

日本リサーチセンター・NOS自主調査 SNSとコミュニケーションについての調査

株式会社 日本リサーチセンター (Member of Gallup International Association)



代表取締役社長 鈴木 稲博

東京都中央区日本橋本町2-7-1 電話:03-6667-3400(代) / FAX:03-6667-3470

(担当:日本リサーチセンター自主調査委員会) <http://www.nrc.co.jp/>

■ 日本リサーチセンター(NRC)では、

全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査(NOS)を、毎月定期的を実施しております。

5月のNRC自主調査のテーマは、「SNSとコミュニケーション」です。

■ 主な結果の紹介は以下の通りです。

1. この1ヶ月間のコミュニケーション形態は？・・・

「固定電話による通話」(76%)が最も多く、次いで「郵便の手紙・はがき」(65%)「携帯・PHSによる通話」(63%)が多い。しかし携帯・PHSとスマートフォンを合わせたモバイル計の通話では88%となり固定電話を上回る。

通話では、20代以下は「スマートフォン」、30代「固定電話」「スマートフォン」「携帯・PHS」、40代以上では「固定電話」が多い。

電子メールでは、30代以下は「スマートフォン」、40代は「携帯・PHS」と「パソコン」、50代以上では「携帯・PHS」が多い。

SNSでは、「携帯・スマホ」19%が「パソコン」11%より多い。

2. 利用しているWEBサービスは？

「YouTube」(43%)が最も多く、次いで「LINE」(28%)「価格.com」(22%)「Facebook」(21%)が多い。

3. WEBサービスの利用目的は？

「Facebook」「LINE」は、「友人や知人とのコミュニケーション」(74%、92%)で最も多く、「Twitter」は、「知りたい情報の収集や検索のため」(43%)が最も多く、同じWEBサービスでも利用には差がみられる。

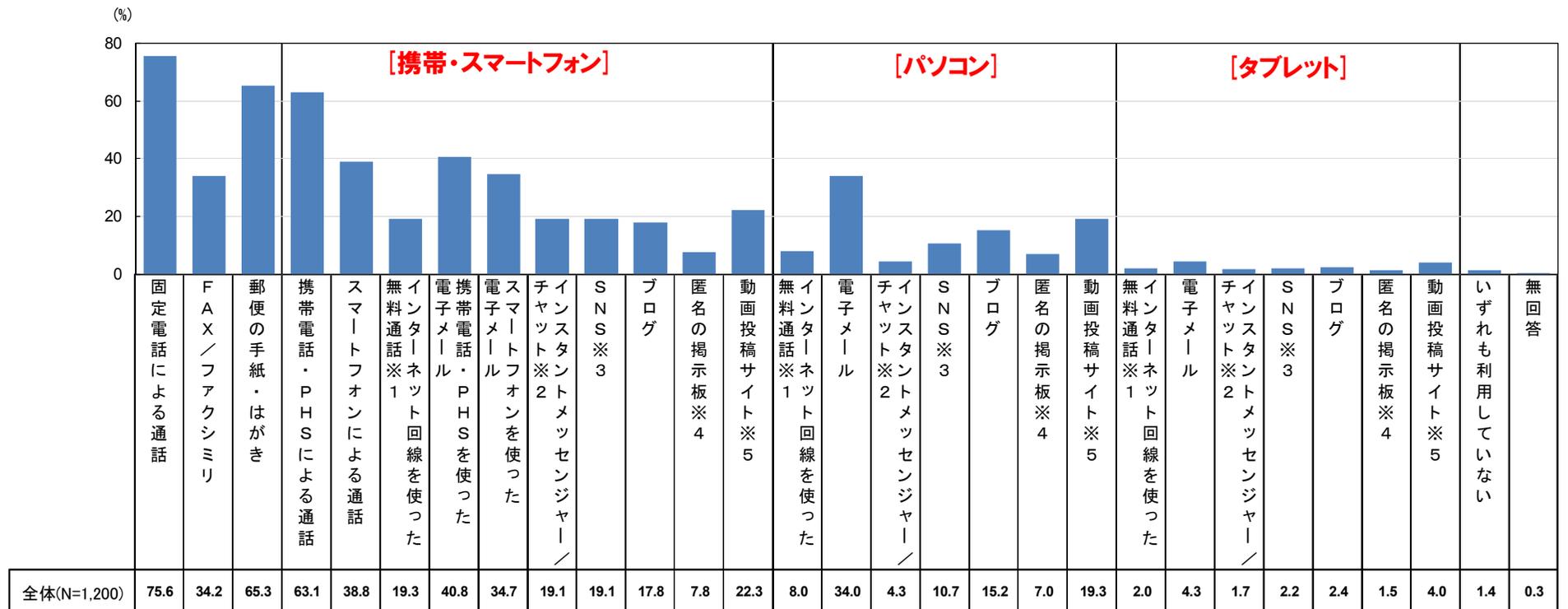
目次

- この1ヶ月間のコミュニケーション形態は？ 3
- 通話方法は？ 4
- 電子メールは？ 5
- SNSは？ 6
- 利用しているWEBサービスは？ 7
- SNSの利用サービスは？ 8
- 動画投稿サイトの利用サービスは？ 9
- WEBサービスの利用目的は？ 10
- 調査概要 11

この1ヶ月間のコミュニケーション形態は？

- この1ヶ月の利用率は、「固定電話による通話」が76%で最も多く、次いで「郵便の手紙・はがき」が65%、「携帯・PHSによる通話」が63%と多い。
- 「携帯・スマートフォン」では、「携帯電話・PHSによる通話」が63%で最も多く、「スマートフォンによる通話」は39%。両者いずれかの通話利用率は88%となる。同様に「携帯電話・PHSを使った電子メール」は41%、「スマートフォンを使った電子メール」は35%で両者いずれかのメール利用率は65%である。
- 「パソコン」では、「電子メール」が34%で最も多い。
- 「タブレット」は、すべて5%以下。

この1ヶ月で利用したコミュニケーションツール（複数回答）



いずれかの利用率
87.8%

いずれかの利用率
65.0%

※1・・・Skype、LINEなど
※2・・・LINE、カカオトークなど

※3・・・Facebook、Twitterなど
※4・・・2ちゃんねるなど

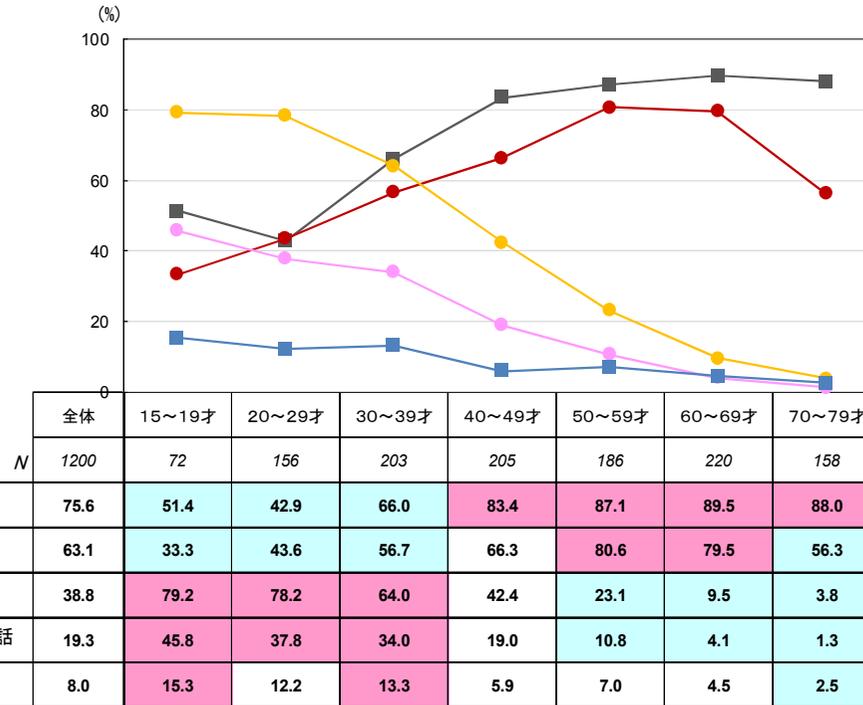
※5・・・YouTube、ニコニコ動画など

通話方法は？

- 通話のツールについてみると、全体では「固定電話」が76%と多く、次いで「携帯・PHS」63%、「スマートフォン」39%の順。(携帯・PHSとスマートフォンのモバイル計では88%)
- 「固定電話」は、20代は5割前後だが、40代以上は8割を超えている。
- 「携帯電話・PHS」は、50代と60代が8割前後と最も多く、20代以下は4割以下と少ない。
- 「スマートフォン」は年代差が大きく、20代以下は8割近いが、60代以上は1割にも満たない。
- 「携帯・スマホでインターネット回線を使った無料通話」「パソコンでインターネット回線を使った無料通話」は、またそれほど多くないものの若年層ほど利用率が高い。
- 20代以下は「スマートフォン」、30代は「固定電話」と「スマートフォン」と「携帯・PHS」、40代以上では「固定電話」が多い。

この1ヶ月で利用したコミュニケーションツール <年齢別利用率>

通話
(かかってきた通話も含めて)



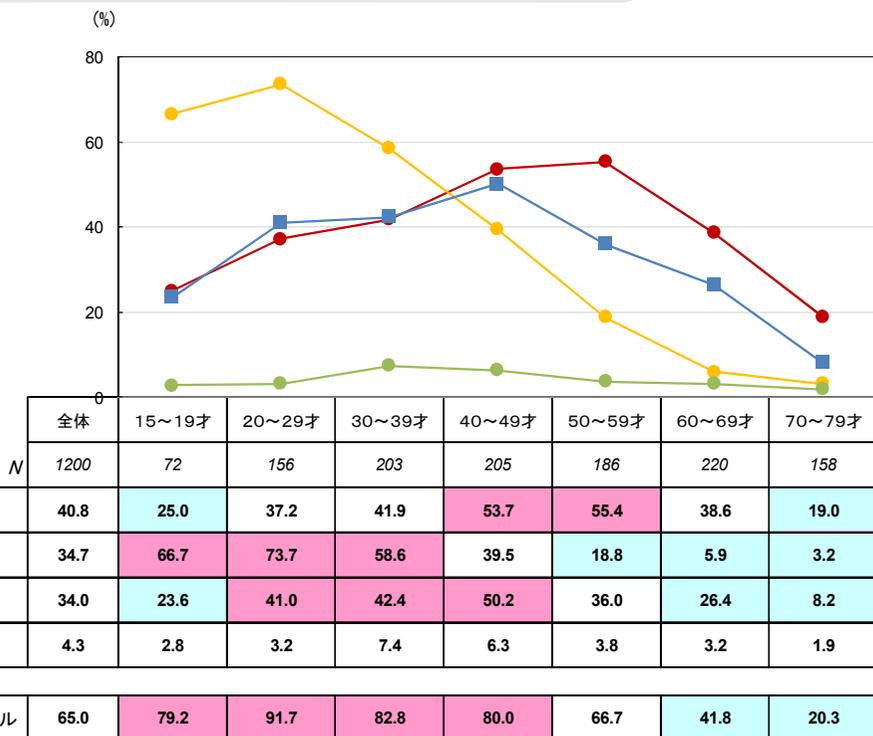
…全体と比べて5%以上高い
 …全体と比べて5%以上低い

電子メールは？

- 電子メールについてみると、全体では「携帯・PHS」が41%、「スマートフォン」は35%、「パソコン」は34%と拮抗している。
- 「携帯電話・PHS」は、40代・50代が5割以上と多い。
- 「スマートフォン」は、20代が74%で最も多い。また年代差が大きく30代以下では多いが、60代以上は1割以下である。
- 「パソコン」は、40代が50%で最も多い。
- 「タブレット」での電子メールはいずれの年齢も1割未満と多くない。
- 30代以下は「スマートフォン」、40代は「携帯・PHS」と「パソコン」、50代以上では「携帯・PHS」が多い。

この1ヶ月で利用したコミュニケーションツール <年齢別利用率>

電子メール (送受信)



…全体と比べて5%以上高い

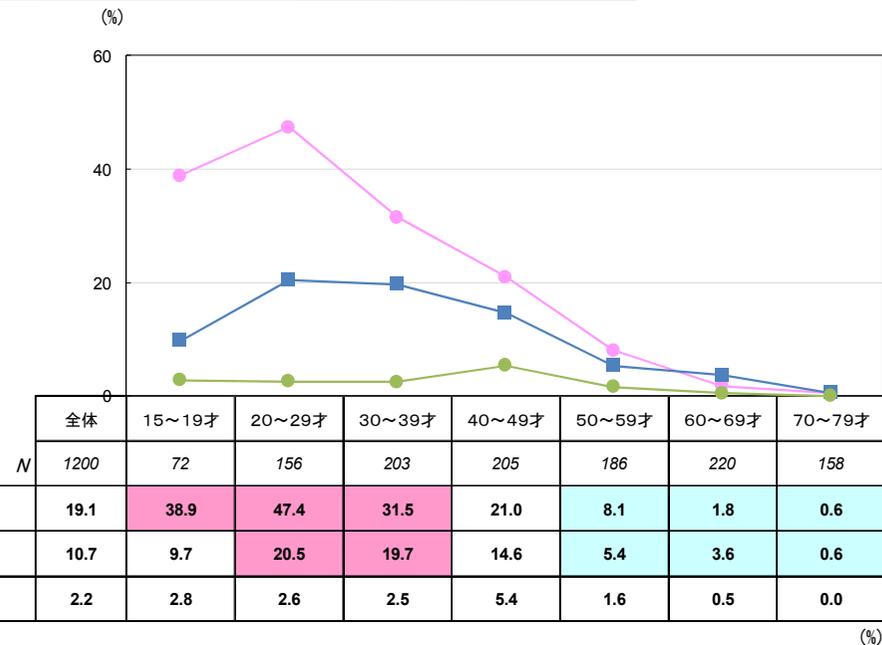
…全体と比べて5%以上低い

SNSは？

- SNSについてみると、全体では「携帯・スマホ」19%が「パソコン」11%より多い。
- 「携帯・スマホ」は、20代が47%と最も多いが、「パソコン」は20代と30代が2割前後と最も多い。
- 50代以上は、いずれの機器でもみて1割未満と低い。

この1ヶ月で利用したコミュニケーションツール <年齢別利用率>

SNS
(Facebook, Twitterなど、
閲覧だけでも含めて)



…全体と比べて5%以上高い

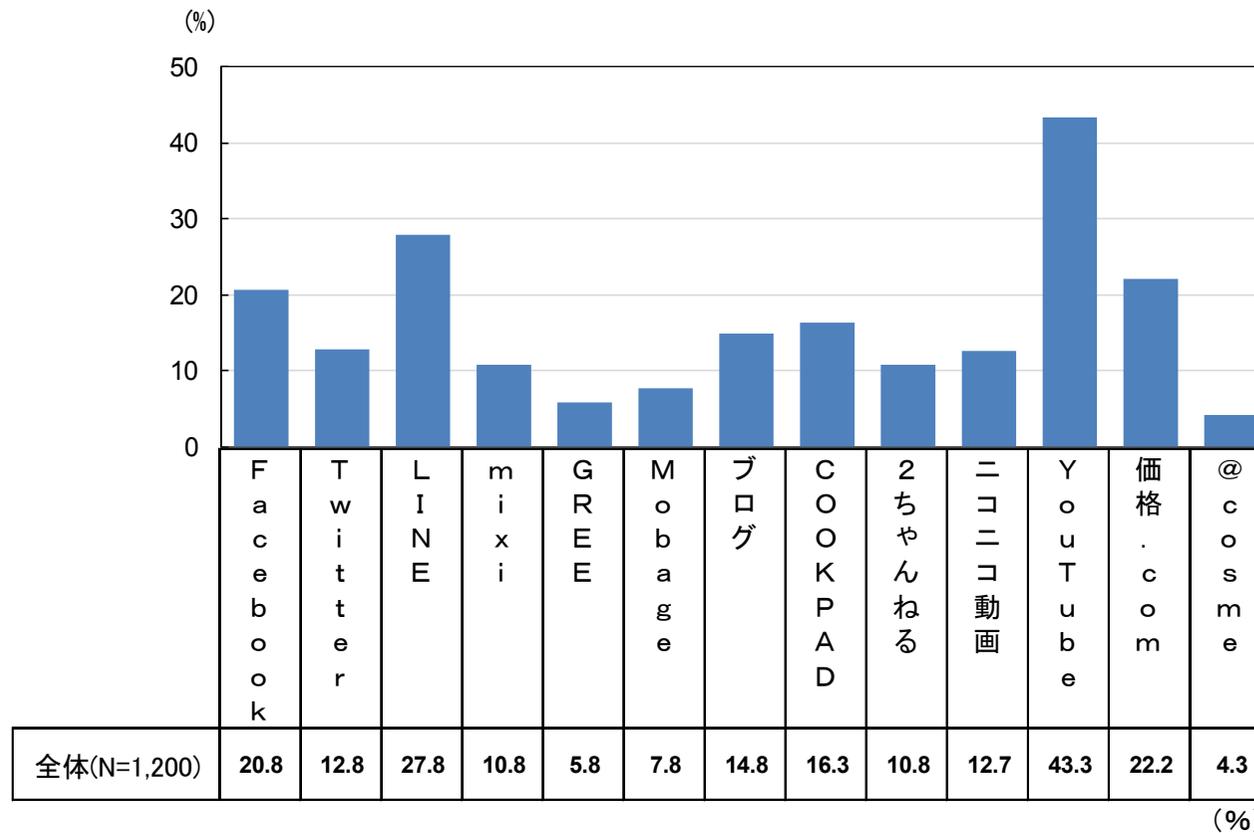
…全体と比べて5%以上低い

利用しているWEBサービスは？

- 「よく」または「時々」利用している比率をみると、以下のWEBサービスの中では「YouTube」が43%で最も多い。
- 次いで、「LINE」「価格.com」「Facebook」が多く、20%を超える。

WEBサービス利用状況(よく+時々している・計)

* 仕事での利用は除外



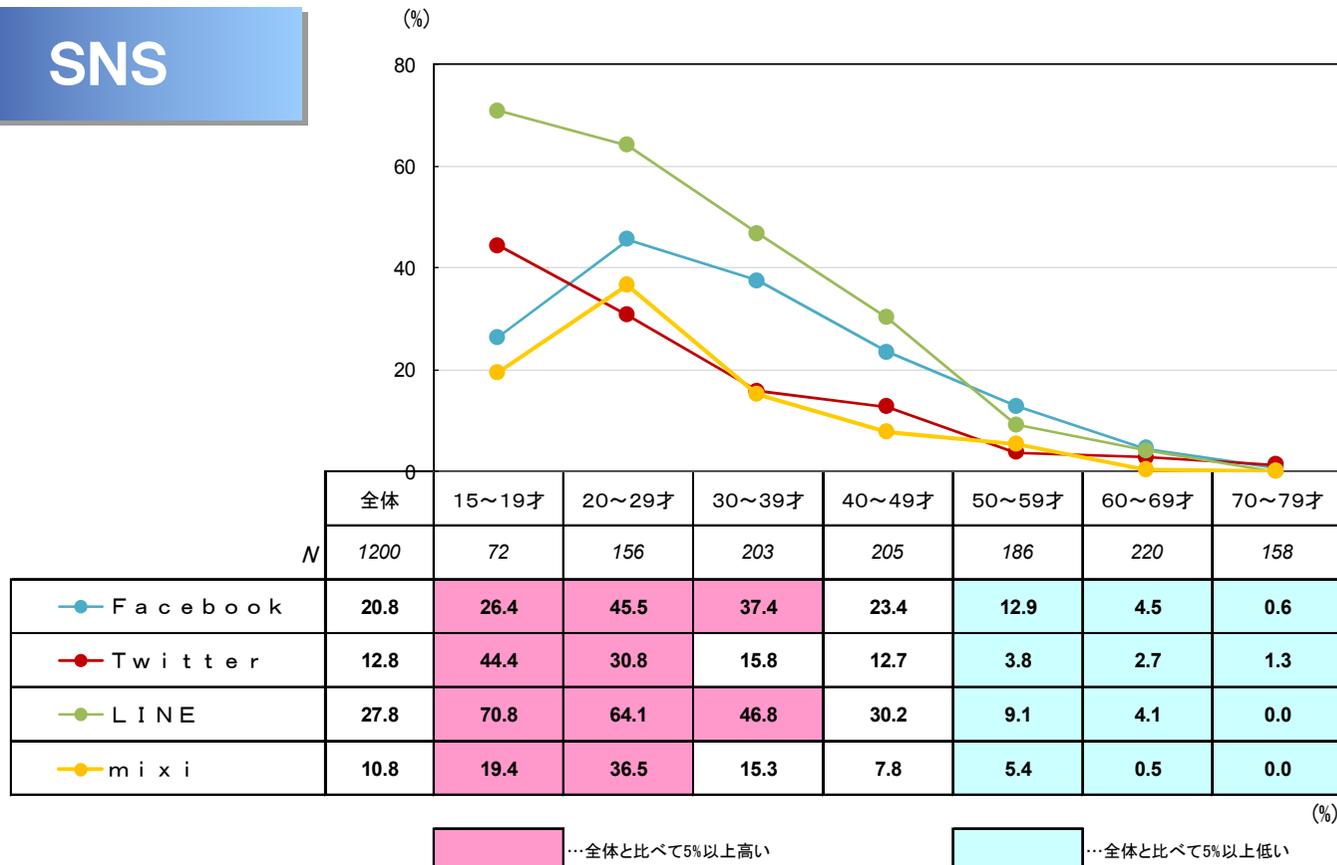
SNSの利用サービスは？

- SNSで「よく」+「時々」利用しているサービスを見ると、全体では「LINE」が28%と、「Facebook」21%、「Twitter」13%、「mixi」11%を上回っている。
- 「Facebook」は、20代が46%で最も多い。「Twitter」「LINE」は、10代が最も多く、年代が上がるほど少なくなる。
- 60代以上は、いずれも10%以下と少ない。

WEBサービス利用状況(よく+時々している・計)(複数回答)

* 仕事での利用は除外

SNS



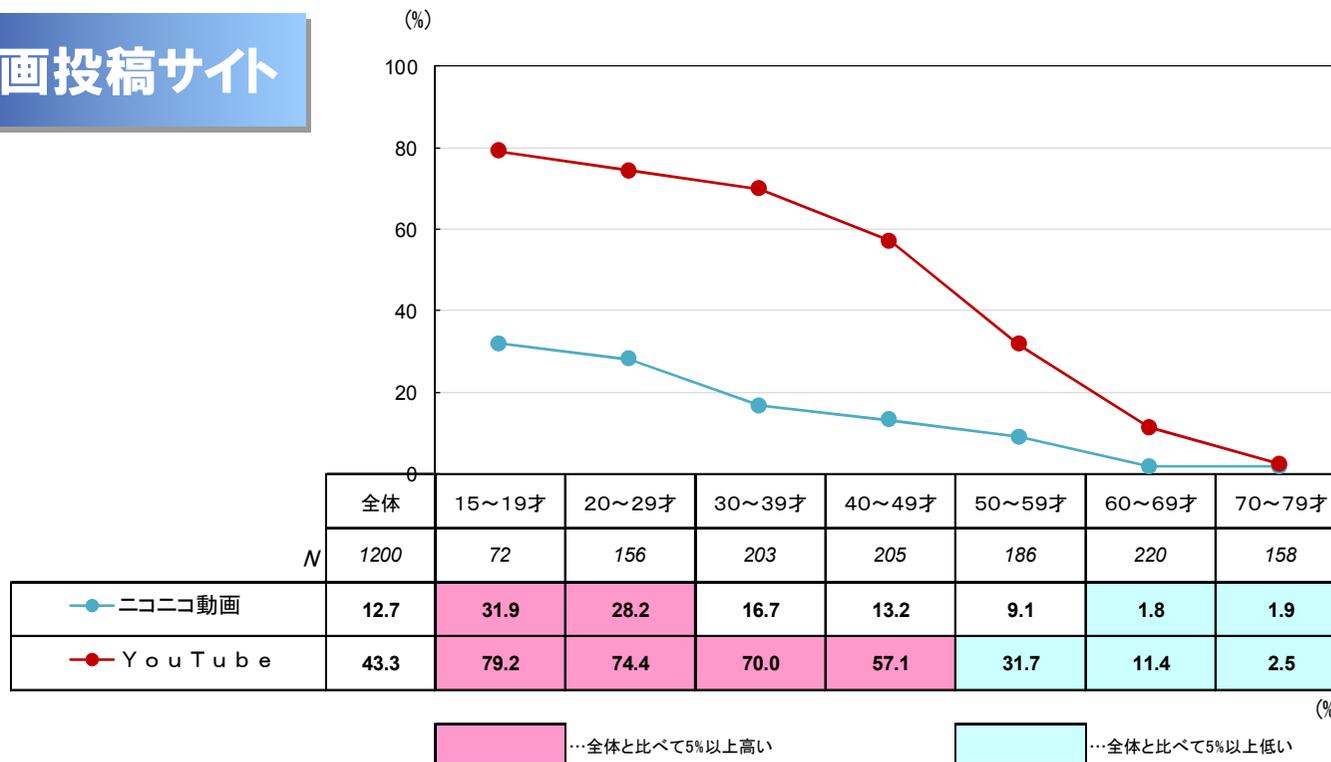
動画投稿サイトの利用サービスは？

- 動画投稿サイトの利用率についてみると、全体では「YouTube」が43%と、「ニコニコ動画」13%を上回っている。
- 「ニコニコ動画」「YouTube」ともに、15～19才が最も多く、年代が上がる则利用率は低くなる。

WEBサービス利用状況(よく+時々している・計)(複数回答)

* 仕事での利用は除外

動画投稿サイト



WEBサービスの利用目的は？

- 「Facebook」「LINE」は、「友人や知人とのコミュニケーション」が74%、92%で最も多く、「Twitter」は、「知りたい情報の収集や検索のため」が43%で最も多い。
- 「ニコニコ動画」は、「ゲームや暇つぶしのため」が48%で最も多く、「YouTube」は、「知りたい情報の収集や検索のため」が57%で最も多い。

WEBサービスの利用目的(各利用者ベース)(複数回答)

	N	友人や知人との コミュニケーション	知らない人との つながりを作るため	知りたい情報の 収集や検索のため	ゲームや 暇つぶしのため	自分から情報発信 投稿のため	趣味や好きな事柄を 人と共有するため	なんとなく・その他
Facebook	249	74.3	11.2	23.7	9.6	15.7	15.3	8.8
Twitter	153	39.9	14.4	42.5	15.7	13.1	16.3	9.8
LINE	334	91.6	3.6	7.2	18.6	5.7	5.4	3.9
mixi	129	60.5	12.4	20.2	16.3	11.6	8.5	9.3
GREE	70	7.1	2.9	8.6	77.1	0.0	1.4	5.7
Mobage	93	9.7	1.1	7.5	82.8	0.0	0.0	4.3
ブログ	178	23.6	9.0	46.6	11.2	14.0	11.2	8.4
COOKPAD	196	1.5	1.0	85.7	0.5	0.0	5.1	6.1
2ちゃんねる	130	2.3	2.3	72.3	29.2	0.0	5.4	11.5
ニコニコ動画	152	2.6	0.7	44.1	48.0	0.0	10.5	11.2
YouTube	520	2.9	0.6	56.9	36.5	0.4	9.4	9.4
価格.com	266	0.8	0.4	87.6	2.3	0.4	0.8	5.3
@cosme	51	0.0	0.0	84.3	0.0	2.0	0.0	11.8

(%)

調査概要

調査方法

- NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイによる毎月調査)
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人

有効回収数

- 1200人(サンプル) ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て

調査期間

- 2013/5/8 ~ 2013/5/20

NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式(オムニバス)の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 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・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。