

主要SNS mixi, Twitter, Facebookの利用調査に基づく性質の相違点

An Investigation of Difference of the Features about Major SNS: mixi, Twitter, Facebook

○樋口 雄太郎¹, 河野 義広¹

Yutaro HIGUCHI and Yoshihiro KAWANO

¹ 東京情報大学 総合情報学部 情報システム学科
Tokyo University of Information Sciences

Abstract Today, there is difference in features of each SNS (Social Networking Service). Then, use purpose of each SNS is different among users. We have an investigation of difference of the features about major SNS: mixi, Twitter, Facebook. Concretely, the diary function of mixi was utilized to investigation about use situation and use purpose of each SNS. In addition, the respondent is suggested to share this questionnaire written in the diary. As a result, it is confirmed that the purpose of using mixi and Facebook have a common feature in many points, and the person using both mixi and Facebook is a few.

キーワード SNS, mixi, Twitter, Facebook, コミュニケーションツール

1. はじめに

近年, 日本でのインターネットの普及に伴い, ネットワーク上のコミュニケーションツールである SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) が数多く立ち上がり, 著しく発展している. 日本における主要な SNS としては, mixi¹⁾, Twitter²⁾, Facebook³⁾などが挙げられる. 最も訪問者数の多い Twitter を見みると, 2011 年 11 月時点で月間 1600 万人ものアクセスが記録されている. ここで 1 つの疑問が生じる. これほどまでに大規模に発展し, 今なお拡大を続ける SNS において, 「ユーザの利用目的は何であるか」という問いである. 例えば, 友人とのコミュニケーションツール, あるいは情報収集・情報発信のツールとして利用するユーザもいる.

すなわち, 多種多様な SNS が乱立する状況の中, 各 SNS の性質には相違点があり, そのため各 SNS の利用目的もユーザ毎に異なると考えられる. そこで, 各 SNS の性質・相関性の調査のため, mixi, Twitter, Facebook を対象にアンケートを実施した. 各 SNS の訪問者数や利用頻度, アンケート結果をもとに, 各 SNS の性質と利用目的について考察する.

2. 関連調査

ソーシャルメディア白書 2012⁴⁾を参考に, 各 SNS の訪問者数, 利用頻度, 利用目的についてまとめる.

(1) 訪問者数

月間訪問者数に着目すると, 2011 年 11 月時点で Twitter が最も多く 1600 万人, 次いで Facebook が 940 万人, mixi が 660 万人である. Twitter は 2009 年 10 月に携帯電話向けサイトが開設されてから利用人数が急上昇している. Facebook は 2010 年 4 月の「いいね!」ボタン設置から伸び始め, 現在も順調に推移し

ている. mixi に関しては, 2011 年 11~12 月に訪問者数が急激に減っているが, これは従来 mixi.jp ドメインで行っていた通信を別ドメインに切り替えた, もしくは使用しなくなったことによる減少であり, 実際は 10 月時点で集計されている 1200 万人程度の訪問数があると考えられる.

(2) 利用頻度

ソーシャルメディアサービスの中でも, コミュニケーションサービス (SNS) 使用者の利用頻度が圧倒的に高い. 誌上の調査によると Twitter, 及び mixi の利用者のうち, 15%が「1 日に 5 回以上利用」と答えており, 「1 日に 2 回以上利用」と範囲を広げると, 3 割の利用者が該当する. Facebook は「1 日に 5 回以上利用」が 9%と, 他の 2 つには劣るものの, ソーシャルメディアの中では高い割合である. 他のソーシャルメディアでは, YouTube の 3.5%, Google+ の 4.4% がある.

(3) 利用目的

Twitter の利用目的としては, 趣味に関する情報収集が 30.6%と高い. また, 友人や知人とのコミュニケーションが 21.7%であり, mixi, Facebook と比べると低い割合である.

それに対し, mixi は友人や知人とのコミュニケーションが 40.3%と圧倒的に高く, ネット上の知人とのコミュニケーションも含めると 65.5%に及ぶ. 次いで趣味に関する情報収集が 22.6%である.

Facebook に関しては, 友人や知人とのコミュニケーションが 35.2%と高い割合を示している. しかしながら, 10 代 20 代の若年層はコミュニケーション目的での利用は少なく, mixi の方がコミュニケーションツールとして好まれている傾向にある. また, 趣味

に関する情報収集は 17.5%と最も低い。

3. アンケート調査

(1) 目的

今回のアンケート調査では、各 SNS の性質、及び利用目的の相関性の調査を目的とする。そこで、筆者が利用する SNS の中で、筆者の利用頻度が最も高く、最も友人の多い mixi 上でアンケートを実施した。今回のアンケート調査は、mixi の利用頻度が最も高いユーザを対象とする。これにより、主として利用する SNS により、各 SNS における利用目的の相違点を明らかにすることが可能となる。

今回のアンケート項目は、「mixi 以外に利用する SNS」、「各 SNS (mixi, Facebook, Twitter) の利用目的」である。これにより mixi と各 SNS の使い分けや相関性が明らかにする。なお、今回の調査は、mixi 上でのみ行ったが、今後は Twitter, Facebook でも同様の調査を行う予定である。

(2) 調査方法

アンケート調査では、mixi の日記機能を利用した。アンケート項目を日記に記述し、公開範囲を「友人の友人まで公開」とし回答を募集した。回答期間は 1 週間とした。閲覧者から回答を募集するとともに、閲覧者にその日記をシェアしてもらう形でアンケートの拡散を図った。シェアされた日記に対する回答は、メッセージでの受け付けとした。これにより、より多くの利用者から回答募集が可能となり、結果として 627 件の有効回答を得た。

(3) アンケート結果

アンケート結果を図 1～4 に示す。図 1 は mixi 以外の SNS の利用状況、図 2～4 は、mixi, Twitter, Facebook それぞれの利用目的に関するアンケート結果である。

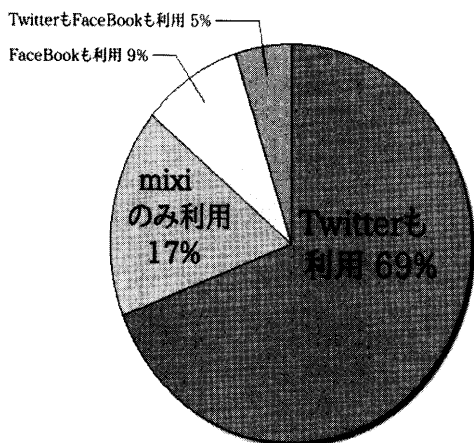


図 1. mixi 以外に利用している SNS

- ① Twitter も利用している 431 人 69%
- ② mixi のみ利用している 108 人 17%

- ③ FaceBook も利用している 58 人 9%
- ④ Twitter・FaceBook も利用している 30 人 5%

図 1 より、mixi 以外に利用している SNS については、mixi と Twitter を併用している割合が 69%と非常に高いことが分かった。その一方、Facebook と併用しているユーザは少ない。前述の利用目的を見ると、mixi, Facebook とともに友人・知人とのコミュニケーションという回答が多く、双方の利用目的が多くの部分で共通しており、それらの併用利用は少ないものと考えられる。mixi のみの利用は 17%であり、2 つ以上の SNS の併用利用が多いと考えられる。その一方で、全 3 種の SNS を利用するユーザは非常に少ないことが分かる。

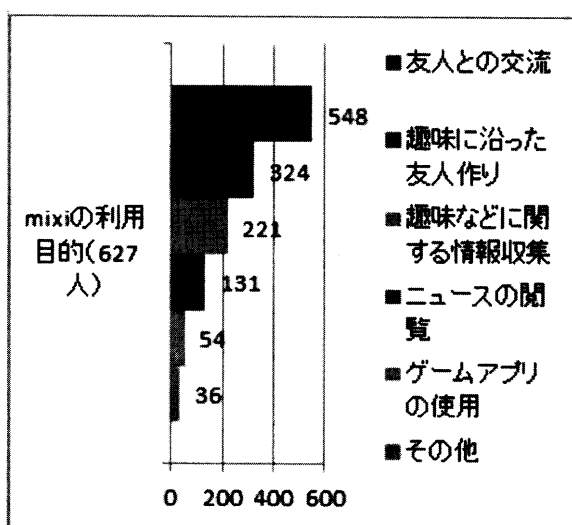


図 2. mixi の利用目的

図 2 より、mixi の利用目的としては、前述したソーシャルメディア白書のデータ同様に、友人との交流を目的に利用している人が圧倒的に多かった。また、趣味を通じた友人作りに利用している人も次いで多く、後に情報収集・ニュースの閲覧が続いている。また、ゲームアプリの使用を目的とした人も多く、この項目に回答した人はほとんどが「ゲームアプリの使用」のみの回答だった。「その他」の中には「日記帳として利用」、「入会しているだけ」などが含まれている。

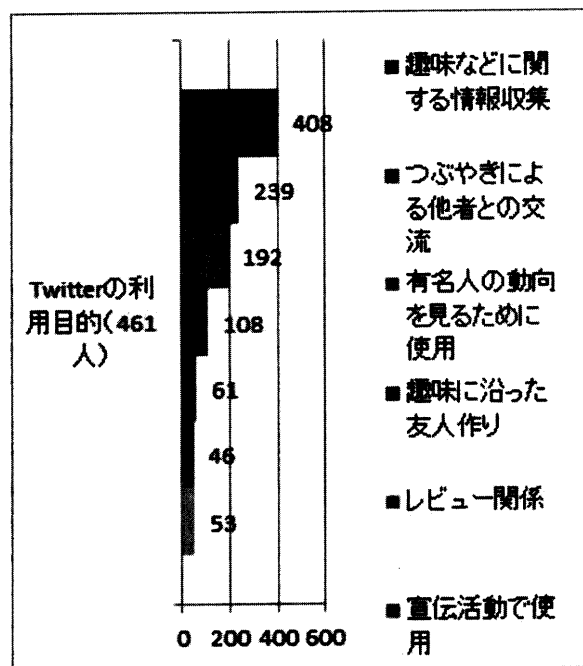


図3. Twitterの利用目的

図3より、Twitterの利用目的として、利用者の回答のほとんどに「趣味などに関する情報収集」が含まれていた。mixiでは見られなかった「有名人の動向をみるために使用」という目的も高い割合となった。mixi・Twitterを併用するユーザは、mixiでリアルな友人との交流を図り、情報収集・ネットの友人との交流でTwitterを利用している。

また、レビューや宣伝活動といった目的で利用するユーザもいた。「その他」の中には「入会しているだけでとくに利用していない」、「災害時の情報伝達手段」などが見られた。

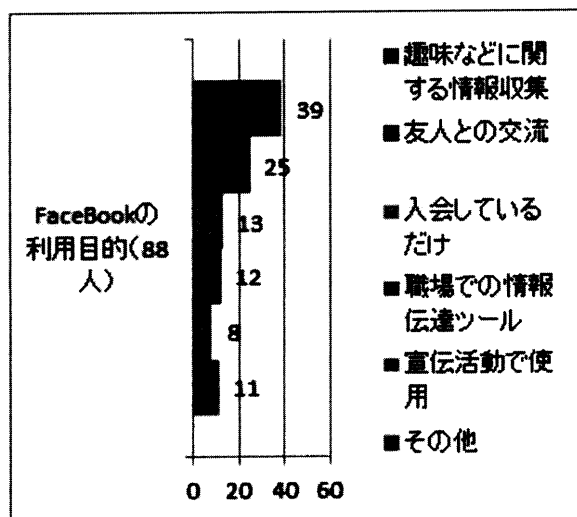


図4. Facebookの利用目的

図4より、Facebookの利用目的としては、Twitterと同様に、「趣味などに関する情報収集」が最も多い。ソーシャルメディア白書のデータでは、mixiと

同じくコミュニケーションツールとしての利用が大きな割合を占めていた。mixiと併用してFacebookを利用するユーザ、主に情報収集としての利用が多い。また、「入会しているだけ」の割合も高く、mixi上でのアンケートであったこともあり、コミュニケーションツールとしてはmixiを利用するユーザが多い。加えて、他の2つには無かった「職場での情報伝達ツール」という項目も見られた。その他に関しては、「写真などのアルバムとして利用」、「災害時の情報伝達手段」などが見られた。

(4) 考察

mixiを利用する8割以上のユーザが他のSNSと併用し、使い分けていることが判明した。mixi単体としてはリアルな友人とのコミュニケーションが目的であり、Twitterでは情報収集やネットの友人との交流がベースとなっている。Facebookはmixiと同様にコミュニケーションツールとして使われることが多いため、mixiと併用されるケースは少なかった。今回はmixi上でのアンケートであったため、Facebookも利用するユーザは、主に情報収集ツールとして見ていると考えられる。

また、mixiの利用目的において、ゲームアプリの利用を目的（回答が「ゲームアプリの利用」のみ）としたユーザが想定した以上に多かった。mixiにもmobage⁵⁾やGREE⁶⁾にあるような友人同士で楽しめるソーシャルゲームが増えつつあるため、今後「ゲームアプリの利用」を目的とした会員の増加が予想される。

(5) Twitter, Facebookでの利用調査について

今回のアンケート調査は、mixi上で実施したのみであるため、mixi利用者に重点を置いた結果となっている。そこで今後は、Twitter, Facebookでも同様の調査を行う予定である。具体的には、Twitter, Facebookの利用頻度が最も高いユーザを対象とし、他のSNSの利用状況、利用目的をアンケート調査する。

現在、Google Drive⁷⁾でTwitter, Facebookそれぞれの利用者に対するアンケートを作成し、回答を募集中である⁸⁾⁹⁾。結果は、2012年の社会情報学会(SSI)学会大会で報告する。

4. まとめ

本研究では、多種多様なSNSが乱立する状況の中、各SNSの性質には相違点があり、各SNSの利用目的もユーザ毎に異なると考えた。そこで、各SNSの性質・相関性の調査のため、mixi, Twitter, Facebookを対象にアンケートを実施した。具体的には、mixiの日記機能を利用し、回答者に対して拡散を促すことで、各SNSの利用状況、利用目的を調査した。このアンケート結果をもとに、各SNSの性質と利用目的について考察した結果、mixiとFacebookの利用目的に多くの部分で共通点が見られた。そのため、mixiとFacebookの併利用者は非常に少ないことが判明

した。その一方、mixi と Twitter は利用目的が異なる場合が多く、非常に相性がよいと考えられる。

今回は mixi 上でのアンケートを行い、他の 2 つの SNS との相関性について調査した。今後は、Twitter と Facebook でも同様のアンケートを実施することにより、新たな結果が見えてくると考えられる。その後は、「これからの SNS に求めること」、「SNS の発展によって生じる不安」など細かい点について調査し、考察する予定である。加えて、SNS についての知識を深めると同時に、得た知識を活用して、将来的にはソーシャルメディアの発展に貢献できればと思う。

参考文献

- 1) mixi : <http://mixi.jp/>
- 2) Twitter : <http://twitter.com/>
- 3) Facebook : <https://facebook.com/>
- 4) トライバルメディアハウス、会社クロス・マーケティング (2012) : 『ソーシャルメディア白書 2012』, 翔泳社.
- 5) Mobage : <http://www.mbga.jp/>
- 6) GREE : <http://gree.jp/>
- 7) Google Drive : <https://drive.google.com/>
- 8) 樋口雄太郎 : 『SNS の中で Twitter の利用頻度が高い人に対するアンケート』, Google Drive,
<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dGxHTT1DZ0t3TmFhdVZXWEZ6Mk8xNEE6MQ#gid=0>
- 9) 樋口雄太郎 : 『SNS の中で Facebook の利用頻度が最も高い人に対するアンケート』, Google Drive,
<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dGN0dT1jR2hxRkQwTFctSC1FS11ROEE6MA#gid=0>