

デジタルデトックスで「スマホ断ち」 実践経験者は2割弱 実践者の半数以上は継続意向あり

＜デジタルデトックスに関する調査＞

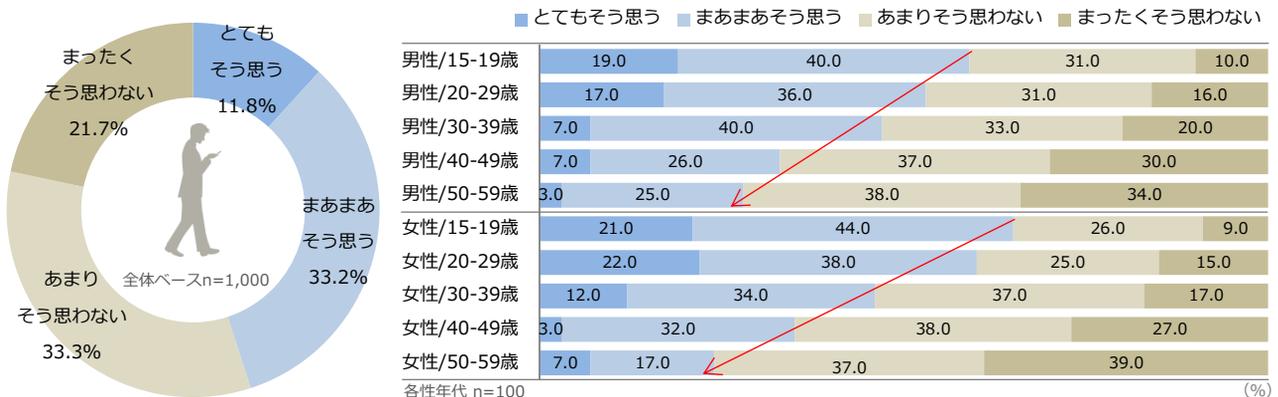
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する15歳～59歳の男女を対象に「デジタルデトックスに関する調査」を実施しました。

◆ 自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/dd20181106/>

■ 調査結果（一部抜粋）

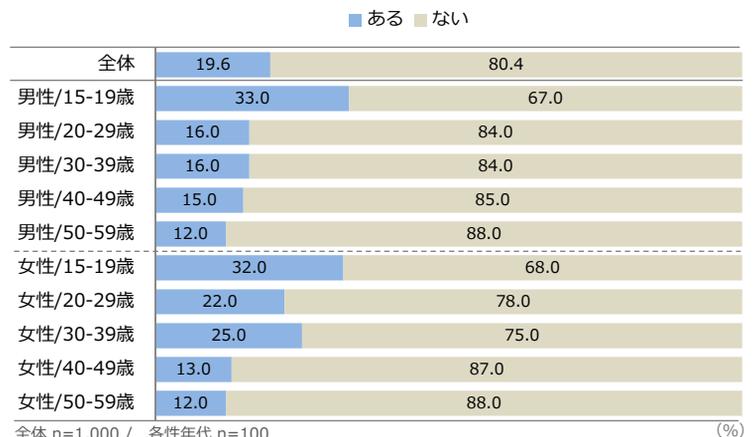
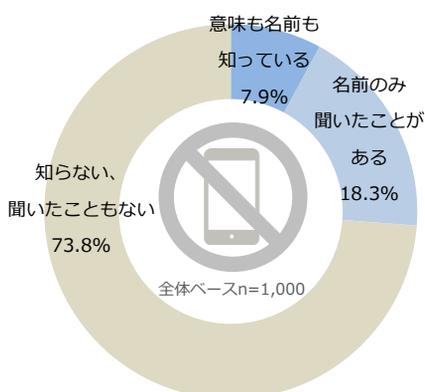
- ☑ 自分はスマホ依存症と思うかどうかでは、全体で「そう思う」（とてもそう思う+まあまあそう思うの合計）が約4割と半数弱。性年代別でみると、男女ともに10代は「そう思う」の割合が高く、年代が上がるごとに減少。若年層であるほど自分がスマホ依存症だと思う割合が高いことが判明。＜図1＞
- ☑ デジタルデトックスの認知では7割が「知らない、聞いたこともない」と回答。実践経験の有無でも経験者は2割弱と少ない結果になった。年代別では10代の実践率が高く、性別では男性に比べて女性の実践率が高い傾向がみられた。＜図2-1,図2-2＞
- ☑ デジタルデトックス実践者に今後の継続意向を聞くと、全体では6割の人に継続意向がみられた。特に、自身がスマホ依存症と思っている人は全体よりも継続意向が強い。＜図3＞
- ☑ デジタルデトックス非実践者の実践意向は全体の3割弱。一方、自身がスマホ依存症と思う人の実践意向は4割弱と全体より12pt上っており、スマホ依存症の自覚がある人はデジタルデトックスへの興味度合いの高さがみられる。＜図4＞

＜図1＞ 自分はスマホ依存症と思うかどうか



＜図2-1＞ デジタルデトックスの認知

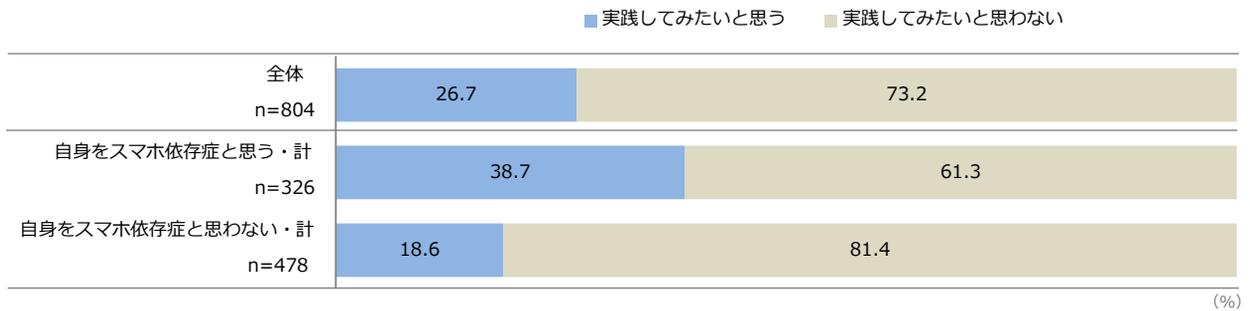
＜図2-2＞ デジタルデトックス実践経験の有無



<図3> デジタルデトックス継続意向 [デジタルデトックス実践者ベース]



<図4> デジタルデトックス実践意向 [デジタルデトックス非実践者ベース]



■ 全調査項目

- 属性設問 (性別/年代/婚姻状況/子の有無/同居者/居住地/職業/個人年収/世帯年収)
- 1日のスマートフォン利用時間
- スマートフォンでよく使う機能・アプリ
- スマートフォンを使うシーン
- 現在使っているSNS
- インターネット空間内での居場所の有無
- 「スマホ依存症」自覚の有無とその理由
- デジタルデトックスの認知
- デジタルデトックス実践経験の有無
- デジタルデトックス実践後の変化
- デジタルデトックス実践期間
- デジタルデトックス実践方法
- デジタルデトックス継続意向とその理由
- デジタルデトックス実践意向とその理由
- デジタルデトックス実践希望方法

◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/dd20181106/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 15~59歳の男女、スマートフォン所有者
 調査期間 : 2018年10月19日(金)~10月21日(日)
 有効回答数 : 1,000サンプル
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 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 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 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 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/
 <<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・・・」