

地図利用実態調査2016

株式会社 ゼンリン 2016年4月

Maps to the Future

■ 地図利用実態2016

■ 回答者属性

1. 1年以内の地図利用率
2. 移動するときに使う地図
3. 迷ったときにまず頼るもの

■ 【特別企画】

道に迷う人・迷わない人の実態 ～迷子実態調査2016～

■ 回答者属性

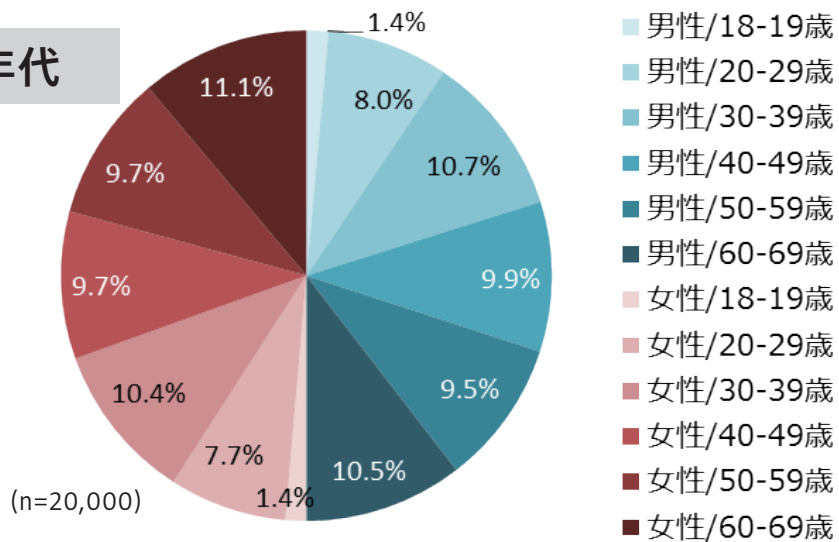
1. 大人になってから道に迷った経験
- 2-1. 迷ったことのある人の特徴① ～迷った人にあてはまること～
- 2-2. 迷ったことのある人の特徴② ～役割分担～
3. 迷ったことのない人の特徴 ～迷わない人にあてはまること～
4. 「道に迷う人・迷わない人」の7分類

■ 調査概要

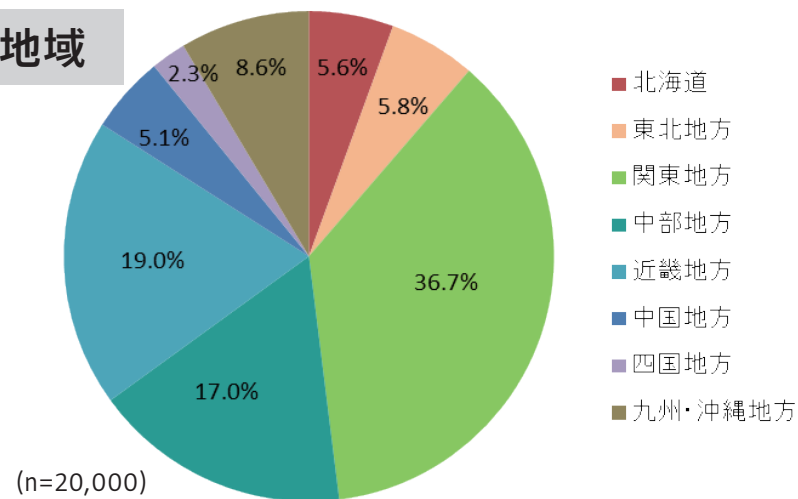
地図利用実態2016

回答者属性

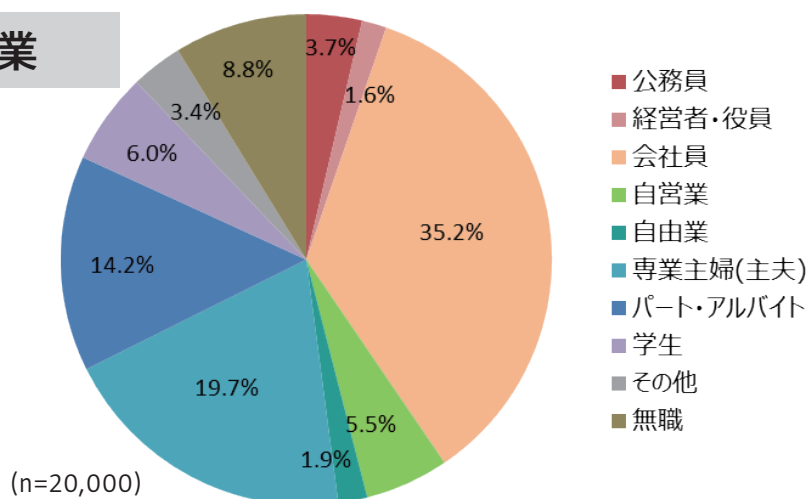
性年代



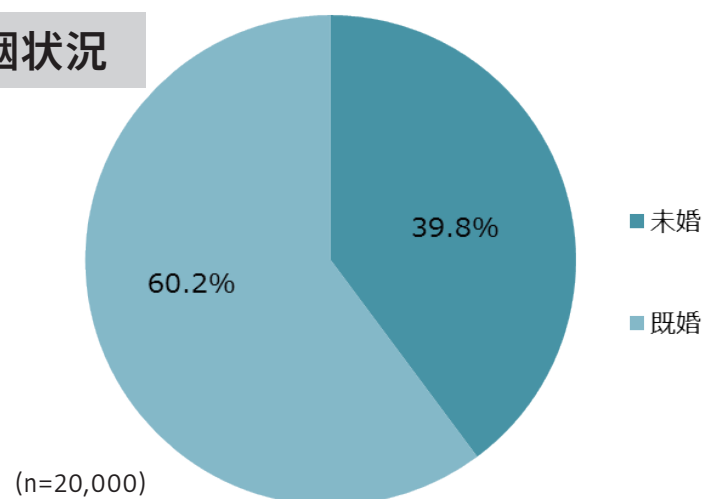
居住地域



職業



婚姻状況

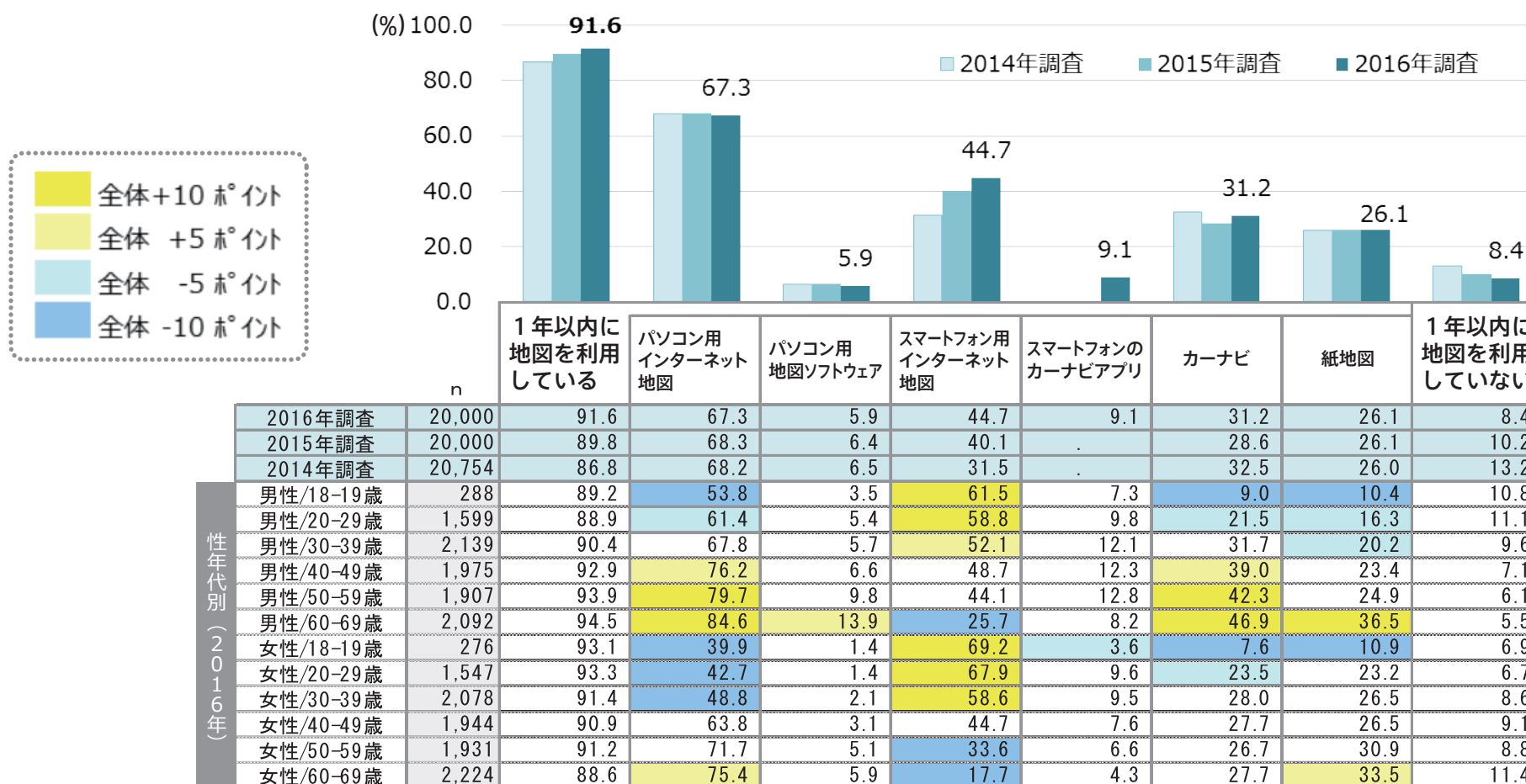


1. 1年以内の地図利用率

- 「1年以内に地図を利用している」人の割合は91.6%。この3年間9割前後で推移している。
- 「スマートフォン用インターネット地図」の利用率は44.7%。「スマートフォンのカーナビアプリ」は9.1%。

Q. 次に挙げる地図や位置情報に関連する商品・サービスについて、あなたがここ1年以内に利用したことのあるものをすべてお答えください。

※お仕事や学術・研究目的での利用は除いてお答えください。(複数回答)

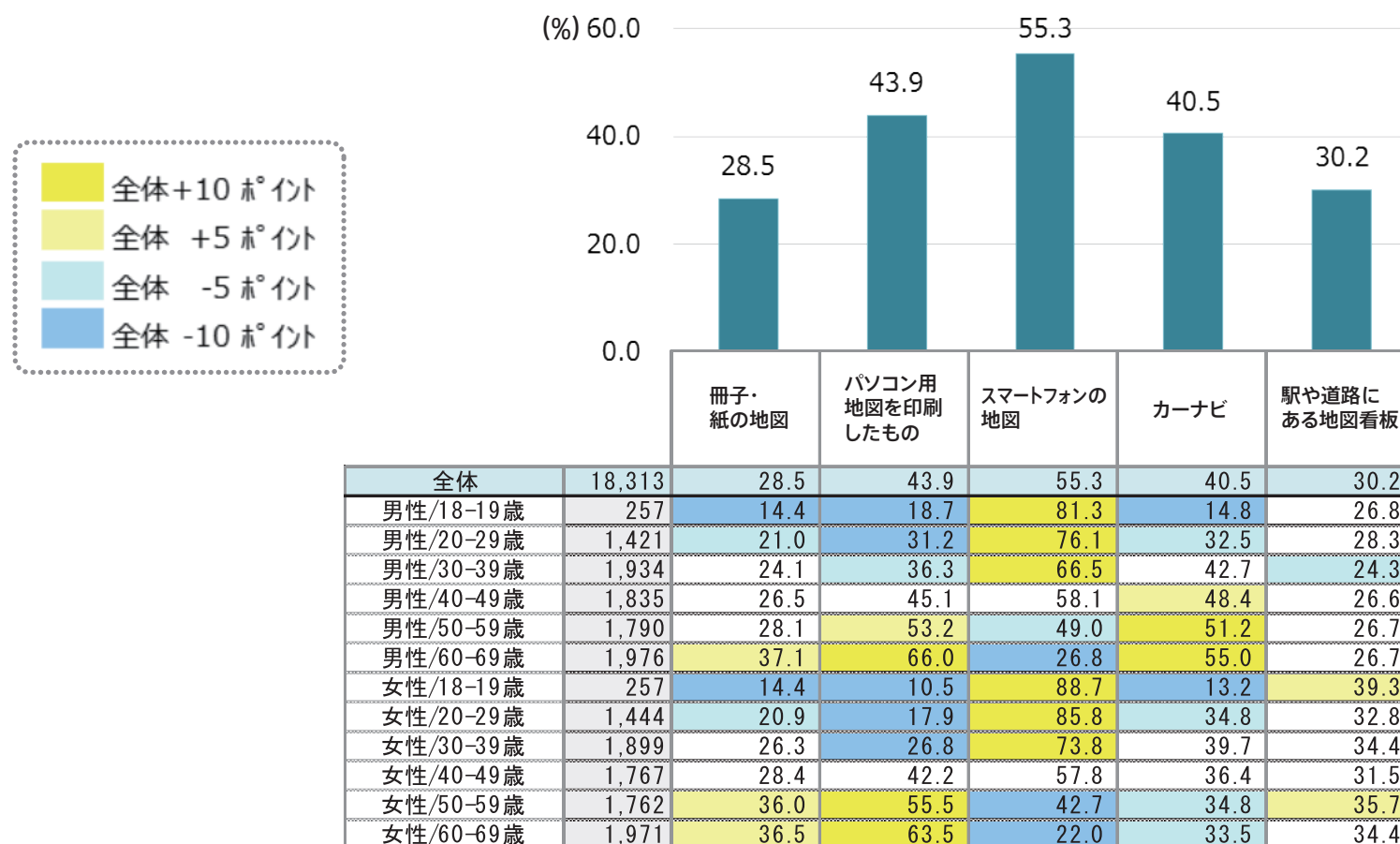


対象者：
回答者全体

2. 移動するときを使う地図

- 全体では「スマートフォンの地図」(55.3%)が最も高く、以下「パソコン用地図を印刷したもの」(43.9%)、「カーナビ」(40.5%)が続く。
- 「スマートフォンの地図」は年代が低いほど利用率が高く、「冊子・紙の地図」「パソコン用地図を印刷したもの」は年代が高いほど利用率が高い。

Q. あなたが移動の際に地図を見るとき、ここ1年以内で利用したものをお答えください。(複数回答)



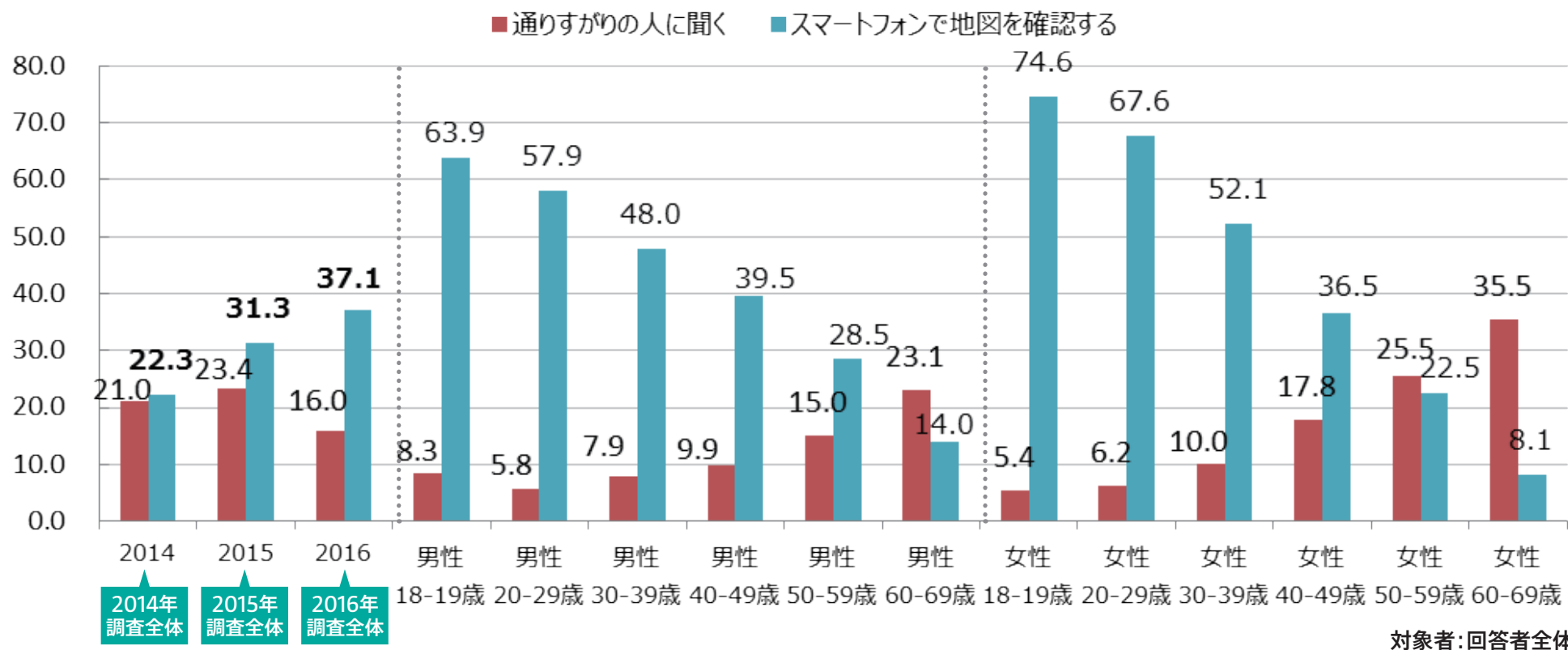
対象者: 1年以内地図利用者

※地図を印刷してのご利用は、用途によって複製の利用申請が必要です。

3. 迷ったときにまず頼るもの

- 迷った時にまず「スマートフォンの地図を確認する」人は37.1%で、昨年調査から5.8ポイント増加。
- 「通りすがりの人に聞く」人は16.0%で、昨年調査から7.4ポイント減少。
- 性年代別にみると、男女ともに年代が低いと「スマートフォンの地図を確認」が高くなり、年代が高いと「通りすがりの人に聞く」が高くなる傾向。また、男性60代・女性50～60代では「人に聞く」の方が「スマートフォンの地図を確認」より割合が高い。

Q.あなたは道に迷ったとき、まず最初になんかに対処しますか。あなたの普段の行動として、もっとも近いものをお選びください。(単一回答) ※上位2項目を抜粋

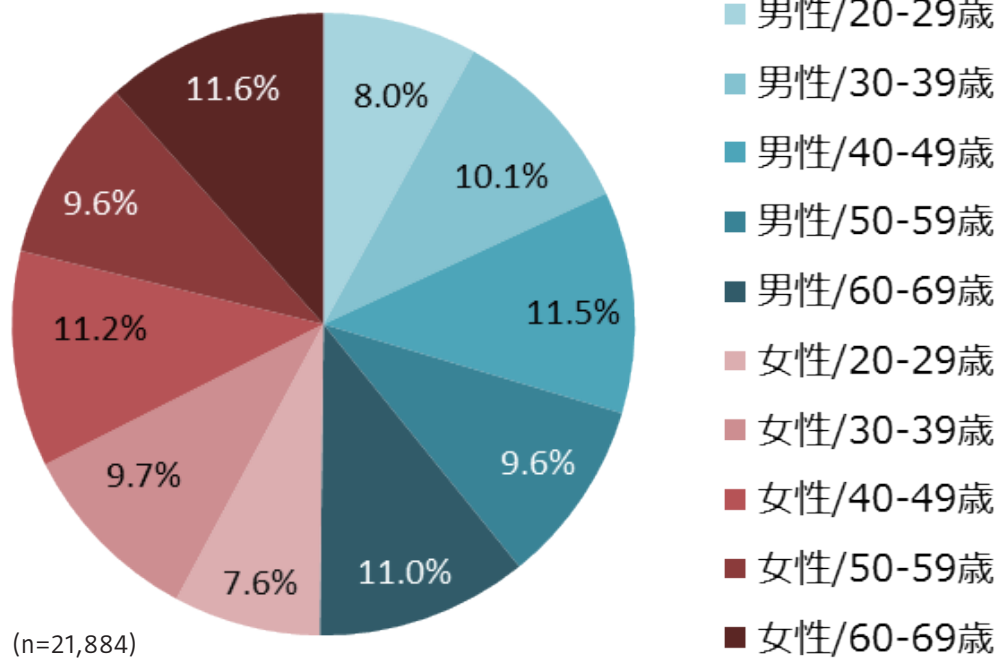


特別企画

道に迷う人・迷わない人の実態 ～迷子実態調査2016～

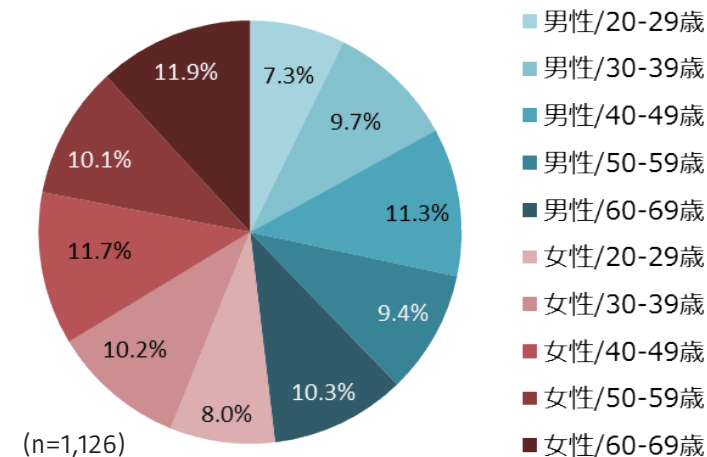
「地図利用実態調査2016」では、特別企画として「道に迷う人・迷わない人」について調査しました。
道に迷ったことがある人はどのくらいいるのか、そして道に迷う人・迷わない人の違いは何か。
調査の結果をしてみると、道に迷う人・迷わない人は【7つのタイプ】に分類されることが分かりました。

スクリーニング調査：性年代

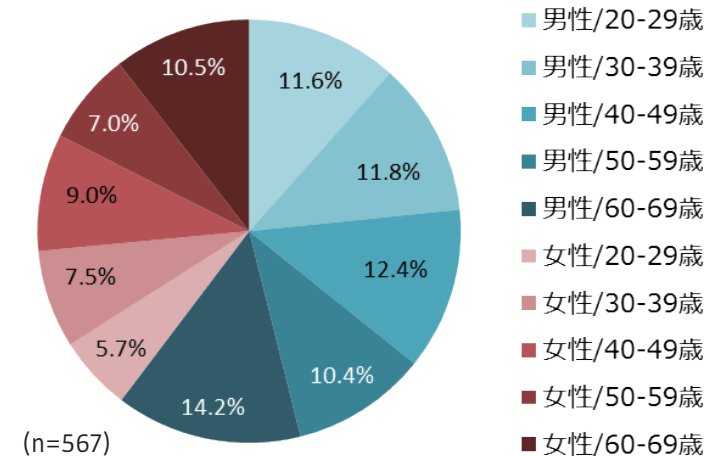


※すべてウェイトバック集計後の構成比。

本調査①《迷う人編》：性年代



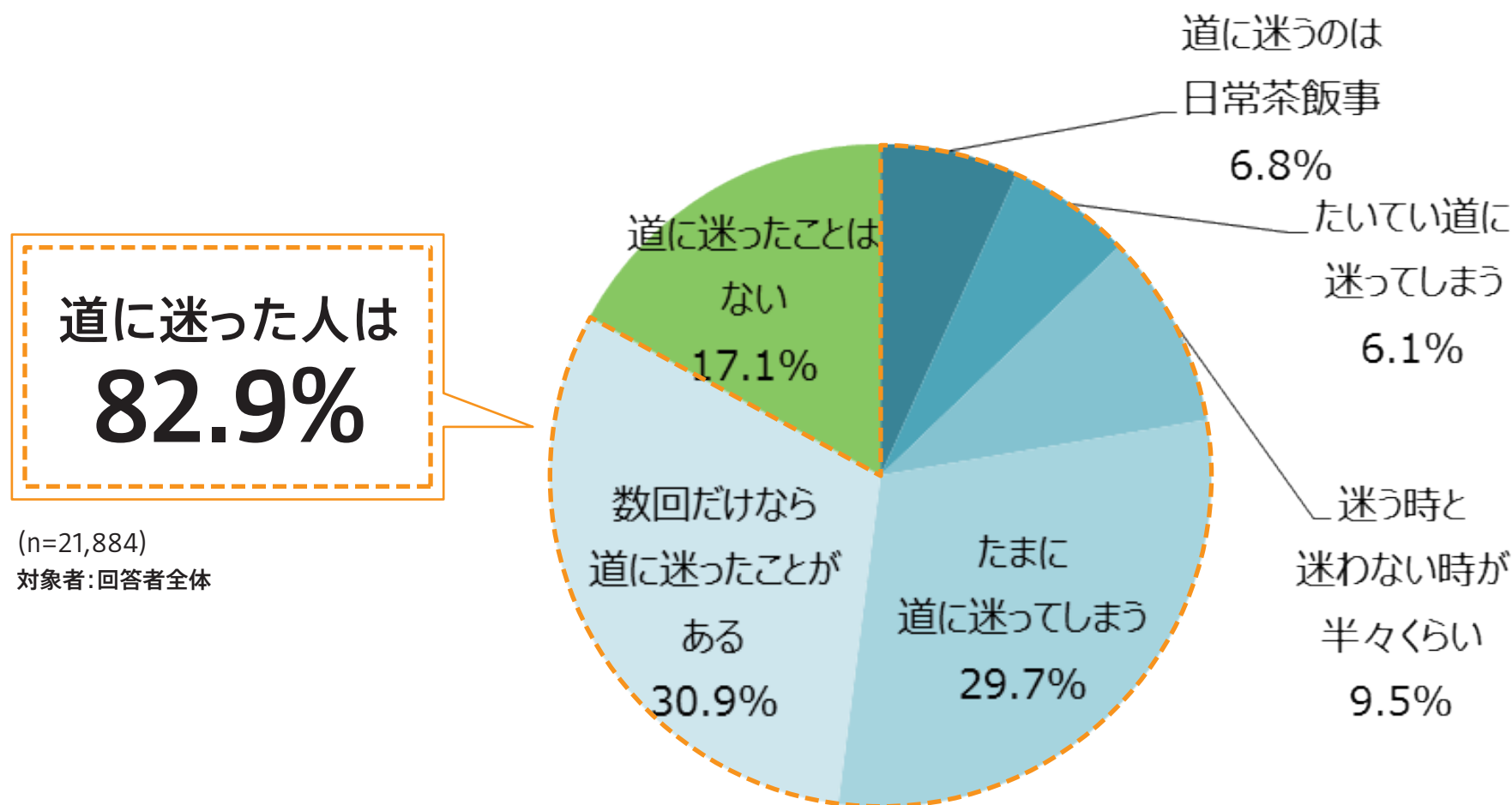
本調査②《迷わない人編》：性年代



1. 大人になってから道に迷った経験

- 大人になってから道に迷ったことのある人の割合は82.9%、迷ったことのない人は17.1%。
- 最も割合が高いのは「数回だけなら道に迷ったことがある」(30.9%)、次いで「たまに道に迷ってしまう」(29.7%) が高い。

Q. あなたは大人(18歳以上)になってから、道に迷ったことがありますか。(単一回答)



2-1. 迷ったことのある人の特徴① ~迷った人にあてはまること~

- 最も選択率が高いのは「場所がわからないところに行くときは、事前に調べておく」(47.4%)だった。ただし、“迷った度合い”別にみると「道に迷うのは日常茶飯事」「たいてい道に迷ってしまう」「迷う時と迷わない時が半々くらい」では全体よりも数値が5ポイント以上低い。
- 2位以下の項目は“迷った度合い”が「日常茶飯事」ではすべて全体より10ポイント以上高く、「たいてい道に迷う」でも高い傾向。一方「数回だけなら道に迷ったことがある」では全体より低い傾向にある。

Q. 以下に挙げる内容について、あなたにあてはまると思うものをすべてお選びください。(複数回答) ※上位7項目を抜粋



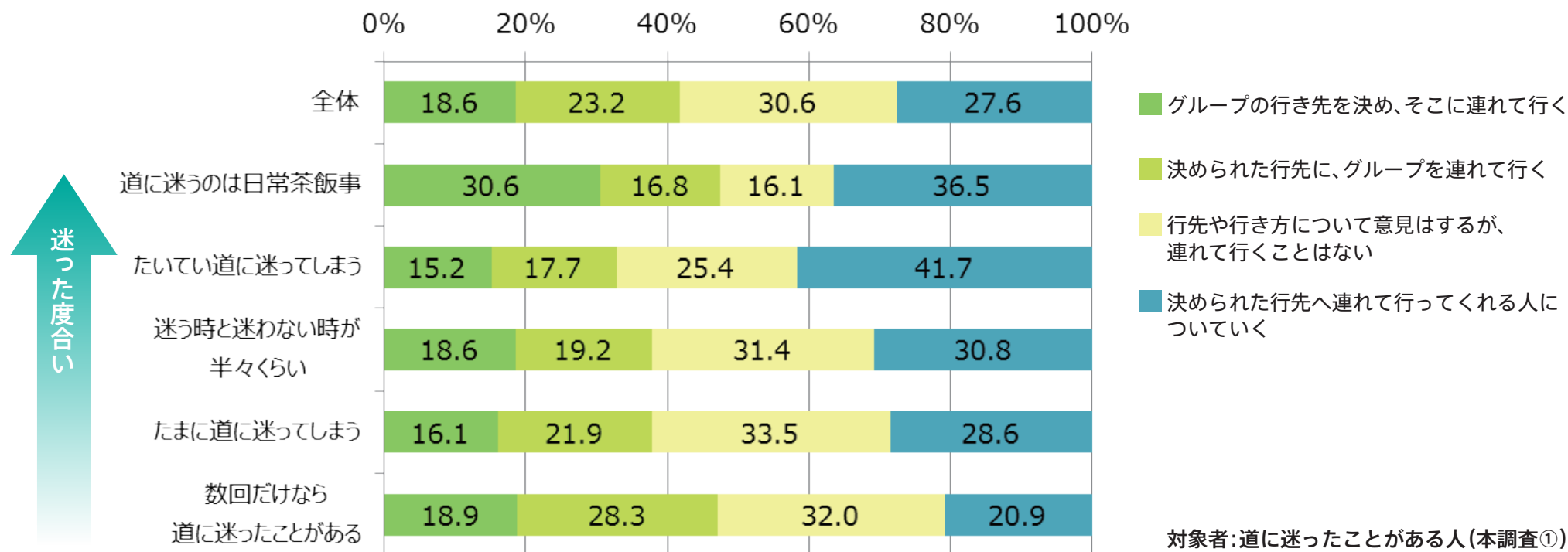
| | n | (%) | | | | | | |
|------------------|-------|----------------------------|----------------------------|----------|----------------------------|------------------|----------|-----------------------------------|
| | | 場所がわからないところに行くときは、事前に調べておく | 行ったことのある場所へ行くときは、いつも同じ道を使う | 自分は方向音痴だ | 駅の出口を出てから、どちらに行っていないかわからない | 今いる場所の東西南北がわからない | 地図は回して見る | 人に連れて行ってもらった場所に、一人で行こうとするとたどり着けない |
| 全体 | 1,126 | 47.4 | 29.6 | 25.6 | 25.5 | 24.7 | 21.3 | 19.1 |
| 道に迷うのは日常茶飯事 | 99 | 38.4 | 39.7 | 46.4 | 41.7 | 40.4 | 32.2 | 45.4 |
| たいてい道に迷ってしまう | 87 | 40.0 | 29.9 | 44.5 | 34.8 | 37.9 | 30.9 | 36.2 |
| 迷う時と迷わない時が半々くらい | 115 | 34.8 | 31.7 | 43.6 | 34.1 | 34.3 | 22.7 | 23.3 |
| たまに道に迷ってしまう | 405 | 51.3 | 34.1 | 30.1 | 28.9 | 26.8 | 21.0 | 20.7 |
| 数回だけなら道に迷ったことがある | 421 | 50.7 | 22.3 | 7.5 | 14.3 | 13.6 | 16.8 | 6.9 |

対象者:道に迷ったことがある人(本調査①)

2-2. 迷ったことのある人の特徴② ～役割分担～

- グループ行動時の“役割分担”は、「行先や行き方について意見はするが、連れて行くことはない」(30.6%)が最も高く、ついで「決められた行先へ連れて行ってってくれる人についていく」(27.6%)となる。
- “迷った度合い”別で見ると、「日常茶飯事」では「グループの行先を決め、そこに連れて行く」と「決められた行先へ連れて行ってってくれる人についていく」が全体より高く、二極化している。
「たいてい道に迷う」では「決められた行先へついていく」が約4割で、“迷った度合い”5分類の中で最も高い。
「数回だけなら迷ったことがある」は全体と比べ、「決められた行先に連れて行く」が高く、「ついていく」が低い。

Q. あなたが複数人(グループ)で外出・旅行をしますとします。あなたはどのような役割・立場になるとお考えですか。最も近いものを一つお選びください。(お仕事やプライベート問わず、直感でお答えください) (単一回答)



3. 迷ったことのない人の特徴 ~迷わない人にあてはまること~

- 最も選択率が高いのは「場所がわからないところに行くときは、事前に調べておく」(48.3%)だった。以下、「地図を読める」(46.5%)、「自分は方向音痴ではない」(42.0%)、「一度通った道は覚えられる」(34.7%)と続く。
- これらの上位7項目を“役割分担”別にみると、「グループの行先を決め連れて行く」「決められた行先にグループを連れて行く」では全体より5ポイント以上高く、「連れて行ってくれる人についていく」では全ての項目が全体より10ポイント以上、下回っている。

Q. 以下に挙げる内容について、あなたにあてはまると思うものをすべてお選びください。(複数回答) ※上位7項目を抜粋



| | n | 場所がわからないところに行くときは、事前に調べておく | 地図を読める | 自分は方向音痴ではない | 一度通った道は覚えられる | いつもと違う道を通ってみるのが好きだ | 今いる場所の東西南北がわかる | 北が上になっていない地図には違和感がある | (%) |
|-----------------------------|-----|----------------------------|--------|-------------|--------------|--------------------|----------------|----------------------|-----|
| 全体 | 567 | 48.3 | 46.5 | 42.0 | 34.7 | 26.9 | 26.1 | 23.9 | |
| グループの行き先を決め、そこに連れて行く | 101 | 54.8 | 61.4 | 58.7 | 55.0 | 33.7 | 47.2 | 34.8 | |
| 決められた行先に、グループを連れて行く | 150 | 59.6 | 62.1 | 57.8 | 45.4 | 41.9 | 36.6 | 34.7 | |
| 行先や行き方について意見はするが、連れて行くことはない | 162 | 53.2 | 47.0 | 42.3 | 31.7 | 23.0 | 22.2 | 18.8 | |
| 決められた行先へ連れて行ってってくれる人についていく | 154 | 27.8 | 21.1 | 15.3 | 14.3 | 11.7 | 6.1 | 11.7 | |

対象者:道に迷ったことがある人(本調査②)

3. 「道に迷う人・迷わない人」の7分類

■ 道に迷った人・迷わない人の特徴から、グループ行動時の“役割分担”を軸にすると「道に迷う人・迷わない人」は7つのタイプに分類できることがわかった。

| タイプ | 条件 | 特徴 |
|----------------|--------------------------------------|--|
| 真性迷子 (6.8%) | 迷うのが日常茶飯事 | <ul style="list-style-type: none"> ・迷う人にあてはまる項目の選択率がかなり高い ・グループ行動時は「連れて行く」「ついていく」に二極化 |
| たいてい迷子 (6.1%) | たいてい道に迷う | <ul style="list-style-type: none"> ・迷う人にあてはまる項目の選択率が高い ・グループ行動時は「ついていく」の割合がかなり高い |
| ときおり迷子 (39.2%) | 道に迷う時・迷わない時が半々 もしくは、たまに道に迷う | <ul style="list-style-type: none"> ・迷う人の大半を占める ・平均的な結果 |
| 稀に迷子 (30.9%) | 数回道に迷ったことがある | <ul style="list-style-type: none"> ・迷う人にあてはまる項目の選択率がかなり低い ・グループ行動時は「決められた行先に連れて行く」の割合が高い |
| 自称迷わぬ人 (4.2%) | 道に迷ったことはない、かつ 意見はするが連れて行くことはない | <ul style="list-style-type: none"> ・迷わない人にあてはまる項目の選択率が平均的 ・グループ行動時は、意見はするが連れて行くことはない |
| 仮面迷わぬ人 (4.9%) | 道に迷ったことはない、かつ 連れて行ってってくれる人についていく | <ul style="list-style-type: none"> ・迷わない人にあてはまる項目の選択率がかなり低い ・グループ行動時は「ついていく」役割に |
| 真性迷わぬ人 (7.2%) | 道に迷ったことはない、かつ 行先を決め／決められた行先に連れて行く | <ul style="list-style-type: none"> ・迷わない人にあてはまる項目の選択率がかなり高い ・グループ行動時は「連れて行く」役割に |

■地図利用実態調査2016《定点調査》

- 【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】 性別・年代を人口構成比に準拠して抽出
- 【回収数】 20,000サンプル
- 【調査ボリューム】 14問
- 【実査期間】 2016年2月12日（金）～2月17日（水）

■迷子実態調査2016

- 【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】 20-69歳の男女
- 【サンプル抽出方法】 スクリーニング調査 : 性別・年代に分けて均等抽出 ※人口構成比に準拠してウェイトバック集計
本調査①《迷う人編》 : スクリーニング調査より「18歳以上になってから道に迷ったことのある人」の中から性別・年代で均等抽出
※スクリーニング調査における同項目の性年代構成比に準拠しウェイトバック集計
本調査②《迷わない人編》 : スクリーニング調査より「18歳以上になってから道に迷ったことのない人」の中から性別・年代で均等抽出
※スクリーニング調査における同項目の性年代構成比に準拠しウェイトバック集計
- 【回収数】 スクリーニング調査 : 21,884サンプル
本調査①《迷う人編》 : 1,126サンプル
本調査②《迷わない人編》 : 567サンプル
- 【調査ボリューム】 スクリーニング調査 : 4問、本調査①《迷う人編》 : 16問、本調査②《迷わない人編》 : 12問
- 【実査期間】 スクリーニング調査 : 2016年2月19日（金）～2月25日（木）
本調査①② : 2016年2月26日（金）～2月29日（月）

【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