

平成 25 年 3 月 6 日

電通、スマート3兄弟（機器）と家族についての調査を実施

— 家族どうしてもソーシャルするけど、プライバシーは保ちたい！ —

— これから欲しいスマート家電のトップ3は、自分で掃除するトイレ、お風呂、掃除機 —



株式会社 電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、スマートフォン（以下スマホ）、タブレット（以下タブ）、パソコンの3つのスマート機器を“スマート3兄弟”と名付け、3兄弟をセットで利用する生活者を対象に、セット利用によってもたらされるコミュニケーションや生活を取り巻くモノの変化や将来需要を探るため、スマート機器と家族についての調査を実施しました。

本レポートは、2003年から隔月で実施している「モバイル調査（第56回）」（関東圏の15～49歳までの携帯電話利用者1,000名が対象）と、スマート3兄弟に関する家族の利用実態について調べた「スマート家族調査」（三大都市圏の20～49歳までの既婚男女で3兄弟の利用者300名が対象）に基づいて取り纏めたものです。

調査の結果、①スマート3兄弟をセットで利用する人の割合が1割を超えたこと、②スマート機器の普及拡大によって、家族間のコミュニケーションが変化してきていること、③スマートサービスの利用ニーズが高まってきていること、の3つのことが確認されました。

以下、調査結果の主なトピックスを、紹介いたします。

調査結果の主なトピックス

（1）どんどん進む「スマート3兄弟」のセット利用！（図1より）

- ・ この1年間でスマホは普及率1.5倍（36%⇒53%）、タブは2倍（9%⇒18%）にも成長。
- ・ スマート3兄弟の3点セットでの利用率は、すでに11%に到達。

（2）クラウドサービスも、3兄弟化とあわせ急速に拡大中！（図2より）

- ・ 現在のクラウド利用率は、スマホ利用者で22%、3兄弟セット利用者だと38%。
- ・ 今後のクラウド利用意向は、スマホ利用者で7割、3兄弟セット利用者で8割。

（3）「スマホで代用できない機器」は、パソコン！（図4より）

- ・ 「スマホで便利な機能」は、1位＝カメラ、2位＝辞書、3位＝音楽。
- ・ 「スマホで代用できない機器」は、1位＝パソコン、2位＝本・新聞・雑誌、3位＝タブで、3兄弟は競合せずに持ちたくなる。

（以上「第56回モバイル調査」より）

(4) 家族どうしても進む、家庭内のソーシャル利用！ (図5, 6より)

- ・ 既婚者で3兄弟セット利用者のソーシャルメディア利用は、5～7割と高い。その半数近くが、「家族どうしてもソーシャル」を利用。
- ・ 家族にソーシャル上の情報を見られても、6割は「気にならない」と回答。

(5) 親しき仲（家族）にも礼儀ありのプライバシー意識！ (図7より)

- ・ 家族に見られても平気なデータ・情報は、「音楽ファイル」「写真」「電子書籍」の順。困るデータ・情報は、「サイト閲覧履歴」「ブックマーク」「動画ファイル」の順。

(6) 3兄弟の使い分けで、家族がもっとパーソナルに！ (図8より)

- ・ パソコンは普及していても、実は家族一人一台のパーソナル利用はまだ6割。スマート機器の一人一台ニーズは、タブの方がパソコンより高い。

(7) 家族の思い出の品（写真・CD・本など）も、デジタル&クラウドに保管したい！ (図9より)

- ・ 家庭内での平均所蔵数は、写真=1,255枚、CD=138枚、本=190冊。
- ・ これらのデジタル&クラウド化ニーズは、写真が約8割にも上った。

(8) 家電をスマートに操作する中心に、スマート3兄弟の存在が！ (図10より)

- ・ スマホで操作したいことは、1位＝「テレビ番組の予約」（62%）、2位＝「エアコンの操作」（58%）、3位＝「クルマの位置確認」「部屋の様子確認」（46%）の順。
- ・ これから欲しいスマート家電は、「自分で掃除するトイレ」（56%）、「自分で掃除するお風呂」（56%）、「自分で掃除する掃除機」（49%）の順。

（以上「スマート家族調査」より）

スマホの普及率が5割を超え、パソコンの利用率にいたっては9割を超えています。また、タブの利用者は着実に増加してきており、今後もスマート3兄弟をセットで利用する個人や家族の割合が増えていくものと予想されます。

当社では、今後も“スマート3兄弟”に焦点を当て、3兄弟をセット利用することで変化するコミュニケーションの形や、私たちの生活を取り巻く家電やクルマ、各種インフラなどへの影響について研究してまいります。

【2つの調査概要】**■第56回モバイル調査**

調査地域 : 関東圏（東京、神奈川、千葉、埼玉、群馬、栃木、茨城）
調査対象者 : 中学生を除く15～49歳までの携帯電話利用者
調査方法 : PCインターネット調査
実査時期 : 2013年1月（2003年11月より隔月実施中）
有効回収標本数 : 合計 1,000ss（過去56回共通）

■スマート家族調査

調査地域 : 三大都市圏（東京、愛知、大阪）
調査対象者 : 20～49歳までの既婚男女で「スマホ・タブ・パソコン利用者」
調査方法 : PCインターネット調査
調査時期 : 2012年10月
有効回収標本数 : 合計 300ss

以上

<本件に関する問い合わせ先>

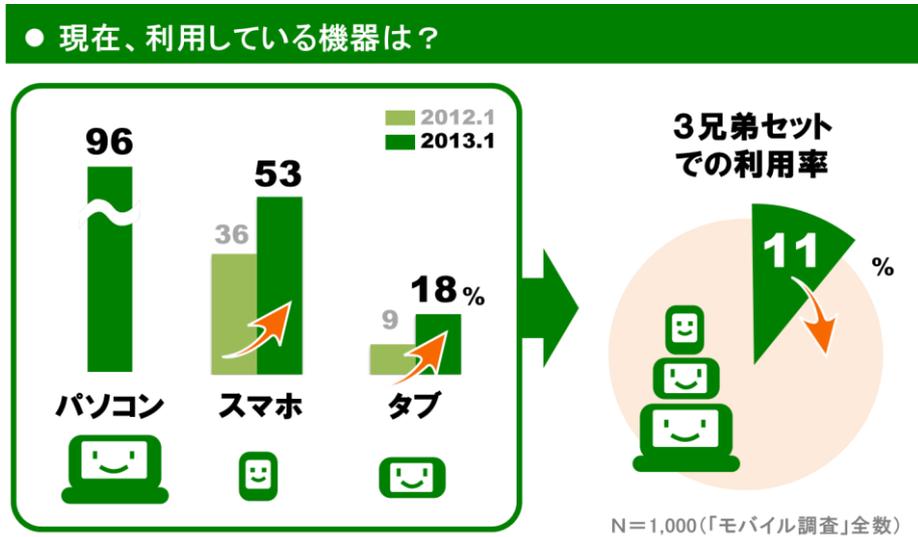
株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報1部
山田、林田 TEL : 03-6216-8041

<本調査に関する問い合わせ／相談先>

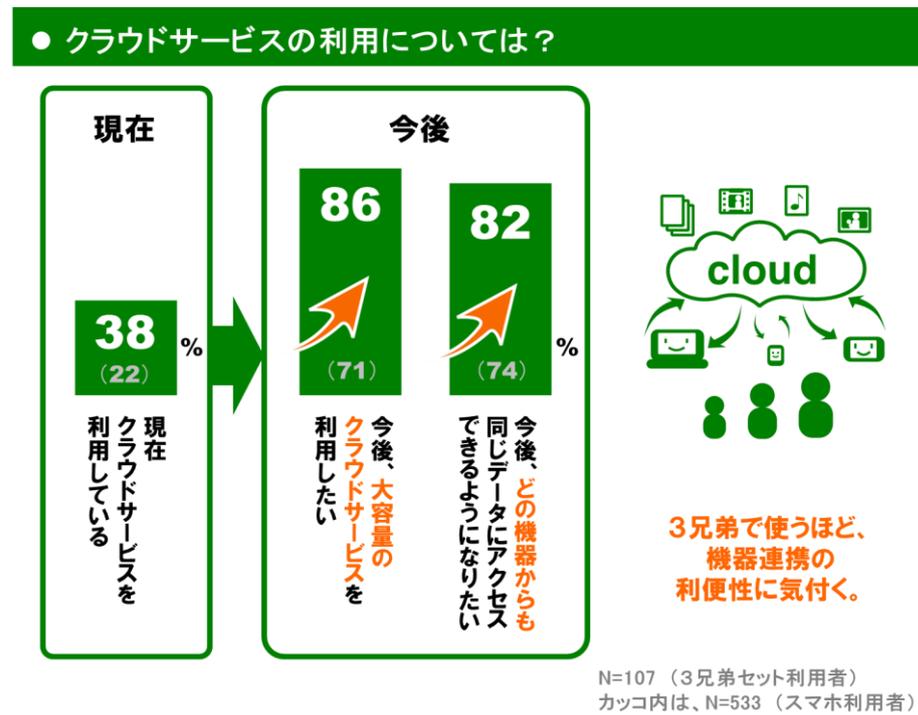
株式会社電通 ビジネス・クリエーション局
谷内、吉田(健) TEL : 03-6216-8737

<図表データ>

【図1】



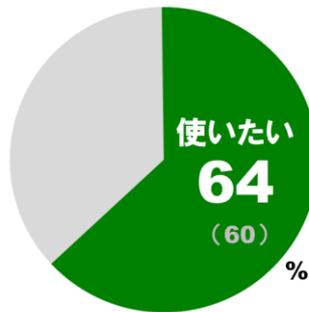
【図2】



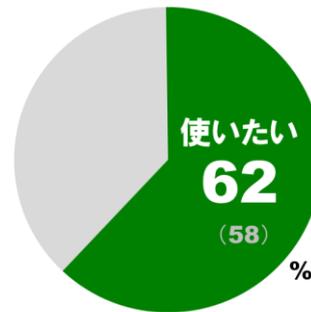
【図3】

● スマホと家電の連携利用については？

スマホが
家電のリモコンになるなら？



スマホの画像を
テレビに映せるなら？



スマホから家電やテレビを操作する利便性も、
スマート機器に慣れるほど気付くよう。

N=107 (3兄弟セット利用者)
カッコ内は、N=533 (スマホ利用者)

【図4】

● スマホで便利な機能は？

トップ5			
1位	カメラ機能	40 (37)	%
2位	辞書機能	32 (27)	
3位	音楽機能	28 (27)	
4位	カーナビ機能	17 (16)	
5位	ゲーム機能	16 (12)	

● スマホで代用できない機器は？

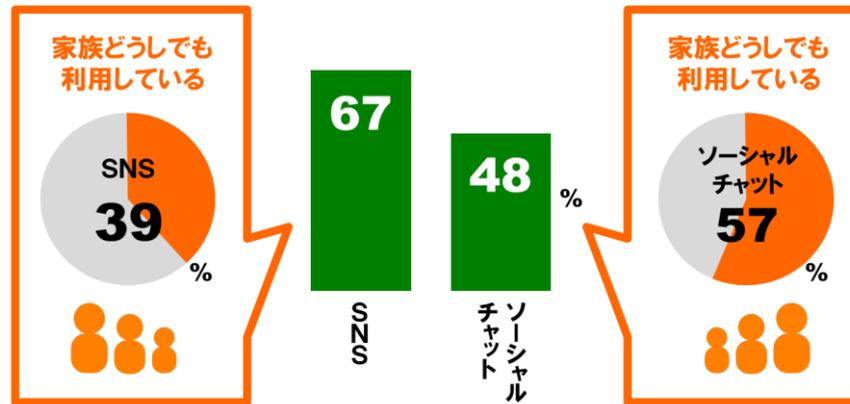
トップ5			
1位	パソコン	94 (93)	%
2位	本・新聞・雑誌	92 (91)	
3位	タブ	90 (91)	
4位	クレジットカード	89 (92)	
4位	会員証	89 (86)	

スマホもどんどん便利になっていくが、
パソコンやタブとは補完しあいそう。

N=107 (3兄弟セット利用者)
カッコ内は、N=533 (スマホ利用者)

【図5】

● 現在、利用しているサービスは？



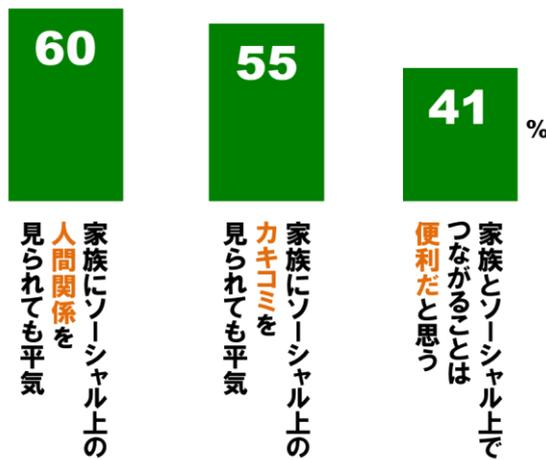
* SNS
=Facebook, mixi, Twitterなど

N=300 (スマート家族調査 全数)
(両端は、基数=サービス利用者)

* ソーシャルチャット
=LINE, Skypeなど

【図6】

● 家族でソーシャルを利用することへの意識は？



N=200 (スマート家族調査のうちSNS利用者)

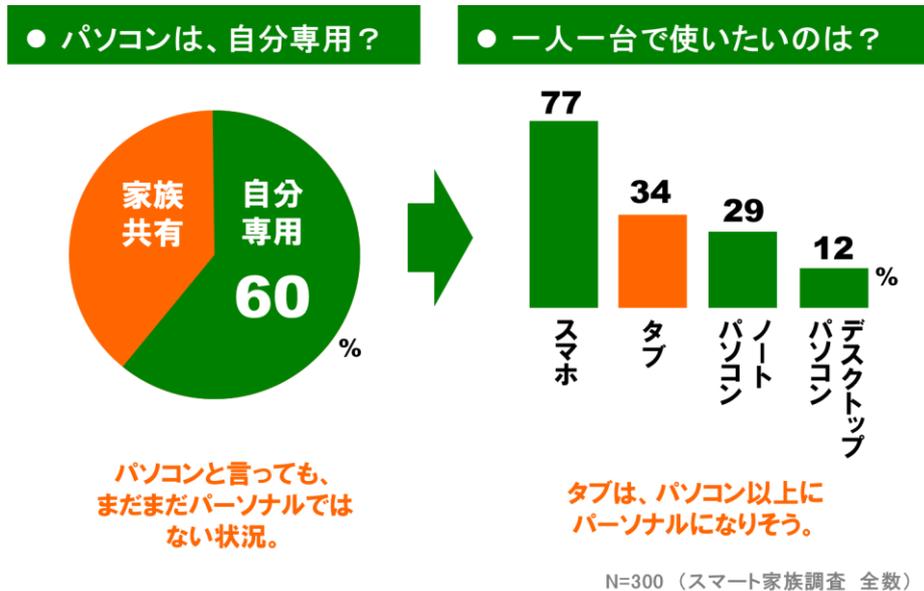
【図7】

● 機器の中で、家族に見られても気にならないデータは？

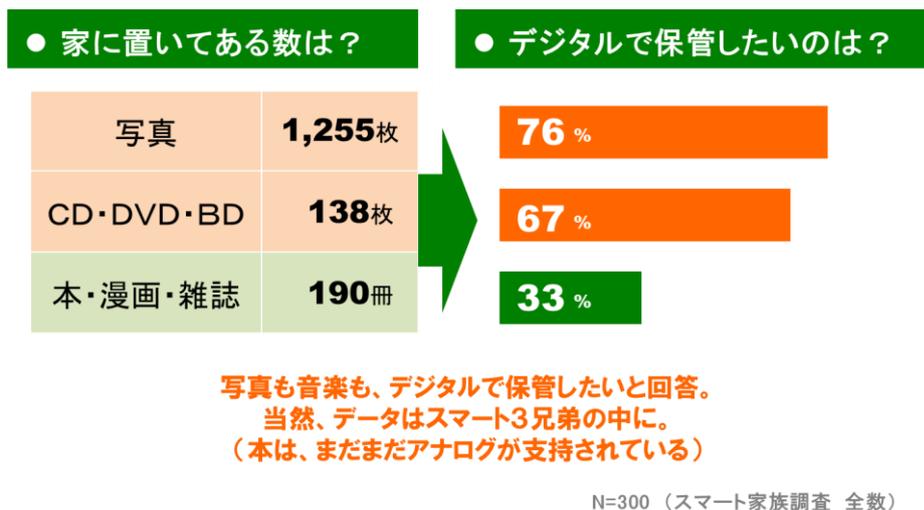
上位3項目 (=気にならないデータ)			下位3項目 (=気になるデータ)		
1位	音楽ファイル	74%	1位	サイト閲覧履歴	43%
2位	写真	68%	2位	ブックマーク	32%
3位	電子書籍	66%	3位	動画ファイル	29%

N=300 (スマート家族調査 全数)

【図8】



【図9】



【図10】



いろいろな新機能・新家電が求められる中、
それらをコントロールする中心として
スマート3兄弟の存在価値が高まりそう。

N=300 (スマート家族調査 全数)