

報道関係各位

平成23年 8月29日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

**スマートフォン使用者の74.5%が、もはや“生活必需品”！
使ってみると意外に「操作が簡単」と感じられており、
通話・メール以外のアプリケーションや機能を8割以上の人が活用。**

—「スマートフォンユーザーの実態把握調査」—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、スマートフォンを所有している全国の18~49歳の男女1,250人を対象に、「スマートフォンユーザーの実態把握調査」を実施いたしました。

■調査背景・目的

近年、新しく発売される携帯電話のほとんどがスマートフォンになってきており、今後携帯電話端末はスマートフォンが主流になると考えられます。スマートフォンは、タッチパネルや大画面、PCとの連動といった特徴はもちろん、様々なアプリケーションを活用することで“自分の用途に合わせた使い方”ができることが魅力ですが、このような背景において、ユーザーはスマートフォンをどのようなツールとして捉えているのでしょうか。本調査では、スマートフォンや、そのアプリケーションなどの使用状況を把握するだけでなく、ユーザータイプ別の使用実態も明らかにしました。

■調査結果トピックス

✓スマートフォン使用後の評価は、「情報収集がしやすい／スピーディーに情報収集できる」(51.9%)が最も高い。

また、使用前と比較して「操作が簡単」(25.4%)が11.8ポイント上回った。<図1>

✓アプリケーションの使用状況は、無料／有料問わず「ゲーム」が高い。

有料アプリで活用されているのは、「交通／地図」や「ビジネス」。

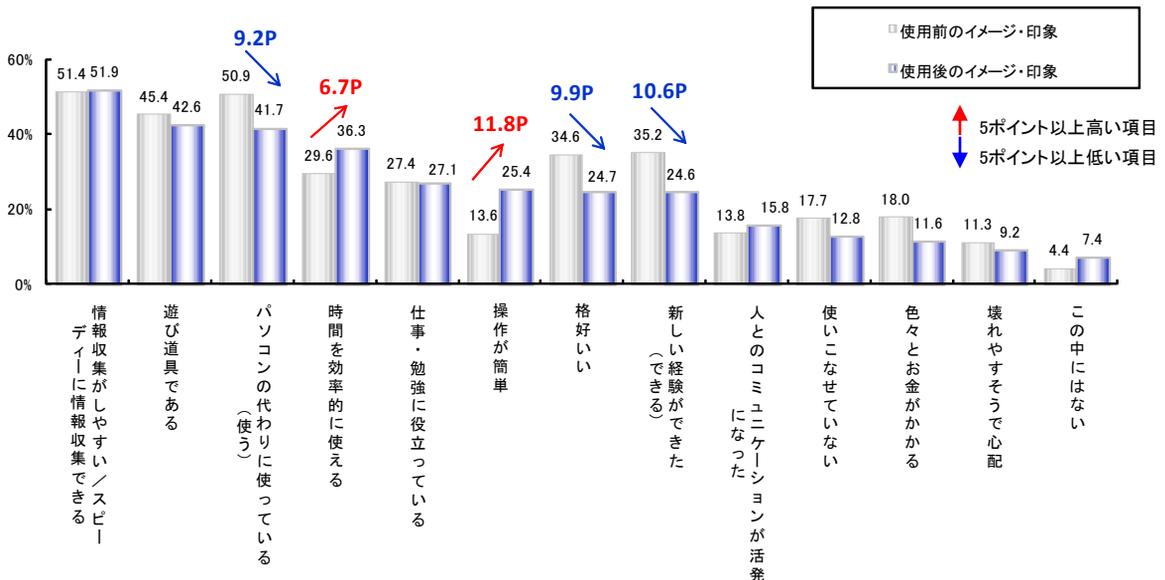
✓使用者の74.5%が、スマートフォンを“生活必需品”と思っている。<図2>

✓スマートフォンの使用タイプは、「趣味・実益派」(36.3%)が最も高く、30代男性ビジネスマンの傾向が高い。

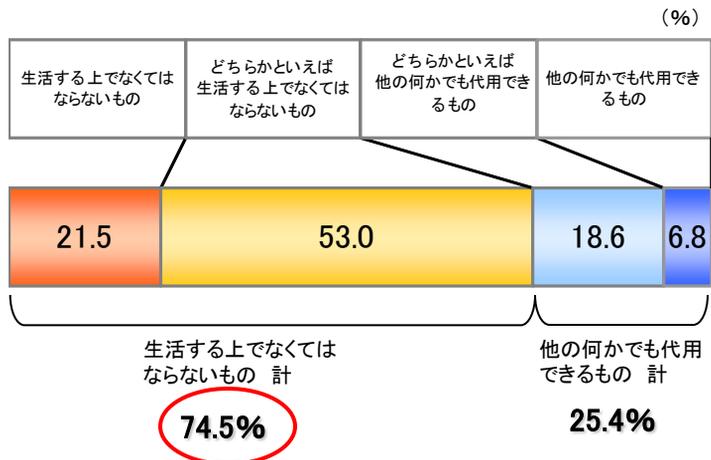
次に「通話・メール中心派」(17.8%)、「エンタメ派」(15.0%)と続く。<図3>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ [http://www.cross-m.co.jp/report/report.html\\$/id/8424/](http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/8424/)

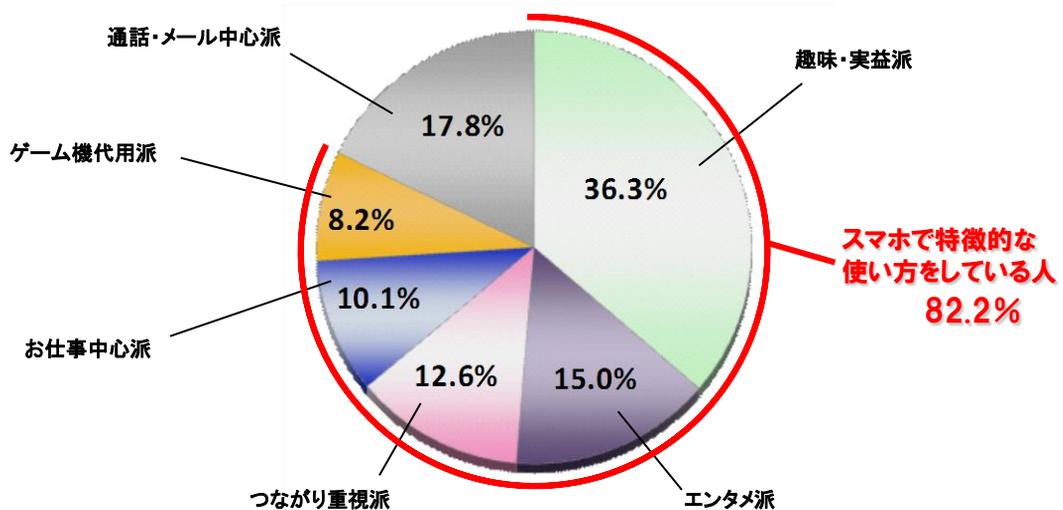
<図1> スマートフォン使用前／使用後の“期待”と“実際” *全数(n=1,250)



〈図2〉 スマートフォンの必要性 *全数(n=1,250)



〈図3〉 スマートフォン使用タイプ *全数(n=1,250)



今回の調査では、以下の6タイプのうち、どれが最も自分に近いタイプかを選んでもらい、タイプ分けをおこなった。

趣味・実益派	趣味の情報や、役に立つ情報などを得るためのツールとして最も評価している
エンタメ派	いつでもどこでも動画を見たり、音楽を聴いたりできるツールとして最も評価している
つながり重視派	どこにいてもネット上で友達と近況を報告しあえたり、いろいろな人とつながることができるツールとして最も評価している
お仕事中心派	仕事の効率が上がったたり、様々なビジネスシーンでも役に立つので、仕事をする上でなくてはならないツールとして最も評価している
ゲーム機代用派	お気に入りのゲームがいつでもどこでも楽しめる、ポータブルゲーム機の代わりになるツールとして最も評価している
通話・メール中心派	通話やメールを中心に使っている

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
調査対象 : 全国の18~49歳の男女 ※現在スマートフォンをプライベートで加入している者
調査期間 : 2011年5月20日(金)~2011年5月22日(日)
有効回答数 : 1,250サンプル
回答者属性 : 年齢により割付。

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当:大島 理香(おおしま りか) TEL: 03-3549-0603 FAX: 03-3549-0232
E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」