

「やめましょう、歩きスマホ。」に関する調査

2017年3月8日

一般社団法人 電気通信事業者協会 (TCA)

・目次 2
・調査概要 3
・調査サマリー 4
「歩きスマホ」は危ないと思うか？ / 「歩きスマホ」をしたことがあるか？ 5
「歩きスマホ」をしてしまう理由は？ 6
「歩きスマホ」をしている人に対して危ないと感じたことはあるか？ 7
「歩きスマホ」が危ないと感じたのはどのようなシーンか？ 8
「歩きスマホ」による事故で最も危ないと感じるのはどのようなシーンか？ 9
広告を見て「歩きスマホ」が危ないという意識が高まったか？ / 「歩きスマホ」が減ったか？ 10
「歩きスマホ」抑止の啓発活動として、どのような方法が効果的と思うか？ 11
・基本属性 12
・掲出広告物 13

調査概要

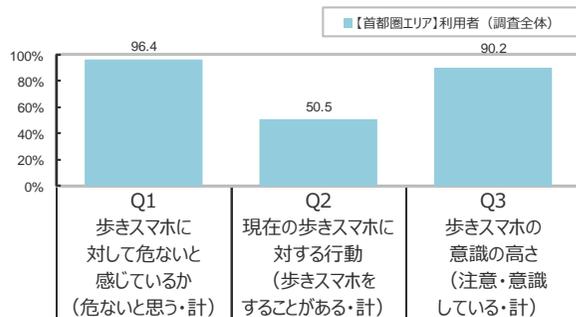
調査目的	歩きスマホに関する意識調査および2016年度実施の「やめましょう、歩きスマホ。」キャンペーンについて、「認知」「内容理解」「好意（共感）」の確認とともに、ユーザーの心理的、意識的变化を確認する。																																														
調査課題	<input checked="" type="checkbox"/> 歩きスマホに対する意識の確認 <input checked="" type="checkbox"/> ユーザーの「認知」「内容理解」「好意（共感）」の確認 <input checked="" type="checkbox"/> 意識変容（心理的・行動的变化）の確認																																														
調査手法	インターネット調査																																														
調査エリア	①首都圏エリア（東京都、神奈川県・千葉県・埼玉県） ②大阪エリア（大阪府・奈良県・兵庫県・京都府） ③愛知エリア ④北海道エリア ⑤福岡エリア の5エリアで実施。																																														
調査対象条件	<p>■ 15歳～69歳代男女 スマートフォン所有者 かつ 下記①～③の条件を満たす者</p> <p>①首都圏エリアの鉄道を普段から週1回以上利用している方 <1,100ss></p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>15-19歳</th><th>20-29歳</th><th>30-39歳</th><th>40-49歳</th><th>50-59歳</th><th>60-69歳</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>50</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td rowspan="2">1,100</td></tr><tr><td>女性</td><td>50</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr></tbody></table> <p>②大阪エリアの鉄道を普段から週1回以上利用している方 <560ss></p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>15-19歳</th><th>20-29歳</th><th>30-39歳</th><th>40-49歳</th><th>50-59歳</th><th>60-69歳</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>30</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td rowspan="2">560</td></tr><tr><td>女性</td><td>30</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td></tr></tbody></table> <p>③愛知エリアの鉄道を普段から週1回以上利用している方 <300ss></p> <p>④北海道エリアの鉄道を普段から週1回以上利用している方 <300ss></p> <p>⑤福岡エリアの鉄道を普段から週1回以上利用している方 <300ss></p>		15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	合計	男性	50	100	100	100	100	100	1,100	女性	50	100	100	100	100	100		15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	合計	男性	30	50	50	50	50	50	560	女性	30	50	50	50	50	50
	15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	合計																																								
男性	50	100	100	100	100	100	1,100																																								
女性	50	100	100	100	100	100																																									
	15-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	合計																																								
男性	30	50	50	50	50	50	560																																								
女性	30	50	50	50	50	50																																									
調査期間	2016年12月21日（水）～26日（月）																																														

調査サマリー

■「歩きスマホ」は危ないと思うか？ / 「歩きスマホ」をしたことがあるか？

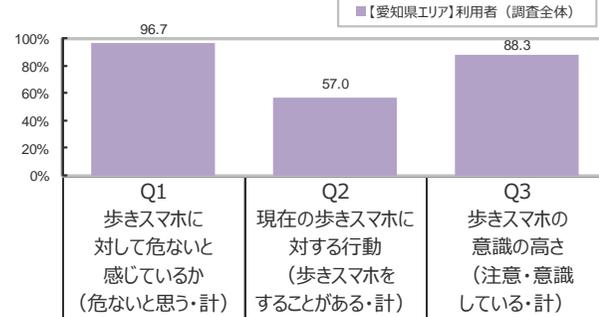
・歩きスマホに対して危ないと思う人の割合は、各エリア9割と非常に高い。また、歩きスマホを普段から注意・意識している割合も各エリア8～9割と非常に高い。しかし、歩きスマホの危険性を認識し、注意・意識している一方で、歩きスマホをすることがある人などのエリアにおいても4～5割いるのが現状である。

歩きスマホに関する普段の意識・行動 (TOP2計)



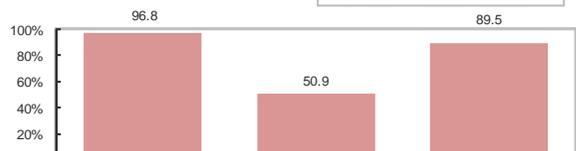
【首都圏エリア】利用者 (調査全体)	n=1,100	96.4	50.5	90.2
--------------------	---------	------	------	------

歩きスマホに関する普段の意識・行動 (TOP2計)



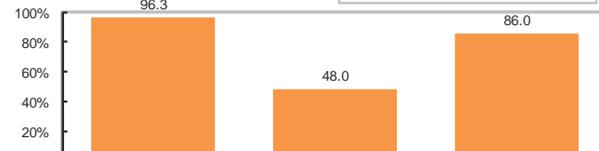
【愛知県エリア】利用者 (調査全体)	n=300	96.7	57.0	88.3
--------------------	-------	------	------	------

【大阪府エリア】利用者 (調査全体)



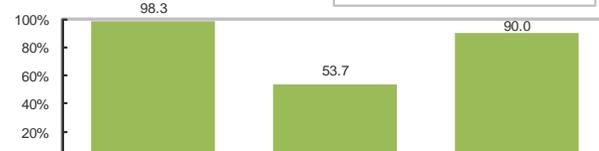
【大阪府エリア】利用者 (調査全体)	n=560	96.8	50.9	89.5
--------------------	-------	------	------	------

【北海道エリア】利用者 (調査全体)



【北海道エリア】利用者 (調査全体)	n=300	96.3	48.0	86.0
--------------------	-------	------	------	------

【福岡県エリア】利用者 (調査全体)



【福岡県エリア】利用者 (調査全体)	n=300	98.3	53.7	90.0
--------------------	-------	------	------	------

■「歩きスマホ」をしてしまう理由は？

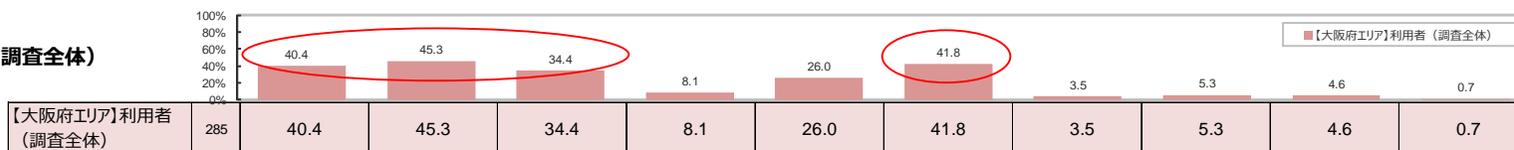
・歩きスマホをしてしまう理由としては、「WEBサイトを見ているとき」「SNSやLINEのやりとり」「メールを見たり、文字を打つ」「移動しながら時刻表や地図アプリを使用する」がどのエリアにおいても上位となり、いずれも3割を超えている。次いで「スマホのゲームの操作に夢中になってしまう」が続くが、愛知（30.4%）は他エリアより高く、福岡（18.0%）は低い傾向。

Q2=歩きスマホについて 1(日常的にある) または 2(たまにある)と回答した方

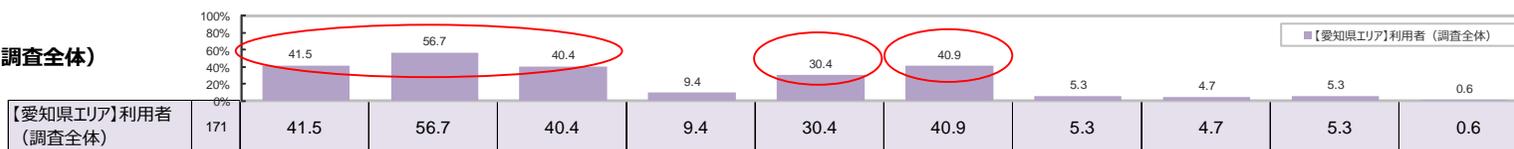
■【首都圏エリア】利用者（調査全体）



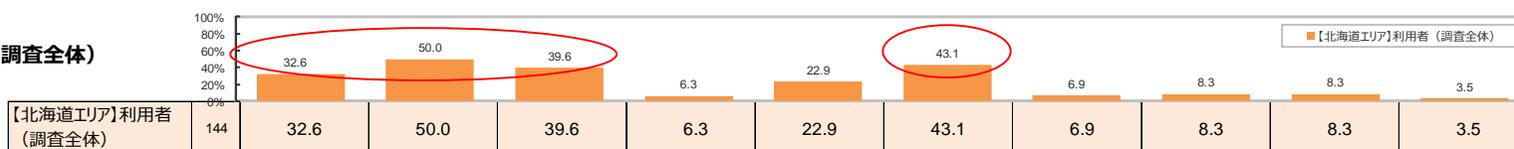
■【大阪府エリア】利用者（調査全体）



■【愛知県エリア】利用者（調査全体）



■【北海道エリア】利用者（調査全体）

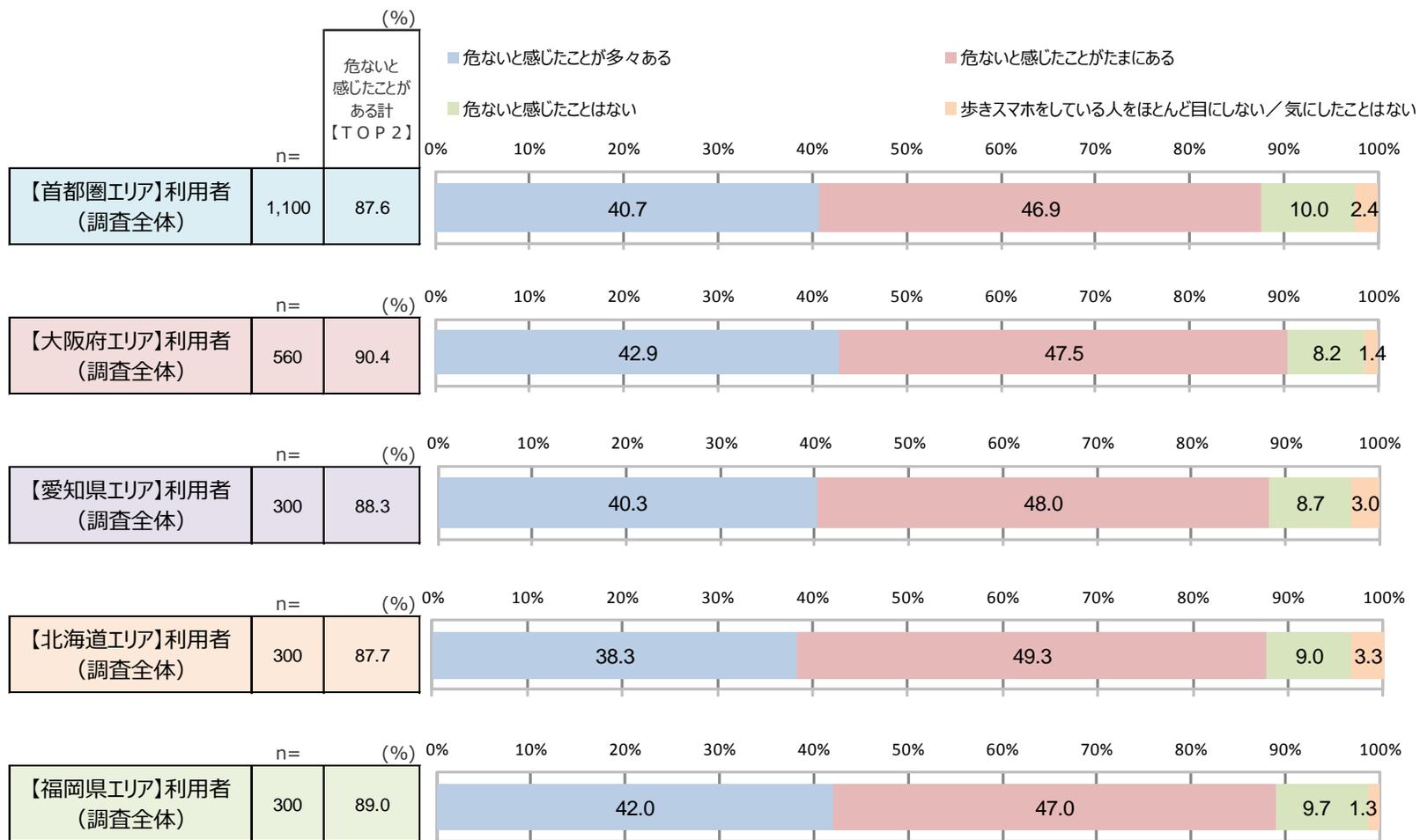


■【福岡県エリア】利用者（調査全体）



■「歩きスマホ」をしている人に対して危ないと感じたことはあるか？

・歩きスマホをしている人に対して危ないと感じたことがある人の割合は、各エリア8～9割台と非常に高い。
エリアに関わらず、危ないと感じた経験がある人が多い様子。



「歩きスマホ」が危険と感じたのはどのようなシーンか？

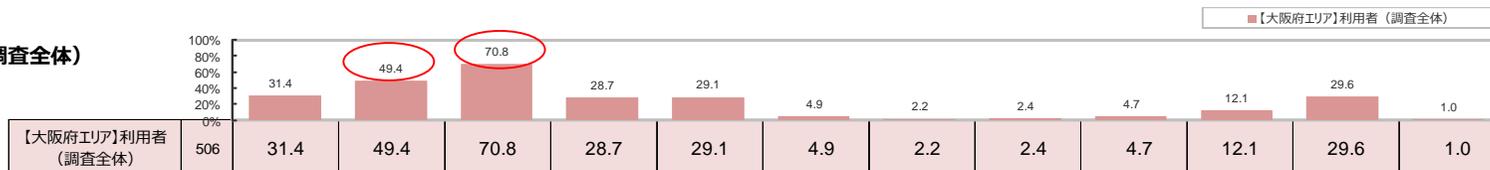
・「危険と感じたシーン」としては、エリアを問わず「歩きスマホをしながら、他人にぶつかりそうになっている人を見た」が6割～7割台と他のシーンを引き離し、最も高い。次に「歩きスマホをしながら、階段を歩いている人を見た」が4割～5割台と2番目に多いシーンとなる。

Q12=1(危険と感じたことが多々ある) または2(危険と感じたことがたまにある)と回答した方

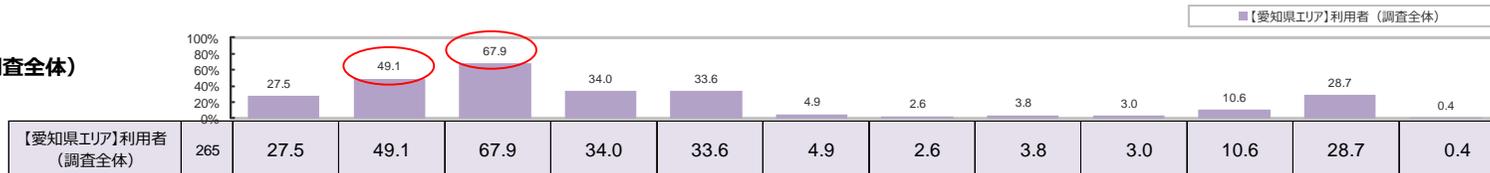
■【首都圏エリア】利用者（調査全体）



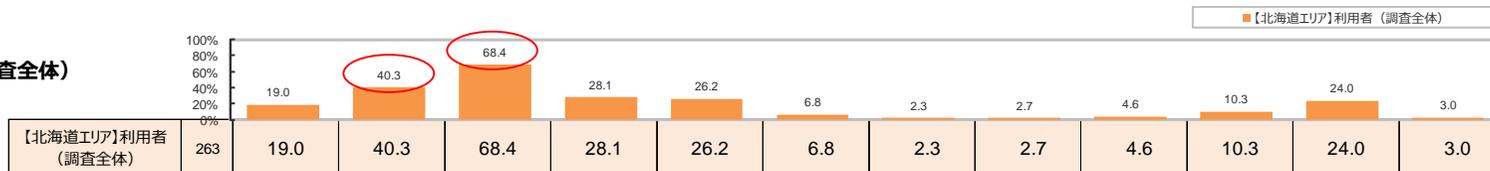
■【大阪府エリア】利用者（調査全体）



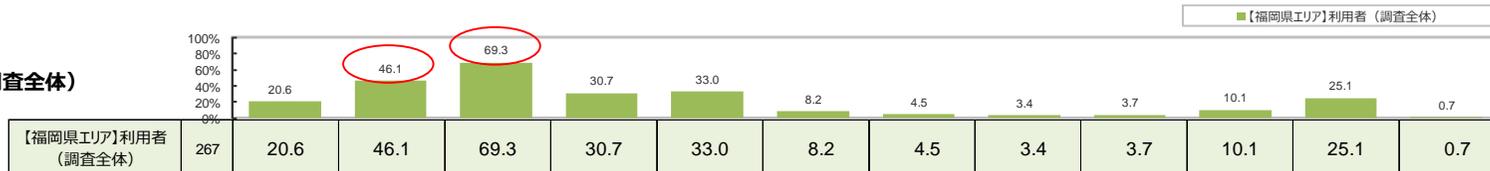
■【愛知県エリア】利用者（調査全体）



■【北海道エリア】利用者（調査全体）

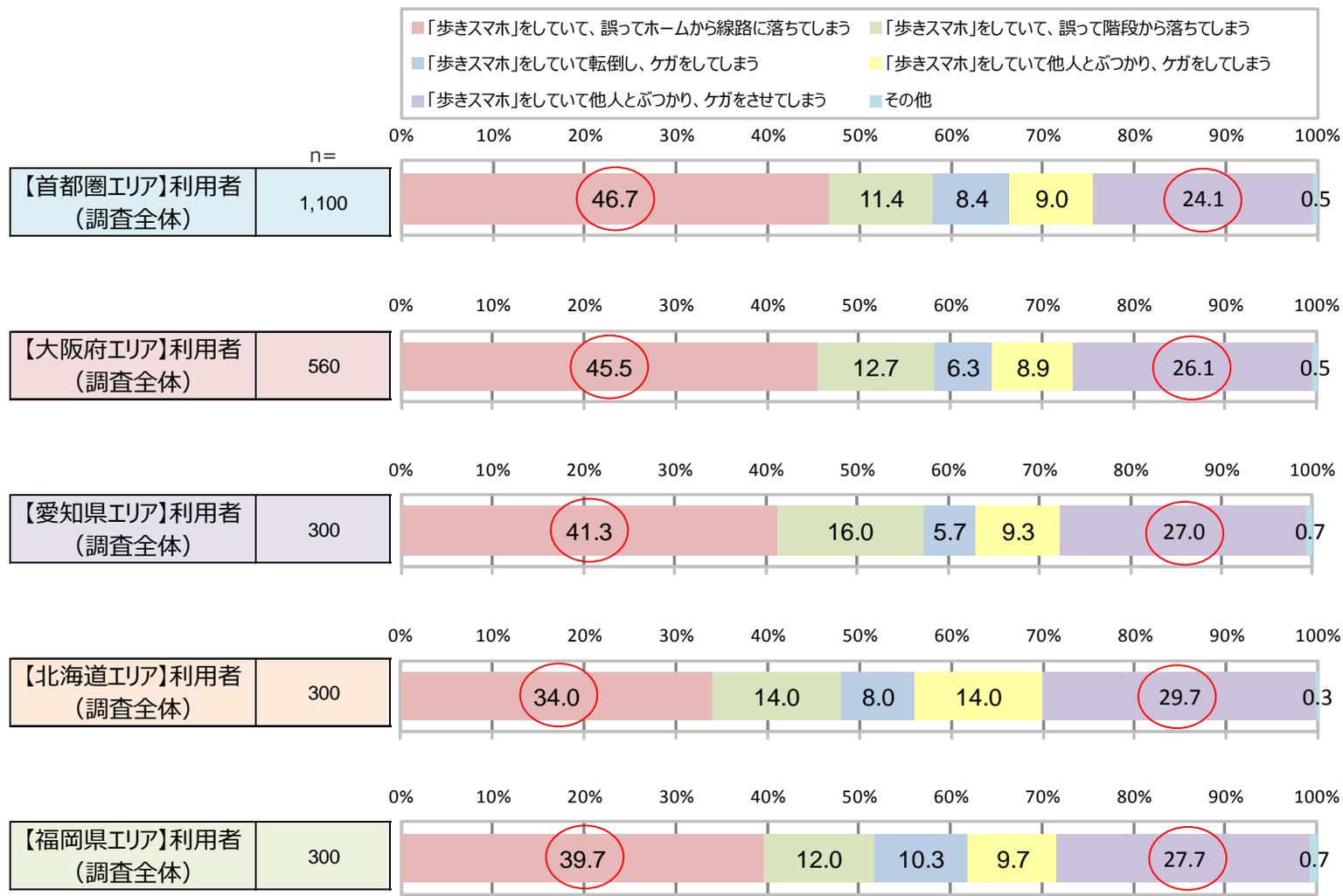


■【福岡県エリア】利用者（調査全体）



■「歩きスマホ」による事故で最も危険と感じるのはどのようなシーンか？

・歩きスマホによって起きる事故の中で最も危険と感じるシーンとしては、「歩きスマホをしていて、誤ってホームから線路に落ちてしまう」、「歩きスマホをしていて他人とぶつかり、ケガをさせてしまう」と回答した割合がエリアを問わず上位となっている。

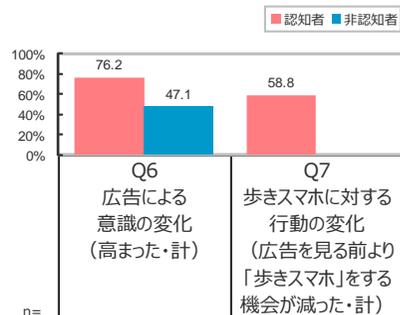


■ 広告を見て「歩きスマホ」が危ないという意識が高まったか？ / 「歩きスマホ」が減ったか？

- ・ 広告接触後に歩きスマホが危ないという意識が高まった人の割合は、広告認知者では6割後半～8割にのぼり、特に福岡では8割超と他エリアより高い。
- ・ 歩きスマホをする機会が減った人の割合は、首都圏・大阪・愛知・北海道では5割台と半数を超える。福岡では約7割を占め、他エリアと比べて高め。

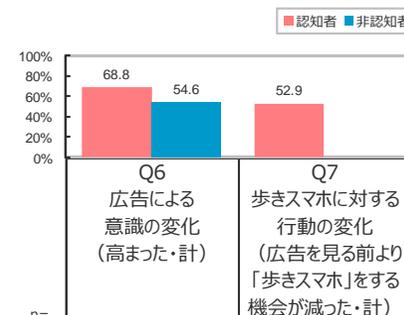
Q7は広告認知者(確かに見た)or(見たような気がする)方
Q2 歩きスマホの行動が(日常的にある)or(たまにある)方

広告接触後の意識・行動の変化 (TOP2計)

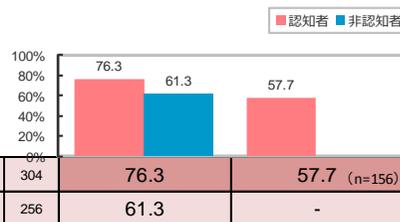


【首都圏エリア】利用者 (調査全体)	n=	
	認知者	614
非認知者	486	47.1
		58.8 (n=323)

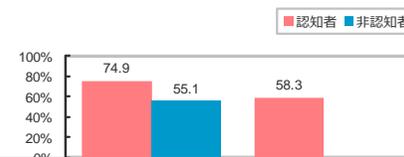
広告接触後の意識・行動の変化 (TOP2計)



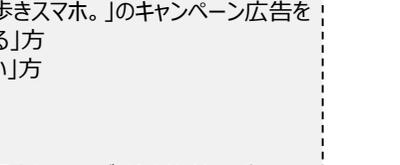
【愛知県エリア】利用者 (調査全体)	n=	
	認知者	192
非認知者	108	54.6
		52.9 (n=121)



【大阪府エリア】利用者 (調査全体)	n=	
	認知者	304
非認知者	256	61.3
		57.7 (n=156)



【北海道エリア】利用者 (調査全体)	n=	
	認知者	211
非認知者	89	55.1
		58.3 (n=108)



【福岡県エリア】利用者 (調査全体)	n=	
	認知者	162
非認知者	138	58.0
		70.3 (n=91)

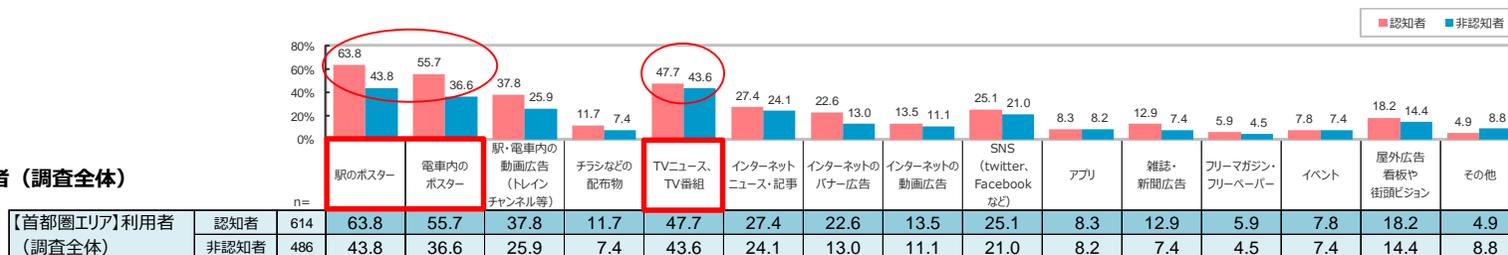
※**認知者**…以下のいずれかの「やめまじょう、歩きスマホ。」のキャンペーン広告を「確かに見た」「見たような気がする」方
非認知者…いずれの広告も「見たことはない」方

<キャンペーン広告>
駅に掲出しているポスター/電車内の中吊りポスター
動画広告 (電車内のトレインチャンネルおよび駅に掲出しているデジタルサイネージ)
オリジナルポケットティッシュ
このキャンペーンに関するTV番組/このキャンペーンに関するネット上の記事

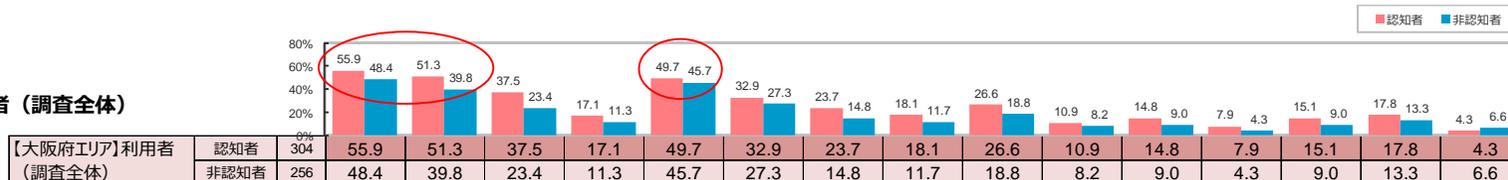
「歩きスマホ」抑止の啓発活動として、どのような方法が効果的と思うか？

・効果的な歩きスマホ抑止啓発活動としては、「駅のポスター」「電車内のポスター」「TVニュース、TV番組」がエリア問わず上位に入る。

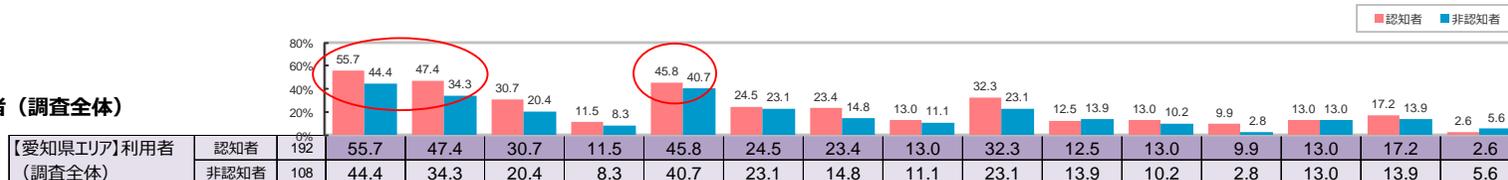
■【首都圏エリア】利用者（調査全体）



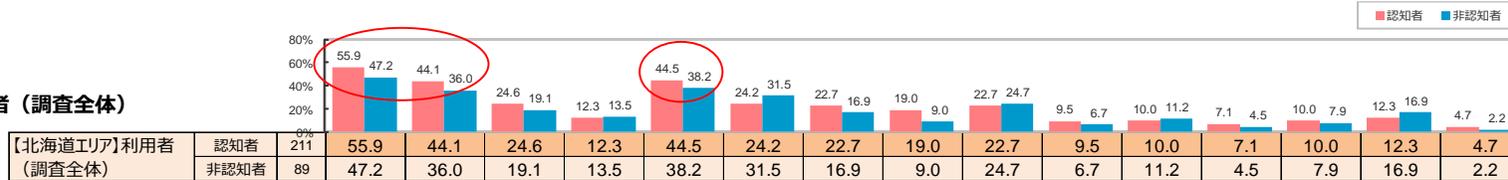
■【大阪府エリア】利用者（調査全体）



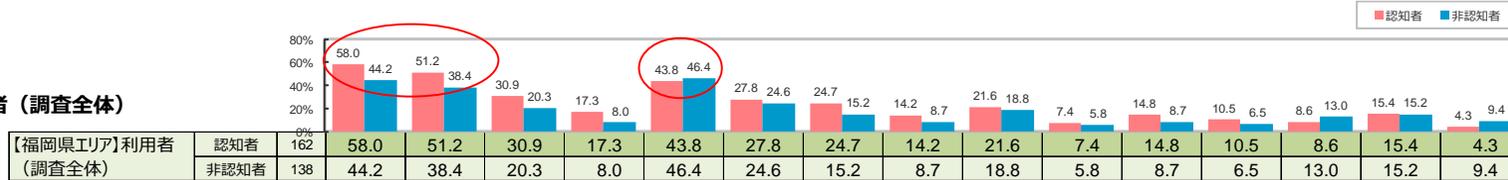
■【愛知県エリア】利用者（調査全体）



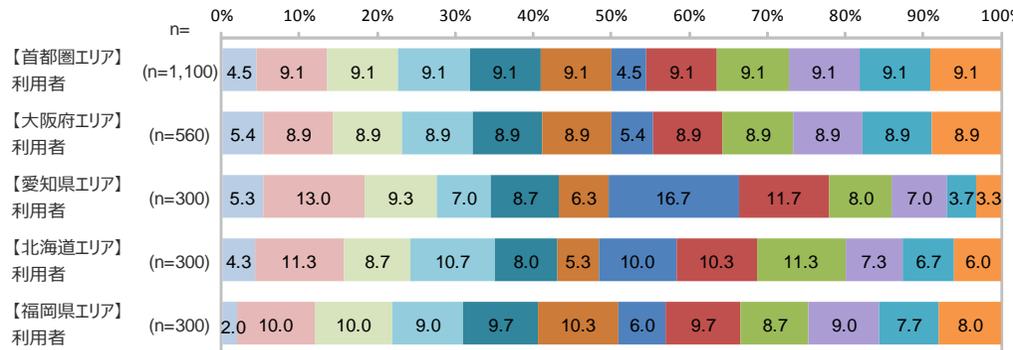
■【北海道エリア】利用者（調査全体）



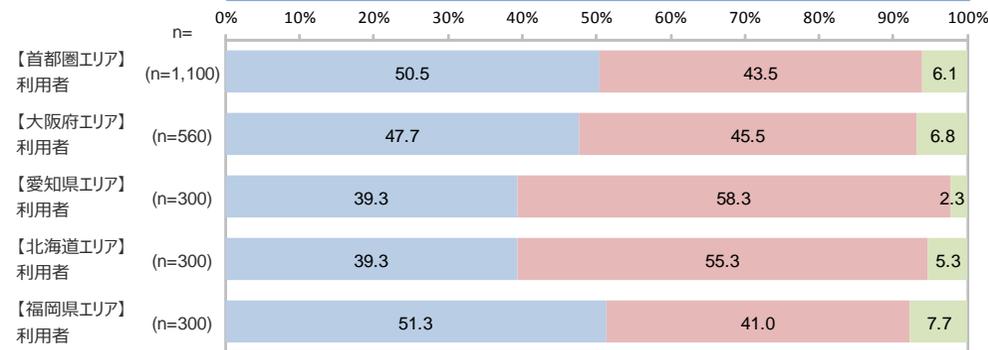
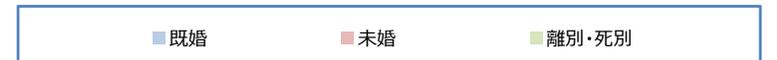
■【福岡県エリア】利用者（調査全体）



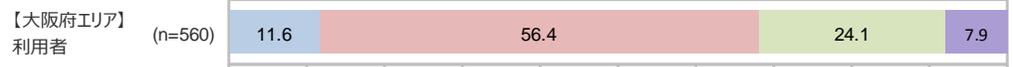
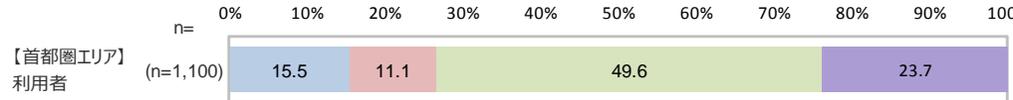
性・年齢



未既婚



居住地



利用している携帯電話事業者 (ブランド)



掲出広告物

① <駅に掲出しているポスター>



② <電車の中吊りポスター>



③ <動画広告>

<電車内のトレインチャンネルおよび駅に掲出しているデジタルサイネージ>



首都圏エリアは「トレインチャンネル動画広告」
大阪エリア・福岡エリアは「デジタルサイネージ」
※北海道エリア・愛知エリアは動画呈示なし

④ <オリジナルポケットティッシュ>

