

報道関係各位

2023年12月7日  
株式会社クロス・マーケティング

## 最近目の疲れ実感した人は69%、老眼世代の50代は76% 4割は「スマホ依存症」と自覚、20代は6割と多数

－ 目に関する調査（2023年） －

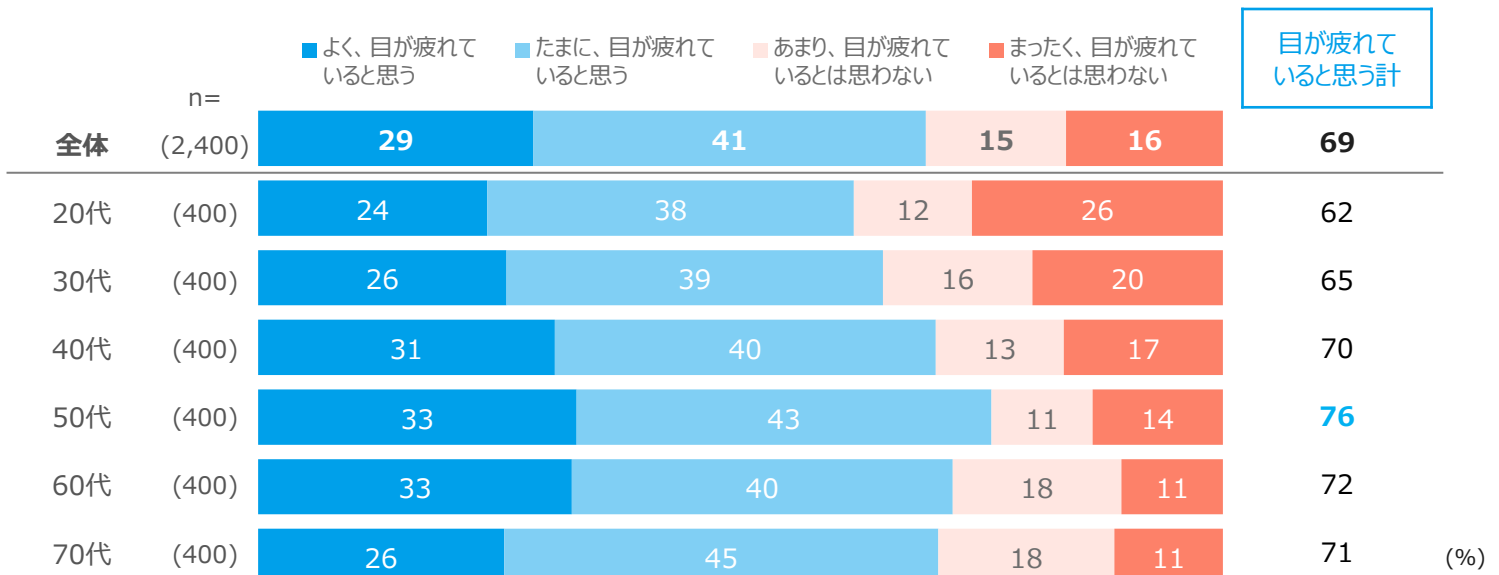
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年11月、全国20～79歳の男女2,400名を対象に「目に関する調査（2023年）」を行いました。デジタルデバイスが日常生活の一部となっている現在、目への影響はどのようになっているのでしょうか。今回は、目についての疲労感、スマートフォンの利用時間と使っている機能、スマホ依存症の自覚やデジタルデトックスの認知・実施状況をピックアップし分析をしました。

### ■ 調査結果（一部抜粋）

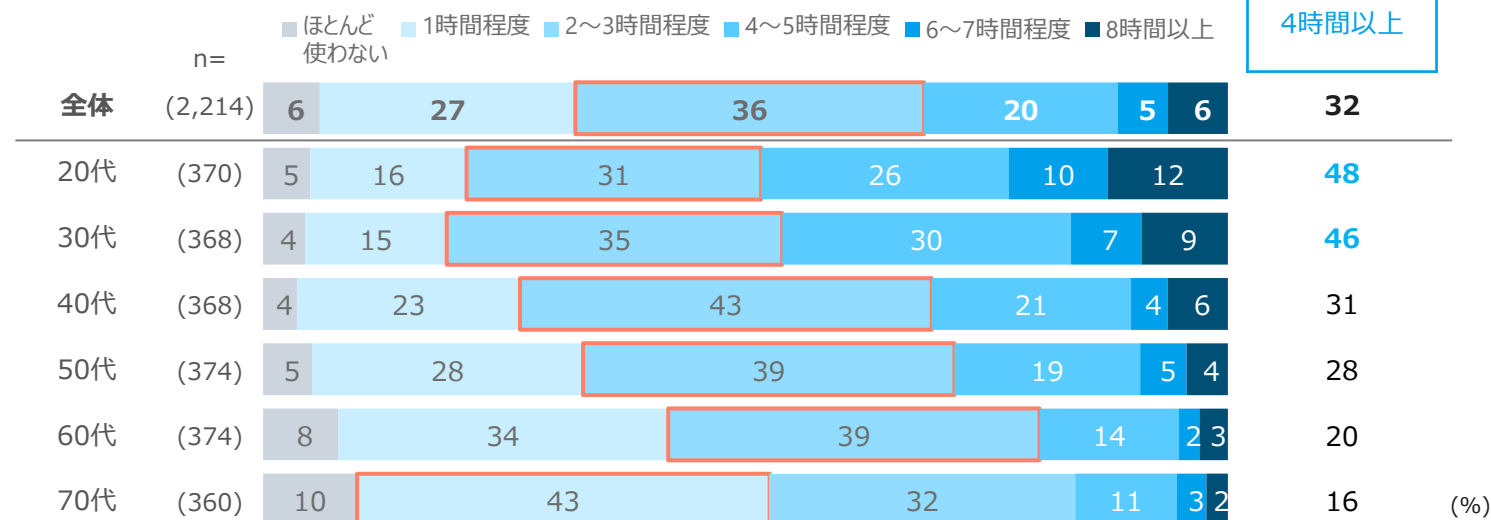
- ✓ **【目の疲労感】** 直近1か月間に「よく、目が疲れていると思う」は29%、「たまに、目が疲れていると思う」と合わせて69%の人は目が疲れていると実感していた。老眼が進行してきていると思われる50代では目への疲労感が76%と高い。〈図1〉
- ✓ **【スマートフォンの利用状況】** スマートフォンの保有者に対し、平日・休日を合わせた1日当たりの利用時間を聴取した。20～60代は「2～3時間」、70代は「1時間程度」がボリュームゾーンである。若い年代ほど利用時間が長くなる傾向にあり、20～30代は、4時間以上の利用者が半数近くにのぼる。〈図2〉 最も利用時間の長い機能やアプリでは、「インターネット検索での調べものやニュースなどのサイト閲覧」が41%、「メール・SNS」が27%、「音楽・動画鑑賞」11%、「ゲーム」が9%であった。「インターネット検索での調べものやニュースなどのサイト閲覧」は40代以上で多い。20代のみ、ネット検索よりも「メール・SNS」の利用時間が長いと回答した人が37%と多い。〈図3〉
- ✓ **【スマホ依存症の自覚】** スマホ依存症の自覚を確認したところ、「かなりスマホ依存症だと思う」は10%、「まあスマホ依存症だと思う」は34%、合わせて44%はスマホ依存症と自覚していた。20～30代は依存症と思う人が多く、40代は依存症と思う／思わないが拮抗、50～70代は逆に依存症と思わない人が多くなる。〈図4〉 自身がスマホ依存症だと思う理由を自由回答で聴取した。スマートフォンが「手放せない」「ないと落ち着かない」「ないと不安になる」「ないと困る」「ない生活は考えられない」という声が多く、ちょっとしたスキマ時間にもスマートフォンを操作する習慣が身についている様子である。〈図5〉
- ✓ **【デジタルデトックスの認知・実施経験】** デジタルデトックスの「名称も内容も知っている」は14%、「内容はわからないが名称は聞いたことがある」が19%、合わせて33%の認知率であった。デジタルデトックスの内容を提示した上で聴取したデジタルデトックスの実施経験者は1割程度にとどまった。〈図6〉

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20231207eye/>

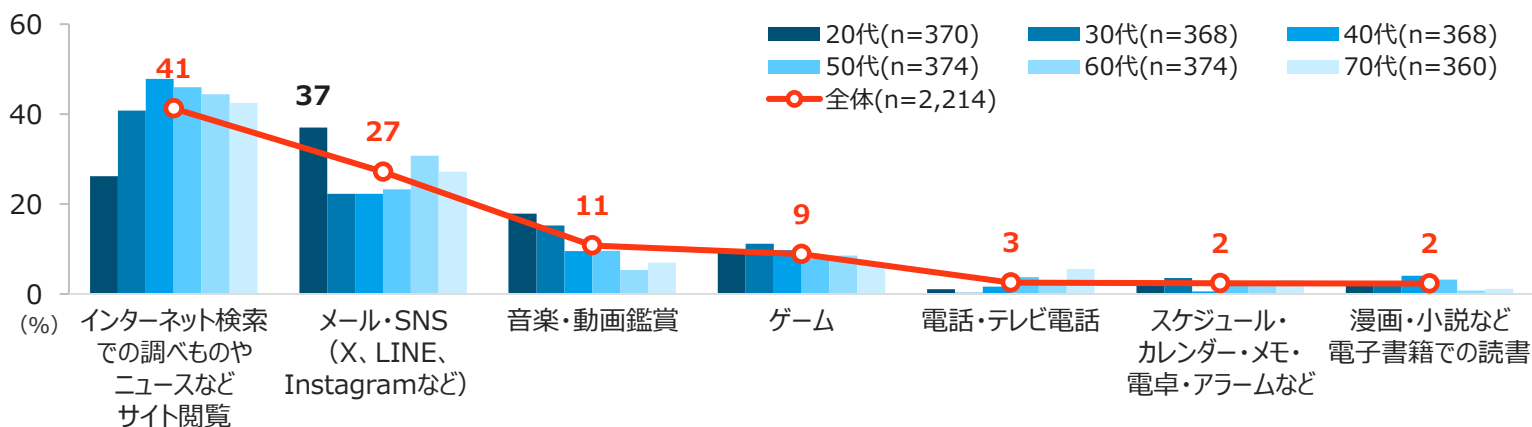
〈図1〉 直近1か月間の目の疲労感（単一回答）



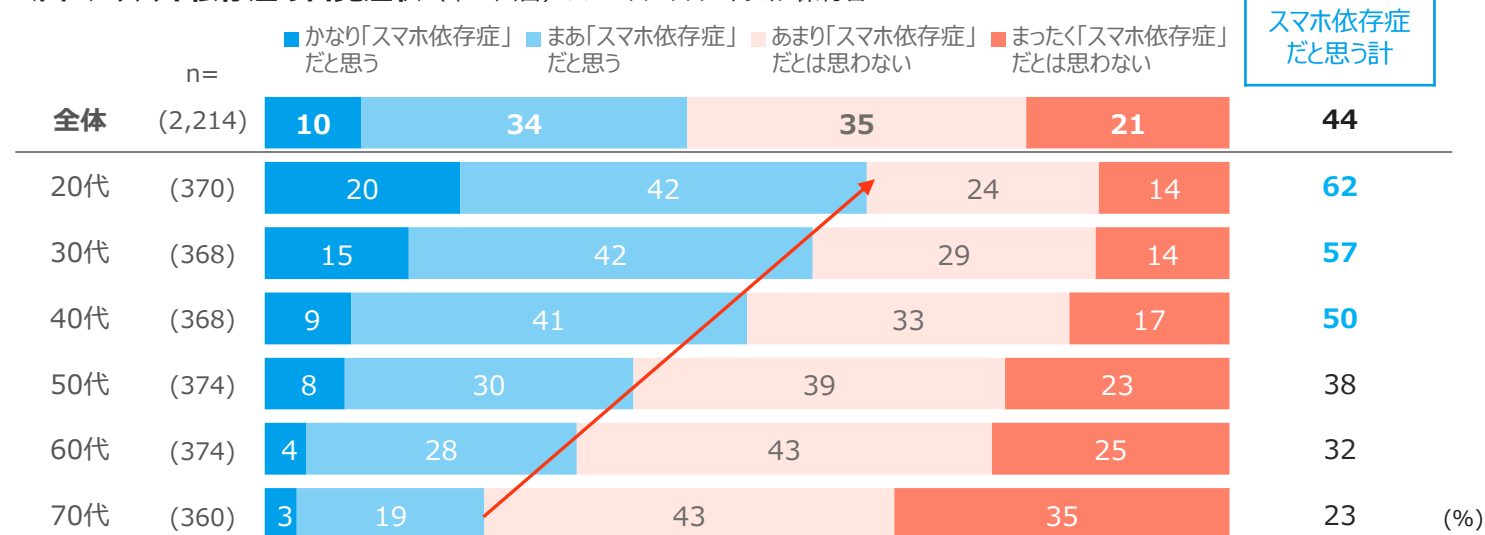
<図2> 1日平均のスマートフォンの利用時間 (単一回答) ※ベース: スマートフォン保有者



<図3> 最も利用時間の長いスマートフォンの機能やアプリ (単一回答) ※ベース: スマートフォン保有者/上位7項目を抜粋



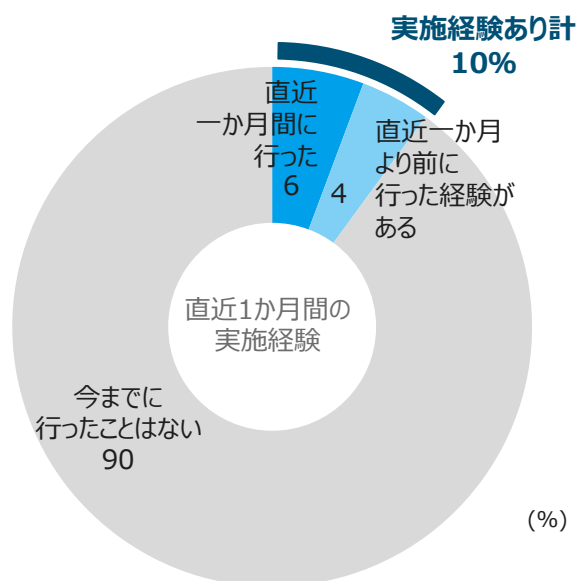
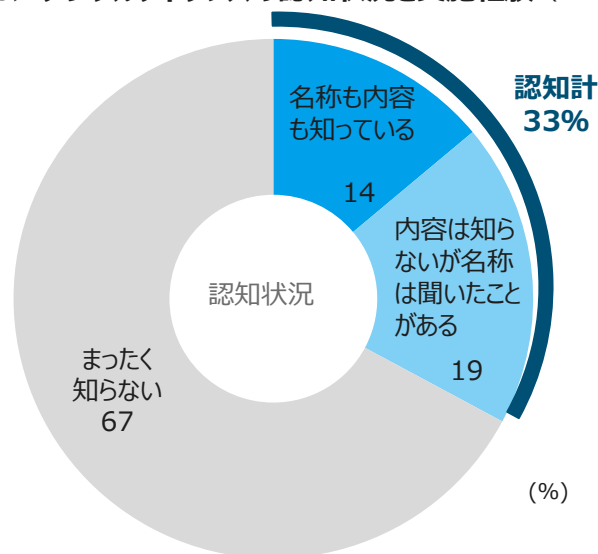
<図4> スマホ依存症の自覚症状 (単一回答) ※ベース: スマートフォン保有者



<図5> スマホ依存症だと思う理由 (自由回答抜粋) ※ベース: スマートフォン保有者で、スマホ依存症だと思う人

- スマートフォンが手放せない
- スマートフォンがないと落ち着かない
- スマートフォンがないと不安になる
- スマートフォンがないと困る
- スマートフォンのない生活は考えられない
- スキマ時間は、ついついスマートフォンを操作する
- スマートフォンを使う時間が長い
- 常に持ち歩く/忘れた場合は取りに戻る
- ポイ活が好き/ポイントを貯めたり、ポイ活状況の確認をしている
- ずっとSNS見たり、動画を見たりしている
- SNSの通知が気になる
- ゲームに集中して、時間を忘れる
- スマートフォンがないと日常生活に支障が出てしまう
- トイレもお風呂もどこでも持って行く

＜図6＞ デジタルデトックスの認知状況と実施経験 (n=2,400)



※デジタルデトックスの内容を提示した上で聴取

### ■レポート項目一覧

- 調査概要
- 回答者プロフィール  
(性別・年代・未婚既婚・居住地・同居家族・子どもの有無・同居子どもの学齢・職業)

### ▼ 調査結果サマリー

#### ▼ 調査結果詳細

- 視力矯正のための眼鏡・コンタクトレンズの使用状況
- デジタルデトックスの名称認知
- 直近1か月間のデジタルデトックスの実施経験
- 直近1か月間の目の疲労度
- 目について気になること
- 直近1年間の目の病気に罹った経験
- 目のために意識的にやっていること／最も意識的にやっていること
- 目のためによくないと思う・よいと思う日常の行動 (自由回答抜粋)
- スマートフォンの保有有無
- 1日平均のスマートフォン利用時間
- 普段使っている／最も利用時間の長いスマートフォンの機能・アプリ
- スマホ依存症の自覚
- スマホ依存症だと思う理由 (自由回答抜粋)
- 現在のまぶた／理想のまぶた

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20231207eye/>

### ■ 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 セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～79歳の男女  
 調査期間 : 2023年11月29日 (水) ～30日 (木)  
 有効回答数 : 本調査2,400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 <https://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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

#### ◆本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto: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・・・」