

報道関係各位

2014年7月30日
株式会社カンター・ジャパン

ソーシャルネットワークサービスの利用度で 日本は49カ国(地域)中最下位

～写真・動画などのアップロードでも日本は最下位～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:大竹秀彦)は、消費者のモバイル・タブレットなどのデジタル機器やデジタル関連サービスの消費・利用動向を調べ、そのデータや分析レポートを企業に提供しています。

今年の3月から6月にかけて、49カ国(地域)のインターネットユーザー約55,000人(日本は996人)を対象に実施した調査(名称:『Connected Life(コネクテッド・ライフ)調査』)によると、ソーシャルネットワークサービス(以下 SNS と略)を利用している人の割合が最も低かった国は日本でした。

■ 日本は SNS 利用度で最下位

SNS の利用頻度を聞く質問の回答で、「毎日利用する」、「少なくとも週に一度は利用する」、「利用するが週に一度より頻度は少ない」を選択した人の割合を「SNS を利用する」として集計し、その割合の高い国から順に並べたのが以下の表です。

ソーシャルネットワークサービス(SNS)を利用する

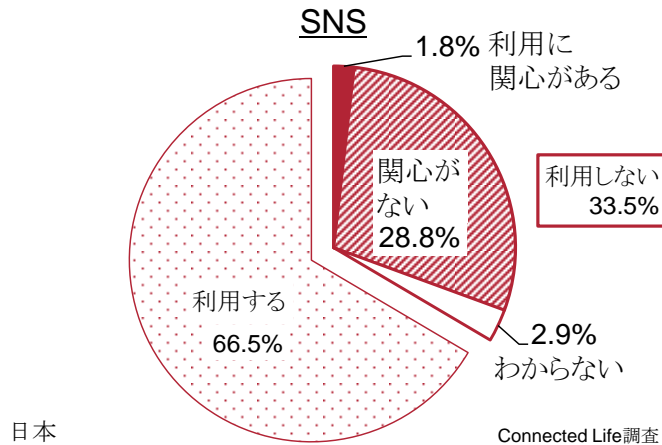
| 順 | 国 | する | 順 | 国 | する | 順 | 国 | する |
|----|----------|-------|----|--------|-------|----|----------|-------|
| 1 | インドネシア | 98.5% | 17 | ブラジル | 92.4% | 34 | ニュージーランド | 86.9% |
| 2 | ロシア | 97.0% | 17 | ナイジェリア | 92.4% | 35 | ベルギー | 86.5% |
| 3 | メキシコ | 96.1% | 19 | ガーナ | 92.2% | 36 | チェコ | 86.0% |
| 4 | 南アフリカ | 95.7% | 20 | アルゼンチン | 91.8% | 37 | ベトナム | 84.3% |
| 5 | エジプト | 95.6% | 20 | ケニア | 91.8% | 38 | スウェーデン | 83.6% |
| 6 | アラブ首長国連邦 | 95.0% | 22 | コロンビア | 90.4% | 39 | オーストリア | 83.5% |
| 7 | 台湾 | 94.9% | 23 | 韓国 | 90.2% | 40 | アメリカ | 83.3% |
| 8 | サウジアラビア | 94.6% | 24 | ポルトガル | 90.1% | 41 | オーストラリア | 83.0% |
| 9 | トルコ | 94.5% | 25 | ノルウェー | 89.9% | 42 | スイス | 82.1% |
| 10 | マレーシア | 94.2% | 26 | イスラエル | 89.8% | 43 | イギリス | 79.5% |
| 11 | シンガポール | 93.8% | 27 | ハンガリー | 89.7% | 44 | フランス | 76.4% |
| 12 | 香港 | 93.6% | 28 | スロバキア | 88.8% | 44 | ギリシャ | 76.4% |
| 13 | タイ | 93.5% | 29 | インド | 88.6% | 46 | ドイツ | 76.1% |
| 14 | ポーランド | 92.9% | 30 | オランダ | 88.4% | 47 | フィンランド | 72.5% |
| 15 | イタリア | 92.8% | 31 | フィリピン | 87.7% | 48 | 中国 | 69.9% |
| 16 | スペイン | 92.6% | 32 | デンマーク | 87.6% | 49 | 日本 | 66.5% |
| - | 49カ国平均 | 81.8% | 33 | カナダ | 87.1% | | | |

Connected Life調査

News Release

これを見ると、49カ国中最も割合が高かったのはインドネシアで98.5%、最も割合が低かったのは日本で66.5%でした。49カ国の平均は、81.8%でした。

また、同じ質問の回答で「SNSを利用しない」を選択した人に、今後SNSの利用に関心があるかないかを聞きました。すると、日本の場合、「SNSを利用しない」人(33.5%)のうち、「関心がある」と回答した人が1.8%、「関心がない」と回答した人が28.8%でした。



■ 写真・動画などのアップロード行為でも日本は最下位

次に、調査対象者に「写真、動画又は音楽のアップロード」に関する利用頻度についても質問し、上と同様に「毎日アップロードする」、「少なくとも週に一度はアップロードする」、「アップロードするが週に一度より頻度は少ない」を選択した人の割合を「写真、動画又は音楽をアップロードする」として集計し、その割合を国別に比較しました。

写真、動画又は音楽をアップロードする

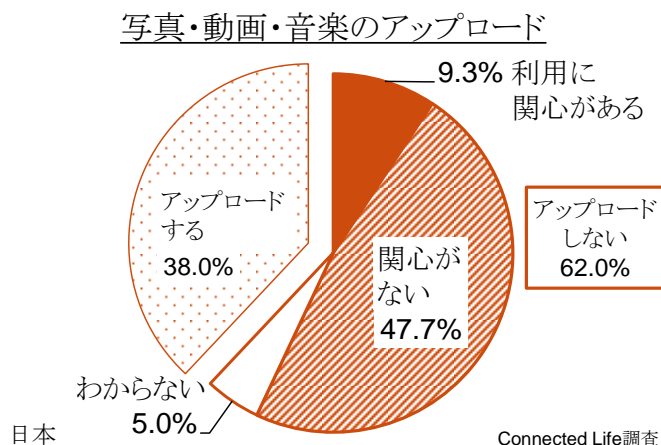
| 順 | 国 | する | 順 | 国 | する | 順 | 国 | する |
|----|----------|-------|----|----------|-------|----|--------|-------|
| 1 | ロシア | 89.4% | 17 | 香港 | 78.6% | 34 | オランダ | 70.3% |
| 2 | フィリピン | 89.3% | 18 | アルゼンチン | 78.3% | 35 | イギリス | 69.3% |
| 3 | マレーシア | 87.2% | 19 | ポーランド | 77.6% | 36 | デンマーク | 67.7% |
| 4 | イタリア | 85.8% | 20 | ノルウェー | 77.3% | 36 | ナイジェリア | 67.7% |
| 5 | アラブ首長国連邦 | 85.4% | 21 | イスラエル | 76.6% | 38 | ベトナム | 67.2% |
| 6 | 韓国 | 85.0% | 22 | インドネシア | 76.4% | 39 | オーストリア | 64.3% |
| 7 | メキシコ | 83.8% | 23 | オーストラリア | 75.6% | 40 | フランス | 63.9% |
| 8 | サウジアラビア | 83.6% | 24 | タイ | 75.2% | 41 | スウェーデン | 63.3% |
| 9 | インド | 83.3% | 25 | カナダ | 74.4% | 42 | ギリシャ | 62.6% |
| 10 | 台湾 | 83.1% | 25 | スロバキア | 74.4% | 43 | ハンガリー | 61.8% |
| 11 | スペイン | 82.4% | 27 | 中国 | 73.0% | 44 | ブラジル | 60.9% |
| 12 | ガーナ | 81.5% | 28 | ニュージーランド | 72.8% | 45 | ポルトガル | 58.6% |
| 13 | トルコ | 81.0% | 29 | ケニア | 72.6% | 46 | ドイツ | 55.1% |
| 14 | シンガポール | 80.4% | 30 | ベルギー | 72.1% | 47 | フィンランド | 54.8% |
| 15 | チェコ | 79.3% | 31 | アメリカ | 71.5% | 48 | エジプト | 54.6% |
| 16 | コロンビア | 78.8% | 32 | スイス | 71.2% | 49 | 日本 | 38.0% |
| - | 49カ国平均 | 73.4% | 33 | 南アフリカ | 70.4% | | | |

Connected Life調査

News Release

すると、この割合が最も低かったのが日本で **38.0%**でした。割合が最も高かったのはロシアで **89.4%**、**49** カ国の平均は **73.4%**でした。

また、「写真、動画又は音楽をアップロードしない」と回答した人に、今後の利用に関心があるかないかを聞きました。すると、日本では、「アップロードしない」人 (**62.0%**)のうち、「関心がある」と回答した人が **9.3%**、「関心がない」と回答した人が **47.7%**という結果になりました。



■ まとめ

上の調査結果から、日本でも SNS の利用は 6 割を超えており、多くのインターネットユーザーが SNS に親しんでいることがわかります。ただし、SNS を利用しないユーザーの中で今後の利用を考える層が多いとは言えないため、今後 SNS の利用度が飛躍的に伸びるとは考えにくいです。

ちなみに、SNS を週一度以上利用する人（「毎日利用する」、「少なくとも週に一度は利用する」の合計）に絞ると日本の値は **45.3%**となっています。

■ 調査概要

- 調査名称：『Connected Life (コネクテッド・ライフ)』
- 調査時期：2014 年 3 月から 6 月
- 調査方法：主にインターネット調査（日本含む）。国により対面などオフラインでの調査
- 調査対象：16 歳から 65 歳の週次でインターネットを利用する人
- 対象者数：49 カ国（地域）で n=55,000（調整を実施）。日本は 996 人
- 調査国：日本、韓国、中国、香港、台湾、タイ、インド、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド、ロシア、トルコ、アラブ首長国連邦、イスラエル、サウジアラビア、エジプト、ガーナ、ナイジェリア、ケニア、南アフリカ、イギリス、イタリア、スペイン、フランス、ドイツ、スウェーデン、スイス、オーストリア、ベルギー、チェコ、デンマーク、フィンランド、ギリシャ、ハンガリー、オランダ、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、スロバキア、カナダ、アメリカ、メキシコ、ブラジル、アルゼンチン、コロンビア

News Release

- 調査実施会社:テイラーネルソン・ソフレス(TNS)社。日本はカンター・ジャパンが実施

*TNS社はカンター・ジャパンのグループ会社です。

本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。12の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP(ダブリュー・ピー・ピー)です。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 代表取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail:Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229