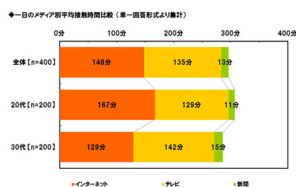


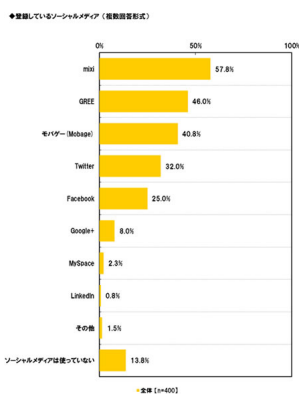
◆NEW

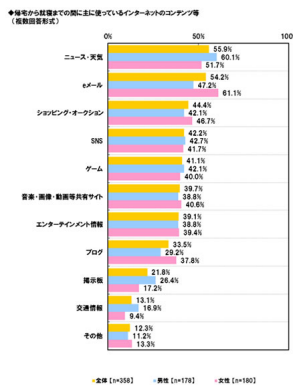
ソフトバンク・ヒューマンキャピタルのアンケート調査（20代、30代のビジネスパーソン400名）によると、1日における「インターネット」平均接触時間は148分となり、「テレビ」の135分を超えたことがわかった。ただし、サンプル数は400名で、オンライン調査だから、その辺を割り引く必要がある。

まず、年代別だが、30代が「テレビ」142分、「インターネット」129分。20代は「インターネット」167分、「テレビ」129分。20代ほど、インターネット接触時間が長い。



続いて登録しているソーシャルメディアだが、もっとも多かったのは、やはり「mixi」（57.8％）。次いで「GREE」（46.0％）、「モバゲー(Mobage)」（40.8％）で、フェイスブックは25％と、まだまだ低い。それに、「GREE」と「モバゲー」をソーシャルメディアのカテゴリーに入れるのはやや難がある。「GREE」や「モバゲー」が上位を占めているということは、このサンプル母体は、ソーシャルゲームにどっぷりはまっている層ということも言える。





インターネットの利用シーンについての質問では、「帰宅後～就寝前」との回答が約9割に及んだ。

シーン別に使っている端末については、「出勤中」のフィーチャーフォン（89.7%）がもっとも多かった。さらに、

シーン別の利用コンテンツは、「帰宅後から就寝前」の「ニュース・天気」（55.9%）がもっとも多く、

「eメール」（54.2%）、「ショッピング・オークション」（44.4%）、「SNS」（42.2%）、「ゲーム」（41.1%）の順。

また、「就労中」の「SNS」利用率は、23.1%で、なかでも男性の利用率は3割を超えていた。

調査実施期間：2012年3月16日（金）～3月21日（水）

調査対象地域：全国

調査対象者：20歳～39歳の正社員・契約社員・派遣社員 400名

ビジネスパーソンのネットメディア接触に関する調査

<http://www.softbankhc.co.jp/press/release/2011/20120330/150000.html>