

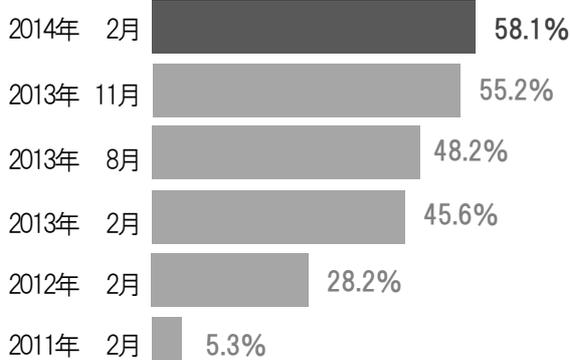
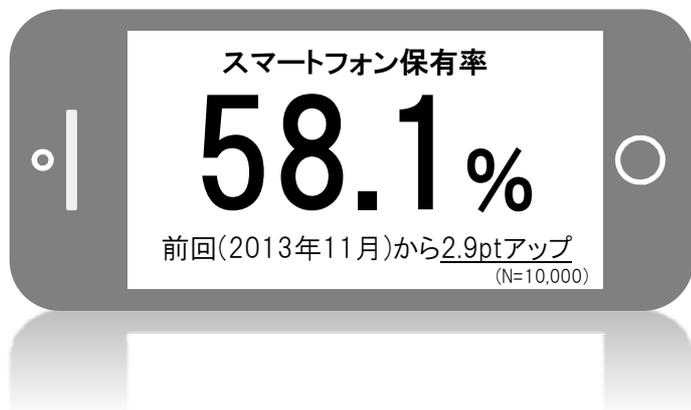


## 「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」第9回分析結果報告

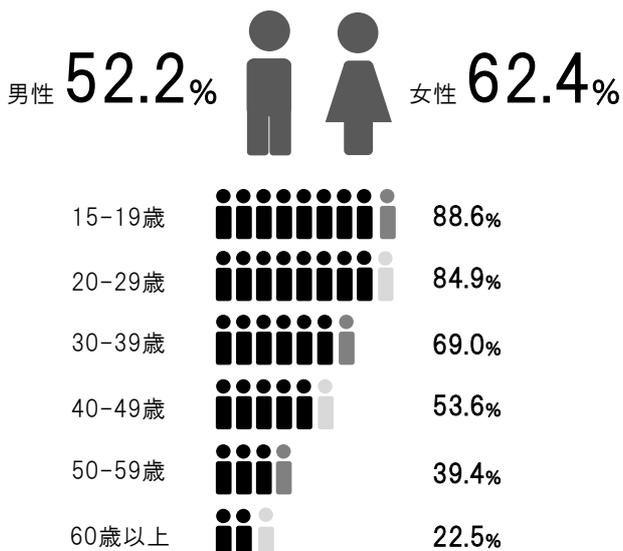
株式会社博報堂DYホールディングスのグループ横断型組織「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター」(\*1)は、日本のスマートフォンの普及状況を浮き彫りにするため、「全国スマートフォンユーザー1000人定期調査」(\*2)を実施しております。この度、2014年2月に行った第9回調査の結果をご報告致します。

スマートフォン保有率は58.1%と前回の第8回調査(2013年11月実施)と比較して+2.9pt増加、特に10代・20代では8割を超えるなど、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。

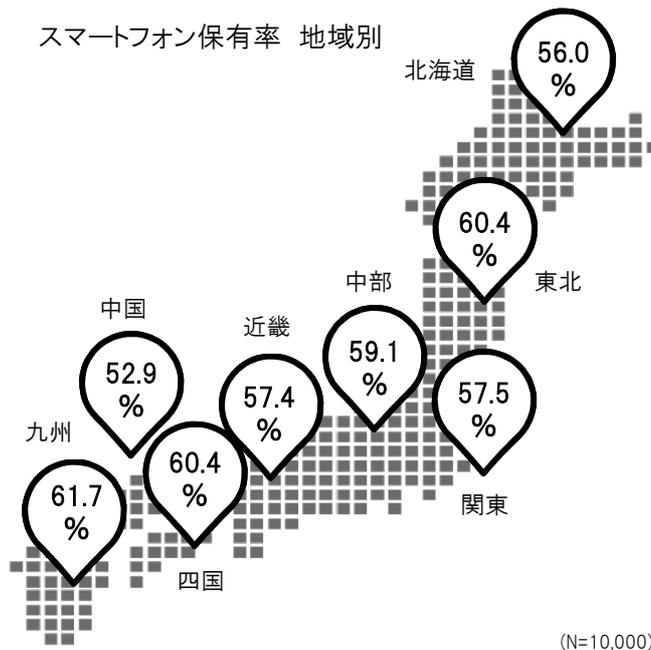
博報堂DYグループでは、今後もスマートフォンの普及状況と、マーケティング・コミュニケーションにおけるスマートフォンの可能性に注目し、大サンプルかつ高頻度のスマートフォンユーザー調査を続けてまいります。



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「スマートフォンでのオンライン動画視聴実態」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9回特別分析レポート スマートフォンでのオンライン動画視聴実態

## スマートフォンでの動画視聴経験は8割超、1日平均視聴は34分

- スマートフォンユーザーの約半数が、「週1日以上」スマートフォンで動画を視聴。
- 10代では、4割以上が「ほぼ毎日」視聴。
- 「すきま時間」や「移動中」などの時間を使った「短時間」の視聴スタイルが特徴的。

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2014年2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9回の結果を元に、「スマートフォンでのオンライン動画の視聴実態」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、スマートフォンでのオンライン動画(ワンセグ放送を除くインターネット経由のストリーミング動画)の視聴経験を調査したところ、全体の83.5%が「視聴したことがある」と回答しました。また、視聴頻度をきいたところ、「週に1日以上」視聴している人は全体の51.2%と、過半数を超え、そのうち「ほぼ毎日」利用している人は25.0%と4人に1人にのぼることがわかりました。10代では「ほぼ毎日」が43.6%と視聴頻度がきわめて高い傾向が見られました。

視聴しているシーンとしては、「すきま時間」や「移動中」「待ち時間」などのちょっとした時間での視聴が多く、視聴時間も「10分未満」の比較的短時間の視聴が多い傾向が見られました。また、スマートフォンで視聴している動画の内容としては、若年層を中心に「音楽、アーティストのPV・ライブ映像」が多くあげられました。

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。

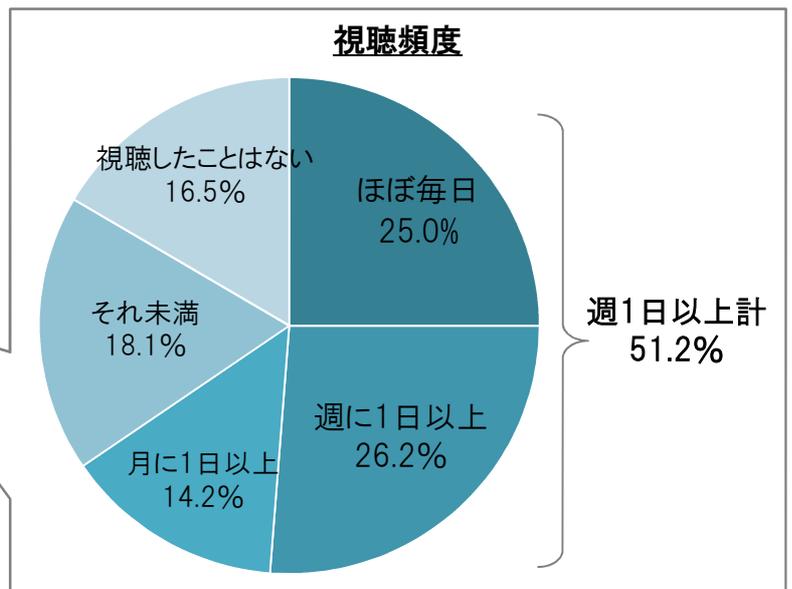
### スマートフォンでのオンライン動画視聴経験



「視聴したことがある」

全体 83.5%

|        |       |
|--------|-------|
| 15-19歳 | 95.8% |
| 20-29歳 | 91.3% |
| 30-39歳 | 82.0% |
| 40-49歳 | 82.1% |
| 50-59歳 | 77.0% |
| 60歳以上  | 66.1% |



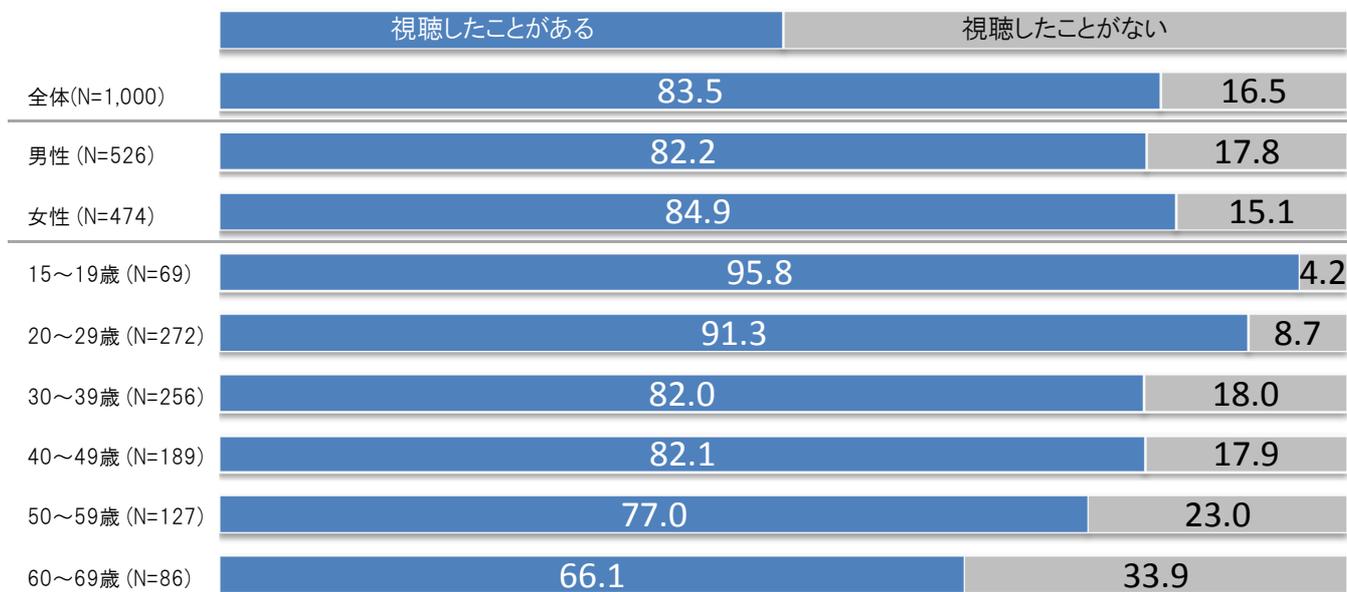
※%は小数点第1位まで切り上げ値 ※スマートフォンユーザー(N=1,000)による全員回答  
※ここでの「オンライン動画」とは、ワンセグ放送を除くインターネット経由のストリーミング動画のことをさします

<調査結果の詳細>

- スマートフォンでオンライン動画の視聴経験がある人は、スマートフォンユーザー全体の83.5%。
- 年代が若いほど視聴経験は高く、10～20代においては9割以上。

スマートフォンでのオンライン動画の視聴経験

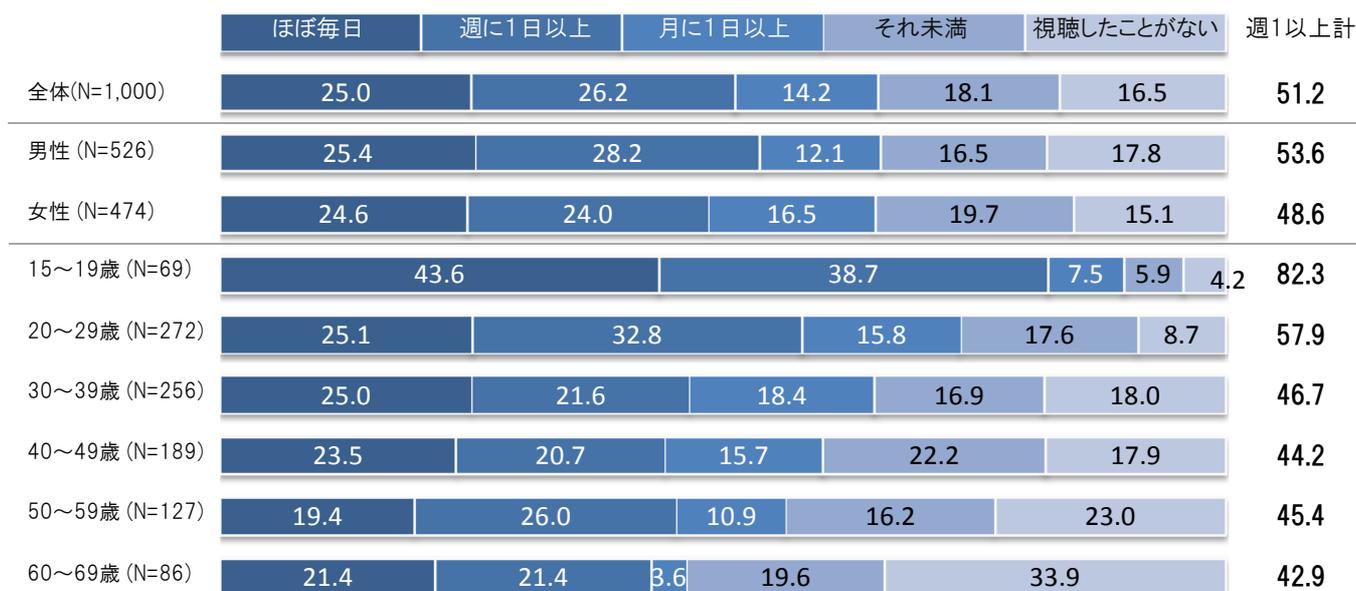
(%)



- 「週1日以上」の頻度で動画を視聴する人は、スマートフォンユーザー全体の51.2%と半数を超える。
- 10代では視聴頻度がきわめて高く、「週1日以上」が82.3%、「ほぼ毎日」は43.6%にのぼる。

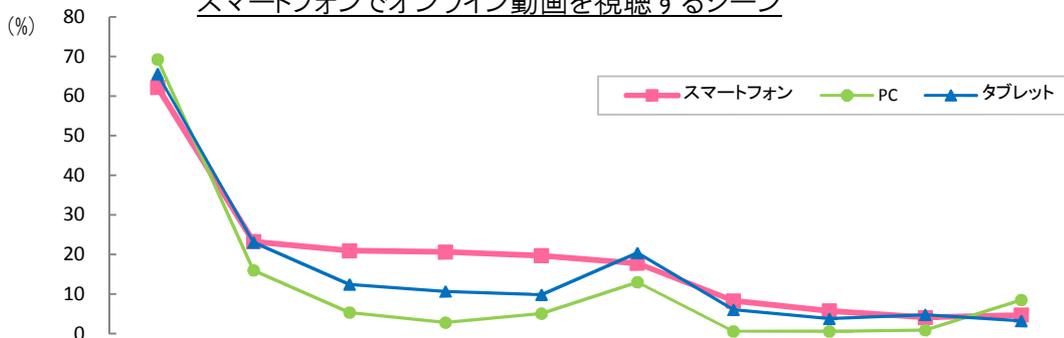
スマートフォンでのオンライン動画の視聴頻度

(%)



- 動画視聴するシーンは、「リビングやベッドでくつろいでいる時」が最も多い。
- PCやタブレットでの視聴と比べると、スマートフォンでは「すきま時間」「移動中」「待ち時間」が高い。

スマートフォンでオンライン動画を視聴するシーン

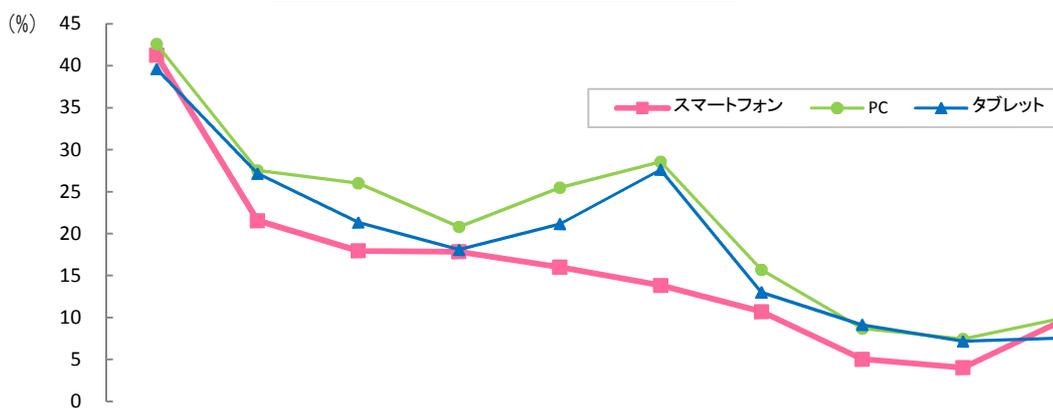


|         | N   | リビングやベッドでくつろいでいる時 | 仕事中や勉強の休憩 | 待ち時間に中やす | 電車やバスなどの移動中 | 駅やバス停での待ち時間 | 一人で食事をする時 | トイレに入っている時 | 風呂に入っている時 | 友人や他の人と会話している時 | その他 |
|---------|-----|-------------------|-----------|----------|-------------|-------------|-----------|------------|-----------|----------------|-----|
| スマートフォン | 683 | 62.3              | 23.3      | 21.0     | 20.6        | 19.7        | 17.8      | 8.3        | 5.8       | 4.1            | 4.7 |
| PC      | 808 | 69.3              | 16.0      | 5.4      | 2.8         | 5.1         | 13.0      | 0.6        | 0.6       | 0.9            | 8.5 |
| タブレット   | 215 | 65.6              | 23.0      | 12.4     | 10.7        | 9.8         | 20.4      | 6.0        | 3.8       | 4.8            | 3.2 |

※スマートフォンユーザー1000名のうち、それぞれのデバイスにつき、2~3か月に1回以上の頻度でオンライン動画を視聴する人ベース

- 視聴している動画内容は、「音楽、アーティストのPVやライブ」が最も高く、次いで「一般ユーザーの投稿」。
- PCやタブレットでの視聴も、同様の傾向が見られる。

スマートフォンで視聴している動画内容

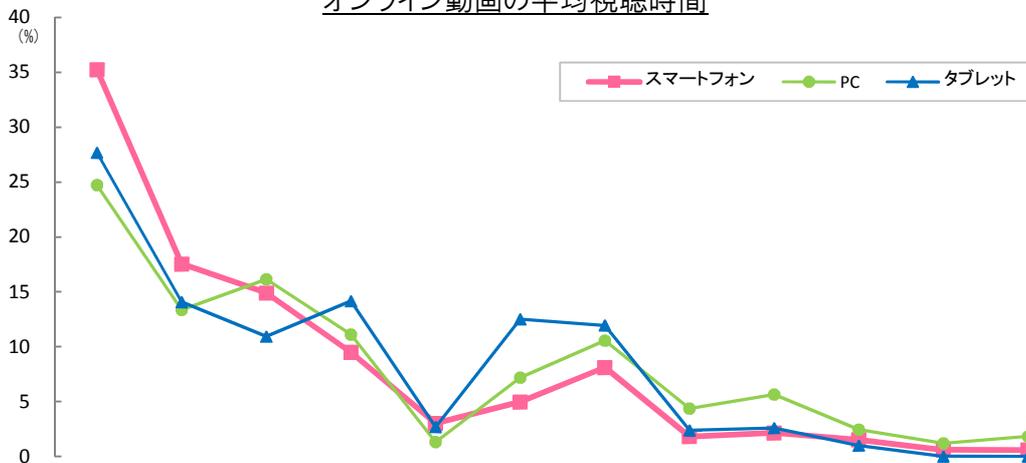


|         | N   | 音楽・アーティストのPVやライブ | 一般ユーザーの投稿 | 趣味や生活に関する情報 | ニュース・報道 | アニメ  | 映画・ドラマ | スポーツの情報 | 企業のCM・ブランド | 企業の紹介・ブランド | その他  |
|---------|-----|------------------|-----------|-------------|---------|------|--------|---------|------------|------------|------|
| スマートフォン | 683 | 41.3             | 21.6      | 18.0        | 17.8    | 16.0 | 13.8   | 10.7    | 5.0        | 4.0        | 9.7  |
| PC      | 808 | 42.6             | 27.5      | 26.0        | 20.8    | 25.5 | 28.6   | 15.7    | 8.7        | 7.5        | 10.0 |
| タブレット   | 215 | 39.6             | 27.1      | 21.3        | 18.1    | 21.2 | 27.6   | 13.0    | 9.1        | 7.2        | 7.6  |

※スマートフォンユーザー1000名のうち、それぞれのデバイスにつき、2~3か月に1回以上の頻度でオンライン動画を視聴する人ベース

- スマートフォンでのオンライン動画の平均視聴時間は33.6分。
- 「10分未満」の視聴が最も多い。

オンライン動画の平均視聴時間



|         | N   | 10分未満 | 10分～20分未満 | 20分～30分未満 | 30分～40分未満 | 40分～50分未満 | 50分～1時間未満 | 1時間～1時間30分未満 | 1時間30分～2時間未満 | 2時間～3時間未満 | 3時間～4時間未満 | 4時間～5時間未満 | 5時間以上 | 平均時間  |
|---------|-----|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| スマートフォン | 683 | 35.2  | 17.5      | 14.9      | 9.5       | 3.0       | 5.0       | 8.1          | 1.8          | 2.2       | 1.5       | 0.6       | 0.6   | 33.6分 |
| PC      | 808 | 24.7  | 13.4      | 16.1      | 11.1      | 1.3       | 7.2       | 10.6         | 4.4          | 5.7       | 2.5       | 1.2       | 1.8   | 51.2分 |
| タブレット   | 215 | 27.7  | 14.1      | 10.9      | 14.2      | 2.7       | 12.5      | 11.9         | 2.4          | 2.6       | 1.0       | 0.0       | 0.0   | 36.7分 |

※スマートフォンユーザー1000名のうち、それぞれのデバイスにつき、2～3か月に1回以上の頻度でオンライン動画を視聴する人ベース

- 「Youtubeの検索」がきっかけで視聴する人は49.1%と半数近く、次いで「検索サイトからの検索」「Youtubeの関連動画・おすすめ」からが多い。

オンライン動画を視聴するきっかけ



※スマートフォンユーザー1000名のうち、スマートフォン・PC・タブレットいずれかのデバイスで、2～3か月に1回の頻度で動画を視聴している人ベース

## \*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・アドバタイジング・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。



## \*2 調査の概要

調査時期：2014年2月21-2月23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  
(保有率スクリーニング調査10,000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.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews130514.pdf>
- ・第6回分析結果報告 2013年7月30日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews20130730.pdf>
- ・第7回分析結果報告 2013年10月18日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews20131018.pdf>
- ・第8回分析結果報告 2014年1月20日発表  
<http://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/pdf/HDYnews20140120.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 西尾・桐明・山崎(TEL:03-6441-9062)