

報道関係各位

2007年8月23日
株式会社ネクスト

地域コミュニティサイト「Lococom」

クチコミ情報の主役はやっぱり女性

～SNS、コミュニティサイト利用者の実態調査～

地域コミュニティサイト「Lococom」および住宅・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)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、**SNS、コミュニティサイトの利用実態、ならびに地域情報の利用実態についての調査**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。

【HOME'S リサーチ】

“「SNS、コミュニティサイト利用者の実態」調査”

<http://club.homes.co.jp/research/>

<調査概要>

調査対象 : 全国の都市部在住で、1ヶ月に1回以上、SNSやコミュニティサイト等を利用している
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 : 1,545人(男性686人、女性859人)
調査時期 : 2007年6月19日(火)～2007年6月20日(水)

<主な調査結果>

1. 参加、閲覧するSNS、コミュニティサイトのカテゴリトップは「日記」。 女性は幅広いカテゴリーを利用。

SNS、コミュニティサイト利用者が普段最も利用しているカテゴリーは「日記」(62.0%)になりました。特に女性は男性と比較して、12ポイント以上の高い利用率を示しています。また女性は、「グルメ」、「レシピ」、「旅行」、「コスメ」など、多岐に渡る情報についてSNS、コミュニティサイトを積極的に活用し、情報を得ていることが分かります。一方、男性の利用頻度・関心で特徴的な項目は「株式・投資・マネー」、「コンピュータ・インターネット」になります。

2. SNS、コミュニティサイト利用者の約8割が普段からネットショッピングを活用。 男性は画像、動画コンテンツの利用率が高い。

SNS、コミュニティサイトの利用者の79.5%がネットショッピングを普段から活用していました。インターネットバンキング、インターネットトレーディングなどの利用率も非常に高い傾向を示していますが、特に男性についてはインターネットバンキング、インターネットトレーディングの他、音楽、画像のダウンロード、ブロードバンドコンテンツの視聴などの利用率が女性に比べて高いことが分かります。

3. 住まいの地域関連情報に関してはインターネットよりクチコミに頼る現状。

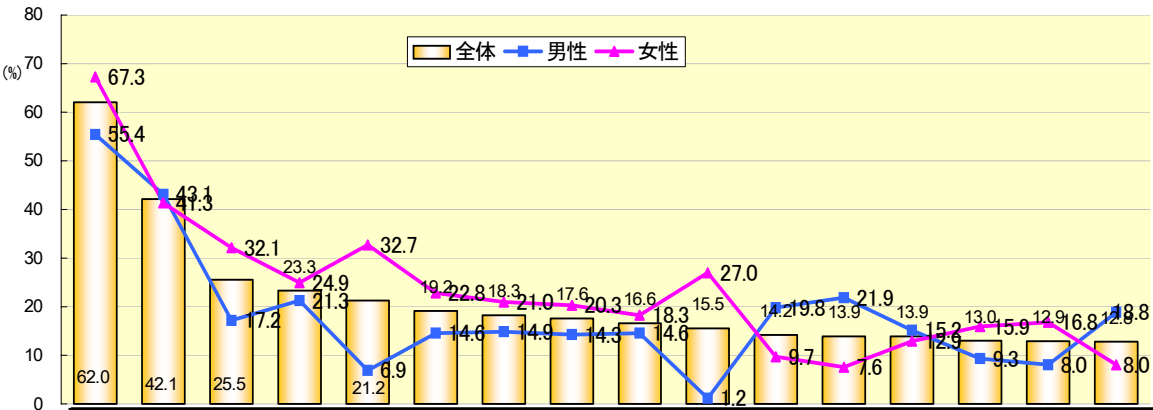
住まい周辺の地域に関連する情報については、入手先を「インターネット」と回答した人の割合は、全体の24%に留まっていることが分かりました。

現在の地域に関する情報の入手先のトップは「友人・知人からのクチコミ」。
特に女性のうち約半数が「友人・知人からのクチコミ」を地域に関する情報の入手先として回答しています。

1. 普段参加しているSNS、コミュニティサイトのカテゴリー

参加、閲覧するSNS、コミュニティサイトのカテゴリートップは「日記」。
女性は幅広いカテゴリーを利用。

＜普段参加しているSNS、コミュニティサイトのカテゴリー＞



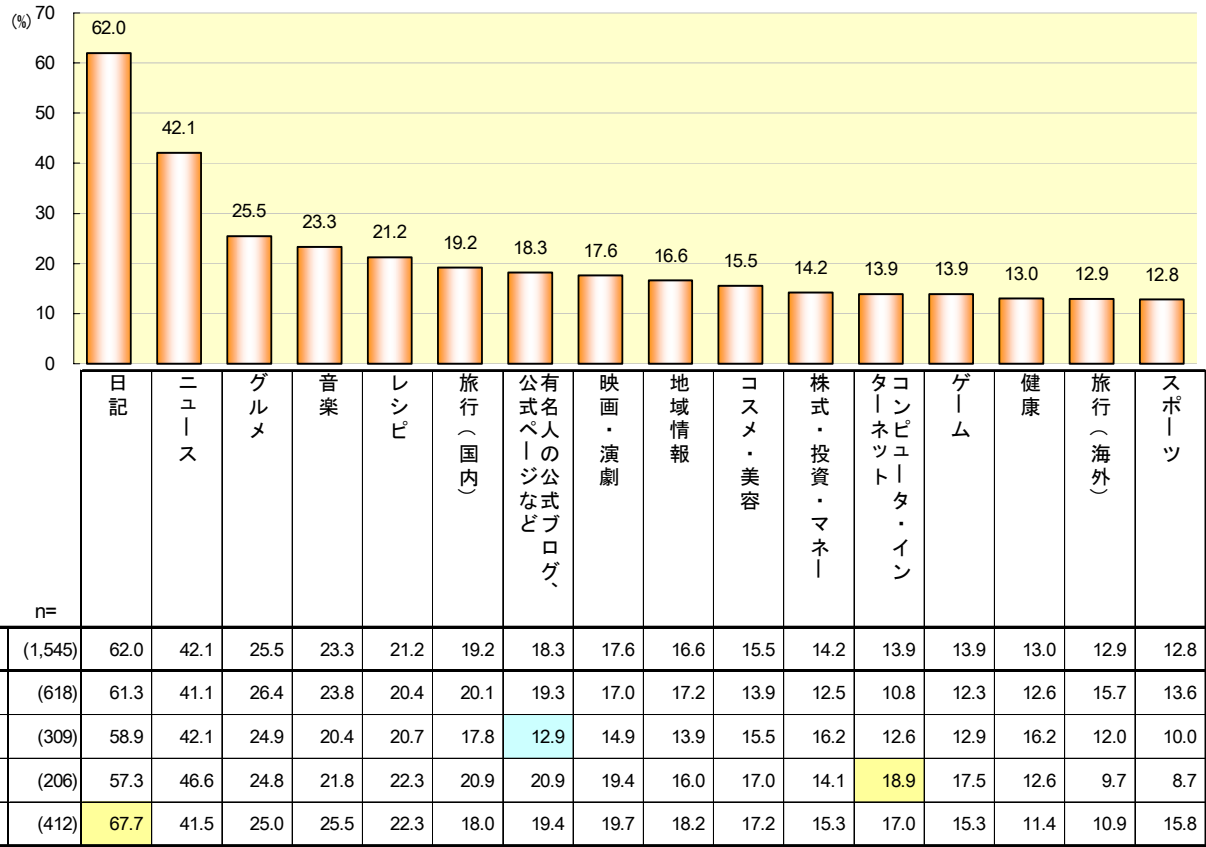
全体		(1,545)	62.0	42.1	25.5	23.3	21.2	19.2	18.3	17.6	16.6	15.5	14.2	13.9	13.9	13.0	12.9	12.8
層別	20～34歳男性	(260)	71.9	43.8	16.2	29.2	5.0	10.8	16.5	13.5	11.2	1.2	16.9	21.5	21.9	4.6	5.4	18.8
	20～34歳女性	(476)	77.5	41.0	31.1	27.5	31.9	21.0	23.1	18.3	14.5	30.7	5.5	8.2	13.9	13.7	18.1	8.4
	35～49歳男性	(338)	50.0	44.7	18.6	18.0	7.7	14.5	16.3	15.7	15.4	1.2	19.2	23.7	13.3	10.1	7.1	18.3
	35～49歳女性	(332)	55.1	41.0	33.1	22.0	33.7	23.5	18.7	22.3	23.8	22.9	13.9	6.9	12.0	18.1	14.2	6.3
	50歳～男性	(88)	27.3	35.2	14.8	10.2	9.1	26.1	4.5	11.4	21.6	1.1	30.7	15.9	2.3	20.5	19.3	20.5
	50歳～女性	(51)	51.0	47.1	35.3	19.6	33.3	35.3	15.7	25.5	17.6	19.6	21.6	5.9	9.8	23.5	21.6	15.7

普段から利用し、参加しているSNS、コミュニティサイトのカテゴリーについて尋ねてみたところ、最も利用頻度の高いカテゴリーは「日記」(62.0%)でした。特に女性は男性と比較して12ポイント以上の高い利用率を示しています。

また、「グルメ」、「レシピ」、「旅行」、「コスメ」など、多岐に渡る情報について女性がSNS、コミュニティサイトを積極的に活用し、情報を得ていることが分かります。

一方、男性は、「株式・投資・マネー」、「コンピュータ・インターネット」に関する情報をSNS、コミュニティサイトから得ることに対して、それぞれ女性の利用率を大きく上回っていることが分かります。

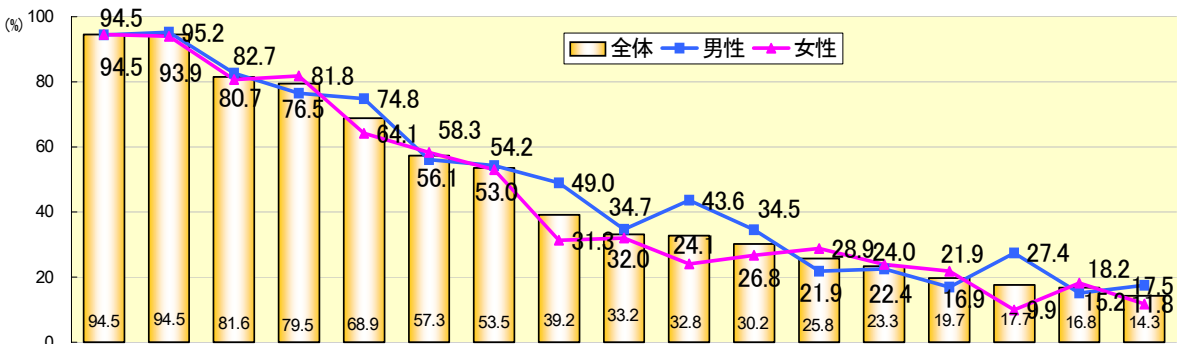
■参考1：地域別データ



2. SNS、コミュニティサイト利用者のネット利用実態

SNS、コミュニティサイト利用者の約8割が普段からネットショッピングを活用。
男性は画像、動画コンテンツの利用率が高い。

<普段インターネットを利用して行っていること>

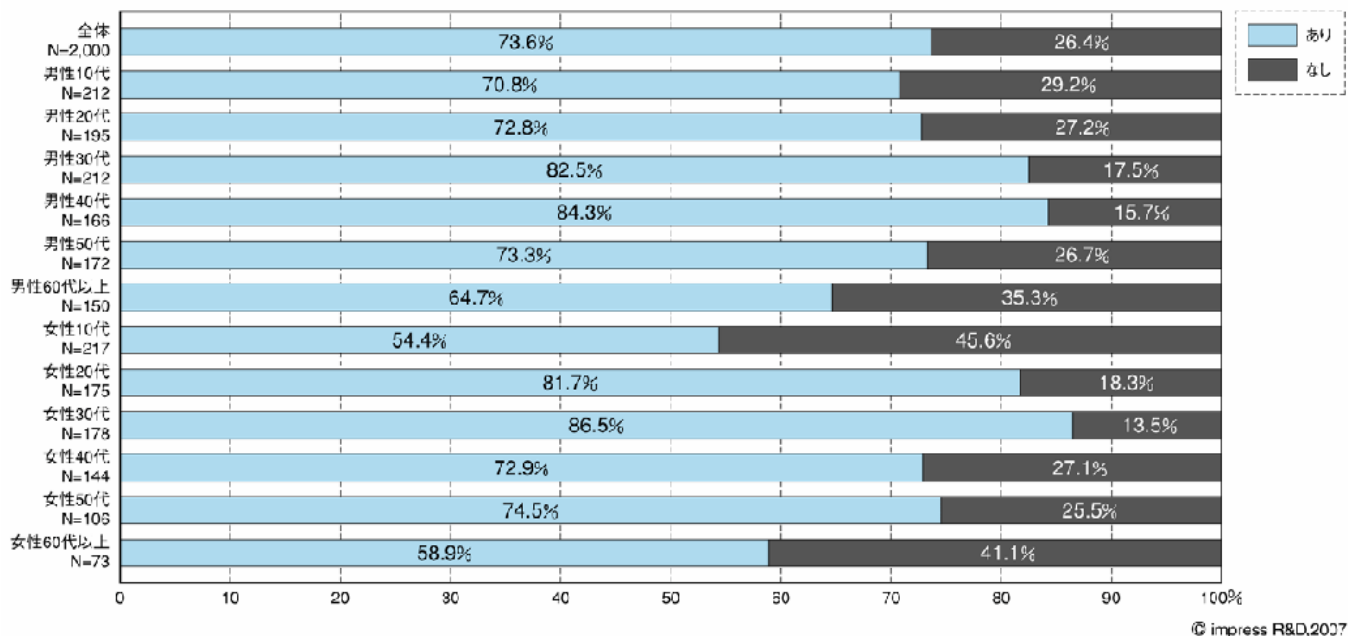


n=			検索サイトの利用	電子メール	ニュース閲覧	インターネットショッピング	インターネットバンキング	地域に関する情報の入手	インターネットオークション	画像のダウンロード	フリーメール、ブックマーク機能などの利用	ブロードバンドコンテンツの視聴	音楽のダウンロード	就職、転職関連情報の入手	オンラインゲーム	インスタントメッセージ・チャット	インターネットトレーディング	不動産関連情報の入手	サイト運営、管理	
全体			(1,545)	94.5	94.5	81.6	79.5	68.9	57.3	53.5	39.2	33.2	32.8	30.2	25.8	23.3	19.7	17.7	16.8	14.3
性年代別	20～34歳男性	(260)	92.7	93.1	84.6	72.3	72.3	51.2	53.1	56.2	40.8	44.2	45.8	34.2	29.2	27.3	24.2	16.9	24.6	
	20～34歳女性	(476)	95.6	93.1	81.5	79.6	60.9	54.8	52.3	28.2	34.5	22.7	29.0	34.7	24.4	25.4	6.5	19.3	12.6	
	35～49歳男性	(338)	96.2	96.2	82.0	78.4	79.3	59.5	58.9	47.6	33.1	45.3	30.2	16.9	21.0	11.8	30.8	14.8	14.5	
	35～49歳女性	(332)	94.3	94.9	79.2	84.6	67.8	63.6	55.4	37.0	29.5	25.3	24.4	23.5	24.4	17.8	13.0	16.9	11.1	
	50歳～男性	(88)	93.2	97.7	79.5	81.8	64.8	58.0	39.8	33.0	22.7	35.2	18.2	4.5	8.0	5.7	23.9	11.4	8.0	
	50歳～女性	(51)	86.3	96.1	82.4	84.3	70.6	56.9	43.1	23.5	25.5	29.4	21.6	9.8	17.6	15.7	21.6	15.7	7.8	

SNS、コミュニティサイトに限らず、普段インターネットを利用して行っていることについて尋ねてみたところ、**SNS、コミュニティサイトの利用者の79.5%がネットショッピングを普段から活用していることが分かりました。**

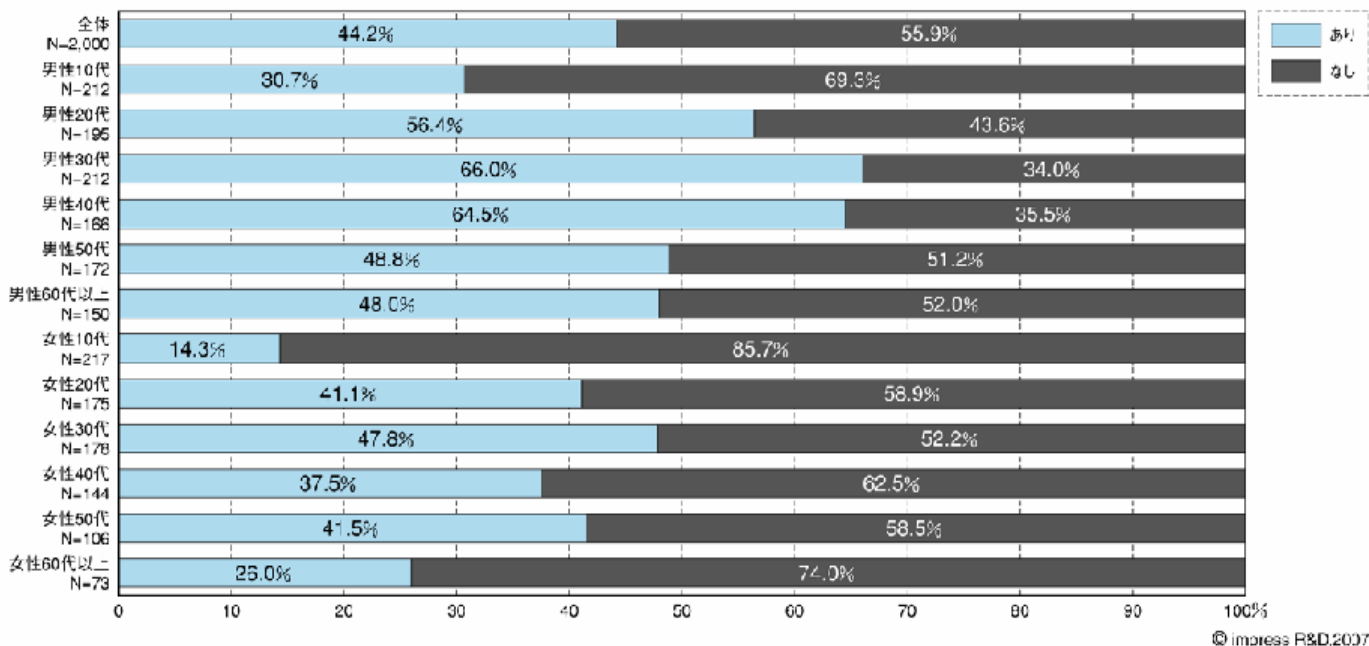
インターネットバンキング、インターネットトレーディングなどの利用率も非常に高い傾向を示していますが、特に男性についてはインターネットバンキング、インターネットトレーディングの他、音楽、画像のダウンロード、ブロードバンドコンテンツの視聴などの利用率が女性に比べて高いことが分かります。

■参考2:オンラインショッピングでの購入経験



出典:インターネット白書2007

■参考3:インターネットバンキングの利用状況



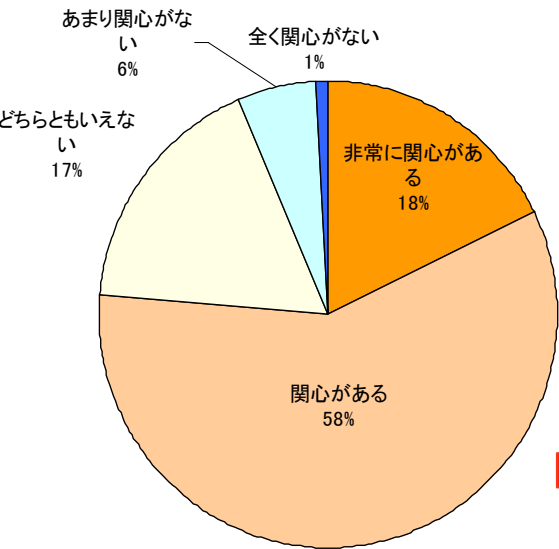
出典:インターネット白書2007

3. PC活用の可能性

住まい周辺の地域関連情報に関してはインターネットよりクチコミに頼る現状。

住まい周辺の地域情報に関しては、SNS、コミュニティサイト利用者全体の76%が「関心がある」と回答しています。

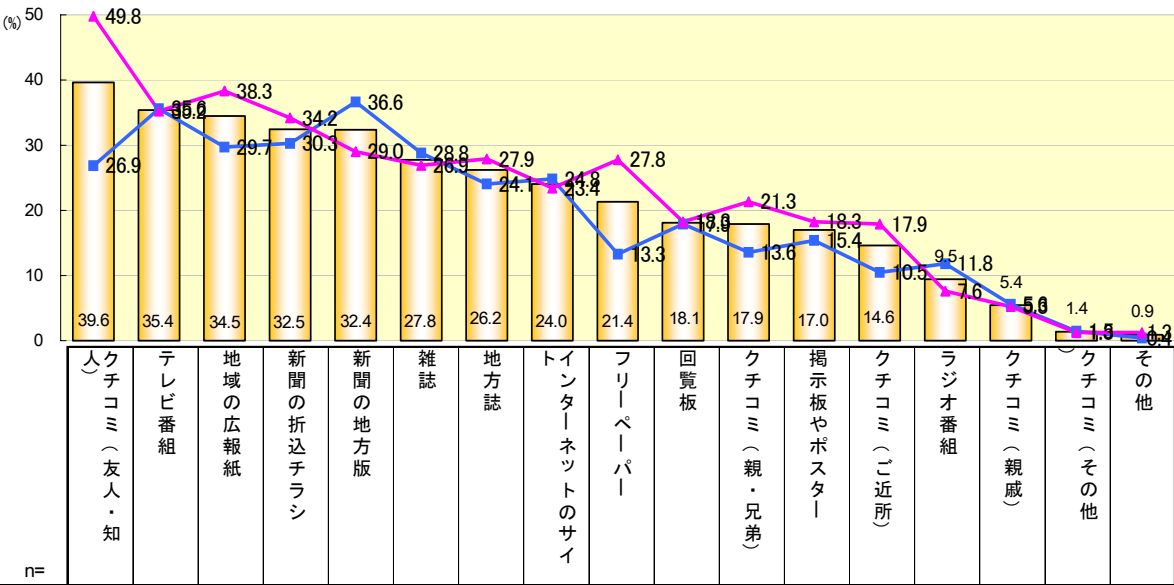
<住まい周辺の地域関連情報について> (n=1,545)



地域に関する情報の入手方法について、「全く地域情報に関心がない」人以外に複数回答形式で答えてもらったところ、入手先を「インターネット」と回答した人の割合は全体の24%に留まっていることが分かります。現状のSNS、コミュニティサイトは、地域情報の入手先としてはまだ十分に機能していない様子が伺えます。

現在の地域に関する情報入手先のトップは「友人・知人からのクチコミ」。特に女性のうち約半数が「友人・知人からのクチコミ」を地域に関する情報の入手先として回答している他、男性に比べると「家族」「ご近所」からのクチコミ情報も重視していることが分かります。

他には年齢が比較的高い層は「新聞の地方版」や「地域の広報紙」、年齢の低い層は「フリーペーパー」を情報入手先として活用している様子が見えます。

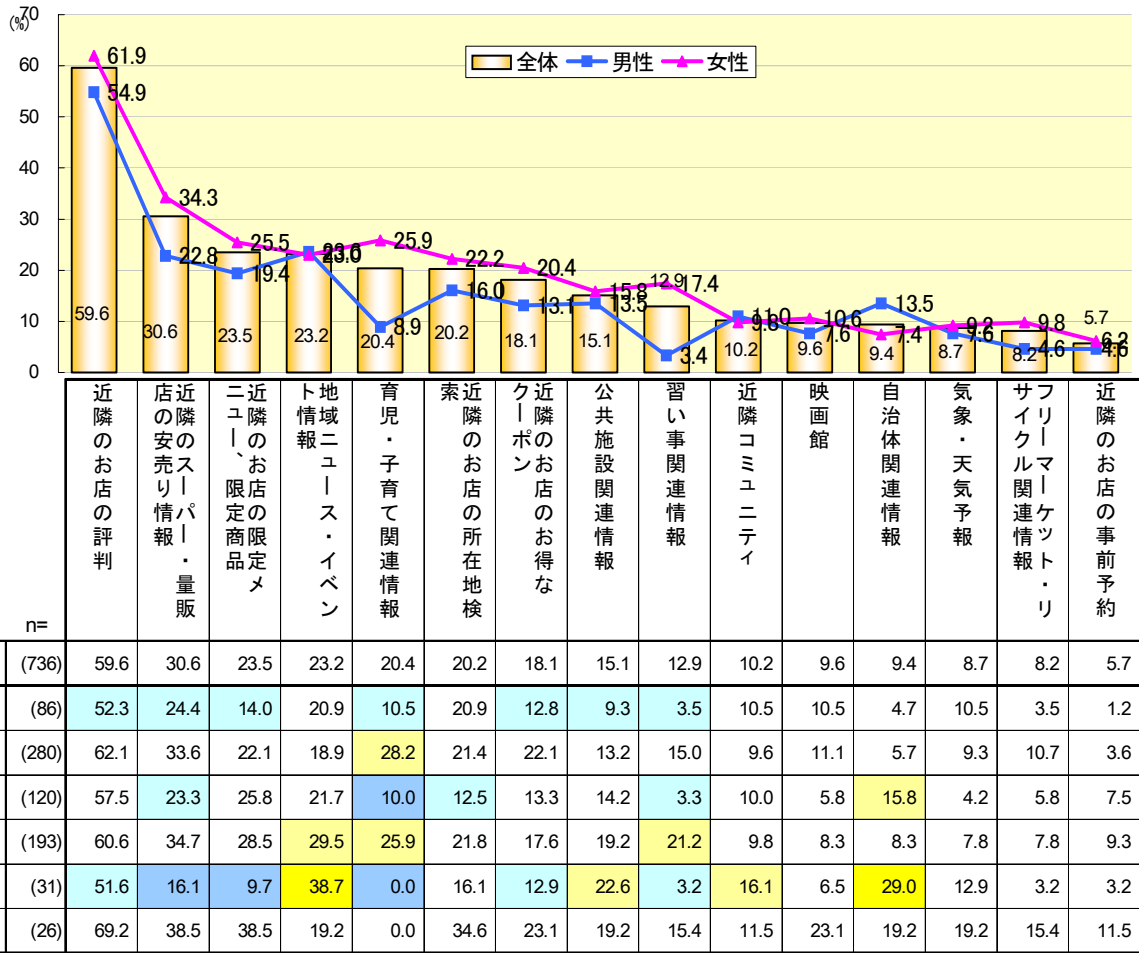


全体		(1,531)	39.6	35.4	34.5	32.5	32.4	27.8	26.2	24.0	21.4	18.1	17.9	17.0	14.6	9.5	5.4	1.4	0.9
性年代別	20～34歳男性	(258)	26.7	34.9	19.4	19.0	27.9	37.2	23.3	24.8	16.3	10.9	17.1	12.4	6.2	11.2	5.4	2.3	0.0
	20～34歳女性	(474)	51.1	37.3	32.1	27.8	23.0	34.4	32.3	25.3	29.1	12.2	24.9	16.7	12.9	6.5	6.1	1.3	1.5
	35～49歳男性	(332)	28.3	36.1	33.1	33.7	39.2	26.8	25.0	25.9	11.7	20.2	13.0	16.0	12.3	11.7	5.4	0.6	0.0
	35～49歳女性	(329)	48.9	32.5	44.4	41.0	35.6	18.2	22.2	22.2	28.9	24.6	17.6	21.0	25.2	8.5	4.0	1.5	0.9
	50歳～男性	(87)	21.8	35.6	47.1	50.6	52.9	11.5	23.0	20.7	10.3	29.9	5.7	21.8	16.1	13.8	6.9	2.3	3.4
	50歳～女性	(51)	43.1	33.3	56.9	49.0	43.1	13.7	23.5	13.7	7.8	33.3	11.8	15.7	17.6	11.8	5.9	0.0	2.0

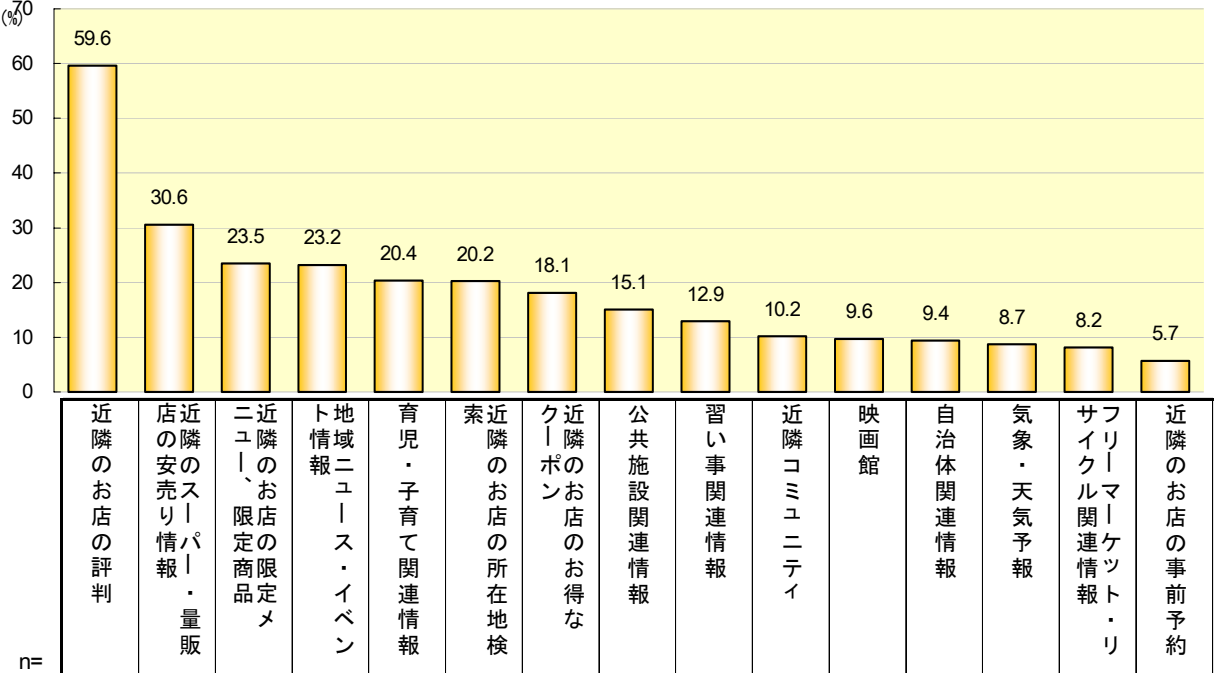
地域関連情報を「クチコミで入手している」と回答した人にクチコミ情報を重視している内容について回答してもらったところ、「近隣のお店の評判」が全体の6割近くと、2位の「近隣のスーパー・量販店の安売り情報」に倍近くの差をつけた結果になりました。

他にも女性は「育児・子育て関連情報」や「習い事」など、地域に関する情報を多方面に渡ってクチコミに頼っている現状がうかがえます。

＜地域関連情報の中でクチコミを重視するもの＞ (n=736)



■参考4:地域別データ



全体		(736)	59.6	30.6	23.5	23.2	20.4	20.2	18.1	15.1	12.9	10.2	9.6	9.4	8.7	8.2	5.7
地域別	首都圏	(272)	61.8	30.5	21.3	22.4	21.3	19.5	17.6	16.9	13.6	9.9	9.2	10.3	7.4	7.0	4.4
	京阪神	(166)	57.8	30.1	27.1	24.1	21.1	22.3	22.9	14.5	16.9	12.0	10.8	12.7	9.6	12.7	6.0
	東海	(100)	63.0	30.0	22.0	24.0	17.0	19.0	17.0	12.0	9.0	5.0	9.0	7.0	11.0	6.0	8.0
	その他	(198)	56.6	31.3	24.2	23.2	20.2	20.2	15.2	14.6	10.6	11.6	9.6	6.6	8.6	7.1	6.1

「Lococom(ロココム)」とは:

従来のSNS・ブログサービスに、家計簿やスケジュールなどの管理機能を備えたマイページ(個人空間)、会員同士が全国市区郡単位で、情報を共有・交換できるマイタウン(地域空間)、店舗が無料でオフィシャルブログを開設することができ、個人会員・マイタウン・インターネットユーザーへ情報発信できる店ブログ(法人空間)の3つの空間が連動して形成されています。

「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、dion、So-net、Excite、asahi.com、ビッダーズ、駅前探検倶楽部、ascii24、オリコン等の50以上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 井上 高志
資本金 : 1981百万円
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:03-6204-3961
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
・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「投資HOME'S」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
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
・「HOME'S 保険生活」の企画・運営
・地域コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営
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 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@next-group.jp