

2021年3月31日
株式会社 PR TIMES

スマホを1日何時間使っている？ 意識と実態に3時間差

「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」公開

－ ミクロな行動実態から次の一手を導く生活者調査プロジェクト「Mikke(みっけ)」始動 －

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証一部：3922）は、2021年3月31日（水）より、生活者の行動実態を調査するプロジェクト「Mikke(みっけ)」を始動し、その第一弾として「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」を実施いたしました。「Mikke」では、従来調査対象とされなかったミクロな行動実態から、次の兆しを見つけ、新しい取り組みをはじめ行動者が生活者の実態に沿ったアクションを起こす指針となるような調査を続けてまいります。

1. 使用時間

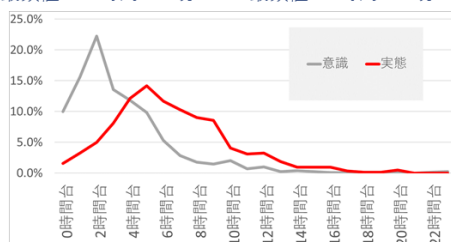


意識と実態の差 = 3時間4分

意識調査

実態調査

中央値：3時間30分 中央値：6時間34分
 平均値：4時間9分 平均値：6時間58分
 最頻値：2時間30分 最頻値：5時間30分



8割が使用時間を過小評価

過大評価（意識 > 実態）：7.9%
 一致（意識 = 実態）：10.9%
 過小評価（意識 < 実態）：81.9%

2. 持ち上げ・通知



持ち上げ回数（回/日）

平均値：56
 中央値：52
 最大値：622
 最頻値：44.5



通知回数（回/日）

平均値：88
 中央値：53
 最大値：3,660
 最頻値：24.5

3. ホーム画面アプリ



Dockによく置かれているアプリ

	アプリ	頻度	割合		アプリ	頻度	割合
1	電話	794	76.8%	6	メッセージ	283	27.4%
2	Safari	758	73.3%	7	（フォルダ）	158	15.3%
3	メール	515	49.8%	8	設定	84	8.1%
4	LINE	404	39.1%	9	カメラ	70	6.8%
5	ミュージック	359	34.7%	10	Gmail	46	4.4%



「LINE」がもっとも置かれる場所

1-1	1-2	1-3	1-4
2-1	2-2	2-3	2-4
3-1	3-2	3-3	3-4
4-1	4-2	4-3	4-4
5-1	5-2	5-3	5-4
6-1	6-2	6-3	6-4
d-1	d-2	d-3	d-4

Mikke調べ（2021年2月）「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

本調査結果 詳細資料の申込フォーム（無料）：<https://tayori.com/f/mikke01>

ミクロな行動実態から、次の取り組みのヒントに。生活者実態調査プロジェクトを始動します

PR TIMES は「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」というミッション実現に向け事業を展開する中で、「クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援」を行ってきました。この度、クライアント企業の広報・PR 担当者の次なる行動や、メディアの次なる取り組みのきっかけやヒントとなるように、行動実態を調査・公開するプロジェクト「Mikke」を始動しました。

誰かの心を、できるだけ大きく揺さぶるためには、その人たち一人ひとりの実態を知ることが近道となります。実際にどのような状況に置かれ行動をしたのか、実態をよりリアルに知ること、その人の心を揺さぶる次の行動を考えやすくなります。一方で、まだ明らかになっていない実態を調査するには、時間も費用もかかります。そこで PR TIMES では、少しでも多くの人の心を、少しでも大きく揺さぶる情報発信のサポートをするべく、これまで調査対象とされなかったミクロな行動実態を調査し公開するプロジェクトを開始します。その第一弾として、「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」の結果を今回発表します。

「スマホを思ったより使っている」 意識と実態に大きな差。スマホ利用時間を 8 割超が過小評価

本調査の対象は、スマートフォン国内利用シェアの多い iOS12 以降のユーザー、つまり iPhone ユーザー（1,300 名）です。利用状況の実態調査にあたっては、回答者自身の iPhone 画面キャプチャ機能を使用して、「スクリーンタイム」画面の情報を提供いただき集計しています。

<調査概要>

調査名：スマートフォン（iPhone）利用に関する生活者実態調査

実施期間：2021 年 2 月 1 日～2 月 5 日

調査対象者：10 代～60 代の男女 1,300 名

調査方法：インターネット調査・・・選択式の回答と、iPhone キャプチャ画面の提出（下記イメージ）

本調査結果 詳細資料の申込フォーム（無料）：<https://tayori.com/f/mikke01>



まず、スマートフォンの利用時間の意識と実態について調査を行いました。意識については「1 日の内に何時間くらい利用していると思うか」を伺い、選択肢から回答いただきました。実態については、ご利用の iPhone「スクリーンタイム」から、「先週の」結果画面キャプチャを提出していただき、その日ごとの平均値を算出しました。

スマホ使用時間の意識と実態の差 = 3 時間 4 分（中央値比較）

意識（選択肢より回答） n=1,300

中央値：3 時間 30 分

平均値：4 時間 9 分

最頻値：2 時間 30 分（22.2%）

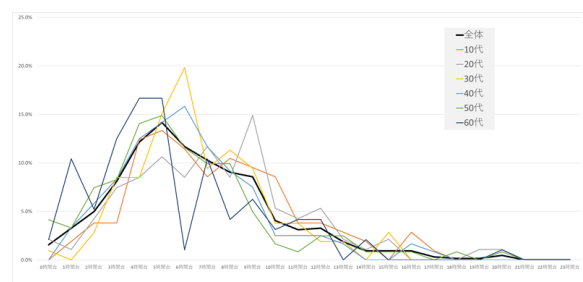
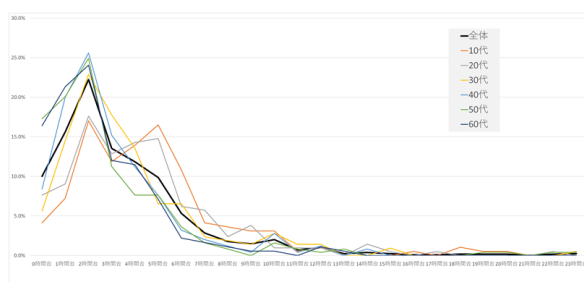
実態（スクリーンタイムの実績値） n=642

中央値：6 時間 34 分

平均値：6 時間 58 分

最頻値：5 時間 30 分（14.2%）

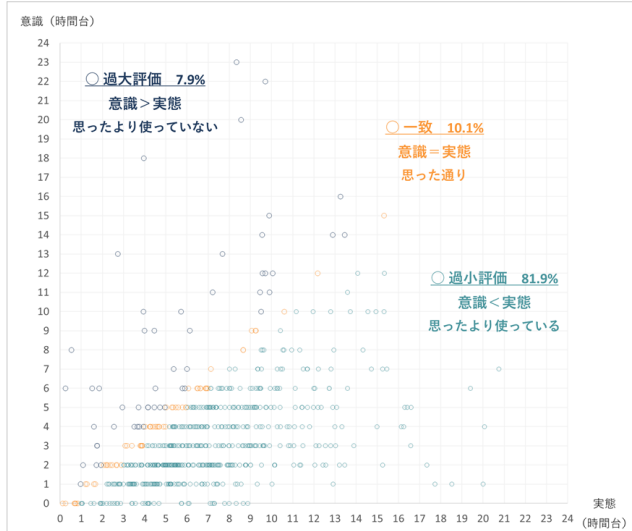
時間は「1時間台」と回答→「1時間30分」、「2時間台」と回答→「2時間30分」・・・と設定して算出



Mikke調べ（2021年2月）「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

意識調査の結果は、「2 時間台」（22.2%）をピークとした山を描き減少していく結果となりました。一方で、スクリーンタイムのキャプチャから集計した実態（有効画像回答 n=642）は、「5 時間台」（14.2%）がピークとなっています。全体的にグラフの山が右側にずれている形で、意識よりも実態の方が総じて時間が長い結果となっています。

8割超が使用時間を過小評価、10代一致率がやや高め

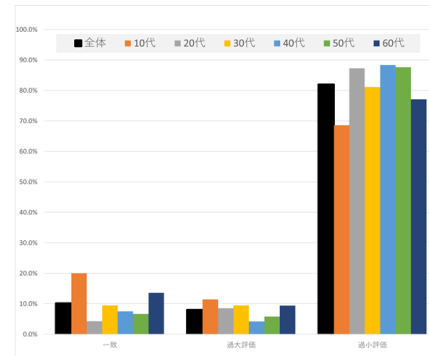


意識と実態比較 (有効回答642名)

過大評価 (意識 > 実態) : 65名 7.9%

一致 (意識 = 実態) : 51名 10.9%

過小評価 (意識 < 実態) : 526名 81.9%

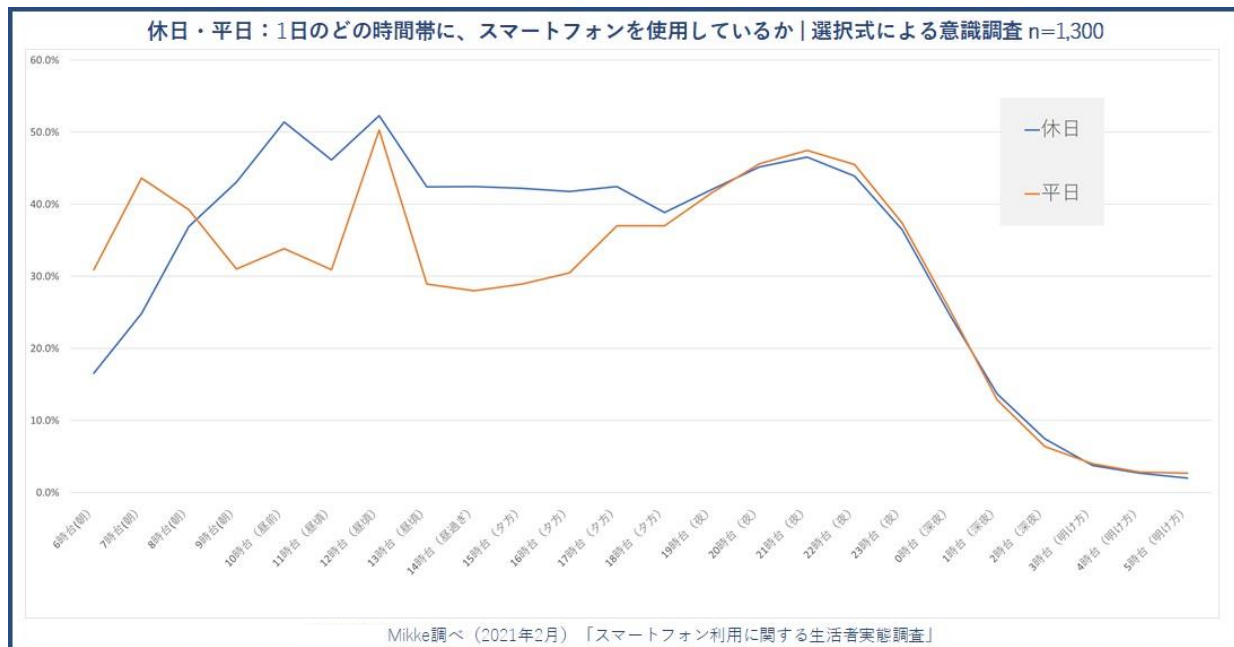


Mikke調べ (2021年2月) 「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

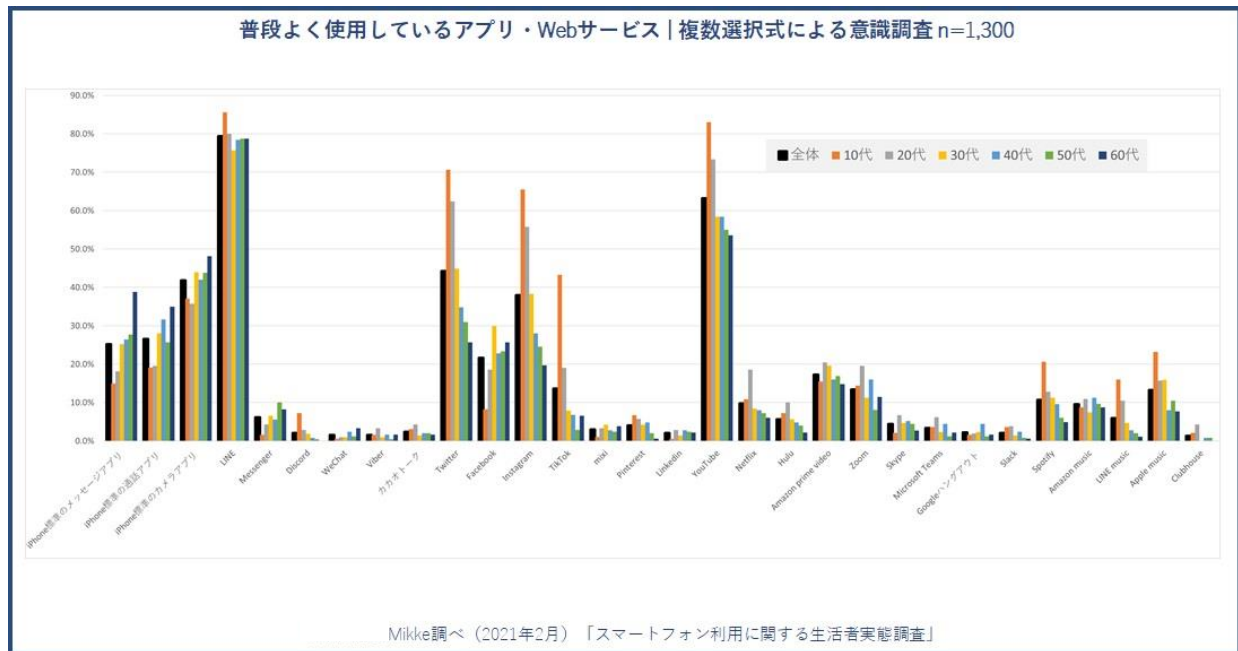
この意識評価と実態の数値が一致・不一致（過小評価 or 過大評価）の割合を見ていくと、一致した人は 10.9% となり、残りの 9 割の人は利用時間の意識と実態が食い違う結果となりました。不一致者の中では、意識よりも実態が大きい「過小評価」をする人が 81.9%と圧倒的に多く、思った以上にスマホを利用しているという現状に気づいていない可能性が示唆されます。

スマホ持ち上げ回数の1日平均は52回、通知回数は53回（中央値）

次に「スマホをどの時間帯に触っているか」、「よく使うアプリ・Web サービスはどれか」について選択肢から回答いただきました。

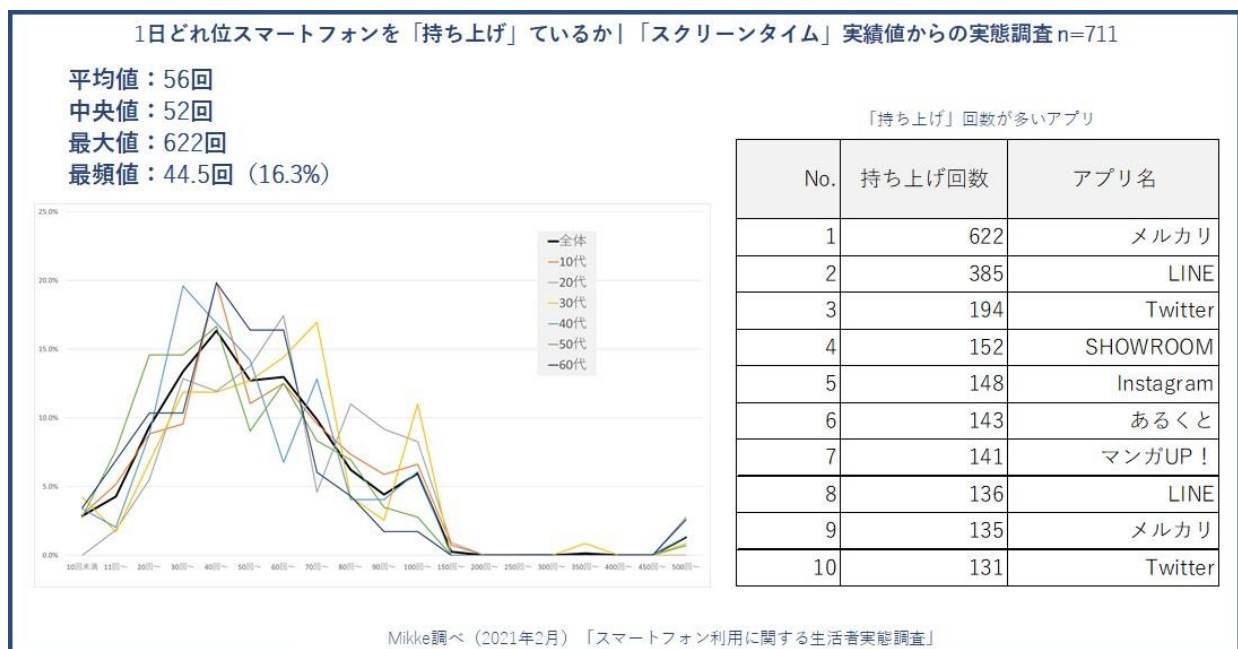


よく触る時間帯は、平日は朝 7 時頃、昼 12 時頃、夜 22 時頃の 3 つの山をつくる結果となりました。休日は、平日と比べて朝が減少し、昼 10～12 時頃、夕方はあまり下がらず、夜 22 時頃の 2 つの山をつくる結果でした。



よく利用するアプリについて選択肢の中から意識調査を行いました。トップは「LINE」(79.4%)、次いで「YouTube」(63.2%)、「Twitter」(44.2%)となりました。

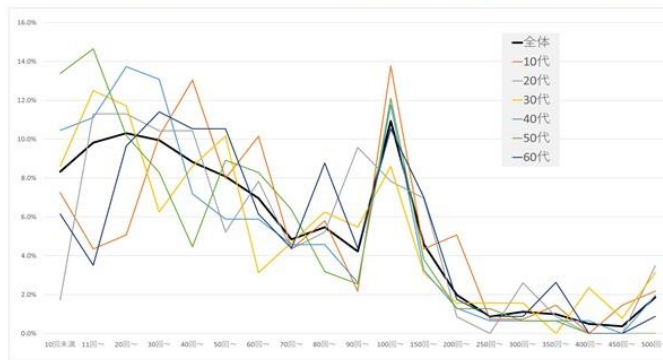
よく触る時間帯やよく使うアプリを意識調査で伺いましたが、実際に1日何回スマホを「持ち上げ(=スマホ暗転状態から立ち上げ)たか、1日「何回通知されているのか」、その実態を見ていきます。結果、通知回数の平均値は88回、中央値が53回となりました。通知回数の多かった人の最多アプリを見ていくと、「Twitter」が上位を占めて、1位の人は3,000回/日平均を超える通知回数を記録していました。持ち上げ回数を見ると平均値は56回、中央値は52回となりました。持ち上げ回数の多かった人が、スマホ立ち上げ後に最初に立ち上げたアプリは「メルカリ」「LINE」「Twitter」が上位となり、1日数百回以上起動していることがわかりました。



1日どれ位スマートフォンから「通知」があるか | 「スクリーンタイム」実績値からの実態調査 n=805

平均値：88回
 中央値：53回
 最大値：3,660回
 最頻値：24.5回（10.3%）

（100回未満は10回刻み、100回以上は50回刻みでカウントしているため、グラフの見えと最頻値に差があります）



「通知」回数が多いアプリ

No.	通知回数	アプリ名
1	3660	Twitter
2	1780	Twitter
3	1418	メール
4	1091	メール
5	859	Twitter
6	788	LINE
7	682	ポートアシスト
8	541	LINE
9	476	Twitter
10	475	Twitter

Mikke調べ（2021年2月）「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

ホーム画面の最下部「Dock」にはどんなアプリが置かれているか。人気の「LINE」はどこに？

最後に、アプリの利用実態を別視点で調べるために、ホーム画面のキャプチャ画面から、ホーム最下部の Dock 行にどんなアプリを置いているのか、前出のよく使うアプリ調査で 1 位だった「LINE」はどこに置かれているのかを見ていきます。



元々 Dock のデフォルトアプリは以下となります。

電話-Safari-メッセージ-ミュージック

ここから全くカスタマイズしていない完全デフォルト状態の人は 7.7%となりました。残りの 92.3%の人は何らかのカスタマイズを行っています。



Dock にアプリを 4 つ置いている人の設置状況を集計すると、以下画像のような結果となりました。iPhone 標準のアプリが占める中、「LINE」が唯一上位に入りました。Dock の一番左「d-1」の位置は「電話」が圧倒的ですが、d-2～d-4 に関しては、「電話」ほどデフォルトが強い状態ではなく、カスタマイズされやすいようです。

Dock内に設置の多いアプリ数 | ホーム画面キャプチャからの実態調査

(Dockにアプリを4つ設置している1,034名)

	アプリ	頻度	割合		アプリ	頻度	割合
1	電話	794	76.8%	6	メッセージ	283	27.4%
2	Safari	758	73.3%	7	(フォルダ)	158	15.3%
3	メール	515	49.8%	8	設定	84	8.1%
4	LINE	404	39.1%	9	カメラ	70	6.8%
5	ミュージック	359	34.7%	10	Gmail	46	4.4%

Dock1 に設置の多いアプリ

アプリ	頻度	割合
電話	619	59.9%
LINE	62	6.0%
メール	61	5.9%
Safari	54	5.2%
(フォルダ)	37	3.6%

Dock2 に設置の多いアプリ

アプリ	頻度	割合
Safari	309	29.9%
メール	254	24.6%
LINE	88	8.5%
電話	83	8.0%
メッセージ	55	5.3%

Dock3 に設置の多いアプリ

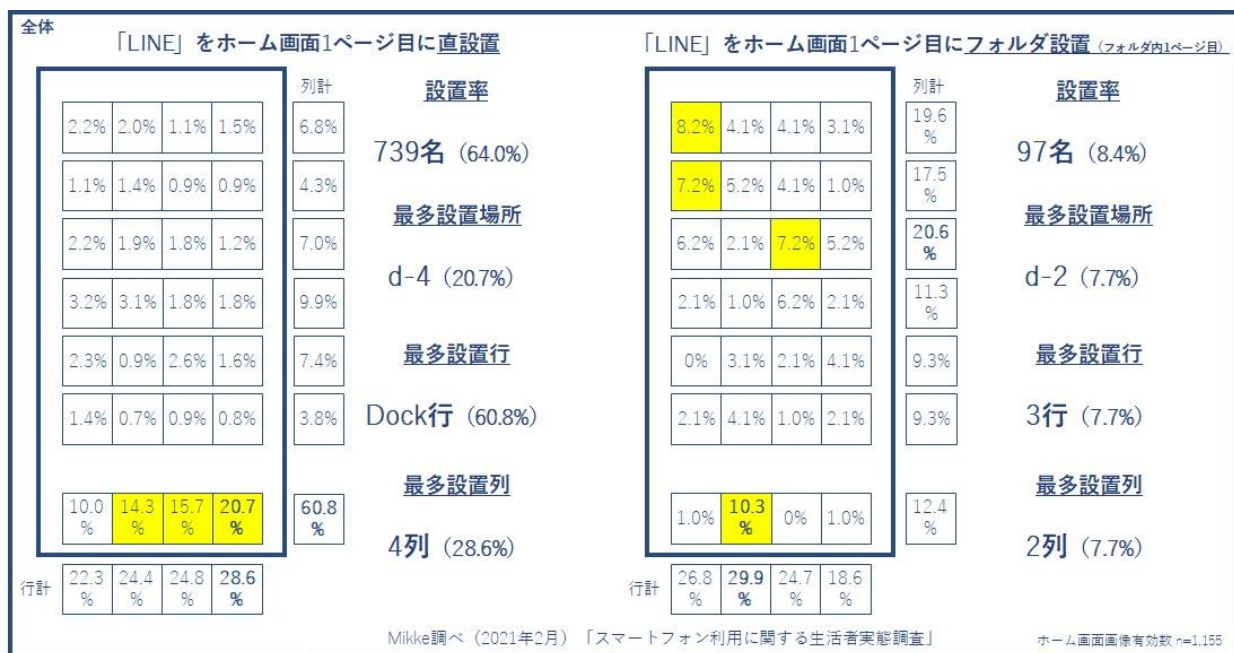
アプリ	頻度	割合
Safari	269	26.0%
メッセージ	159	15.4%
メール	134	13.0%
LINE	104	10.1%
電話	64	6.2%

Dock4 に設置の多いアプリ

アプリ	頻度	割合
ミュージック	272	26.3%
LINE	150	14.5%
Safari	126	12.2%
メール	66	6.4%
メッセージ	47	4.5%

Mikke調べ (2021年2月) 「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

Dockにも多く登場する「LINE」ですが、どこに配置している人が多いかを見てみます。今回の集計からは、もっとも置かれている場所はスマホの右下「d-4」(20.7%)でした。また、フォルダ内に LINE を格納している人も一定数存在しており(8.4% | フォルダ内 2 ページ目以降の格納はキャプチャ画面から判別できないので未集計)、フォルダの場合は、「d-2」に置く人がもっとも多い結果となりました。



Mikke調べ (2021年2月) 「スマートフォン利用に関する生活者実態調査」

ホーム画面画像有効数 n=1,155

「Mikke (みっけ)」担当者コメント

株式会社 PR TIMES

PR パートナー事業部 プロジェクトリーダー

小林 保 Tamotsu Kobayashi

PR パートナーとして色々なお客さまと伴走していく中で、以前よりも一人ひとりのことをリアルに考えることが多くなってきました。一度の施策で、全員に振り向いてもらおうとすることは非常に条件が厳しく多くの場合現実的ではありません。まずは一人ひとり、自分たちにとって大切な人たちにどうにか届いてほしい…、を丁寧に誠実に考えていった結果、次の打ち手のヒントが見つかることも少なくありません。この調査プロジェクトでは、そうした一人ひとりの行動に思いを巡らせることの大切さを感じるきっかけにしたいと思っています。隠れていた何かを見つけた時の、「あ！みっけ！」の声がこの調査を見てくれた人の頭に響くと嬉しいです。



カスタマーリレーションズ本部

島津 愛恵 Manae Shimazu

日々、「PR TIMES」をご利用いただくお客様のサポート対応をさせていただく中で、たくさんの方が幅広い情報を必要としているなど感じる事がとても多いです。「そうそう、こんな調査結果がほしかった」とか「やっと見つけた!」と思ってもらえるような調査が私たちのプロジェクトで行えればいいなと思っております。一人ひとりの行動に焦点を当てる事が、多くの方の成功体験に導くことができるようなきっかけになれば嬉しく思います。



メディア事業部

山田 麻彩 Maaya Yamada

Webメディア「isuta」を運営する中で、記事を読んでくださる方々が、「誰かに話したくなるような嬉しい新発見」を見つけられる場でありたいと日々思っております。「Mikke」では、マクロデータの中に埋もれてしまっている個々の行動実態を調査し、さまざまな観点からみた結果や傾向をプレスリリースとして配信しています。みんなが実は知りたかったけれど、誰もまだやっていない。そんな調査を世の中に発信することで、「誰かに話したくなるような嬉しい新発見」を作り出すきっかけになれば幸いです。



株式会社 PR TIMES について

PR TIMES（ピーアールタイムズ）は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、企業とメディア、そして生活者をニュースでつなぐインターネットサービス「PR TIMES」を2007年4月より運営しています。報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信するとともに、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載し、生活者にも閲覧・シェアされています。利用企業数は2021年2月に5万社を突破、国内上場企業44%超に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者2万人超、サイトアクセス数は月間5000万PVを突破、配信プレスリリース件数は月間2万件を超えています。全国紙WEBサイト等含むパートナーメディア201媒体にコンテンツを掲載しています。



クライアントとメディアのパートナーとして広報PR支援を行うPRパートナー事業や、ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」の運営、動画PRサービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」の提供、タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」やカスタマーサポートツール「Tayori」の運営、スタートアップメディア「BRIDGE」等のメディア運営も行っています。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション： 行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ
会社名： 株式会社 PR TIMES（東証一部 証券コード：3922）
所在地： 東京都港区南青山2-27-25 ヒューリック南青山ビル3F
設立： 2005年12月
代表取締役： 山口 拓己

事業内容： - プレスリリース配信サービス「PR TIMES」 (<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- 広報・PRの効果測定サービス「Web クリッピング」 (<https://webclipping.jp/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR支援の実施
- 動画PRサービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」 (<https://prtimes.jp/tv>) の運営
- クラウド情報整理ツール「Tayori」 (<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」 (<https://www.jooto.com/>) の運営
- スタートアップメディア「BRIDGE」 (<https://thebridge.jp/>) の運営、等

URL： <https://prtimes.co.jp/>

PR TIMES