

報道関係各位

2024年9月4日
株式会社クロス・マーケティング

スマホの役割は1位「メール・LINE・チャット」2位「ネット」 在宅時には「定位置に置きっぱなし」「トイレ持ち込み」が4割

－スマートフォンとの関係に関する調査（2024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、スマートフォンを保有している全国20歳～69歳の男女973名を対象に「スマートフォンとの関係に関する調査（2024年）」を実施しました。今や生活に欠かせない存在となったスマートフォンについて、役割として重視していることや家の中・外出時などの必要度合いについて分析しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240904smartphone/>

■調査結果

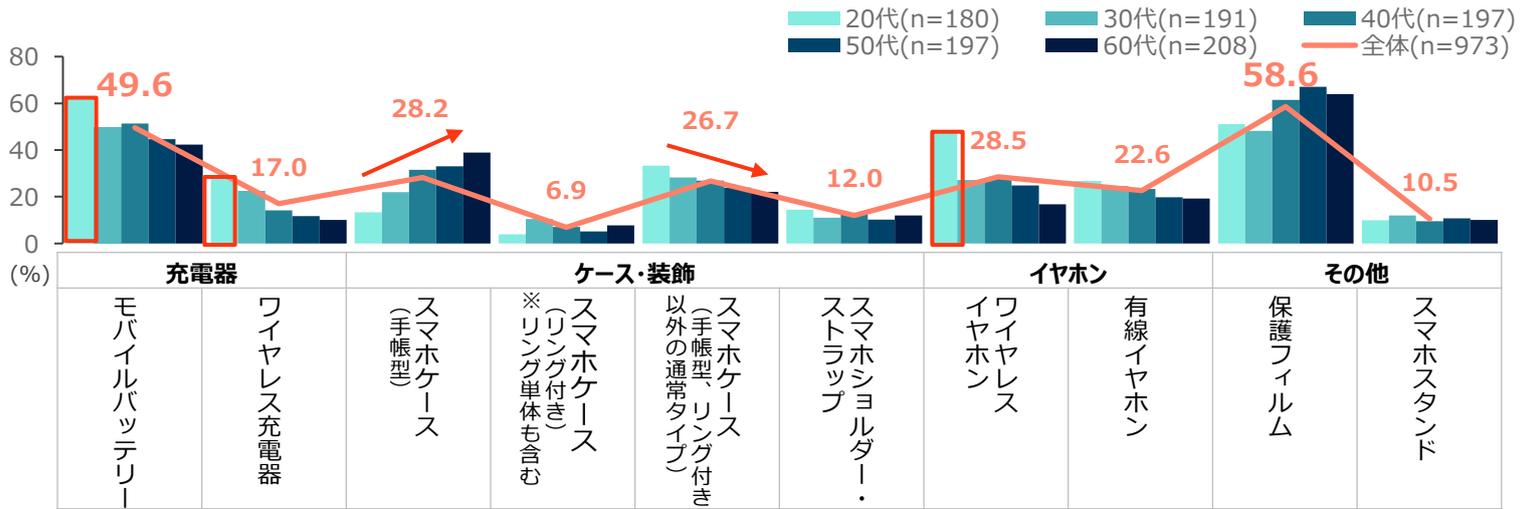
- ✓ スマートフォンの機能として10項目を呈示し、それぞれ自身にとってどの程度の役割を占めているか割合を聴取した。その結果、「メール・LINE・チャット」が24.9%と最も多く、「ネット検索・閲覧」が20.0%で続く。男性は「通話」、女性は「メール・LINE・チャット」がやや高め。20代では「SNS利用・動画視聴」、40～50代では「ネット検索・閲覧」、60代では「通話」が他年代より高め。<図1>
- ✓ スマートフォンのアクセサリで保有しているものは、「保護フィルム」「モバイルバッテリー」が特に高い。20代は「モバイルバッテリー」「ワイヤレスイヤホン」「ワイヤレス充電器」の保有率が高いことが特徴的。「スマホケース」は、年代が上がるほど「手帳型」の保有率が高く、「それ以外の通常タイプ」は低い。<図2>
- ✓ 家にいる時は、「定位置にだいたい置きっぱなし」「トイレに持っていくこともある」が4割。「ゴミ置き場」「ベランダ・庭」「郵便受け・宅配ボックス」など家周辺のちょっとした外出でも持っていく人はそれぞれ1割台。年代が上がるほど定位置に置きっぱなしにしている傾向。20代は家の中でも肌身離さず持ち歩いている人が多め。<図3>
- ✓ 外出時にスマートフォンを家に忘れた場合、「次の予定に響かなければ、取りに戻る」が半数超え。「次の予定に響いたとしても、必ず取りに戻る」も含めると家に取りに戻るのは67.1%。<図4>
- ✓ 壊れたり、紛失した際は、スマートフォンに多くの役割を持たせているからこそ、困った様子がうかがえた。アクセサリの活用や定位置に置くなどして、故障・紛失を予防していた。<図5・図6>

<図1> あなたにとってのスマートフォンの役割（数値回答：平均値） ※有効回答者ベース

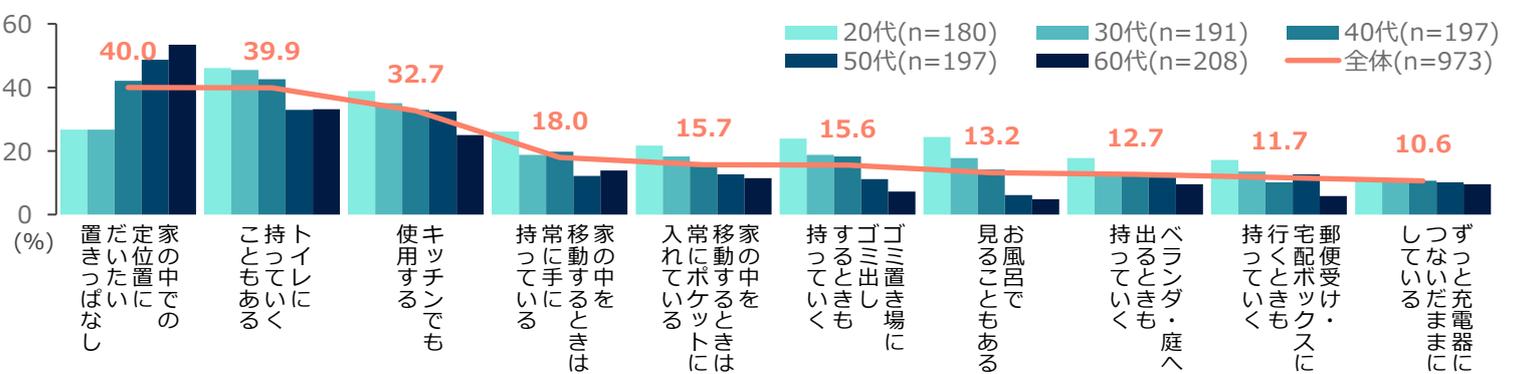
n=	通話	メール・LINE・チャット	ネット検索・閲覧	SNS利用・動画視聴	カメラ	キャッシュレス決済・定期券	ゲーム	地図・ナビの利用	時計	本・漫画の閲覧
全体 (971)	13.4	24.9	20.0	13.5	9.0	6.4	4.1	3.9	3.2	1.7
男性 (473)	15.5	22.4	21.2	12.6	8.2	6.4	5.0	4.2	3.0	1.5
女性 (498)	11.4	27.3	18.8	14.3	9.7	6.3	3.3	3.7	3.4	1.9
20代 (178)	10.4	26.6	15.0	20.1	9.1	5.7	4.7	3.6	2.8	2.1
30代 (191)	12.6	26.6	18.8	14.9	8.8	5.4	4.9	3.2	2.9	2.0
40代 (197)	12.4	22.3	23.3	12.3	9.7	6.5	4.8	3.6	3.4	1.7
50代 (197)	13.4	22.9	22.4	11.7	8.6	7.6	3.4	4.7	3.6	1.6
60代 (208)	17.6	26.1	19.8	9.4	8.7	6.5	3.0	4.4	3.3	1.2

(%)

<図2> 保有しているスマートフォンのアクセサリー（複数回答） ※10%以上の項目を抜粋



<図3> 家にいる時にスマートフォンをどこまで持っていくか（複数回答）



<図4> 外出時にスマートフォンを家に忘れた時どうするか（単一回答）



<図5> スマートフォンが壊れて・紛失して困ったエピソード（自由回答抜粋）

- お酒を飲んで、4次会の牛丼屋のトイレにスマートフォンを忘れた。すぐに気がついて探しに行ったところ、ゴミ箱の中にあった。しかし、SIMカードが盗まれていた。(男性40代)
- どこにも連絡がとれないし支払いもできないし、予定もわからなくて大変だった。(女性30代)
- 一人旅をしていた時にスマホを無くした。観光地だけど過疎地でもあるため、次の電車やバスの時刻がわからず、電話も使えず、とても困った。駅員さんに聞いても届いてないと答えられ絶望していたが、話している途中で見つけてくれた人が届けに来てくれた。(女性20代)
- 一度、携帯が壊れ、全く動かない状態になった。固定電話の時代は、番号を何個か記憶していたが、今では携帯内の保存を頼りにして、覚えていないため、誰にも連絡ができなくて非常に困った。(男性40代)
- 画面が破損して操作不能になった。修理の予約をしたいが、そもそも操作出来ないため予約の連絡が出来ない状態だった。(男性20代)

<図6> スマートフォンを壊さない・紛失しないために気を付けていること（自由回答抜粋）

- スマホカバーやショルダーストラップを使用し、外で使用する際は移動しながらではなく、ベンチなどに座るか、通行の妨げにならない場所に立ち止まり「慌てずに」使用している。(女性30代)
- 画面に保護フィルムを貼り 手帳型のケースに入れる。(女性60代)
- バックの中ですぐ探せるように、派手な色のスマホカバーにしている。(女性40代)
- スマホなしでは生活できないので肌身離さず持っている。(男性50代)
- スマホをいつも右ポケットに入れておき、外出前にポケットを触って確認する。(男性20代)
- iPhoneの「探す」アプリで位置情報サービスをONに設定し、万が一どこかに失くしたときでも見つけやすいようにしている。(女性30代)

■ 調査項目

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> 家にいる時にスマートフォンをどこまで持っていくか |
| <input type="checkbox"/> 保有しているデバイス | <input type="checkbox"/> もし外出時にスマートフォンを家に忘れてきたらどうするか |
| <input type="checkbox"/> 保有しているスマートフォンのアクセサリ | <input type="checkbox"/> スマートフォンが壊れて・紛失して困ったエピソード、スマートフォンを壊さない・紛失しないために気を付けていること |
| <input type="checkbox"/> あなたにとってのスマートフォンの役割 | |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240904smartphone/>

■ 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 : 20～69歳の男女、スマートフォン保有者
 調査期間 : 2024年8月30日（金）～9月1日（日）
 有効回答数 : 本調査973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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係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

«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・・・」