

報道関係各位

2026年7月8日  
株式会社クロス・マーケティング

**腕時計を持っている人は65%、普段している人は46%  
今後は「スマートウォッチをつけたい」20代で24%**

－ 腕時計に関する調査（2026年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「腕時計に関する調査（2026年）」を実施しました。以前は時間を確認する手段として多くの人が身につけていた腕時計ですが、スマートフォンの普及に伴って、日常的に着用している人はどの程度いるのでしょうか。今回は、腕時計やスマートウォッチをテーマに「使用状況」「主に身につけているタイプ」「腕時計を身につける目的や理由」「スマートウォッチ購入時の価格」「今後の腕時計の使用意向」について調査しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260708watch>

■ 調査結果

- ✓ **腕時計またはスマートウォッチを持っている人64.5%、普段使っている人は45.5%。**  
60代の使用率は61.4%で、「よく使う」は4割を超える。一方、20～30代の4割が腕時計を「持っていない」。〈図1〉
- ✓ **主に身につけているタイプは「アナログ腕時計」が59.5%と大半を占める。「スマートウォッチ」は17.9%。**  
「スマートウォッチ」は20～30代で2割台の使用率。50～60代は6～7割が「アナログ腕時計」をメインに使用している。〈図2〉
- ✓ **腕時計を身につける目的・理由は「時間をすぐに確認したいため」が41.3%でトップ。**  
20代は「スマートフォンの通知を確認するため」「健康管理・運動記録のため」が高く、時間確認だけでなく+αの機能が付いたマルチツールとして活用している。60代は「時間をすぐに確認したいため」が約6割と高い。〈図3〉
- ✓ **スマートウォッチ購入時の価格は「5,000円未満」が22.0%でボリュームゾーン。**  
次いで「3万円～5万円未満」が15.7%と続く。〈図4〉
- ✓ **今後の腕時計の使用意向は59.7%が今後も身につけたいと回答。その中でも「従来の腕時計を身につけたい」は32.3%。**  
年代が高くなるにつれて、「従来の腕時計を身につけたい」が高くなる傾向。20代は「スマートウォッチを身につけたい」が24.1%と他の年代と比べて高い。〈図5〉

〈図1〉 腕時計の使用状況（単一回答）

n=	使っている計					持っている計	
	持っている計				持っている計	持っている計	
	よく使う	時々使う	たまに使う	ほとんど使わない			
全体 (1,100)	26.8	11.4	7.4	18.9	35.5	64.5	
20代 (220)	21.8	12.7	8.6	15.5	41.4	58.6	
30代 (220)	20.5	13.2	6.4	19.5	40.5	59.5	
40代 (220)	25.9	8.6	8.2	21.8	35.5	64.5	
50代 (220)	25.5	7.7	7.3	20.0	39.5	60.5	
60代 (220)	40.5	14.5	6.4	17.7	20.9	79.1	

(%)

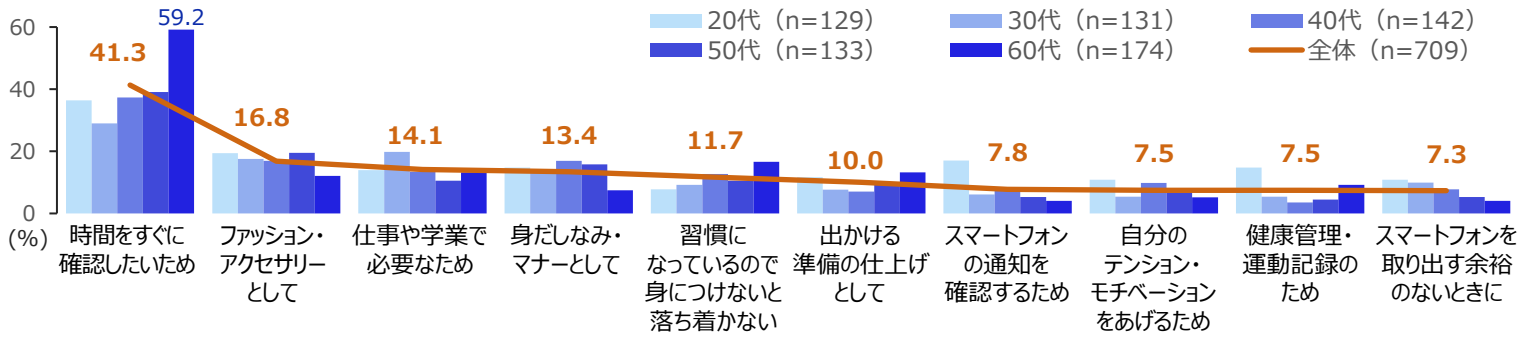
〈図2〉 主に身に着けている腕時計タイプ（単一回答）

※腕時計を所持している人ベース

n=	腕時計メインユーザー			
	アナログ腕時計	デジタル腕時計	アナログ・デジタル双方表示	スマートウォッチ
全体 (709)	59.5	16.2	6.3	17.9
20代 (129)	46.5	16.3	10.9	26.4
30代 (131)	58.0	12.2	7.6	22.1
40代 (142)	59.2	21.1	4.9	14.8
50代 (133)	69.2	13.5	5.3	12.0
60代 (174)	63.2	17.2	4.0	15.5

(%)

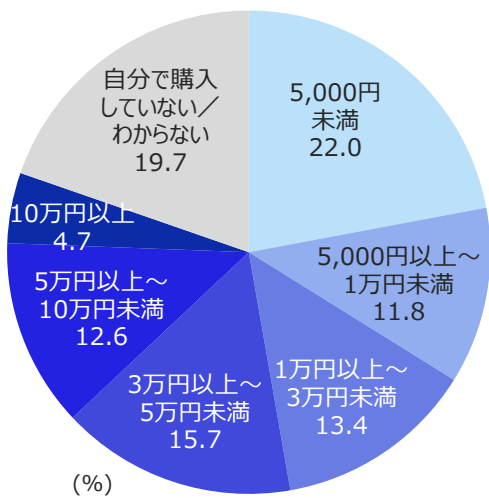
<図3> 腕時計を身につける目的・理由 TOP10 (複数回答) ※腕時計を所持している人ベース



<図4> スマートウォッチ購入時の価格 (単一回答; n=127)

(単一回答; n=127)

※スマートウォッチを所持している人ベース



<図5> 今後の腕時計の使用意向 (単一回答)

n=	身につけたい計				身につけたい計
	従来の腕時計を身につけたい	スマートウォッチを身につけたい	両方身につけたい/使い分けたい	どちらも身につけたいとは思わない	
全体 (1,100)	32.3	15.8	11.6	40.3	59.7
20代 (220)	22.7	24.1	11.8	41.4	58.6
30代 (220)	24.5	16.8	12.7	45.9	54.1
40代 (220)	35.5	10.5	13.6	40.5	59.5
50代 (220)	34.5	13.6	8.2	43.6	56.4
60代 (220)	44.1	14.1	11.8	30.0	70.0

■ 調査項目

- 属性設問
- 腕時計の使用状況
- 主に身につけている腕時計タイプ
- 腕時計を身につける目的・理由
- スマートウォッチ購入時の価格
- 今後の腕時計の使用意向

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260708watch>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20~69歳の男女  
 調査期間 : 2026年7月3日 (金) ~4日 (土)  
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」