

## 女性誌の読者、スマートフォンに高い購入意向

株式会社主婦の友社（本社：東京千代田区、代表取締役：荻野善之）の企業向け調査&コンサルティングサービス「主婦の友しあわせ総研（サービス名称）」では、当社女性誌「Ray」「mina」読者などの読者で構成された独自調査組織「主婦の友読者ネットアンケートクラブ」の女性会員を1,769人を対象に、昨今のネット系キーワードについてアンケート調査を実施いたしました。その結果、女性誌読者はスマートフォンや電子書籍の利用は現状は比較的低いものの、高い利用意向をもっていることが判明いたしました。

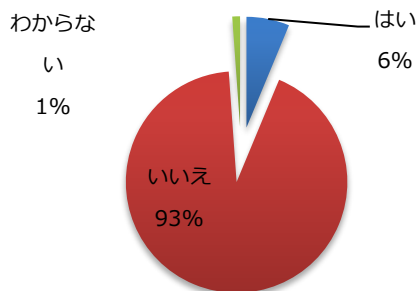
### ■サマリー

話題のキーワード、「スマートフォン」「電子書籍」に関して、いずれも女性誌読者の普及率は20%を切り、まだまだこれからというところ。その中でも関心度の高さがひととき目立ったのは、スマートフォン。持ちたいと思っている女性は半数を超え、その理由に「機能の高さ」が挙げられました。また、雑誌購読習慣のある女性誌読者には電子書籍の関心も高く、40%が「読んでみたい」との関心を示しました。

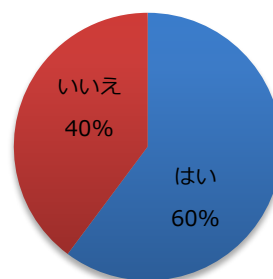
### 【女性誌読者の60%がスマートフォン購入に意欲的。電子書籍には40%が購読意向】

スマートフォンの所持率は現状で6%にとどまるものの、60%がスマートフォンに購入意向を持っています。また、電子書籍に関しても、未購読者が68%であるのに対し、読みたいと関心を示す層が40%にのぼることがわかりました。

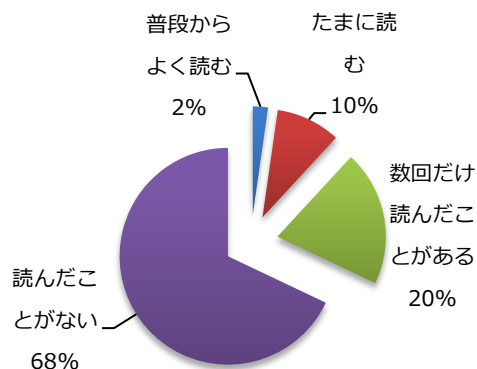
お持ちの携帯電話はスマートフォンですか？



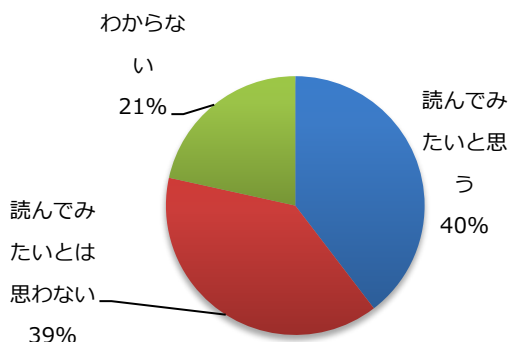
スマートフォンを持ちたいと思いますか？



電子書籍を読んだことがありますか？



今後、読んでみたいと思いますか？



## 【女性誌読者のスマートフォン購入の決め手は「使いやすい高機能」】

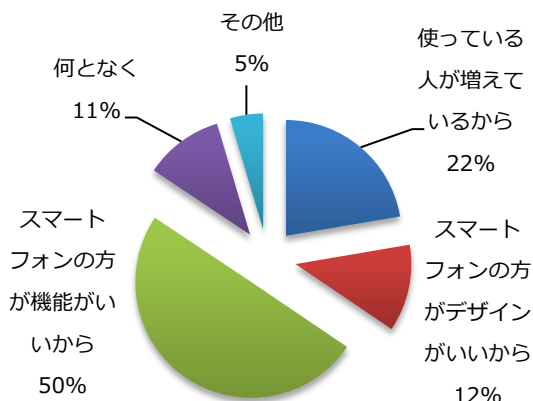
## スマートフォンを持ちたい理由

- ・スマートフォンの方が機能がよいから 50%
- ・使っている人が増えているから 22%
- ・スマートフォンの方がデザインがいいから 12%
- ・何となく 11%
- ・その他 5%

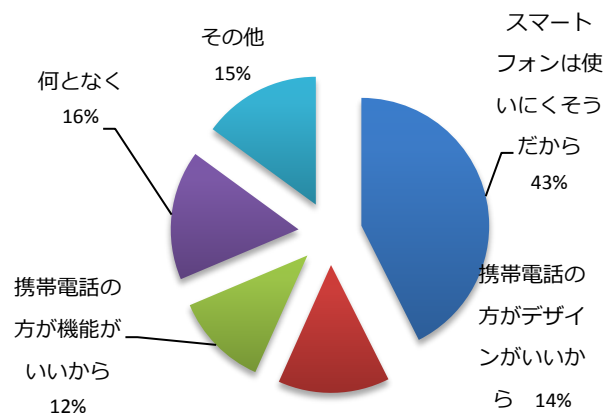
となり、女性のスマートフォンの機能に対する関心を見ることができました。

一方、持ちたいと思わない理由としても「使いにくそうだから」と機能に対する懸念が筆頭に挙がっています。ここから、女性層がスマートフォンに期待しているのは“高機能かつ使いやすい”ことが推測できます。

「はい」と答えた方、その理由を教えてください。



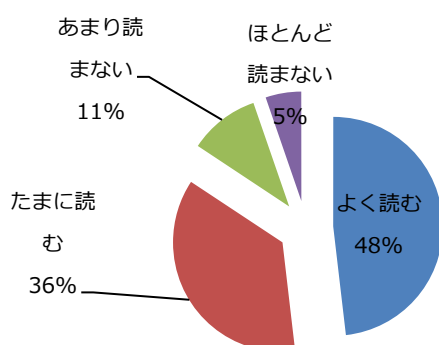
「いいえ」と答えた方、その理由を教えてください。



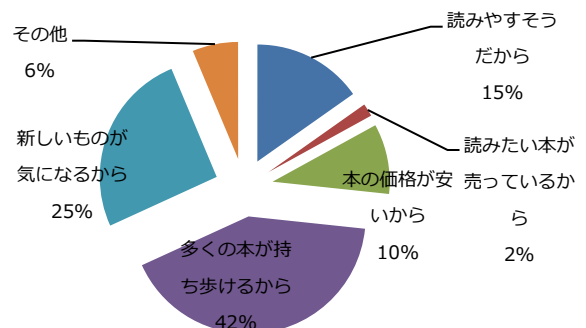
## 【女性誌読者が電子書籍にもっとも期待しているのは「可搬性の高さ」】

女性誌読者の会員組織である「主婦の友社読者ネットアンケートクラブ会員」の84%が日ごろから読書習慣を持ち、電子書籍を読みたい理由として「多くの本が持ち歩ける」という回答が42%に達することがわかりました。

普段、紙の書籍は読みますか？



読みたいと思う理由を教えてください。

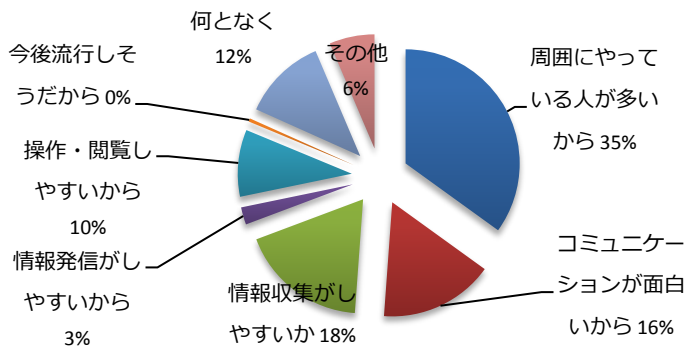


## 【SNSでは既存の友人関係を補うものとしてmixiがもっとも利用されている】

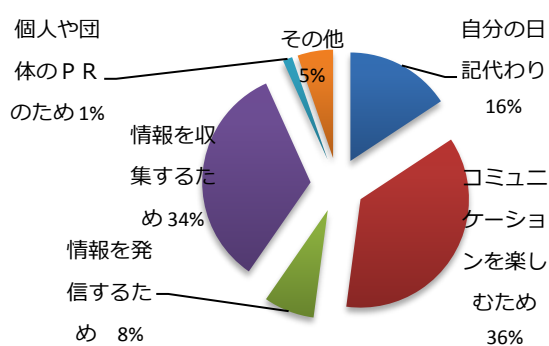
ソーシャルネットワーキングサービスの利用に関しては、もっともよく利用しているSNSは、mixiが56%とトップ、次いでTwitter（15%）、GREE（10%）、モバゲー（8%）、facebook（8%）、その他（8%）となりました。

その理由は「周囲にやっている人が多いから」が35%。SNSで既存の友人関係を補完するものとしてSNSを利用していることがわかります。利用目的としては、コミュニケーションと情報収集の2つの目的が目立ち、情報発信をしているとの意識は相対的に低いとの結果となりました。

そのSNSをいちばん使っている理由を教えてください。



そのSNSは、何のためにやっていますか？



## 調査概要

調査内容「インターネットの利用状況に関するアンケート」

調査期間：2011年2月22日～2011年3月1日

有効回答：1,769人

性別：女性100%

年齢：10代 21%、20代 50%、30代 22%、40代 5%、50代 2%、60代 1%

職業：会社員18%、公務員2%、自営業・フリーランス2%、パート・アルバイト13%、専業主婦22%、大学・大学院19%、短大・専門学校5%、高校生12%、中学生3%、その他4%

## 企業向け調査&コンサルティング サービス「主婦の友しあわせ総研」について

1916年（大正5年）の創業来「女性の向上と家庭の幸福」をキーワードに出版活動を行ってきた主婦の友社が、企業向けに提供する調査&コンサルティング サービス。基本メニューは、Ray、mina、Como、ゆうゆう、園芸ガイドなど、16誌のファッション誌、生活・実用誌の読者が登録する「主婦の友社 読者ネットアンケートクラブ」を用いたインターネット調査です。企業ニーズに応じ、有力読者パネルを集めたグループインタビューや商品サンプル配布などのサービスにも対応します。今後ベテラン編集者の知見を用いた助言サービスも展開予定です。

●主婦の友社 読者ネットアンケートクラブとは？

女子中学生向け雑誌「Hana\*chu→」から50代向けの「ゆうゆう」まで、主婦の友社が発行・展開する雑誌やPC・モバイルサイトの読者が、アンケートや商品モニター参加を目的として登録している組織。会員数約4万人。すでに編集部などのマーケティングツールとして活用されています。

## ●株式会社主婦の友社 概要

- ・社名：株式会社主婦の友社
- ・代表取締役社長 荻野 善之
- ・URL：<http://www.shufunotomo.co.jp/>
- ・所在地：東京都千代田区神田駿河台2-9

本プレスリリースに関するお問い合わせ

デジタルビジネス部デジタルビジネス課  
TEL：03-5280-7524 田中・寺井・大塚