

報道関係各位  
No.14-2010

2008年9月30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

### 学生のSNS利用シーンは『昔の友人との再会の場』のニーズ大 今後のSNS利用の流れとは

～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、世代、職業の違いによるSNS、コミュニティサイトの利用実態と意識の差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。



## “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/2008/20080930.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. 『既存知識・コミュニケーションを深める場』として捉えられるSNS・コミュニティサイト。 学生は『昔の友人との再会の場』として活用

SNS・コミュニティサイトについては「自分の興味や関心ごとについて、更に深い知識を得られる場」(57.2%)次いで「既存の知人・友人とのコミュニケーションを更に深めることができる場」(44.4%)と、『新しい出会い』よりも『既存の知識・コミュニケーションを深める場』として捉えられています。一方で特に学生層は「SNS・コミュニティサイト上で友人・知人を検索で探した」経験も「SNS・コミュニティサイト上で友人・知人に検索から自分を見つけられた」経験も多く、また、SNS・コミュニティサイト上で昔の友人・知人を見つけたい(見つけられたい)という希望も学生層の半数近く(44.7%)が持っているようです。学生層にはリアルコミュニケーションに非常に近い位置づけでSNS・コミュニティサイトが活用されていることがうかがえます。

#### 2. SNS・コミュニティサイトユーザーの37.8%がブログを運営、12.9%が自サイトを運営

SNS・コミュニティサイトユーザーの37.8%が参加SNS以外に自分でブログを開設し、12.9%が自分で運営管理するサイトを持っています。中でも40代、50代のSNS・コミュニティサイトユーザーは20代、30代と比較してブログ開設率、サイト運営率が高い結果になっています。一般にインターネットコンテンツの利用率が20代、30代と比較して低いと言われる年代ですが、SNS・コミュニティサイト利用者についてはむしろ他の年代よりもインターネットを通じたコミュニケーションや情報発信にアクティブな層と言えるようです。

# 1. SNS上のコミュニケーション意識と実態

『既存知識・コミュニケーションを深める場』として捉えられるSNS・コミュニティサイト。  
 学生は『昔の友人との再会の場』として活用

SNS・コミュニティサイトを普段から利用している人に、「SNS・コミュニティサイトをどのような場だと思っているか」について聞いてみました。

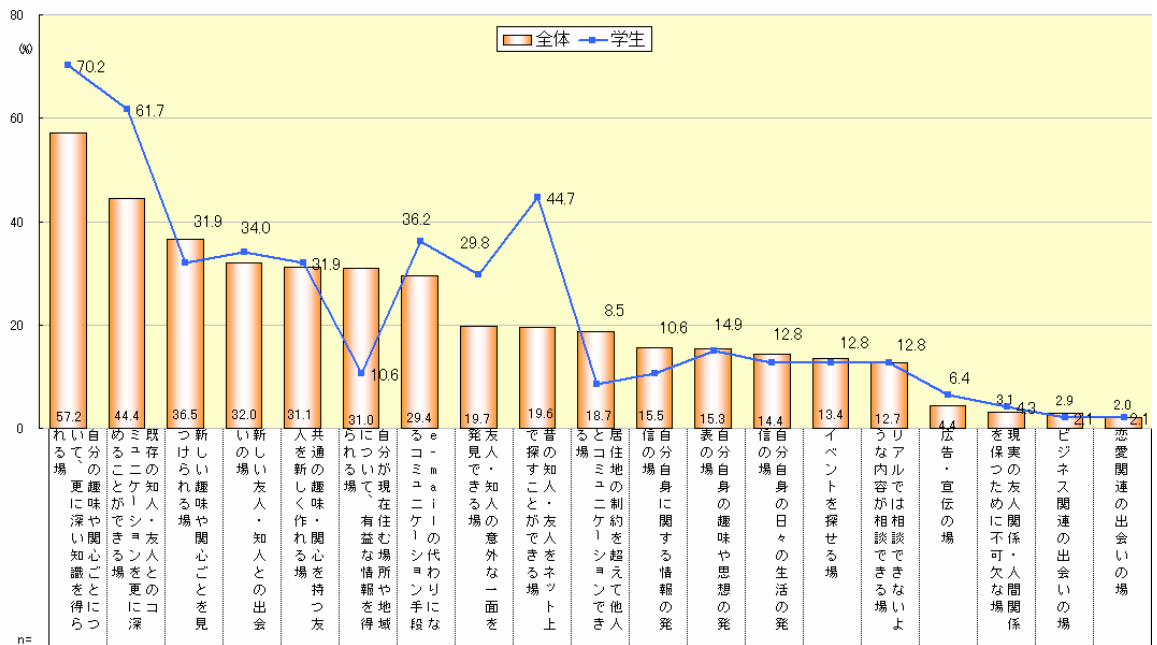
最も多かったのは「自分の興味や関心ごとについて、更に深い知識を得られる場」(57.2%)次いで「既存の知人・友人とのコミュニケーションを更に深めることができる場」(44.4%)と、『新しい出会い』よりも『既存の知識・コミュニケーションを深める場』としてSNS・コミュニティサイトが捉えられていることが分かります。また、SNS・コミュニティサイトユーザーの30%近くがSNS・コミュニティサイトを「e-mailの代わりになるコミュニケーション手段」として捉えています。

こうしたコミュニケーションツールとしてのSNS・コミュニティサイトの利用については、特に20代に高い意識が見られます。「既存の友人とのコミュニケーションを深める場」「新しい友人・知人との出会いの場」「昔の友人・知人との再会の場」それぞれに対して他の年代よりも高い意識を示しています。

特に学生層については、「昔の友人・知人をネット上で探すことができる場」とする回答が他の層と比較して倍近くの高い値を示しています。

図1. SNS. コミュニティサイトに対する考え

(n=999)



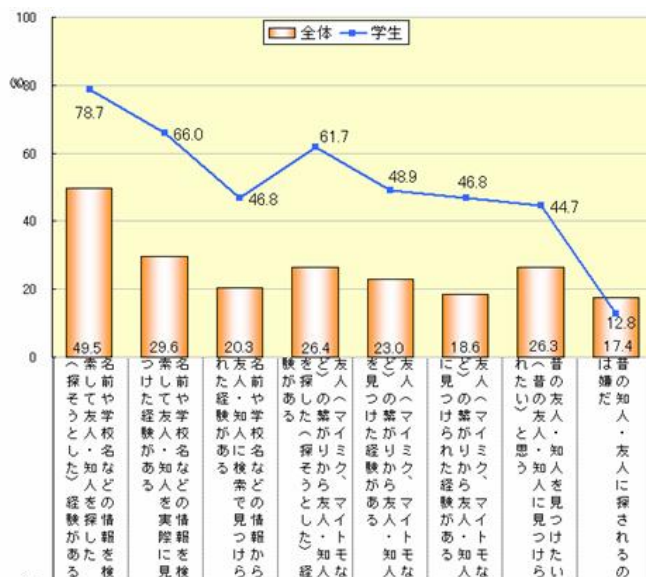
		n=	57.2	44.4	36.5	32.0	31.1	31.0	29.4	19.7	19.6	18.7	15.5	15.3	14.4	13.4	12.7	4.4	3.1	2.9	2.0
性別	全体	(999)	57.2	44.4	36.5	32.0	31.1	31.0	29.4	19.7	19.6	18.7	15.5	15.3	14.4	13.4	12.7	4.4	3.1	2.9	2.0
	男性	(425)	55.5	38.4	35.5	35.8	33.9	26.1	26.8	15.8	18.8	16.9	16.2	16.9	12.5	14.4	12.0	6.1	2.6	5.9	3.8
	女性	(574)	58.4	49.0	37.3	29.3	29.1	34.7	31.4	22.6	20.2	20.0	15.0	14.1	15.9	12.7	13.2	3.1	3.5	0.7	0.7
職業	学生	(47)	70.2	61.7	31.9	34.0	31.9	10.6	36.2	29.8	44.7	8.5	10.6	14.9	12.8	12.8	12.8	6.4	4.3	2.1	2.1
	社会人未婚男性	(174)	52.9	39.1	39.7	37.4	36.8	22.4	29.9	19.0	20.1	16.1	14.9	16.1	10.9	17.2	9.8	7.5	2.9	6.9	4.6
	社会人未婚女性	(156)	59.0	49.4	36.5	32.7	33.3	21.8	37.2	27.6	22.4	21.2	17.9	17.3	15.4	12.8	10.3	1.3	4.5	0.0	1.9
	社会人既婚男性	(190)	55.8	36.8	33.2	34.2	34.2	33.2	25.3	14.7	16.8	18.4	18.9	18.9	15.3	13.7	12.6	5.8	2.1	6.3	3.2
	社会人既婚女性	(128)	50.8	43.8	34.4	26.6	29.7	35.2	28.9	17.2	11.7	17.2	15.6	9.4	18.0	14.8	11.7	2.3	2.3	1.6	0.8
	専業主婦	(223)	62.8	48.0	38.6	30.5	26.5	47.1	27.4	20.2	18.4	22.9	13.5	14.3	15.7	10.8	16.1	2.7	3.1	0.9	0.0
	その他	(81)	53.1	45.7	38.3	25.9	22.2	23.5	25.9	14.8	21.0	17.3	12.3	13.6	9.9	11.1	16.0	7.4	3.7	0.0	1.2
年齢	20代	(258)	53.5	61.2	34.1	37.2	26.4	22.1	36.0	26.4	31.8	14.3	16.7	13.6	15.5	12.4	10.9	3.9	4.7	2.3	1.9
	30代	(467)	61.7	44.5	37.7	31.9	31.7	34.3	28.7	19.7	18.0	19.5	15.2	16.5	15.2	13.1	13.1	4.7	2.4	2.8	1.7
	40代	(206)	56.3	28.2	38.3	26.7	34.5	33.5	25.2	13.1	10.7	22.3	13.6	14.6	11.7	16.5	16.5	4.9	2.4	2.9	1.9
	50代以上	(68)	42.6	29.4	32.4	29.4	35.3	35.3	22.1	14.7	11.8	19.1	19.1	16.2	13.2	10.3	5.9	2.9	4.4	5.9	4.4

図2. SNS・コミュニティサイト上で友人・知人を探した経験 (n=999)

SNS・コミュニティサイトユーザーの全体の半数近く(49.5%)が『SNS・コミュニティサイト上で名前や学校名などを検索して友人・知人を探した経験がある』と回答しています。

特に学生層は「SNS・コミュニティサイト上で友人・知人を検索で探した」経験も「SNS・コミュニティサイト上で友人・知人に検索から自分を見つけられた」経験も多く、また、SNS・コミュニティサイト上で昔の友人・知人を見つけたい(見つけられたい)という希望も学生層の半数近く(44.7%)が持っているようです。

学生層にはリアルコミュニケーションに非常に近い位置づけでSNS・コミュニティサイトが活用されていることがうかがえます。



		n=	495	296	203	264	230	186	263	174
性別	男性	(425)	51.1	28.2	19.8	24.5	17.4	16.9	26.4	13.2
	女性	(574)	48.4	30.7	20.7	27.9	27.2	19.9	26.3	20.6
職業	学生	(47)	78.7	66.0	46.8	61.7	48.9	46.8	44.7	12.8
	社会人未婚男性	(174)	50.0	31.0	21.8	28.7	19.0	19.0	25.3	16.1
	社会人未婚女性	(156)	50.0	34.6	27.6	26.9	29.5	20.5	26.9	25.6
	社会人既婚男性	(190)	53.2	24.2	15.8	21.6	13.7	14.2	28.4	10.0
	社会人既婚女性	(128)	46.9	22.7	14.1	25.8	22.7	12.5	24.2	13.3
	専業主婦	(223)	46.2	29.6	18.4	26.0	25.6	19.7	24.7	17.0
	その他	(81)	35.8	19.8	13.6	13.6	19.8	14.8	19.8	32.1

図3. 認知している海外のSNS・コミュニティサイト (n=999)

本名や顔写真をオープンにした形でのリアルコミュニケーションに近いコミュニケーション方式を重視している『Facebook』や自分のプロフィールを軸にしたコミュニケーションを特徴とする『Myspace』などの海外のSNS・コミュニティサイトの認知についても、学生層の認知が他の層と比較して非常に高いことが分かります。



		n=	249	64	60	23	23	21	19	18	18	17	14	12
性別	男性	(425)	35.5	9.2	7.8	2.6	2.8	2.4	2.6	2.8	2.8	2.6	2.4	1.6
	女性	(574)	17.1	4.4	4.7	2.1	1.9	1.9	1.4	1.0	1.0	1.0	0.7	0.9
職業	学生	(47)	51.1	14.9	12.8	6.4	8.5	4.3	6.4	4.3	4.3	6.4	4.3	4.3
	社会人未婚男性	(174)	41.4	8.6	8.0	2.3	1.1	0.6	2.3	2.3	1.7	0.6	1.1	0.6
	社会人未婚女性	(156)	25.6	8.3	7.7	2.6	2.6	4.5	1.9	1.9	1.3	1.3	1.3	1.9
	社会人既婚男性	(190)	28.9	8.9	6.8	2.6	4.2	3.2	2.1	2.6	3.2	4.2	3.2	2.1
	社会人既婚女性	(128)	12.5	3.1	2.3	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	0.8	1.6	0.8	1.6
	専業主婦	(223)	12.1	2.2	3.6	1.3	1.3	0.9	0.9	0.4	1.3	0.4	0.4	0.0
	その他	(81)	18.5	3.7	4.9	2.5	0.0	1.2	1.2	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0
年齢	20代	(258)	30.2	5.4	6.6	1.9	2.3	2.3	1.6	1.6	1.6	1.6	1.2	1.6
	30代	(467)	25.1	7.7	6.9	2.1	1.3	1.3	2.1	1.9	1.3	1.3	0.9	0.6
	40代	(206)	21.4	4.9	3.9	3.4	3.9	3.9	1.9	1.9	3.4	2.9	2.9	2.4
	50代以上	(68)	14.7	5.9	4.4	1.5	4.4	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	0.0



## 2. SNS・コミュニティサイトユーザーのインターネット利用実態

### SNS・コミュニティサイトユーザーの37.8%がブログを運営、 12.9%が自サイトを運営

SNS・コミュニティサイトを普段から利用している人に、「普段利用しているインターネットのコンテンツ」について回答してもらいました。

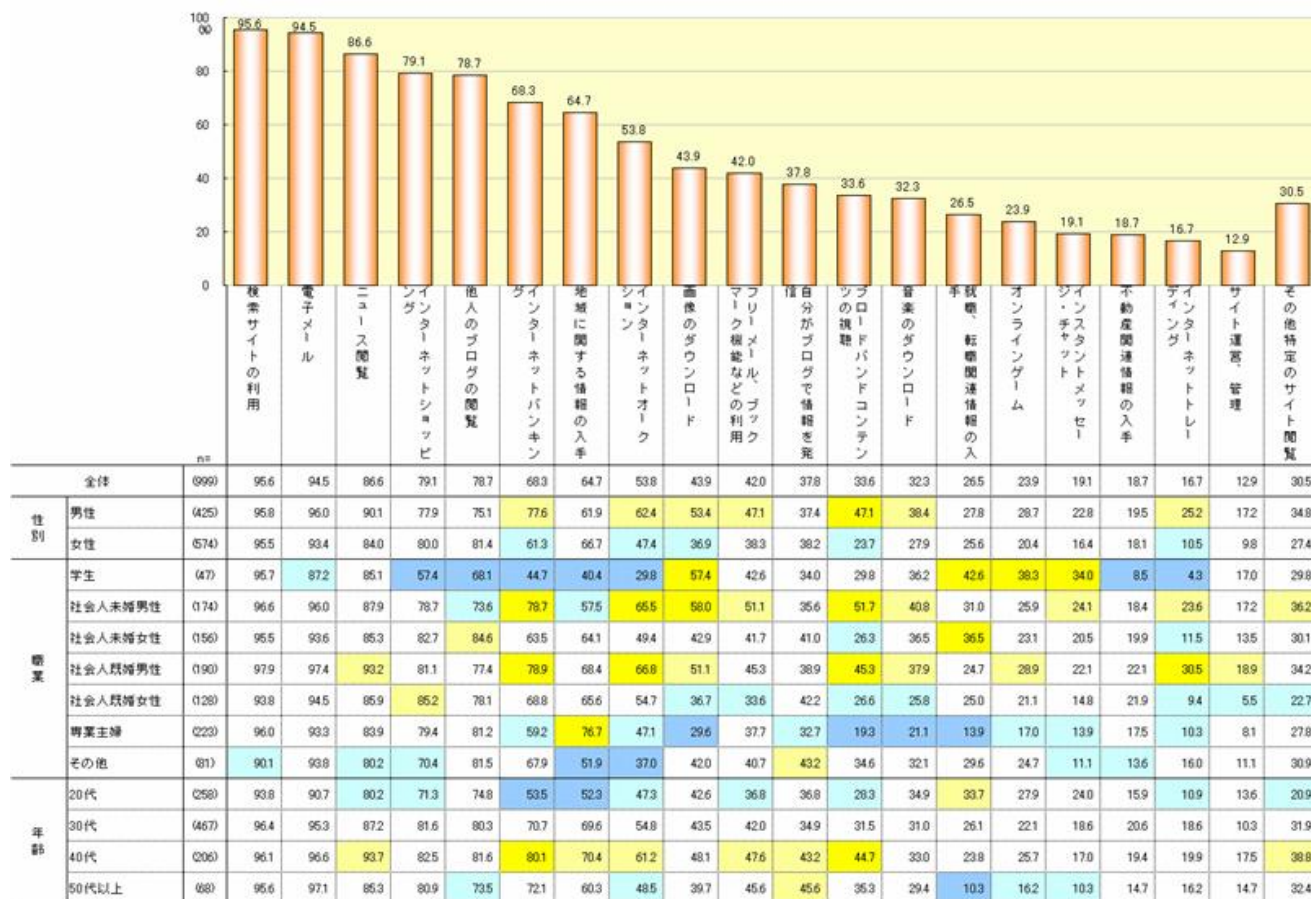
SNS・コミュニティサイトユーザーの79.1%が普段からインターネットショッピングを利用しており、また、53.8%が普段からインターネットオークションを利用していると回答しています。インターネットバンキングの利用も68.3%と、インターネットコンテンツを日常生活の中で積極的に活用している様子がうかがえます。

また、SNS・コミュニティサイトユーザーの37.8%が参加SNS以外に自分でブログを開設し、12.9%が自分で運営管理するサイトを持っています。中でも40代、50代のSNS・コミュニティサイトユーザーは20代、30代と比較してブログ開設率、サイト運営率が高い結果になっています。

一般にインターネットコンテンツの利用率が20代、30代と比較して低いと言われる年代ですが、SNS・コミュニティサイト利用者についてはむしろ他の年代よりもインターネットを通じたコミュニケーションや情報発信にアクティブな層と言えるようです。

図3. 普段利用しているインターネットコンテンツ

(n=999)



# 日本型SNSの新しいトレンドは、学生を中心に「匿名ベース」から「リアルベース」へ



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。

ネットコミュニティの主導的存在は、まぎれもなく20代前半までの学生たちだといえるでしょう。社会人や主婦層よりコミュニケーションに費やせる時間があること、対人関係に向ける好奇心の強さ、そしてPCやモバイルなどデジタルデバイス環境に恵まれていることが、その大きな原因として考えられます。

これは日本だけではなく、世界的にみられる特徴です。米国発のSNSであるFacebookを例にみても、当初はハーバード大学の学生のみで使用が制限されていましたが、すぐにアイビーリーグに属する大学に、そして2005年にはその他の大学にもネットワークが拡大されました。アジアにおいても、韓国のCyworld、そして中国の校内網で同様な動きがあって急速に普及されたわけです。

結局、ネットコミュニティ普及の鍵は、いかに学生たちに好まれるサービス提供ができるのかにあります。

ただ、海外のコミュニティサイトの場合は実名ベースのコミュニケーションを行なっているのに対し、日本は匿名ベースのコミュニケーションを好む傾向が強い。そのため、コミュニティサイト内で「人を探す」あるいは「人から見つけられる」ことが難しいのが現状です。それゆえ、日本の学生たちについて昔の友人を探すより今の友人とのコミュニケーションツールとしてSNSを用いており、実名ベースでの検索ニーズはそれほど高くないと判断しているコミュニティサイト運営者も多いと思います。

今回の調査によって、過去の友人とコミュニケーションを取りたいという学生達のニーズが高いことが分かりました。この結果は、日本特有の匿名ベースのコミュニケーションが、世界的に主流となっている実名ベースのコミュニケーションへと、学生たちを中心に変わっていく可能性を示唆しているのではないかと思います。

## <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ー構造論研究)  
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、ビッダーズ、駅前探険倶楽部、ascii24、オリコン等約40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 : 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:03-6204-3961  
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  
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  
賃貸保証事業  
・「HOME'S賃貸保証」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  
その他事業  
・「HOME'Sカード」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  
・「HOME'S引越し見積もり」の企画・運営  
・「マンション100%」の企画・運営  
関係会社 : 株式会社ウィルニック、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](mailto:press@next-group.jp)