

全国の15歳以上の男女710人に聞いた
「音声SNS『Clubhouse』と他SNSとの比較調査」
Clubhouseは新しいSNSとして根付くのだろうか？
そのカギは今後のClubhouse自体の方針が決める!?

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年2月8日（月）～2021年2月10日（水）の3日間、全国の15歳以上の男女を対象に「音声SNS Clubhouse」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

2021年になって急激に注目を集めている音声SNS「Clubhouse」。他のSNSとは異なり、招待制であること、音声によるリアルタイムコミュニケーションの場であることが大きな特徴として挙げられます。この特徴は今主流の各SNSとは一線を画し、まさに新しい形のSNSだと言えるのではないのでしょうか。そこで今回は、Clubhouseや音声SNSがどのような発展を遂げていくのか、今後の浸透の可能性を探るべく、調査を実施しました。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、Clubhouseを利用している15歳以上の男女を対象に実施
3. 有効回答数：710名
4. 調査実施日：2021年2月8日（月）～2021年2月10日（水）

◆「音声SNS『Clubhouse』と他SNSとの比較調査」主な質問と回答

◆Clubhouseと他主要SNSとの利用目的の比較：Clubhouseは人との交流が第一目的

Clubhouseは人との交流を目的に利用している方の割合が高く、その点でFacebookと共通しています。（右図）

各SNSの活用目的



Clubhouse	Facebook
1位 人と交流するため 16.9%	1位 人と交流するため 17.6%
2位 興味関心のある情報を得るため 14.9%	2位 知人の近況を知るため 15.3%
3位 暇つぶしとして 14.5%	3位 興味関心のある情報を得るため 12.6%
4位 トレンドを知るため 11.4%	4位 暇つぶしとして 11.7%
5位 息抜きとして 9.2%	5位 商品・サービスの情報を得るため 7.4%

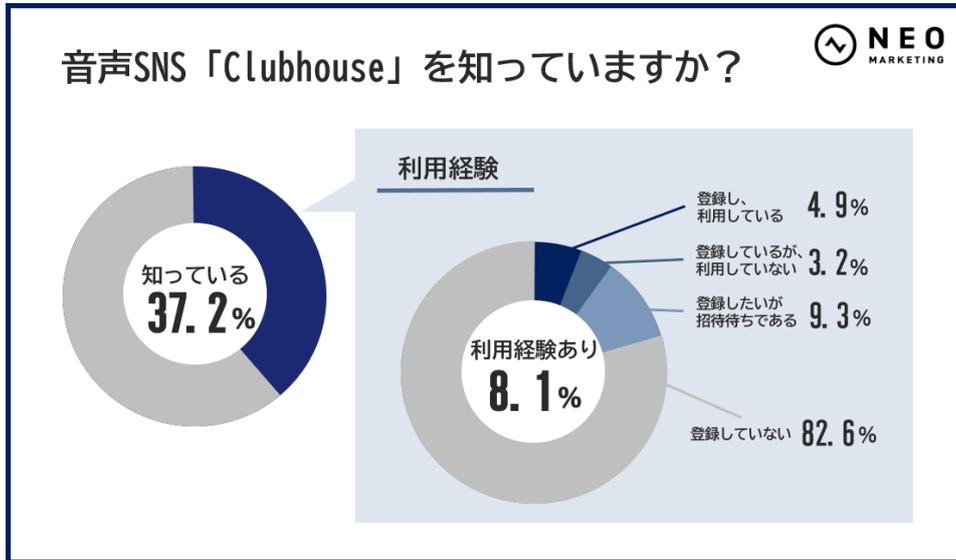
◆Clubhouseのデメリット・懸念点：
プライバシー、個人情報などに関する懸念が挙げられる

Android対応していない、日本語対応していない等の今後改善されるであろう懸念以外のものとして、プライバシーや個人情報の流出などを懸念する意見がありました。



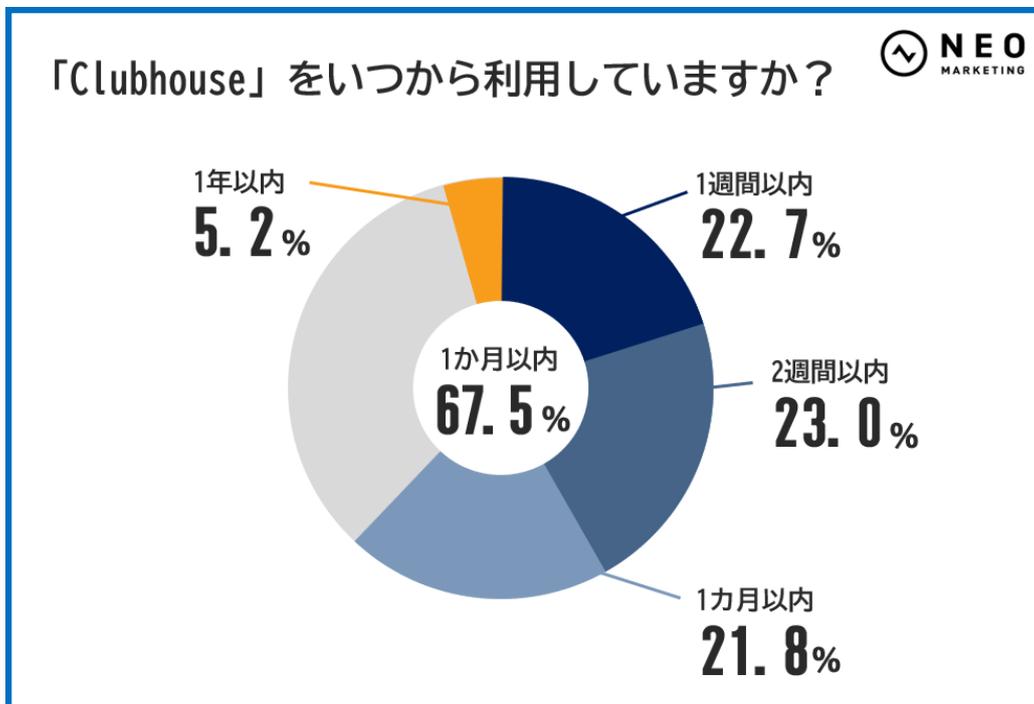
Twitter	Instagram	TikTok
1位 興味関心のある情報を得るため 19.2%	1位 興味関心のある情報を得るため 14.6%	1位 暇つぶしとして 19.2%
2位 人と交流するため 12.9%	2位 暇つぶしとして 12.7%	2位 息抜きとして 13.1%
3位 トレンドを知るため 11.9%	3位 トレンドを知るため 12.5%	3位 トレンドを知るため 12.3%
4位 暇つぶしとして 11.7%	4位 人と交流するため 11.3%	4位 興味関心のある情報を得るため 11.9%
5位 知人の近況を知るため 8.8%	5位 知人の近況を知るため 10.5%	5位 人と交流するため 10.4%

音声 SNS 「Clubhouse」 の認知と利用経験



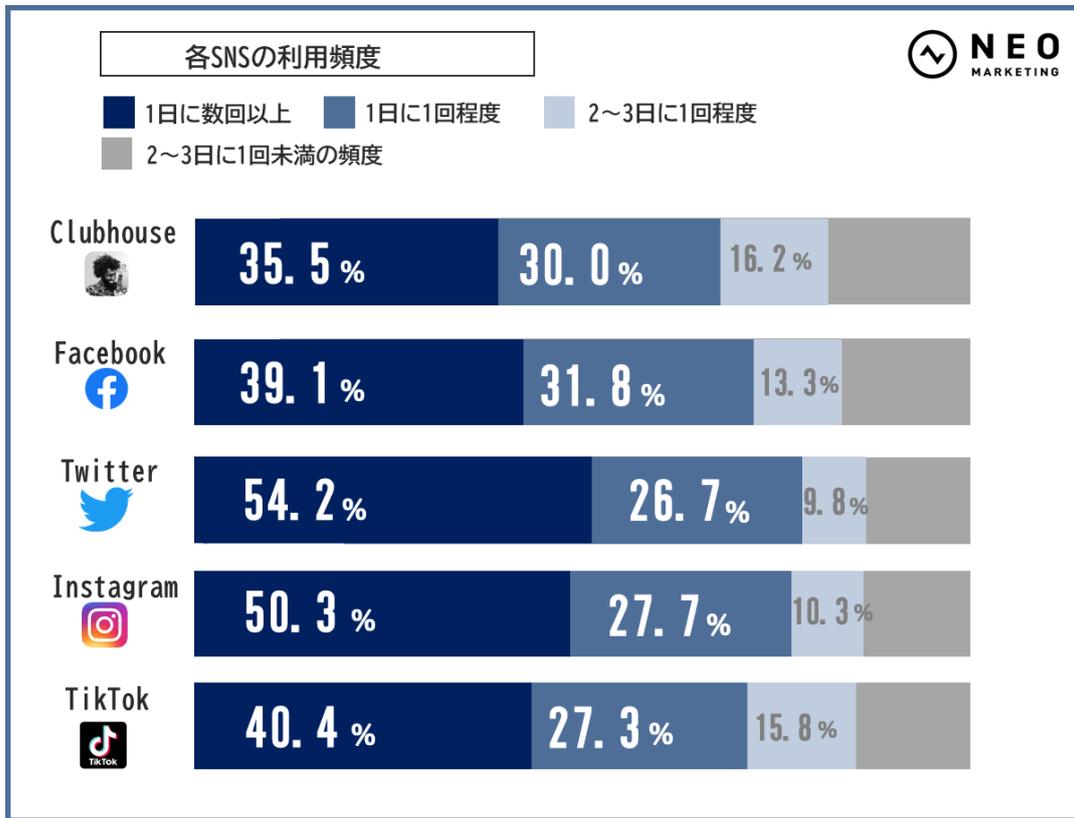
昨今、頻繁にその名前を聞く Clubhouse（クラブハウス）。認知している方は、全体の約4割という結果でした。更にもうその中で利用経験があるという方は、「登録し、利用している」方と「登録しているが、利用していない」方を合わせて、8.1%でした。

音声 SNS 「Clubhouse」 の利用歴



Clubhouse が世間的に注目を集めるようになったことがここ最近ということもあって、全体的に Clubhouse 利用者の利用歴は浅いことがわかります。ここ1か月以内で利用し始めたという方が、利用者全体の約7割を占めています。

各 SNS の利用頻度



Clubhouse と他 SNS の利用実態を比較するため、Facebook、Twitter、Instagram、TikTok の利用頻度を伺いました。

1日に数回以上という高頻度で利用されている SNS としては、Twitter、Instagram が多く回答されています。次いで、Facebook、TikTok、Clubhouse という結果となりました。

Clubhouse を他 SNS と比較すると、音声 SNS という特徴もあってか、1日に複数回利用している方の割合はやや少ないようです。しかし、1日に1回以上利用すると回答した方が Clubhouse 利用者の6割を超えているため、日常的に利用されていると言えるでしょう。

「Clubhouse」含む、各 SNS の利用目的

各SNSの活用目的



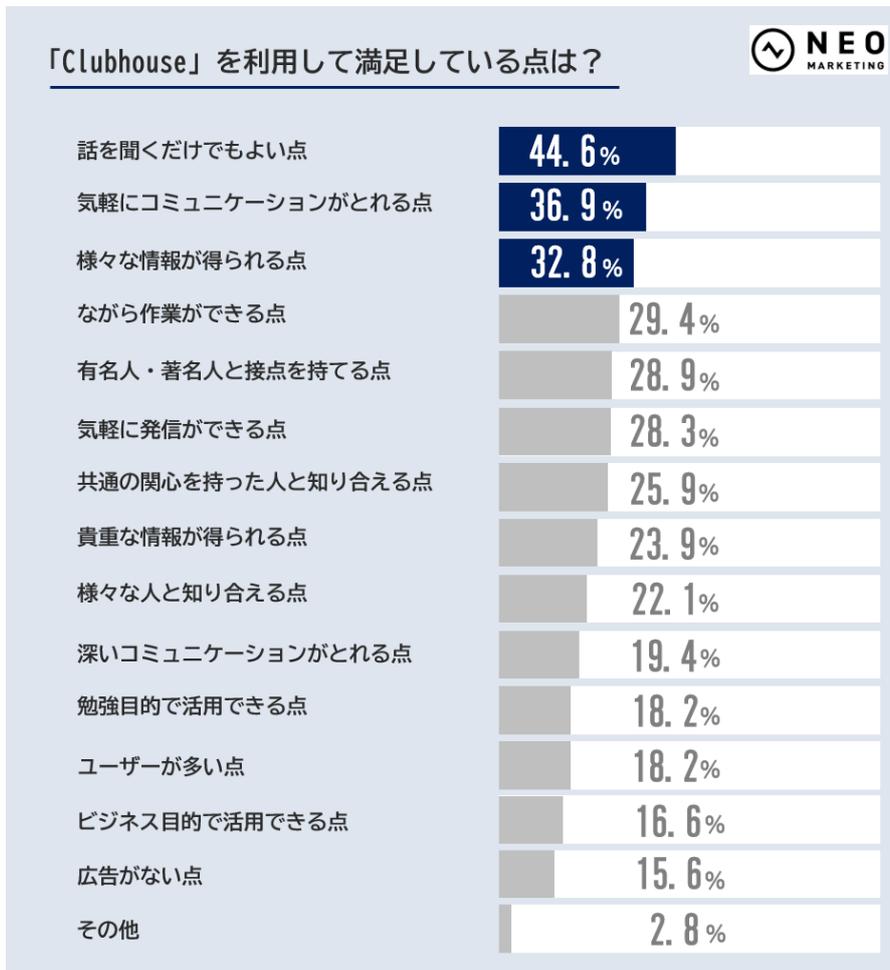
	Clubhouse 	Facebook 
1位 人と交流するため	16.9%	17.6%
2位 興味関心のある情報を得るため	14.9%	15.3%
3位 暇つぶしとして	14.5%	12.6%
4位 トレンドを知るため	11.4%	11.7%
5位 息抜きとして	9.2%	7.4%

	Twitter 	Instagram 	TikTok 
1位 興味関心のある情報を得るため	19.2%	14.6%	19.2%
2位 人と交流するため	12.9%	12.7%	13.1%
3位 トレンドを知るため	11.9%	12.5%	12.3%
4位 暇つぶしとして	11.7%	11.3%	11.9%
5位 知人の近況を知るため	8.8%	10.5%	10.4%

各 SNS の利用目的については、それぞれの SNS の特徴が表れています。Clubhouse は人との交流を目的に利用している方の割合が高く、その点では Facebook と共通しています。

Twitter は情報収集目的で利用している方が多く、Instagram は情報収集、暇つぶしという 2 つの目的で利用している方が多いようです。TikTok は暇つぶしや息抜きを目的として利用している方の割合が高く、他の SNS とはやや異なる特徴を持っているといえます。

「Clubhouse」の満足点・メリット



Clubhouse を利用して、満足している点を伺いました。すると、音声でコミュニケーションがとれる SNS ではあるものの、「話を聞くだけでもよい点」「気軽なコミュニケーションがとれる点」「様々な情報が得られる点」が特に評価されていることがわかります。また、他の SNS と比較したとき Clubhouse にどのようなメリットがあるか伺ったところ、情報源として他では得られないような情報が得られるということ、文章の SNS とは異なり、文字を推敲することが無いので気軽に、かつ声をういた深いコミュニケーションがとれること、などの回答がありました。

【自由回答の一部抜粋】

- ・ラジオ感覚で聴ける（40代、男性）
- ・ラジオ感覚で聴くだけでも大丈夫なので、ながら利用ができるのが便利（40代、女性）
- ・声を主題にしている分、深いつながりが生まれる（30代、男性）
- ・テレビなどのメディアとは異なり、また、文字での SNS とは異なり、直接話ができる点（30代、女性）
- ・有名人と話しが出来る（50代、女性）
- ・クローズドで運営できて質がさがらない（40代、男性）
- ・単なる遊び半分の SNS と違って しっかりとした意見を持っている人と交流ができるから（40代、女性）
- ・コロナ禍で対面で会話することが難しい中、Clubhouse なら心ゆくまで話することができること。（60代、男性）

「Clubhouse」のデメリット・懸念点

Clubhouse のデメリット・懸念点についても伺いました。今後解決されると思われる言語やデバイスに関する指摘の他、「会話する」ことへの抵抗、個人情報・セキュリティに関する懸念が多く挙げられています。また、招待制であるがゆえに、周囲の人を積極的にまきこみにくいことや、文字ではなく音声によるコミュニケーションという点において日常生活との境が無くなる、などの不安や懸念点を持つ方もいました。

今後 Clubhouse がどのような SNS であろうとするのか、その方針によってこれらの Clubhouse の懸念事項への対応は変わってくるでしょう。

【一部抜粋】

- ・ Android 非対応 (20 代、女性)
- ・ 英語ばかりでわかりにくい (10 代、女性)
- ・ まだ使っている人が少ない (60 代、男性)
- ・ サーバーが落ちやすい 30 代、男性)
- ・ セキュリティや詐欺行為 (40 代、男性)
- ・ プライバシーの保護などが心配です (30 代、女性)
- ・ 記録をとれない。著作権侵害や誹謗中傷などがあっても後から分からない。(50 代、男性)
- ・ 招待枠が少ない (30 代、女性)
- ・ 様々な情報による勧誘 (50 代、男性)
- ・ room で指名されると話さないといけない (50 代、男性)
- ・ 依存しやすい (30 代、男性)

■この調査のその他の質問

- ・ 普段利用している SNS
- ・ 各 SNS の 1 日の平均利用時間
- ・ Clubhouse の推奨度

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■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。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL : <https://neo-m.jp/>