

報道関係各位
14-2011

2008年10月9日
株式会社ネクスト

地域コミュニティサイト「Lococom」調査報告

「踏み逃げ」を許せない既婚ビジネスマンと、 「内輪」で盛り上がりたい専業主婦 SNS・コミュニティサイトへの帰属意識の差はどこから来るか ～ SNS、コミュニティサイト利用者の実態・意識調査～

地域コミュニティサイト「Lococom」と、住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」を運営する株式会社ネクスト(本社:東京都中央区、代表取締役社長:井上高志、東証マザーズ:2120)では、全国の都市部に在住しSNS、コミュニティサイトを利用している男女を対象に、年代や層別に見られるSNSの利用意識や帰属意識の違いについての調査を実施いたしました。

このたび、調査結果をまとめましたので、ご報告いたします。



カット:和國

“SNS、コミュニティサイト利用者の実態・意識調査”

<http://homesclub.next-group.jp/research/research/2008/20081009.php>

< 調査概要 >

調査対象 : 全国都市部在住の、普段SNS、コミュニティサイト等を日常的に利用している20歳以上の男女。
調査手法 : インターネット調査
有効回答数 : 999人 (男性:425人、女性:574人)
調査時期 : 2008年06月20日(金)～2008年06月21日(土)

< 主な調査結果 >

1. 足跡機能の『踏み逃げ』を最も嫌うのは社会人既婚男性

互いのマイページへの訪問履歴が分かる「足跡機能」については、SNS・コミュニティサイトユーザー全体の46.5%の人が「行動を監視されているようで嫌だ」と回答しています。一方で社会人既婚男性の27.9%が、「足跡機能は必要だ」と回答しています。「足跡だけ残してコメントを残さない人には腹が立つ」という回答割合が一番高いのは社会人既婚男性、次いで専業主婦層という結果になりました。1割以上の11.6%の社会人既婚男性が、「踏み逃げ」について「腹が立つ」と回答しています。

2. 日記を内輪公開に留めたいのは専業主婦層、最も漏えいや炎上に不安を感じているのは学生層

社会人既婚男性層の32.1%が日記を「全員に公開している」と回答しているのに対し、専業主婦層の日記の全公開は18.4%と、他の層と比較して最も少ない割合の回答に留まっています。逆に専業主婦の53.8%が、日記を「友人のみ公開、もしくは部分公開に限定している」と回答しています。

SNS・コミュニティサイトからの情報漏えいの危険性については、ユーザー全体の45.9%が「不安がある」と回答しています。特に学生層の過半数が「不安」と回答しているようです。

特別コラム: SNSを通して変化するヒューマンネットワーキングの多様性と断絶性 (P.6)

1. 「足跡」機能について

足跡機能の『踏み逃げ』を最も嫌うのは社会人既婚男性

図1. SNS・コミュニティサイトに対する捉え方1
(行動範囲や知識)

(n=999)

		【A】SNS・コミュニティサイトに加入しても既に行動範囲や知識は広がっている			【B】SNS・コミュニティサイトを通じて行動範囲や知識が広がった		
		【A】に非常に多い	【A】にやや多い	どちらともいえない	【B】にやや多い	【B】に非常に多い	
性別	全体	9.2	12.3	35.6	31.5	11.0	
	男性	9.4	12.7	31.4	25.3	9.2	
	女性	9.1	12.0	34.7	31.9	13.4	
職業	学生	6.5	6.4	38.3	31.9	14.9	
	専業主婦	7.8	11.7	34.1	34.1	12.6	
	社会人既婚女性	7.2	15.6	31.3	31.3	14.1	
	社会人既婚男性	8.8	12.1	33.4	35.6	7.9	
	社会人未婚女性	10.9	10.9	24.5	24.8	18.9	
	社会人未婚男性	14.4	13.5	36.6	24.1	13.3	
	その他	9.9	12.3	37.8	32.1	9.6	

既存の知識やコミュニケーションを深める場として捉えられているSNS・コミュニティサイトを通じて「行動範囲や知識が広がった」と感じている人は、SNS・コミュニティサイトユーザー全体の42.6%でした。(図1)

一般的にSNS・コミュニティサイトをポジティブに捉える傾向は女性の方が強いようです。

それではSNS・コミュニティサイト上でのコミュニケーションの実態やSNS・コミュニティサイト上でコミュニケーションを行う上での懸念点はどのようなものでしょうか。

図2. 足跡について(その1) (n=999)

		【A】足跡機能は自分の行動を監視されているようで嫌だ			【B】足跡機能は友人の行動などや自分のページに来た人の動向が分かるので必要だ		
		【A】に非常に多い	【A】にやや多い	どちらともいえない	【B】にやや多い	【B】に非常に多い	
性別	全体	24.2	22.3	30.9	14.6	8.0	
	男性	24.5	19.8	30.1	16.5	10.1	
	女性	24.9	24.9	31.4	13.2	6.4	
職業	社会人未婚女性	28.8	24.4	25.6	14.1	7.1	
	学生	22.8	29.8	21.3	17.6	8.6	
	専業主婦	24.7	24.2	32.3	12.6	8.3	
	社会人既婚男性	25.8	21.1	25.1	18.4	8.5	
	社会人既婚女性	19.9	27.3	35.9	12.5	6.5	
	社会人未婚男性	25.3	13.2	35.1	15.9	10.9	
その他	17.3	23.5	38.3	12.3	8.6		

互いのマイページへの訪問履歴が分かる「足跡機能」については、SNS・コミュニティサイトユーザー全体の46.5%の人が「行動を監視されているようで嫌だ」と回答しています。(図2)

特に男性よりも女性の方が「監視されているようで嫌だ」と捉える傾向が強いようです。

一方では社会人既婚男性の27.9%が、「足跡機能は必要だ」と回答しています。

「足跡」だけを残して日記やその他に対するコメントを残さないいわゆる「踏み逃げ」については、全体の過半数(62.2%)のSNS・コミュニティユーザーが「気にしない」と回答しています。(以下図2)

9月にネクストが発表した『SNS・コミュニティサイトの利用実態と意識調査(前編)』では、自分自身の学校名などの情報を開示することやリアル社会の友人知人と互いにSNS上で検索しあうことなどに対して学生層の受容性が高いことを明らかにしてきました。

今回の結果から学生層の「踏み逃げ」に対する意識を見てみると、「気にしない」と回答する割合は72.3%と、他の層と比較して「踏み逃げ」に対する許容度が非常に高い結果となっています。

また、『SNS・コミュニティサイトの利用実態と意識調査(前編)』でリアル社会の友人知人と検索しあうことについて学生の次に受容性の高い回答結果が得られたのは社会人未婚女性層でした。今回の調査で社会人未婚女性層の「踏み逃げ」に対する許容度を見てみたところ、学生同様に、他の層と比較して非常に高い結果となっています。

逆に、「足跡だけ残してコメントを残さない人には腹が立つ」という回答割合が一番高いのは社会人既婚男性、次いで専業主婦層という結果になりました。

1割以上の11.6%の社会人既婚男性が、「踏み逃げ」について「腹が立つ」と回答しています。

図3. 足跡について(その2) (n=999)

		【A】足跡だけ残してコメントを残さない人には腹が立つ			【B】足跡が残っていてもコメントの有無は気にしない	
		【A】に非常に近い	【A】にやや近い	どちらともいえない	【B】にやや近い	【B】に非常に近い
全体	(999)	2.6	6.7	28.4	20.9	41.3
職業	社会人既婚男性	3.2	8.4	32.7	16.3	38.4
	専業主婦	4.5	4.9	33.2	22.9	34.5
	社会人未婚男性	2.3	6.9	28.7	22.4	39.7
	社会人既婚女性	1.8	6.3	28.9	22.7	41.4
	学生	2.1	6.4	19.1	19.1	53.2
	社会人未婚女性	1.3	6.4	19.9	20.5	51.9
	その他	(81)	2.1	8.6	23.5	22.2

2. 日記公開範囲と利用意識

日記を内輪公開に留めたいのは専業主婦層、
最も漏えいや炎上に不安を感じているのは学生層

それでは訪問者からコメントを残してもらうことに繋がる「日記」の公開範囲について、SNS・コミュニティサイトユーザーの意識と行動はどうなっているのでしょうか。

図4. SNS・コミュニティサイト上での日記の公開範囲 (n=999)



前項の「足跡」に対する意識では「踏み逃げ」に対する許容度が共に低かった社会人既婚男性、専業主婦ですが、両者の間で「日記の公開」に対する意識はかなり乖離のあることが分かります。

社会人既婚男性層の32.1%が日記を「全員に公開している」と回答しているのに対し、専業主婦層の日記の全公開は18.4%と、他の層と比較して最も少ない割合の回答に留まっています。逆に専業主婦の53.8%が、日記を「友人のみ公開、もしくは部分公開に限定している」と回答しています。

SNS上で「趣味」や「日記」を起点とした比較的オープンなコミュニケーションを取りつつ、互いのページ訪問者に対しては一定の礼儀を求める社会人既婚男性と、「内輪」・「身内限定」意識を非常に強く持ちながら自分のページ訪問者や身内の動向は気にかかる専業主婦層、と見ることができません。

他の層を見てみたところでは、社会人未婚女性層は日記の公開については専業主婦に次いで「限定」意識が高くなっています。一方で自分のページ訪問者の「踏み逃げ」に対する許容度は高く、自身のセキュリティ確保とSNS・コミュニティサイトの利便性を共に確保しつつ活用している様子が伺えます。

SNS・コミュニティサイトからの情報漏えいの危険性については、SNS・コミュニティサイトユーザー全体の45.9%が「情報の漏えいや炎上に対する不安がある」と回答しています。これまで見てきた結果から学生層はSNS・コミュニティサイト上でのコミュニケーションに対して非常に柔軟な意識を持っていることが分かりましたが、SNS上で学生の書いた日記を元にした炎上事件などが相次いで報道されていることを受けてか、情報漏えいや炎上に対する不安は他の層と比較して一番高い結果になっています。

図5 . SNS・コミュニティサイトへのセキュリティ不安 (n=999)

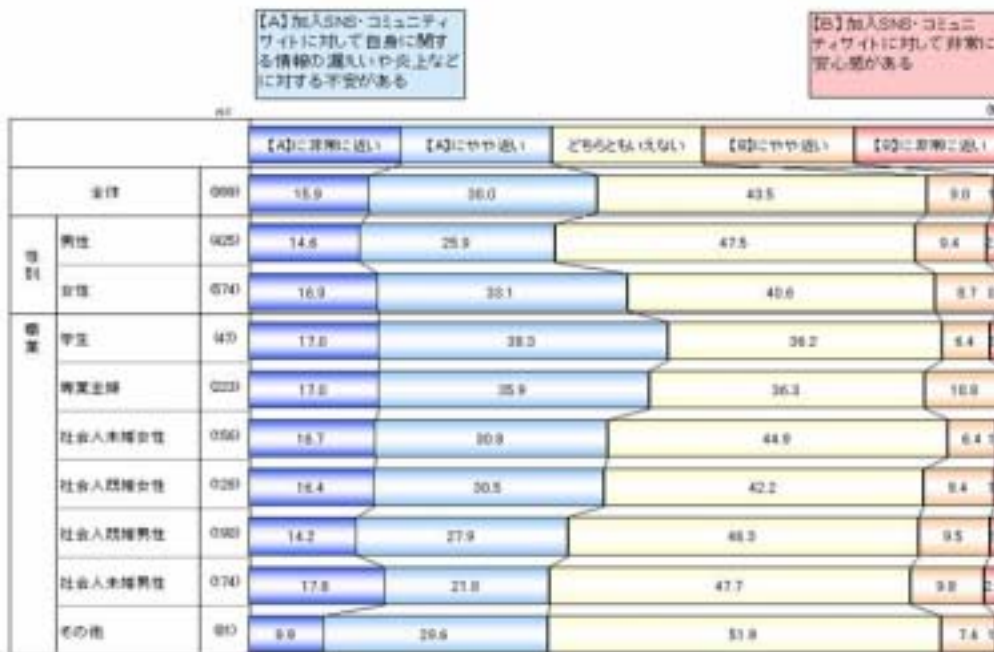


図6 . SNS・コミュニティサイトへの帰属意識 (n=999)

今後の利用意識についてはどうでしょうか。

全体の14.1%が「SNS・コミュニティサイト無しには生活が成り立たない」と回答する一方で、「SNS・コミュニティサイトは別に生活に無くてもよい」とする回答は全体の38.6%と、「生活が成り立たない」とする層の3倍近い回答結果になりました。



「SNS・コミュニティサイト無しには生活がなりたたない」と回答した割合が一番高いのは専業主婦層という結果になりました。逆に「SNS・コミュニティサイトは別に生活に無くてもよい」と回答した割合が一番高いのは社会人既婚男性、学生層という結果になります。

オープンなコミュニケーション方式を取る社会人既婚男性層と柔軟な意識を持つ学生層ですが、同時にSNS・コミュニティサイト自体に対する愛着はそう高くない様子が見て取れます。

SNSを通して変化する ヒューマンネットワーキングの多様性と断絶性



株式会社ネクスト
金 相集

< 経歴 >

1997年以降、日本国内大手ポータルサイトのコミュニティ制作・開発を手掛ける。日本国内のみならず、1,000万ユーザーを超える海外のコミュニティサイトの構築実績も持つ。

今までのヒューマンネットワーキング(人と人、組織と組織、組織と人の結びつき)における研究および動向分析は、主として世代(性別を含む)、地域、経済活動という3つの観点から行なわれてきました。

従来、ヒューマンネットワーキングの構造および変化は、社会学、政治学、経済学などの観点から学説的に研究されてきた理論です。しかし近年では組織経営やサービス・商品販売といった実践的な分野への応用が進み、マーケティングやブランディングの新たな手法が次々と誕生しています。とりわけネットコミュニティサイトではその動きが顕著に見られ、世代や地域に特化したり、経済活動範囲にフォーカスしたりするなど、様々な角度からヒューマンネットワーキングを切り取った形でのサービスが現れています。

今回の調査結果から、世代や経済活動環境の違い(専業主婦、学生、社会人など)がネット上での人間関係志向の違いに結びついていることが明らかになりました。「足跡」は訪問履歴であると共に、外部(面識のない第三者)との新しいつながりをもたらす機能であり、交友関係を拡充するきっかけになり得るものです。しかし、足跡を気にしているユーザーが一様に交友関係の拡充を望んでいるわけでは必ずしもないようです。

専業主婦層は日記の公開範囲を友人のみに限定しているのに対し、社会人既婚男性層は全体に公開している傾向が高い。つまり、前者はネット上でも内輪の人間関係に関心が高い一方で見知らぬ第三者との新たな関係構築に対しては消極的な傾向があり、内輪同士の行動ウォッチと見知らぬ第三者への警戒の両方の意味を含めて足跡を気にしていると考えられます。一方後者は外輪ネットワーキング志向性が高く、自分の趣味や関心ごとを軸とした新たな人間関係への訴求が強いがゆえに、足跡を気にしていると考えられます。

足跡や日記の公開レベルだけでヒューマンネットワーキングの多様性や断絶性を究明することは勿論できませんが、このような断片的な事例を拾っていけば、ネットを通して変化しつつある人間関係が把握でき、様々な方面で活用されるようになるのではないのでしょうか。

< その他の経歴 >

学歴

2004年 3月 東京工業大学社会理工学研究科博士課程修了(学術博士)
2004年 4月 東京工業大学21世紀COEプログラム研究員就任(ネットコミュニティ構造論研究)
2005年 3月 東京工業大学21世紀COEプログラム研究員退任

受賞経歴

2002年日本社会情報学会学位論文賞受賞、2003年同学会研究発表賞受賞、2005年同学会研究論文賞受賞

著書

『インターネットと<世論>形成』(共著、2004年)、「間メディア性とメディア公共圏の変化」、日本社会学会『社会学評論』No54(2)など多数

< 現在 >

株式会社ネクストにおいて、社会のあり方をコミュニティ2.0(自立共生を促すネット革命)という新しい価値観を通して変えるべく、地域コミュニティサイトLococom(<http://www.lococom.jp/>)を運営しています。

「HOME'S」とは:

北海道から沖縄まで、全国約100万件の不動産物件情報を検索できる、日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイトです。楽天市場、infoseek、Nifty、BIGLOBE、OCN、ODN、So-net、Excite、asahi.com、毎日.jp、駅前探険倶楽部、ascii24、オリコン等約30のサイトと提携しています。

< 会社概要 >

社名 : 株式会社ネクスト
証券コード : 2120 東証マザーズ
設立 : 1997年3月12日
代表者 : 代表取締役社長 井上 高志
資本金 : 1,982百万円
所在地 : 〒104-6215 東京都中央区晴海1-8-12
晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワーZ棟 15階
連絡先 : 電話: 03-6204-4040(代) FAX: 03-6204-3963
URL : <http://www.next-group.jp/>
事業内容 : 不動産ポータル事業
・日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイト「HOME'S」の企画・運営
・賃貸物件情報ポータルサイト「HOME'S賃貸」の企画・運営
・売買物件情報ポータルサイト「HOME'S不動産売買」の企画・運営
・新築分譲マンションポータルサイト「HOME'S新築分譲マンション」の企画・運営
・新築分譲マンションポータルサイト「イースマイドットコム」の企画・運営
・新築分譲戸建住宅ポータルサイト「HOME'S新築一戸建て」の企画・運営
・不動産投資ポータルサイト「HOME'S不動産投資」の企画・運営
・不動産オークションサイト「HOME'Sオークション」の企画・運営
・高齢者施設・住宅情報サイト「HOME'S介護」の企画・運営
・「マンション100%」の企画・運営
地域コミュニティ事業
・地域コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営
その他事業
・「HOME'S マイルーム保険」の企画・運営
・「HOME'S保険生活」の企画・運営
・「HOME'S引越し見積もり」の企画・運営
・Web広告プロモーション、バナー広告の企画提案
関係会社 : 株式会社ウィルニク、株式会社レンターズ、株式会社ネクストフィナンシャルサービス

< 本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社ネクスト 管理本部 コーポレートコミュニケーション室
広報担当 塚田
TEL: 03-6204-4067 FAX: 03-6204-3963
E-MAIL: press@next-group.jp