

NEWS RELEASE

ネットづきあいは、お疲れ気味？
「気軽な会話」で注目されるミニブログは話題提供型コミュニケーションサイト
～NTTアド ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)とミニブログの利用実態を比較調査

株式会社エヌ・ティ・ティ・アド(以下「NTTアド」 東京都品川区、代表取締役社長:中山哲夫)は、『ソーシャルネットワーキングサービス(以下 SNS)とミニブログ』という2つのネットコミュニケーションサービスの利用実態について調査を実施いたしました。

調査は、2007年10月12日～16日に10代～50代の男女個人のSNS利用者を対象とし、SNS利用の変化と、ミニブログの利用状況、利用者の友達意識などについて、インターネットアンケート方式で行ない、有効回答者数は443人でした。

ミニブログとは、短文のメッセージや日記などを書き込む簡易型ブログで、2006年秋アメリカで始まった「Twitter(トゥイッター)」に続き、日本でも今年4月以降、様々な企業がサービス提供を始めました。参加者はサービス会社から提供される無料のホームページに、思いついたことなど1行程度の短文で書き、それに反応した会員がまたコメントを書くなどして、サイト上で会話のようにやりとりをすることができます。

利用者が716万人(総務省「ブログおよびSNSの登録者数」2006年3月発表)を超えたSNSは、幅広い年齢層にまで利用が拡大しましたが、その一方、「反応をやりとりするつきあいに疲れた」というような「SNS疲れ」という言葉も耳にするようになりました。ミニブログは、ネットコミュニケーションの多様性を広げるとともに、「SNS疲れ」した利用者への1つの代替サービスとしても注目されます。

NTTアドでは、これからも、現在進行形のコミュニケーションが、社会・文化・消費に与える影響について様々な視点で調査研究を続けます。

<調査対象者>

インターネットでSNSを利用している男女個人443名 ※性年代別割付は後述

①ミニブロガー(ミニブログ利用者) 227名 ②SNSのみ利用者 216名

〈調査のまとめ〉

I SNS 利用頻度の変化

- ①SNS の利用頻度は、長期的に見ると「減」傾向
- ②SNS 利用減少の理由は「記録が残る」「本音が書きづらい」「飽きた」

II ミニブログと SNS との利用実態比較

- ①ミニブログの利用は平均 1 日 1.8 回、計 19.5 分。SNS 利用より、頻度も時間も少ない。
- ②ミニブログの友達登録数は平均 15 人と、SNS への登録数の約 2/3。登録にはこだわらずに気軽にコミュニケーション？
- ③ミニブロガーは人なつっこい？ 自ら話題を提供し、積極的にコミュニティへ参加。
一方 SNS の利用目的は多岐に広がる。
- ④ミニブロガーは“名前を知らなくても友達”。SNS ユーザーは、友達に心のつながりを求める

日々のちょっとした話題を、気軽にやりとりできる誰かを探して、ネットユーザーがたどり着いたコミュニケーションサイト「ミニブログ」。ここでは、心の中に踏み込まれること・踏み込むことを互いに避けた いまどきの“社交術”がくりひろげられていることが、調査からうかがわれました。

<調査結果抜粋>

I SNS 利用頻度の変化

①SNS 利用頻度は、「減」傾向が「増」傾向を上回る (図1&2)

全対象者に、現在の SNS の利用頻度について、以前と比べて変化しているかどうか聞いたところ、全体の 51.0%は「変わっていない」というものだったが、「減った」という回答も 30.5%あり、逆に「増えた」は 18.5%に留まった。更に今後については、「同じくらい」が全体の 78.6%と大半ではあったが、「減らそうと思う」は 16.5%、「増やそうと思う」は 5.0%となり、減少傾向が増大傾向を上回った。

図1 現在のSNS利用頻度は、以前と比べて変化しましたか [SA] (N=443名)

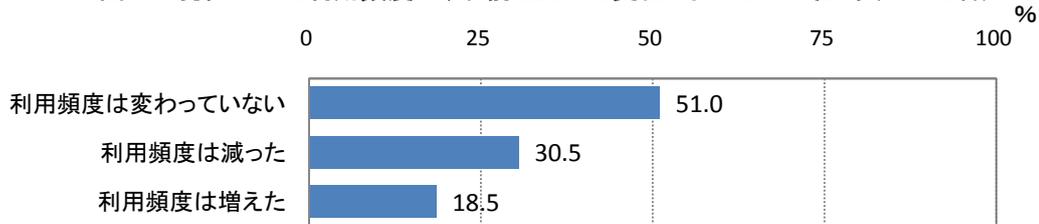
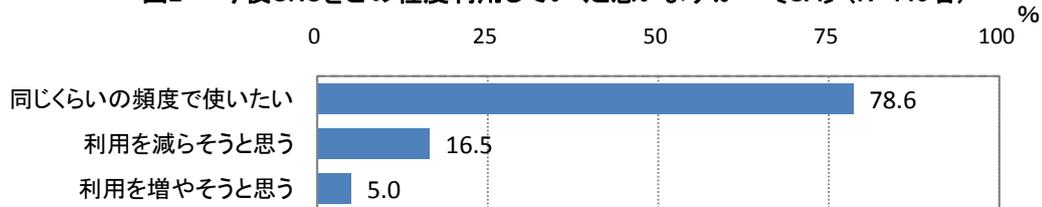


図2 今後SNSをどの程度利用していくと思いますか [SA] (N=443名)

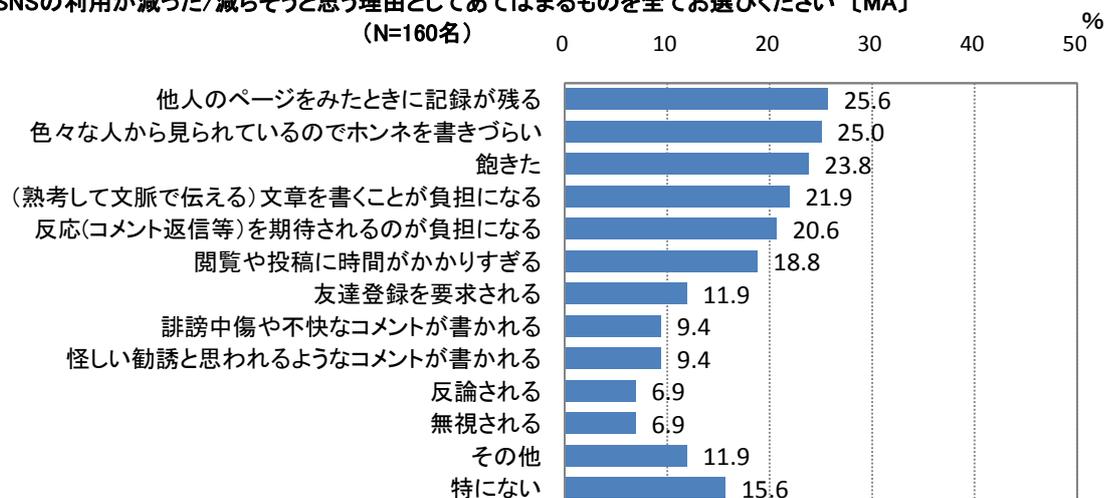


②利用減少の理由は、「記録が残る」「本音を書きづらい」と「飽きた」 (図3)

SNS 利用が「以前に比べ減った」あるいは「今後減らそうと思う」理由として、「他人のページを見たときに記録が残る」25.6% 「ホンネを書きづらい」25.0% 「飽きた」23.8% 「(熟考して文脈を伝える)文章を書くことが負担」21.9% 「反応(コメント返信等)を期待されるのが負担」20.6% などが上位を占めた。

SNS利用への目新しさが薄れただけでなく、読む側としても書く側としても圧迫感・負担感 (いわゆる“SNS 疲れ”) が生じていることがうかがわれる。

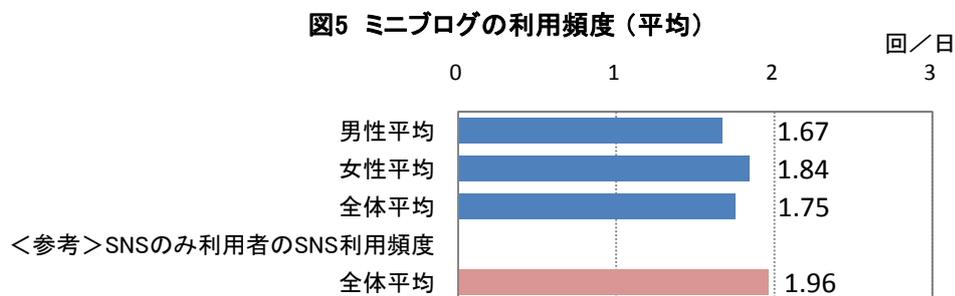
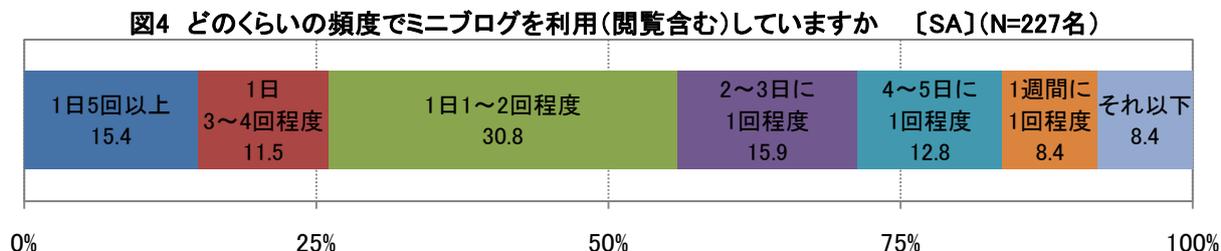
図3 SNSの利用が減った/減らそうと思う理由としてあてはまるものを全てお選びください [MA] (N=160名)



II ミニブログとSNSとの利用実態比較

①ミニブログの利用は、SNS利用をやや下回る 平均1日1.8回 (図4&5)

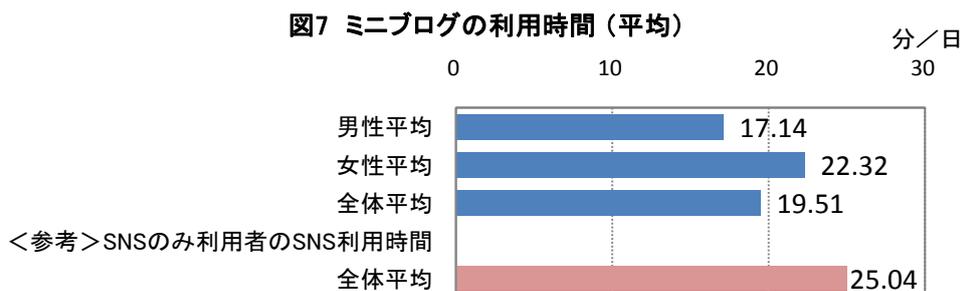
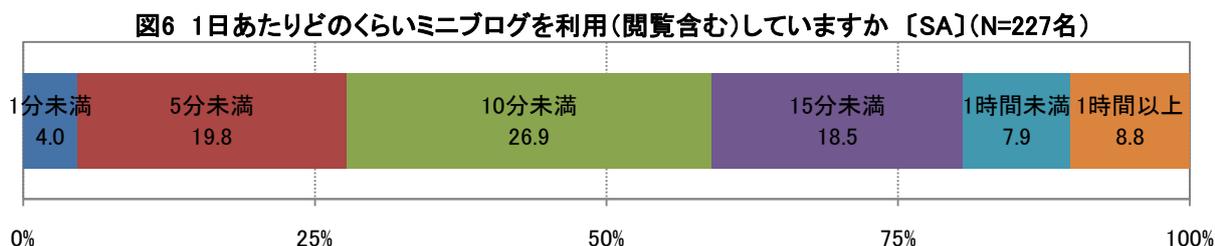
閲覧も含めたミニブログへのアクセス頻度は、「1日1~2回程度」という回答が30.8%と最も多かった。平均すると1日1.75回となり、SNSのみ利用者の平均1.96回をやや下回っている。



②ミニブログでは短いメッセージをやりとり。利用時間は1日平均19.5分で、SNSより5分以上短い。(図6&7)

ミニブログ利用時間については、「10分未満」が26.9%と最も多く、次いで、「5分未満」19.8%、「15分未満」18.5%という結果であった。

ミニブロガーの平均利用時間19.5分/日は、SNSのみ利用者におけるSNS利用25.0分と比べ5分以上短く、短いメッセージでやりとりするミニブログの特性が現れた結果と考えられる。



③ミニブログの友達登録数は、平均 15 人で、SNS の平均 23 人を大幅に下回る。 (図 8)

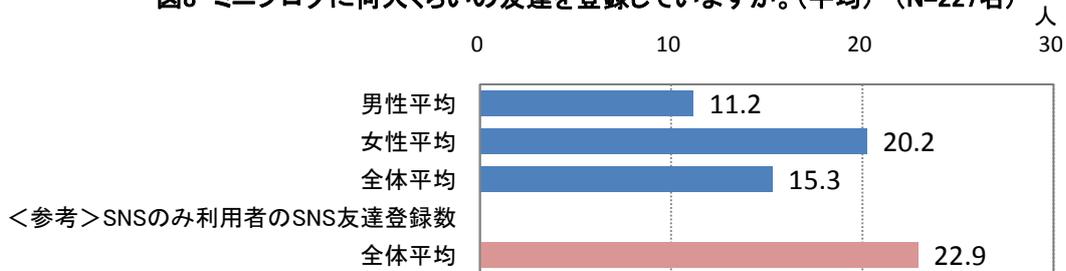
ミニブログに登録している友達の数は、平均 15.3 人。

男性平均 11.2 人に対し、女性平均は 20.2 人と、男性を大きく上回った。

SNSのみ利用者の平均登録数 22.9 人(男性 23.9 人 女性 21.8 人)と比べ、ミニブログの方が男女ともに少ない。

利用経験(期間)の違いもあり一概には言えないところだが、ミニブログは全体公開が基本であり、友達登録にこだわらずに、気軽にいろいろな人とコミュニケーションを行っている可能性が高い。

図8 ミニブログに何人くらいの友達を登録していますか。(平均) (N=227名)



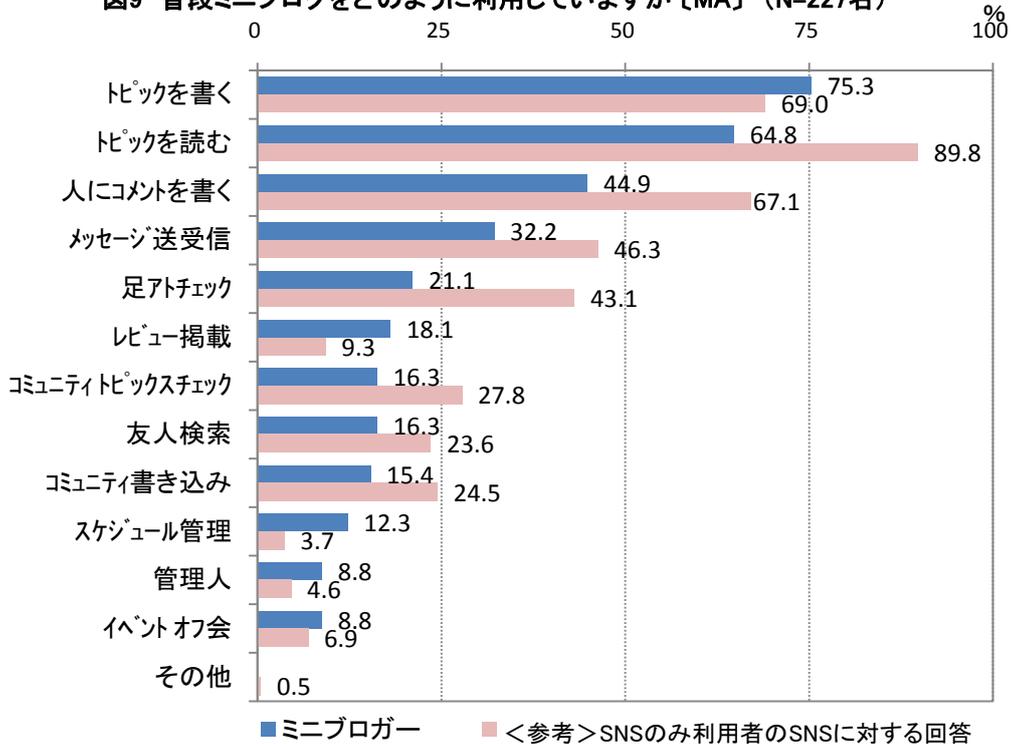
④ミニブログは、話題提供型で積極的なコミュニケーション参加が目的。SNS は多様な目的で利用。 (図 9)

普段、ミニブログをどのように利用しているのか質問した結果(複数選択)、「トピック(日記・記事)を書く」75.3% 「人のトピックを読む」64.8%などが主な利用法として浮かび上がった。

一方、SNSのみ利用者では、「トピックを読む」89.8% 「トピックを書く」69.0% 「人にコメントを書く」67.1%や、更に「メッセージ(連絡事項)の送受信」「足あとチェック」など多様な項目がピックアップされた。

「書く」ことが「読む」ことを上回っていることから、ミニブロガーは、自らが積極的に話題提供することで、コミュニティへの参加をはかっている様子が伺える。

図9 普段ミニブログをどのように利用していますか [MA] (N=227名)



⑤ミニブロガーは“名前を知らなくても友達”。SNS では友達に心のつながりを求める。 (図 10)

ミニブログでも SNS でも、クリック操作で行われる“友達登録”。では、そもそも、“友達”とは、どういう関係を指すのか、現実社会を含め、さまざまな対象を挙げ、“友達”と考えられる範囲を確認した(複数選択)。

ミニブロガーの特性を見るため、ここではSNSのみ利用者との回答差が大きいものをピックアップしてみた。

「面識はある(会って会話をしたことがある)が本名は知らない」関係も“友達”と考えるミニブロガーは、対象者の約1/4、24.7%だったが、これはSNSのみ利用者の値を大きく上回る。

逆に「意見や苦言をしてくれる」(差 16.1%)「悩みの相談ができる」(同 14.9%)「励ましてくれる」(同 14.4%) など“心のつながり=ソウルメイト”的關係については、SNSのみ利用者の回答率がミニブロガーを大きく上回った。

ネットで繋がっているだけで「友達」と感じるが、心の中にまで深く関わることは避ける——そんなミニブログ流“社交術”が見えてくるのではないだろうか。

図10 あなたにとって「友達」といえるものを全てお選びください【MA】



※ 友達の条件24項目を提示し、複数選択してもらった結果をもとに、ミニブロガー(N=227名)とSNSのみ利用者(N=216名)との差異が顕著な8項目をグラフ化。

<調査対象者 性年代別割付>

インターネットで SNS を利用している男女個人

①ミニブロガー(ミニブログ利用者) 227名

男性:10代 12名 20代 31名 30代 30名 40代 24名 50代 26名 計 123名

女性:10代 8名 20代 29名 30代 24名 40代 22名 50代 21名 計 104名

②SNSのみの利用者 216名

男性:10代 21名 20代 23名 30代 23名 40代 23名 50代 20名 計 110名

女性:10代 20名 20代 21名 30代 20名 40代 22名 50代 23名 計 106名

<問合せ先>

(株)NTTアド コミュニケーションプランニング局 (松縄・久米)

TEL 03-5745-7623

FAX 03-5745-7673

以上