

情報生活に関する意識調査 京阪神圏・首都圏比較 結果発表

関西人にとって、「情報」は「人とつながる手段」
～情報は人と交換することが大事、情報を介して人とつながってほしい～

博報堂生活総合研究所は、情報環境の変化による生活者のコミュニケーションや意識の変化について、2005年10月、京阪神圏と首都圏にてアンケート調査を実施しました。

その結果、情報生活に関する意識は両地域で比較的同じ方向性を示していることがわかりましたが、中でも京阪神圏と首都圏で格差がみられた点・傾向の違いが現れた点をいくつか取り上げてご紹介します。

なお、これらを含めた情報生活に関する調査結果の詳細を発表する「生活予報2006発表会」を2月3日（金）16時より、帝国ホテル大阪にて開催します。

情報生活の浸透

ブログやSNSなどの新しいコミュニケーションを行う「放電生活者」(1)は、京阪神圏は約2割。しかし「放電予備軍生活者」は、首都圏より京阪神圏に多い傾向あり。

ウェブを利用できる環境にある人を対象に調査したところ、ブログやSNS（ソーシャルネットワークサービス）への書き込み、ホームページの更新のいずれかを行う「放電生活者」は、京阪神圏（20.4%）首都圏（23.0%）と首都圏で若干多くみられました。逆に、「今は行っていないが、今後行なってみたい」と考える「放電予備軍生活者」は、京阪神圏（28.5%）が首都圏（21.4%）を大きく上回りました。

関西人は「伝えたいことがあるとき」に放電コミュニケーション。伝えたい内容へ反応を期待？

ブログやSNSを利用するときの気持ちについて、京阪神圏では「伝えたいことがなければ」と答えた人が、首都圏に比べて多い傾向がみられました。同様に、「伝えたい内容への反応を期待する」と考える人も首都圏を大幅に上回りました。

情報に関する意識

情報は人と交換することが大事、情報を介して人とつながってほしい関西人。

京阪神圏では「情報のやりとりを介して常に人とつながってほしい」（57.0%）と考える人の割合が首都圏（50.5%）よりも多くみられました。さらに「情報は人と交換することに意味がある」（31.9%）と答えた人も首都圏（25.4%）より多い結果になりました。

流行に敏感で知りたがり？情報は人より詳しく早く知りたい関西人。

情報に関する意識では、京阪神圏の「世の中の出来事や流行は人より早く知りたい方だ」（71.5%）、「世の中の話題は人よりも詳しく知りたい方だ」（62.4%）が首都圏の回答率（それぞれ65.2%、56.0%）を上回りました。

調査結果の詳細は、次ページのとおりです。

（1）博報堂生活総合研究所では、ブログやSNSといった新しいコミュニケーションツールを使って生まれる生活者と世の中の双方向コミュニケーションを「放電コミュニケーション」とし、ブログやSNSへの書き込み、ホームページの更新のいずれかを行う生活者を「放電生活者」と名づけています。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 博報堂 関西マーケティングセンター	夏山	: 06 - 6229 - 5333
株式会社 博報堂 広報室	宮川	: 03 - 5446 - 6161

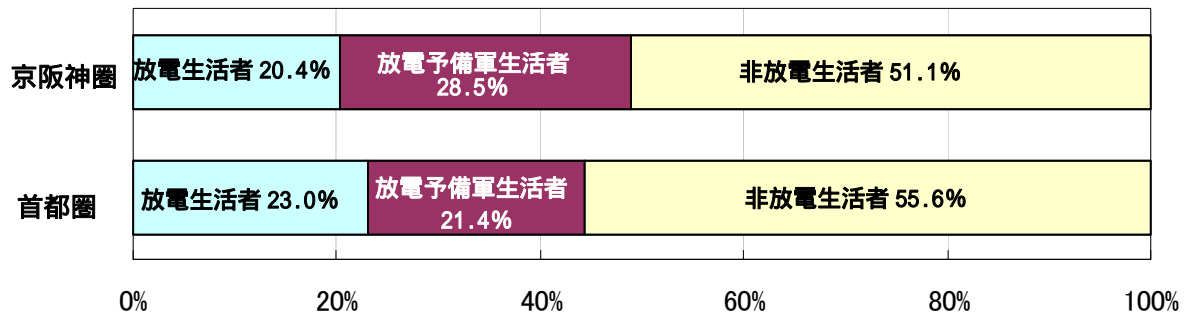
調査結果

情報生活の浸透度

ブログやSNSなどの新しいコミュニケーションを行う「放電生活者」は、京阪神圏で現状は約2割。しかし「放電予備軍生活者」は、首都圏より京阪神圏に多い。

博報堂生活総合研究所では、ブログやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）などの新しいコミュニケーションツールを使って生まれる生活者と世の中の双方向コミュニケーションを「放電コミュニケーション」、これを行なっている生活者を「放電生活者」と名づけました。

インターネットを利用できる環境にある人を対象に調査したところ、「放電生活者」（ブログやSNSへの書き込み、ホームページの更新のいずれかを行なっている人）は、京阪神圏20.4%・首都圏23.0%で首都圏に多くみられました。逆に、これらのコミュニケーションを「今は行なっていないが、今後行なってみよう」と考える「放電予備軍生活者」は、京阪神圏（28.5%）が首都圏（21.4%）を大きく上回っています。



それぞれのネットコミュニケーションツールの認知度を聞いたところ、SNSの認知については京阪神圏が若干下回りましたが、その他には大差がありませんでした。

ネットコミュニケーションツールの認知度 (%)

	ブログ	SNS	チャット	インスタントメッセージ
京阪神圏	83.6	30.7	90.9	51.1
首都圏	82.8	33.2	90.9	52.8

さらに認知者の中で、コミュニケーションツールの利用状況をみると、「ブログを書く」人は、京阪神圏13.3%、首都圏15.9%。「SNSで日記などを書く」人は、京阪神圏21.7%、首都圏24.3%、という結果で、全体的に京阪神圏の方が少ない傾向がみられます。

ブログを書く（認知者ベース） (%)

	ほぼ毎日	週に2～3回	週に1回	月に2～3回	月に1回	月に1回未満	使っていない
京阪神圏	5.1	3.4	2.2	0.7	0.2	1.7	86.7
首都圏	5.8	3.6	1.9	1.6	1.1	1.9	84.1

SNSで日記などを書く（認知者ベース） (%)

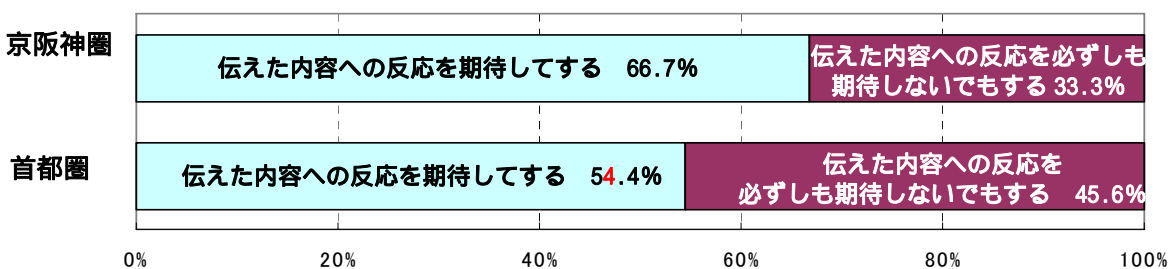
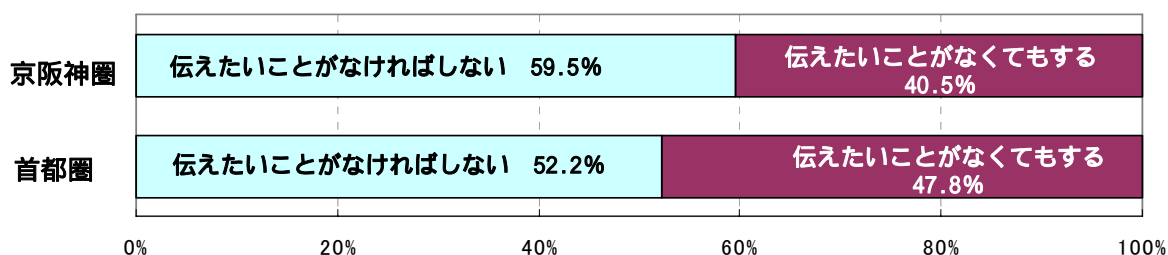
	ほぼ毎日	週に2～3回	週に1回	月に2～3回	月に1回	月に1回未満	使っていない
京阪神圏	6.6	3.9	5.3	2.0	-	3.9	78.3
首都圏	6.3	5.7	4.5	3.6	1.5	2.7	75.7

京阪神圏では、伝えたいことがあるときブログやSNS等のツールを利用して、放電コミュニケーション。内容への反応を期待する傾向あり？

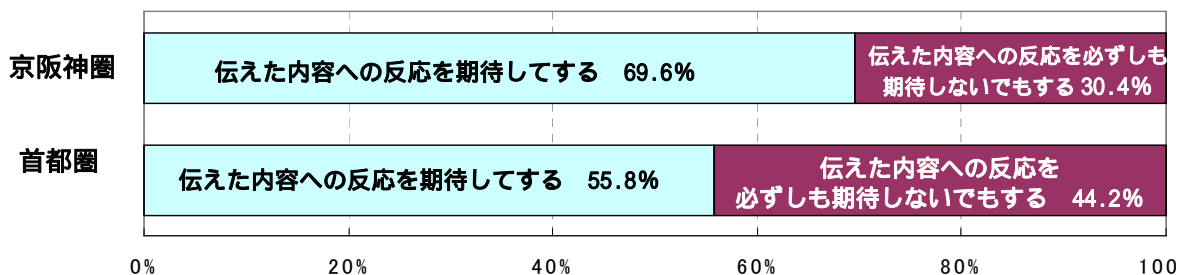
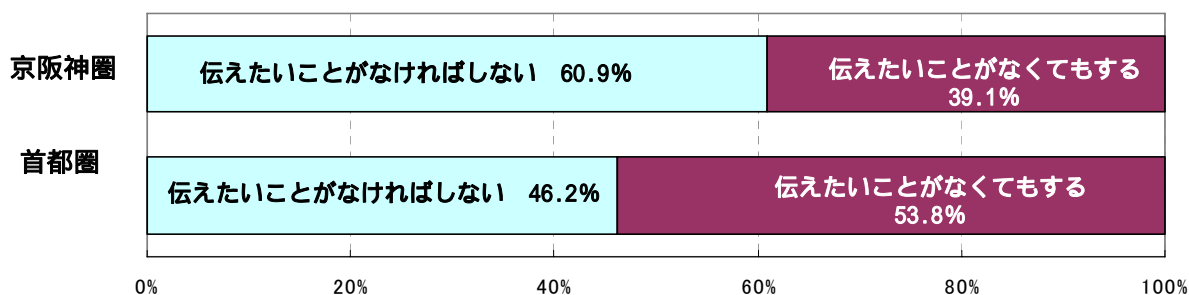
ブログやSNSを利用するときの気持ちについて、「伝えたいことがなければしない」派か、「伝えたいことがなくてもする」派かどうかを聞いたところ、京阪神圏では、ブログ、SNSともに「伝えたいことがなければしない」と答えた人が、首都圏に比べて多い傾向がみられました。

また「伝えた内容への反応を期待している」のか、「伝えた内容への反応を必ずしも期待しないでもする」のかを聞いたところ、京阪神圏では、ブログ、SNSともに「伝えた内容への反応を期待している」と考えている人が首都圏を大幅に上回りました。

「ブログを書く」時の気持ち（週1回以上利用者ベース）



「SNSで日記などを書く」時の気持ち（週1回以上利用者ベース）

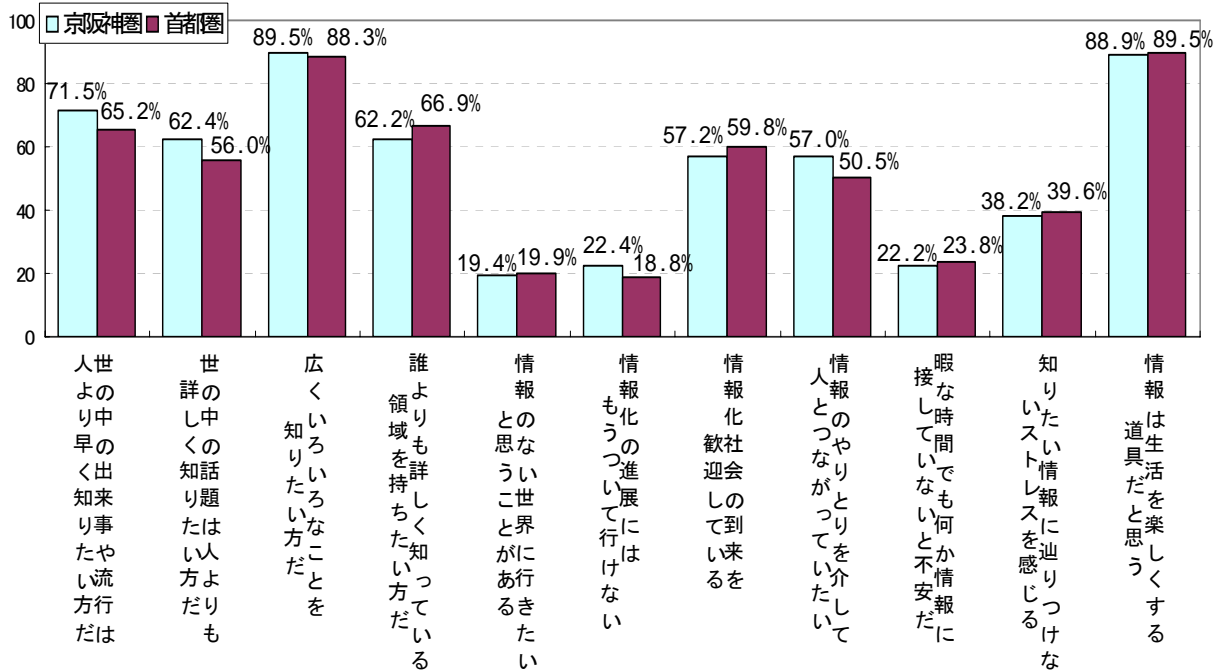


情報生活に関する意識差

情報は人と交換することが大事、情報を介して人とつながってほしい関西人。

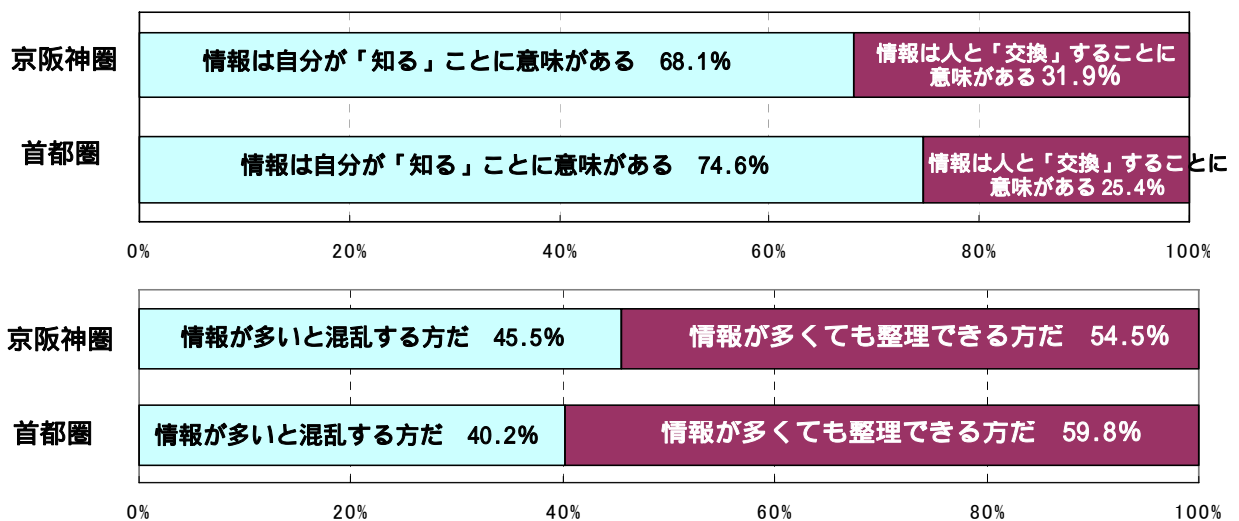
情報に関する意識や考え方では、全体的に「情報は生活を楽しむ道具だと思う」、「広くいろいろなことを知りたい方だ」、「世の中の出来事や流行は人より早く知りたい方だ」などの意見が上位を占めました。特に京阪神圏では、「世の中の出来事や流行は人より早く知りたい方だ」(71.5%)、「世の中の話題は人よりも詳しく知りたい方だ」(62.4%)、「情報のやりとりを介して人とつながってほしい」(57.0%)と考える人の割合が首都圏よりも高くみられました。

情報に関する意識(それぞれYES、NOで回答。ここではYESのみを掲載)



情報は「知ることに意味がある」か「交換することに意味がある」のどちらの考えに近いかをたずねたところ、京阪神圏では「交換することに意味がある」(31.9%)と答えた人が首都圏(25.4%)より多い結果になりました。また「情報が多いと混乱する方だ」(45.5%)も首都圏に差をつけて多いのが特徴的です。

情報全般についての考え方



情報の量に対するイメージは東阪の傾向が一致。情報量は全国的に平均化している？

世の中に流れている情報量に関するイメージでは、「多い」と考えている人が約7割で京阪神圏・首都圏ともに同様の傾向が見られました。新しいコミュニケーションツールの普及などで情報量が均一化してきているのではないのでしょうか？

世の中に流れている情報の量についての印象（近いものを1つ選択）（％）

	多いと思う	丁度よいと思う	少ないと思う
京阪神圏	69.9	23.8	6.3
首都圏	70.9	22.8	6.3

急速な情報化社会の到来には、「関心を持たざるをえない」と捉えている。

情報化に関する当事者意識では、全体的には「関心を持たざるをえないテーマ」と捉えている傾向にあり、この傾向は特に京阪神圏で強くみられました。

情報化の進展による社会の変化に対する考え方（近いものを1つ選択）（％）

	個人的に興味がある	関心を持たざるを得ない	重要なことだが自分とは関係ない	どうでもいい
京阪神圏	22.4	67.1	8.5	2.0
首都圏	24.3	62.4	10.9	2.4

参考：用語説明

ブログ（blog、weblog の略）

ウェブ日記や個人ニュースサイトなど、一般のインターネットユーザーが時系列で記録するためのサイト

ソーシャルネットワーキングサービス（social networking service, SNS）

友人などから紹介されることによって会員になることができる、ブログを内包した会員サイト（「mixi」「GREE」など）

調査設計

地域 首都 40 k m 圏
 京阪神 20 k m 圏（周辺市町村を含む）
 時期 2005 年 9 月 29 日（木）～10 月 3 日（月）
 方法 WEB 調査（事前面接にてパネルを設定した“博報堂オリジナルパネル Hi-panel”によるインターネット調査）
 対象 15～59 歳の男女
 サンプル数 1500 サンプル

	東阪計			首都圏			京阪神圏		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
合 計	1500	766	734	1005	520	485	495	246	249
15～19 歳	107	54	53	69	35	34	38	19	19
20～29 歳	318	164	154	211	110	101	107	54	53
30～39 歳	412	212	200	281	147	134	131	65	66
40～49 歳	308	159	149	210	110	100	98	49	49
50～59 歳	355	177	178	234	118	116	121	59	62