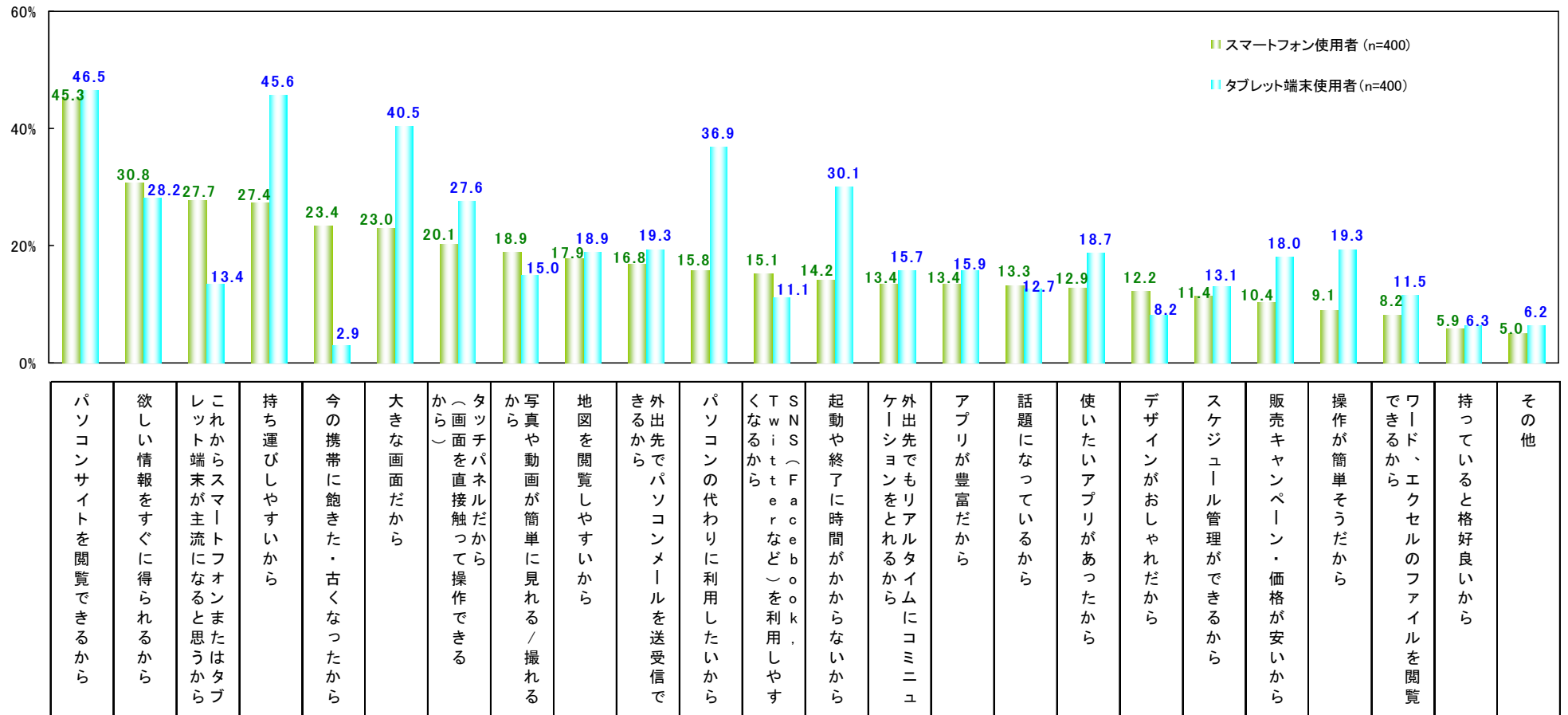
- ・情報に関する意識をみると、各端末使用者とも「わからないことはまずネットで検索してみる」、「いろいろな情報を広く知りたい」が8~9割台で高い。
タブレット端末使用者は、全ての項目で他の端末使用者よりスコアが高く、情報感度が高い。

IV. 調査結果の詳細

1. スマートフォン、タブレット端末購入理由

▶ スマートフォン、タブレット端末の購入理由をみると、スマートフォン購入者では「パソコンサイトを閲覧できるから」(45.3%)が最も高く、次いで「欲しい情報をすぐに得られるから」(30.8%)、「これからスマートフォンまたはタブレット端末が主流になると思うから」(27.7%)、「持ち運びしやすいから」(27.4%)が続く。タブレット端末購入者では「パソコンサイトを閲覧できるから」(46.5%)、「持ち運びしやすいから」(45.6%)、「大きな画面だから」(40.5%)が40%以上で上位。また、「パソコンの代わりに利用したいから」(36.9%)、「起動や終了に時間がかからないから」(30.1%)も3割台で続く。両端末購入者とも「パソコンサイトを閲覧できるから」は共通して最も高いが、それ以外の上位項目は異なっている。

Q7.現在お使いになっている電子機器を購入した理由をお答えください。(MA)



※「スマートフォン使用者」で降順ソート

【対象者：スマートフォン、タブレット端末使用者】

2. 使用携帯端末別の利用状況①使用端末でやっていること

- ▶ 携帯端末でやっていることをみると、フィーチャーフォン使用者では、「メールをする」、「カメラ機能・写真を撮る」、「有料通話をする」、スマートフォン使用者では、メール、カメラ機能に加え、「インターネットで天気をチェックする」、「インターネットで交通・地図・ナビ情報を見る」、「インターネットでニュースを見る」、タブレット端末使用者では、「インターネットで交通・地図・ナビ情報を見る」、「インターネットでニュースを見る」、「インターネットで天気をチェックする」が上位項目である。
- ▶ 個人用パソコンでやっていることを比較すると、「インターネットでショッピングをする」がどの端末使用者も7割以上で最も高い。次いで、フィーチャーフォン使用者、タブレット端末使用者では「メールをする」、スマートフォン使用者では「インターネットでニュースを見る」が続く。

Q1.現在お使いになっている電子機器で、あなたがやっていることをお答えください。(MA)

	(n)	メールをする	カメラ機能・写真を撮る	有料通話をする	インターネットで天気をチェックする	インターネットで交通・地図・ナビ情報を見る	インターネットでニュースを見る	スケジュール管理をする	インターネットでショッピングをする	音楽を聴く	インターネットでクーポンをダウンロードする	SNS(Facebook、Twitterなどの)の閲覧をする	SNS(Facebook、Twitterなどの)の書き込みをする	インターネットでゲームをする	インターネットでレシピを見る	インターネットでグルメ情報を見る	インターネットで個人ブログの閲覧をする	インターネットで旅行・地域ガイド情報を見る	インターネットで映像、音楽をダウンロードする	インターネットで電子掲示板を見る/書き込みをする	インターネットでオークションをする	インターネットで企業・政府等の公式ホームページを見る	SkyやLINEなどの無料アプリを使ってメール、チャットをする	インターネットで個人ブログの書き込みをする	SkyやLINEなどの無料アプリを使って通話をする	インターネットで電子書籍を読む
フィーチャーフォン使用者(フィーチャーフォン)	(400)	83.0	66.0	57.7	23.3	19.5	18.0	15.9	12.7	12.0	11.9	11.1	7.1	6.7	6.5	5.9	5.6	5.5	5.1	3.6	3.4	2.7	2.7	1.8	0.8	0.8
スマートフォン使用者(スマートフォン)	(400)	88.1	80.2	59.8	69.5	68.0	60.2	38.1	38.0	39.1	38.7	46.7	37.6	25.5	31.4	38.1	35.0	35.2	20.0	23.1	18.8	46.5	18.1	11.2	34.7	8.4
タブレット端末使用者(タブレット端末)	(400)	38.5	27.4	1.9	45.1	48.7	48.7	20.6	36.5	27.2	13.8	36.1	22.8	21.0	30.7	27.6	30.9	36.9	18.0	19.7	14.2	12.6	27.4	10.4	13.9	27.1
フィーチャーフォン使用者(個人用パソコン)	(400)	82.6	6.2	1.6	76.4	75.5	78.1	13.7	87.7	42.8	45.6	29.7	21.4	27.6	50.2	49.6	49.9	58.1	32.8	33.4	41.7	6.5	52.7	18.1	10.7	7.6
スマートフォン使用者(個人用パソコン)	(400)	71.2	4.9	1.6	59.3	57.9	72.6	15.9	81.7	38.5	32.5	41.9	33.0	18.5	38.3	45.7	47.8	51.7	31.7	33.4	37.1	13.7	43.2	19.2	12.2	4.6
タブレット端末使用者(個人用パソコン)	(400)	73.7	4.2	2.5	61.4	60.7	73.1	22.2	79.9	31.6	39.2	47.4	36.1	21.0	33.3	42.4	51.6	57.8	41.3	37.3	42.9	14.0	53.0	25.9	14.9	8.9

※「フィーチャーフォン使用者(フィーチャーフォン)」で降順ソート

【対象者:全員】

- 端末使用者内で1位
- 端末使用者内で2位
- 端末使用者内で3位

2. 使用携帯端末別の利用状況②利用しているインターネットサイト

- ▶ スマートフォン、タブレット端末使用者が携帯端末で利用しているインターネットサイトをみると、スマートフォン使用者は「Yahoo!」(56.4%)、「Google」(54.5%)、「Facebook・mixi・TwitterなどのSNSサイト」(45.0%)、タブレット端末使用者は、「Yahoo!」(53.3%)、「YouTube・ニコニコ動画・Ustreamなどの動画サイト」(52.7%)、「Google」(51.0%)が上位。また、フィーチャーフォン使用者ではインターネット閲覧者が4割に満たなく、低い。
- ▶ 個人用パソコンで利用しているインターネットサイトをみると、携帯端末とほぼ同様のインターネットサイトが多く利用されているが、それに加えて「ECナビ・価格.comなどの価格比較サイト」が5割以上と携帯端末よりも高くなっている。

Q2.現在お使いになっている電子機器で、あなたがよく利用しているインターネットサイトをお答えください。(MA)

	(n)	Yahoo!	楽天・Amazon・Yahoo!ショッピングなどのショッピングサイト	Facebook・mixi・TwitterなどのSNSサイト	Google	ぐるなび、食べログなどのグルメサイト	クックパッド、楽天レシピなどのレシピサイト	JTB、るるぶ、楽天トラベルなどの旅行予約サイト	ECナビ・価格.comなどの価格比較サイト	YouTube・ニコニコ動画・Ustreamなどの動画サイト	Infoseek	毎日.jp、朝日新聞デジタルなどの新聞社の電子版サイト	All About	@nifty	Livedoor	携帯電話、パソコンにダウンロードした日本経済新聞・読売新聞などの新聞社のアプリサイト	Okwave	Excite	BIGLOBE	goo	So-net	Bing	msn	インターネットサイトは見ない
フィーチャーフォン使用者(フィーチャーフォン)	(400)	18.8	10.9	10.0	5.6	5.1	4.7	3.2	2.7	2.3	1.4	0.9	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.0	0.0	61.4
スマートフォン使用者(スマートフォン)	(400)	56.4	39.3	45.0	54.5	29.4	28.1	12.6	17.8	40.3	8.8	7.0	4.7	1.7	3.9	7.1	3.8	2.2	3.4	4.4	1.2	0.7	4.7	7.0
タブレット端末使用者(タブレット端末)	(400)	53.3	45.5	34.4	51.0	25.3	28.5	19.2	25.2	52.7	9.6	10.3	5.3	2.0	2.8	7.3	4.2	1.8	3.1	5.1	1.7	0.6	5.5	6.4
フィーチャーフォン使用者(個人用パソコン)	(400)	75.9	85.2	29.1	49.7	43.2	42.7	41.3	59.9	60.6	30.9	13.9	12.4	5.9	6.2	2.4	6.0	7.6	11.0	13.0	5.0	3.9	16.8	0.9
スマートフォン使用者(個人用パソコン)	(400)	73.8	78.9	39.9	57.2	36.8	34.6	41.8	52.3	62.6	22.3	11.0	13.6	4.9	6.7	3.8	7.3	6.2	9.5	10.8	5.1	2.2	11.8	2.2
タブレット端末使用者(個人用パソコン)	(400)	74.8	80.0	43.4	62.0	43.8	30.7	44.8	56.1	62.4	21.5	13.4	15.6	7.8	6.2	6.5	10.1	8.5	8.5	13.9	6.4	4.7	12.8	2.2

※「フィーチャーフォン使用者(フィーチャーフォン)」で降順ソート

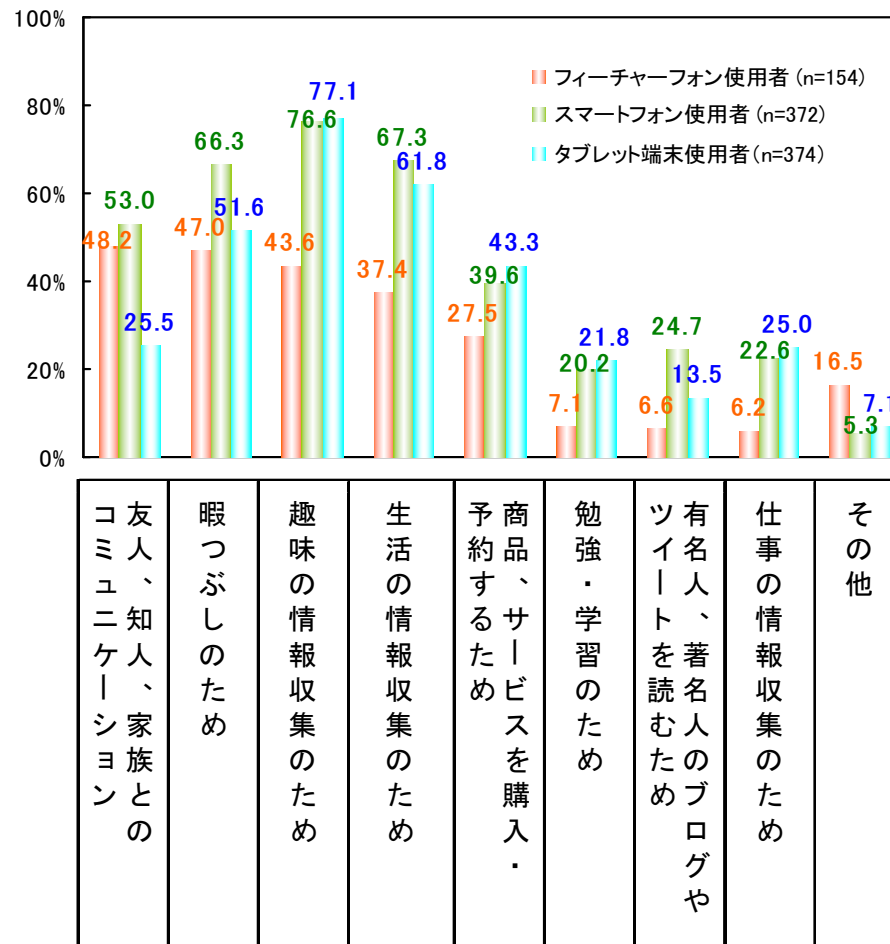
【対象者: 全員】

- 端末使用者内で1位
- 端末使用者内で2位
- 端末使用者内で3位

2. 使用携帯端末別の利用状況③インターネット利用目的

- ▶ フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末使用者のインターネット利用目的をみると、スマートフォン使用者およびタブレット端末使用者は「趣味の情報収集のため」、「生活の情報収集のため」が主な利用目的である。また、スマートフォン使用者は「暇つぶしのため」も高い。フィーチャーフォン使用者は「友人、知人、家族とのコミュニケーション」、「暇つぶしのため」、「趣味の情報収集のため」が主な利用目的であるが、半数に満たない。

Q3.現在お使いになっている電子機器で、インターネットサイトを利用する目的をお答えください。(MA)



※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート

【対象者: 全員】

2. 使用携帯端末別の利用状況④インターネット利用時間(平日)

- ▶ 平日の1日あたりのインターネット利用時間をみると、スマートフォン使用者(1.1時間)、タブレット端末使用者(0.9時間)は、フィーチャーフォン使用者(0.5時間)より倍以上利用している。
- ▶ 個人用パソコンのインターネット利用時間をみると、フィーチャーフォン使用者のインターネット平均利用時間が最も長く2.3時間。また、どの端末使用者も、携帯端末より個人用パソコンでのインターネット利用時間の方が長い。

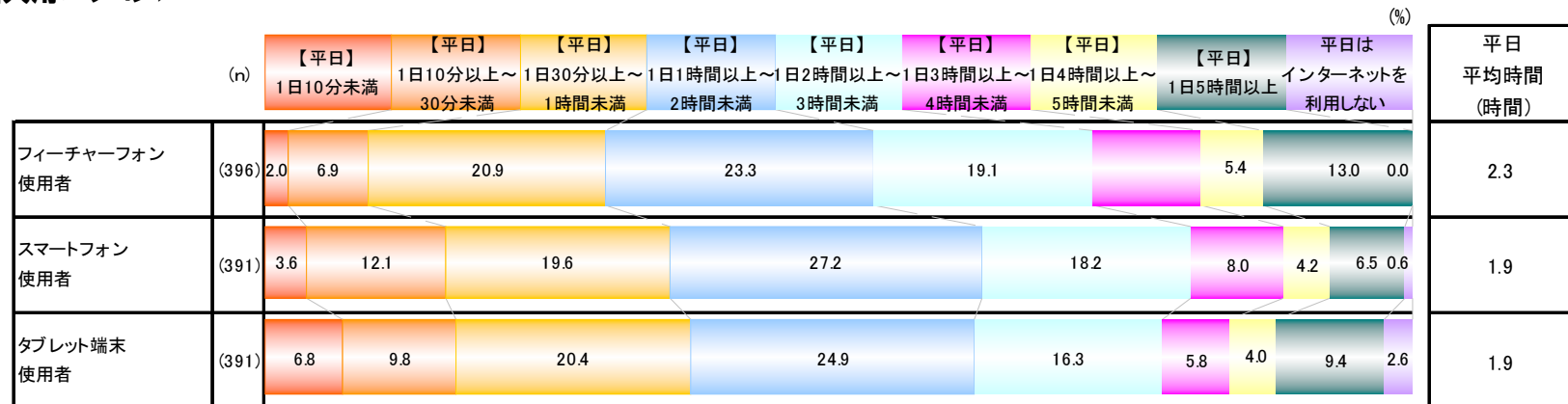
Q4.現在お使いになっている電子機器で、インターネットを利用して情報検索・収集にかかる時間をお答えください。(SA)

<フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末>



【対象者:全員】

<個人用パソコン>



【対象者:全員】

2. 使用携帯端末別の利用状況④インターネット利用時間(週末)

- ▶ 週末の1日あたりのインターネット利用時間をみると、平日の場合と同様にスマートフォン使用者(0.9時間)、タブレット端末使用者(1.1時間)が、フィーチャーフォン使用者(0.4時間)より倍以上利用している。
- ▶ 個人用パソコンのインターネット利用時間をみると、フィーチャーフォン使用者の平均インターネット利用時間が最も長く2.5時間。また、平日同様どの端末使用者も、携帯端末より個人用パソコンでのインターネット利用時間の方が長い。

Q5.現在お使いになっている電子機器で、インターネットを利用して情報検索・収集にかかる時間をお答えください。(SA)

<フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末>



【対象者:全員】

<個人用パソコン>



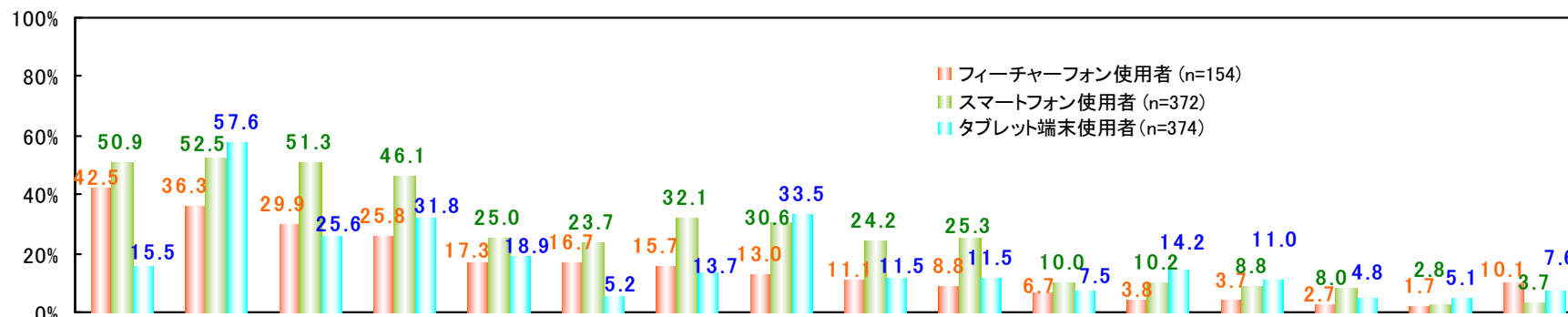
【対象者:全員】

2. 使用携帯端末別の利用状況⑤情報検索・収集タイミング

- ▶ 携帯端末での情報検索・収集タイミングをみると、フィーチャーフォン使用者は、「電車・バスの移動中に」が42.5%と最も高く、次いで「自宅で暇なときに」(36.3%)、「休憩のときに」(29.9%)、「寝床・ベッドで寝ながら」(25.8%)が続く。スマートフォン使用者では、フィーチャーフォン使用者と同様の項目が上位であるが、加えて「寝床・ベッドで寝ながら」、「授業・仕事の合間に」なども高く、利用シーンが多岐にわたる。タブレット端末使用者は、「自宅で暇なときに」が57.6%以上で最も高く、次いで「テレビを見ているときに」(33.5%)、「寝床・ベッドで寝ながら」(31.8%)が上位であり、それ以外は2割以下と情報収集のタイミングが特定のシーンに集中していることがうかがえる。

Q6.現在お使いになっている電子機器で、普段インターネットを利用して情報検索・収集にかかるタイミングをお答えください。(MA)

<フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末>



電車・バスの移動中に	自宅で暇なときに	休憩のときに	寝床・ベッドで寝ながら	家事の合間に	通勤・通学中に歩きながら	授業・仕事の合間に	テレビを見ている時に	昼食をとりながら	トイレの中で	授業中・仕事中に	料理をしながら	夕食をとりながら	お風呂に入りながら	家庭用ゲームをしている時に	その他
------------	----------	--------	-------------	--------	--------------	-----------	------------	----------	--------	----------	---------	----------	-----------	---------------	-----

※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート

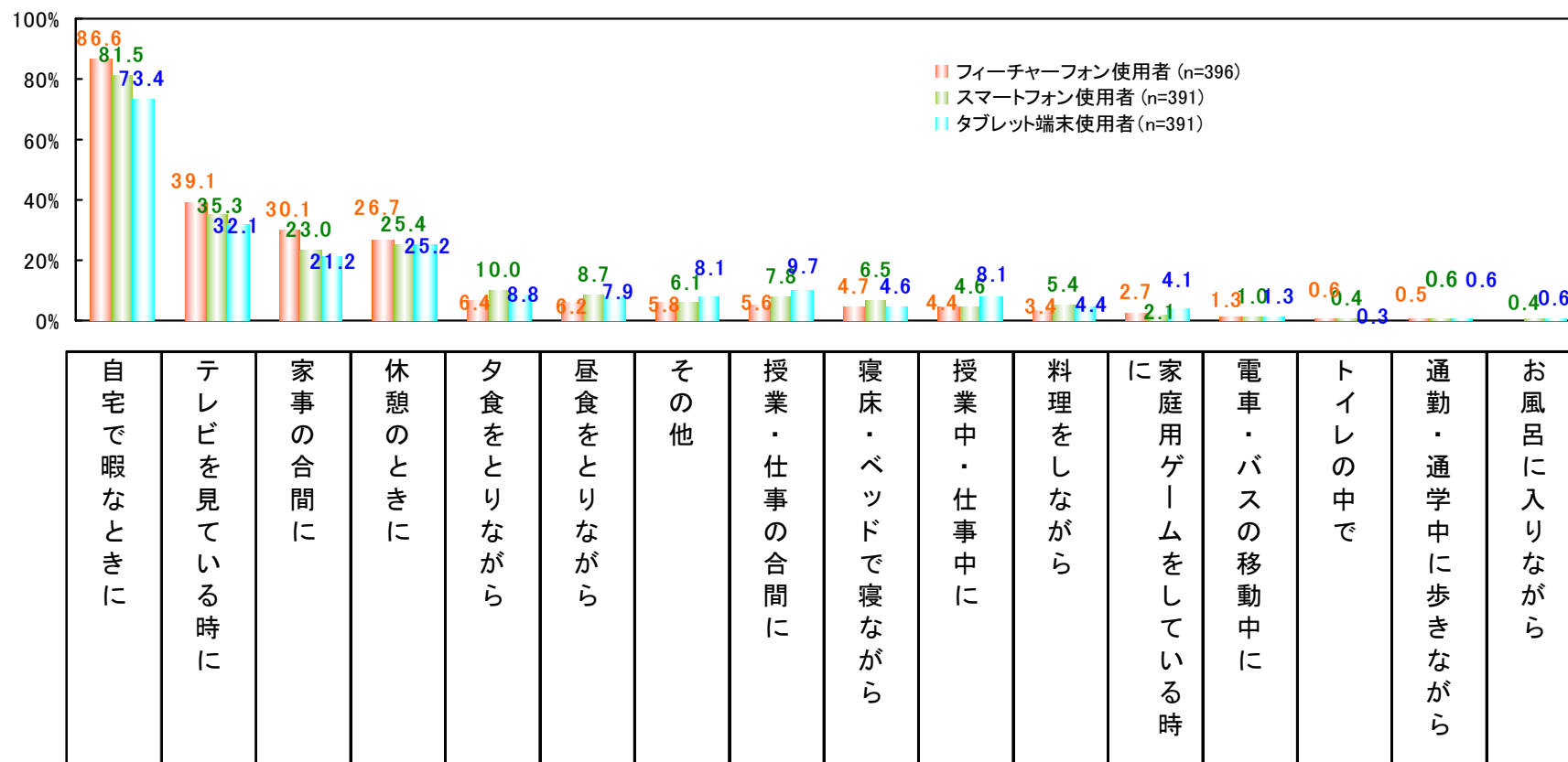
【対象者：全員】

2. 使用携帯端末別の利用状況⑤情報検索・収集タイミング

- ▶ 個人用パソコンでの情報検索・収集タイミングをみると、どの端末使用者においても「自宅で暇なときに」が7割以上で突出している。以下、差があって「テレビを見ている時に」、「家事の合間に」、「休憩のときに」が続く。

Q6.現在お使いになっている電子機器で、普段インターネットを利用して情報検索・収集にかかるタイミングをお答えください。(MA)

<個人用パソコン>



※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート

【対象者：全員】

3. スマートフォン、タブレット端末を所有することによる変化

- ▶ スマートフォン、タブレット端末所有前後で、個人用パソコンでのインターネット利用時間の変化をみると、どちらも「パソコンでインターネットをする時間は以前と変わらない」が半数以上を占める。
- ▶ 「減った」(「パソコンでインターネットをする時間はやや減った」+「パソコンでインターネットをする時間は減った」と回答した人は30%前後で、「増えた」(「パソコンでインターネットをする時間は増えた」+「パソコンでインターネットをする時間はやや増えた」と回答した人(15%前後)よりも多い。

Q9. スマートフォンをお使いになる前と現在を比べると、パソコンでインターネットを利用する時間は変わりましたか。(SA)
 Q12. タブレット端末をお使いになる前と現在を比べると、パソコンでインターネットを利用する時間は変わりましたか。(SA)

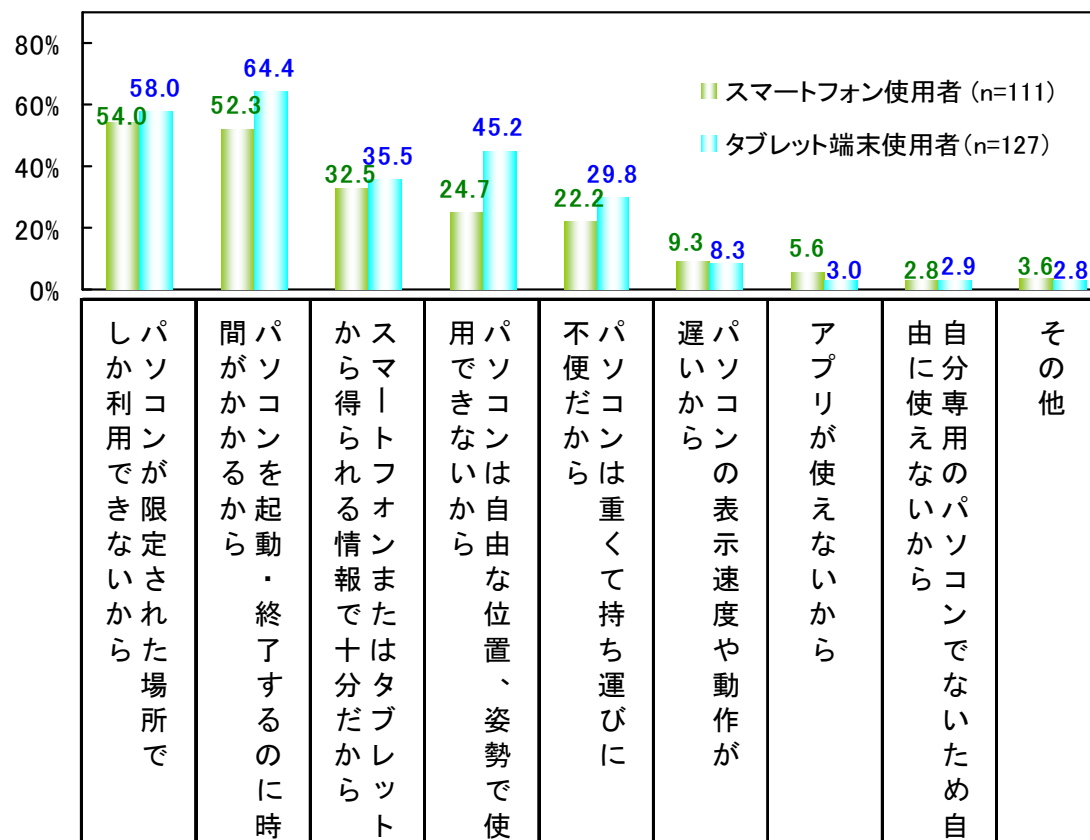
		(n) <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="background-color: #f4a460;">パソコンでインターネットをする時間は増えた</td> <td style="background-color: #f4c400;">パソコンでインターネットをする時間はやや増えた</td> <td style="background-color: #a4d4e4;">パソコンでインターネットをする時間は以前と変わらない</td> <td style="background-color: #a4f4e4;">パソコンでインターネットをする時間はやや減った</td> <td style="background-color: #d4a4f4;">パソコンでインターネットをする時間は減った</td> </tr> </table>					パソコンでインターネットをする時間は増えた	パソコンでインターネットをする時間はやや増えた	パソコンでインターネットをする時間は以前と変わらない	パソコンでインターネットをする時間はやや減った	パソコンでインターネットをする時間は減った	(%) <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td>増えた計</td> <td>減った計</td> </tr> </table>		増えた計	減った計
パソコンでインターネットをする時間は増えた	パソコンでインターネットをする時間はやや増えた	パソコンでインターネットをする時間は以前と変わらない	パソコンでインターネットをする時間はやや減った	パソコンでインターネットをする時間は減った											
増えた計	減った計														
スマートフォン使用者	(390)	8.3	7.2	56.2	18.7	9.7	15.4	28.4							
タブレット端末使用者	(395)	5.4	5.9	56.5	14.4	17.8	11.3	32.2							

【対象者: スマートフォン使用者、タブレット端末使用者】

3. スマートフォン、タブレット端末を所有することによる変化

- ▶ スマートフォン、タブレット端末所有後に、パソコンでのインターネット利用時間が減った理由は、「パソコンが限定された場所でしか利用できないから」、「パソコンを起動・終了するのに時間がかかるから」がどちらも半数以上みられる。
また、タブレット端末使用者では、「パソコンは自由な位置、姿勢で使用できないから」も半数近くみられる。

Q10.スマートフォンをお使いになる前と現在を比べると、パソコンでインターネットをする時間が「減った」理由をお答えください。(MA)
Q13.タブレット端末をお使いになる前と現在を比べると、パソコンでインターネットをする時間が「減った」理由をお答えください。(MA)



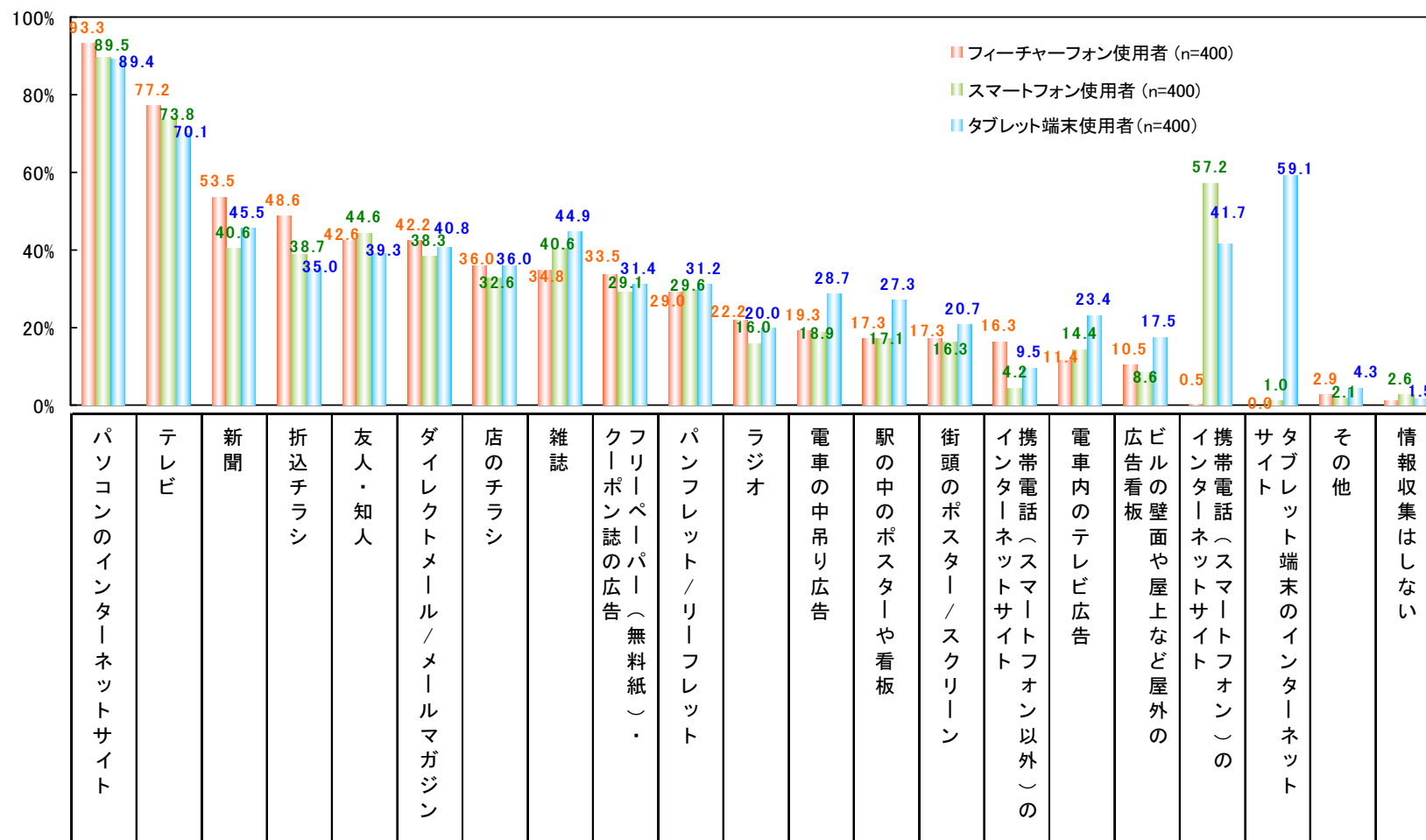
※「スマートフォン使用者」で降順ソート

【対象者：スマートフォン、タブレット端末使用者】

4. 携帯端末の使用者ごとの行動・意識の違い①情報収集経路

▶ フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末使用者の生活に関わる情報収集経路をみると、どの端末使用者においても「パソコンのインターネットサイト」が約9割で最も高く、次いで、「テレビ」が7割台、「新聞」、「折込チラシ」、「友人・知人」、「ダイレクトメール/メールマガジン」が4割台で続く。また、タブレット端末使用者では、「電車の中吊り広告」、「駅の中のポスターや看板」、「電車内のテレビ広告」、「ビルの壁面や屋上など屋外の広告看板」が他の端末使用者より高く、情報収集経路が多岐にわたる。

SC4_1.あなたが普段の生活に関わる情報を収集する際に、利用しているものをお答えください。



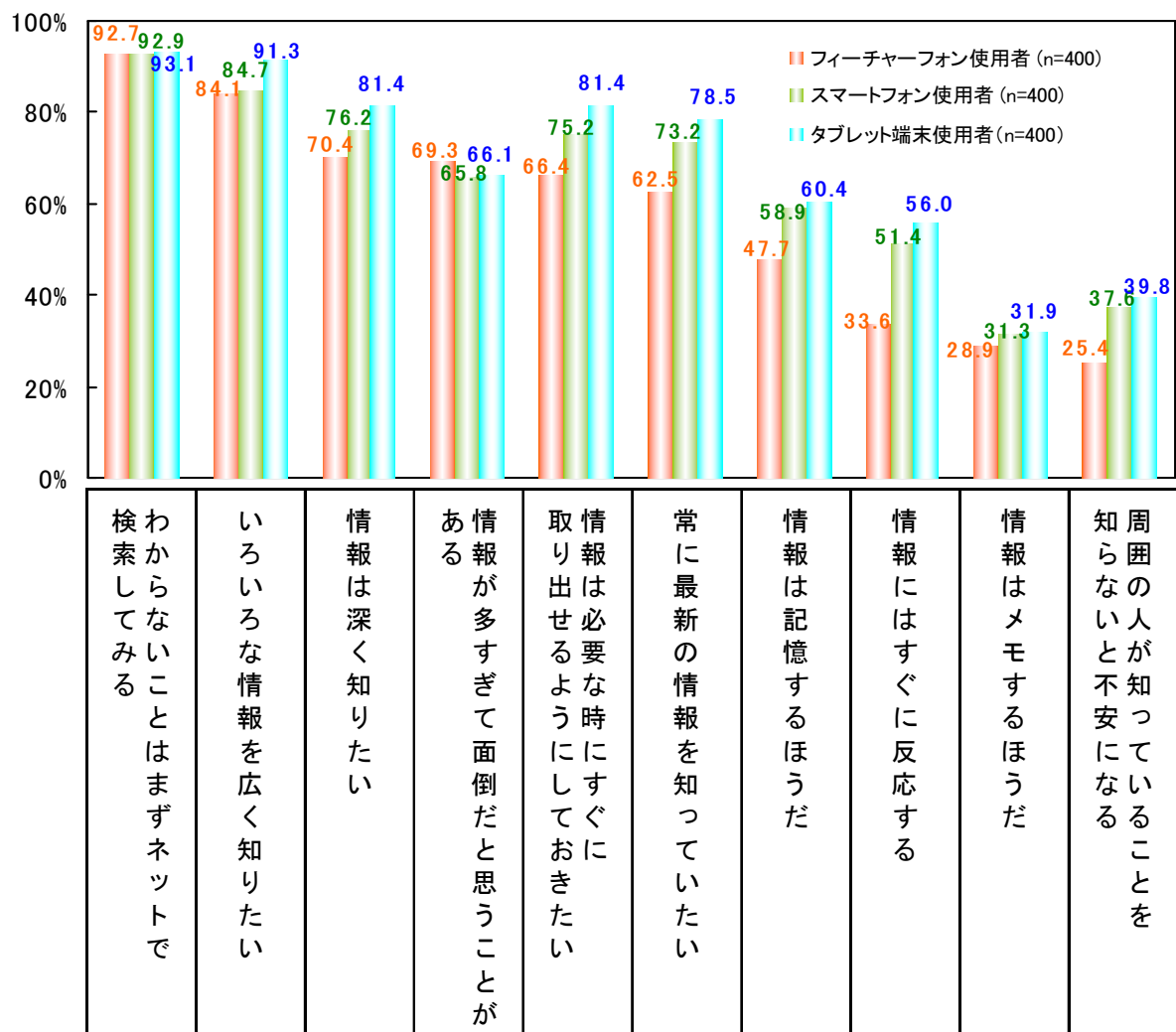
※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート

【対象者: 全員】

4. 携帯端末のユーザーごとの行動・意識の違い②情報意識

- ▶ フィーチャーフォン、スマートフォン、タブレット端末使用者の情報に関する行動・意識をみると、どの端末使用者も「わからないことはまずネットで検索してみる」、「いろいろな情報を広く知りたい」が8～9割台で高い。タブレット端末使用者は、全ての項目で他の端末使用者よりスコアが高く、情報感度が高いことがうかがえる。

Q14.あなたは以下にあげる「情報」に関する考え方や意見・行動について、どの程度あてはまりますか。(SA)



※「フィーチャーフォン使用者」で降順ソート【対象者：全員】(「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」のTOP2計)