

# 地図利用実態調査2014

株式会社 ゼンリン 2014年4月

Maps to the Future

# この調査は、日常生活やビジネスシーンにおける「地図」の利用実態を明らかにすることを目的としています。

「地図利用実態調査」は、地図や位置情報に関するマーケットの実態や変化を捉えることを目的とした、株式会社ゼンリンの独自調査です。毎年実施しており、今回の「地図利用実態調査2014」は第3回目の調査となります。

- スマートフォンが普及した世の中で「地図」はどのように使われている？
- ビジネスシーンでの「地図」の使われ方は？
- 人はどういう場所で迷うのか？ 迷った時に頼るものは？

# 1 地図利用実態 2014

# 2 地図とビジネスパーソンとの関係

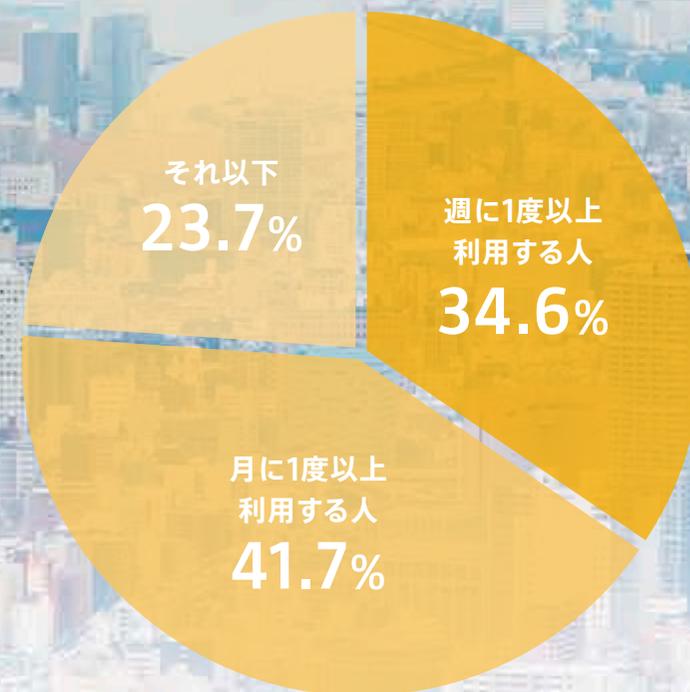
# 3 【特別企画】迷う場所 2014 ～首都圏編～

# 1 地図利用実態 2014

あなたは「地図」を利用していますか？

1年以内に地図を利用した人

86.8%



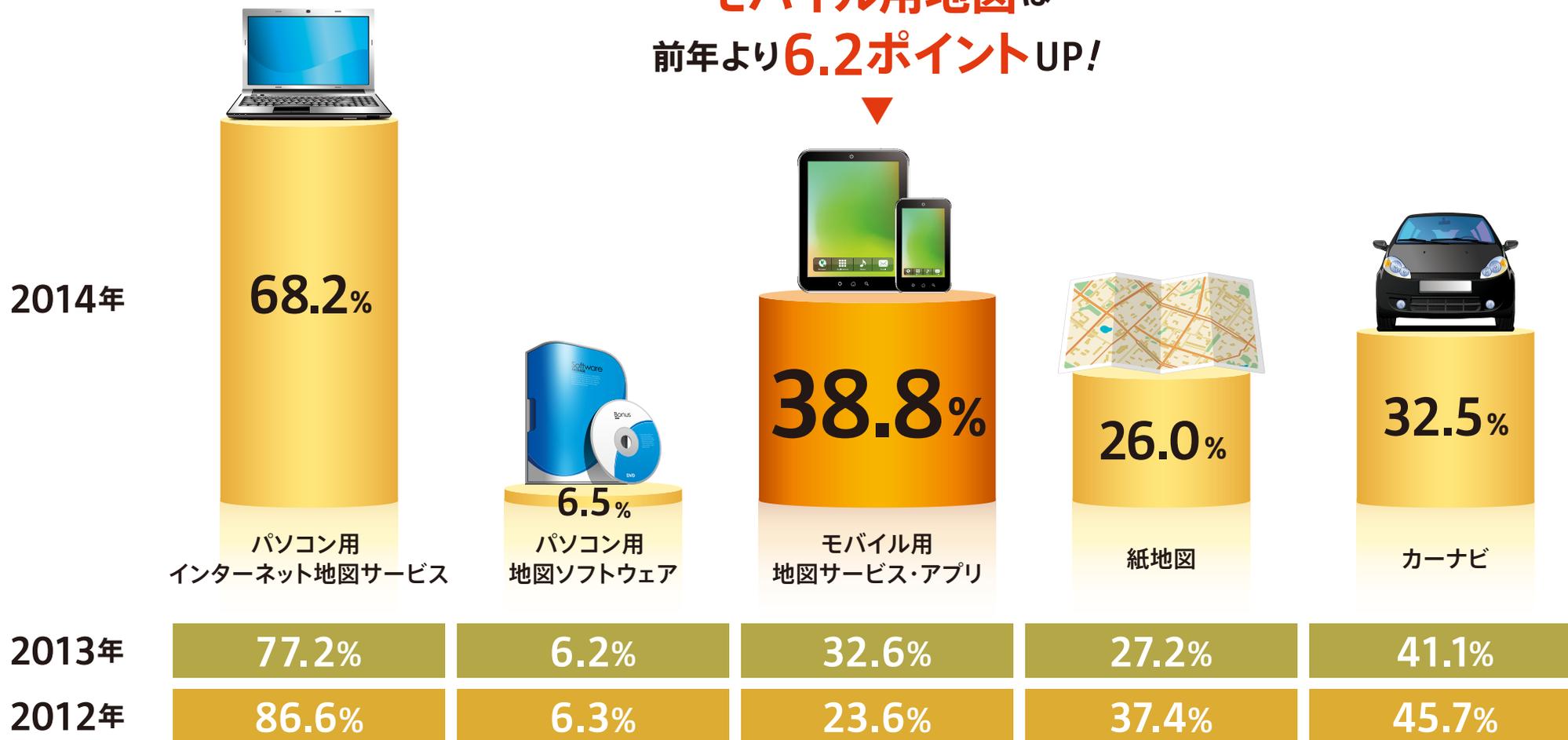
世の中の9割近くの人々は日常生活の中で「地図」を利用している。

Q. 1年以内の地図利用経験 N=20,754【対象者全員】

Q. 1年以内の地図利用頻度 N=18,016【地図を1年以内に利用している人】

# どんな「地図」を利用していますか？

モバイル用地図は  
前年より**6.2ポイントUP!**

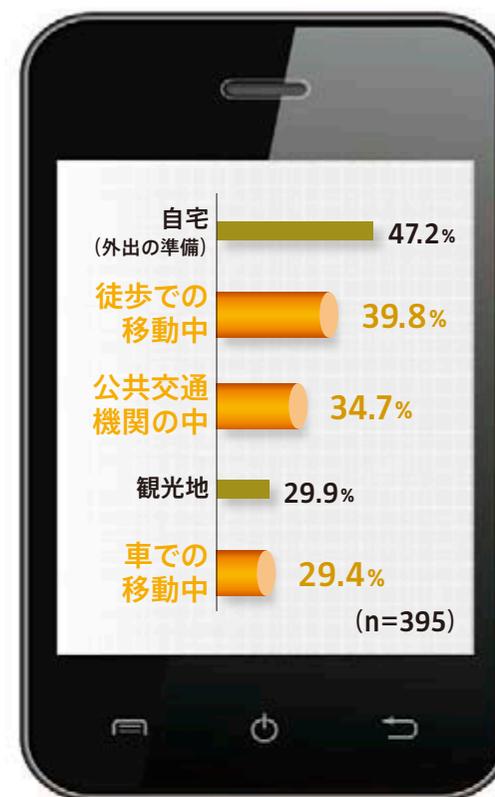


地図を利用する媒体はモバイルへシフトしている。

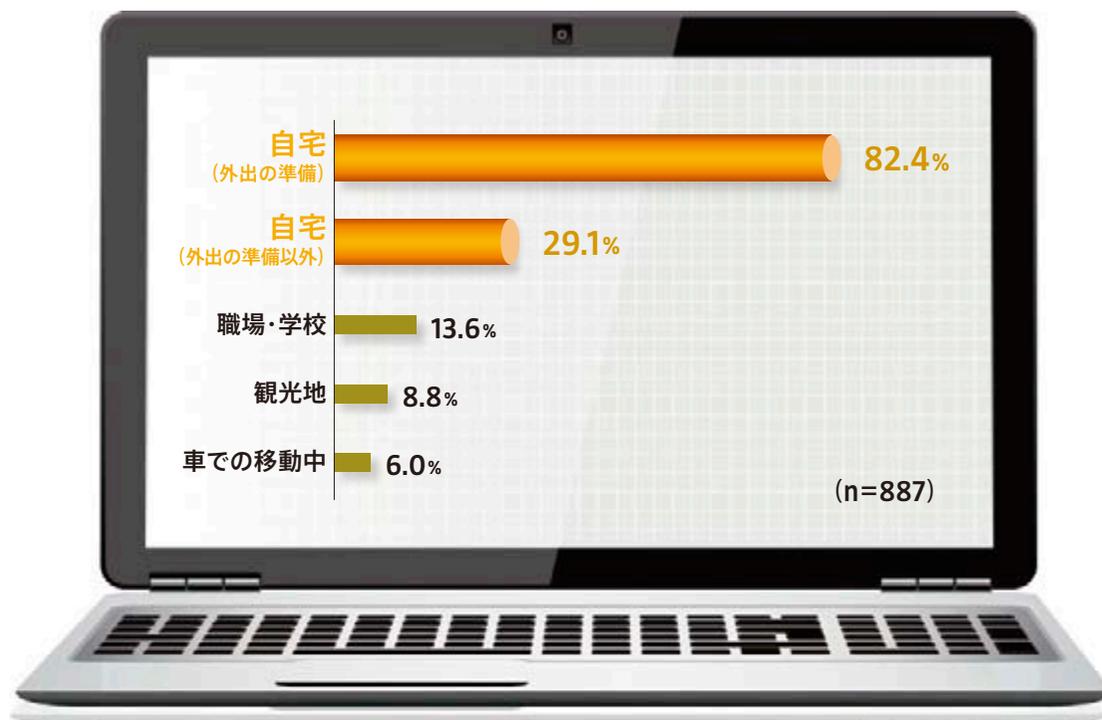
Q. 1年以内の地図利用経験 N=20,754【対象者全員】  
(※モバイル用地図サービス・アプリには、スマートフォン・携帯電話・タブレット端末が含まれる)

# 「地図」をどんな場所で利用していますか？

スマートフォン用地図サービス・アプリ



パソコン用インターネット地図サービス



自宅での利用が大半の「パソコン用インターネット地図サービス」、  
外出先や移動中などいつでもどこでも利用されている  
「スマートフォン用地図サービス・アプリ」。

Q. 1年以内に利用した地図商品・サービスの利用場所 N=1,085【地図を月に1回以上利用している人(プライベート利用限定)】

# 「地図」を選ぶ時に重視しているポイントは？

地図情報の正確性

59.1%

地図の見やすさ

56.5%

地図情報の新しさ

52.2%

操作性

40.2%

価格・ランニングコスト

35.4%

重視するポイント上位3つは前年と変わらず。

Q. 地図商品・サービス選択時の重視ポイント N=1,085【地図を月に1回以上利用している人(プライベート利用限定)】  
(※各項目「非常に重視する」~「まったく重視しない」を9段階で聴取、上位2段階の合計)

# あなたにとって「地図」とは？

2014年

「地図」はそれ自体を楽しむものである

33.3%

どちらでもない

25.1%

「地図」は単なる道具である

41.6%

2013年

38.3%

24.0%

37.7%

2012年

41.0%

23.3%

35.7%

「地図＝楽しむもの」という人に比べ、  
「地図はあくまで道具」という人の割合が年々増加。

Q. 地図に対する価値観 N=20,754【対象者全員】  
(※「地図はそれ自体を楽しむものである」と「地図は単なる道具である」を両極におき7段階で聴取)

# 性別・世代別にみた地図の利用状況と価値観



📱を、徒歩での移動時に  
利用している割合が高い。  
(55.2%、全体に比べて+15.4pt)



📱の利用率が高い。  
(45.3%、全体に比べて+13.8pt)

若者世代(10~20代)

💻を、職場で  
利用している割合が高い。  
(25.3%、全体に比べて+11.7pt)



💻(73.4%)  
🚗(38.7%)  
の利用率が高い。

ミドル世代(30~50代)

「地図はそれ自体を楽しむもの」  
と思っている人が多い。  
(40.7%、全体に比べて+7.4pt)



💻(80.2%) 📀(15.1%)  
📖(35.3%) 🚗(48.1%)  
の利用率が最も高い。

シニア世代(60代)

「地図は単なる道具である」  
と思っている人が多い。  
(54.0%、全体に比べて+12.4pt)



📱の利用率が  
半数以上で  
最も高い。  
(56.6%、全体に比べて+25.1pt)

自宅での外出の準備に  
地図を利用する人の割合が高い。



📱を、車での移動中に  
利用している割合が高い。  
(37.2%、全体に比べて+7.8pt)

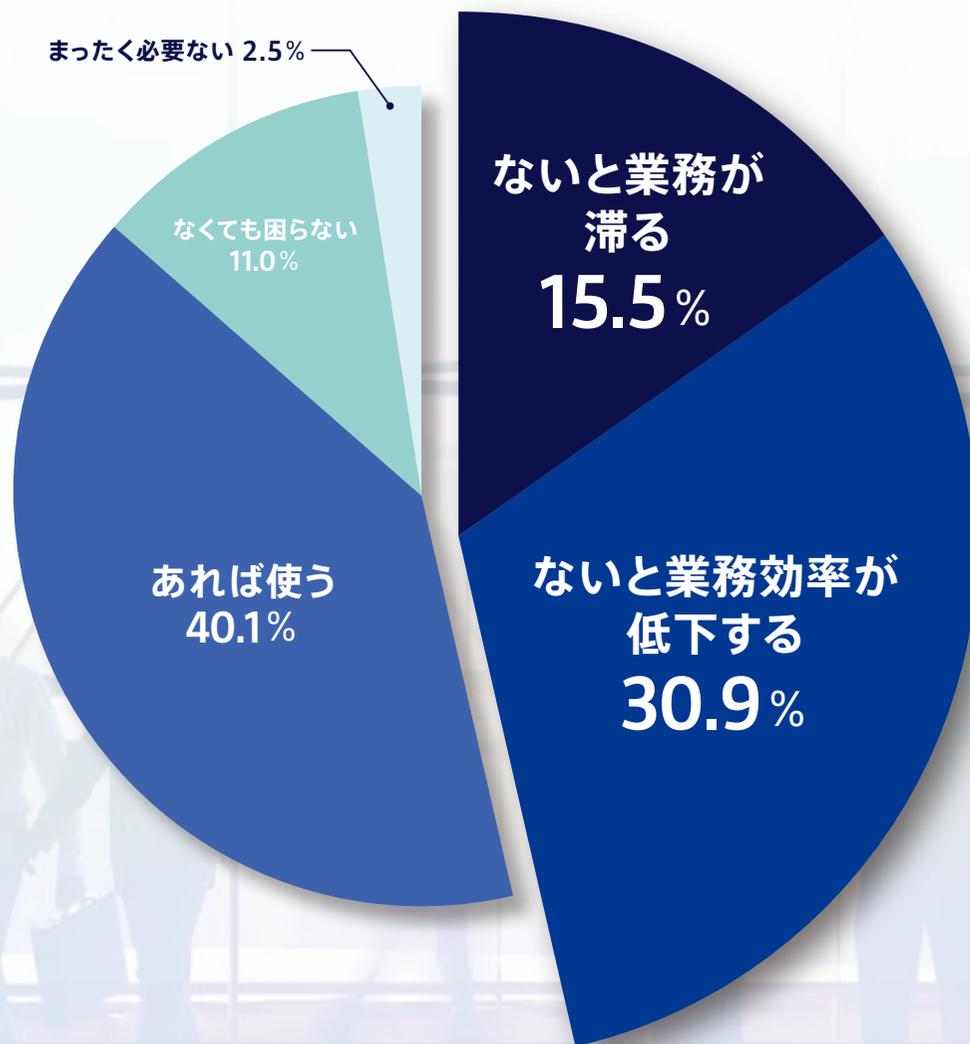
💻を、交通費を確認  
するために利用している割合が高い。  
(32.7%、全体に比べて+7.4pt)



📖(34.9%) 利用率が高い。  
📱(7.8%) 利用率が低い。

## 2 地図とビジネスパーソンとの関係

# あなたの仕事に「地図」は必要ですか？



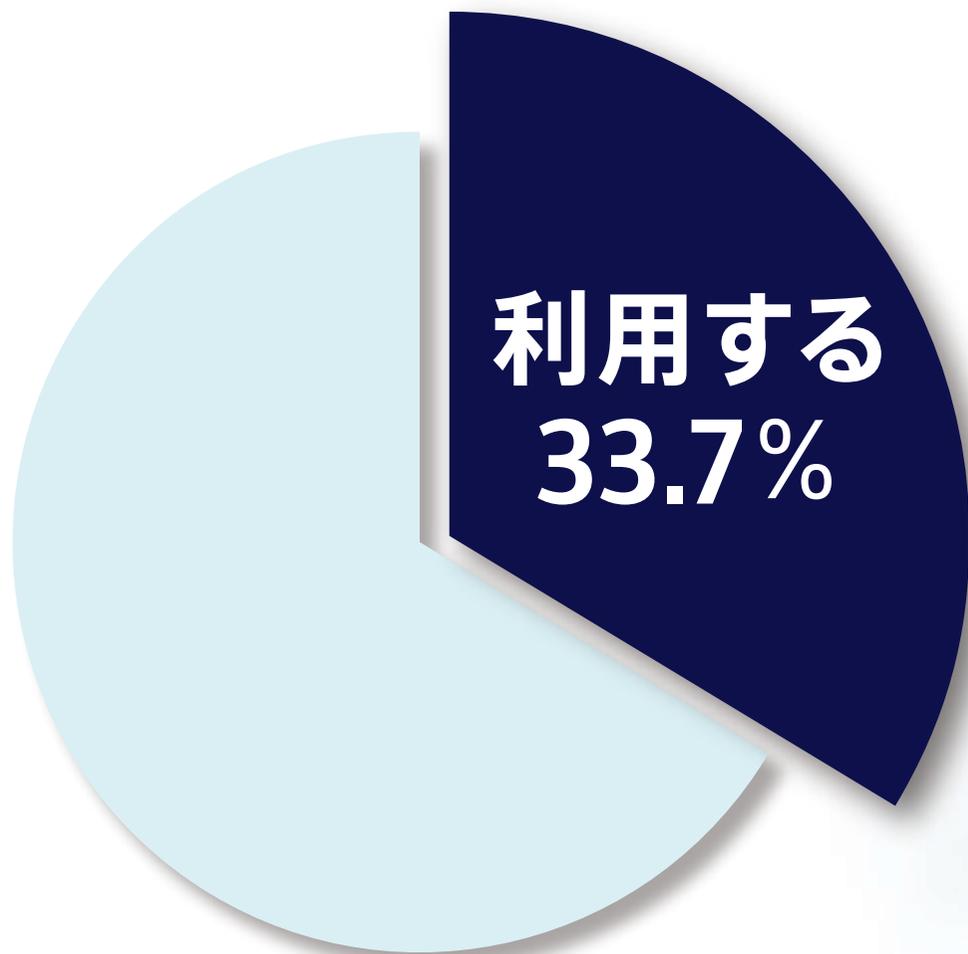
約半数のビジネスパーソン  
にとって、地図は仕事に  
不可欠なもの。

## 地図の主な利用目的

- ① 顧客訪問
- ② 現地確認のための訪問
- ③ 場所案内、場所指示
- ④ 配達訪問
- ⑤ 自治体などへの申請業務

Q. ビジネスシーンでの地図サービスの必要性 N=1,577【ビジネスシーンで地図を月に1回以上利用している人】

ビジネスシーンでスマートフォンの地図を利用していますか？



ビジネスパーソンのうち、  
仕事でスマートフォンの地図を  
利用している人は33.7%

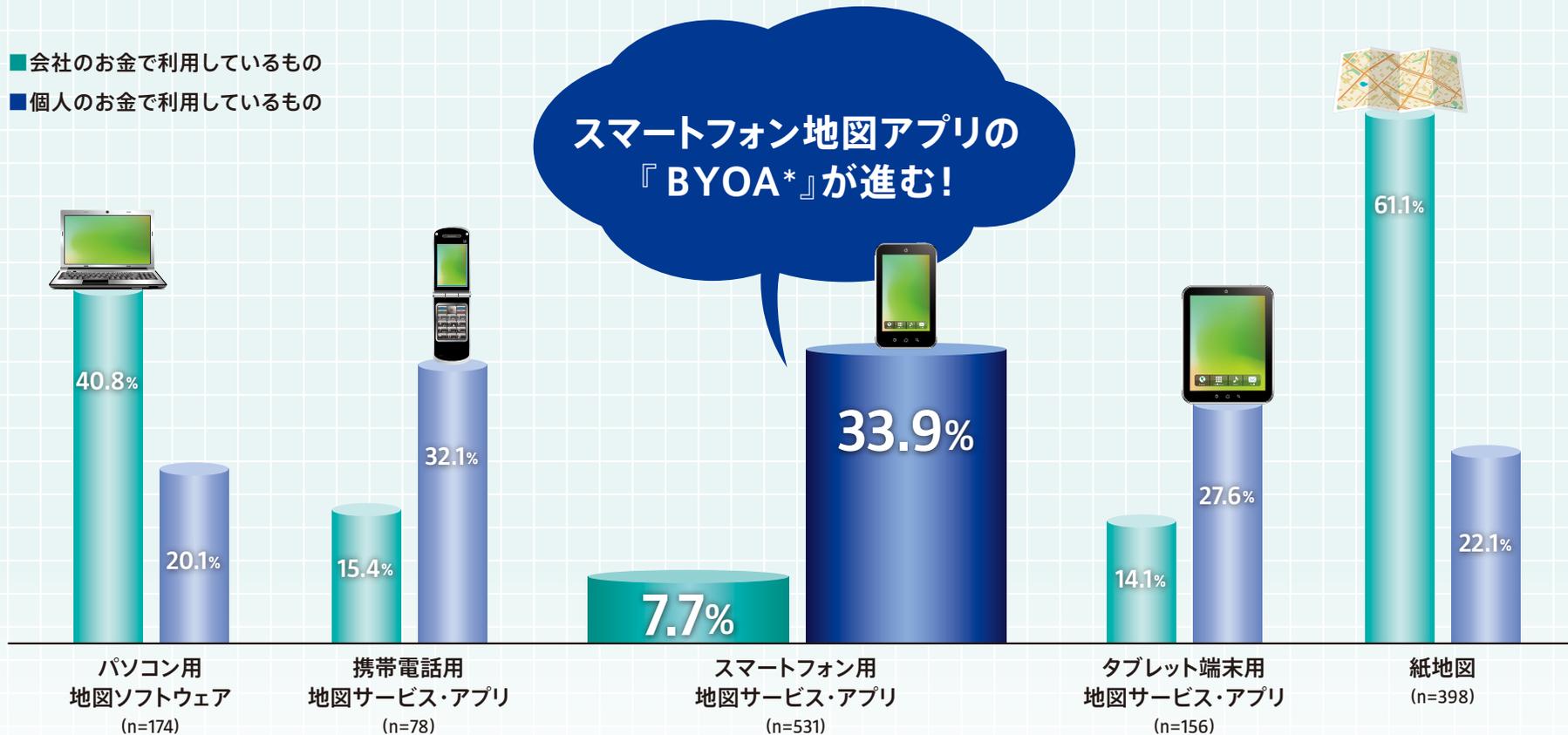
前年より6.8ポイントUP!

Q. ビジネスシーンでの1年以内の地図利用経験 N=1,577【ビジネスシーンで地図を月に1回以上利用している人】

# 仕事で利用する「地図」にかけるお金は誰が支払う？

## スマートフォンで利用する地図は 個人のお金で利用している人が多い。

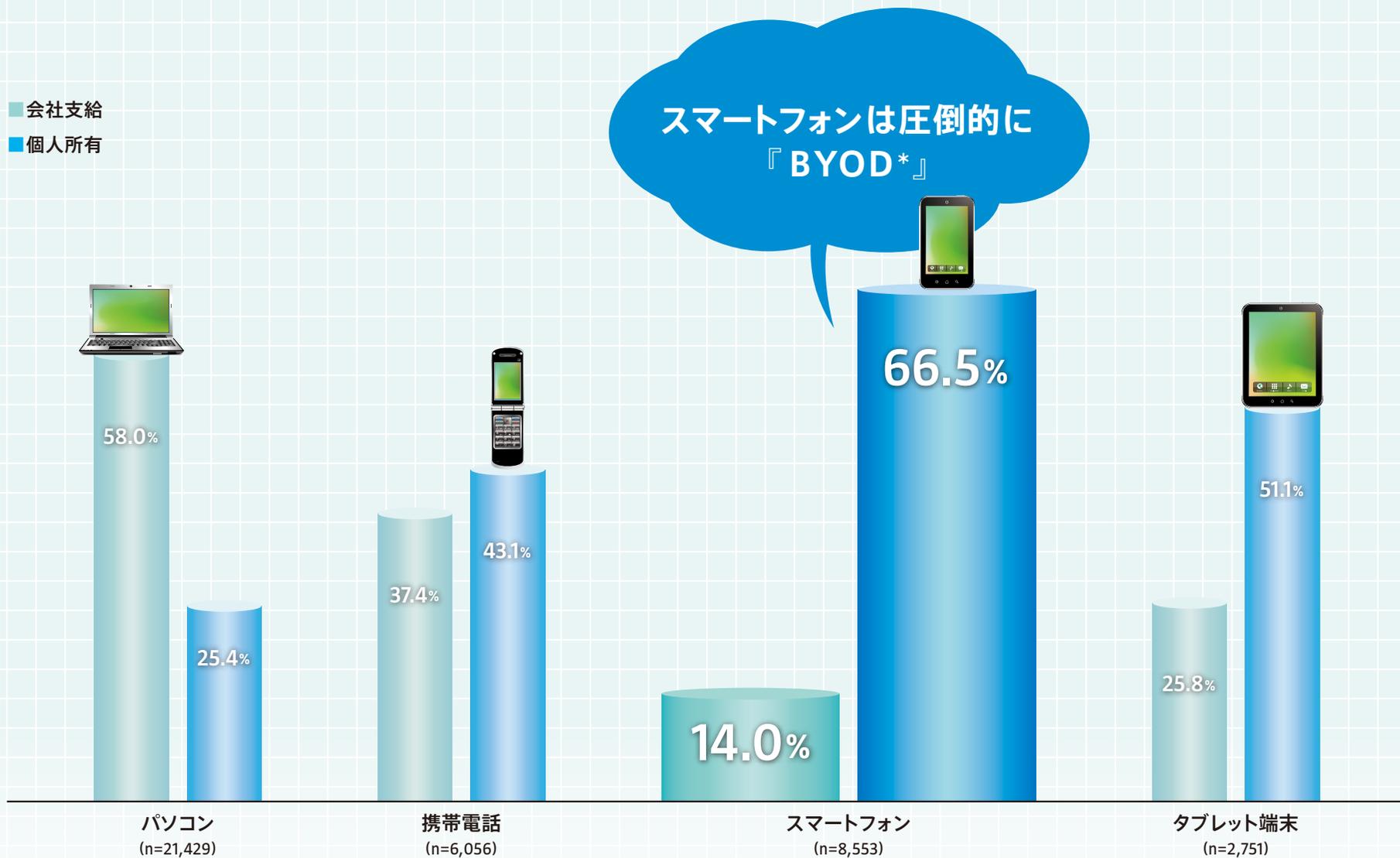
■ 会社のお金で利用しているもの  
■ 個人のお金で利用しているもの



\*『BYOA』 = Bring Your Own Application

Q. ビジネスシーンで利用する地図サービスの支払い状況 N=1,577【ビジネスシーンで地図を月に1回以上利用している人】(※利用している地図ごとに聴取)

# 参考: ビジネスシーンで使用するデバイスの所有状況



\*『BYOD』= Bring Your Own Device

Q. ビジネスシーンで使用するデバイスの所有状況 N=28,568【対象者全員】(※利用しているデバイスごとに聴取)

# 3【特別企画】迷う場所 2014 ～首都圏編～

# 「地図利用実態調査2014」では、特別企画として 「首都圏で迷いやすい場所はどこか？」を調査しました。

日々、めまぐるしく変化する首都圏の街並み。

その中で生活する人々は、どういう時にどんな場所で「迷う」のでしょうか。

地図は「迷った時に頼るもの」「迷わないように事前に確認するもの」でもあります。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、今後ますます首都圏の街が大きく変わっていく中、これからも、ゼンリンが「迷う人々」を地図や位置情報を通してサポートしていきたい、という想いも込めて、下記の3項目を明らかにしました。

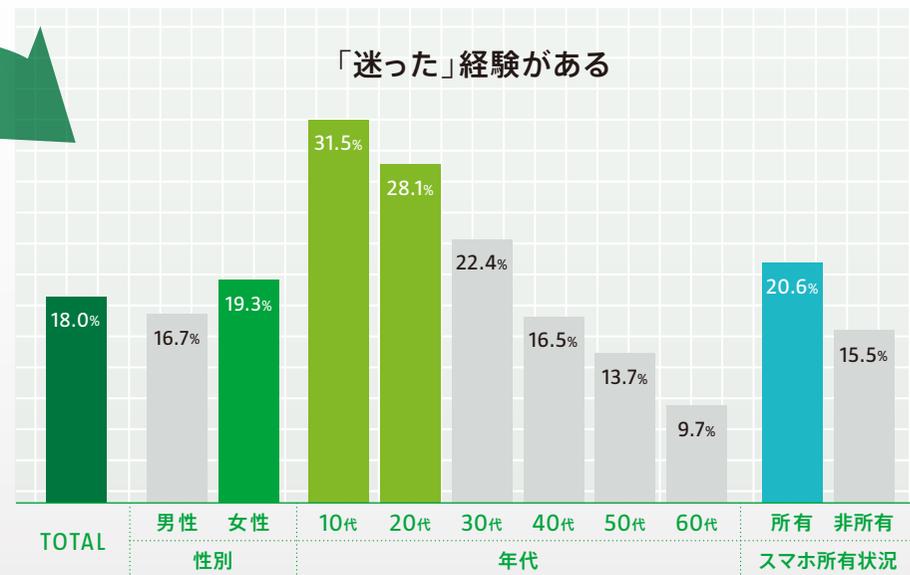
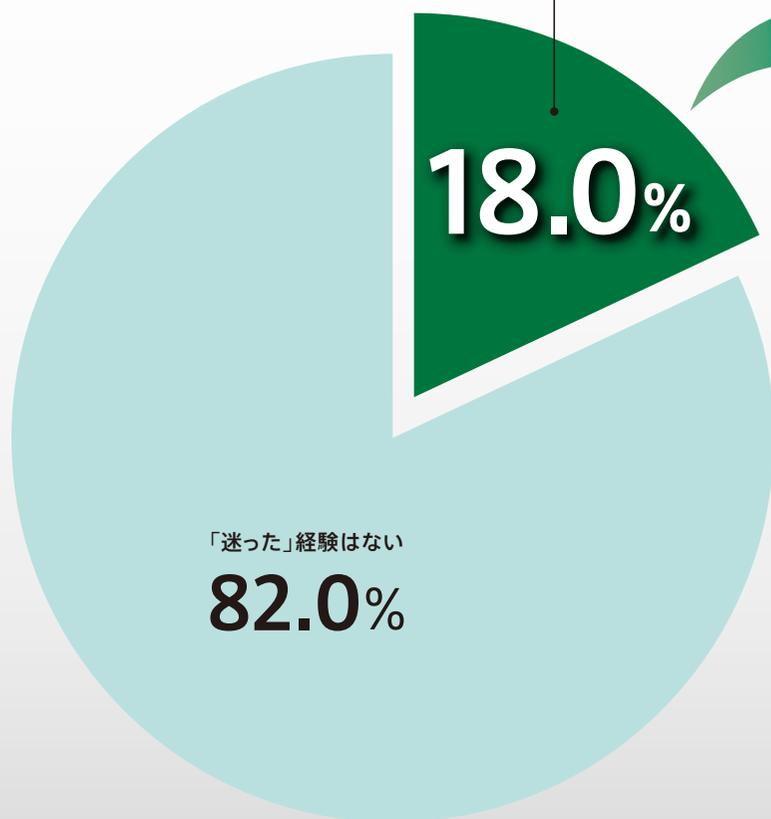
- 2014年現在の首都圏で迷いやすい場所はどこなのか？
- なぜ人々は迷うのか？
- 迷った時に頼るものは何なのか？

※首都圏=1都3県(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)

# 首都圏で「迷った」経験はありますか？

1年以内に首都圏に行ったことがある人のうち、2割の人が迷った経験がある。

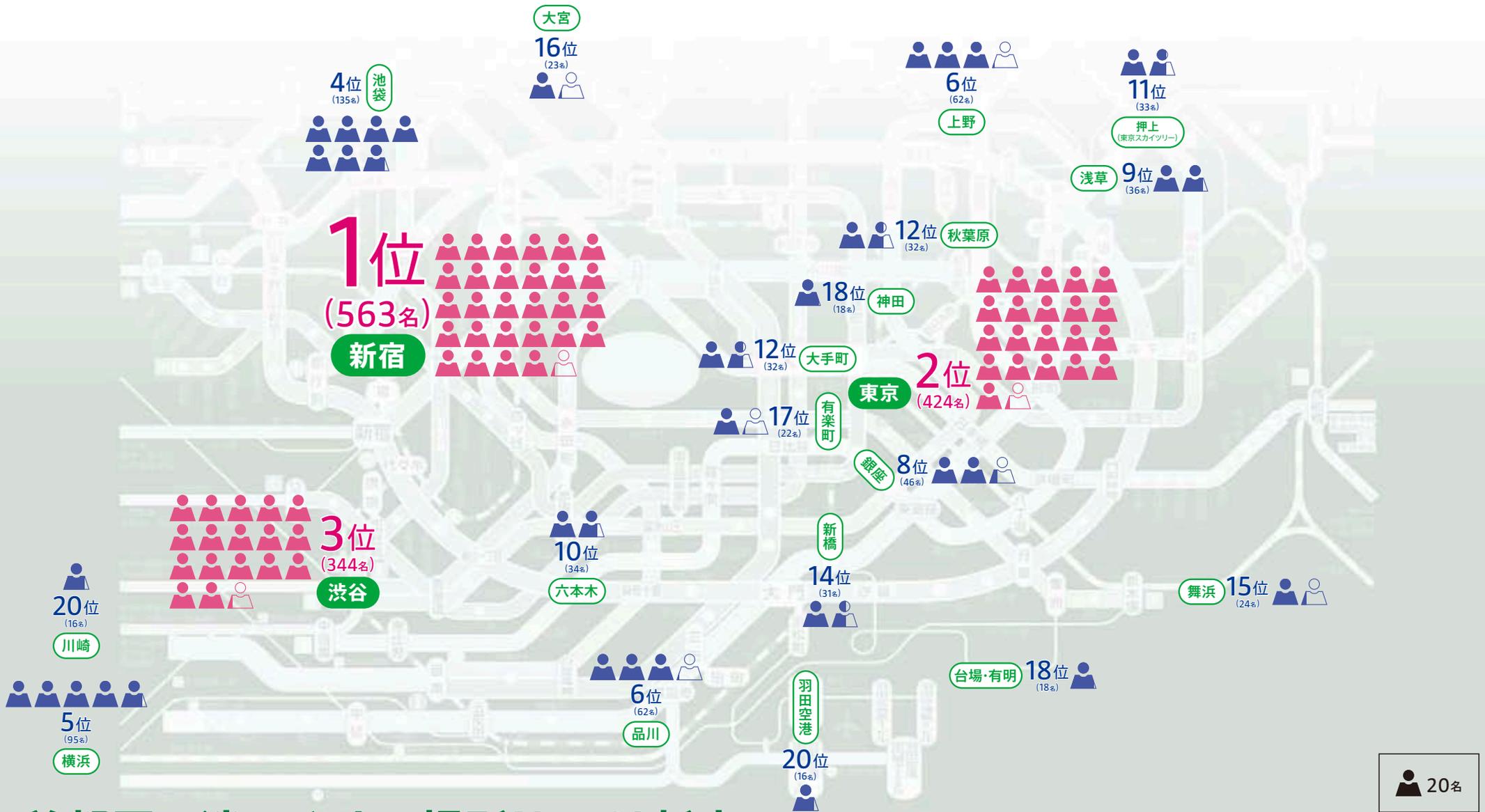
「迷った」経験がある



- 性別** 女性の方が、男性よりも迷っている。
- 年代** 若い人ほど迷っている。
- スマホ所有** スマートフォン所有者の方が迷っている。

Q. 1年以内に首都圏で迷った経験 N=12,080【1年以内に首都圏に訪問した人】

# 首都圏で迷いやすい場所ランキング



首都圏で迷いやすい場所No.1は新宿、次いで東京、渋谷。

Q. 1年以内の首都圏訪問時に迷った場所 N=2,170【1年以内に首都圏で迷った経験がある人】  
(※駅もしくは駅周辺の名称を最大5つまで自由記述で回答)

# 首都圏で迷いやすい場所ランキング～首都圏在住者と首都圏外からの来訪者の違い～

首都圏在住者 回答者:1,032名 回答件数:1,600件			
1位	新宿	289人	
2位	渋谷	231人	
3位	東京	160人	
4位	池袋	101人	13位 大宮 14人
5位	横浜	53人	14位 有楽町 12人
6位	銀座	27人	15位 みなとみらい 11人
7位	上野	25人	15位 恵比寿 11人
8位	六本木	23人	15位 千葉 11人
9位	大手町	20人	18位 北千住 9人
10位	品川	19人	19位 神田 8人
10位	新橋	19人	19位 川崎 8人
12位	秋葉原	17人	— —

首都圏以外在住 回答者:1,138名 回答件数:1,570件			
1位	新宿	274人	
2位	東京	264人	
3位	渋谷	113人	
4位	品川	43人	13位 羽田空港 14人
5位	横浜	42人	14位 大手町 12人
6位	上野	37人	14位 新橋 12人
7位	池袋	34人	16位 新横浜 11人
8位	浅草	30人	16位 六本木 11人
9位	押上(東京スカイツリー)	28人	16位 台場・有明 11人
10位	舞浜	21人	19位 有楽町 10人
11位	銀座	19人	19位 神田 10人
12位	秋葉原	15人	19位 成田空港 10人

首都圏の  
玄関口

空の  
玄関口

首都圏の  
玄関口

観光地

空の  
玄関口

POINT

首都圏在住者に比べ、首都圏外から来訪した人は「東京(駅)」や「品川」「上野」などの「首都圏の玄関口」で迷う人が多い。また、「浅草」「押上(東京スカイツリー)」「舞浜」などの観光地や、「羽田空港」「成田空港」が上位にあがるのも特徴的。

Q. 1年以内の首都圏訪問時に迷った場所 N=2,170【1年以内に首都圏で迷った経験がある人】  
(※駅もしくは駅周辺の名称を最大5つまで自由記述で回答)

# あなたが迷った理由はなんですか？

## Pattern 1 駅の構内が広くて複雑すぎる

### 出口にたどり着けない

- 新宿で、西口に出ようと思ったが方向がわからず、南口に出てしまった。(20代男性、静岡県)

### 路線が多すぎて乗り換え迷子

- 乗りたい電車の改札を探すのに時間がかかった。階層違いのところですとろろしていた。(30代男性、神奈川県)
- 東京駅は乗り換えの路線が多すぎてわからなかった。(10代男性、京都府)

### 地下街が複雑

- 札幌地下街の感覚で訪れたら規模が違いすぎた。(40代男性、北海道)

### まるで迷路

- ロッカーに荷物を預けたが、どこのロッカーだったのかわからなくなり、探すのに苦労した。(30代女性、宮城県)
- 東京駅構内で、お土産を探したかったけど売り場にたどり着けなかった。複雑すぎる駅中に迷った。(50代女性、富山県)

## Pattern 2 人が多すぎる

### 流れに逆らえない／立ち止まれない

- 駅構内では人の流れに逆らえなかった。(40代女性、秋田県)
- 人混みで看板を見るのに立ち止まる余裕がない。(10代女性、東京都)

## Pattern 3 変化が激しすぎる

### 以前と違う／記憶と違う

- 工事をしている、地図通りに移動することができなかったから。(20代女性、東京都)
- 前に1回行ったことがあるから大丈夫だろうと思ったら、情景が変わっていて迷った。(20代女性、栃木県)

## Pattern 4 地図を見ても迷った

### 案内表示に惑わされる

- ホームの案内が、「\*\*方面」となっているので、「\*\*」がどこかわからないとどっちに行けばよいかわからない。(60代男性、広島県)
- 看板の指示に沿って歩いたつもりが途中で違う指示を見ていた。(20代女性、神奈川県)
- 乗り換えの路線を探していたが、案内矢印が2つの別方向を指していたので迷った。(30代男性、岐阜県)

### 地図を見ても迷った

- 地図と目の前の風景とが、どうしてもマッチせずどっちに進んだらいいのかさっぱりわからなかったから。(30代女性、東京都)
- パソコンできちんと地図を確認したが、方向音痴のため、結果的に反対側に出てしまい、まともに行けば5分のところを20分もかかってしまった。(60代男性、神奈川県)

### 地図を持って行かなかった

- 地図をうろ覚えの状態で、なんとか高をくくって目的地へ向かったから。(20代男性、神奈川県)



Q. 1年以内の首都圏訪問時に迷った理由 N=2,170【1年以内に首都圏で迷った経験がある人】  
(※自由記述で回答)

# キーワードで見る迷った理由～首都圏で迷いやすい場所TOP3～



新宿・東京・渋谷、ともに駅構内の複雑さゆえ「駅の中で迷う」人が多数。

**東京**

「乗り入れ路線の多さ」と「地下街」の複雑さ。

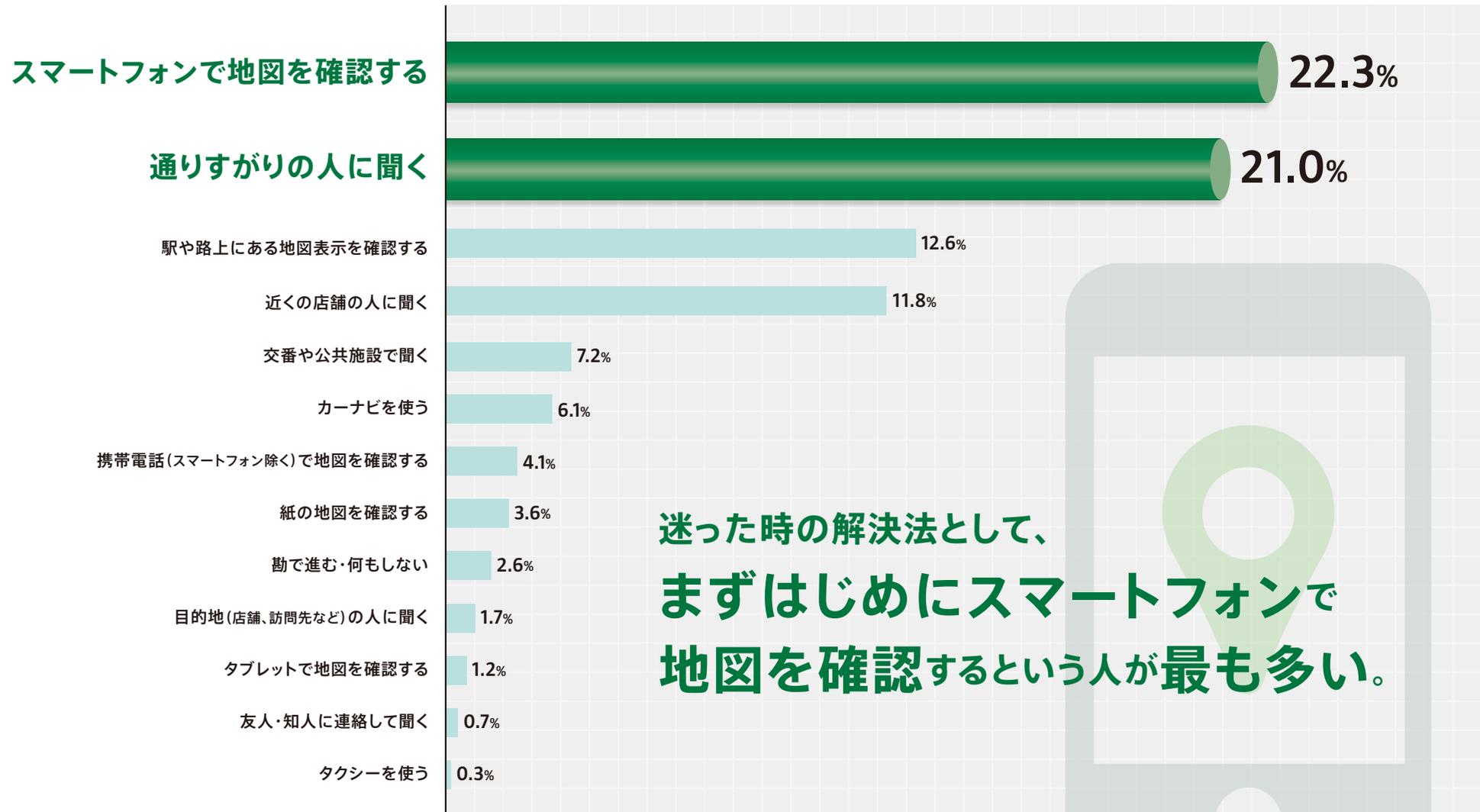
**新宿**

「出口の多さ」。出たい出口になかなかたどり着けない。西口から東口への移動に迷った経験多数。

**渋谷**

副都心線と東横線の相互乗り入れによる改築で「迷路」と化し、新たに迷う人が続出。

# 迷った時にあなたが最初に頼るものは？

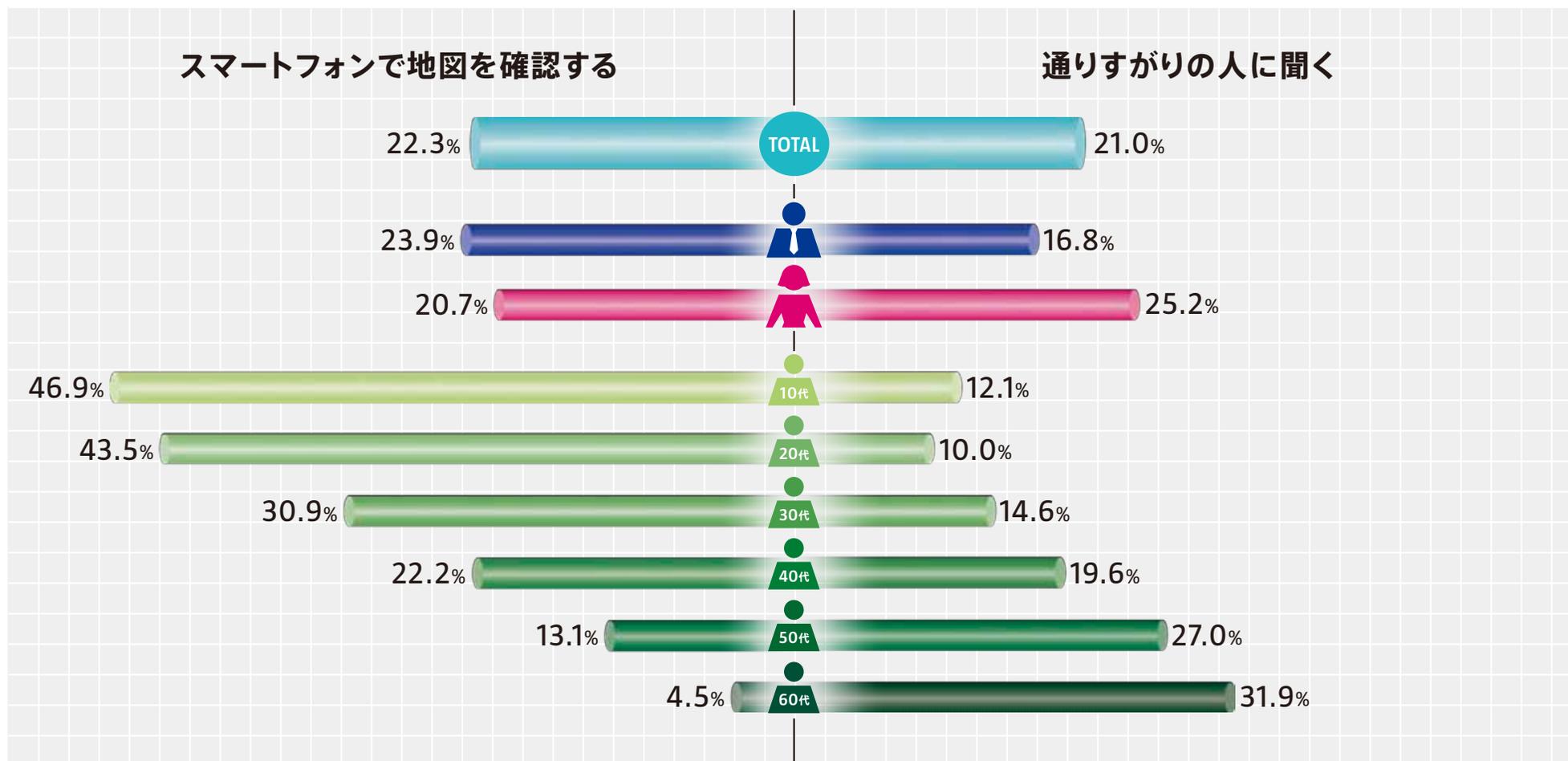


Q. 迷った時の解決法 N=20,754【対象者全員】

# 迷った時にあなたが最初に頼るものは？(性・年代別)

**性別** 男性は「スマートフォンの地図で自己解決派」、女性は「人に聞く派」が多い。

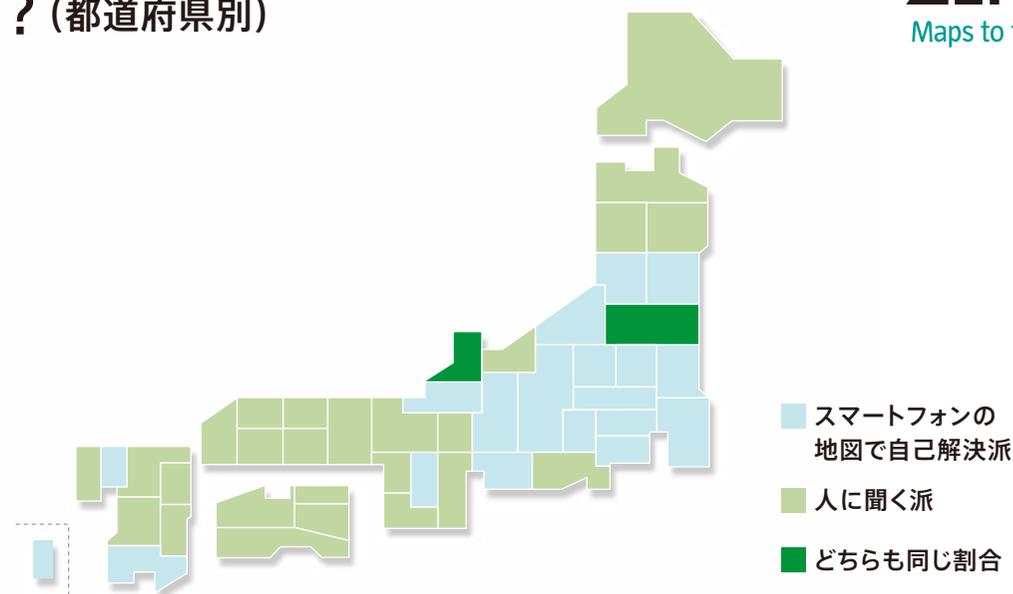
**年代** 年代が高くなるほど「人に聞く」、若者は圧倒的に「スマートフォンの地図で自己解決」。



Q. 迷った時の解決法 N=20,754【対象者全員】

# 迷った時にあなたが最初に頼るものは？(都道府県別)

「スマートフォンで地図を確認」の  
上位は東京、鹿児島、群馬。  
西日本の人は  
「通りすがりの人に聞く」が多い。



## スマートフォンで地図を確認する

1位 東京都 26.9% 2位 鹿児島県 26.6% 3位 群馬県 26.4%

4位	山梨県	26.1%	14位	長崎県	22.6%	25位	長野県	20.6%	37位	北海道	18.2%
5位	神奈川県	25.3%	16位	愛知県	22.4%	25位	京都府	20.6%	38位	青森県	18.1%
6位	滋賀県	25.0%	17位	熊本県	22.1%	28位	愛媛県	20.5%	38位	栃木県	18.1%
7位	福岡県	24.4%	18位	奈良県	22.0%	29位	宮崎県	20.4%	40位	富山県	17.9%
8位	福井県	24.1%	19位	和歌山県	21.9%	30位	山口県	20.2%	41位	島根県	17.8%
9位	大阪府	23.9%	19位	広島県	21.9%	31位	石川県	19.9%	42位	高知県	17.5%
10位	宮城県	23.5%	21位	千葉県	21.7%	32位	大分県	19.7%	43位	福島県	17.1%
10位	兵庫県	23.5%	22位	岐阜県	21.6%	33位	岩手県	19.4%	44位	香川県	16.8%
10位	佐賀県	23.5%	23位	新潟県	21.1%	33位	秋田県	19.4%	45位	静岡県	15.4%
13位	沖縄県	23.4%	24位	茨城県	21.0%	35位	岡山県	18.8%	46位	三重県	14.6%
14位	埼玉県	22.6%	25位	山形県	20.6%	36位	鳥取県	18.3%	47位	徳島県	10.7%

全国平均 22.3%

## 通りすがりの人に聞く

1位 香川県 34.2% 2位 山口県 28.4% 3位 愛媛県 28.3%

4位	熊本県	28.1%	15位	滋賀県	25.4%	26位	岩手県	20.4%	37位	福井県	18.1%
5位	鳥取県	28.0%	16位	福岡県	24.6%	26位	岐阜県	20.4%	38位	千葉県	18.0%
6位	京都府	27.9%	17位	宮崎県	24.1%	28位	鹿児島県	20.3%	39位	山形県	17.5%
7位	長崎県	27.6%	18位	島根県	23.8%	29位	石川県	19.9%	40位	福島県	17.1%
8位	兵庫県	27.5%	19位	北海道	23.3%	30位	愛知県	19.8%	41位	東京都	16.8%
9位	広島県	27.3%	20位	秋田県	23.0%	31位	神奈川県	19.5%	42位	長野県	16.3%
10位	大阪府	27.2%	21位	沖縄県	22.9%	32位	静岡県	19.4%	43位	新潟県	15.5%
10位	岡山県	27.2%	22位	徳島県	21.3%	33位	宮城県	19.3%	44位	埼玉県	15.2%
12位	三重県	26.8%	23位	大分県	21.2%	34位	山梨県	18.7%	45位	茨城県	13.7%
13位	和歌山県	26.7%	24位	佐賀県	21.0%	35位	青森県	18.5%	46位	栃木県	12.8%
14位	高知県	25.8%	25位	奈良県	20.9%	35位	富山県	18.5%	47位	群馬県	11.8%

全国平均 21.0%

Q. 迷った時の解決法 N=20,754【対象者全員】

# 補足資料

## 〈一般生活者向け調査〉

調査手法	インターネット調査
調査エリア	全国
調査対象者	18～69歳の男女
サンプル抽出方法	事前調査：性別・年代・エリアを人口構成比に準拠して抽出 本調査：地図を月に1回以上利用している人の中から、地図の利用頻度を高・中・低層に分けて均等抽出
有効回収数	事前調査：20,754サンプル、本調査：1,085サンプル
調査ボリューム	事前調査：12問、本調査：35問
調査期間	事前調査：2014年2月28日(金)～3月3日(月) 本調査：2014年3月7日(金)～3月11日(火)

## 〈ビジネスパーソン向け調査〉

調査手法	インターネット調査
調査エリア	全国
調査対象者	18～69歳の就業している男女
サンプル抽出方法	事前調査：調査会社のモニター属性より、当社が任意に指定した職種、業種及びその他から抽出 本調査：地図をビジネスシーンで月に1回以上利用している人の中から、当社が任意に指定した15業種に分けて均等抽出
有効回収数	事前調査：28,568サンプル、本調査：1,577サンプル
調査ボリューム	事前調査：13問、本調査：41問
調査期間	事前調査：2014年2月21日(金)～2月24日(月) 本調査：2014年3月4日(火)～3月6日(木)

調査結果に関するお問合せはこちら  
株式会社ゼンリン 事業企画本部 マーケティング部  
Mail: [research@zenrin.co.jp](mailto:research@zenrin.co.jp)