

スマートデバイスがもたらす 検索行動の変化

文●長野晋也
Shinya Nagano
メディア・リサーチャー

2011年の上半期は、スマートフォンに加え、タブレット端末も各社のラインナップが揃い、デジタルメディア業界の流れを変えていくことは間違いなさそうだ。携帯電話の業界団体GSMAの発表（Rob Conway CEO、2010年2月）によると、2013年には世界のスマートフォンの数がPCの数を上回ると発表されている。今後、日本国内においてもこれらの端末の普及は、メディア・コンテンツの在り方やコミュニケーションのスタイルを、「進化」だけでなく「変化」させるだろう。そこで、今回は、「携帯電話・PHS」や「ノート型PC」など従来のモバイル端末と、「スマートフォン」や「タブレットPC」のスマートデバイスの比較により、変化しつつあるデバイスの利用実態にフォーカスを当てる。

デバイスの 自宅・外出先利用比較

スマートフォンやタブレット端末は、いつどのようなシーンで利用されているのかを分析した。今回、人口構成比に整合した15歳以上のインターネットユーザー5,000人の中から、デバイス（「デスクトップ型PC」「ノート型PC・ネットブック・モバイルPC」「タブレットPC」「携帯電話・PHS」「スマートフォン」）所有者に調査を行った。まず、各デバイスの自宅利用または外出先利用の比率を聞いてみた（**図1**参照）。すると、自宅利用（自宅計）と外出先利用（外出先計）がほぼ同率である携帯電話・PHSに対して、スマートフォンは外出先利用の割合が高めとなっていた。

また、多くのタブレットPCユーザーは、自宅内での利用が多いことがわかった（点線の左側参照）。一方、タブレットPCユーザーは、スマートフォンユーザーに比べて、外出先計の割合は低いものの、外出先利用ユーザーの層が多く、

ある一定量存在することがわかった（点線の右側参照）。外出先利用は、「iPad2」やアンドロイド系タブレットの発売によるユーザー拡大、ビジネスシーンでの利用の活性化、アプリの多様化による利用シーンの拡大などによって、今後、より顕在化していくかどうかが注目される。

利用シーンによる使い分けが 進むデバイス

各デバイスの利用シーンについても調査した。最も特徴的な結果として、携帯電話・PHS・スマートフォンでは、「朝目覚めてすぐ、出勤や通学前に」や「通学・通勤など移動中に」など“すき間時間”での利用割合が高かった。一方、タブレットPC、デスクトップ型PC、ノートPC・ネットブック・モバイルPCでは、「就寝前に」や「学校や仕事がお休みの休日に」といった“ゆっくり時間を取れる場面”での利用割合が高かった。つまり、ユーザーの利用するシーンについて、時間・場所により使い分けが進

んでいることがわかった。

続いて、すでに当たり前となりつつある検索サービスの利用時には、スマートデバイスがどの程度利用されているのか。各デバイスから検索行動を行う場合、従来のデバイスとスマートデバイスの違いは何なのか。各デバイスによる検索行動を分析してみる。

スマートデバイスによる「検索サービスの利用シーンの広がり」

ここでは、自宅利用が圧倒的に高いデスクトップ型PCを除いた4デバイスにおける検索時の利用サービスの利用シーンについて調査した（**図2**参照）。本調査の結果は、総じてスマートデバイスがユーザーにもたらした変化の一つである「検索サービスの利用シーンの広がり」が確認できた。

はじめに、各デバイスともに「ふと思いついた時、暇つぶしに」が上位の中、携帯電話とスマートフォンによる差が大きいことがわかる。これは、さまざまな