



NEXT CO.,LTD.

# NEWS RELEASE

報道関係各位

2006年9月19日  
株式会社ネクスト

**「地域情報とネットコミュニティの関係」調査レポート**  
**“ネットコミュニティ専門家が思い描く次世代コミュニティとは？”**  
**第2回 『SNSの利用調査からわかる、次世代コミュニティの姿』**

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)では、このたび、全国各地の20代、30代の女性の方を対象に、住まいの地域情報についてのアンケートを実施いたしました。当社では、この「地域情報とネットコミュニティの関係」調査レポート“ネットコミュニティ専門家が思い描く次世代コミュニティとは？”を、今後、引き続き開示していく予定です。今回は第2回『SNSの利用調査からわかる、次世代コミュニティの姿』をご報告いたします。

(SNS=ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略称)

株式会社ネクスト <http://www.next-group.jp/>

## <調査背景>

当社は、「HOME'S」をはじめとした事業の中期的なテーマを、現在の「住まいのインフラ」から、さらに「暮らしのインフラ」へ発展するために、「地域を拠点としたコミュニティづくり」を重要な戦略として位置づけております。そのビジネスの展開に向け「地域情報へのニーズ」を総括的に捉えることを目的として、今回の調査を実施いたしました。調査の実施、ならびに結果の分析にあたりましては、ネットコミュニティの専門家である当社社員 金 相集(キム サンジブ)※主導のもとに行ないました。

## <調査概要>

- 調査対象 : 全国の主要都市在住の20~34歳の女性。  
 調査エリア : 札幌市、仙台市、さいたま市、千葉市、東京都、横浜市、静岡市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市  
 調査手法 : インターネット調査  
 有効回答数 : 1,545人  
 調査期間 : 2006年7月13日(木)~2006年7月14日(金)

### ※金 相集(キム サンジブ) プロフィール

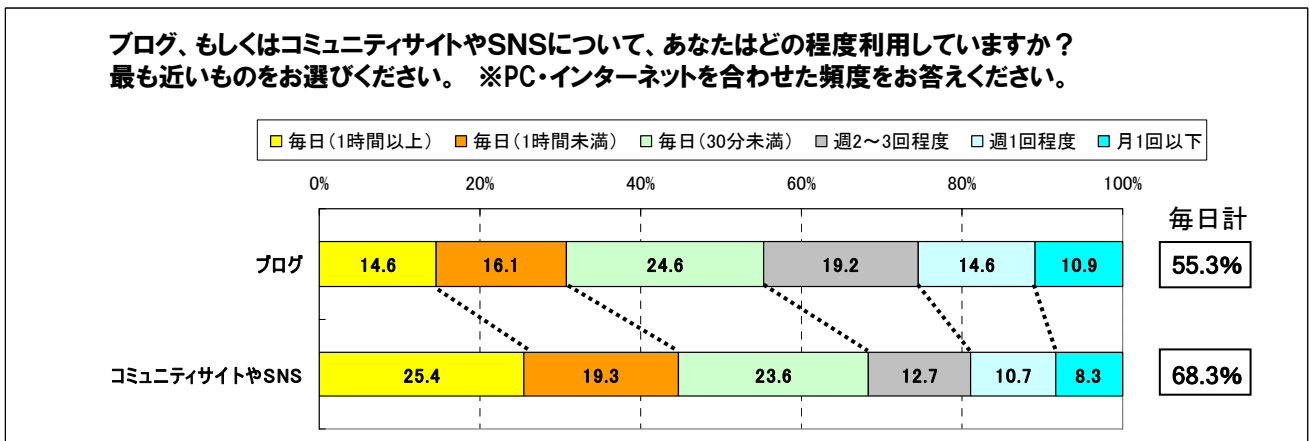
- 所属 : 株式会社ネクスト 新規事業開発部 地域コミュニティユニット長  
 学歴 : 2004年東京工業大学 社会理工学研究科博士過程修了 学術博士 ネットコミュニティ論専門  
 経歴 : 1997年以降、日本国内大手ポータルサイトのコミュニティ制作・開発を手掛けてきており、日本国内のみならず、1000万ユーザーを超える海外のコミュニティサイトを構築してきた。  
 受賞経歴: 2002年日本社会情報学会学位論文賞受賞、2003年同学会研究発表賞受賞、2005年同学会研究論文賞受賞  
 著書 : 『インターネットと<世論>形成』(共著、2004年)、「間メディア性とメディア公共圏の変化」日本社会学会『社会学評論』No54(2)など多数  
 国際会議: 国連世界情報社会サミット(WSIS)(2003年)および国内学会発表多数



# NEWS RELEASE

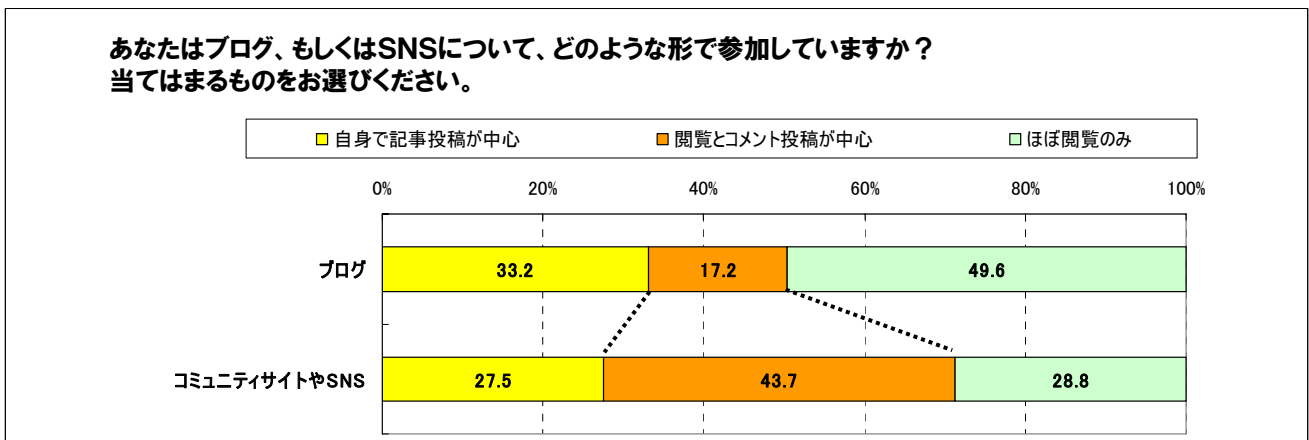
## 1. ブログ、もしくはコミュニティサイトやSNSの利用頻度は？

調査対象とした女性の6割近くがブログを毎日利用しており、コミュニティサイトの利用においては、ほぼ7割の人が毎日利用している傾向を見せている。



## 2. ブログ、もしくはコミュニティサイトやSNSの参加形式は？

ブログにおいては、閲覧のみの人が半数を占めている傾向が強く、一方コミュニティサイトやSNSでは、閲覧とコメント投稿中心の参加形式が目立った。

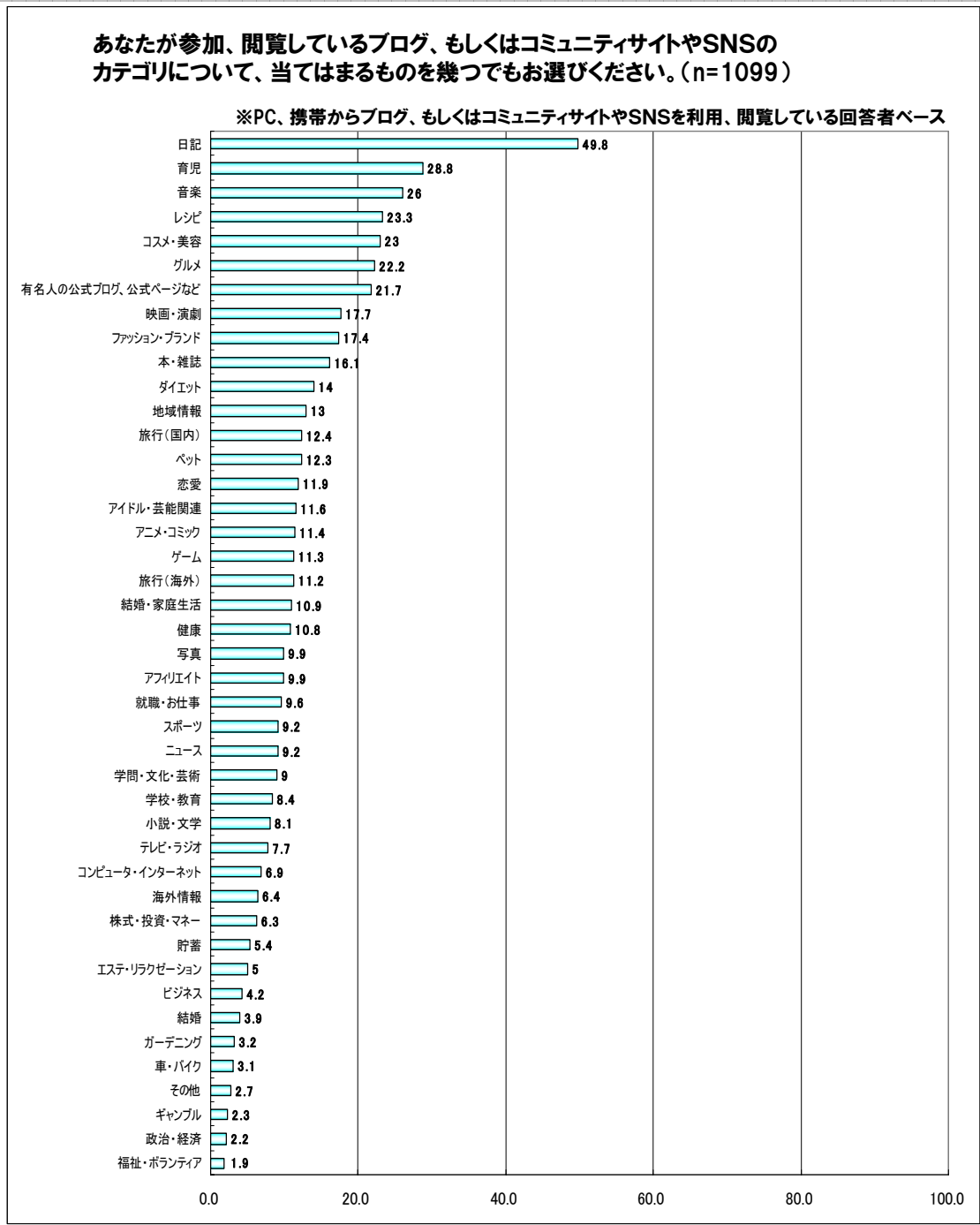




# NEWS RELEASE

## 3. 参加しているブログ、もしくはコミュニティサイトやSNSの関心カテゴリは？

もっとも関心が高いカテゴリとして日記が選ばれたが、その他は育児、音楽、グルメ、レシピ、コスメ・美容など、女性層の好むカテゴリが強く支持される結果が得られた。





## <今回の調査結果に対する、金 相集による分析コメント>

**新しいコミュニティの姿が見えてきた。**

**ソーシャルネットワーキング(SNS)からライフネットワーキングへ。**

今回の調査対象とした女性層は、各種ネットコミュニティへの参加率が高いことがわかりました(調査対象全体の6割近くがブログを毎日利用しており、コミュニティサイトの利用においては、ほぼ7割の人が毎日利用している)。これは、昨年からトレンドとなっているブログやSNSブームに、強く影響された結果として分析できます。

また、もっとも関心が高いカテゴリとして日記(49.8%)が選ばれましたが、その他は育児(28.8%)、音楽(26%)、レシピ(23.3%)、コスメ・美容(23%)、グルメ(22.2%)など、女性層が好むカテゴリが強く支持される結果が得られました。一方、ブログにおいては、閲覧のみの方が半数近く(49.6%)を占めており、その他のコミュニティサイトやSNSでも、閲覧とレスポンス中心の参加が目立った点(43.7%)から、受動的なコミュニケーション参加が強くなっていることがわかりました。

こうした消極性が芽生えている原因を探るため、主にSNSとブログを中心に、両者の相違性とコミュニティとしての限界性に焦点を当てて、分析を進めたいと思います。

一般的にSNSは招待による登録制をとっているため、サーチエンジンによる検索の範囲外にあり、また、既存の不特定多数の人々が集う電子掲示板形式とは異なる、閉鎖的な人脈ネットワーキングという構造的な特徴を有しています。一方ブログは、サーチエンジンに積極的に露出されることを目的とした対策(SEO)を講じており、誰もが参加できる、開放的自己表現メディアという点をセールスポイントとしています。

こうした理由から、SNSとブログの根本的な相違点は、「『閉鎖性』か『開放性』かに偏る」コミュニケーション構造であるといえます。しかしながら、コミュニティと呼びうる空間に、『閉鎖性』と『開放性』が混在していることは、コミュニティを成立させる重要な基盤であり、実際われわれは両方を経験しながら日常を営んでいるわけです。参加したくてもできない組織があれば、誰にでも開放されている組織もあり、多種多様な参加型コミュニティが世の中に存在しています。

『閉鎖型』か『開放型』か、どちらか一方に偏ったコミュニティ形式は、コミュニケーションの活性化を困難にします。つまり、SNSもブログもコミュニケーションツールの一形態に過ぎず、コミュニティと位置づけることは難しいと思われます。

結局、個々人の日常を共有していくこと(ライフ・ネットワーキング)に着目することが、メディア環境の多様化に伴い、変化しつつあるコミュニティ概念を満足させる、唯一の方法かもしれません。もはやソーシャル・ネットワーキング(SNS)という狭い概念から脱し、ライフネットワーキングへと、ネットコミュニティのパラダイムをシフトすべき時期がきた、と強く思わせるヒントが、今回の結果から伺えたと私は分析しています。

### <次回の調査レポート>

第3回 『生活管理ソフトの利用調査から見る、ライフネットワーキングコミュニティの可能性』

(10/2頃配信予定)

### <過去の調査レポート>

第1回 『全国20代、30代女性の地域クチコミ情報に関する意識調査』(9/4配信済)



NEXT CO.,LTD.

# NEWS RELEASE

## 〈 会社概要 〉

社名 : 株式会社ネクスト  
設立 : 1997年3月12日  
代表者 : 代表取締役 井上高志  
資本金 : 187,590千円  
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:03-6204-3961  
URL : <http://www.homes.co.jp/> (不動産情報ポータルサイト「HOME'S」)  
事業内容 : 不動産ポータル事業  
・日本最大の不動産情報ポータルサイト「HOME'S」の企画・運営  
・新築分譲マンションポータルサイト「新築HOME'S」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「新築一戸建てHOME'S」の企画・運営  
・注文住宅ポータルサイト「家づくりHOME'S」の企画・運営  
・リフォームポータルサイト「リフォームHOME'S」の企画・運営  
・不動産投資ポータルサイト「投資HOME'S」の企画・運営  
広告代理事業  
・Web広告プロモーション、バナー広告の企画提案ファイナンス事業  
その他事業  
・「HOME'S CARD 家賃サービス」の企画・運営  
・「HOME'S マイルーム保険」の企画・運営  
・システム開発、Web制作等

### 〈 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 広報グループ  
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  
TEL:03-6204-4067 FAX:03-6204-3963  
E-MAIL:press@homes.co.jp