

平成25年6月13日 (木)

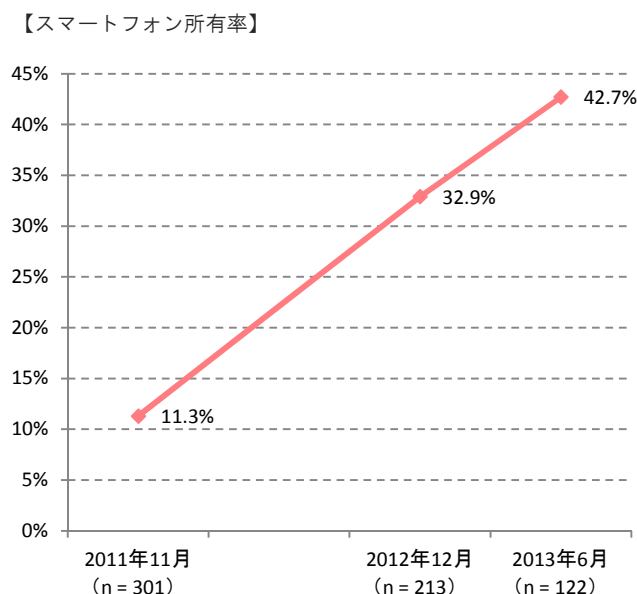
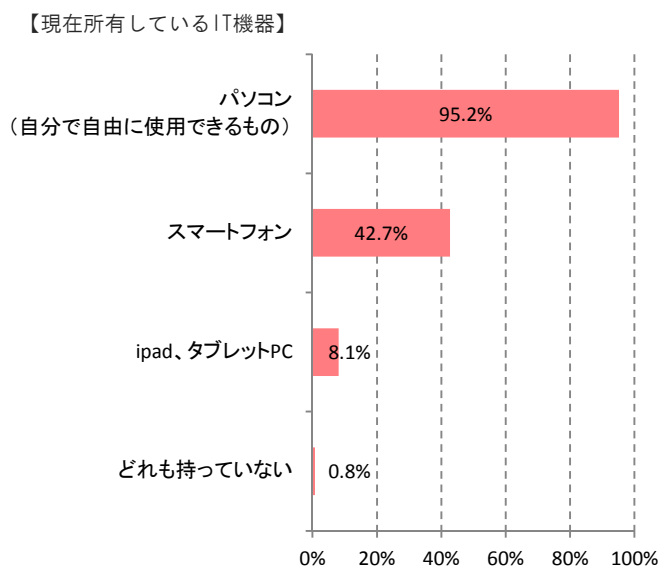
「IT機器・SNS」に対する意識・利用実態調査
幼稚園児をもつ主婦の「SNS」利用率は55.3%
利用者のうち32.4%が、
「SNS」をきっかけとした消費行動を行った経験がある

近年、通信技術や情報技術の進歩に伴い、ブログやSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などのソーシャルメディアが普及し、利用者が急速に増えています。利用者は、従来の対面コミュニケーションだけでなく、それらを活用したインターネット上でのコミュニケーションからも、情報を集める傾向をみせています。そこで、株式会社プレシステムクリエイト（代表取締役社長：小泊裕美子）では、未就学児のお子さまを持つ女性を対象に、「IT機器・SNS」に関する意識・利用実態調査を行いました。

- ・調査対象 : 幼稚園に通うお子さまをもつ主婦
- ・サンプル数 : 124名
- ・調査期間 : 2013年6月4日～7日
- ・調査方法 : インターネット調査

■ 約4割のママがスマートフォンを所有。スマートフォン利用者は増加傾向にある。

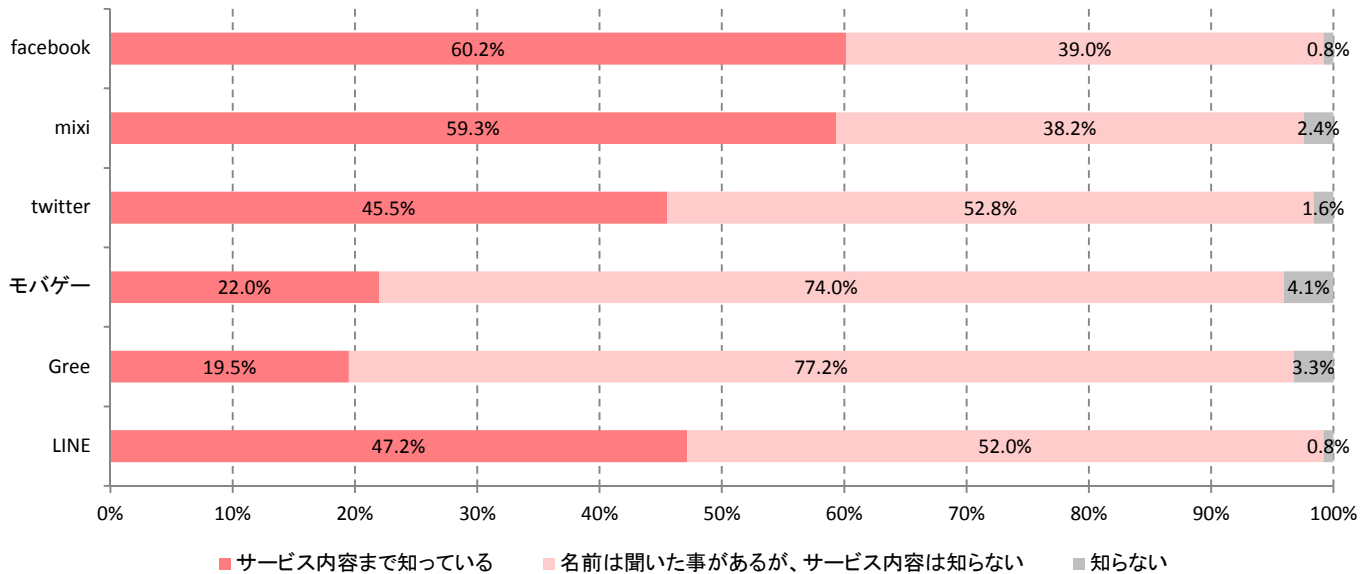
幼稚園児をもつ主婦のパソコン所有率は95.2%。スマートフォンの所有率は、2011年11月の11.3%に対し、42.7%と、1年6ヶ月で約4倍増。



■ 「facebook」「Mixi」の認知率は同等水準。「LINE」の認知率は「twitter」を上回る。

IT機器を所有しているママのうち、「サービス内容まで知っている」と回答した人は、「facebook」が60.2%と最も多く、続いて「Mixi」の59.3%となっている。サービス開始が後発の「LINE」は47.2%となり、「twitter」の45.5%を上回った。

【各SNSの認知率】

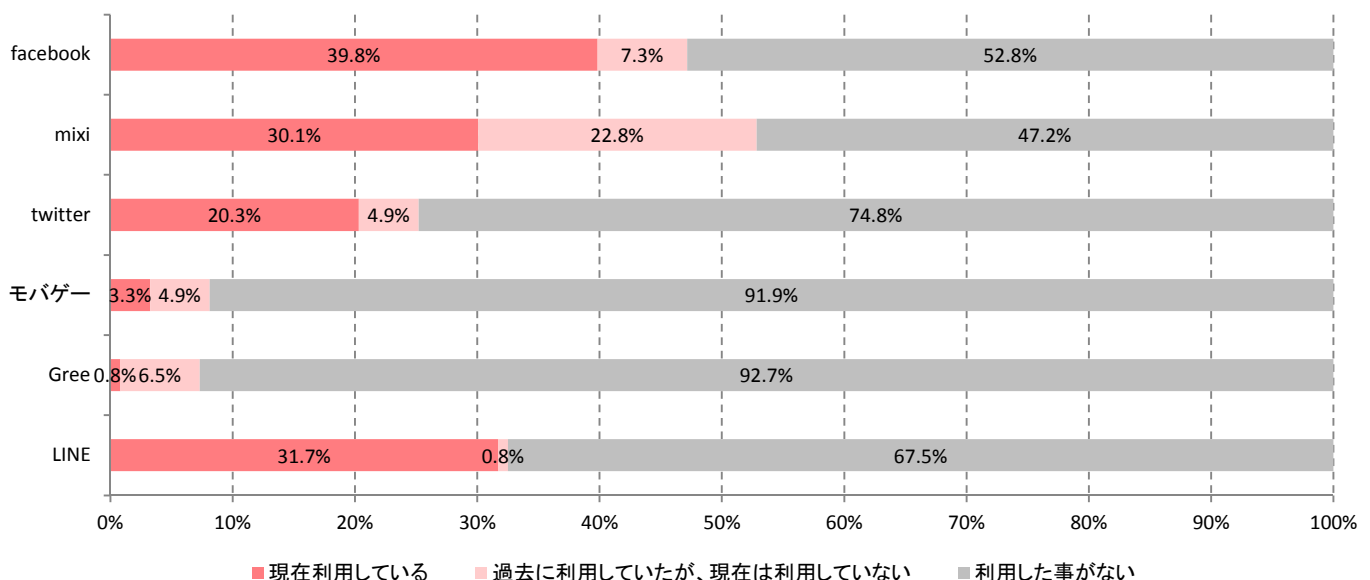


2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 123

■ 幼稚園児をもつ主婦が、現在最も利用しているSNSは「facebook」。

IT機器を所有しているママのうち、「facebook」を「現在利用している」と回答した人は39.8%と最も多く、続いて「LINE」の31.7%となっている。「過去に利用していたが、現在は利用していない」と回答された人が最も多かったSNSは「Mixi」で22.8%。「モバゲー」や「GREE」などの、ゲームを中心としたSNSは「利用した事がない」と回答された方が90%以上を占めた。

【各SNSの利用状況】

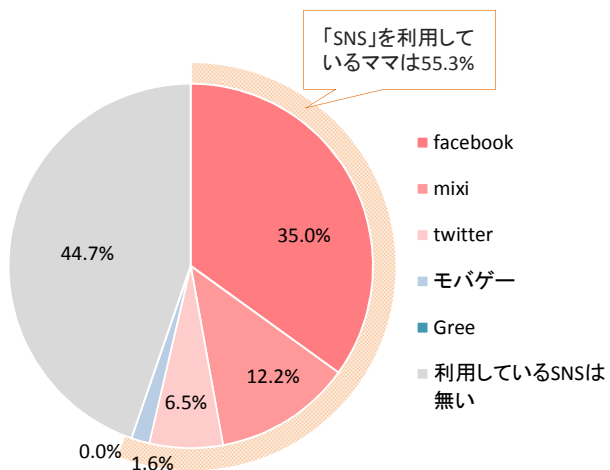


2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 123

■SNS利用者のうち、「1日1回以上」書き込み・投稿を行っているママは2割強。

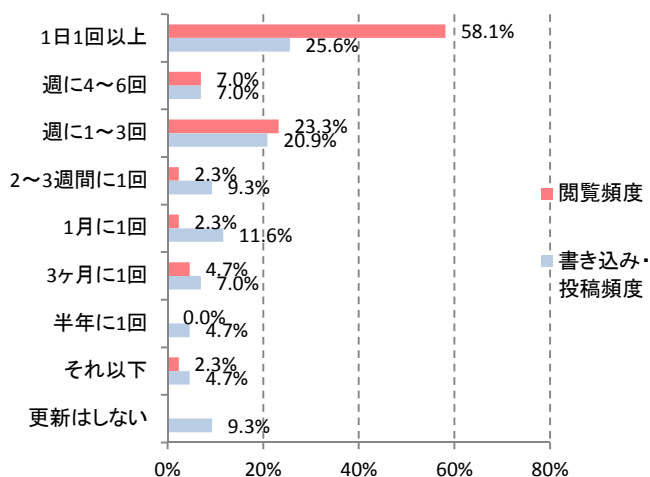
SNSを利用しているママは55.3%となり、最も利用頻度の高いSNSは「facebook」で35.0%。「Mixi」が12.2%と続く。最も利用頻度の高いSNSが「facebook」と回答された人の閲覧頻度は、「1日1回以上」が58.1%。一方、「1日1回以上」書き込み・投稿を行っていると回答した人は、25.6%となった。

【最も利用頻度の高いSNS】



2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 123

【最も利用頻度の高いSNSが「facebook」と回答した方の利用頻度】

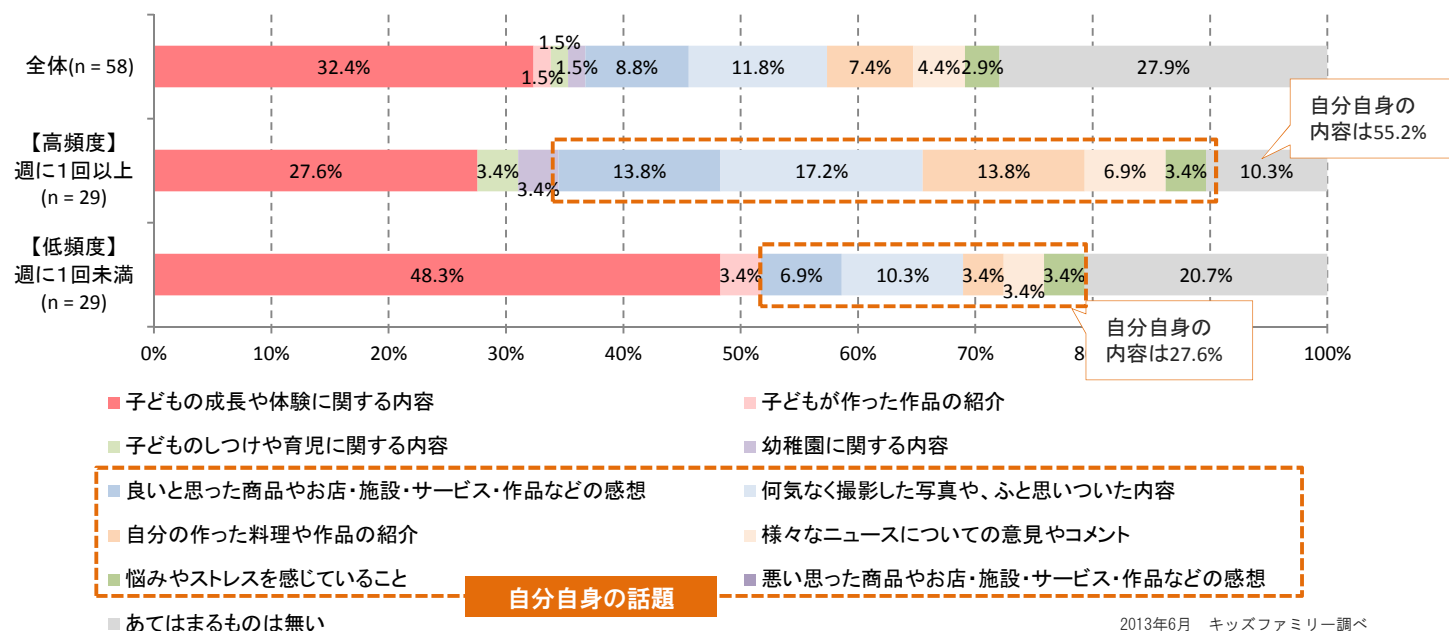


2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 68

■書き込み・投稿頻度の高いママの書き込み・投稿内容は、「自分自身」に関わる話題が多い。

SNSを利用して書き込み・投稿を行っているママのうち、全体の32.4%が「子どもの成長や体験に関する内容」を話題に取り上げる事が最も多いと回答。書き込み・投稿頻度別に見ると、書き込み・投稿が低頻度（週1回以下）な人の48.3%が「子どもの成長や体験に関する内容」を最も話題に取り上げると回答しているのに対し、書き込み・投稿が高頻度（週に1回以上）な人は27.6%にとどまっており、「自分自身」に関する話題を最も多く取り上げると回答した人が半数以上を占める

【最も利用頻度の高いSNSの書き込み・投稿頻度別、最もよく話題に取り上げる内容】

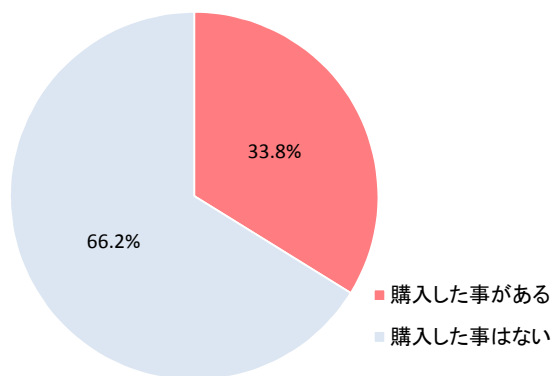


2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 58

■ SNS利用者のうち、約3割のママがSNSで得た情報をきっかけとした消費行動の経験がある。

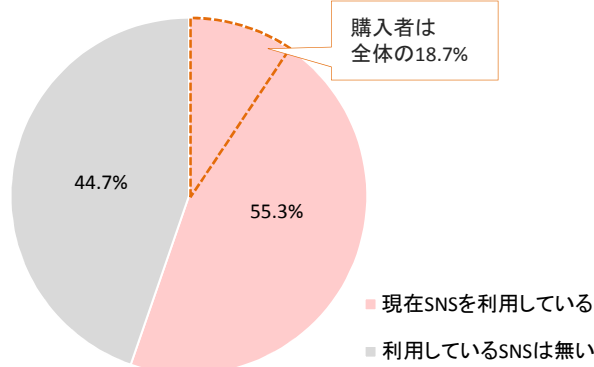
SNSを利用しているママのうち、SNSで得た情報をきっかけに「商品を購入した事」があると回答された方は、33.8%で、全体の18.7%になる。

【SNSで得た情報をきっかけとした商品購入経験】



2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 68

【SNS利用状況】



2013年6月 キッズファミリー調べ
n = 123

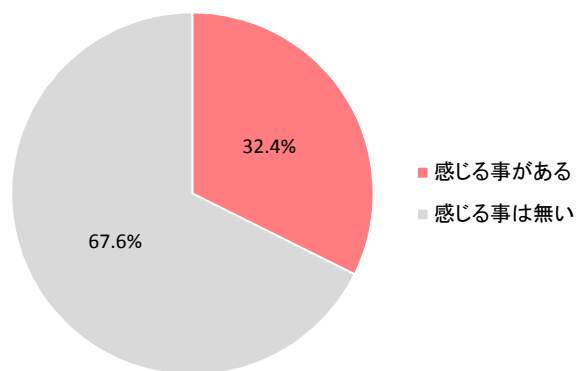
◆購入した商品と、購入のきっかけとなった書き込みや投稿

- ・実際の商品の写真と価格、売っているお店が書かれていて、使った人の感想も書かれている投稿。(購入したもの: 電動毛玉取り)
- ・ピザ作りを体験できて、作ったピザを購入できるというママ友の投稿。(購入したもの: 同内容のサービスを申し込み)
- ・友達が、おいしい輸入菓子を買ったという写真付きの日記。(購入したもの: カバの形のチョコ菓子)
- ・写真つきで投稿されていた、コストコのおススメ食材。(購入したもの: 冷凍味付きムール貝と新発売のパン)
- ・twitterでフォロワーさんが紹介していた九州の野菜セット。放射能が気になっていた。(購入したもの: 九州野菜)

■ SNS利用者のうち、3割強のママが「SNS疲れ」を感じる事がある。

SNSを利用しているママのうち、「SNS疲れ」を感じた事のある人は32.4%となった。

【「SNS」疲れ経験】



2013年3月 キッズファミリー調べ
n = 68

◆「SNS疲れ」を感じる場面

- ・中毒のようにチェックしないと気が済まない時や、自分の発言を直接ではなく間接的に全否定された時。直接言えば良いのにと感じた。
- ・知り合いの日記やコメントに対して、コメントや返事を書かなくてはならないという気持ちになってしまう時。
- ・義理の親類や微妙なママ友とのSNS勧誘や話題などに疲れる。
- ・幼稚園のママ友が何人もやっているのですが、一部のママ友は結構交流があってコメントを書き込みたい。でも、それをする他の交流の少ないママ達にも公になり、「あの人たちだけにコメントする」という印象を持たれたり、「お友達になりませんか？」というようなメッセージが来る。