

本リリースは、株式会社オールアバウト、NTT レゾナント株式会社の共同リリースです。
2社から重複して配信される場合がありますが、ご了承いただきますようお願いいたします。

Press Release

All About goo
http://allabout.co.jp/ www.goo.ne.jp

平成 20 年 1 月 22 日
株式会社オールアバウト
NTT レゾナント株式会社

【オールアバウト・goo リサーチ共同】50-60 代ミセス 1,000 人調査

50-60 代ミセスの携帯電話利用は親子中心

携帯メールの相手は「子ども」が 8 割、携帯電話で困ったとき「子どもに聞く」が 5 割

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO:江幡 哲也、ジャスダック証券取引所、証券コード:2454、以下「オールアバウト」と)、国内最大級のインターネットアンケート・サービス「goo リサーチ」を提供する NTT レゾナント株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:和才 博美)は「goo リサーチ」の登録モニターの 50-60 代ミセス(50 歳から 69 歳の既婚女性)を対象に「パソコンと携帯電話の利用に関するアンケート」を実施しました。

総括

50-60 代ミセスの携帯電話の所有状況は 87.1%と高く、メールの利用も「ほぼ毎日」(55.2%)と「週 1-2 回」(17.6%)を合わせると 7 割以上となっており、携帯電話が日常的なコミュニケーションツールとなっていることがわかった。また、携帯電話メールの相手は「子ども」(83.0%)、携帯電話の使い方は「子どもに教えてもらう」(42.6%)、携帯電話で困ったときは「子どもに聞く」(49.0%)など、子どもとの接点が多いことが特徴として挙げられる。一方でパソコンのインターネットサービスの利用目的としては「ネットショッピング」(77.3%)や「チケット購入」(47.4%)が高いが、今後の利用意向では「写真・映像の整理、編集」(29.3%)や「ブログ・ホームページの開設」(22.1%)が挙げられており、自己表現ツールとしての期待が高まっていることが伺える。

調査結果のポイント

1) 携帯電話の所有は約 9 割と高く、メールは「ほぼ毎日」が 5 割以上、メールの相手は「子ども」が中心

携帯電話の所有状況は、87.1%と 9 割近くに達しており、身近なツールとなっている。さらに携帯電話メールの利用は、55.2%が「ほぼ毎日」と回答、「週 1-2 回」(17.6%)を含めると 7 割以上となっており、日常的なコミュニケーションツールとなっていることがわかる。また、携帯電話メールでやりとりする際の相手は、「子ども」(83.0%)、「知人・友人」(73.5%)、「夫」(59.5%)の順に多く、家族や知人とのやりとりに利用されている様子が伺える。

2) 携帯電話の使い方の習得方法は 4 割以上が「子どもに教えてもらう」、携帯電話で困ったときは 5 割以上が「子どもに聞く」

携帯電話の習得方法は、「子どもに教えてもらう」(42.6%)と「手探りで何となく覚えた(独学)」(39.4%)が高くなっている。夫に教えてもらうのは、携帯電話(8.3%)よりパソコン(26.2%)の方が高い傾向にある。また、携帯電話で困ったときには「子どもに聞く」が 49.0%、次いで「本や雑誌で自分で調べる」が 18.8%という結果から、子どもを頼りにしている実態が明らかになった。

3) インターネット(パソコン)の利用目的は「ネットショッピング」、今後の利用意向は「写真・映像の整理、編集」

インターネットサービス(パソコン)の利用目的は、「ネットショッピング」(77.3%)や「チケット購入」(47.4%)が高い結果となった。また、今後の利用意向としては「写真・映像の整理、編集」(29.3%)や「ブログやホームページの開設」(22.1%)、「音楽の整理、編集」(22.0%)が高いことがわかった。

本件に関するお問い合わせ

株式会社オールアバウト 広報担当:立石 / 清水
TEL:03-5447-3770 FAX:03-5447-0034 e-mail: pr@im.allabout.co.jp

NTT レゾナント株式会社 ポータル事業本部 広報グループ
TEL:03-5224-5500 FAX:03-5224-5204 e-mail: pr@nttr.co.jp

All About 編集長 森川さゆりのコメント

従来、デジタルグッズには疎いイメージがあった50-60代のミセスですが、携帯メールを中心に利用頻度が高い様子が明らかになりました。そして、それを支えているのは「子ども」たちであり、友達親子といわれるような親しい親子関係の中で、利用が促進されていることが伺えます。また、パソコンのインターネットサービスの利用意向としては「写真・映像の整理、編集」や「ブログやホームページの開設」が高く、50-60代のミセスにとってインターネットは、サービスを享受する手段から自己表現ツールのひとつとして変化しつつあるようです。

All About について <http://allabout.co.jp/>

株式会社リクルートを大株主とする株式会社オールアバウトが運営、約500のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する情報を提供する総合情報サイトです。2001年2月15日にサイトオープンし、2007年7月には月間のユニーク・ユーザ数が1,660万人を突破しました。独自記事による展開を中心にシステムだけでは到達しない満足度へ“人”が編集・ナビゲートするサービスです。

goo リサーチについて <http://research.goo.ne.jp/>

ポータルサイト「goo」を運営するNTTレゾナントと、日本のリーディングシンクタンクである三菱総研の調査企画力、コンサルティング力が融合した、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスです。携帯電話でアンケートに答える「gooリサーチ・モバイル」モニター(7.7万人)、キーパーソンのビジネスマンを中心とする「gooリサーチ・ビジネス」モニター(5.1万人)、団塊世代・シニア層、ならびに若年層を中心とした郵送調査手法で回答する「郵送調査専属モニター」(3.5万人)を含め、192万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応しています。(モニターの人数はいずれも2008年1月現在)

調査概要

1. 調査対象：「gooリサーチ」登録モニター 50歳から69歳の既婚女性
2. 調査方法：非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間：平成19年12月17日～平成19年12月18日
4. 有効回答者数：1,076名
5. 属性：【年代】50-54歳33.9%、55-59歳33.9%、60歳以上32.2%

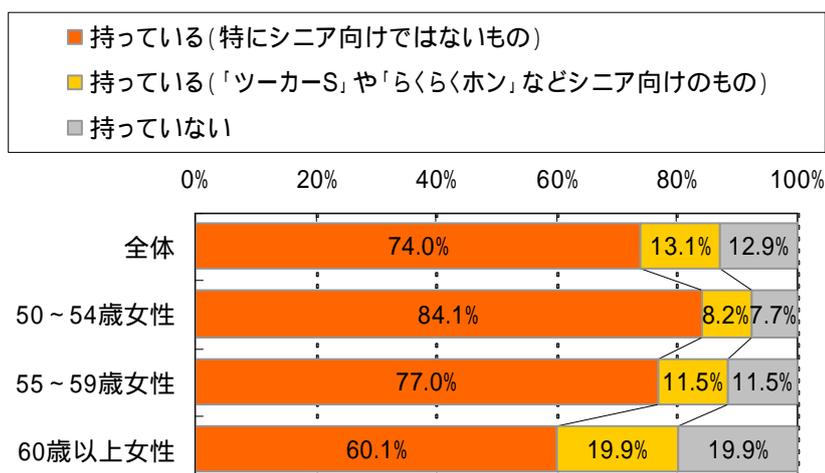
調査結果データ

1. 携帯電話の所有・利用状況について

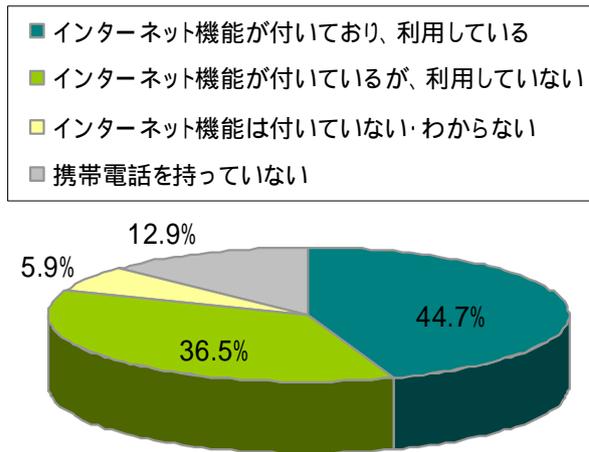
携帯電話やPHS(以下、携帯電話)の所有状況について尋ねたところ、全体では9割近い人が携帯電話を所有していることがわかった。シニア向けの携帯電話やPHSを持っている人は、全体では13.1%であったが、60歳を超えると19.9%となり50代と比較すると2倍近い所有状況となっている。

また、インターネット機能の有無について尋ねたところ、8割は「機能が付いている」と回答している一方で、「利用している」割合は44.7%にとどまり、機能が付いていても36.5%が実際には利用していないことがわかった。

携帯電話の所有状況 (n=1,076)



インターネット機能の利用状況 (n=1,076)

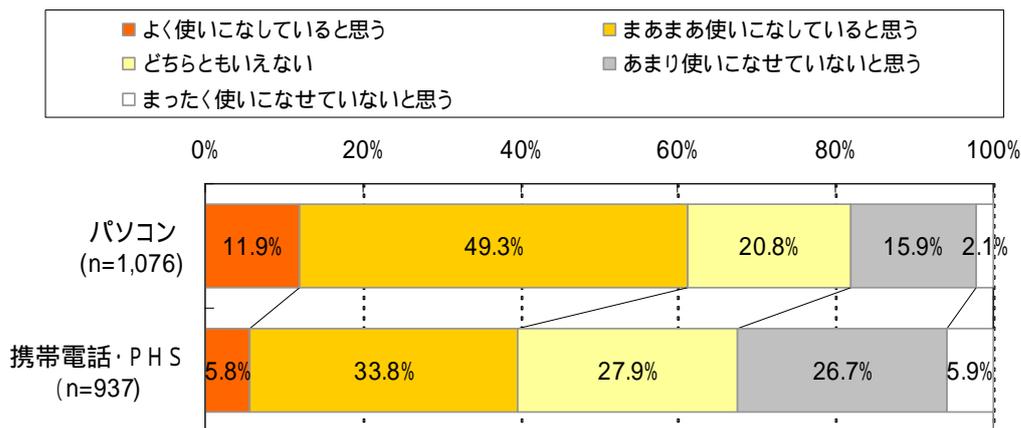


2.パソコンと携帯電話の利用状況の比較

1) 使いこなし度

パソコンや携帯電話について、使いこなしているか(以下、使いこなし度)を尋ねたところ、パソコンでは6割を超える人が使いこなしている(「よく」+「まあまあ」と回答している一方で、携帯電話では4割弱とどまっている。

パソコンや携帯電話の使いこなし度 (所有者のみ)

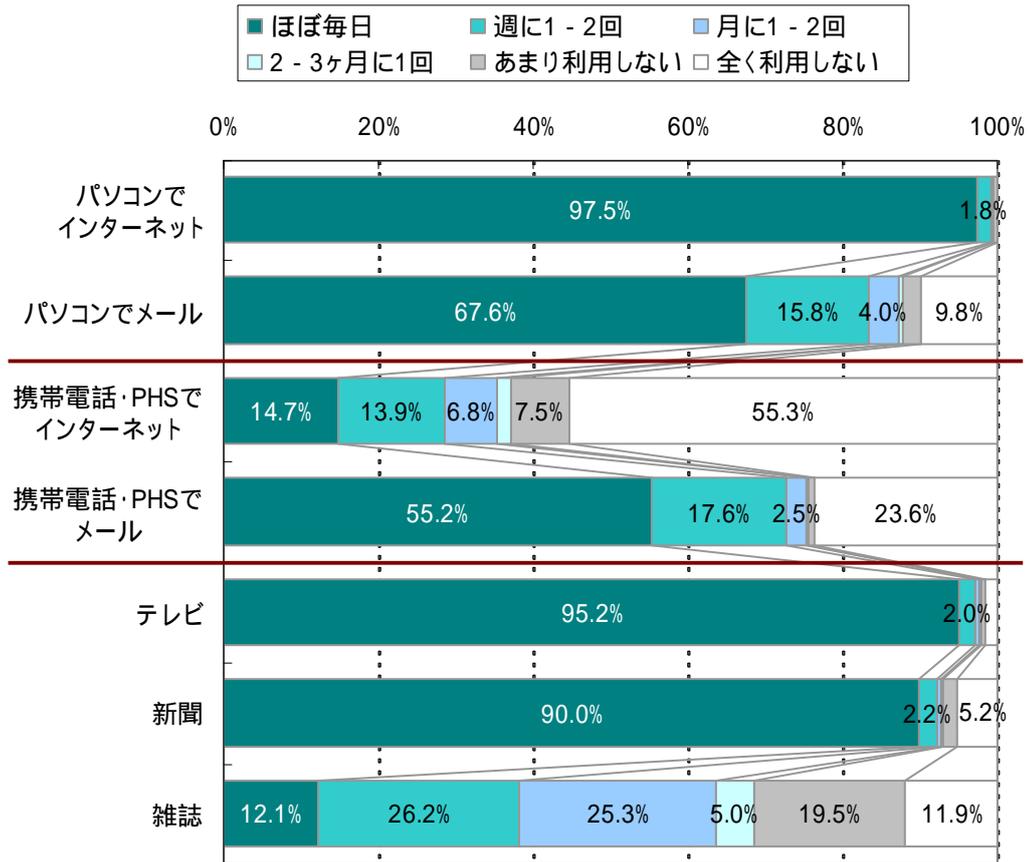


2) 利用状況

パソコンと携帯電話についてその利用状況を尋ねたところ、パソコンのインターネット利用は「ほぼ毎日」が97.5%と非常に高い結果となった。携帯電話でのインターネット利用は、「ほぼ毎日」が14.7%、「週に1-2回」を合わせても28.6%とパソコンに比べ低い結果となっており、利用できる環境にはあるものの利用されていない実態が明らかとなった。一方で携帯電話メールの利用は、「ほぼ毎日」(55.2%)と「週1-2回」(17.6%)を合わせると7割以上となっており、不可欠なコミュニケーションツールとなっていることがわかる。

また、従来からある情報源をみると、テレビや新聞には9割の人が「ほぼ毎日」接している一方、雑誌は「ほぼ毎日」(12.1%)と「週に1-2回」(26.2%)を合わせても4割弱となっている。

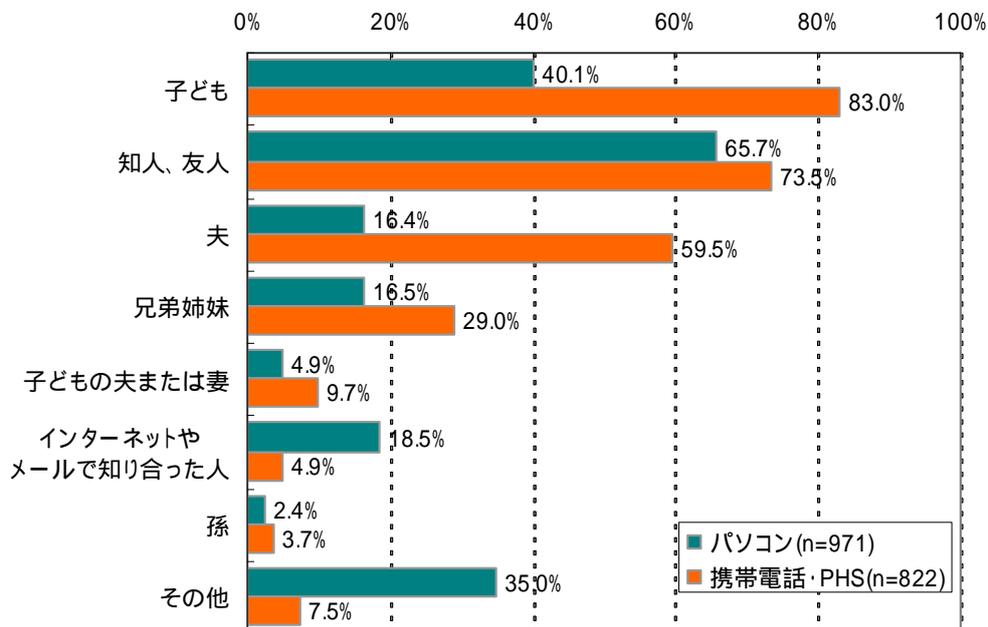
パソコンと携帯電話の利用頻度 (n=1,076)



3)メールのやりとりをする相手

パソコンと携帯電話それぞれについてメールでやりとりする際の相手を尋ねたところ、パソコンでは「知人・友人」(65.7%)、「子ども」(40.1%)の順に高い結果となっている。一方で携帯電話のメール相手は、「子ども」が83.0%と最も高く、次いで「知人・友人」(73.5%)、「夫」(59.5%)が続いており、家族や知人とのやりとりに多く利用されている様子が伺える。

メールのやりとりをする相手 (それぞれメール利用者のみ)

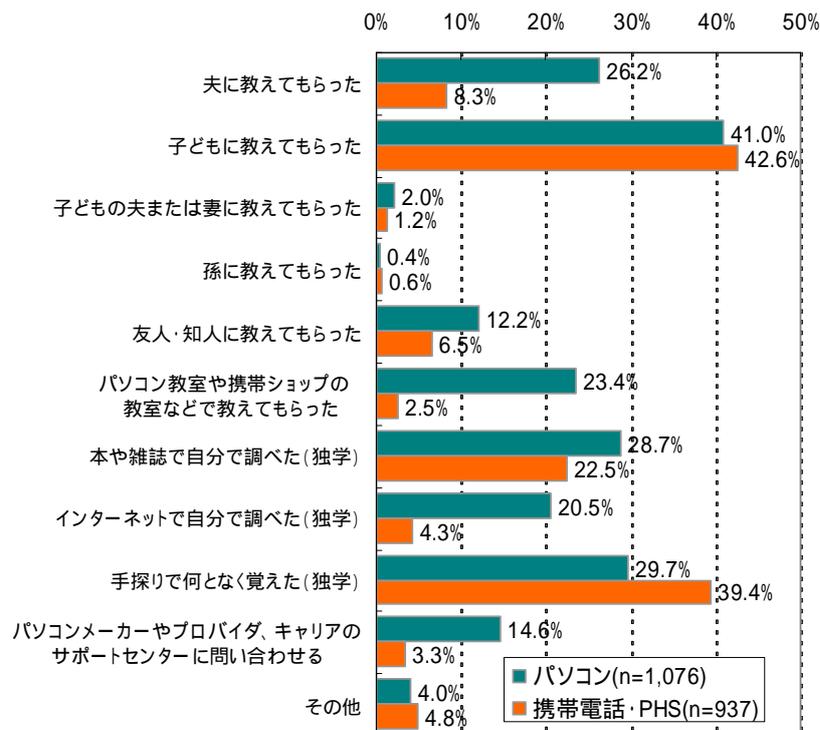


3.パソコンと携帯電話の習得方法、困ったときの相談相手

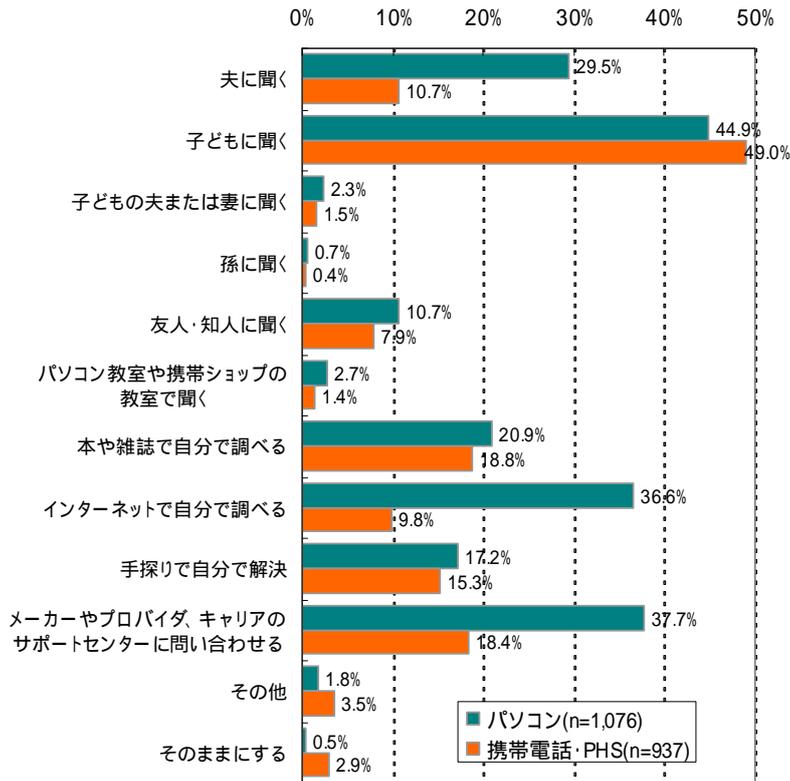
パソコンや携帯電話の使い方についてどのようにして習得したか、また困った際どのようにしているかについて尋ねた。使い方の習得方法については、パソコン・携帯電話ともに「子どもに教えてもらった」(41.0%、42.6%)が最も高く、次いで「手探りで何となく覚えた(独学)」(29.7%、39.4%)が続いた。パソコンに関しては、携帯電話に比べて、「教室で教えてもらった」(23.4%)や「夫に教えてもらった」(26.2%)も高い傾向にある。

困ったときの対応としては、パソコン・携帯電話ともに「子どもに聞く」がそれぞれ44.9%、49.0%と最も高い結果となった。次いで、パソコンでは、「問い合わせる」(37.7%)、「インターネットで自分で調べる」(36.6%)、「夫に聞く」(29.5%)の順に多い一方、携帯電話では、「本や雑誌で自分で調べる」(18.8%)が続いたが、「子どもに聞く」とは2倍以上の差があり子どもを頼りにしている様子が伺える。

パソコンと携帯電話の習得方法(所有者のみ)



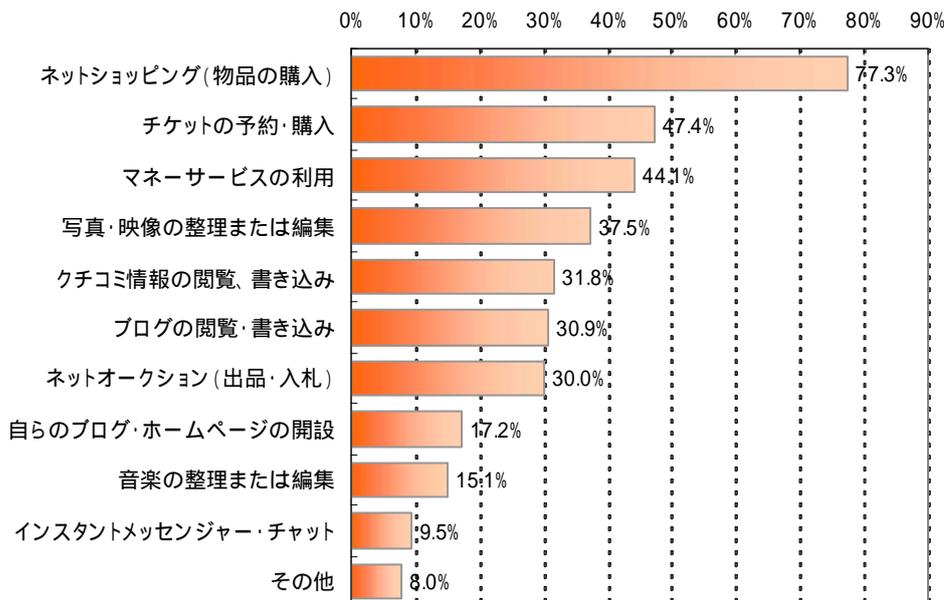
パソコンと携帯電話の困ったときの相談相手(所有者のみ)



4.インターネットサービス(パソコン)の利用目的、今後の利用意向

インターネットサービス(パソコン)について、現在の利用目的と今後の利用意向について尋ねた。現在の利用目的としては、「ネットショッピング」が77.3%と高くなっている。続いて「チケット購入」(47.4%)や「マネーサービスの利用」(44.1%)となっている。また、今後の利用意向としては、「写真・映像の整理または編集」が29.3%と高い。次いで「ブログやホームページの開設」(22.1%)や「音楽の整理、編集」(22.0%)などの利用意向も高い結果となった。50-60代ミセスにとってインターネットは、各種サービスを楽しむ手段という位置づけから、情報を自ら編集・加工・発信するといった自己表現ツールのひとつとして、意識が変化しつつあることが伺える。

インターネットサービス(パソコン)の利用目的 (n=1,076)



インターネットサービス(パソコン)の今後の利用意向 (n=1,076)

