

子供との携帯電話でのおしゃべりにもメールが浸透

～ 家庭のコミュニケーション行動と情報通信サービスの利用状況
第2回調査結果【携帯電話編】～

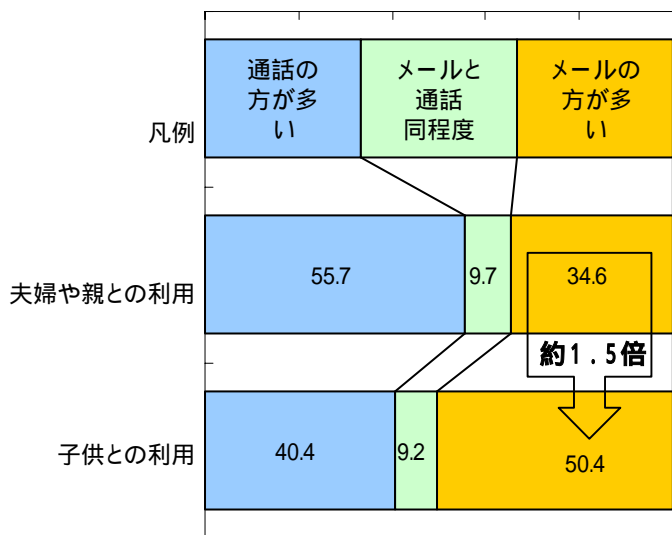
株式会社情報通信総合研究所(本社:東京都中央区、代表取締役社長:藤田潔)は、「goo リサーチ」を提供するエヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:和才博美)の協力を得て、「家庭のコミュニケーション行動と情報通信サービスの利用状況第2回調査【携帯電話編】」を実施し、このほど結果をまとめました。

今回は、第1回調査結果「携帯電話＝家族をつなぐ」(2006年10月24日発表)の続編として、家族の中で「携帯電話」が、どのような内容を伝えるため、どのような方法で使われているのかなどに注目して、「携帯電話」という視点から「家族のコミュニケーションの姿」を探ることが目的です。

【調査結果のポイント】

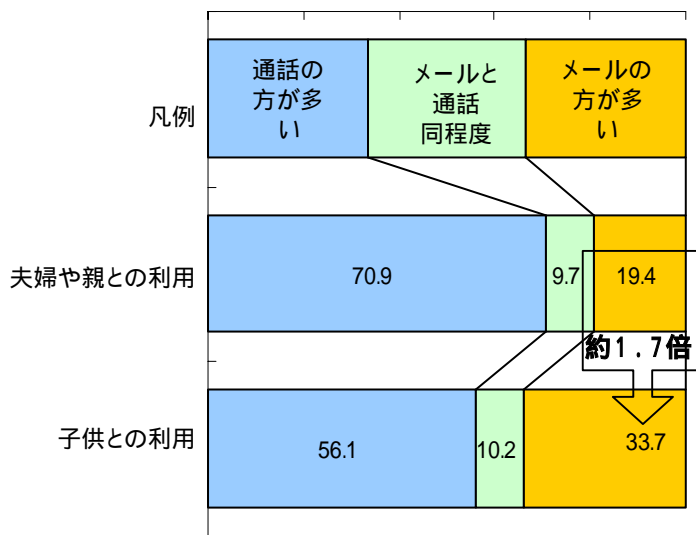
調査結果から、携帯電話の利用方法は、夫婦や親の間では「通話の方が多い」人が過半数を占めていますが、子供との間では「メールの方が多い」人が半数ほどいて、夫婦や親との利用率の約1.5倍となっています(図1参照)。また、通話より「メールの方が多い」人の利用内容は、特に「おしゃべり」で格差が大きく、夫婦や親との利用率は19.4%ですが、子供との間では33.7%と約1.7倍となっています(図2参照)。

【図1 夫婦や親/子供との間での携帯電話利用方法】 (%)



注1: 携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

【図2 夫婦や親/子供との間での携帯電話による「おしゃべり」の方法】 (%)

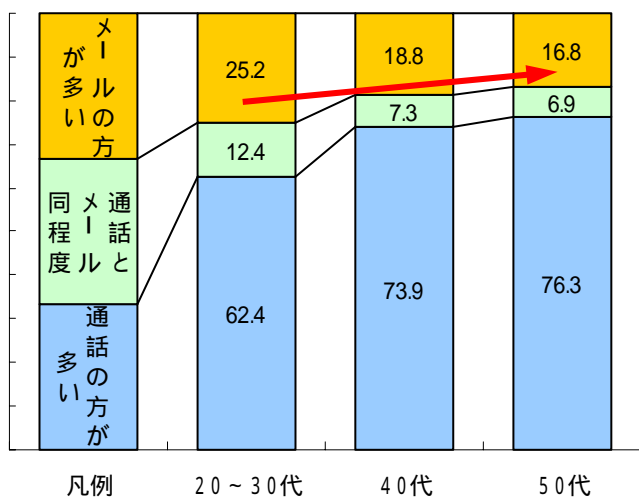


注1: 携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

一方、年代別にみると、携帯電話での「おしゃべり」で「メールの方が多い」人の利用率は、夫婦や親との間では若い層で高くなっていますが、子供との間では40代以上の親が高くなっています(図3・図4参照)。これは子供の年齢が高くなるにつれて、メールの利用率も高くなっていることが反映された結果だと言えます。また「小学生」がいる夫婦や親などで、携帯電話での「おしゃべり」も「メールの方が多い」親が28.4%もいることから、「小学生」にも「メール」文化が浸透していると思われます(図5参照)。

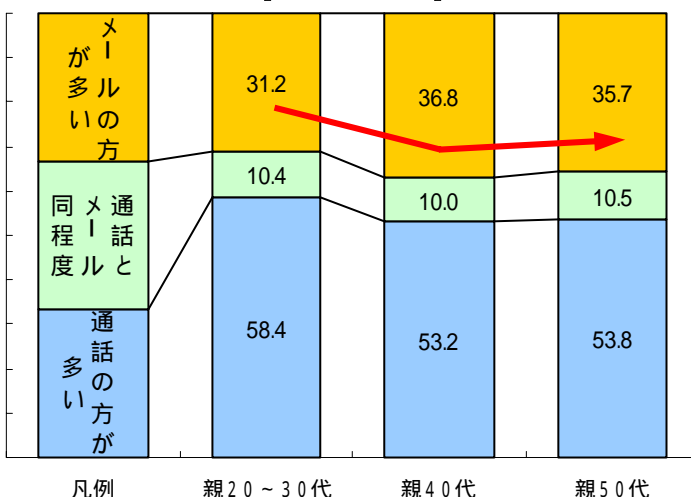
なお、同様な傾向は、「おしゃべり」以外にも「所在確認」などの利用内容でもみられました(別紙参考図3・4参照)。

【図3 夫婦や親との「おしゃべり」の方法】
[年齢別] (%)



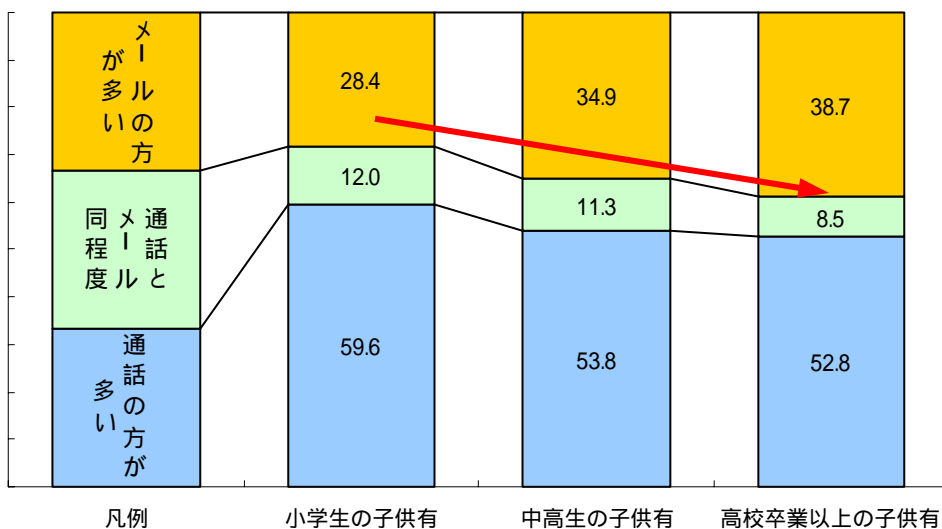
注1: 携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

【図4 子供との「おしゃべり」の方法】
[親の年齢別] (%)



注1: 親が子供におしゃべりを発信している層に限定

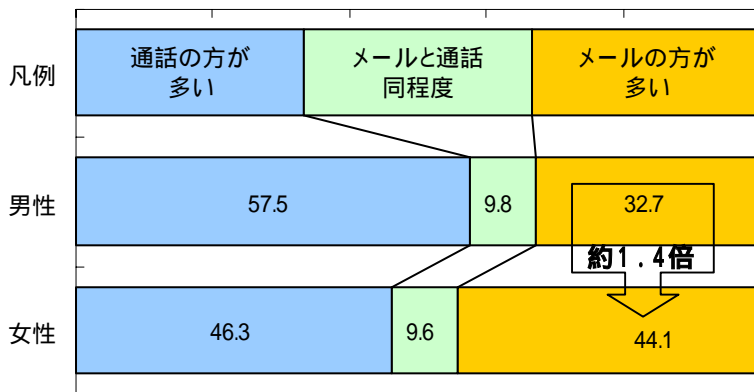
【図5 子供との「おしゃべり」の方法】
[子供の年齢別] (%)



注1: 親が子供におしゃべりを発信している層に限定

その他、家族間での携帯電話利用は、男性では「通話」が主ですが、女性では「通話」と「メール」が同程度となっています。また女性の「メール」利用率は男性の約1.4倍の44.1%いることわかりました(図6参照)。

【図6 男女別携帯電話利用方法】 (%)



注1:携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

今や携帯電話に欠かすことができない「メール」は、従来のコミュニケーションスタイルを変えていっているようです。「おしゃべり」は「音声で」というスタイルでしたが、携帯電話の「メール」利用は、絵文字や顔文字を入れることにより、「音声」では表現しきれない気軽さや面白さなどの気持ちを込めたり、時間や場所に拘束されることなくコミュニケーションを行う、というスタイルを確立しつつあるようです。

調査概要

調査名	家庭のコミュニケーション行動と情報通信サービスの利用状況第2回調査 【携帯電話編】
調査方法	非公開型インターネット調査 「goo リサーチ」登録モニター 「goo リサーチ」 (http://www.research.goo.ne.jp) ポータルサイト[goo]を運営する NTT レゾナントの国内最大級のインターネットアンケート・サービス。「消費者」モニター(25.2万人)、携帯電話でアンケートに答える「goo リサーチ・モバイル」モニター(6.0万人)、キーパーソンのビジネスマンを中心とする「goo リサーチ・ビジネス」モニター(3.8万人)、団塊世代・シニア層、ならびに若年層を中心とした郵送調査手法で回答する「郵送調査専属モニター」(3.4万人)、「オープン」モニター(67.8万人)を含め、106.2万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応しています。 (モニターの人数はいずれも2006年12月現在)
調査実施期間	2006年10月12日～10月16日
調査対象	東京圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)、京阪神圏(大阪、京都、兵庫)在住の 20歳～76歳までの男女 ケータイ保有者に限定
有効サンプル数	2038
有効サンプル数 内訳	調査対象地域 東京圏(東京、神奈川、千葉、埼玉) 51.3% 京阪神圏(大阪、京都、兵庫) 48.7% 男女 男性51.4%、女性48.6%

今回の調査結果は、

- ・情報通信総合研究所ホームページ (<http://www.icr.co.jp>)
- ・gooリサーチホームページ (<http://research.goo.ne.jp>)
でもご覧いただけます。

株式会社情報通信総合研究所の概要

1985年6月に、国内外の情報通信に関する調査・研究を専門とするシンクタンクとして設立。固定通信や移動通信、インターネット・IT、通信と放送の融合から地域の情報化など、情報通信関連の調査研究、コンサルティング、マーケティング、出版事業などの活動を展開しています。

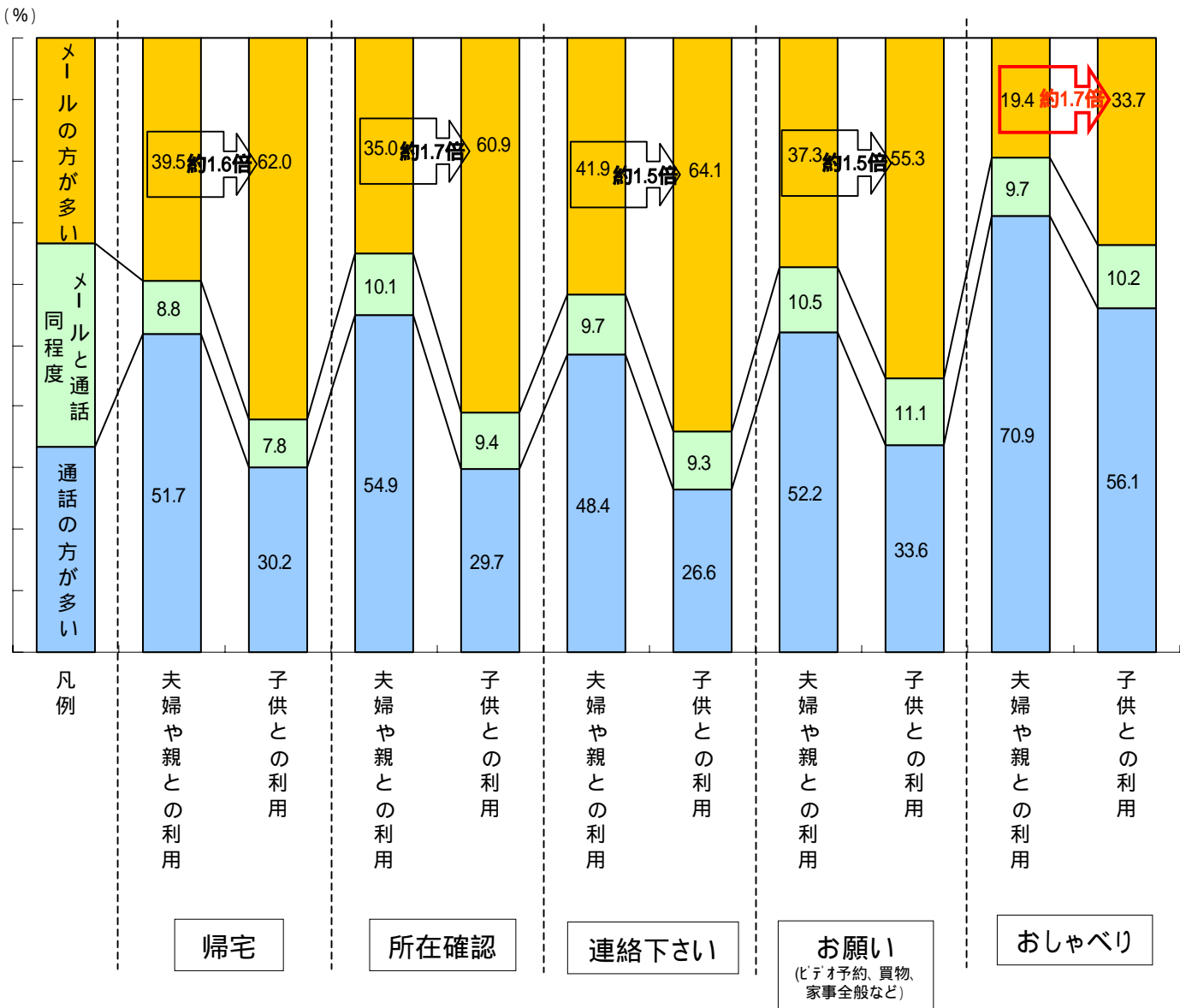
問い合わせ先

(株)情報通信総合研究所
マーケティング・ソリューション研究グループ 鈴木
電話 03-3663-7153 FAX 03-3663-7660 E-Mail:suzuki-s@icr.co.jp

別紙参考資料

(参考図1) 「夫婦や親」および「子供」との間の携帯電話利用内容と方法

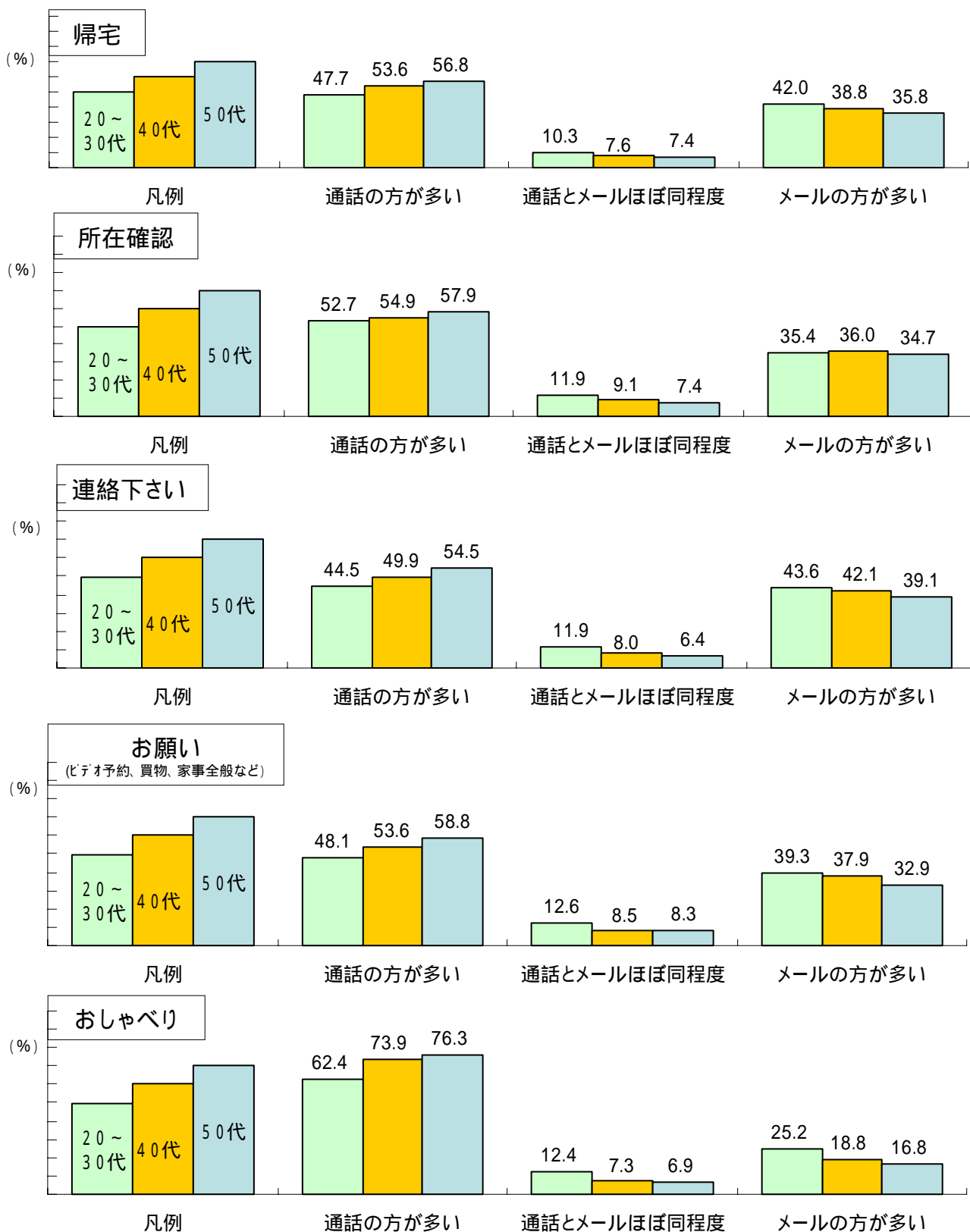
夫婦や親との間の携帯電話利用は、内容に関わらず半数以上が通話の方を多く利用している。一方、子供との間ではメールの方を多く利用する人が6割程度いる。「おしゃべり」でさえ3割を超えている。



注1: 携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

(参考図2) 夫婦や親との間での携帯電話利用内容と方法[年齢別]

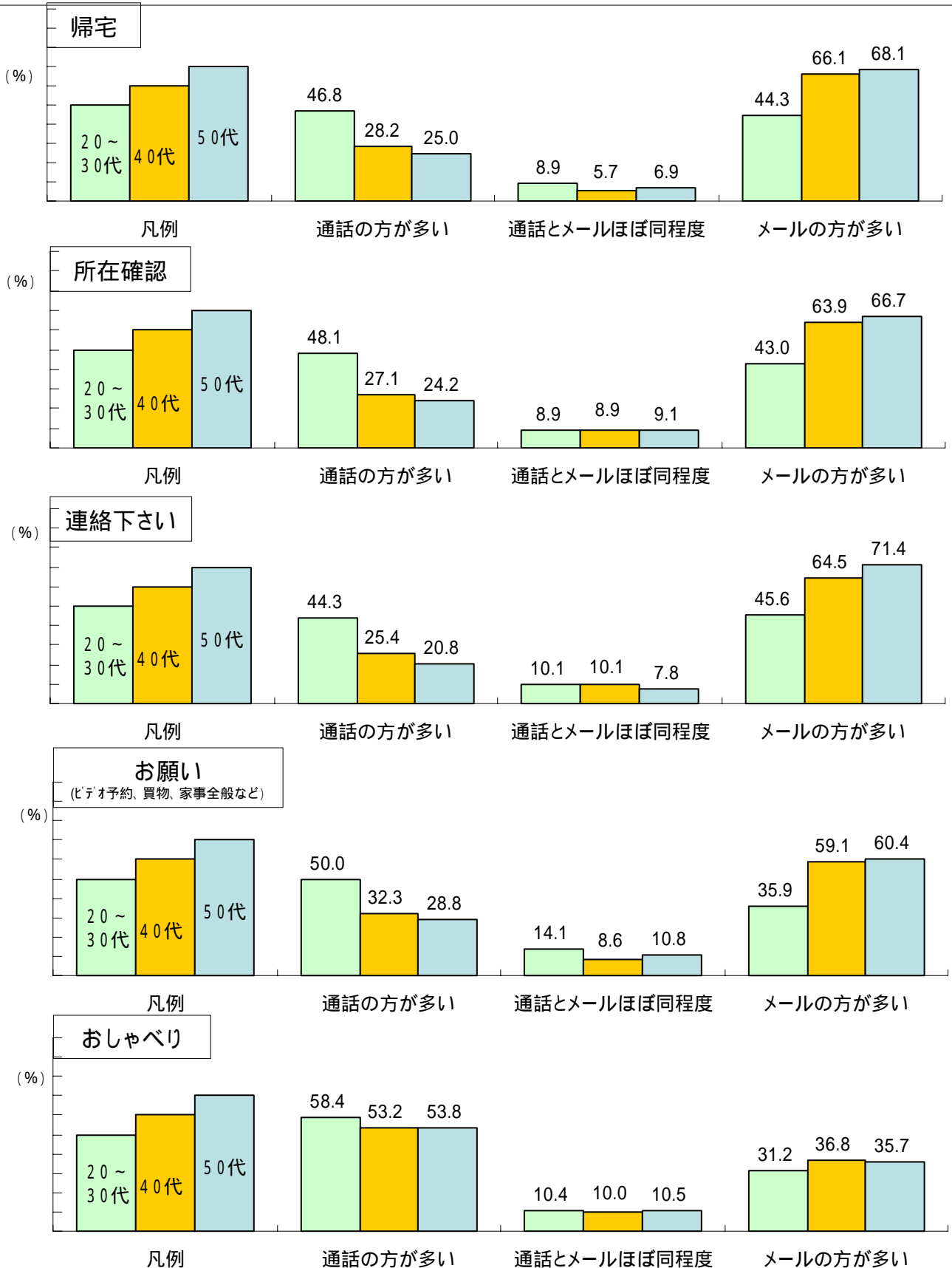
利用内容に関わらず、年齢が高くなるとメールを利用する人が少なくなっている。



注1: 携帯電話で通話・メールを利用している層に限定

(参考図3) 子供との間での携帯電話利用内容と方法[親の年齢別]

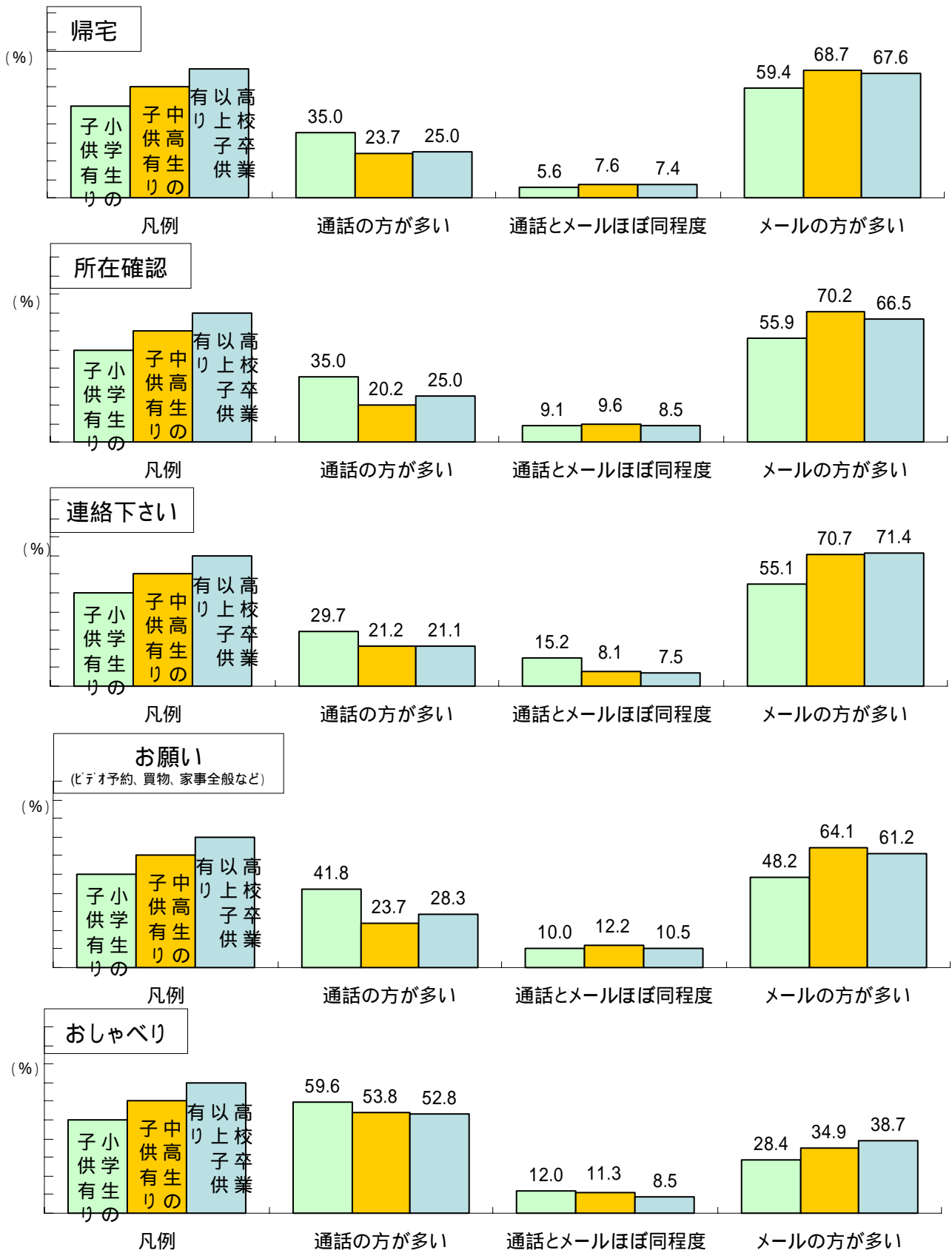
利用内容のうち、「帰宅」「所在確認」「連絡下さい」などは、親の年齢が高くなるほどメールを利用する人が多く、そのうちでも50代の親が最も多い。一方「おしゃべり」や「お願い」では、40代、50代の親がメールを多く利用している。



注1: 親が子供に通話・メールを発信している層に限定

(参考図4) 子供との間での携帯電話利用内容と方法[子供の年齢別]

利用内容に関わらず、中学生以上の子供を持つ親のメール利用率が高くなっている。



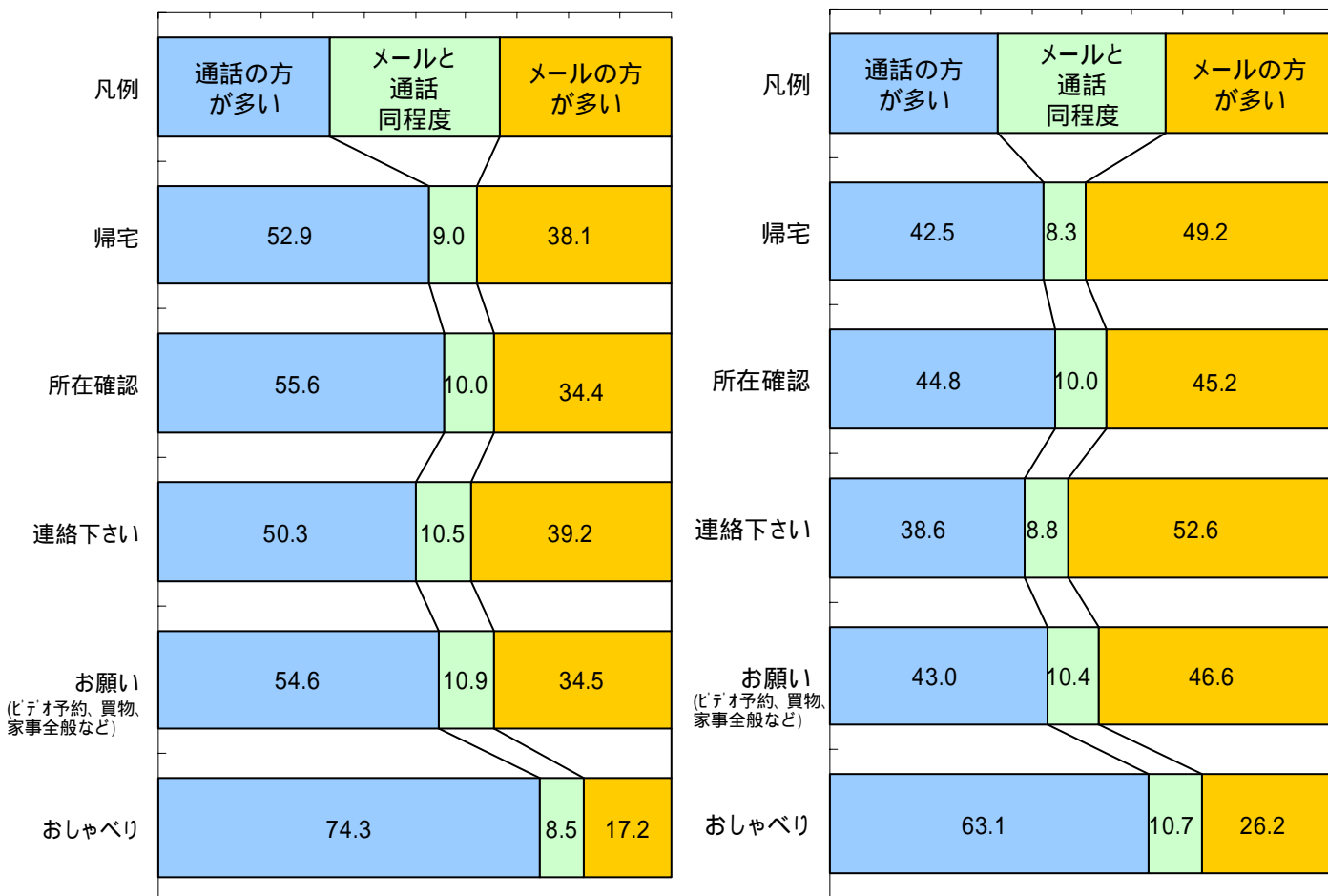
注1: 親が子供に通話・メールを発信している層に限定

(参考図5) 男女別携帯電話利用内容と方法

利用内容に関わらず、女性の方が男性よりメールの利用率が高くなっている。

男性 (%)

女性 (%)



注1: 夫婦や親間で携帯電話で通話・メールをしている層に限定