

スマートフォン利用者の 行動・意識に関する調査報告書

2026/1/28

株式会社NTTドコモ
モバイル社会研究所

調査概要

スマートフォン利用者の各種デバイス・サービスの利用状況や行動、利用意識を分析し、スマートフォンとの良い付き合い方を探るために調査を実施。

- 調査名：スマホ利用者行動調査
- 調査方法：Web調査
- 調査エリア：全国
- 調査対象者：15～79歳の男女、スマートフォン利用者
- 標本抽出方法：QUOTA SAMPLING
 1. 性別・年齢（5歳刻み）・都道府県のセグメントで日本的人口分布に比例して割付しスマートフォン所有率を調査。
 2. 1の調査結果から、同セグメントにおけるスマートフォン所有率に比例して再割付を実施。
- ※スマートフォン比率等の経年データは、モバイル社会白書に掲載しております。<https://www.moba-ken.jp/whitepaper/>
- 調査時期：2022年～2024年まで年1回（合計3回）

調査時期	2022年2月	2023年2月	2024年2月
有効回答数	6,272	5,652	5,719

スマートフォンとのより良い付き合い方のために - 本調査のまとめ -

スマートフォンの利用には、長時間利用など気になる点も見られますが、**目的ある使い方**によって、**便利さや楽しさをより感じられる**傾向にあるようです。

自分にとって**適度なバランス**を意識し、**様々なサービスを活用していく**ことが、スマートフォンとのより良い付き合い方につながると示唆されます。

● 若年層（10代～20代）

SNS・動画等の長時間利用が顕著で、「スマートフォンの利用時間を減らしたい」という意識が強い。

- 利用時間が長くなってしまっている人は、日々の使い方を振り返ることで、より心地よいスマートフォンとの付き合い方につながるヒントになると言えます。

● 中高年層（30代～50代、60代～70代）

スマートフォンの日常利用は進んでいる一方で、サービスの種類によって活用頻度に差がみられる。

- SNSや電子決済、オンラインショッピングなど、興味に合わせて多様なサービスを積極的に活用することで、より快適な生活を実現できると考えられます。

● 全年代

「スマートフォンの利用は自分のためになる」という意識が高い。

- 使い方や目的を意識しながら適度に使用することで、便利さや楽しさをより実感できるでしょう。

目次

第1章 デバイス利用状況 p.5

- 各デバイスの利用頻度・利用時間
(スマホ・タブレット・PC・TV)
- 直近の利用時間の変化

第2章 サービス利用と利用環境 p.18

- コミュニケーション頻度
- 日常利用サービス
- アプリ数・入力方法などの使用環境

第3章 動画視聴行動 p.33

- 3-1. デバイス別視聴時間
- 3-2. 動画の内容と視聴スタイル（倍速視聴）

第4章 スマートフォンとその他メディア比較 p.40

- 4-1. 自宅での余暇行動
- 4-2. メディアに対する意識（情報・娯楽・信頼など）

第5章 利用シチュエーション・利用経験 p.47

- 5-1. 利用シチュエーション
- 5-2. トラブル経験
- 5-3. 学習経験

第6章 利用意識 p.61

- 6-1. 気を付けていること、紛失したら困るもの
- 6-2. 有益な時間、娯楽的な時間
- 6-3. スマホに対する意識全般（必需、ブランドなど）

第1章 デバイス利用状況

●各デバイスの利用頻度・利用時間（スマホ・タブレット・PC・TV）

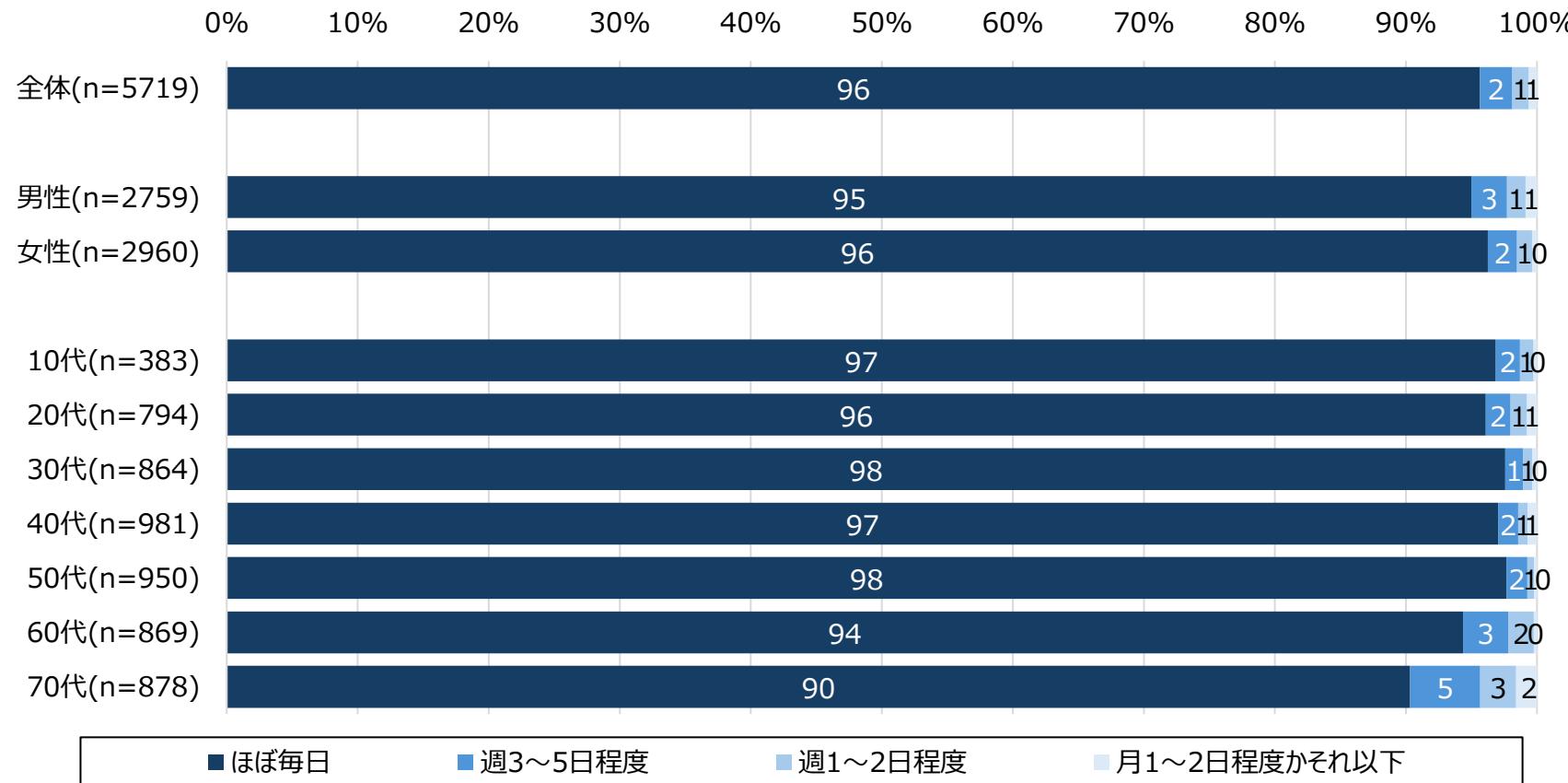
- ・ スマートフォン：10～20代では「1日6時間以上」利用が突出して高い。
- ・ タブレット端末：「ほぼ毎日」利用は全体で約15%で、非利用者が7割超。
- ・ パソコン：男性および50代以上で高頻度利用が目立ち「ほぼ毎日」が中心。
- ・ テレビ：高年層で長時間の割合が高く、「1日4時間以上」は70代の4割超。

●直近の利用時間の変化

- ・ スマートフォンの利用：10代の半数が「長くなった・使い始めた」と回答。
- ・ インターネット動画の視聴：若年層で時間が増えた割合が高く、10代では4割超。
- ・ テレビの視聴：「短くなった」が全体の2割超、若年層では3割～4割程度。
- ・ SNSの利用：10代では「長くなった・使い始めた」が4～5割と利用が拡大。

1-1. スマートフォン利用頻度（単一回答）

- 「ほぼ毎日」利用が全体の9割超で、全年代で“習慣化”が定着。
- 若年層ほど利用頻度が高く、70代でも9割が毎日利用。



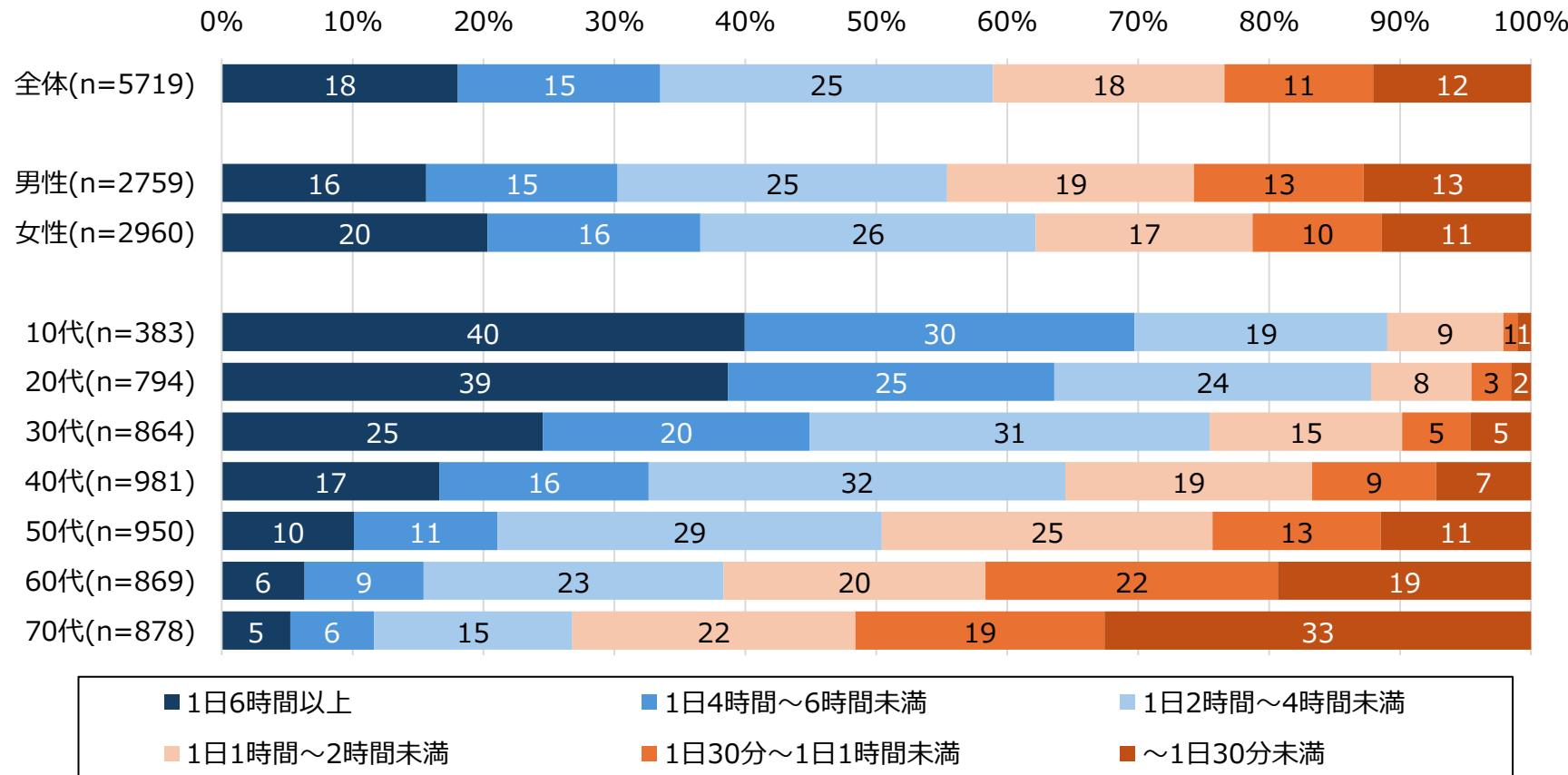
注：仕事での利用は除く

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：デバイスの利用頻度 2023年調査版 (2023/4/13) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20230413.html>

1-2. 1日あたりのスマートフォン利用時間（単一回答）

- 10～20代では「1日6時間以上」が突出し、長時間利用が顕著。
- 年齢傾向が強く、年代が上がるほど利用時間が短い。

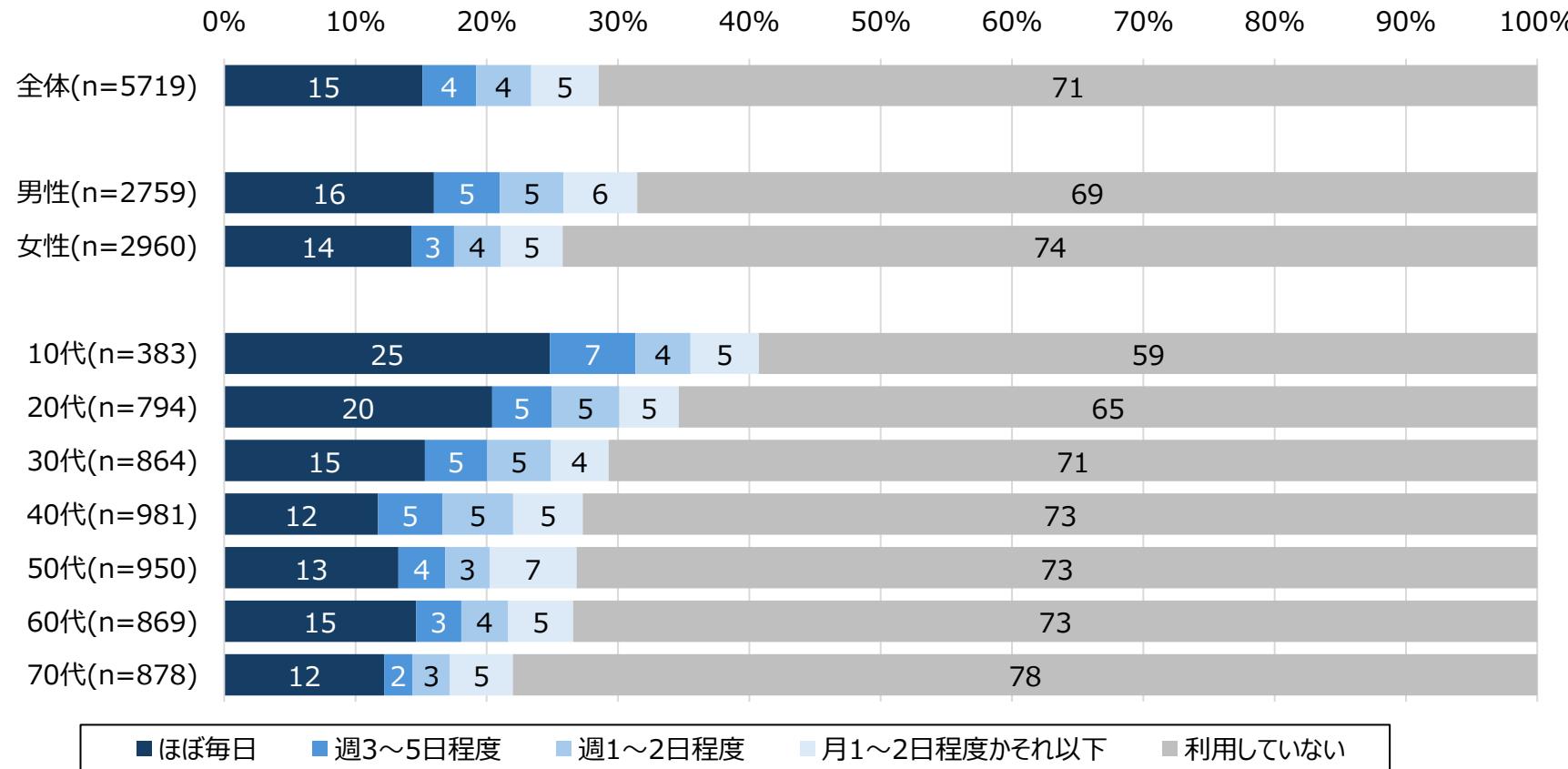


注：仕事での利用は除く

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

1-3. タブレット端末利用頻度 (単一回答)

- 「ほぼ毎日」利用は全体で約15%にとどまり、非利用者が7割超。
- 若年層は利用率・利用頻度が高いが、年代が上がるほど利用率・利用頻度が低下。



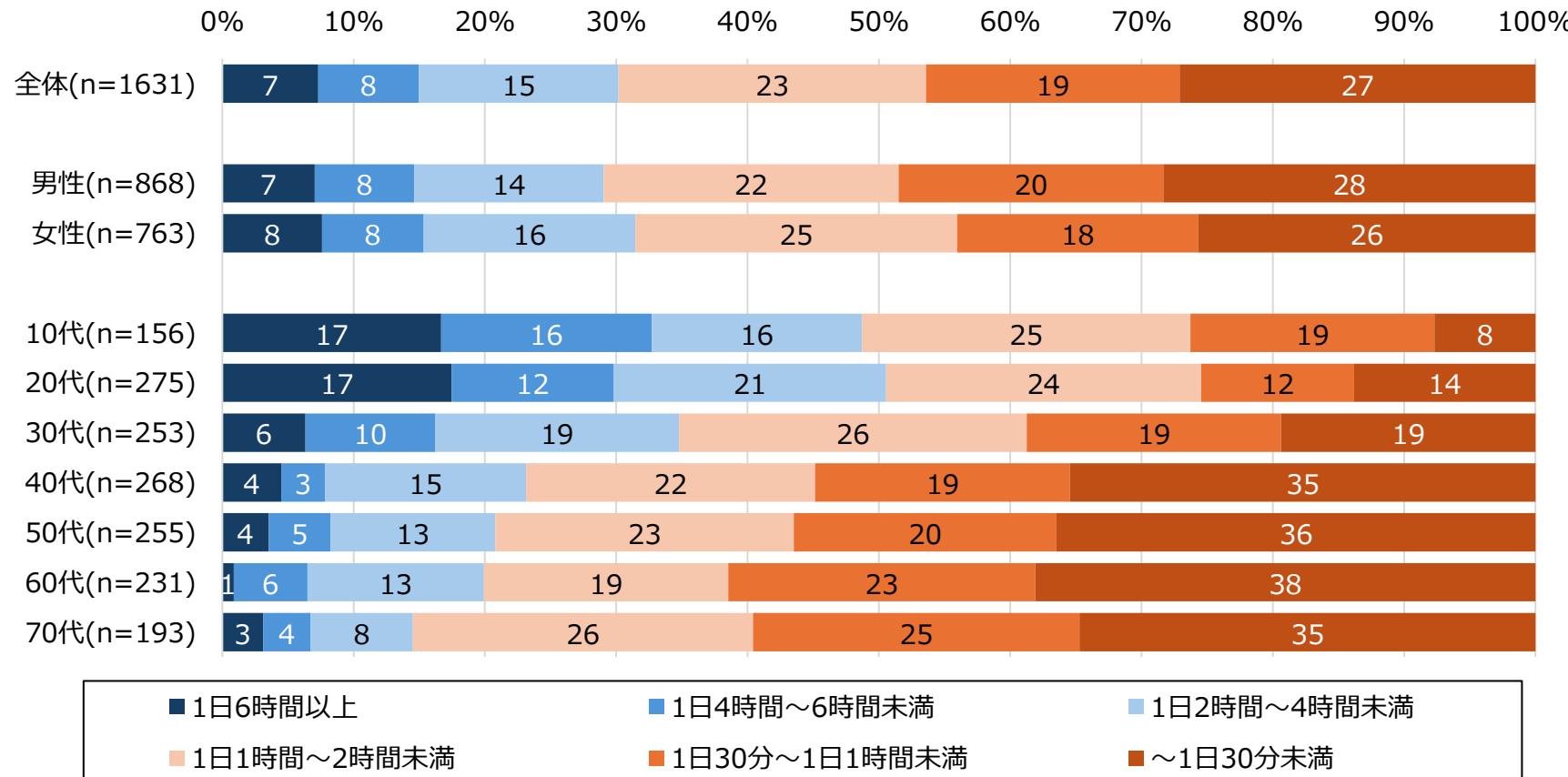
注：仕事での利用は除く

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：デバイスの利用頻度 2023年調査版 (2023/4/13) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20230413.html>

1-4. 1日あたりのタブレット端末利用時間 (単一回答)

- 10代～20代では「1日6時間以上」が他年代より大幅に高い。
- 40代以上では「1日30分未満」が4割弱と多数を占め、若年層に比べ利用時間が短い割合が高い。



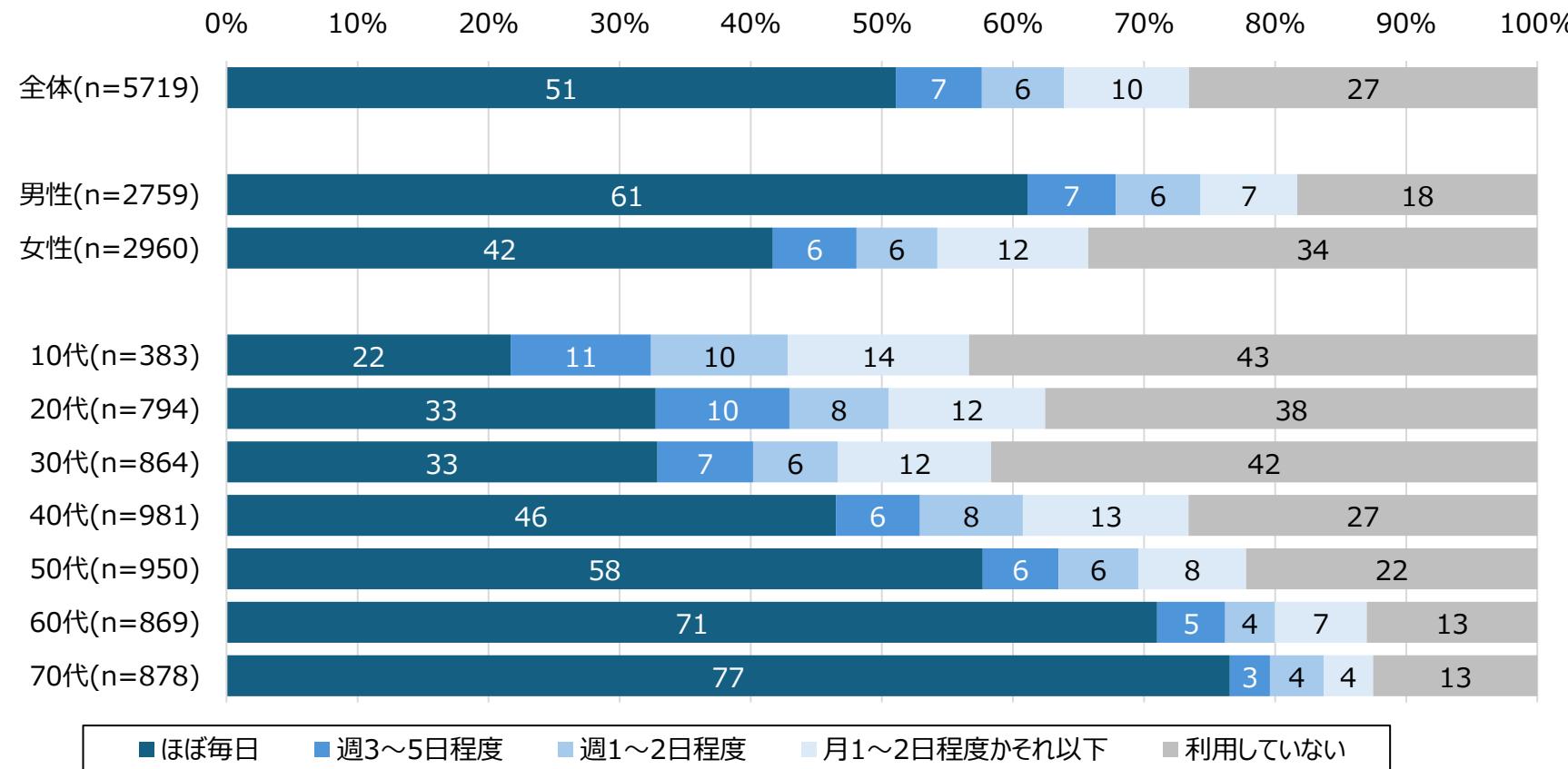
注：タブレット端末利用者が回答。

注：仕事での利用は除く。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

1-5. パソコン利用頻度（単一回答）

- 男性および50代以上で高頻度利用が目立ち「ほぼ毎日」が中心。
- 若年層ほど「利用しない」が高く、10代～30代の約4割がパソコンを利用していない。



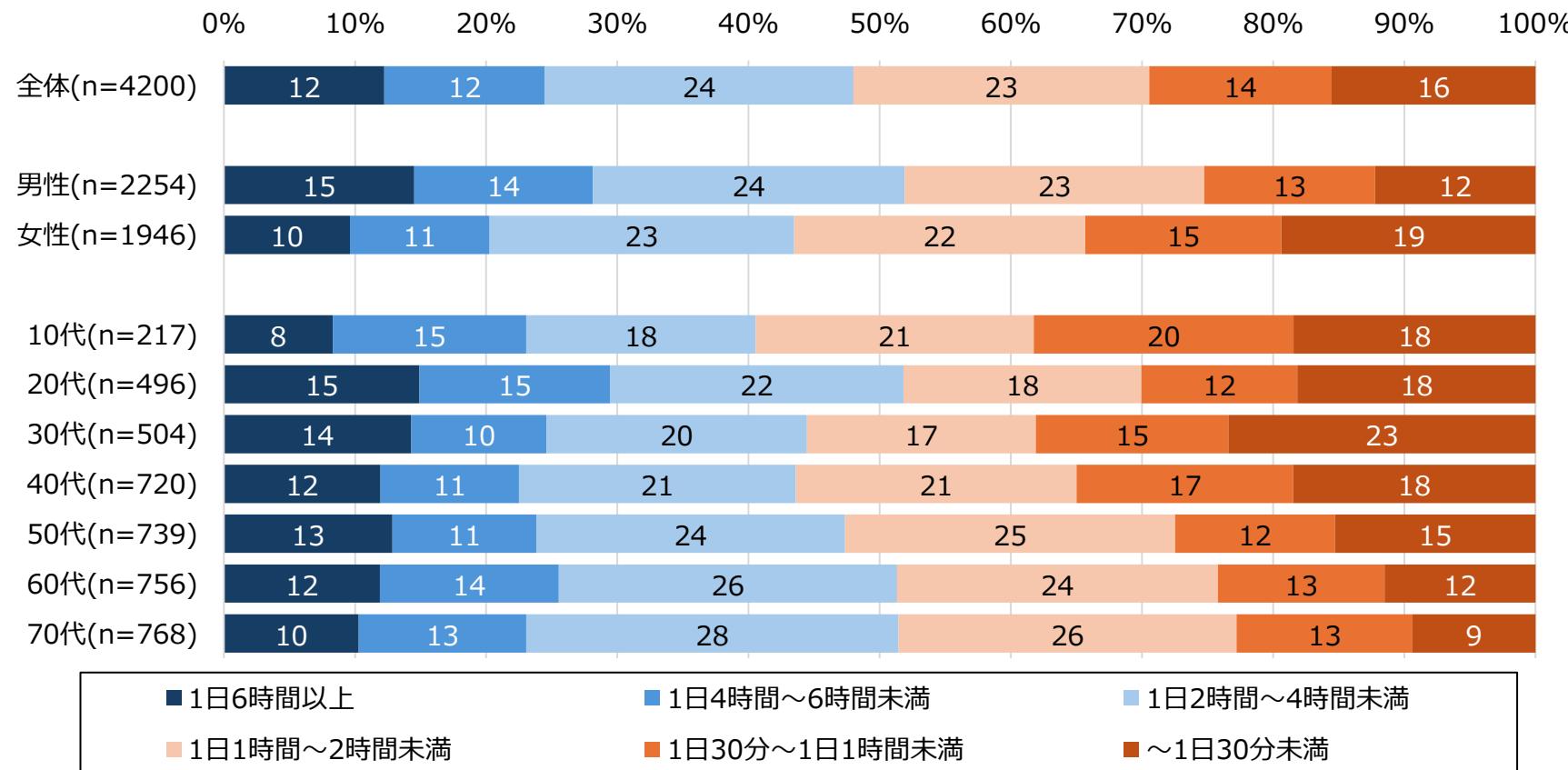
注：仕事での利用は除く

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：デバイスの利用頻度 2023年調査版 (2023/4/13) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20230413.html>

1-6. 1日あたりのパソコン利用時間（単一回答）

- 各年代で「1日2時間～4時間未満」「1日1時間～2時間未満」の割合が高い傾向。



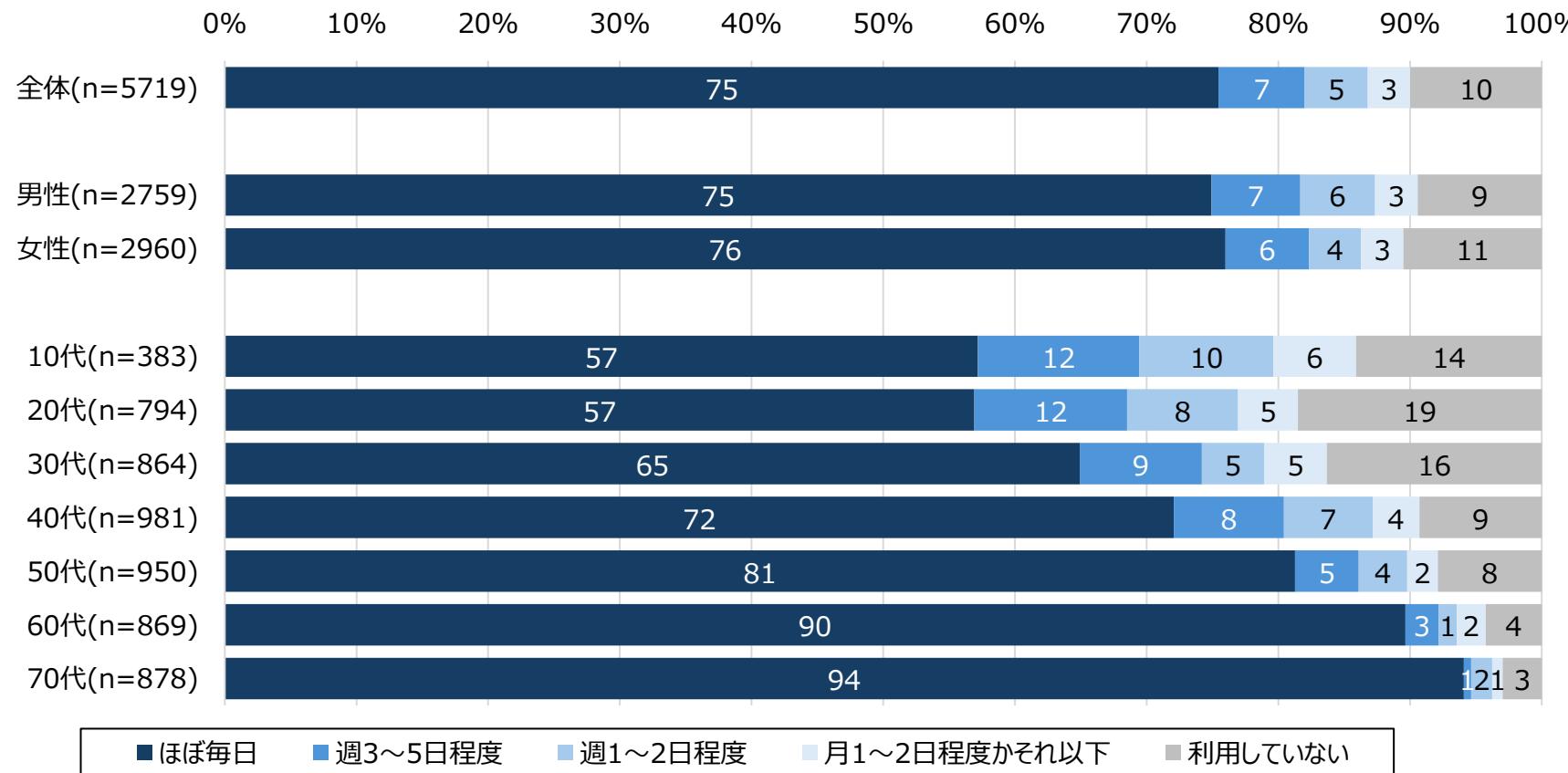
注：パソコン利用者が回答。

注：仕事での利用は除く。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

1-7. テレビ利用・視聴頻度（単一回答）

- 全体で7割超が「ほぼ毎日」視聴し、特に60～70代では9割に達する。
- 若年層では視聴頻度が低く、10代～30代では1～2割が利用していない。

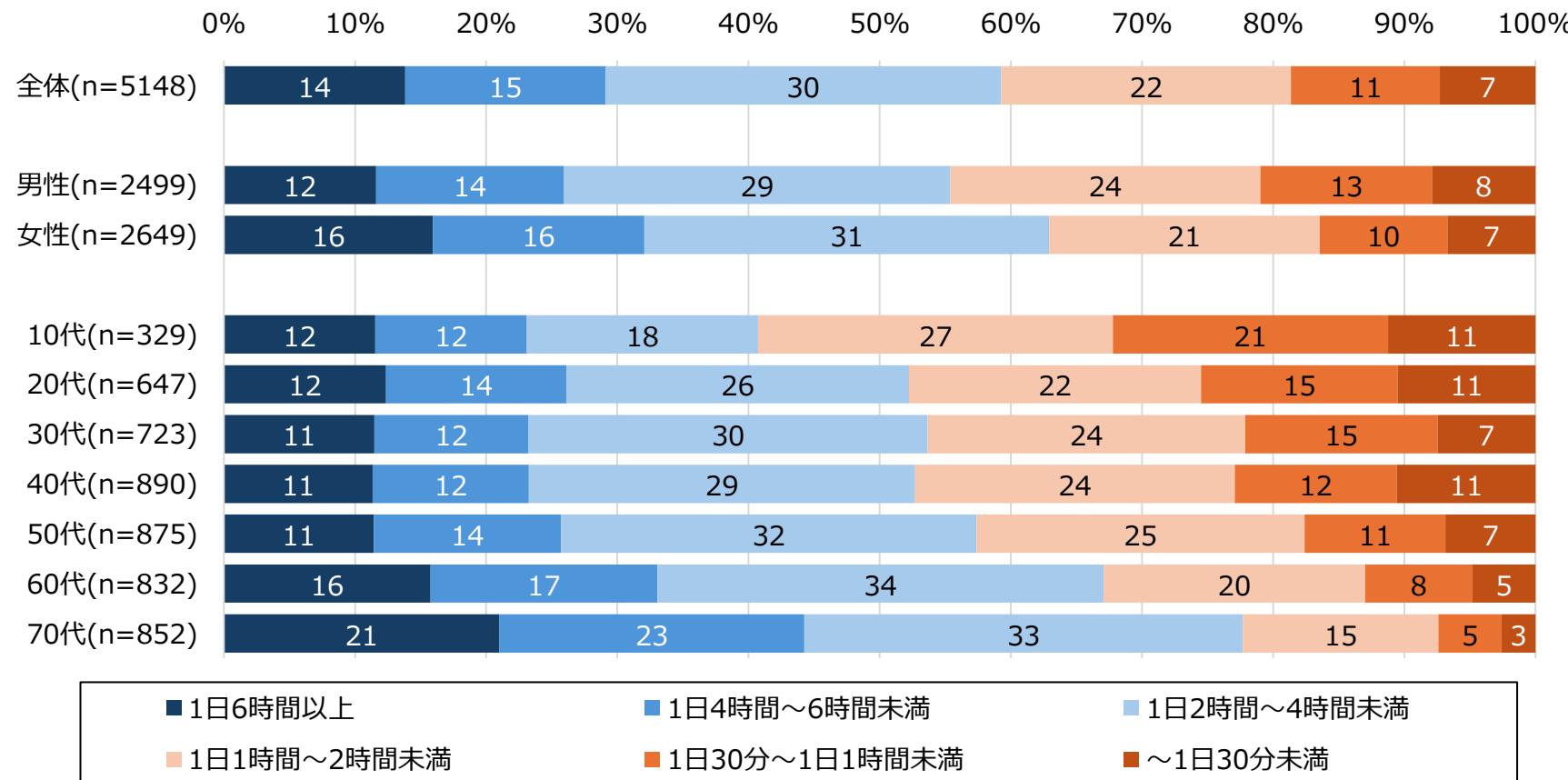


注：仕事での利用は除く。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

1-8. 1日あたりのテレビ利用・視聴時間（単一回答）

- 高年層では長時間視聴の割合が高く、「1日4時間以上」の割合は60代で3割超、70代では4割超。
- 若年層は「1日2時間未満」が半数～6割程度。



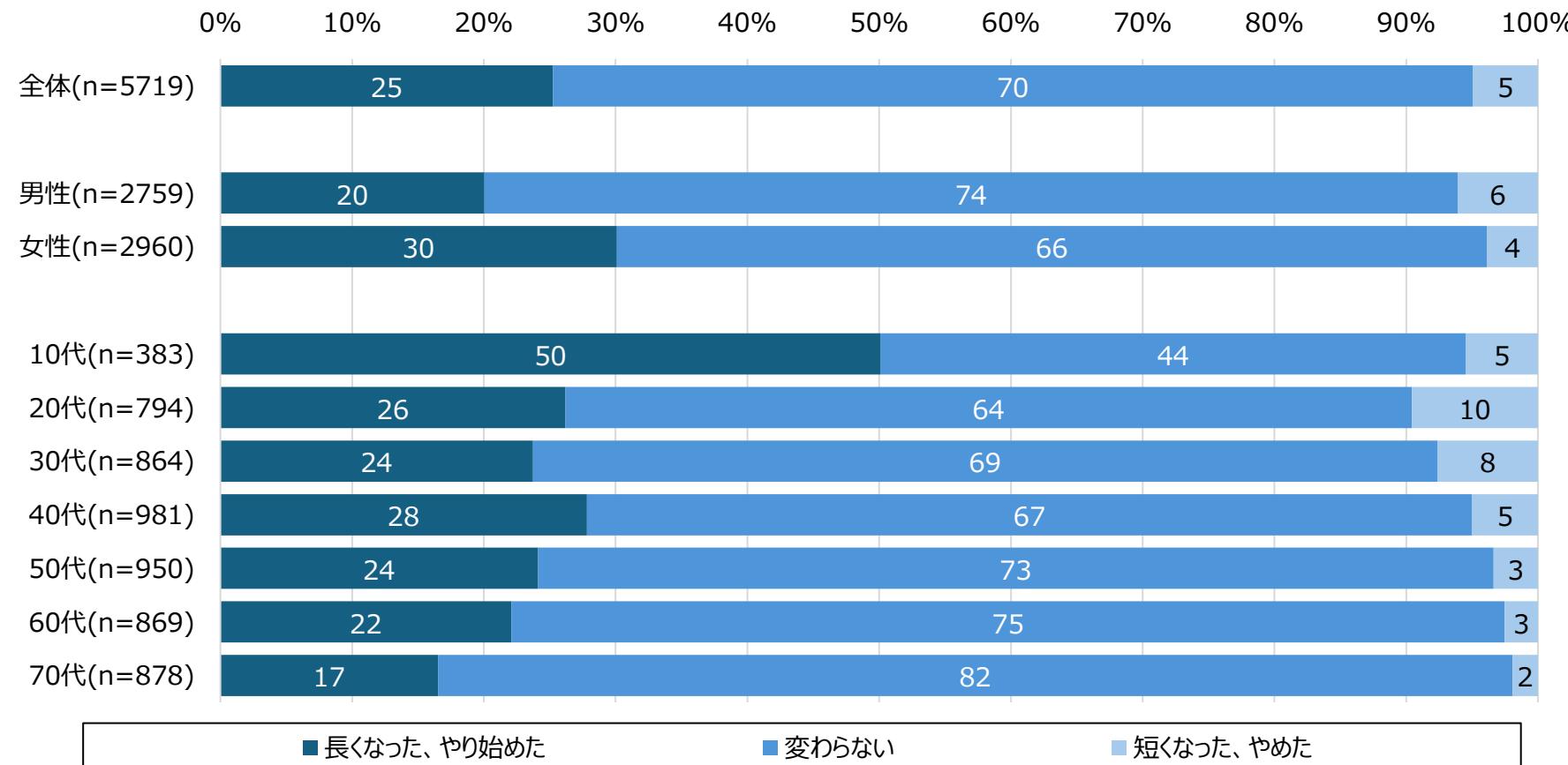
注：テレビ利用者が回答。

注：仕事での利用は除く。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

1-9. 直近1,2年*でのスマートフォンの利用時間の変化（単一回答） *2024年調査時点

- 10代の半数が「長くなった・使い始めた」と回答。
- 30代以上では「変わらない」が約7～8割を占め、利用時間に大きな変化はない人が大半。

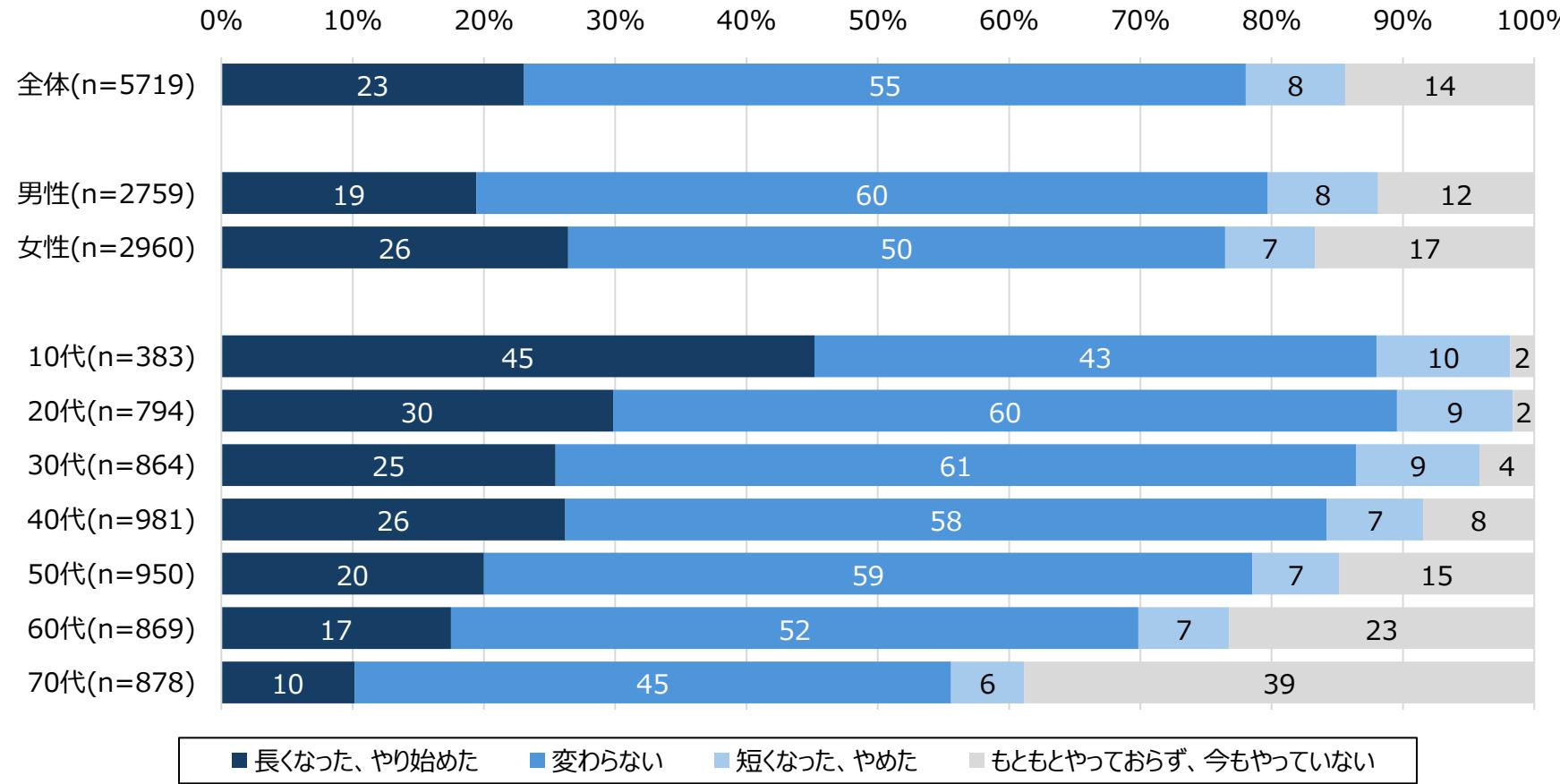


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン等の利用時間の変化（2024/8/15） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240815.html>

1-10. 直近1,2年*でのインターネット動画の視聴時間の変化（単一回答） *2024年調査時点

- 若年層で視聴時間が増えた割合が高く、10代では4割を超える。
- 多くの年代で「変わらない」の割合が高いが、70代ではもともと視聴していない割合も4割程度。

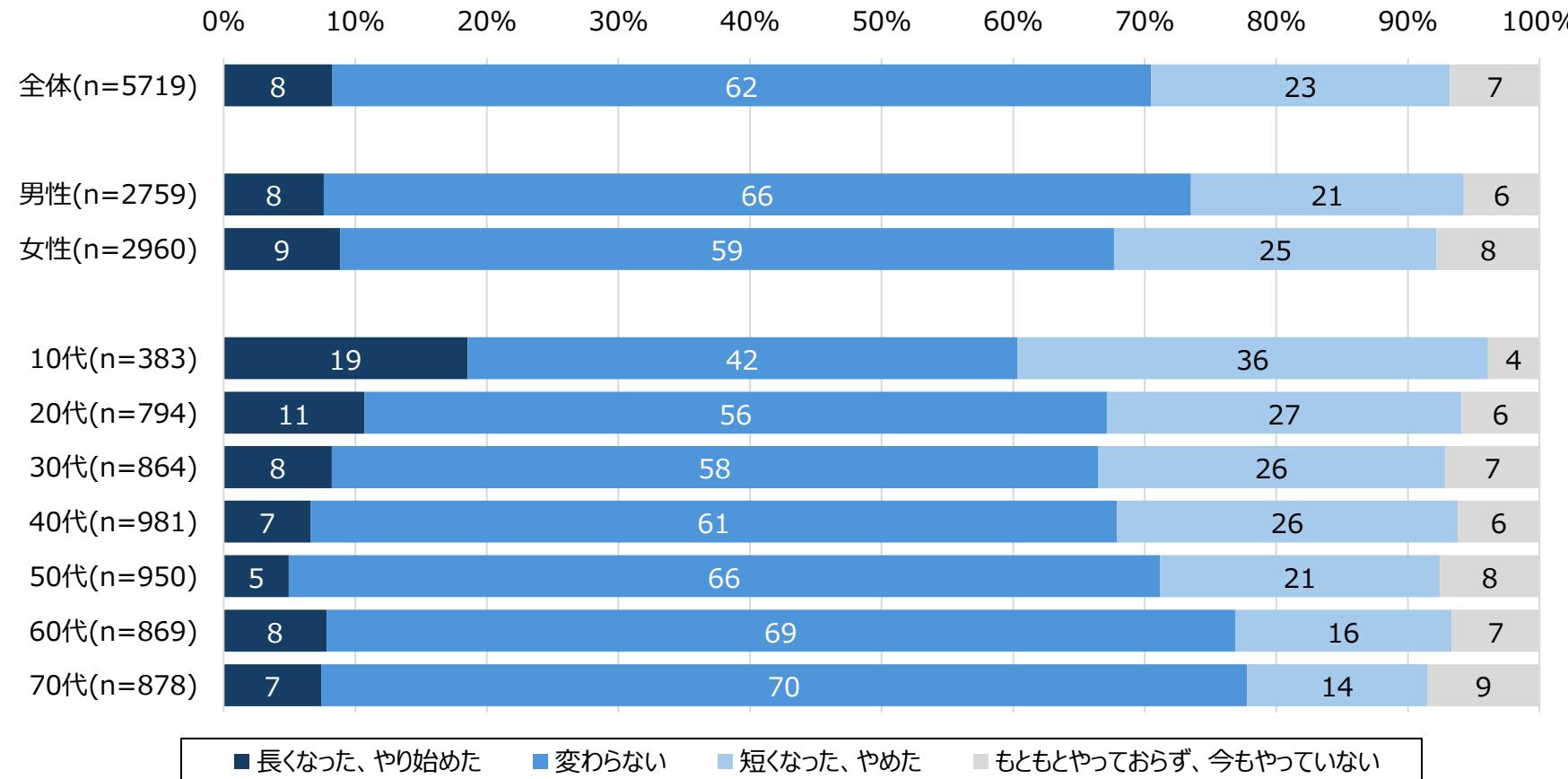


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン等の利用時間の変化（2024/8/15） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240815.html>

1-11. 直近1,2年*でのテレビ（地上波、BS、CSなど）の視聴時間の変化（単一回答） *2024年調査時点

- 「短くなった」が全体の2割超、若年層では3割～4割程度。
- 高年層は「変わらない」が7割程度と、テレビの視聴時間の変化がない人が大半。

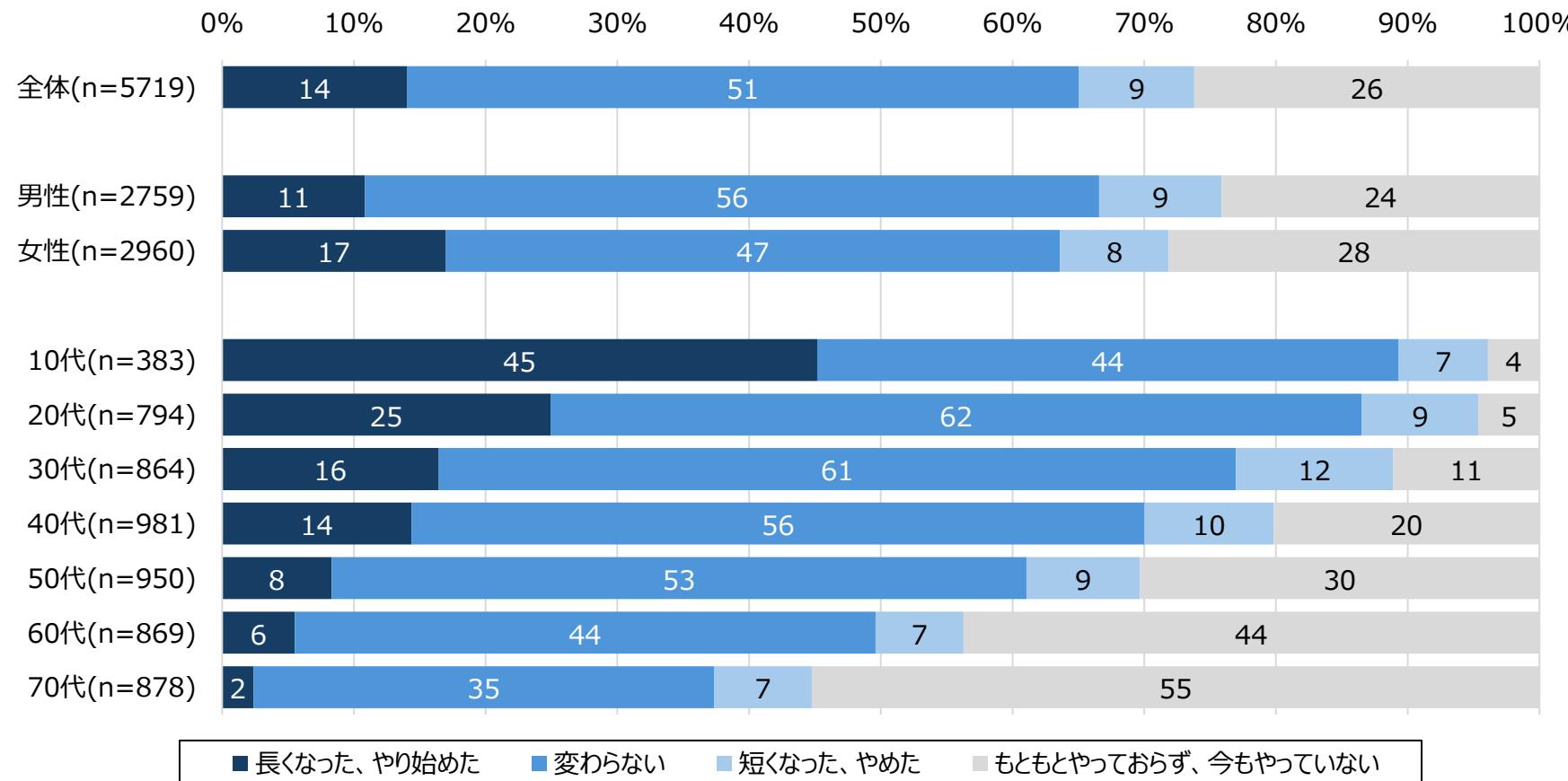


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン等の利用時間の変化（2024/8/15） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240815.html>

1-12. 直近1,2年*でのSNS (X, Instagram, TikTok, Facebook) の利用時間の変化 (単一回答) *2024年調査時点

- 若年層では「長くなった・使い始めた」割合が高く、10代では4～5割と利用が拡大。
- 高年層では未利用者が多く、年代差が顕著。



出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン等の利用時間の変化 (2024/8/15) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240815.html>

第2章 サービス利用と利用環境

●コミュニケーション頻度

- ・ 家族との電話やLINE、メッセージでのやりとり頻度が高いのは、女性・若年層。
- ・ 仲間・友達との電話やLINE、メッセージでのやりとり頻度も、女性・若年層が高い。

●日常利用サービス

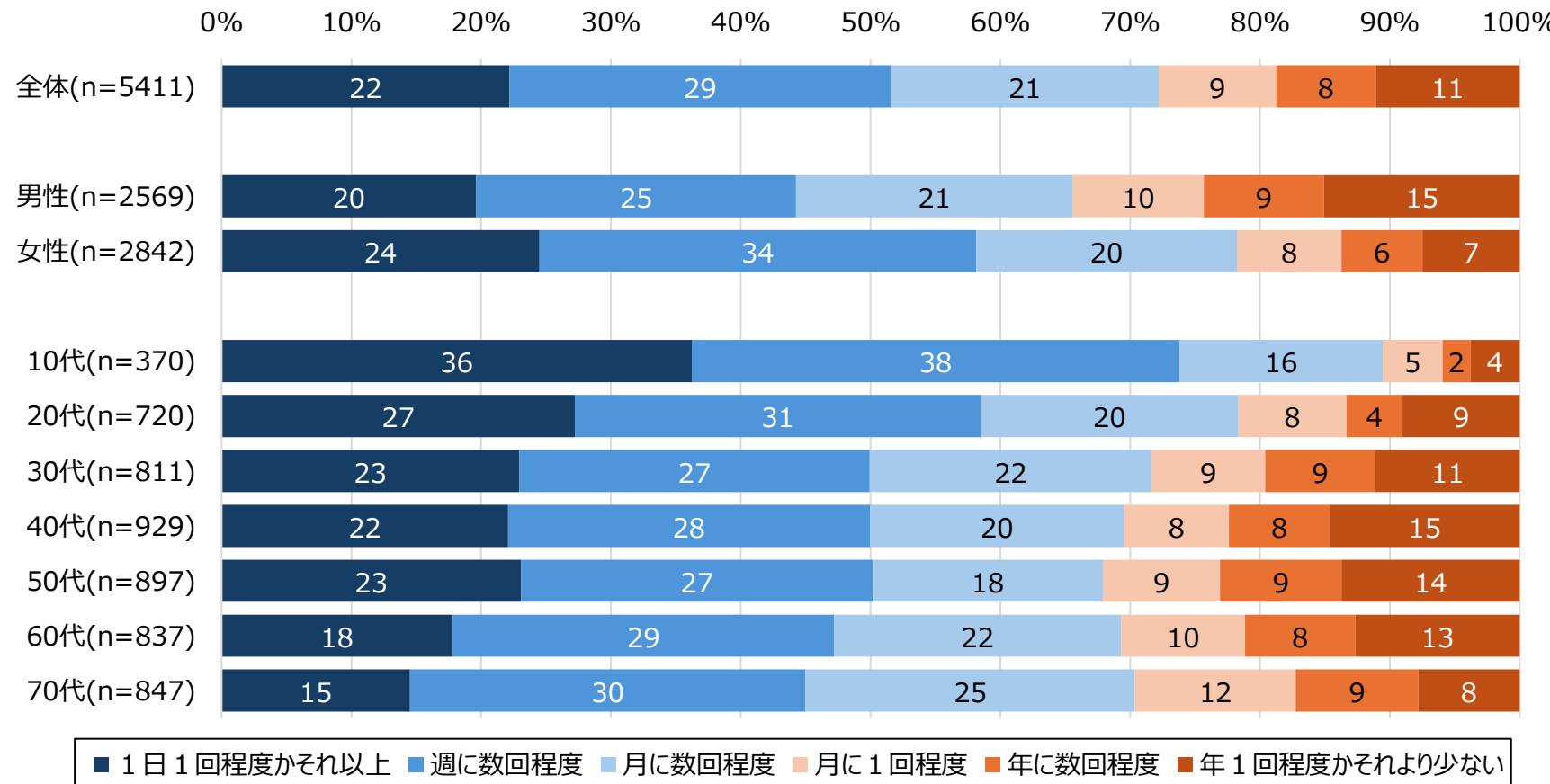
- ・ ネット検索：高年層でも比較的の利用率が高く、他サービスより年代差が小さい。
- ・ LINE・メッセージ・メール：若年層ほど高頻度の割合が高く、10代～20代は「ほぼ毎日」が7割超。
- ・ SNS（X、Instagramなど）：利用率・頻度は若年層で圧倒的に高い。
- ・ その他：動画視聴、ショッピング・フリマ・オークション、電子決済、ゲーム、電子書籍・コミック、健康関連

●アプリ数・入力方法などの使用環境

- ・ スマートフォンに入っているアプリの数、日常的に使用するアプリの数：日常利用は「5～9個」が最多。
- ・ 最も利用する文字入力方式：フリック入力が全体の半数程度。

2-1. 家族との電話やLINE、メッセージでのやりとり頻度（単一回答）

- 家族との連絡は「週に数回」以上が半数超で、女性・若年層のほうが高頻度。
- 高年層では「月に数回以下」が増え、若年層との差が大きい。



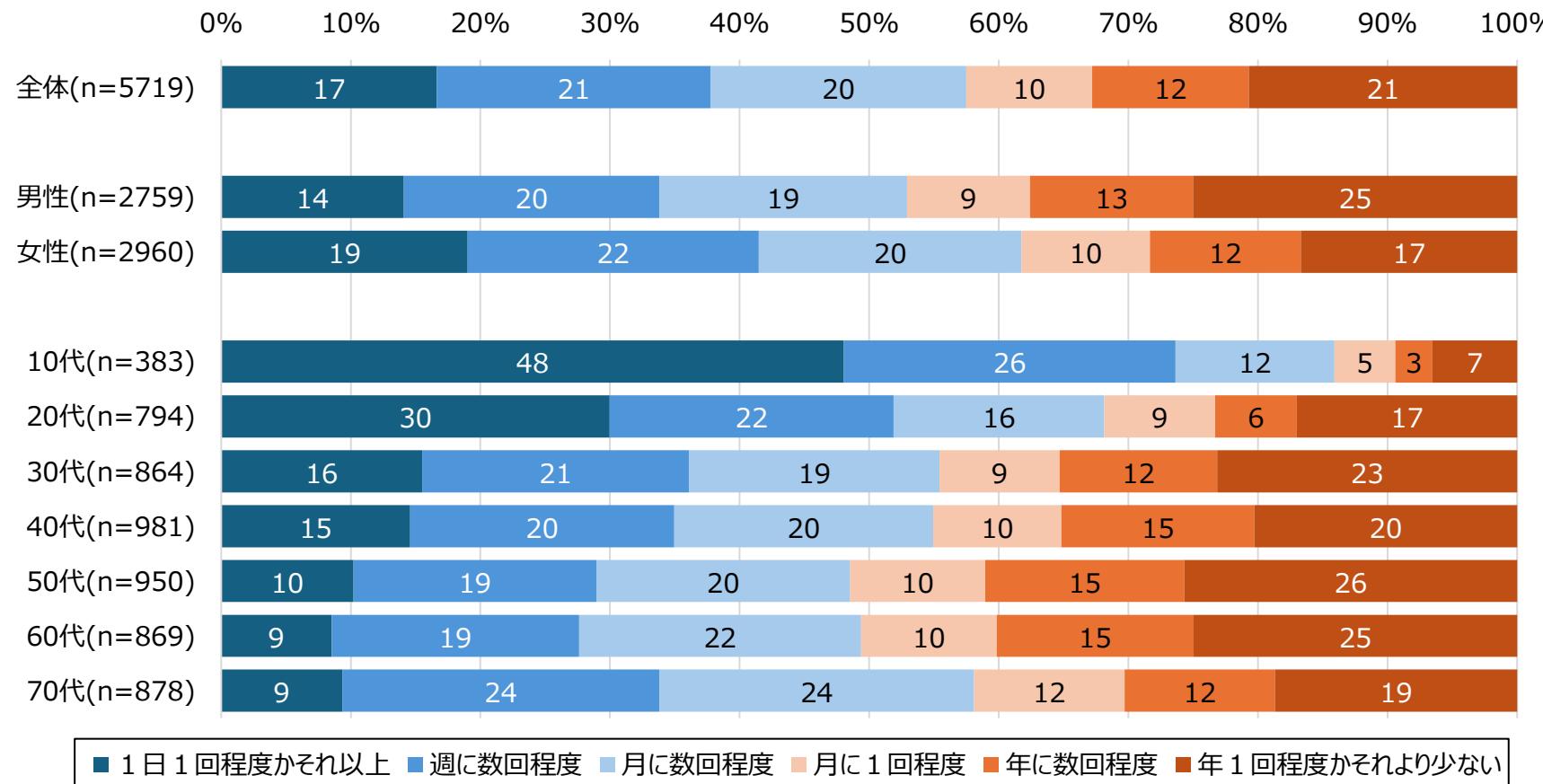
注：対象者がいない人を除く。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連情報：「モバイル社会白書」の第2章に、コミュニケーションに関する経年のデータを掲載しております。 <https://www.moba-ken.jp/whitepaper/>

2-2. 仲間・友達との電話やLINE、メッセージでのやりとり頻度（単一回答）

- 家族との連絡と同様、女性・若年層ほど高頻度で連絡。
- 毎日連絡をする割合は10代では半数近く、20代でも3割に達する。

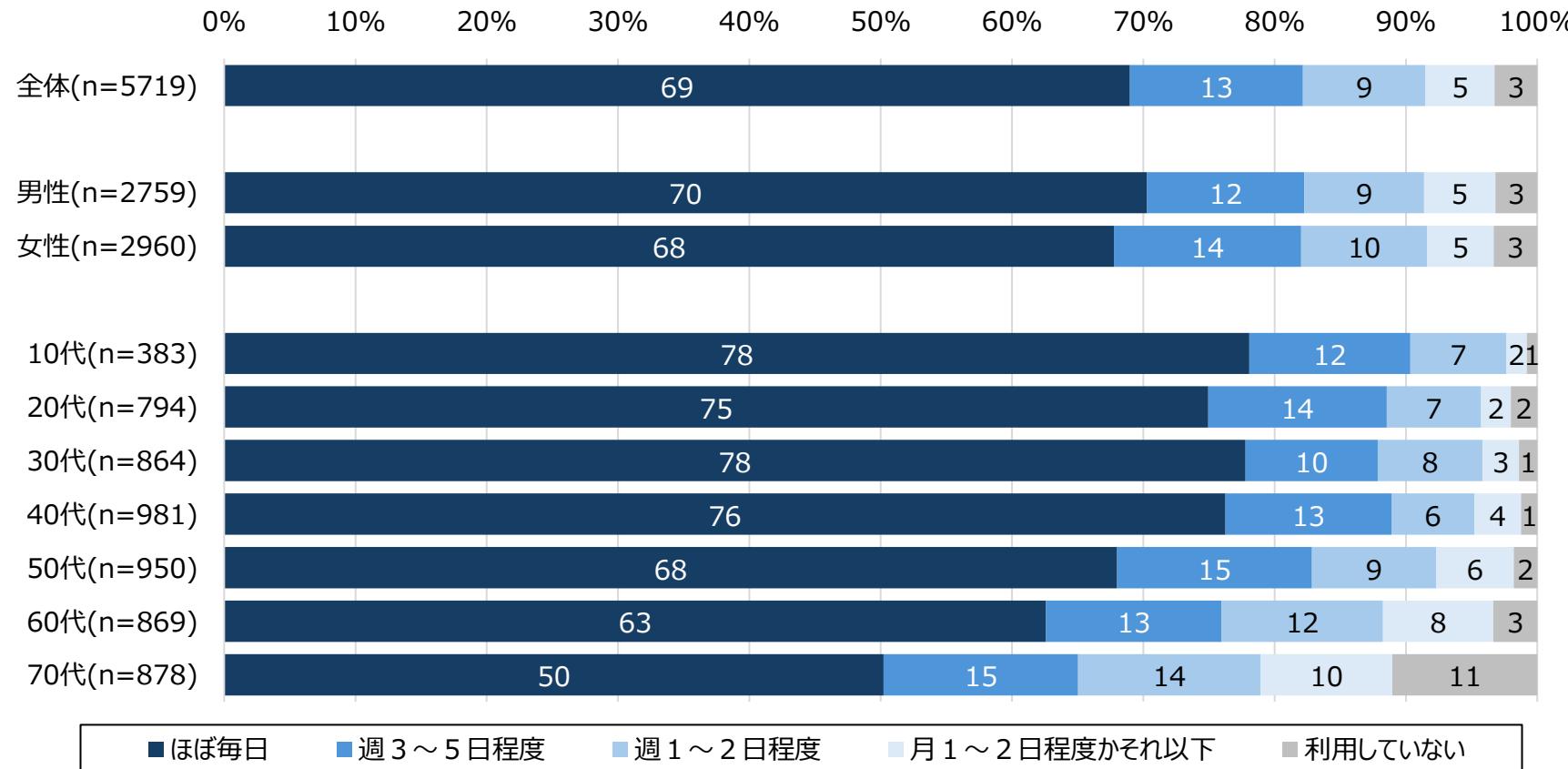


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連情報：「モバイル社会白書」の第2章に、コミュニケーションに関する経年のデータを掲載しております。 <https://www.moba-ken.jp/whitepaper/>

2-3. スマートフォンでしていること・サービス：ネット検索（単一回答）

- ネット検索は全年代で高い日常利用が特徴で、特に若年・中年層は 7~8 割が「ほぼ毎日」利用。
- 高年層でも比較的利用率が高く、他サービスより年代差が小さい。

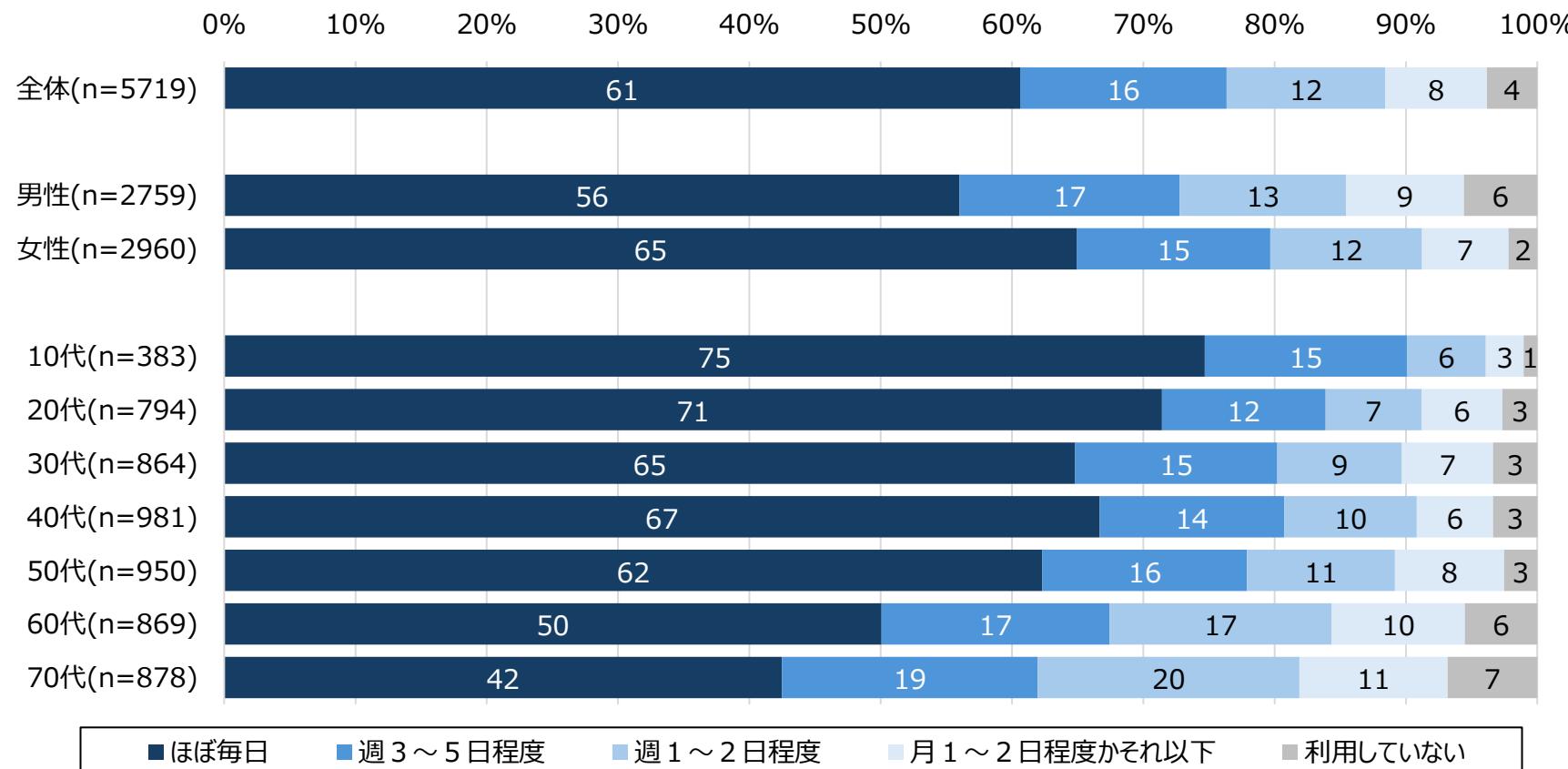


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォンでのインターネット検索実態（2024/5/9） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240509.html>

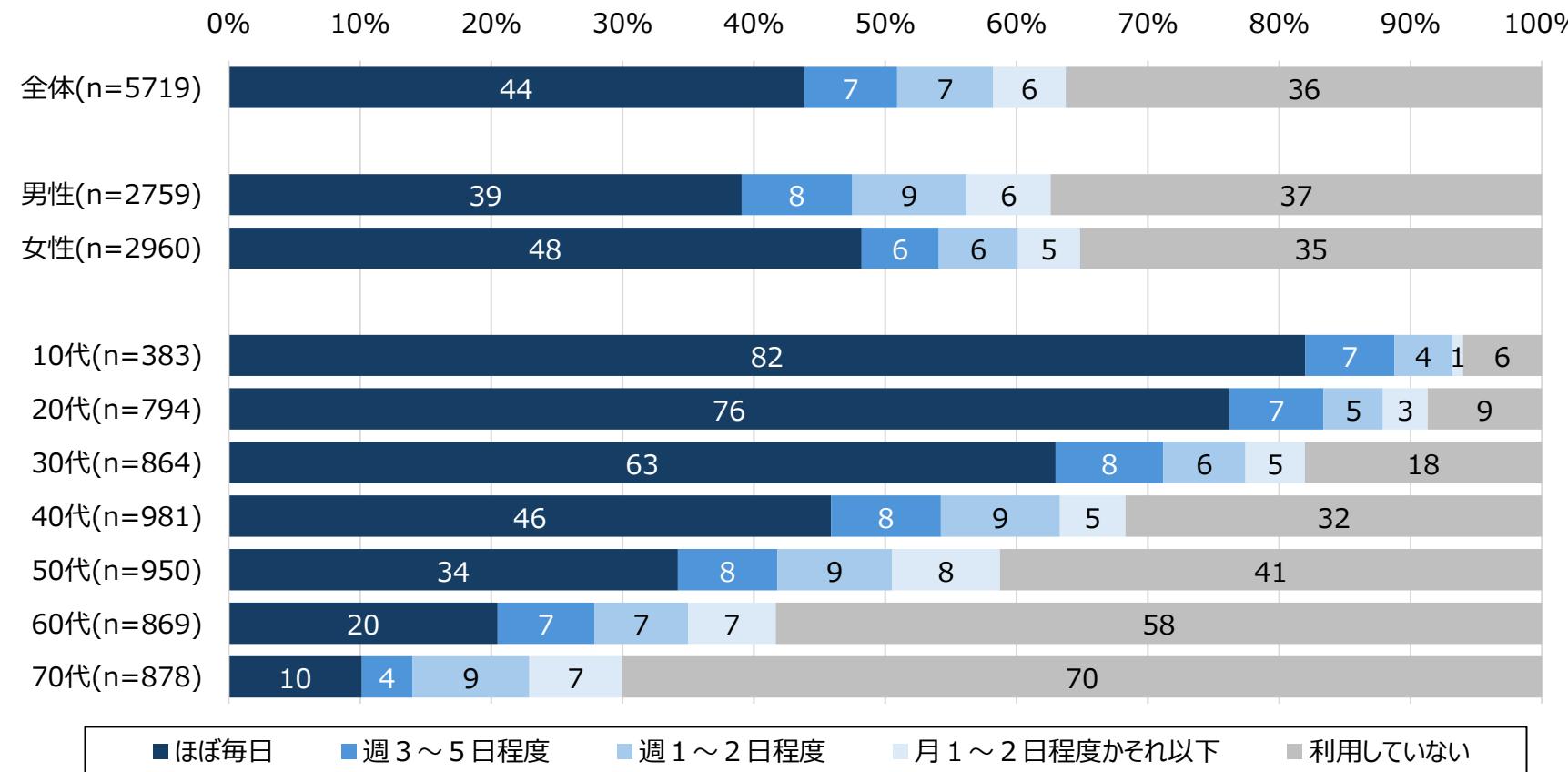
2-4. スマートフォンでしていること・サービス：LINE・メッセージ・メール（単一回答）

- コミュニケーション系サービスは全体で6割超が毎日利用している。
- 若年層ほど高頻度の割合が高く、10代～20代は「ほぼ毎日」が7割超。



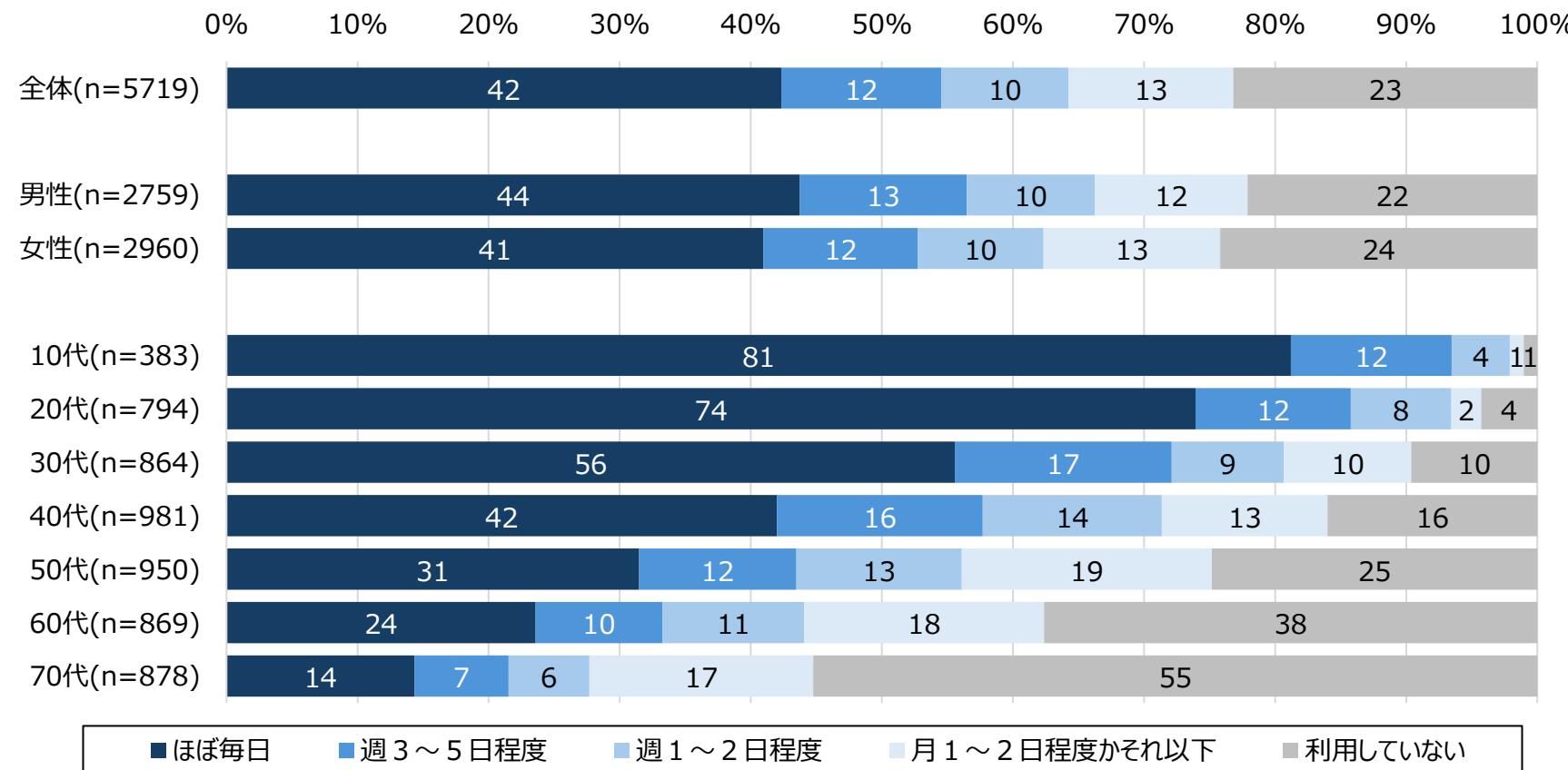
2-5. スマートフォンでしていること・サービス：SNS（X、Instagramなど）（単一回答）

- SNS利用率・頻度は若年層で圧倒的に高く、女性のほうが高頻度利用者が多い。
- 10代～20代の約8割は毎日利用。



2-6. スマートフォンでしていること・サービス：動画視聴（YouTube、Netflix、TVerなど）（単一回答）

- 動画視聴は全体の4割超が毎日行っている。
- 10代は8割が「ほぼ毎日」だが、年代が上がるほど利用頻度が低下し、70代では半数超が利用していない。

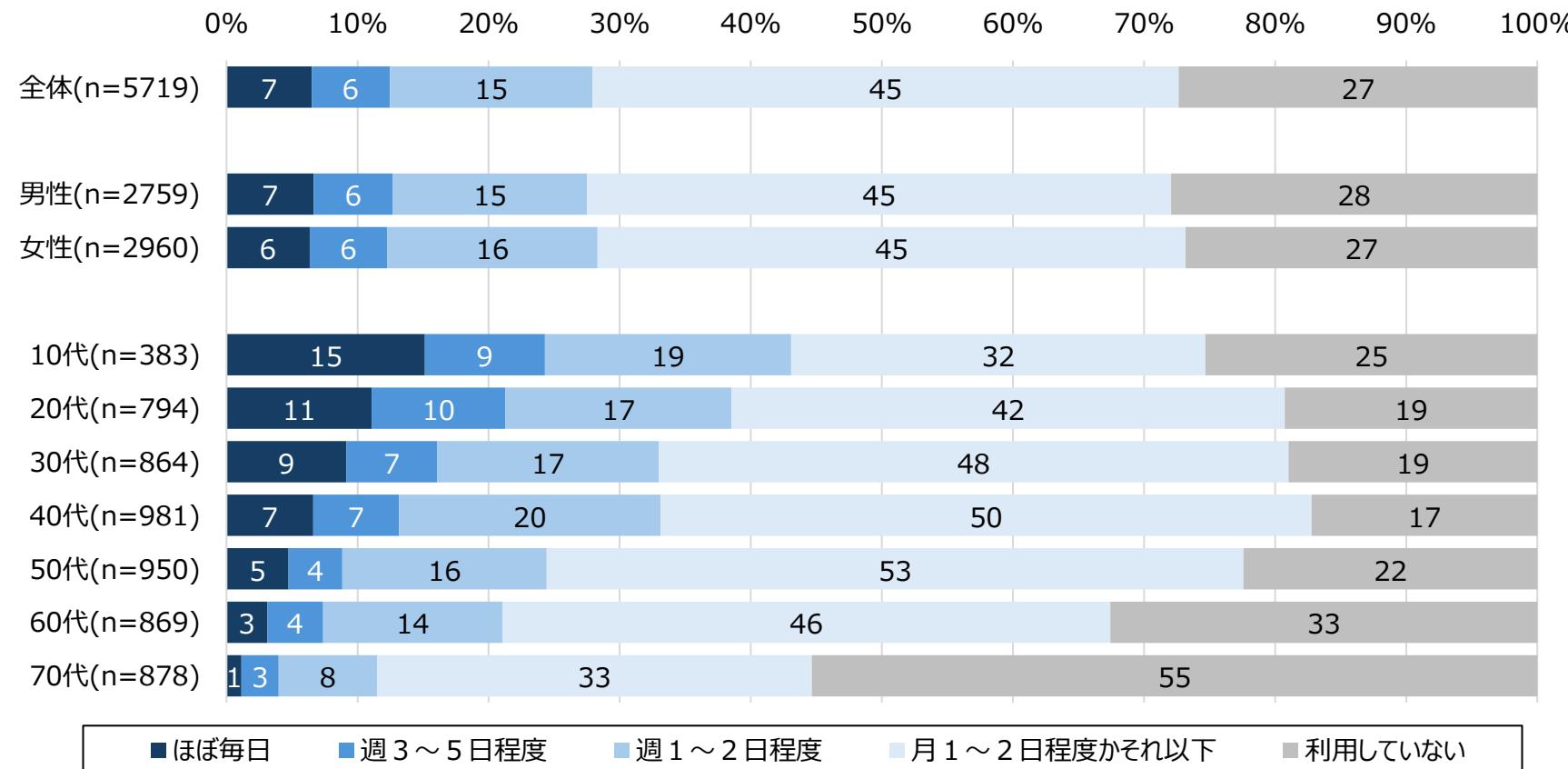


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォンでの動画視聴時間とジャンル（2024/10/21） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20241021.html>

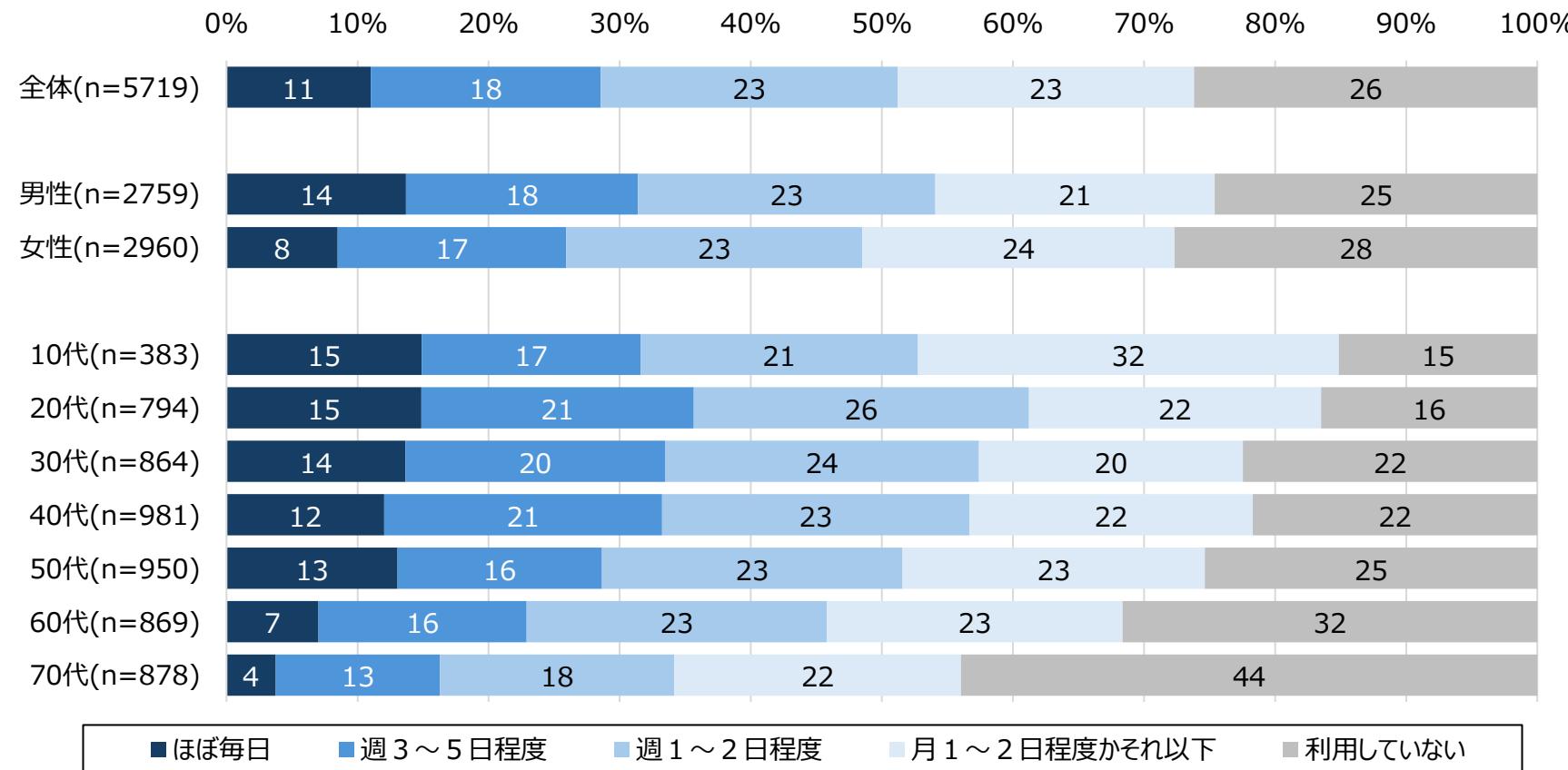
2-7. スマートフォンでしていること・サービス：ショッピング・フリマ・オークション（単一回答）

- ショッピング・フリマ・オークションは「月1～2日以下」が全体の約半数。
- 若年層ほど利用頻度が高いが、全年代で利用していない人も一定数存在。



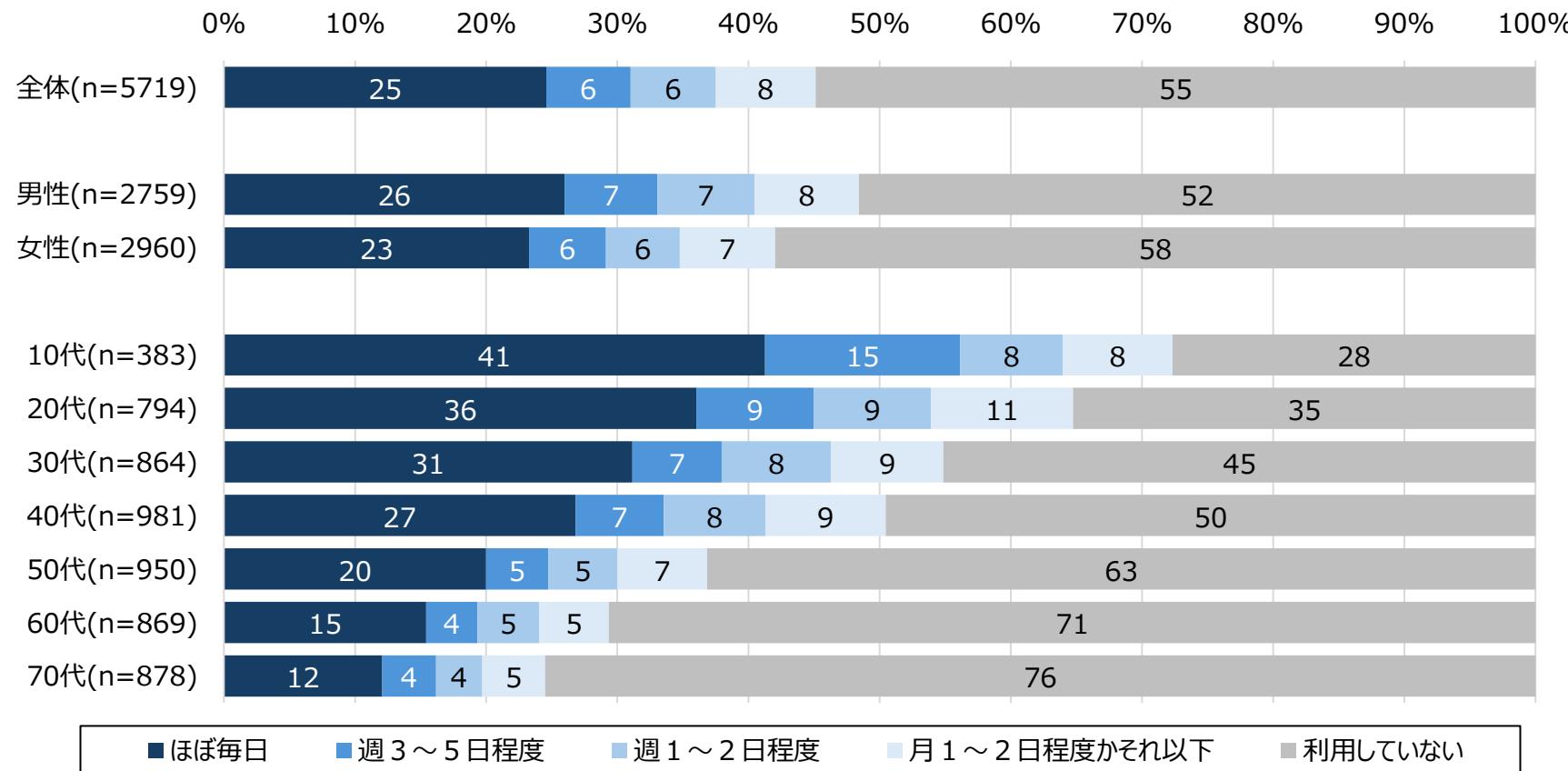
2-8. スマートフォンでしていること・サービス：電子決済（QRコード決済、電子マネーなど）（単一回答）

- 電子決済は全体の半数程度が「週1～2日程度」以上利用。
- 60代～70代では利用頻度が他の年代に比べ低い。



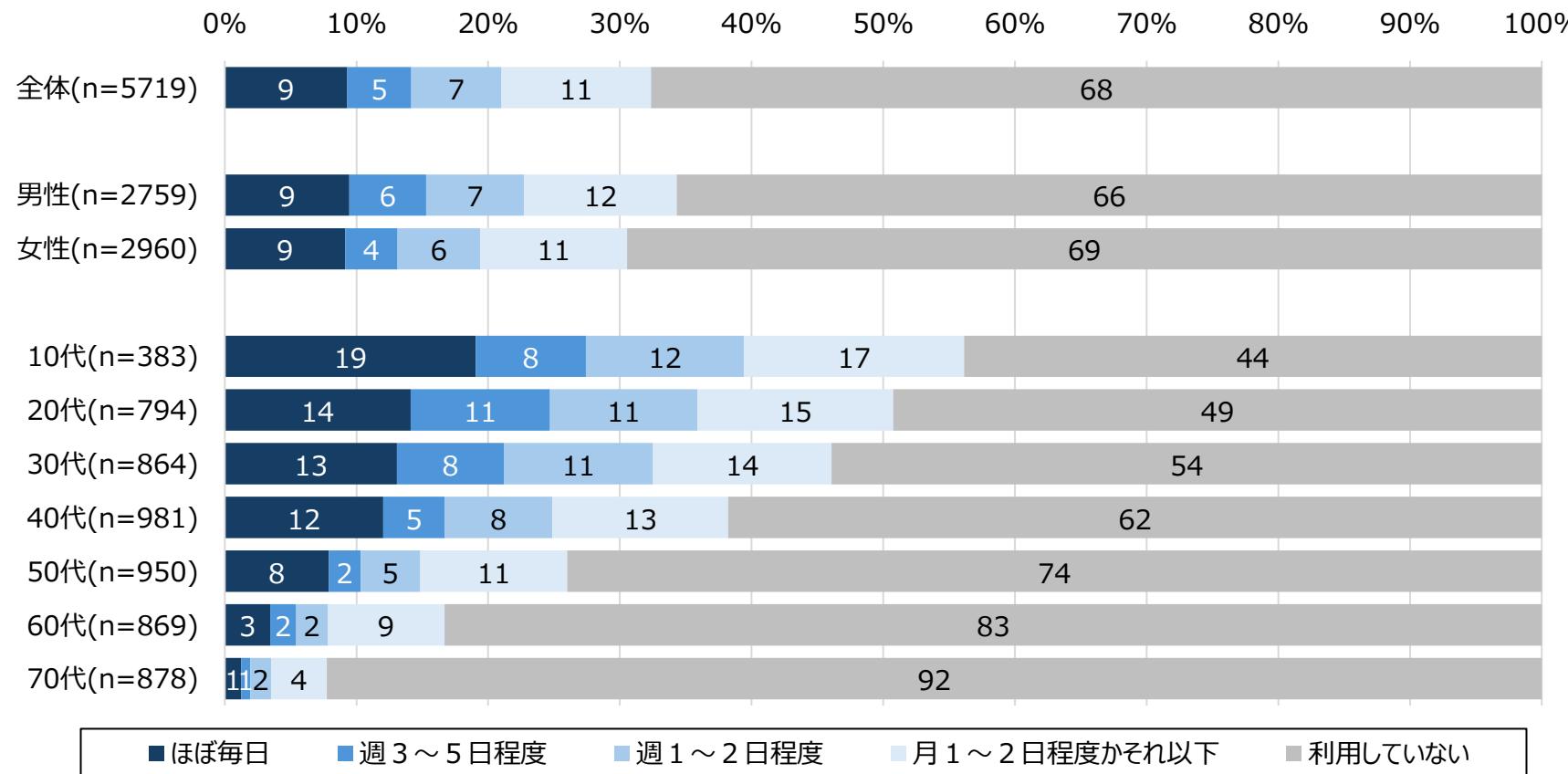
2-9. スマートフォンでしていること・サービス：ゲーム（単一回答）

- ゲームは10～20代で「ほぼ毎日」が4割前後と高い。
- 年代が上がるほど利用率が低下し、60～70代で未利用は7割を超える。



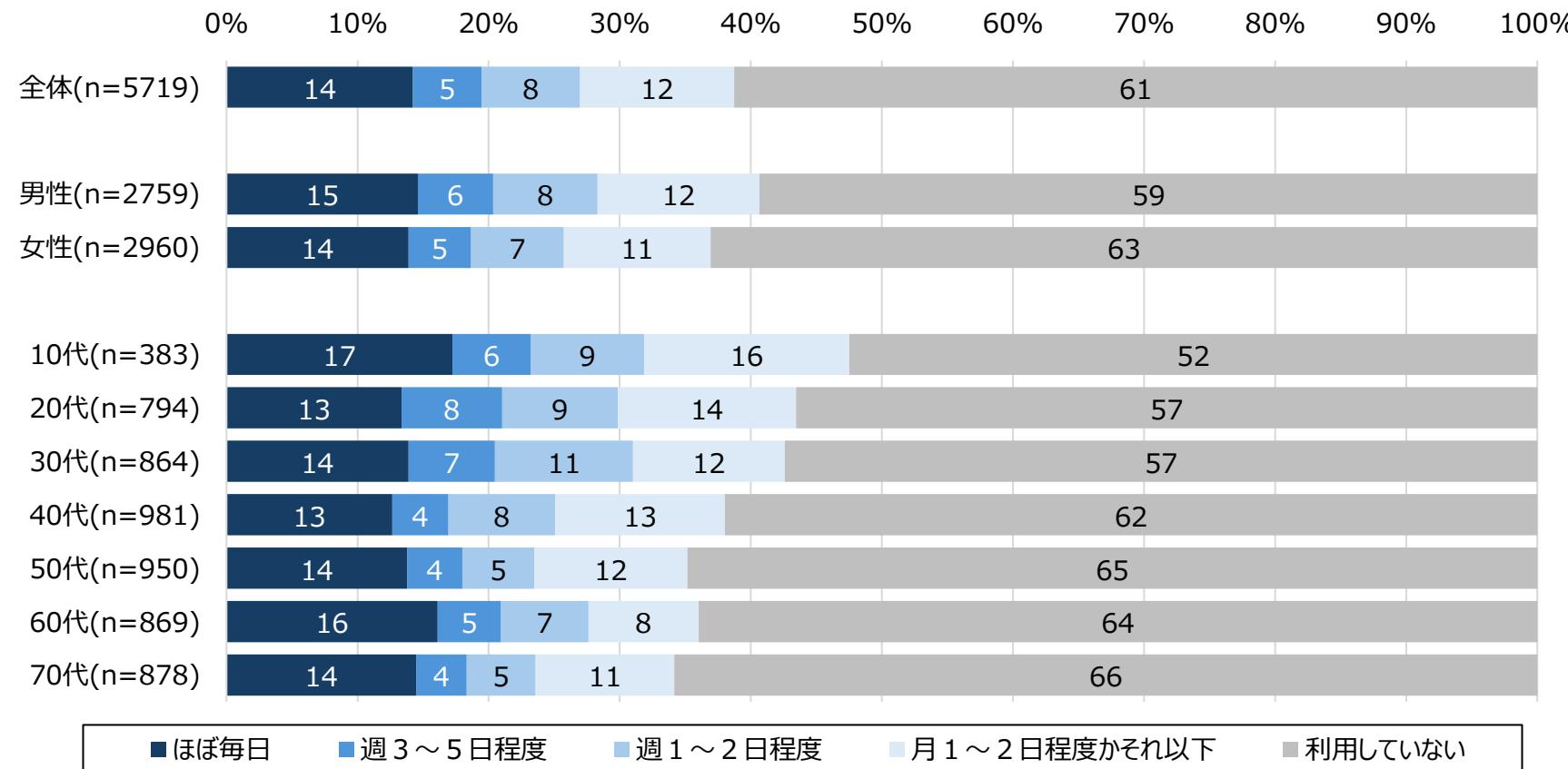
2-10. スマートフォンでしていること・サービス：電子書籍・電子コミック（単一回答）

- 電子書籍は全体的に利用者が3割程度と少ない。
- 若年層のほうが利用率・利用頻度が高いものの、「ほぼ毎日」利用は10代～40代の各年代で1～2割程度。



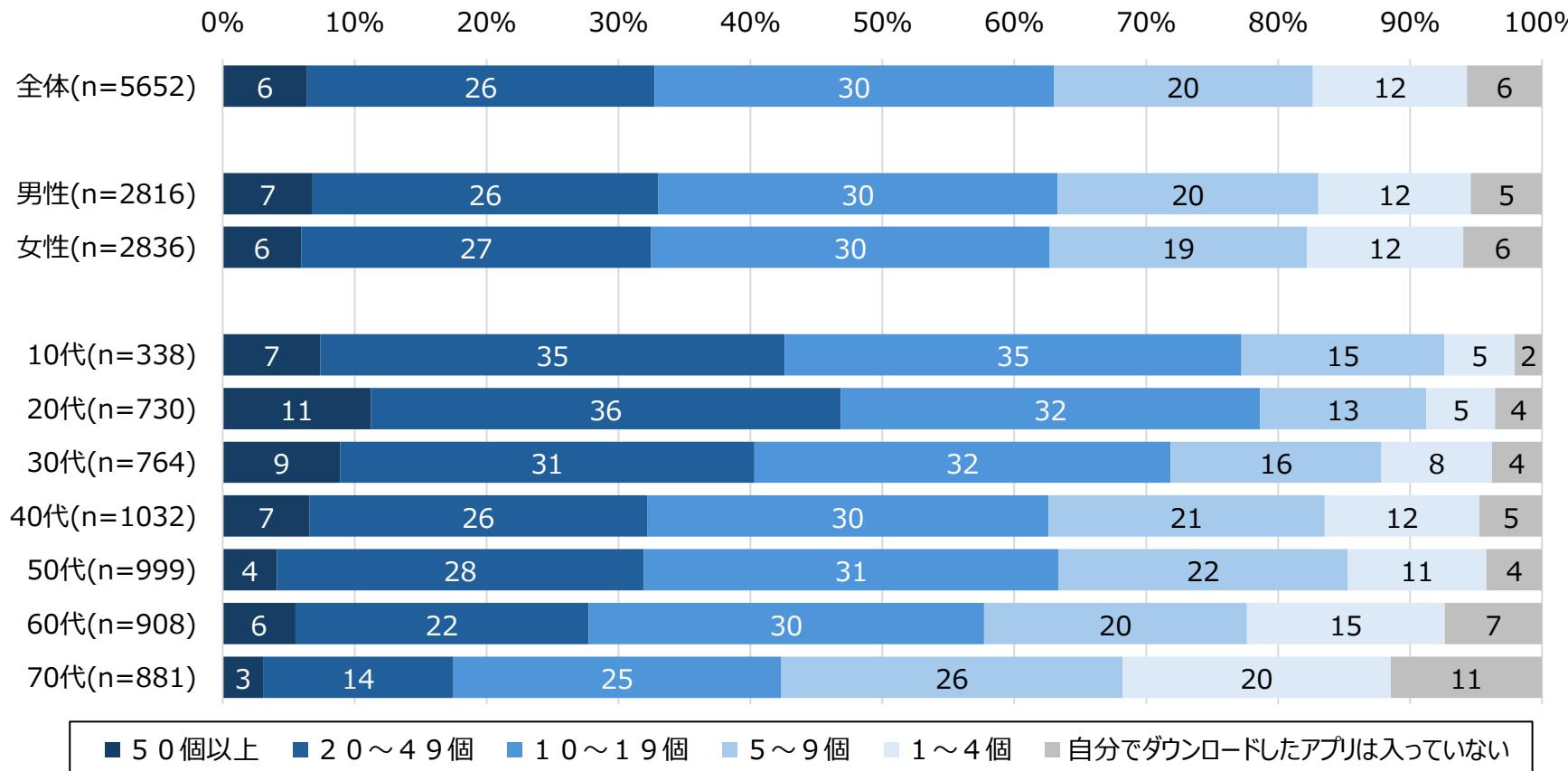
2-11. スマートフォンでしていること・サービス：健康関連サービス（単一回答）

- 健康系サービスは「ほぼ毎日」が1～2割で、男女差・年代差は他のサービスに比べて小さい。
- 全年代で「未利用」が過半数を占める。



2-12. 自身のスマートフォンに入っている自分でダウンロードしたアプリの数（単一回答）

- ダウンロードしたアプリの数は「10～19個」「20～49個」が中心で、若年層ほど多い傾向。
- 60代～70代では「自分でダウンロードしたアプリは入っていない」が1割程度。

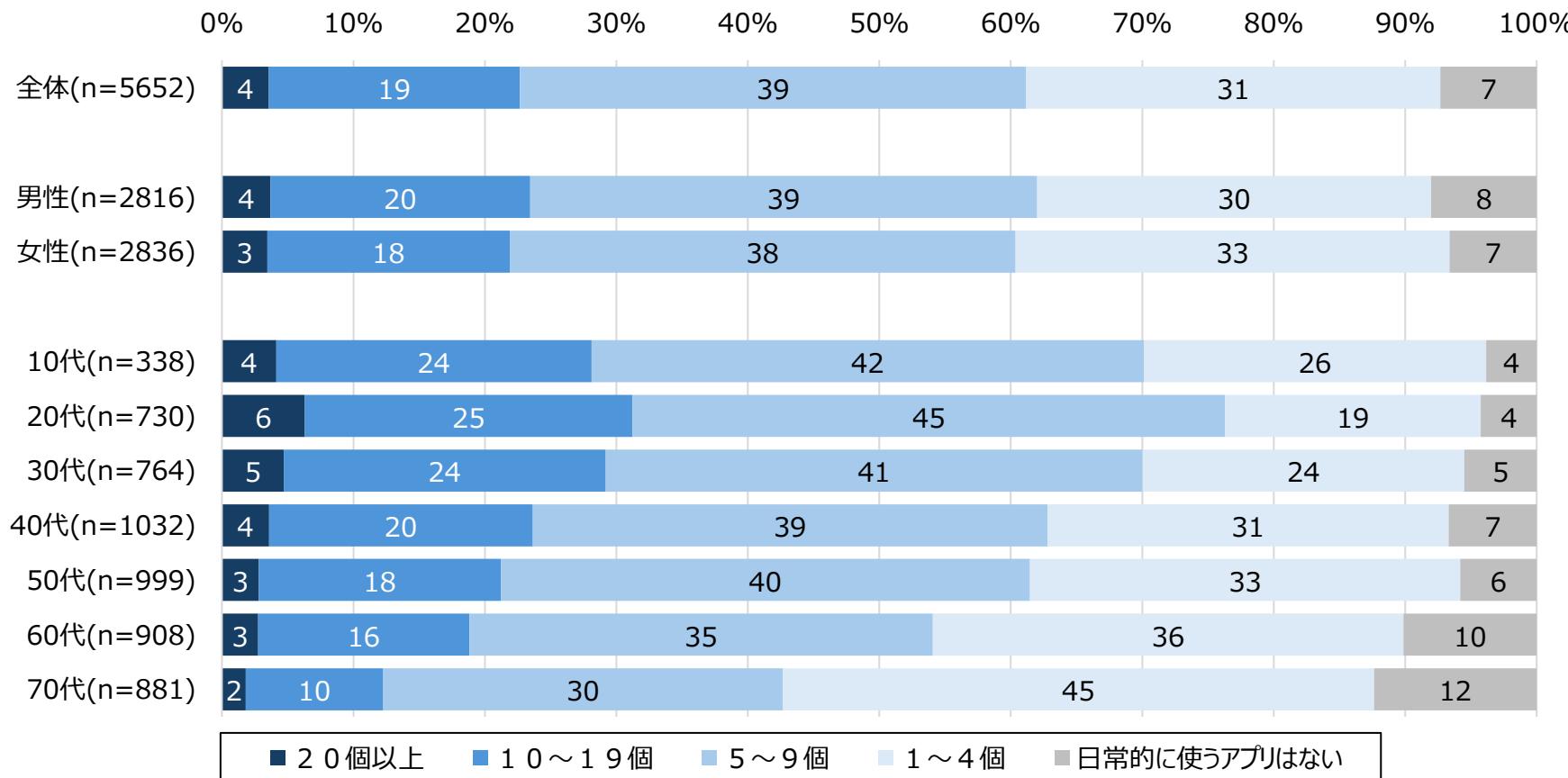


出典：2023年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：アプリの利用傾向 2022年版 (2022/4/27) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20220427.html>

2-13. スマートフォンで日常的に使うアプリの数（単一回答）

- 日常利用は「5～9個」が最多で、若年層ほど日常的に利用するアプリ数が多い。
- 高年層では「1～4個」や「日常的に使うアプリはない」の割合が高い。

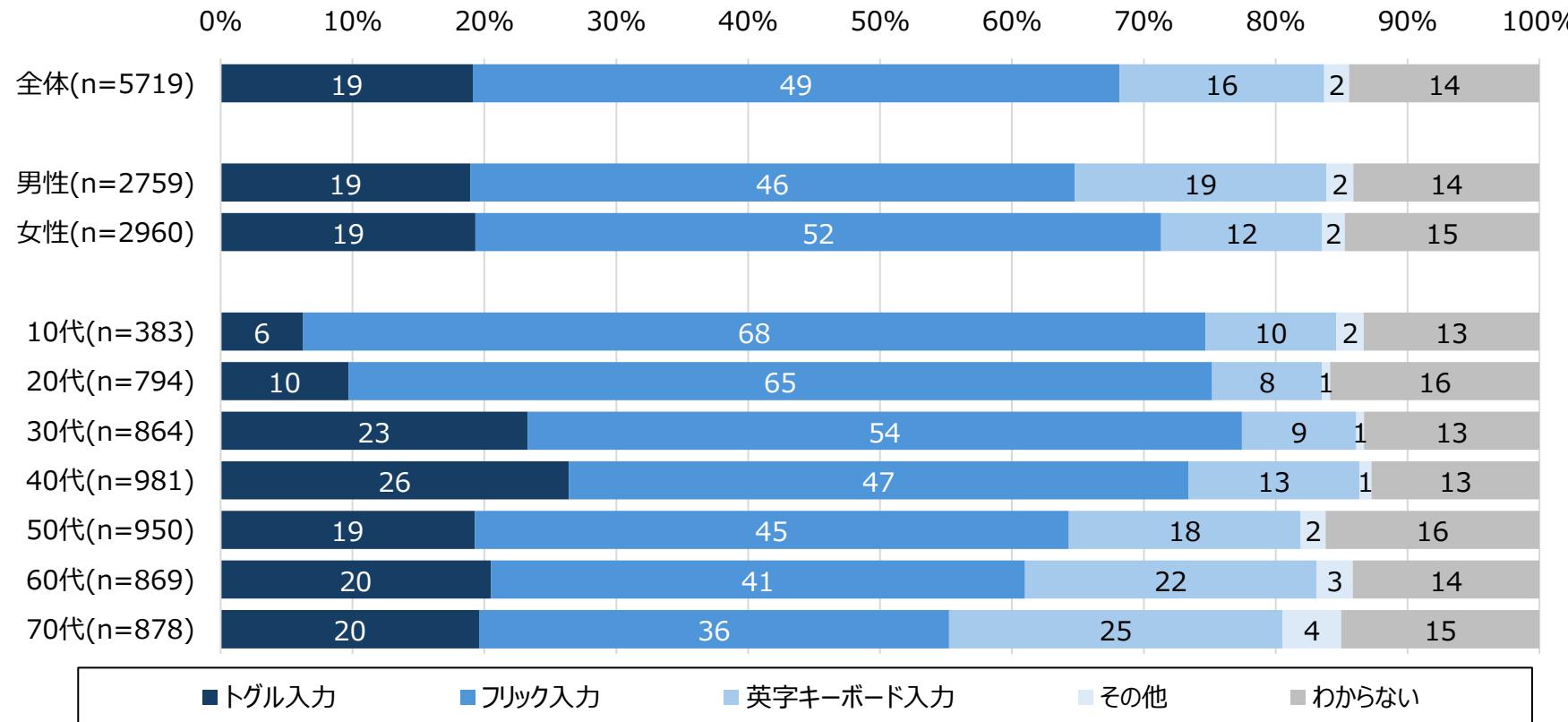


出典：2023年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：アプリの利用傾向 2022年版 (2022/4/27) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20220427.html>

2-14. スマートフォンで最も利用する文字入力方式（単一回答）

- フリック入力が全体の半数程度と最多で、若年層では7割前後が利用。
- 男性は英字キーボード入力が高く、高年層ほどトグル入力や英字キーボード利用が高い。



第3章 動画視聴行動

●デバイス別視聴時間（1日あたりのインターネット動画・テレビ番組視聴）

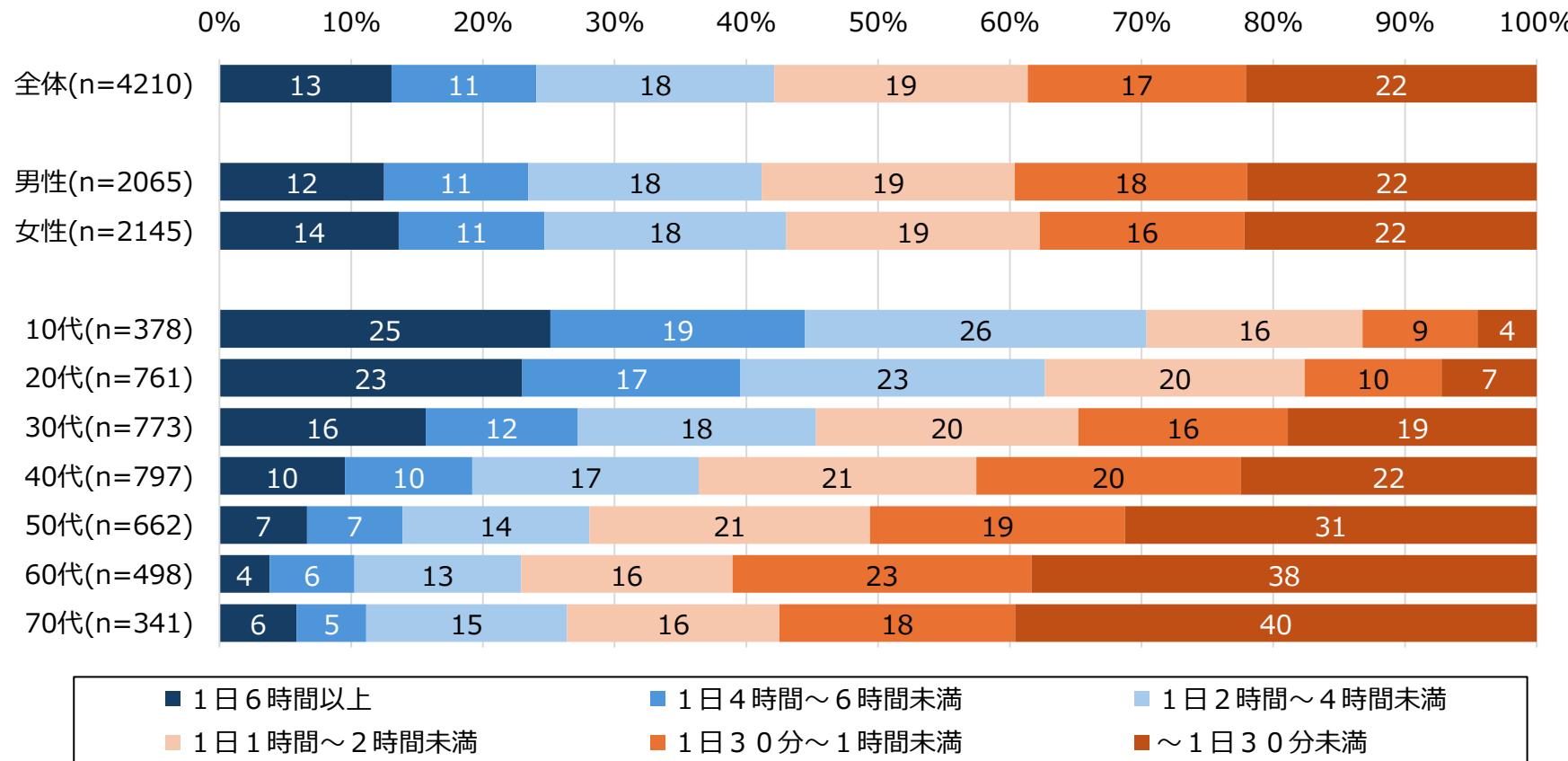
- ・ スマートフォンでの視聴：若年層ほど視聴時間が長く、10～20代では「1日4時間以上」が約4割。
- ・ タブレット端末での視聴：若年層で長時間視聴が目立つ。
- ・ パソコンでの視聴：スマートフォンやタブレットでの視聴に比べて年代差が小さい。
- ・ テレビでの視聴：年代が上がるほど長時間化し、60～70代では「1日4時間以上」が4割超。

●動画の内容と視聴スタイル

- ・ よく視聴する動画のジャンル：最もよく視聴されているのは「映画・ドラマ」で約6割。
- ・ 倍速視聴をする頻度： 10代では約半数、20代～50代でも約4割が「よくする・たまにする」。

3-1. 1日あたりのインターネット動画・テレビ番組視聴時間（スマートフォンでの視聴）（単一回答）

- 若年層ほど視聴時間が長く、10～20代では「1日4時間以上」が約4割と高い。
- 年代が上がるほど短時間視聴が増え、60～70代では「30分未満」が約4割で多数。



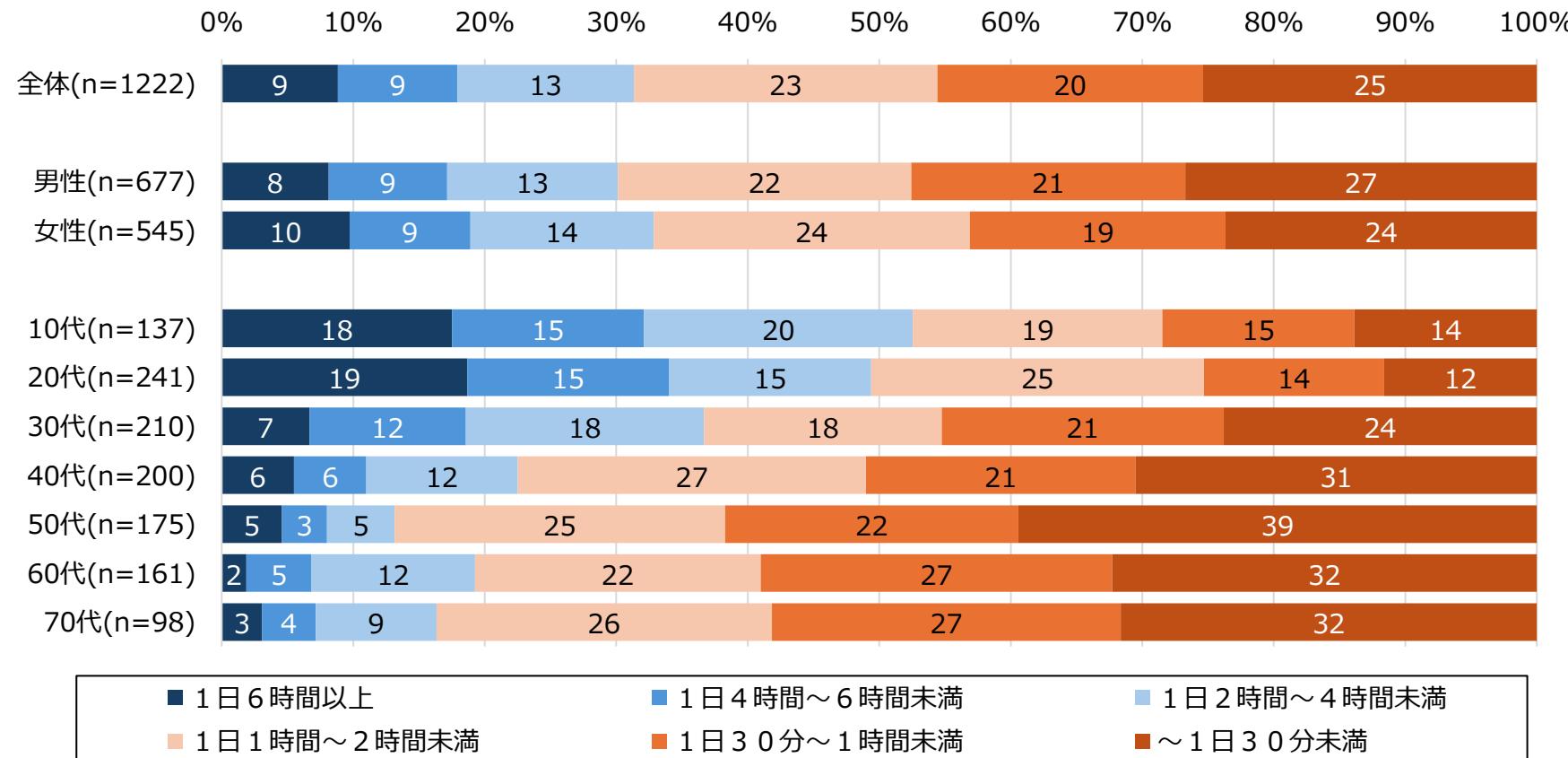
注：動画視聴者が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォンでの動画視聴時間とジャンル（2024/10/21） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20241021.html>

3-2. 1日あたりのインターネット動画・テレビ番組視聴時間（タブレット端末での視聴）（単一回答）

- タブレットでの動画視聴は若年層で長時間視聴が目立ち、10代～20代の約半数は「1日2時間以上」。

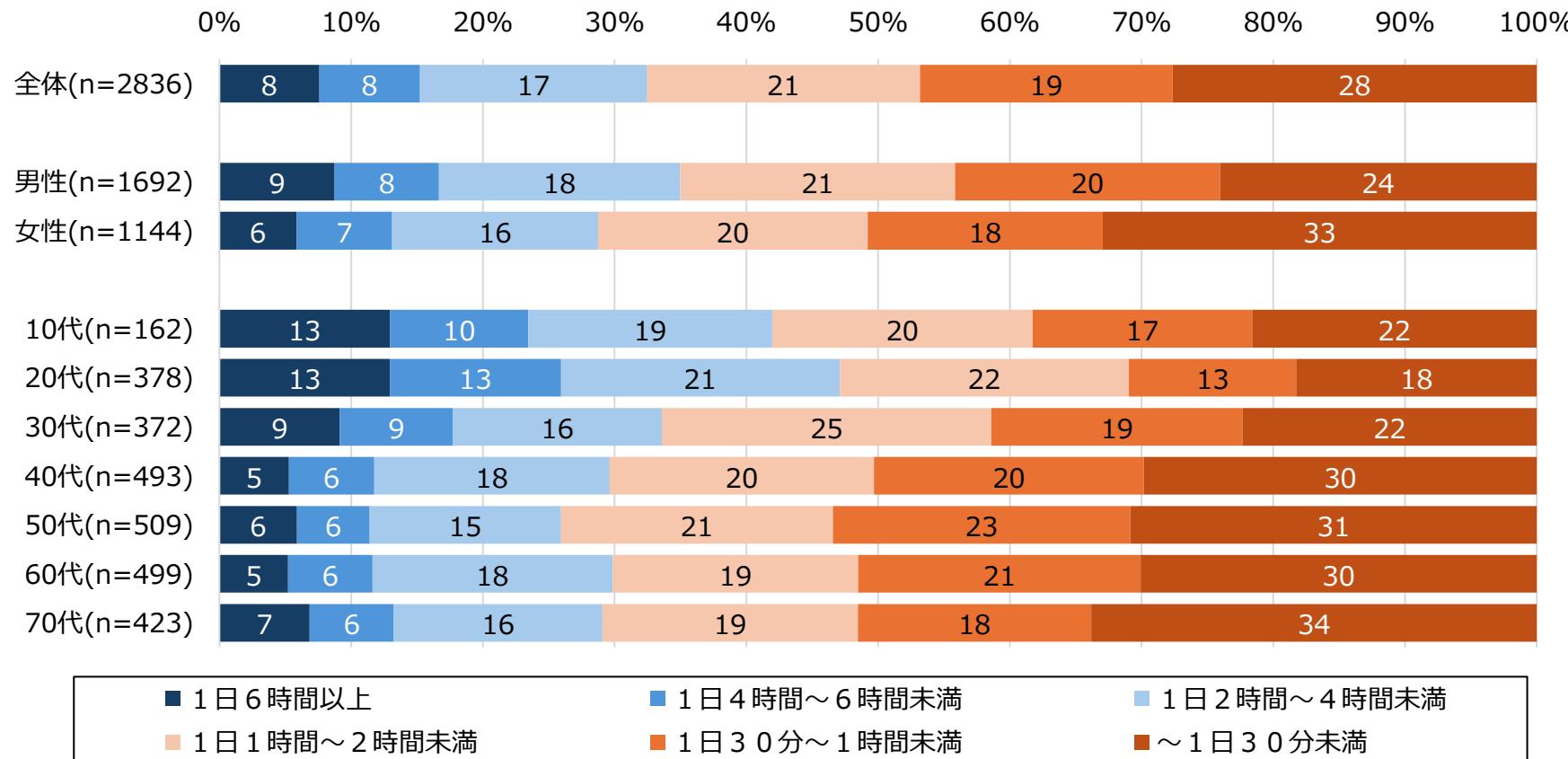


注：タブレット端末利用者・タブレット端末での動画視聴者が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

3-3. 1日あたりのインターネット動画・テレビ番組視聴時間（パソコンでの視聴）（単一回答）

- パソコンでの視聴はスマートフォンやタブレットでの視聴に比べて年代差が小さい。
- 「1日2時間以上」の割合は30代以上の各年代でも各3割程度。

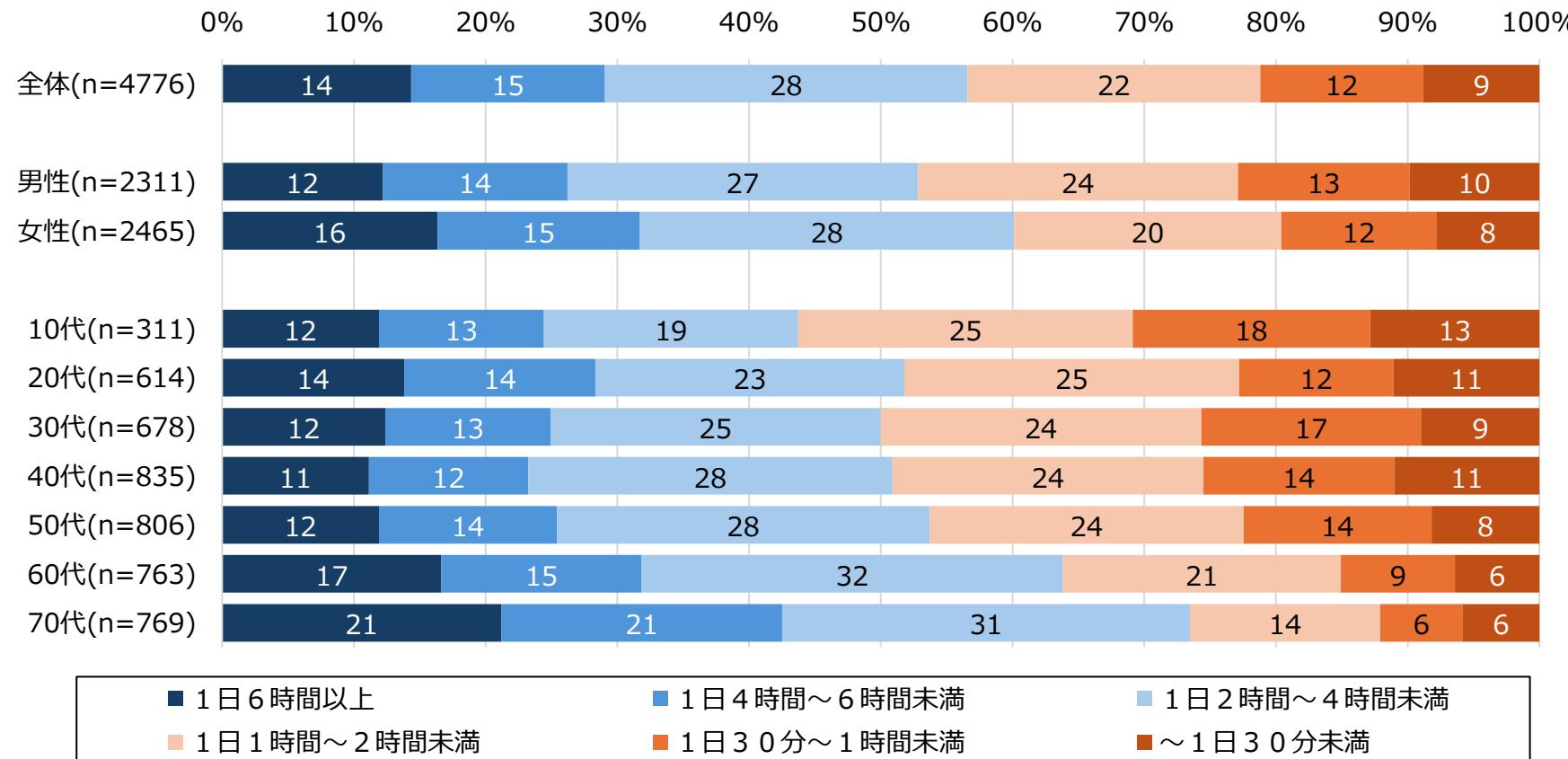


注：パソコン利用者・パソコンでの動画視聴者が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

3-4. 1日あたりのインターネット動画・テレビ番組視聴時間（テレビでの視聴）（単一回答）

- テレビでの視聴は年代が上がるほど長時間化し、60～70代では「1日4時間以上」が4割を超える。
- 若年層は短時間視聴が中心で、10代では「1日2時間未満」が6割にせまる。

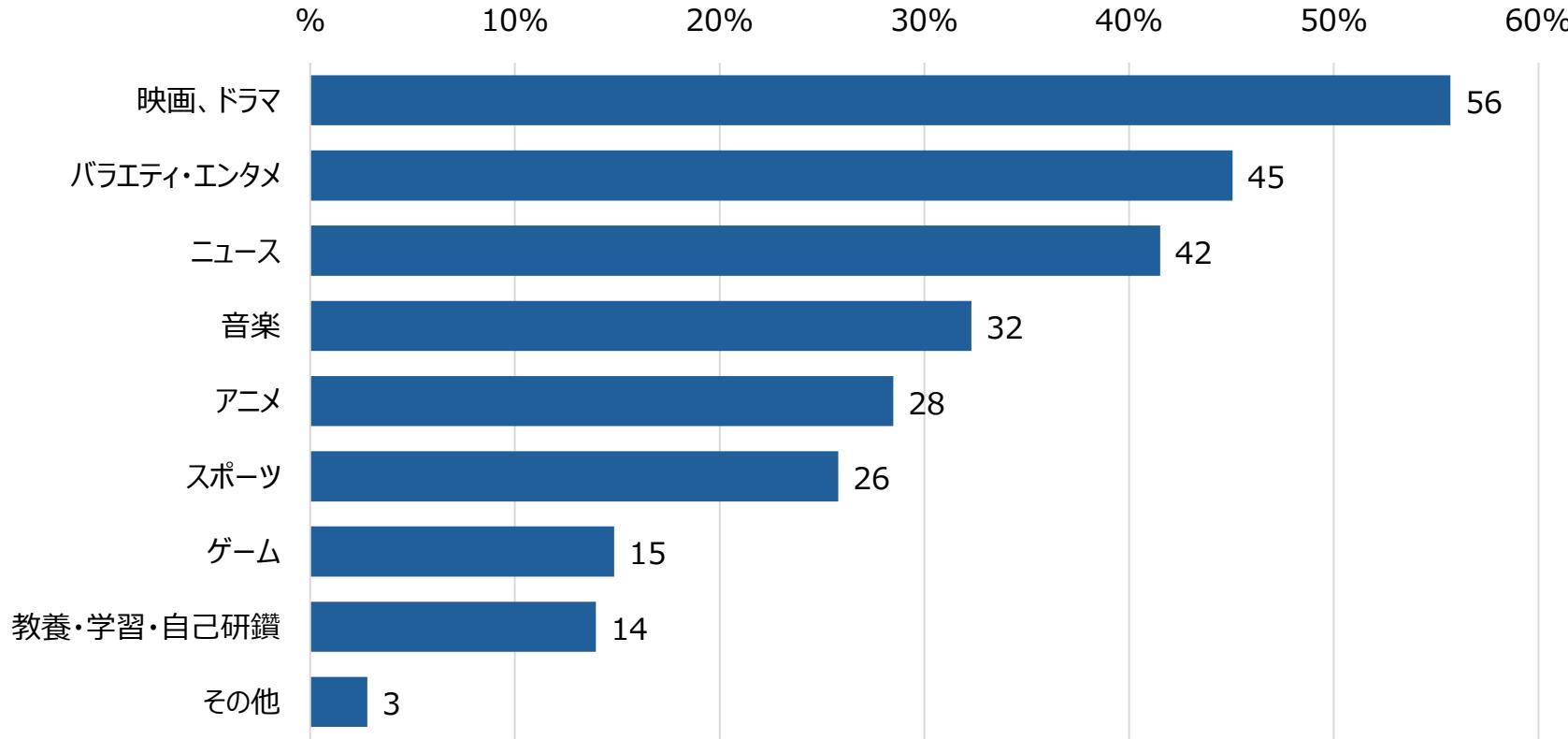


注：テレビ利用者・テレビでの動画視聴者が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

3-5. よく視聴する動画のジャンル（複数回答）

- 最もよく視聴されているのは「映画・ドラマ」で約6割。
- 一方で「バラエティ・エンタメ」「ニュース」も4割超が視聴しており、娯楽と情報収集が主要な視聴目的。



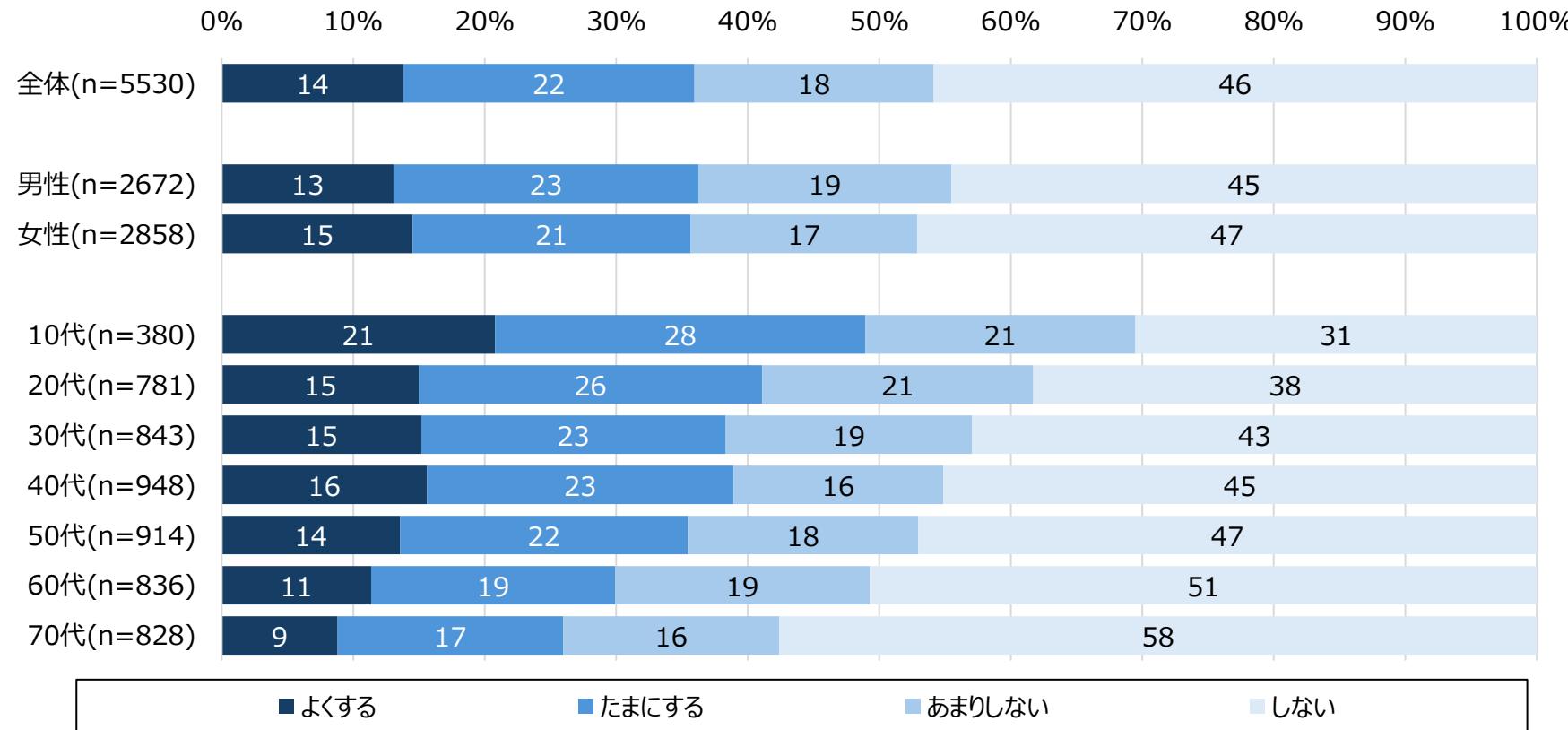
注：インターネット動画、テレビ番組の視聴者が回答。

出典：2024年スマート利用者行動調査

関連レポート：視聴している動画のジャンル（2024/7/29） <https://www.moba-ken.jp/project/service/20240729.html>

3-6. 動画を視聴する際に、倍速視聴をする頻度（単一回答）

- 若年層ほど倍速視聴を行う傾向があり、10代では約半数が「よくする・たまにする」。
- 20代～50代でも約4割が「よくする・たまにする」としており、各年代で倍速視聴をする人は一定数存在。



注：インターネット動画、テレビ番組の視聴者が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：倍速視聴について（2024/9/24） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240924.html>

第4章 スマートフォンとその他メディア比較

●自宅での余暇行動

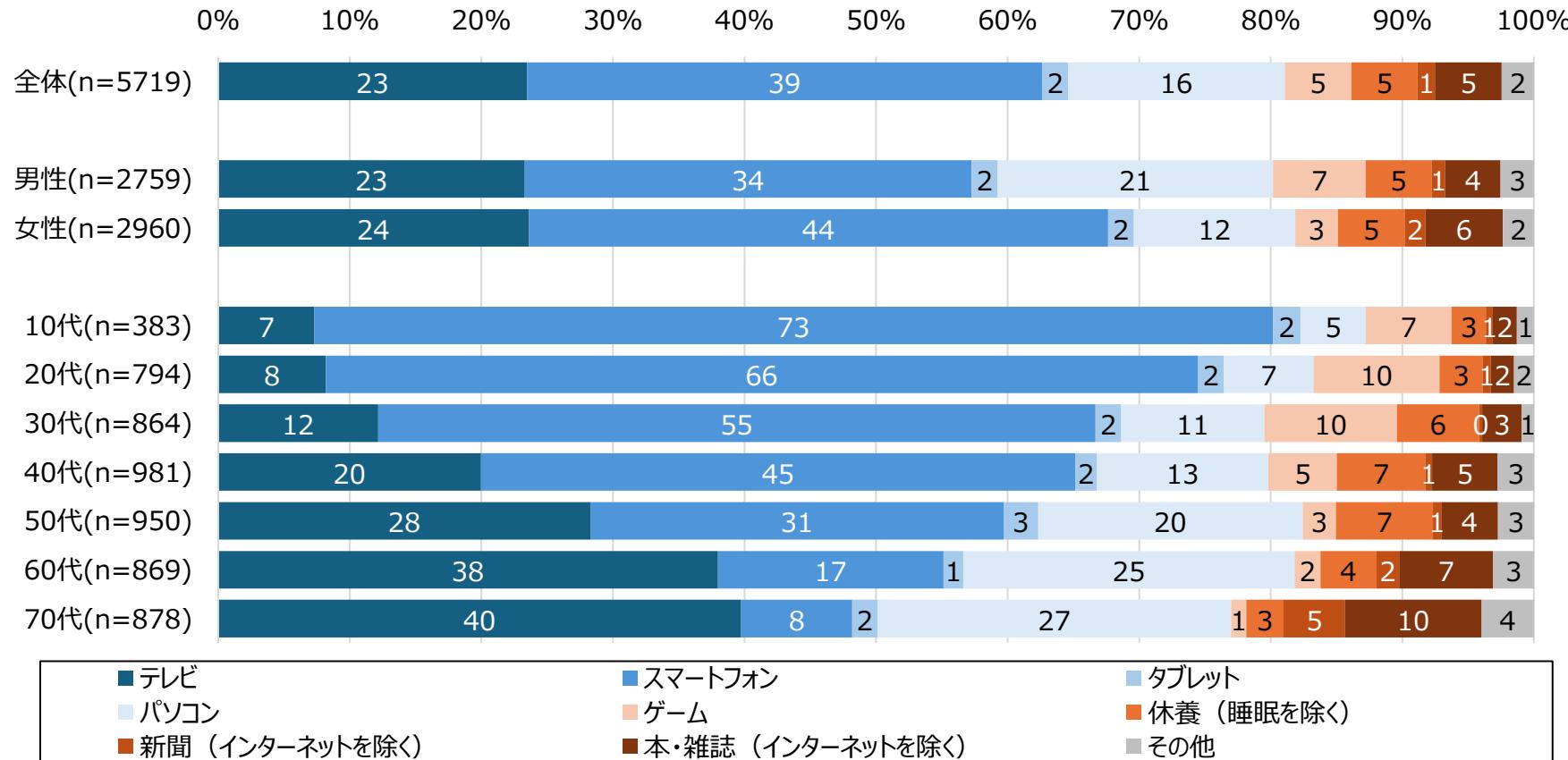
- ・ 家での余暇時間に最も行っている行動・使用している機器：若年層ではスマートフォンの割合が高く、年齢が高くなるにつれて、テレビやパソコンの割合が高くなる。

●最もあてはまるメディア（情報・娯楽・信頼など）

- ・ 「世の中の出来事を知る」：全体ではテレビが6割弱で主要な情報源。
- ・ 「楽しむ、娯楽として利用する」：若年層ほどSNSや動画サービスが中心となる傾向。
- ・ 「生活や趣味に関する情報を得られる」：40代以上では「ネット検索」が3割を超える高い水準。
- ・ 「信頼できる」：全体の約4割が「テレビ」を信頼できるとし、特に10代、50代～70代で高い。
- ・ 「人と共通の話題が得られる」：若年層ではSNS、年齢が上がるほどテレビが主流に。

4-1. 家での余暇時間に最も行っている行動・使用している機器（単一回答）

- 若年層ではスマートフォンが余暇時間の中心で、10代～20代では約7割。
- 年齢が高くなるにつれ、スマートフォンが低くなりテレビやパソコンの割合が高くなる。

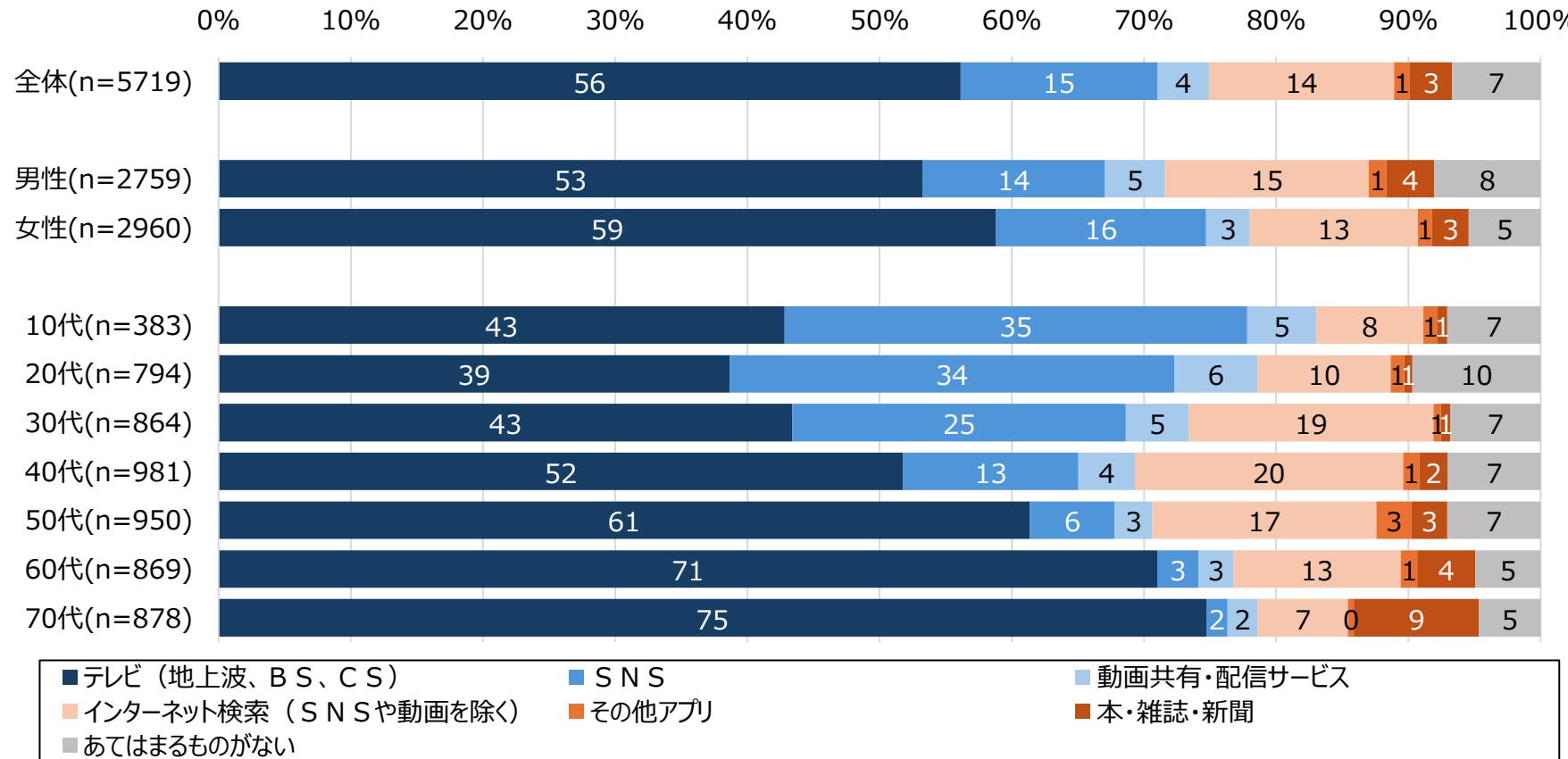


出典：2024年スマホ利用者行動調査

関連レポート：余暇時間の行動 2022年版 (2022/11/2) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20221102.html>

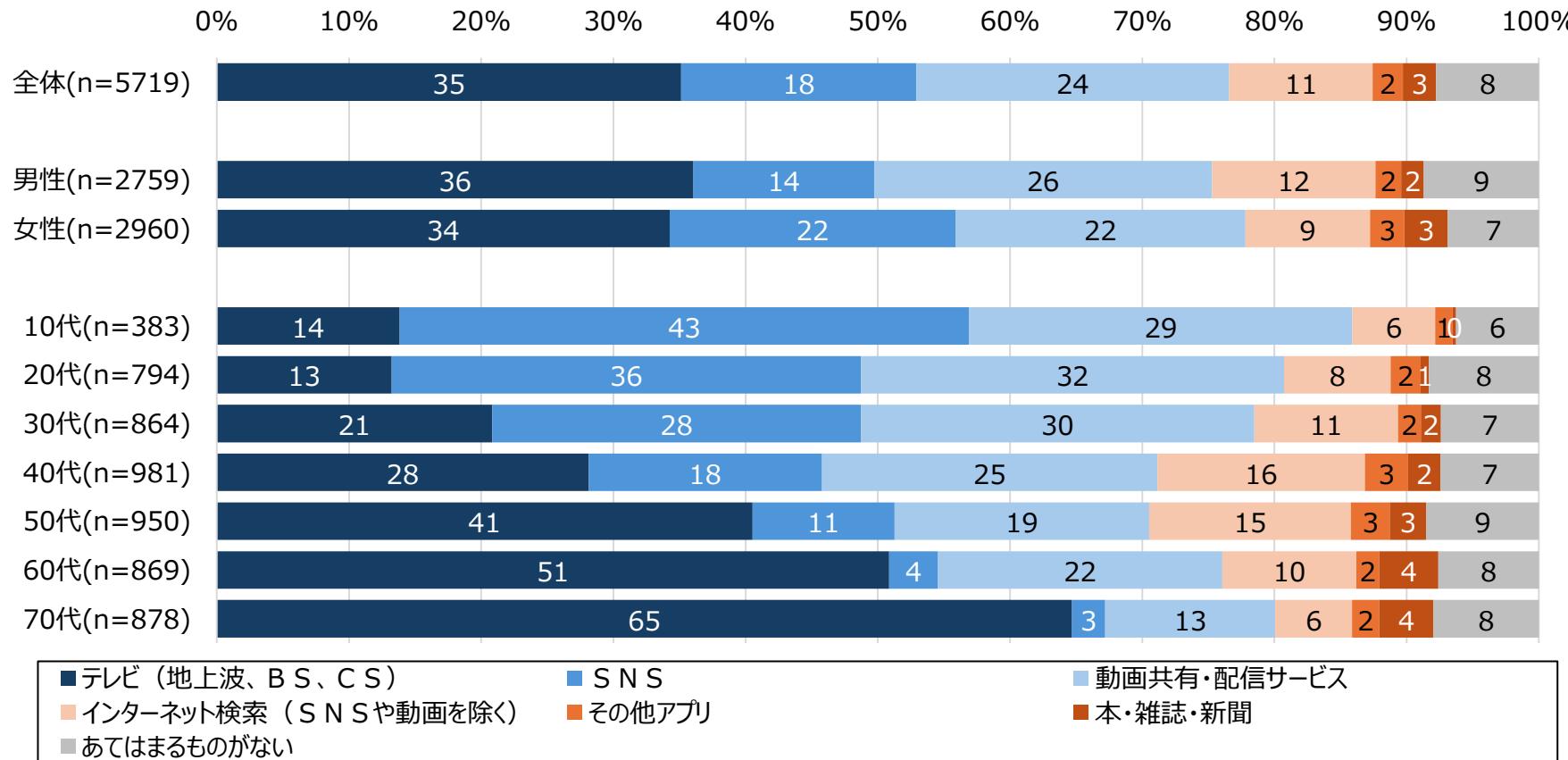
4-2. 最もあてはまるメディア：「世の中の出来事を知る」（単一回答）

- 全体ではテレビが6割弱で主要な情報源となっており、70代では7割超がテレビを選択。
- 10～20代ではSNSの割合が高く3割を超えており、20代では4割を占めています。



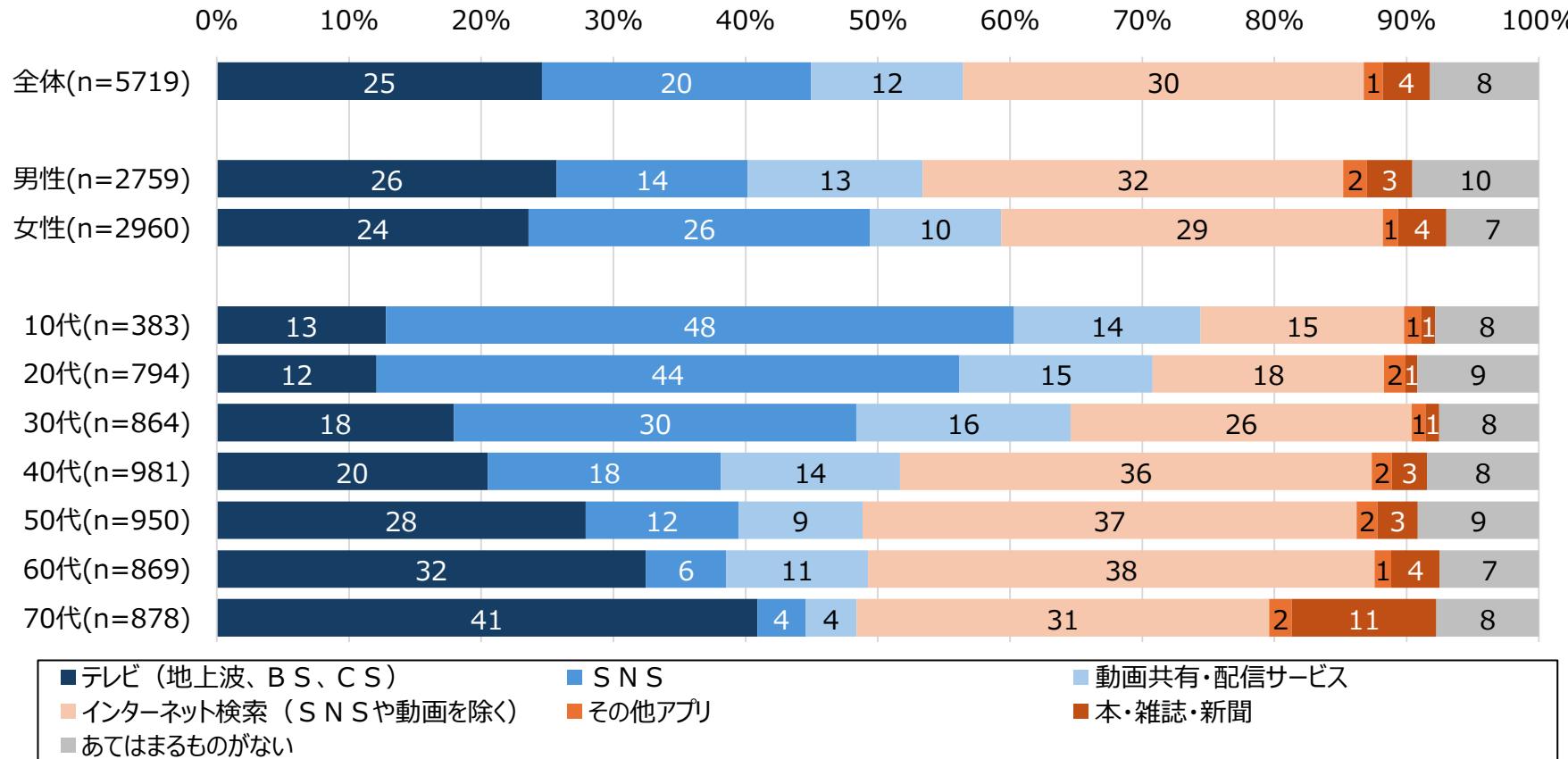
4-3. 最もあてはまるメディア：「楽しむ、娯楽として利用する」（単一回答）

- 娯楽利用は若年層ほどSNSや動画サービスが中心となる傾向。
- 50代以降ではテレビ視聴が最も高く、娯楽メディアとして多くの人に利用されている。



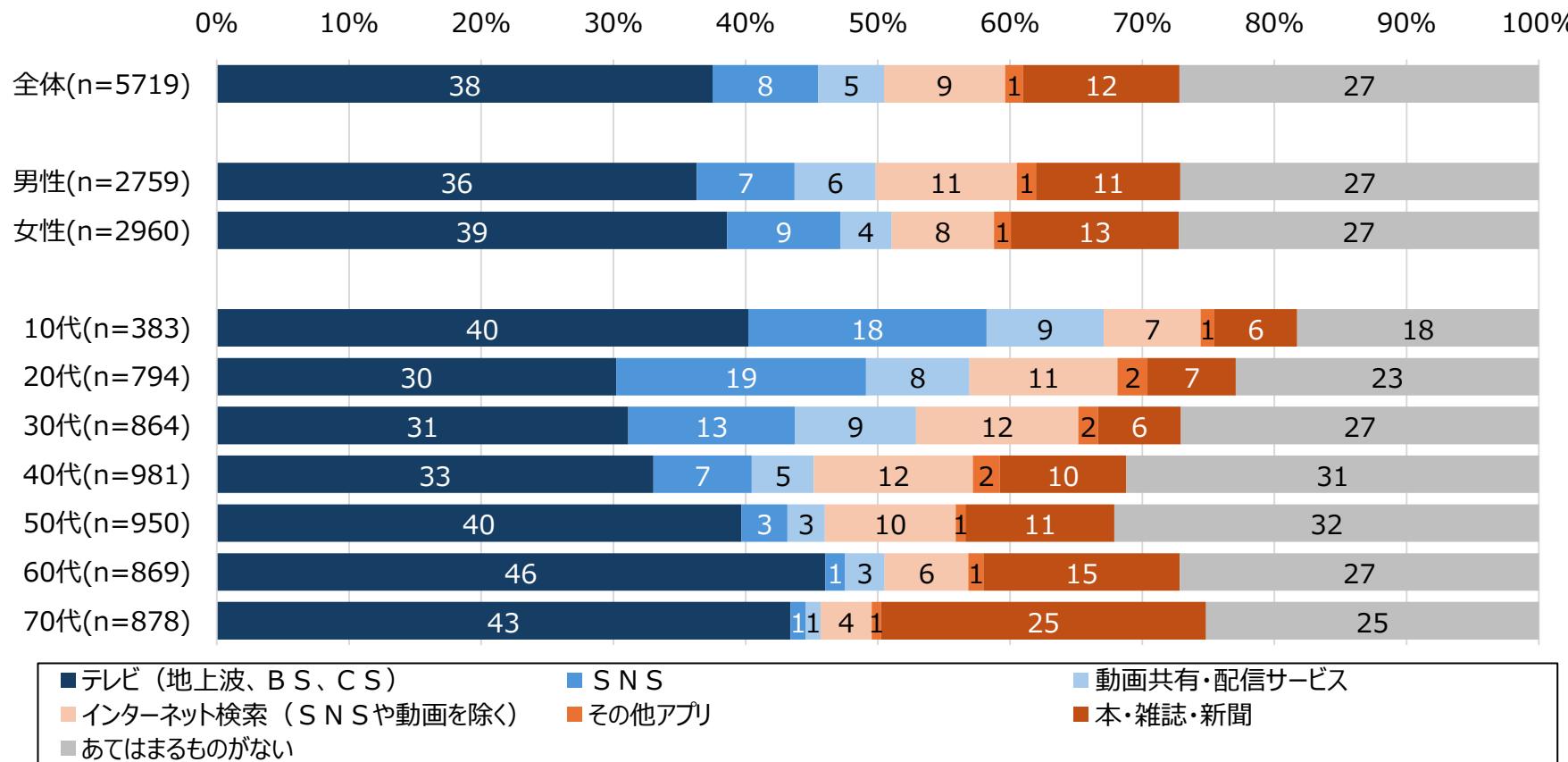
4-4. 最もあてはまるメディア：「生活や趣味に関する情報を得られる」（単一回答）

- 生活や趣味に関する情報収集は、10～20代では「SNS」が主要情報源となっている。
- 40代以上では「ネット検索」が3割を超える水準であるほか、高年齢では「テレビ」の割合が高い。



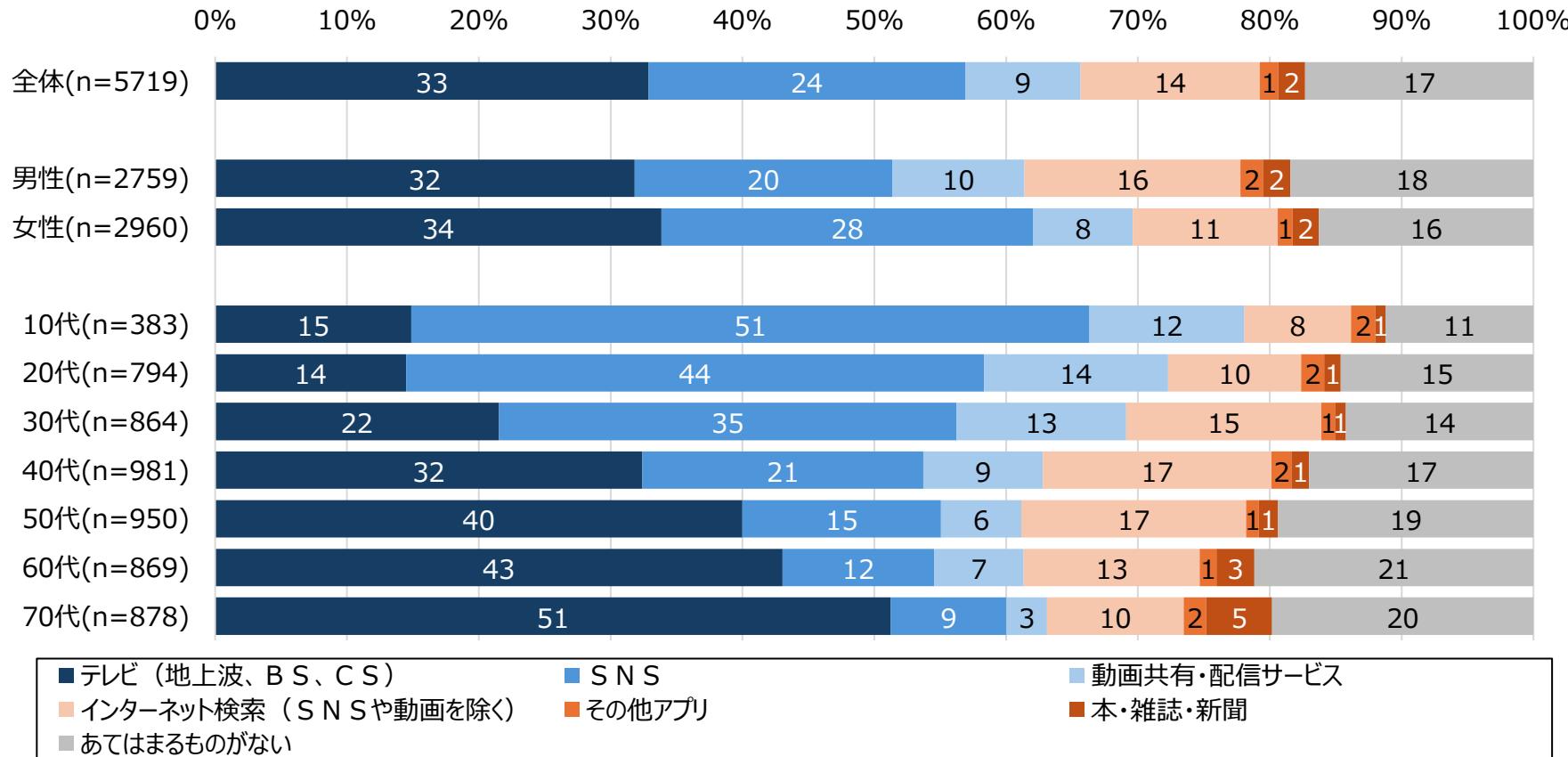
4-5. 最もあてはまるメディア：「信頼できる」（単一回答）

- 全体の約4割が「テレビ」を信頼できるとし、特に10代、50代～70代で高い。
- 若年層では「SNS」が高く、高年層では「本・雑誌・新聞」が高い。



4-6. 最もあてはまるメディア：「人と共通の話題が得られる」（単一回答）

- 若年層ではSNSが共通話題の中心だが、年齢が上がるほどテレビが主流に。



第5章 利用シチュエーション・利用経験

● 利用シチュエーション

- ・ 利用頻度：朝起きて布団の中で、家事をしながら、食事中、テレビを見ながら、夜寝る前に布団の中で。
- ・ 起床時/夜寝る前の利用サービス：「ほぼ毎日」利用は全体で約15%で、非利用者が7割超。

● トラブル経験

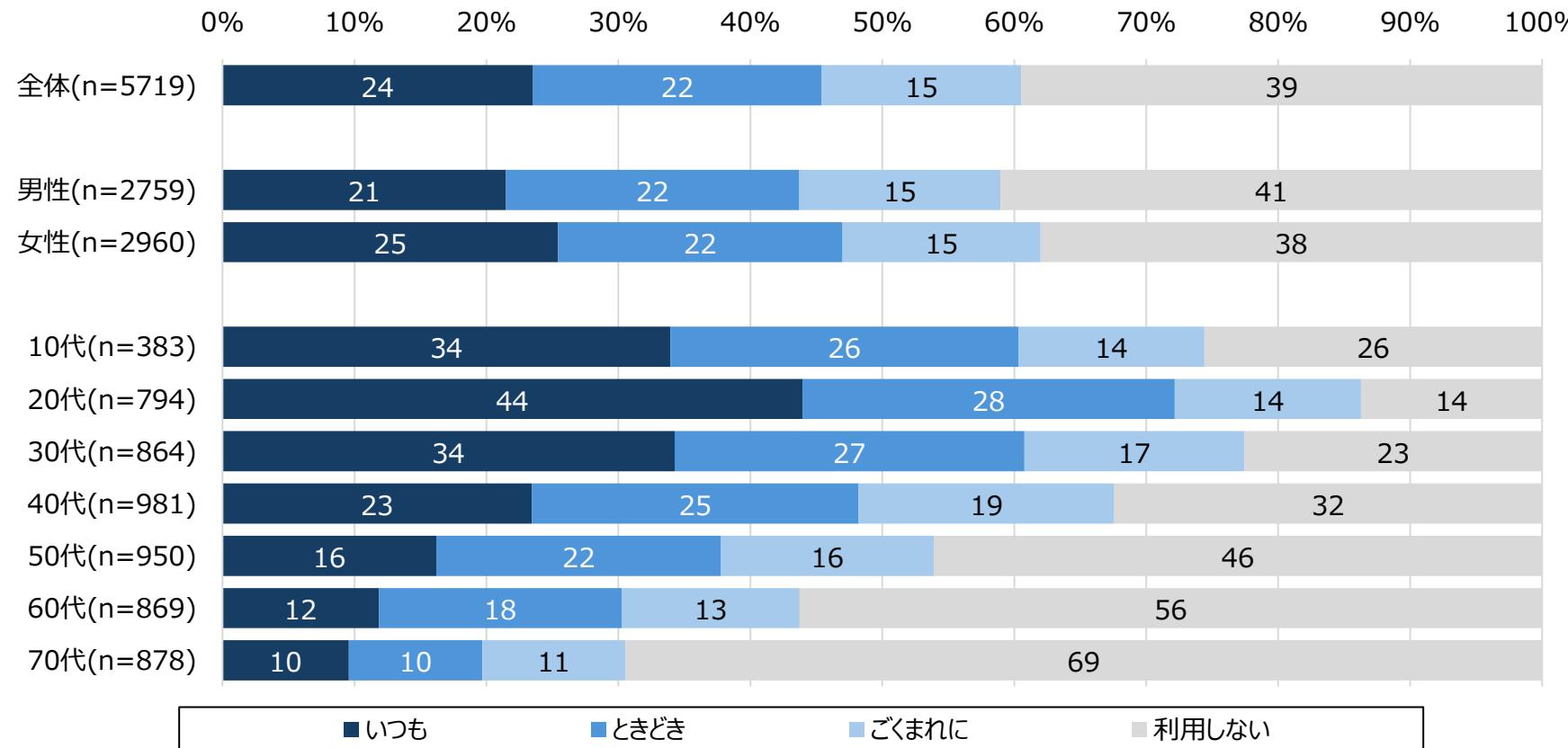
- ・ トラブル種類と頻度：SNSにおいてトラブルになった経験、ゲームやアプリでお金を使いすぎた経験、インターネットショッピングでお金を使いすぎた経験、スマートフォンで時間を浪費してしまった経験。
- ・ 時間浪費の原因サービス：「動画配信サービス」「SNS・ソーシャルメディア」「ゲーム」の順で高い。
- ・ 時間を浪費することに対する考え方：全体の6割超は「後悔しない・あまり後悔しない」。

● 学習経験

- ・ スマートフォン利用の危険性について学んだ機会：多いのは「テレビで見た」「インターネットで調べた」。

5-1. スマートフォンを使うシチュエーション：朝起きて布団の中で使う（単一回答）

- 全体の半数近くが「いつも」もしくは「ときどき」起床後に布団の中でスマートフォンを使用。
- 20代を中心に、若年層ほど起床直後のスマートフォン利用が多い傾向がみられ、20代では「いつも」が4割を超える。

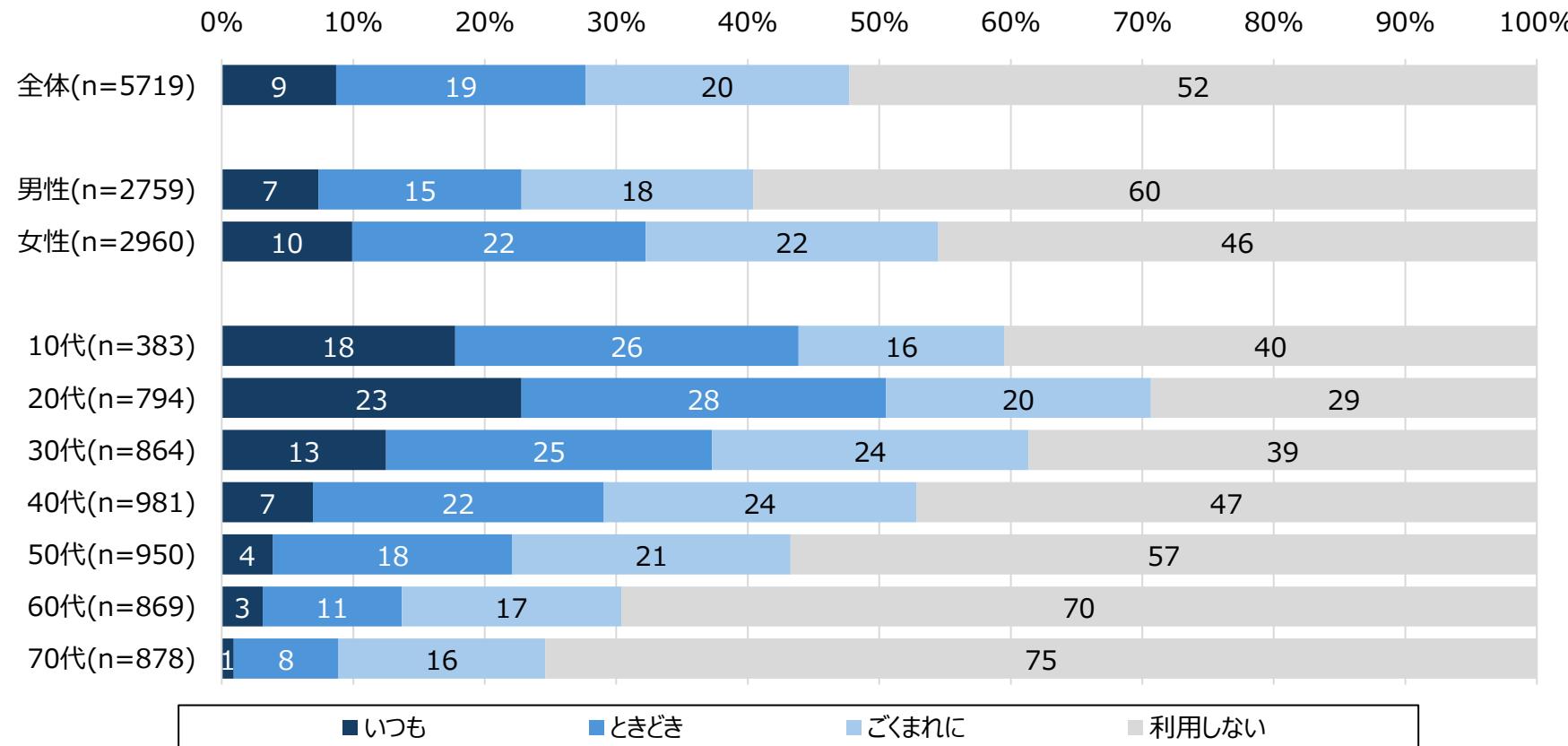


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：就寝前のスマートフォン利用（2024/8/19） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240819.html>

5-2. スマートフォンを使うシチュエーション：家事をしながら使う（単一回答）

- 家事中の利用は20代を中心に高く、20代では半数が「いつも・ときどき」スマートフォンを使用。
- 高年層では利用頻度が大きく低下し、60～70代の多くが「利用しない」。

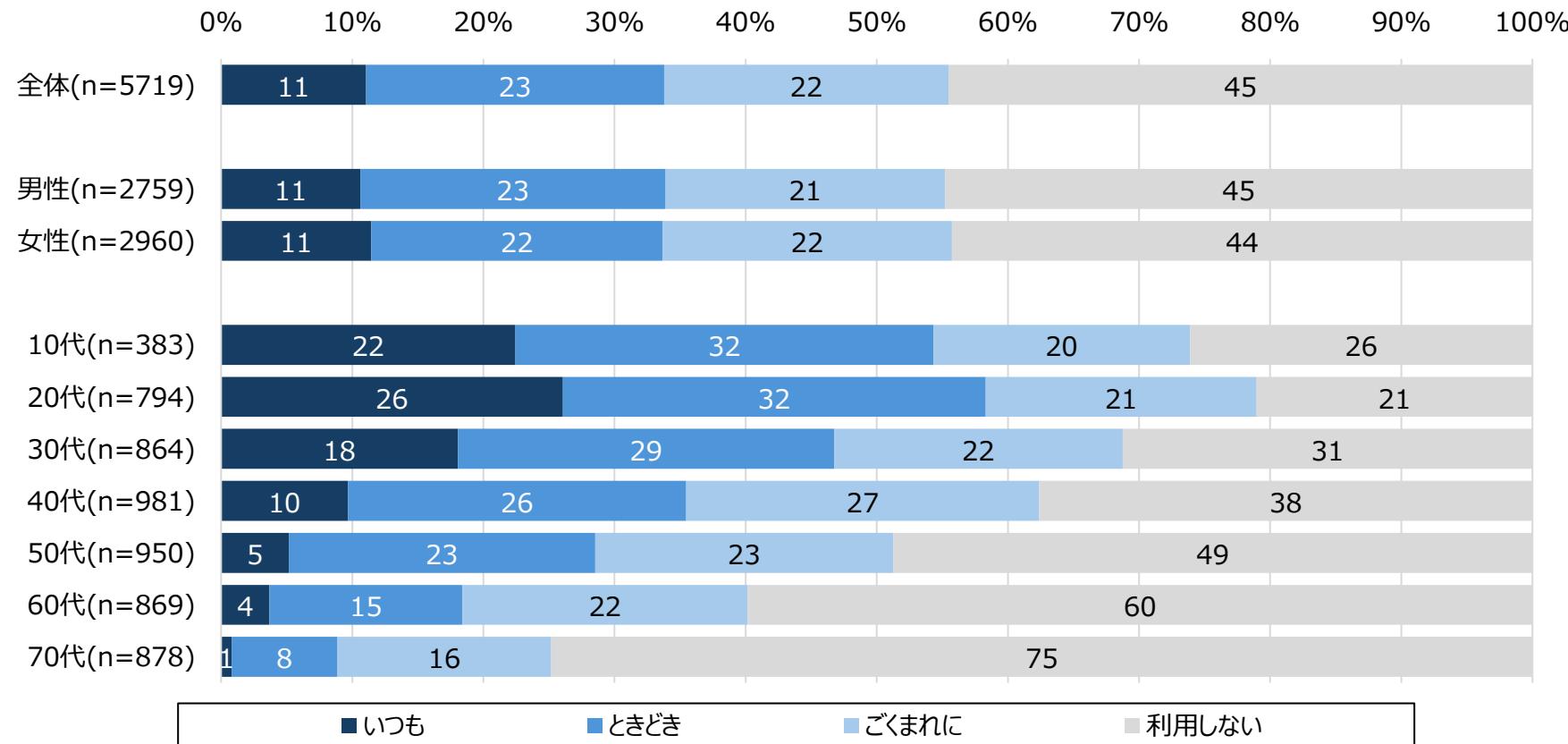


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：イエナカ時間のスマートフォン利用（2024/4/25） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240425.html>

5-3. スマートフォンを使うシチュエーション：食事中に使う（単一回答）

- 若年層ほど食事中のスマホ利用が多く、10～20代で「いつも・ときどき」の割合が高い。
- 年代が上がるほど利用頻度は下がり、70代では「利用しない」が7割以上。

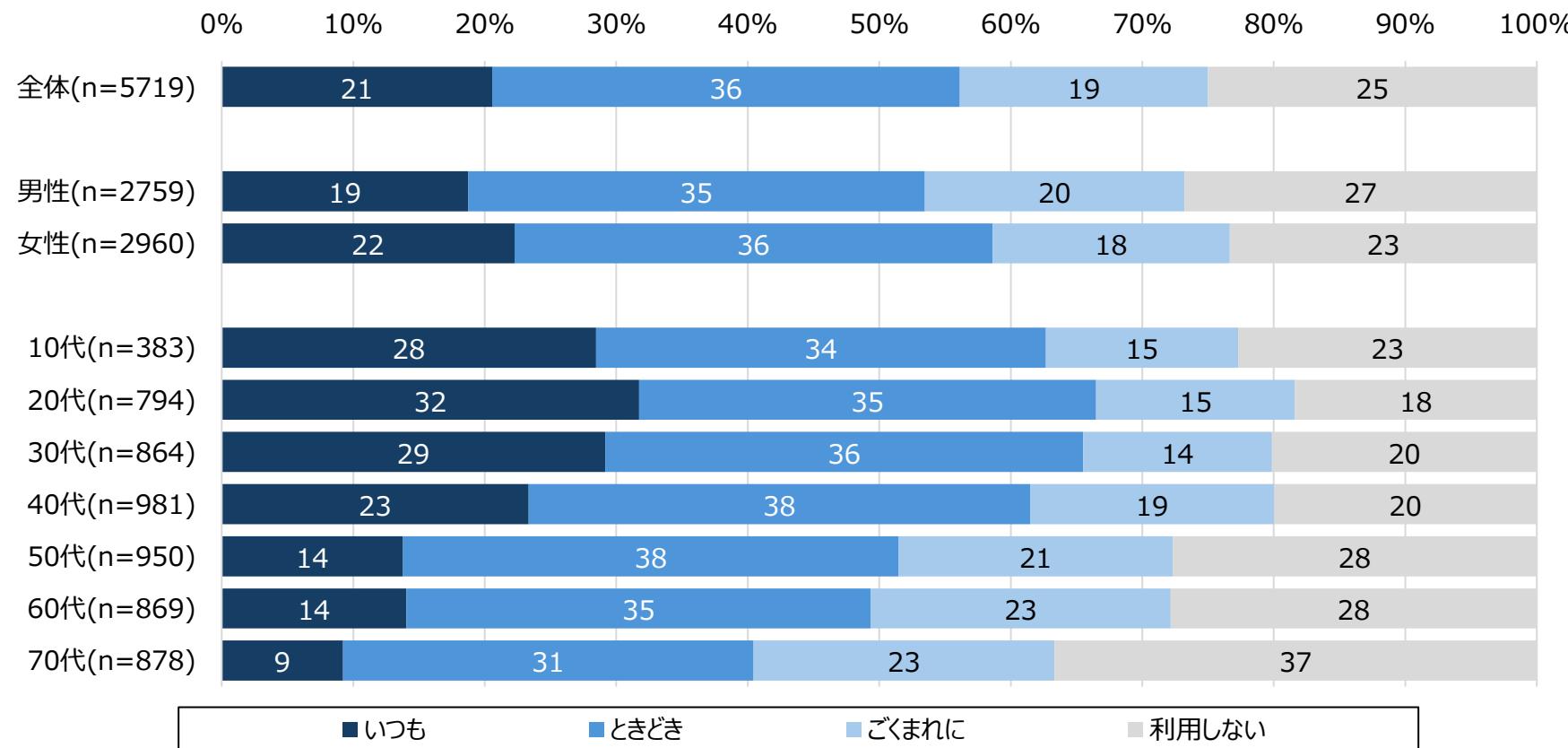


出典：2024年スマホ利用者行動調査

関連レポート：イエナカ時間のスマホ利用（2024/4/25） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240425.html>

5-4. スマートフォンを使うシチュエーション：テレビを見ながら使う（単一回答）

- 各年代でテレビ視聴中の"ながらスマホ"が見られ、特に10代～30代は約3割が「いつも」利用。
- 年代が上がるほど利用率は緩やかに低下するが、高年層でも一定の利用が続く。

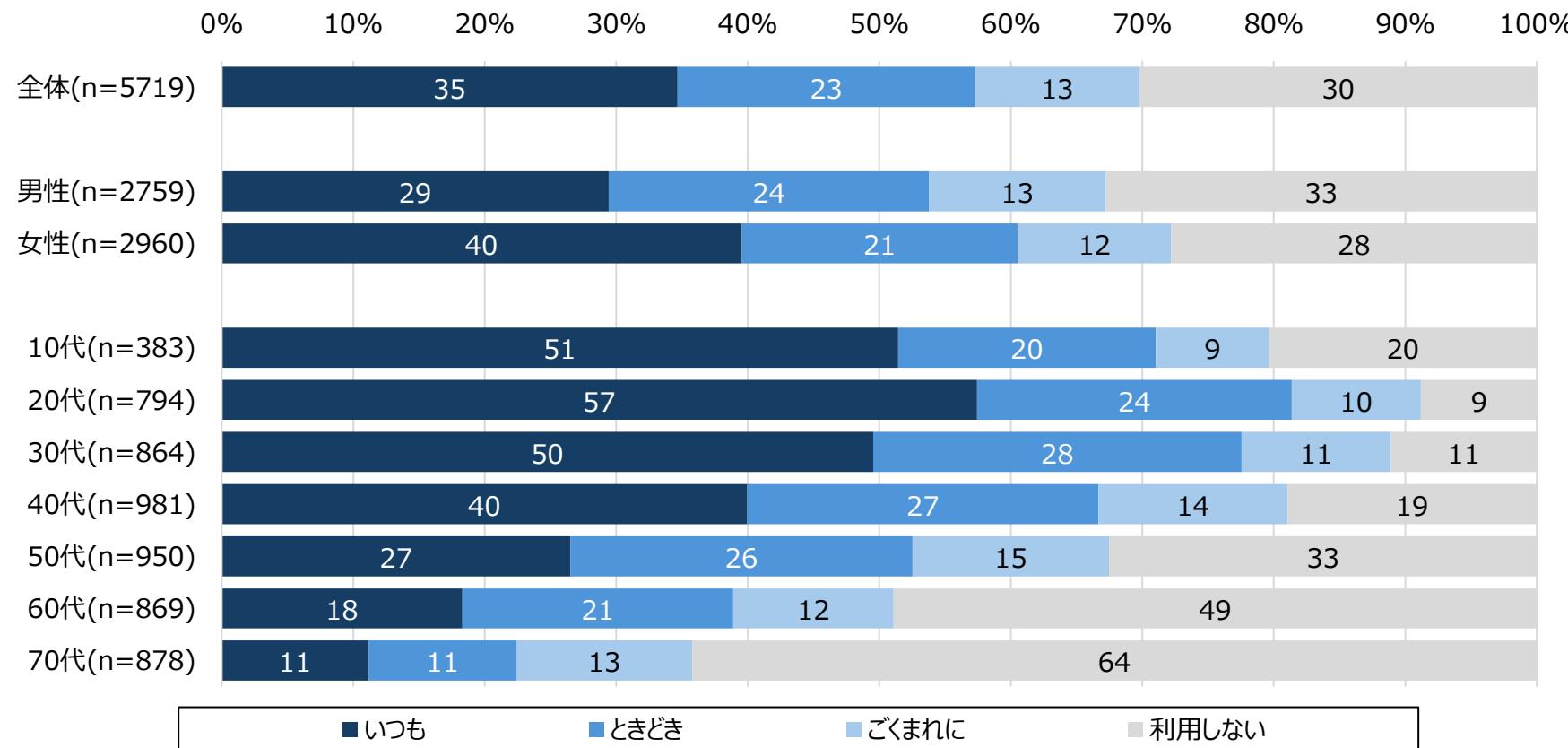


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：イエナカ時間のスマートフォン利用 (2024/4/25) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240425.html>

5-5. スマートフォンを使うシチュエーション：夜寝る前に布団の中で使う（単一回答）

- 男性よりも女性の頻度が高く、女性の約4割は「いつも」寝る前の布団の中でスマホを使用。
- 若年層ほど寝る前のスマホ利用が多く、10～30代では「いつも」が約5～6割と高い。

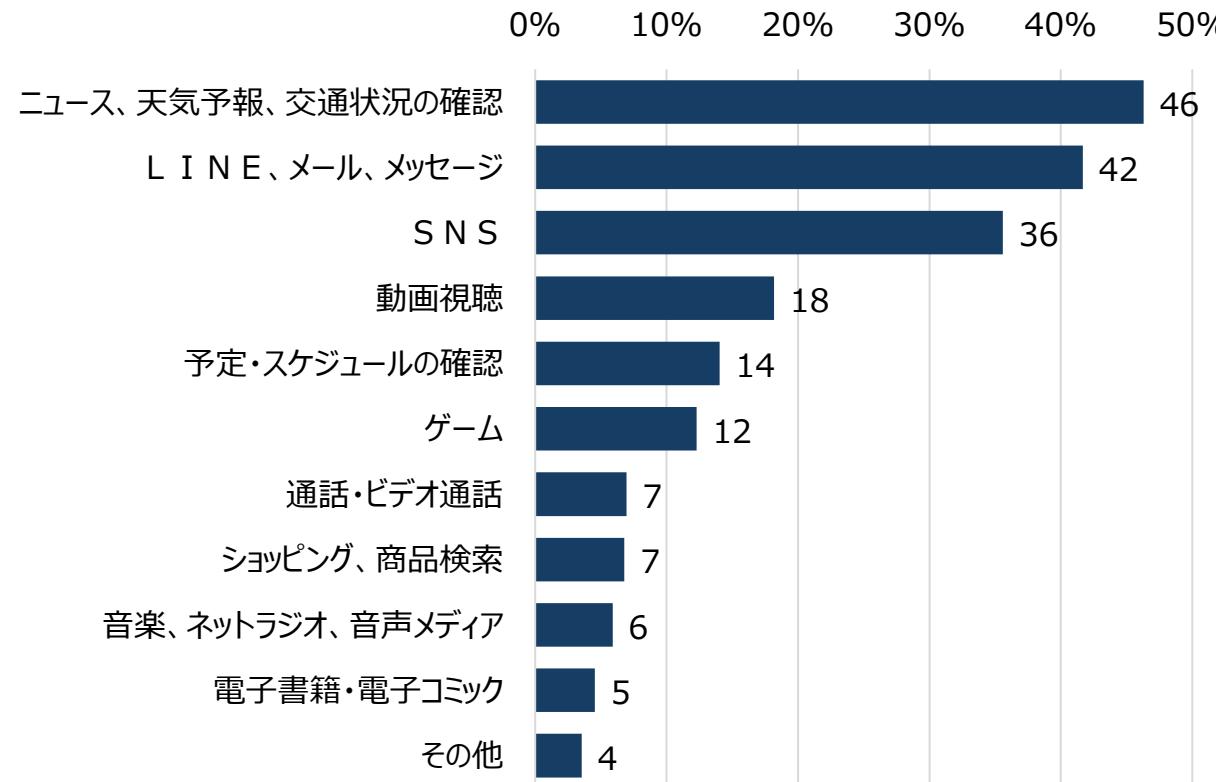


出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：就寝前のスマートフォン利用（2024/8/19） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240819.html>

5-6. 起床時/夜寝る前の利用サービス（複数回答）

- 起床時は「ニュース、天気予報、交通状況の確認」「LINE・メッセージ」「SNS」が中心で、情報確認・連絡系が多い。
- 就寝前は「SNS」「動画視聴」の割合が高く、娯楽系の利用が目立つ。

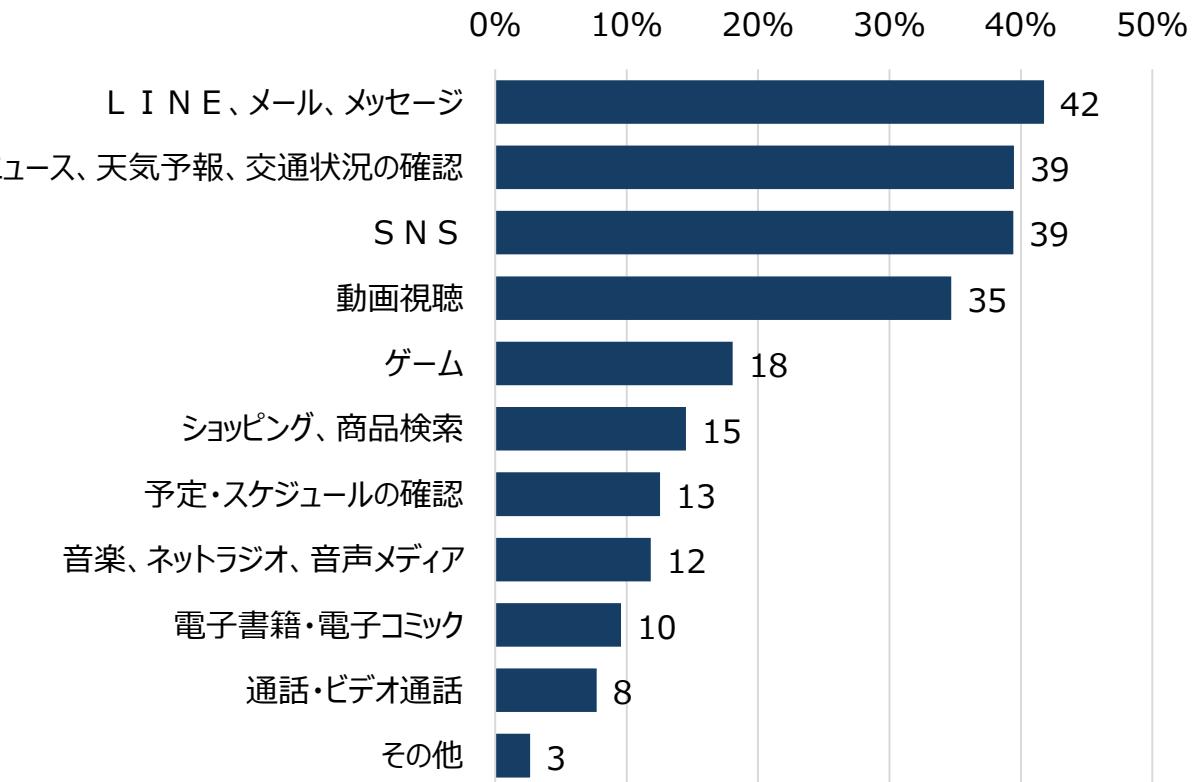


朝起きて布団の中で使うサービス

注：各場面でスマートフォンを使っている人が回答。

出典：2024年スマートフォン利用者行動調査

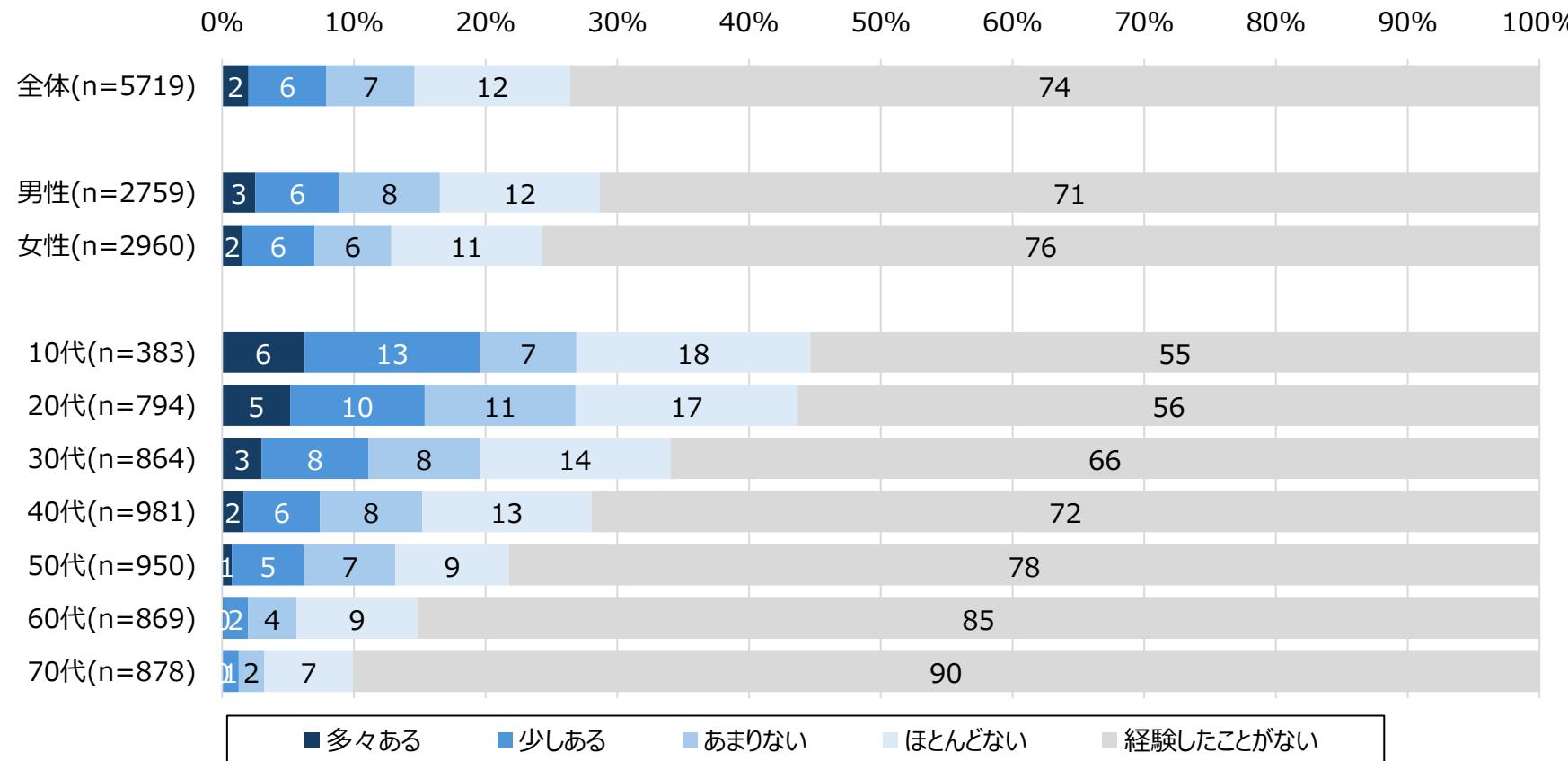
関連レポート：就寝前のスマートフォン利用（2024/8/19） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20240819.html>



夜寝る前に布団の中で使うサービス

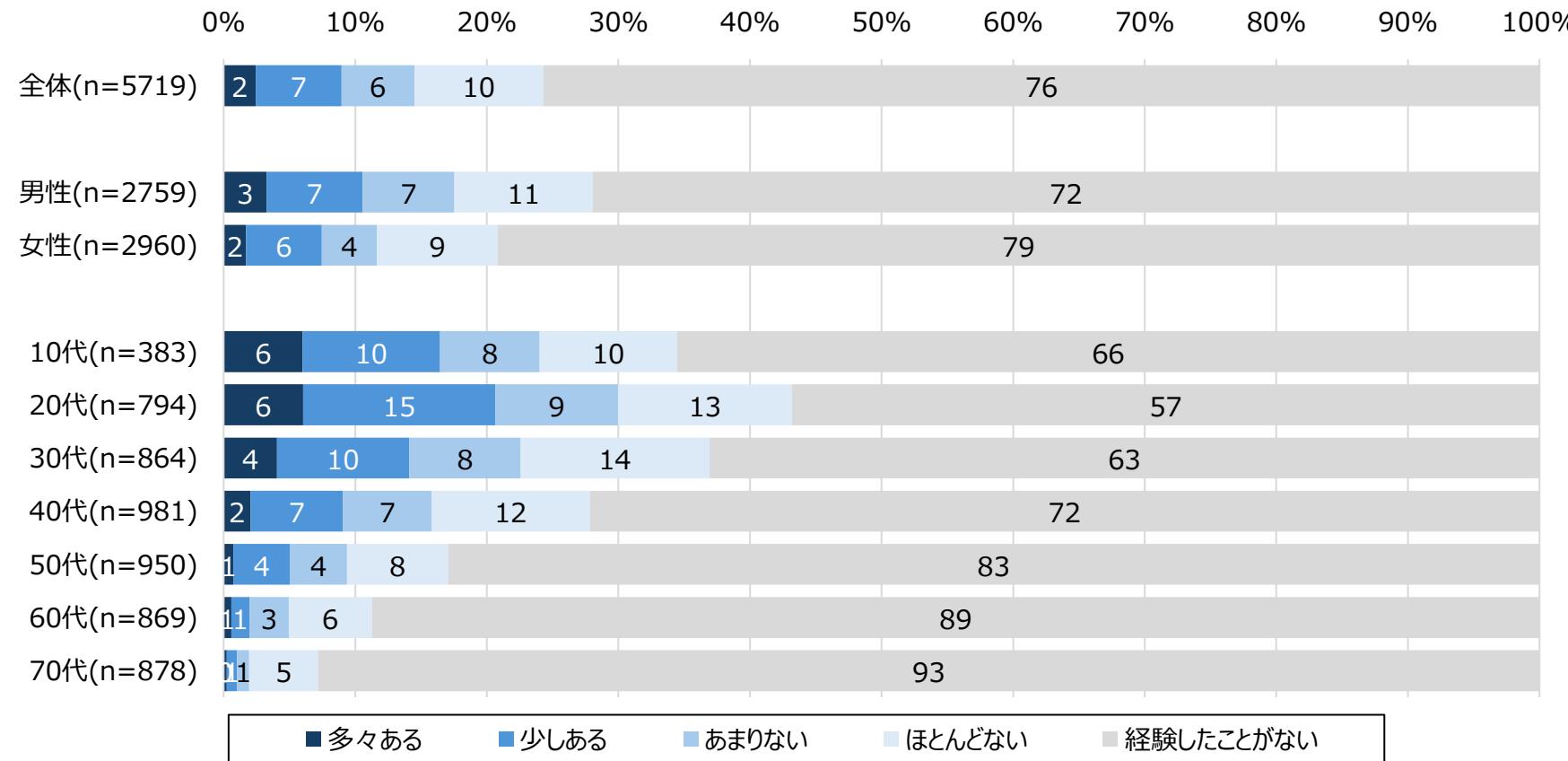
5-7. SNSにおいてトラブルになった経験（個人情報の漏洩、誹謗中傷 など）（単一回答）

- SNSでのトラブル経験者は4人に1人程度。
- 若年層のほうが経験した割合・頻度が高く、10代では2割程度が「多々ある・少しある」



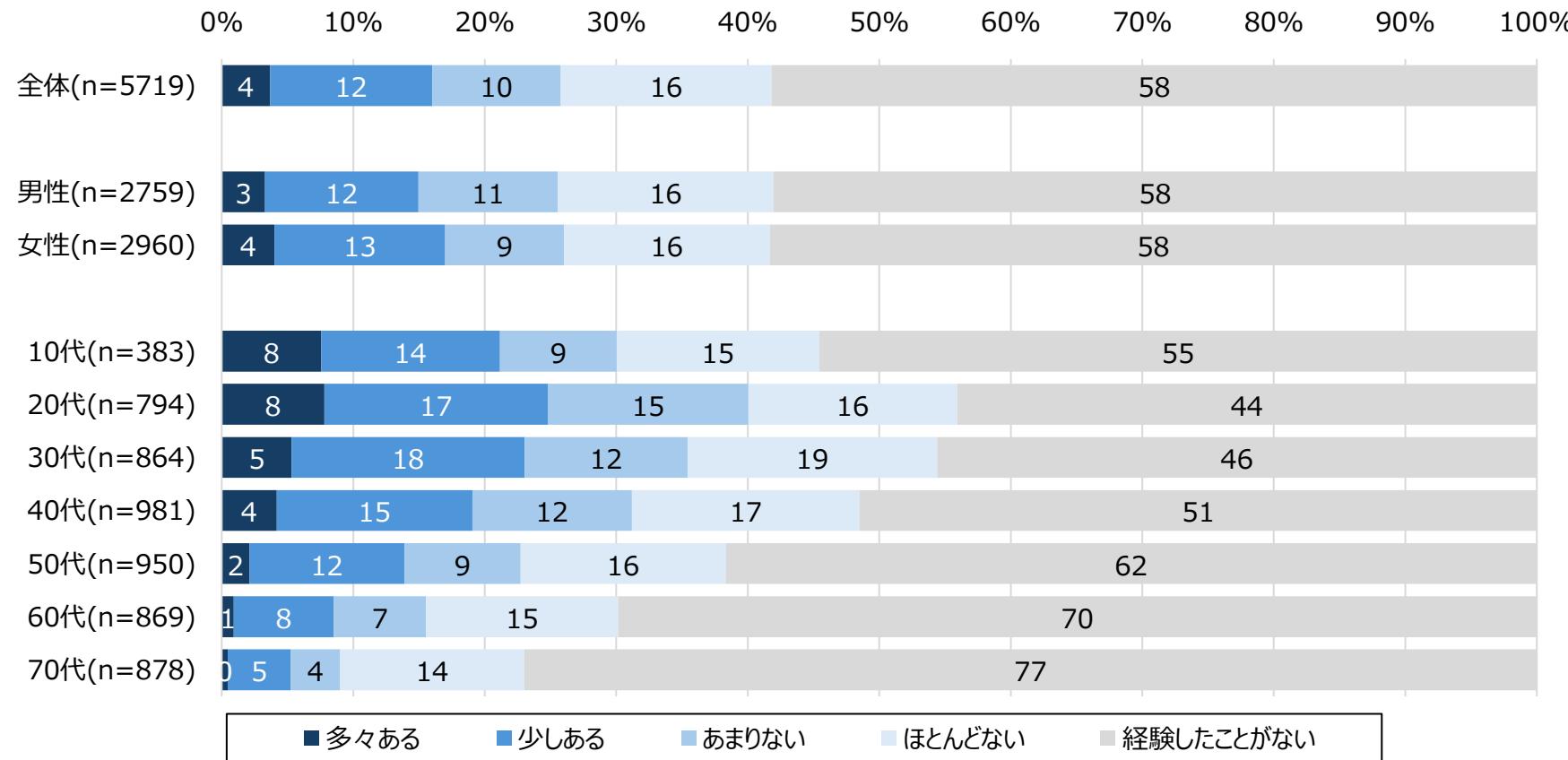
5-8. ゲームやアプリでお金を使いすぎた経験（単一回答）

- 男性のほうが経験した割合が高い。
- 経験した割合・頻度は20代が最も高く、4割以上がゲームやアプリでお金を使いすぎたことがある。



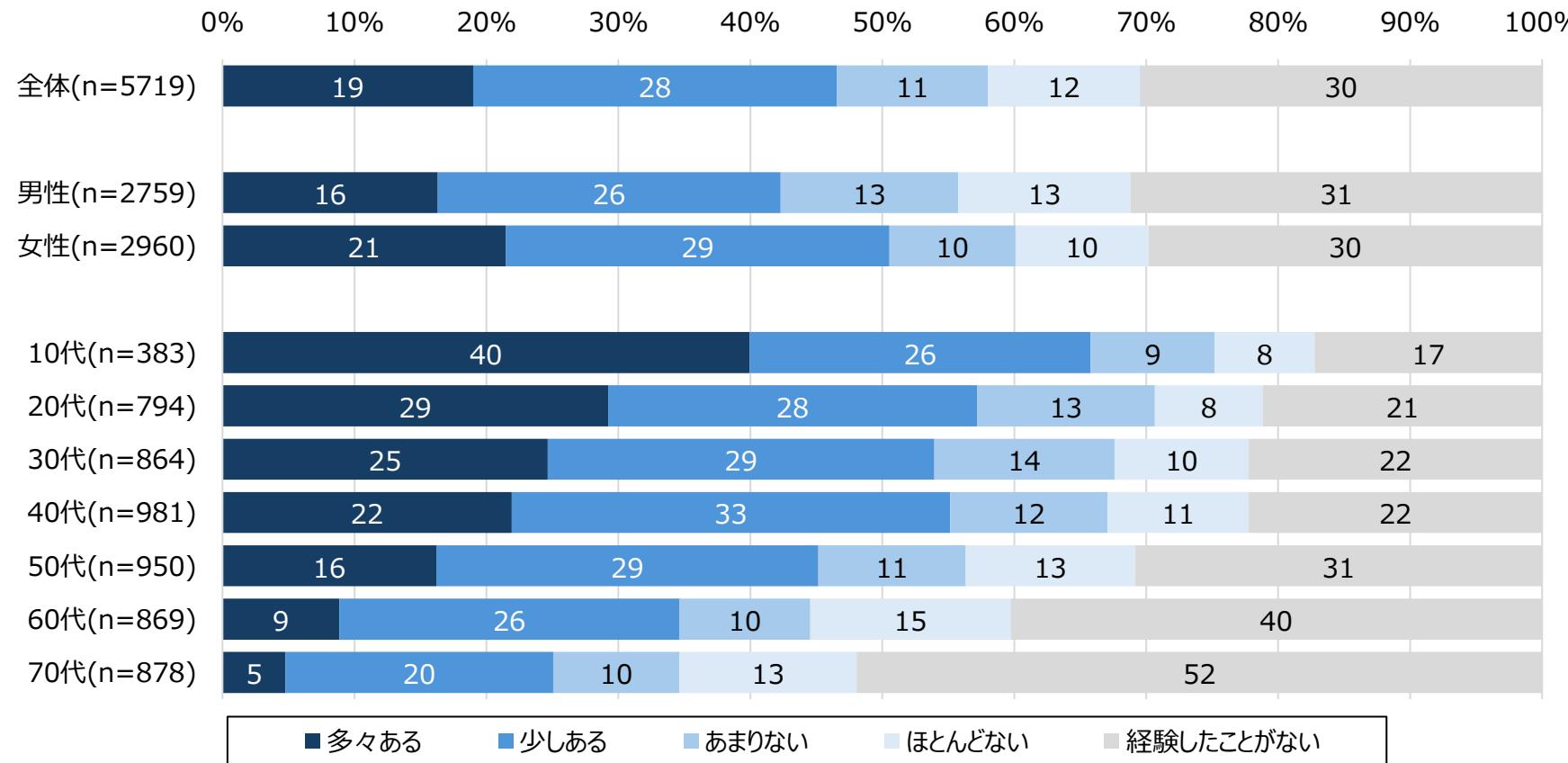
5-9. インターネットショッピングでお金を使いすぎた経験（単一回答）

- 男女差はみられず、全体の4割程度が経験あり。
- ネットショッピングでお金を使いすぎたことがある割合が高いのは20代と30代で、それぞれ半数を超える。



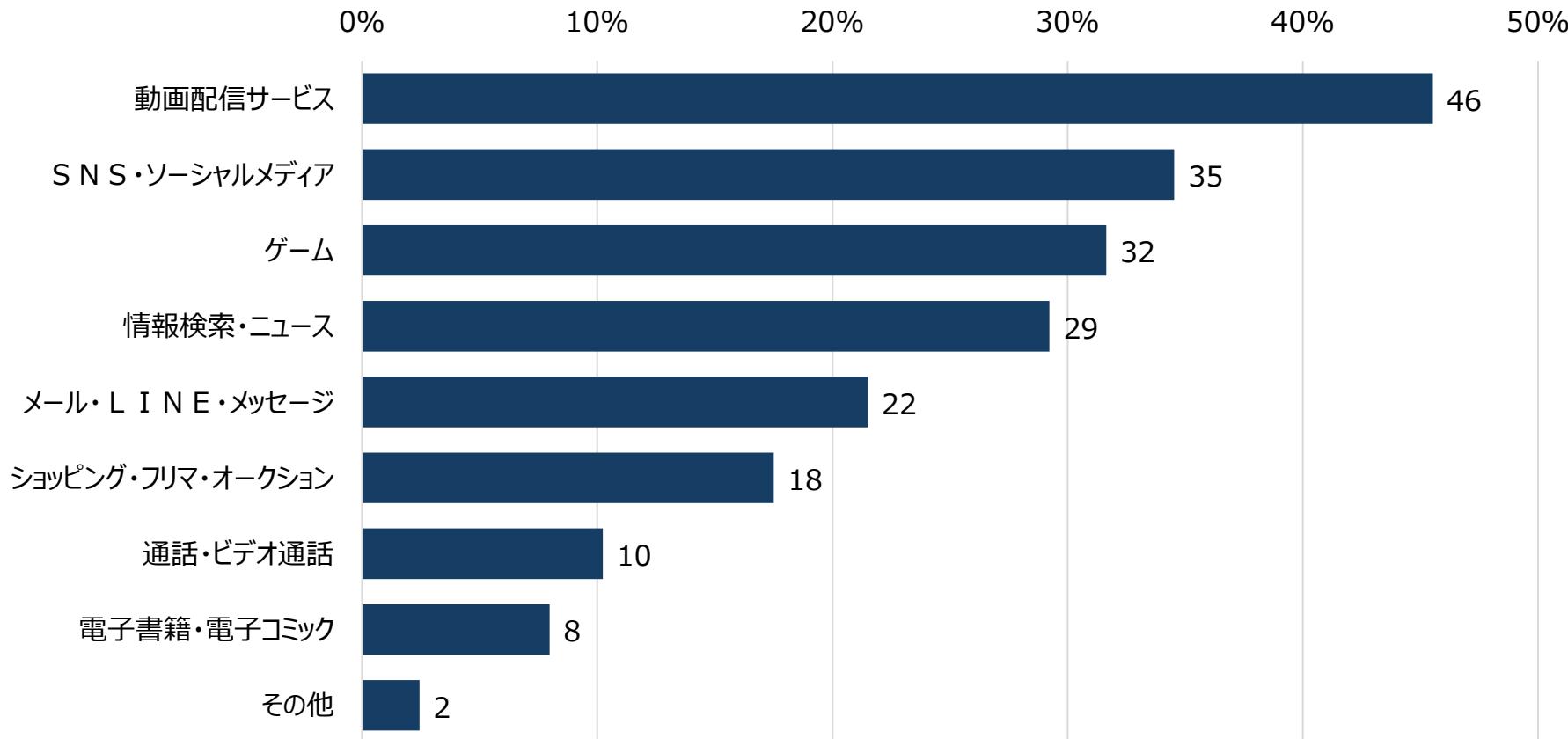
5-10. スマートフォンで時間を浪費してしまった経験（単一回答）

- 全体の半数程度がスマートフォンでの時間浪費経験が「多々ある・少しある」。
- 女性と若年層で経験頻度が高く、10代では4割が「多々ある」。



5-11. スマートフォンで時間を浪費する原因となったサービス（複数回答）

- 時間浪費の原因是「動画配信サービス」「SNS・ソーシャルメディア」「ゲーム」の順で高い。

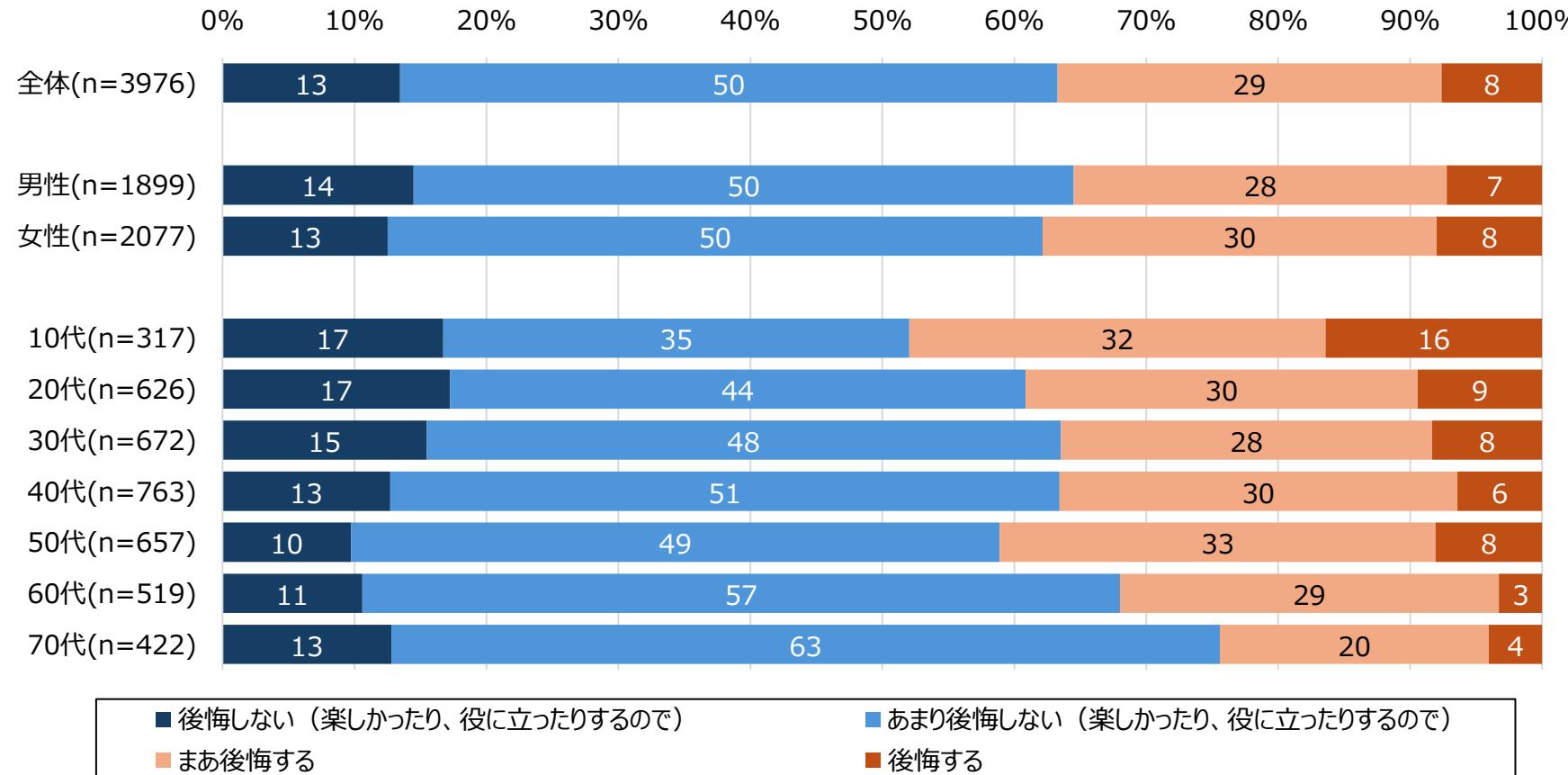


注：スマートフォンで時間を浪費したことがある人が回答。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

5-12. スマートフォンで時間を浪費することに対する考え方（単一回答）

- 全体の6割超は「後悔しない・あまり後悔しない」。
- 後悔する割合は10代で高く、10代では後悔する割合と後悔しない割合がそれぞれ半数程度。

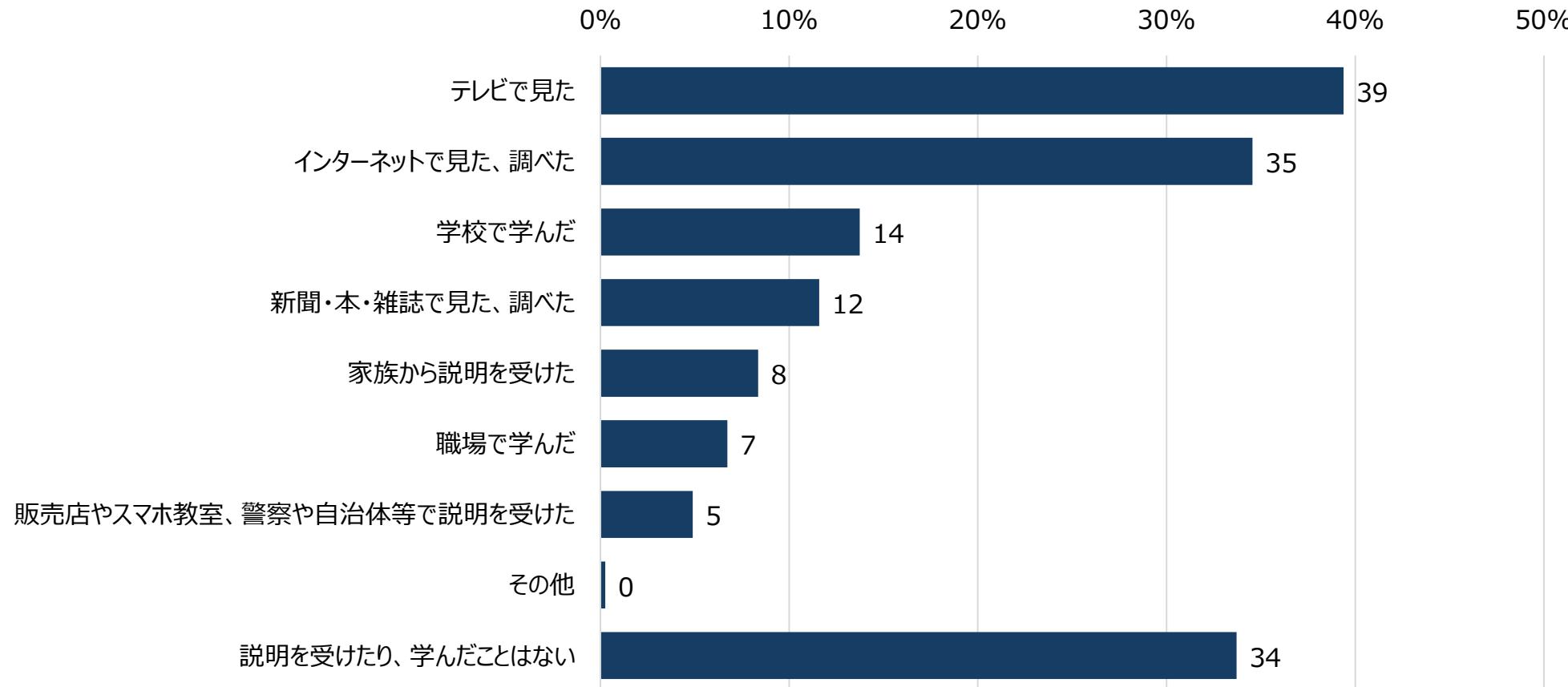


注：スマートフォンで時間を浪費したことのある人が回答。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

5-13. スマートフォン利用の危険性（個人情報流出、詐欺被害など）について学んだ機会（複数回答）

- スマートフォンの危険性について学んだ機会として多いのは「テレビで見た」「インターネットで調べた」。
- 「学んだことはない」が全体の3割強。



第6章 利用意識

● 気を付けていること、紛失したら困るもの

- ・ スマートフォンを使う際に気を付けていること：「個人情報が漏れないようにする」「利用するサイトやアプリ」がそれぞれ4割を超えて上位。
- ・ 破損・紛失した際に困るもの：最も困るものは「スマートフォン」が最多だが、高年層では「身分証」「銀行カード」などスマートフォン以外の重要度も比較的高い。

● 有益な時間、娛樂的な時間

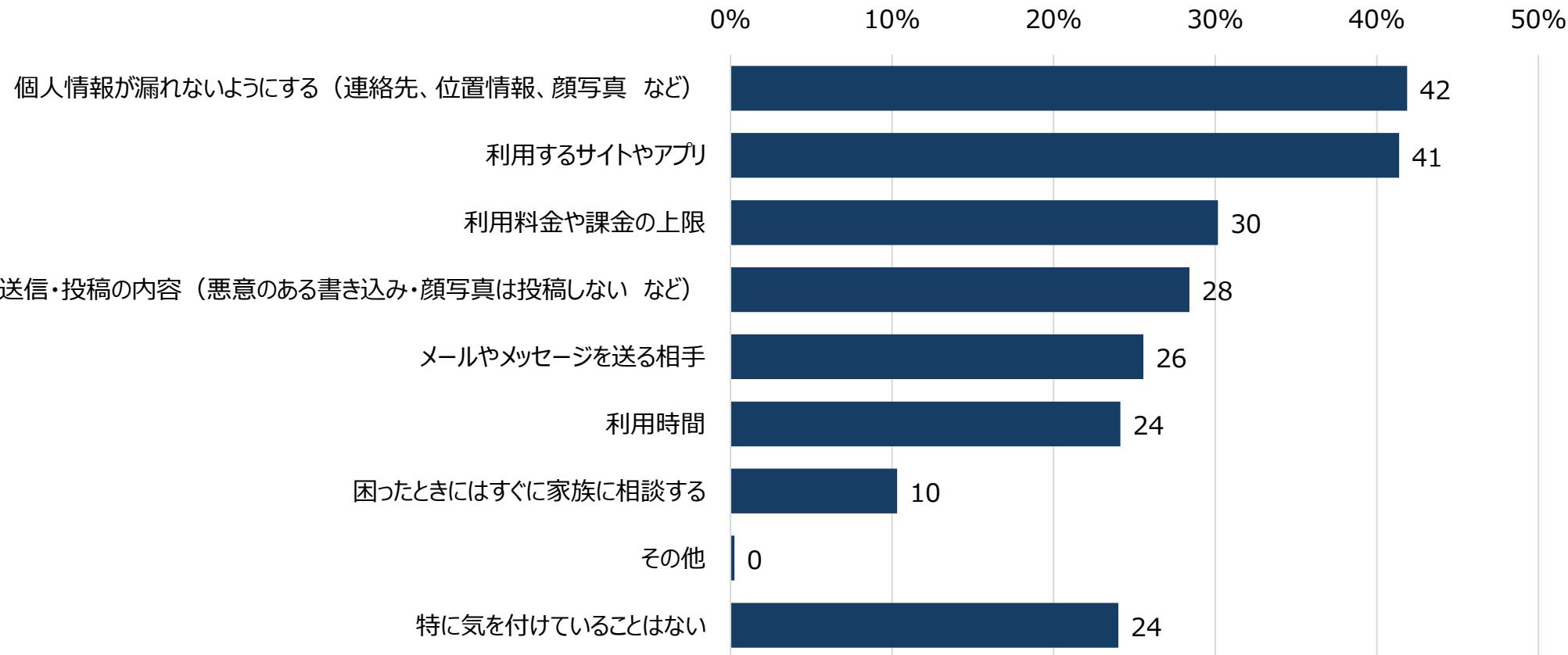
- ・ 役に立っている時間・有益な時間の割合：10代の半数が「長くなった・使い始めた」と回答。
- ・ 楽しい時間・娛樂的な時間の割合：若年層で時間が増えた割合が高く、10代では4割超。

● スマートフォンに対する意識全般（必需、ブランドなど）

- ・ 「利用時間を減らしたほうがよいと思っている」、「自分にとってなくてはならない」、「他に安いものがあっても、購入するメーカー・ブランドは変えない」、「利用することは、自分のためになる」

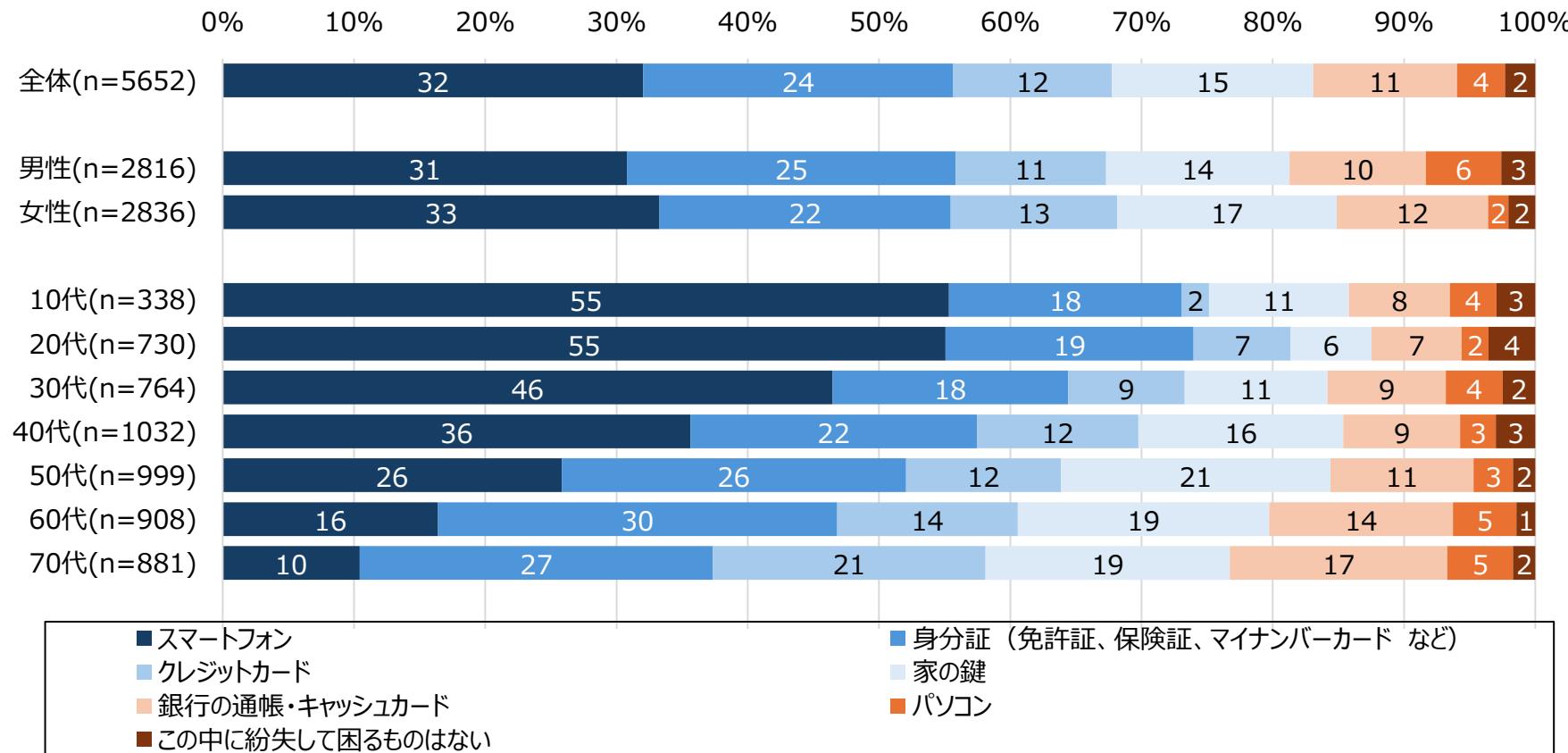
6-1. スマートフォンを使う際に気を付けていること（複数回答）

- スマートフォン利用時に気を付けていることは「個人情報が漏れないようにする」「利用するサイトやアプリ」がそれぞれ4割を超えて上位。



6-2. 破損・紛失した際に困るもの（単一回答）

- 最も困るものは「スマートフォン」が最多で、特に10～20代では半数を超える。
- 高年層では「身分証」「銀行カード」などスマートフォン以外の重要度も比較的高い。

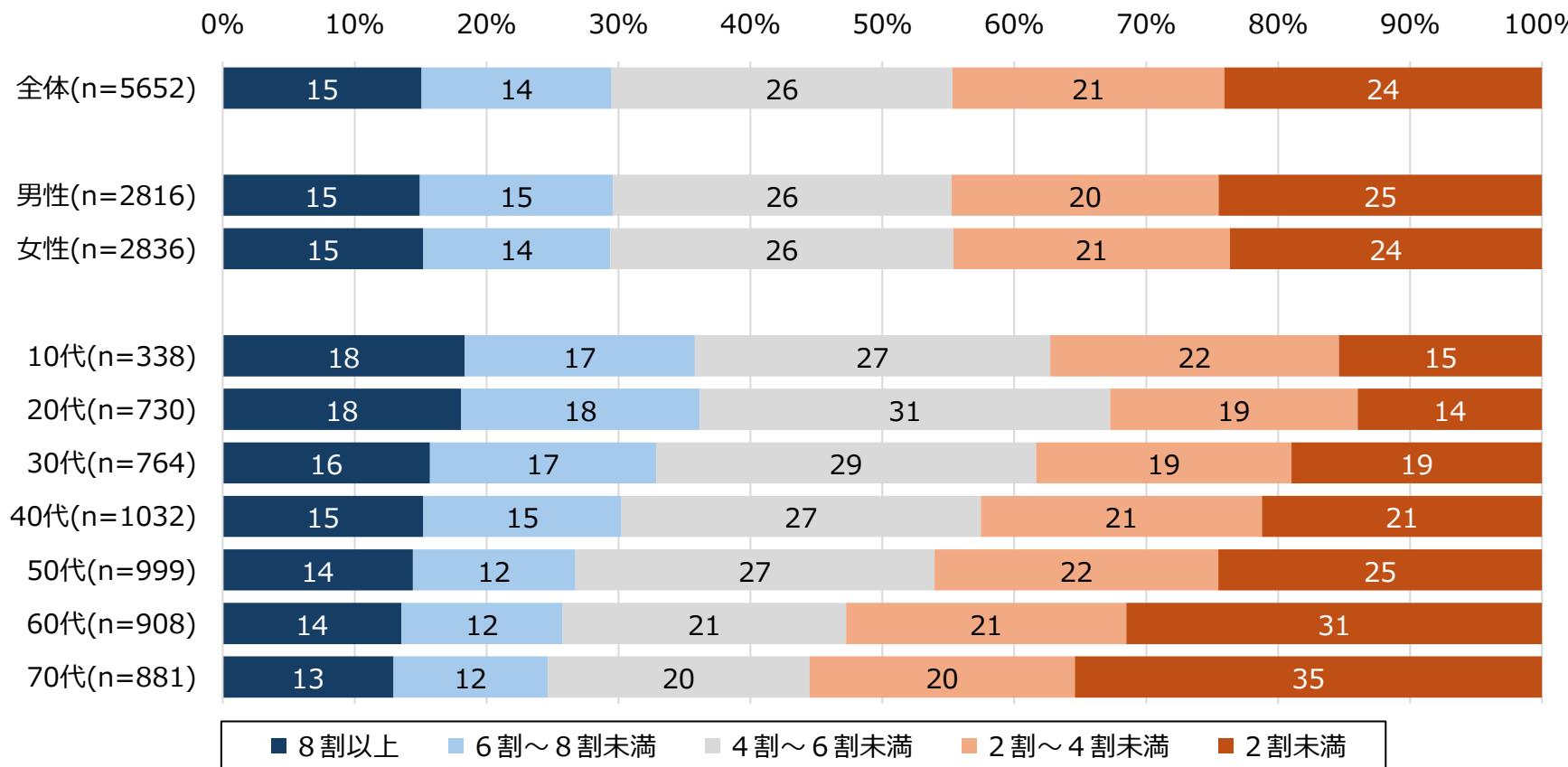


出典：2023年スマホ利用者行動調査

関連レポート：破損・紛失した際に困るもの 2022年版 (2022/5/2) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20220502.html>

6-3. スマートフォンの利用時間のうち、役に立っている時間・有益な時間の割合（単一回答）

- 全体では、有益だと感じる割合が広く分散。
- 年代が上がるほど有益と感じる割合が低下。

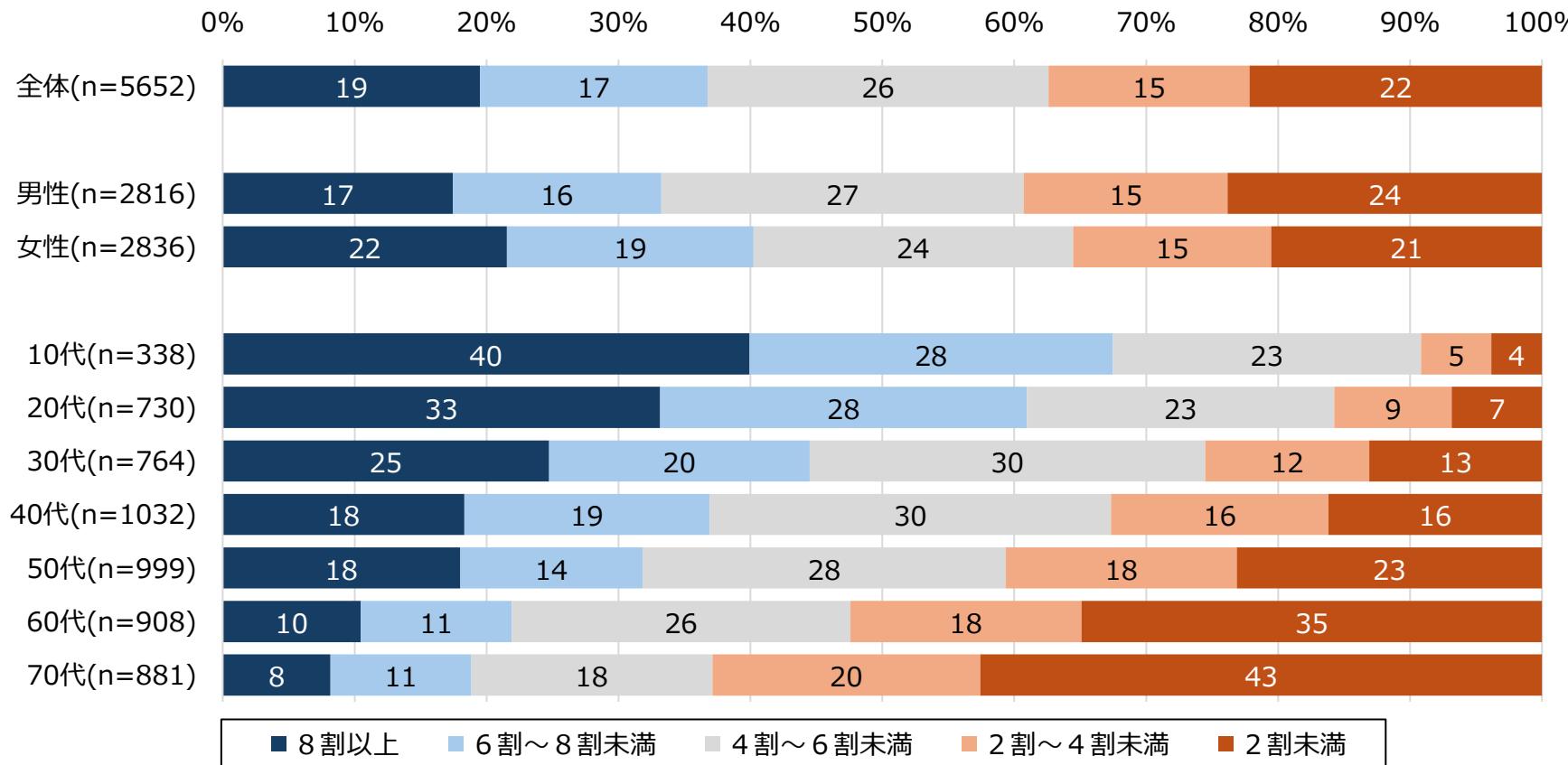


出典：2023年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン利用時間の楽しい割合（2023/8/14） <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20230814.html>

6-4. スマートフォンの利用時間のうち、楽しい時間・娛樂的な時間の割合（単一回答）

- 若年層では娛樂比率が高い傾向が強く、10代では8割以上が最多。
- 高年層では娛樂比率が低下し、60代以上では2割未満が最多。

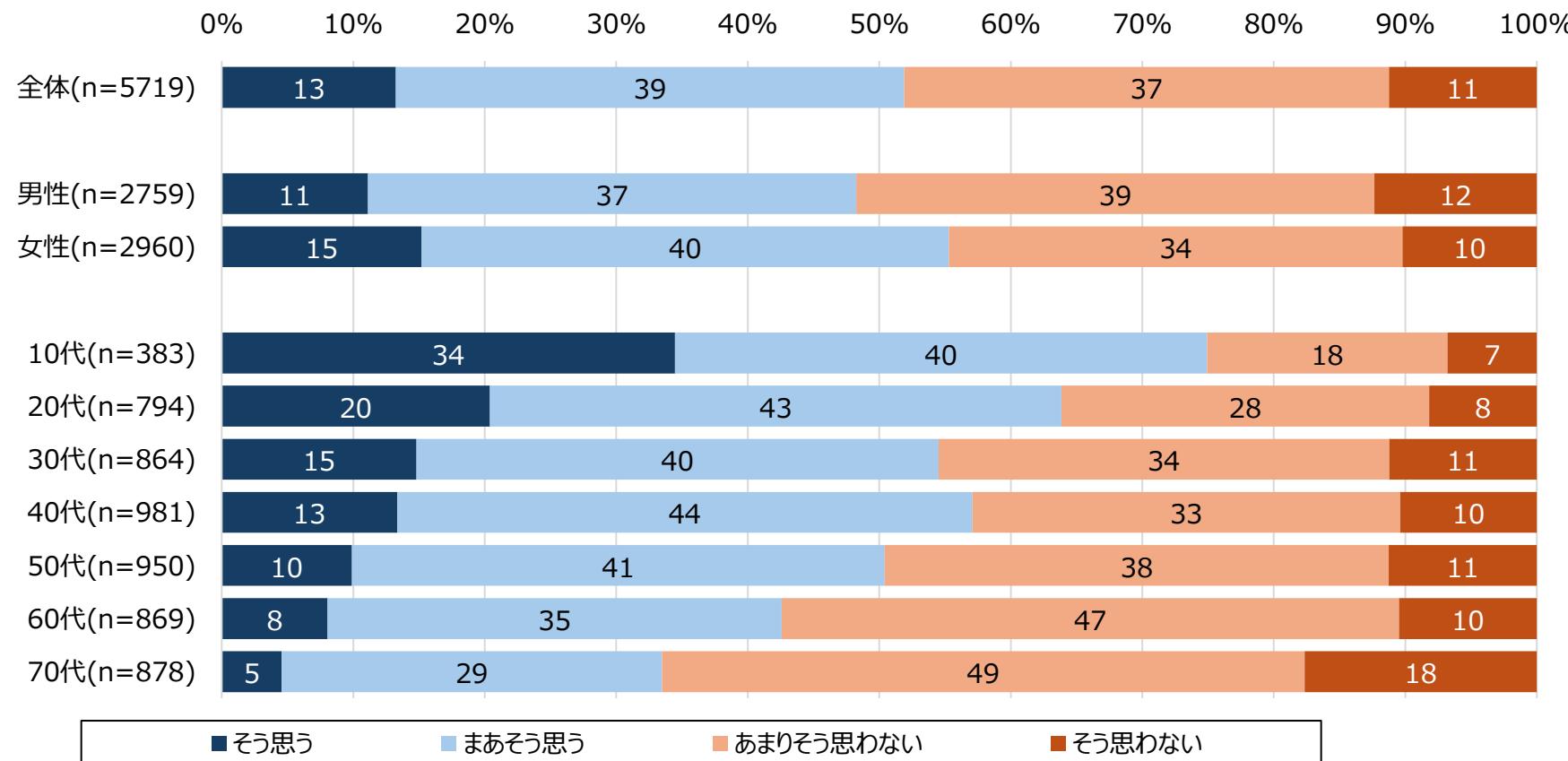


出典：2023年スマートフォン利用者行動調査

関連レポート：スマートフォン利用時間の楽しい割合 (2023/8/14) <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20230814.html>

6-5. 「スマートフォンの利用時間を減らしたほうがよいと思っている」(単一回答)

- 女性および若年層において、スマートフォンの利用時間を減らしたほうがよいと思う割合が高い。
- 10代では7割強、20代では6割強が減らしたほうがよいと思っている。*

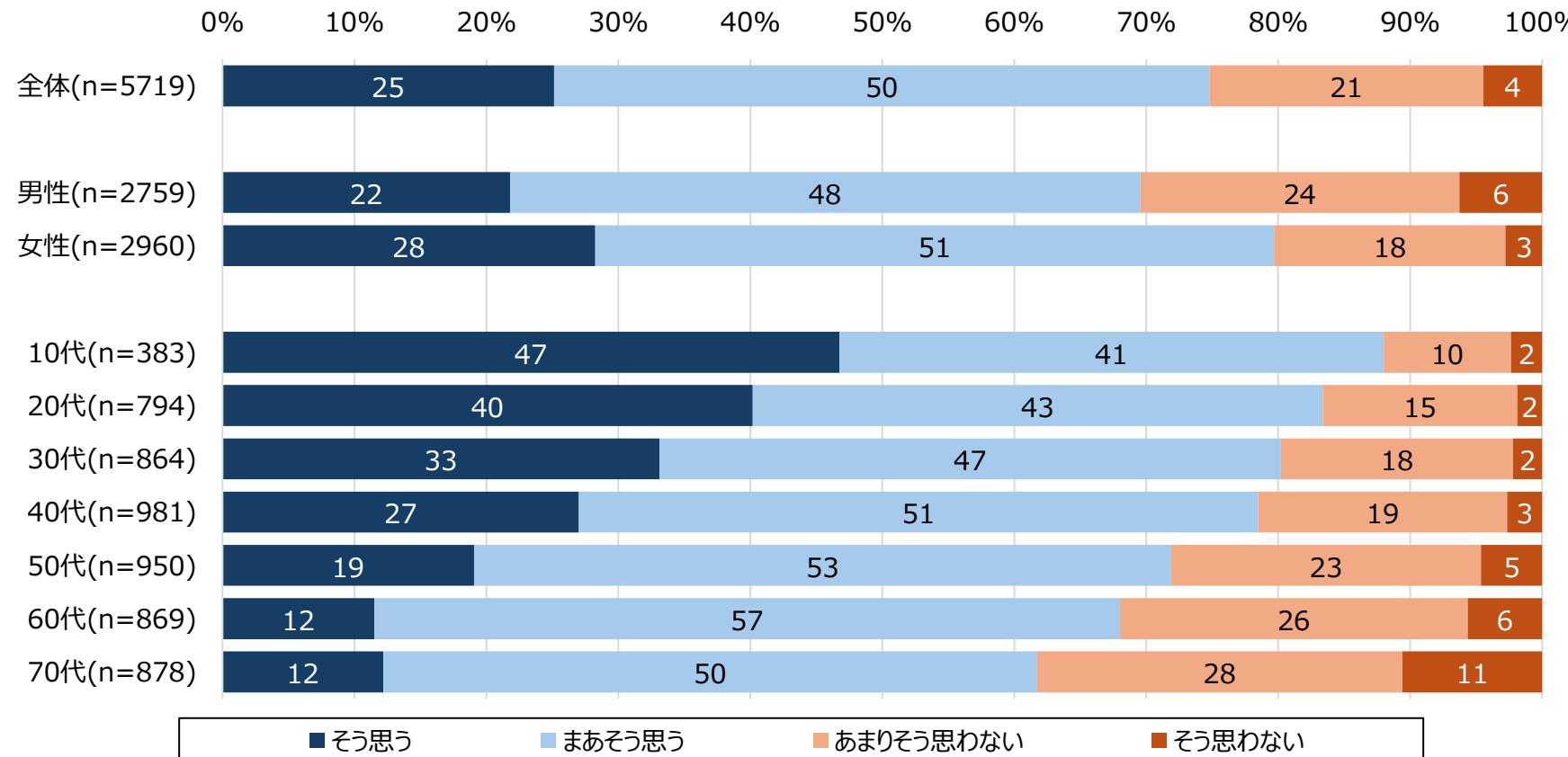


*「そう思う」「まあそう思う」の合計。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

6-6. 「スマートフォンは自分にとってなくてはならない」(単一回答)

- 全体では4割を超える人がスマートフォンはなくてはならないと回答。*
- 性差はないが年代差は見られ、若年層ほど必需意識が高い傾向がある。

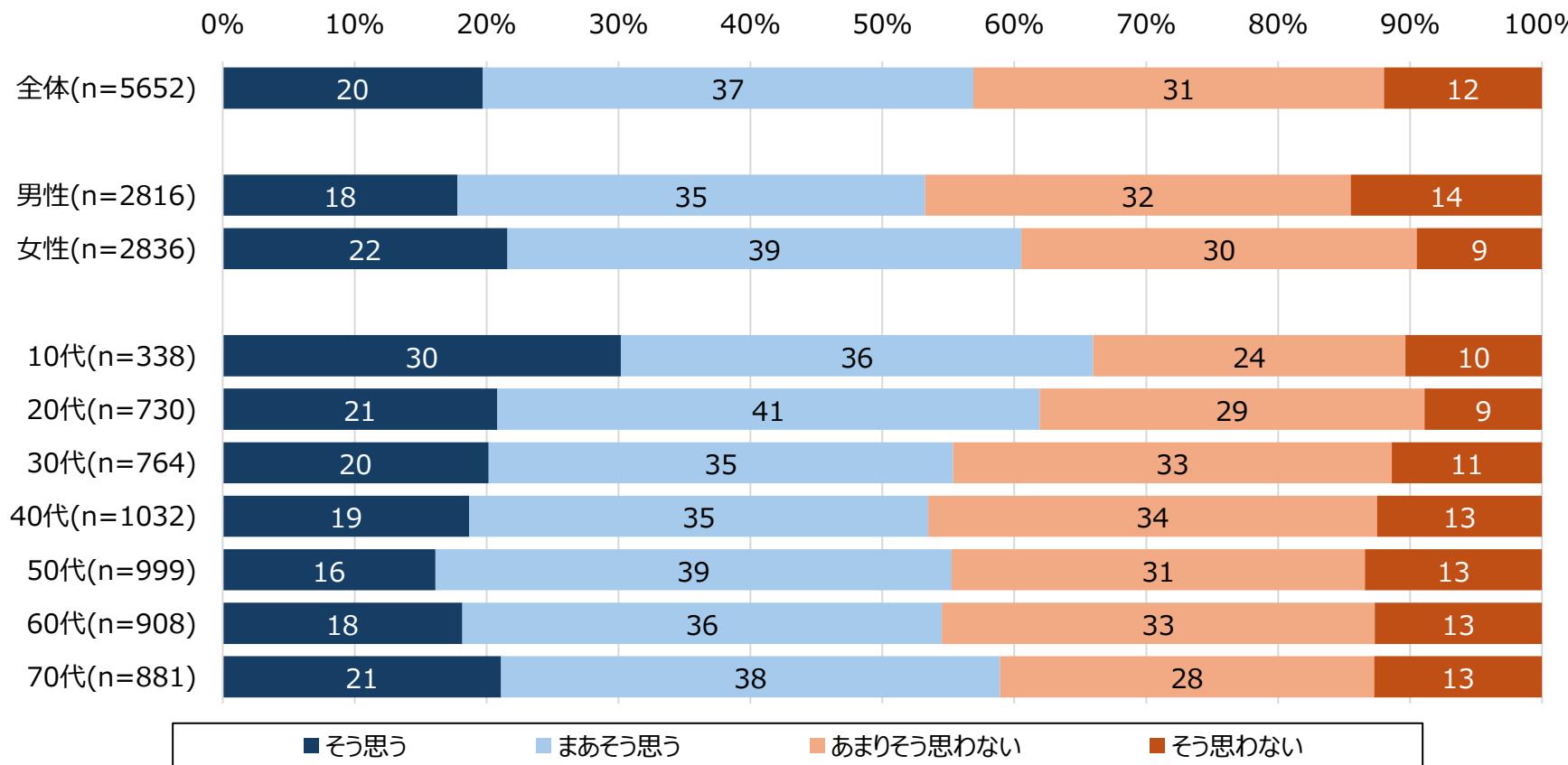


*「そう思う」「まあそう思う」の合計。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

6-7. 「他に安いものがあっても、購入するスマートフォンのメーカー・ブランドは変えない」（単一回答）

- 「他が安くてもスマートフォンのメーカー・ブランドを変えないと思う」は全体では6割弱、女性に限定すると6割を超える。*
- 10代では「変えないと思う」割合が7割近いが、20代以上は各年代で5~6割程度。*

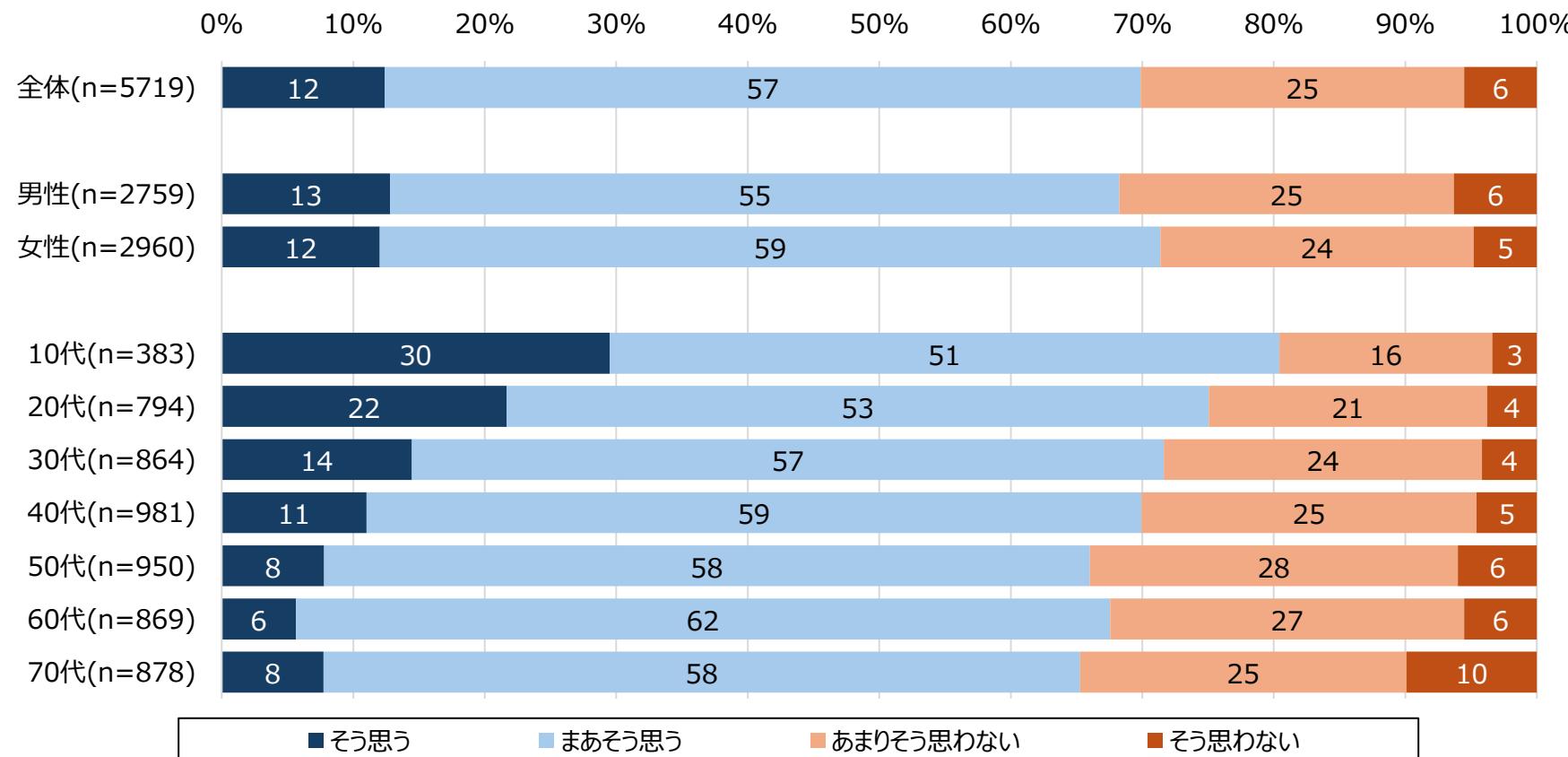


*「そう思う」「まあそう思う」の合計。

出典：2023年スマホ利用者行動調査

6-8. 「スマートフォンを利用することは、自分のためになる」(単一回答)

- 「スマートフォンを利用することは自分のためになる」と思う割合は、全体の7割程度。*
- ためになると思う割合は若年層で高い傾向だが、50代～70代でも7割弱がためになると思うと回答。*



*「そう思う」「まあそう思う」の合計。

出典：2024年スマホ利用者行動調査

本調査に関する学会報告

- ・ 小島誠也・飽戸弘 (2022) . スマホ利用のライフスタイルアプローチ（2） —スマホ利用者の利用時間の違いとその特性— 日本行動計量学会 第50回大会（沖縄県市町村自治会館・オンライン）
- ・ 小島誠也・飽戸弘 (2022) . スマホ利用者のライフスタイル研究 I —スマホ利用者の利用意識による分類とその特性— 日本社会心理学会 第63回大会（京都橘大学）
- ・ Kojima, S., Kondo, S., Kira, F., & Akuto, H. (2023). Comparison of Product Involvement and Usage Behavior of Smartphone, Computer, and Television Users. The 13th Asian Conference on Psychology & the Behavioral Sciences, Toshi Center Hotel, Tokyo, Japan.
- ・ 小島誠也・飽戸弘 (2023) . スマホ利用時間の意識に影響を与える要因 —ICT利用のライフスタイル研究— 日本行動計量学会 第51回大会（青山学院大学）
- ・ 小島誠也・飽戸弘 (2023) . スマートフォン利用者の関与別の特徴 —モバイル利用のライフスタイル研究— 日本社会心理学会 第64回大会（上智大学）
- ・ 小島誠也・近藤勢津子・吉良文夫・飽戸弘 (2023) . スマートフォン利用行動と性格特性の関連 2023年社会情報学会大会（立教大学）
- ・ Kojima, S., Kondo, S., & Kira, F. (2024). The Relationship between Self-Esteem and Attitude of Smartphone Users in Japan. The Society for Personality and Social Psychology 2024 Annual Convention, San Diego Convention Center, CA, USA.
- ・ 小島誠也・飽戸弘 (2024) . スマートフォン利用時間の増減の要因 —ICT利用のライフスタイル研究— 日本行動計量学会第52回大会（大阪経済大学）
- ・ Kojima, S., Kira, F., & Kondo, S. (2025). The Relationship Between Changes in Smartphone Usage Time and Characteristics of Smartphone Users. The Society for Personality and Social Psychology 2025 Annual Convention, Colorado Convention Center, CO, USA.

発表内容の詳細につきましては、モバイル社会研究所のWebサイトをご確認ください。
[モバイル社会研究所 学会報告・執筆実績](#)