

「SNSでのシェアに関する意識調査」発表

SNSで「何でもシェア」に抵抗75%、単純シェア面倒に 現代人の「シェア疲れ」が明らかに

プライベートは仕事関係者にシェアしたくない 55%
内容によってシェアする相手を選びたい 66%

企業におけるコミュニケーション・プロデュースサービスを展開する株式会社シータス&ゼネラルプレス（所在地：東京都文京区、代表取締役社長：田口 悟）は、SNSにおける「シェア」機能が普及する昨今、シェアにおけるユーザーの意識傾向を明らかにすべく、「SNSでのシェアに関する意識調査」を実施しました。

当調査は2012年3月にSNSを利用している20歳から49歳までの男女600名を対象に、インターネット上で行ったものです。

■シェアは更に「日常的な行動」に

・SNS利用者の3人に1人は一日一回以上情報をシェア

当調査でSNSでの情報のシェア頻度を調査したところ、1日に複数回シェアする人が21%、1日に1回シェアする人が11.7%で、3人に1人は1日1回以上情報をシェアしていました。また、1週間に1回以上シェアした人は63.7%にのぼり、SNSでの情報シェアはユーザーにとって日常的な行動になってきていると言えます。

■「なんでも」「誰でも」の情報の共有に抵抗、面倒に感じる「シェア疲れ」の傾向

・SNSで繋がっているすべての人に何でも内容をシェアすることに抵抗を感じる 75.5%

・上記を受けてシェアという行為自体が面倒に感じることもある 70%

SNSでつながっている全ての人に、同じ情報を一律にシェアすることに抵抗を感じる人が75.5%にものぼりました。「一部の人にしか関係のない内容」であることや、相手の反応が気になり、シェアすること自体が面倒に感じる「シェア疲れ」の現象が起きていることがわかりました。

■上司や得意先にはプライベートをシェアしたくない？ 特に部長は得意先との関係を気にしている

・SNSでプライベートの内容を仕事関係者にシェアすることに対して抵抗を感じたことがある人 37.7%

・元々仕事関係者とSNSでつながっていない 37.7%

SNSでプライベートの内容を、仕事関係者（職場、お得意先、協力会社含め）にシェアすることに対して抵抗があるかとの質問に対し、37.7%が、抵抗があると答え、そもそも仕事関係者とSNS上でつながっていないと答えた人も37.7%となり、シェアの内容によってはプライベートと仕事のコミュニティを明確に分けたいという思いがあることがわかりました。また、一般社員37.2%、主任45.0%、課長56.7%、部長71.4%と、管理職になればなるほどシェアしづらいと感じていることが明らかになりました。

■シェアの内容によって共有する「相手を選びたい願望」が明らかに

・内容によってシェアする相手を選びたいと思っている人 66.7%

・実際に内容ごとに変えている人は 25.7%

シェアする内容によってシェアする相手を選びたい人は多いのに比べ、実際に相手を変えているのは全体の1/4ほどでした。

【当社考察による理由】

「シェア相手を選びたい」という願望はあるが、実際に実行できている人数とのギャップが顕著である。理由として、「(SNSでの相手を限定する)方法を知らない」「方法を知っていても手間」など複合的な理由が考えられるが、重要なのはそのための「適切なツール(インフラ)が普及していない(整っていない)」という点である。(シータス&ゼネラルプレス 生活者ネットワーク事業部 辰巳)

■すべてにシェアされる情報はほとんどの人が「不要」、「関係ない」と判断

・シェアしている内容は一部の人にしか関係がない内容 59.3%

・シェアされるものが不要だと感じることもある 63.5%

シェアする内容はどんなものであるかという問いに対し、「すべてに関係がある」は 17.5%、「一部しか関係がない内容」59.3%、「自分にしかわからない内容」21%という結果となりました。また、シェアされる内容が不要だと感じる人は 63.5%にのぼり、シェアする側もシェアされる側もいずれも半数以上が不要なものを共有している構図が明らかになりました。

※ 本調査は、2012年3月に全国の20歳～49歳の男女でSNSの利用者計600名を対象にインターネット上で実施。

※ 本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は必ず「(株)シータス&ゼネラルプレス 調べ」と明記下さい。

【調査概要】

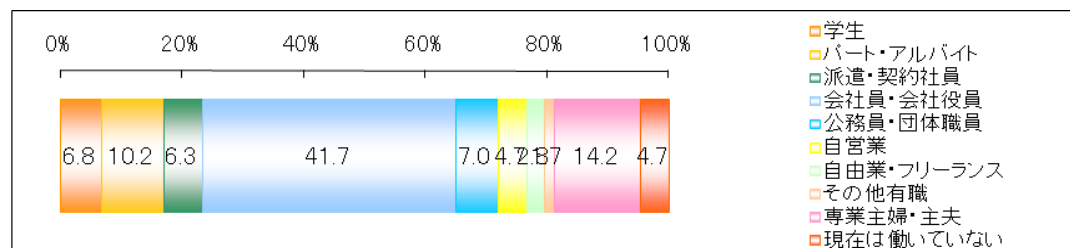
- 調査タイトル : 「SNSでのシェアに関する意識調査」
- 調査対象 : SNSを利用している20歳から49歳までの男女600名
- 調査対象者の内訳 : 男性(300名うち20代、30代、40代それぞれ100名)
女性(300名うち20代、30代、40代それぞれ100名)
- 調査時期 : 2012年3月
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査地域 : 全国
- 有効回答数 : 600サンプル
- 実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先
(株)シータス&ゼネラルプレス 生活者ネットワーク事業部 広報事務局(株式会社プラチナム内)
担当 : 木原・中川

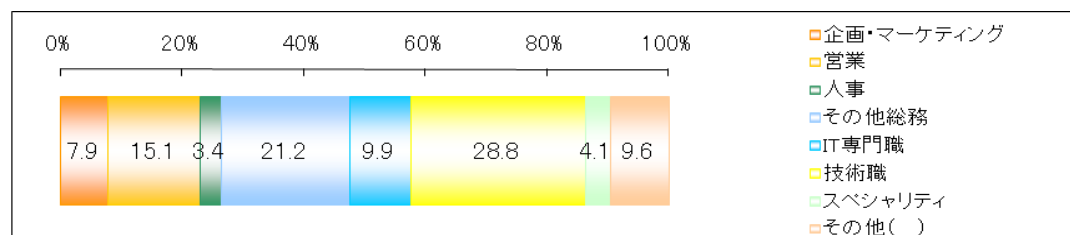
TEL : 03-5572-6071 FAX:03-5572-6075 E-Mail:a-kihara@vectorinc.co.jp

【参考資料】

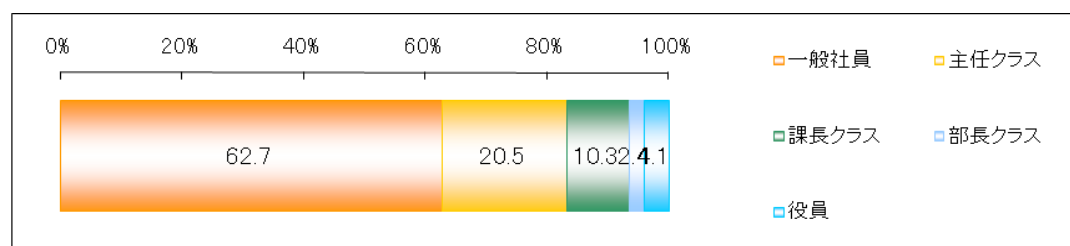
Q1. あなたの職業をお答えください。



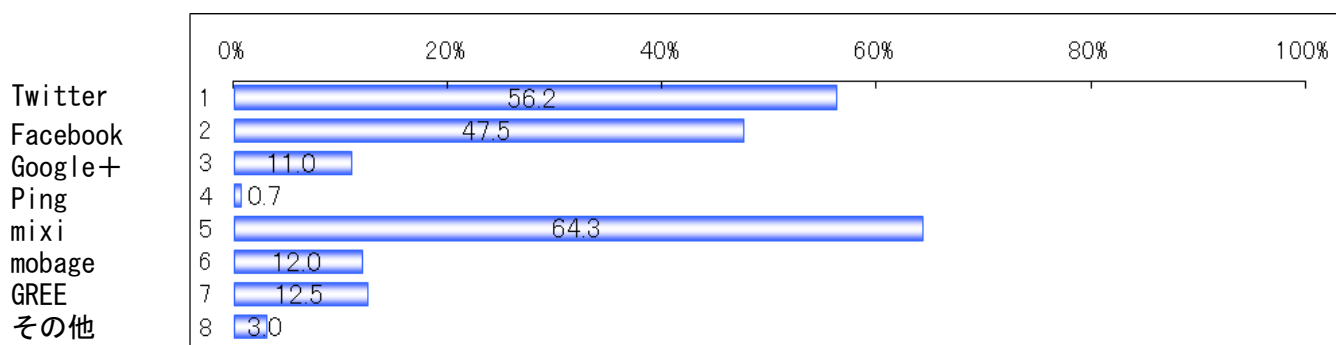
Q2. あなたの職種をお答えください



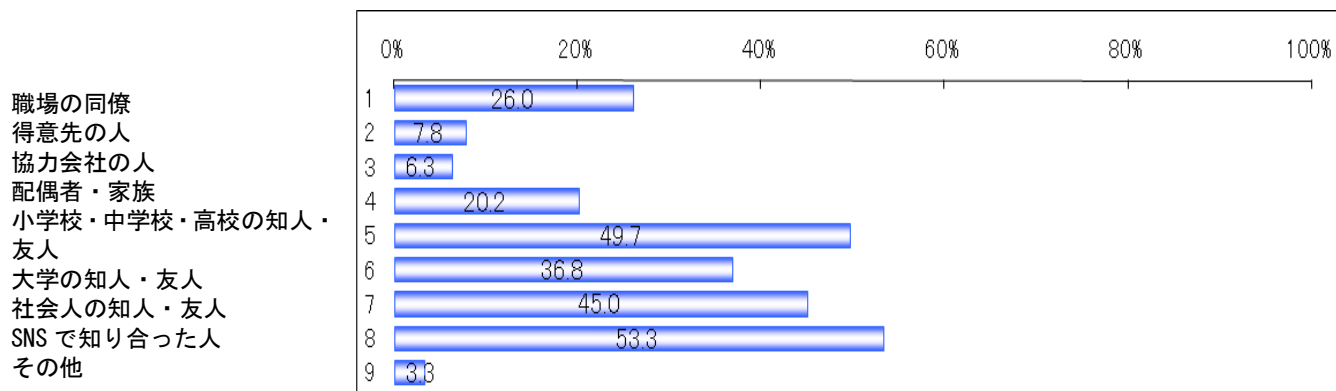
Q3. あなたの役職をお答えください。



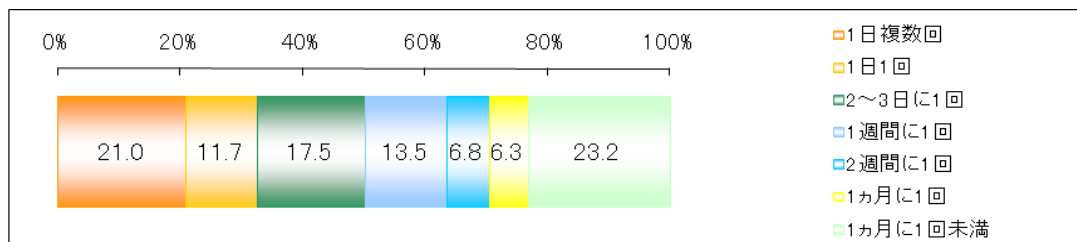
Q4. どんな SNS を利用していますか。(いくつでも)



Q5. SNS ではどんな人と繋がっていますか。(いくつでも)

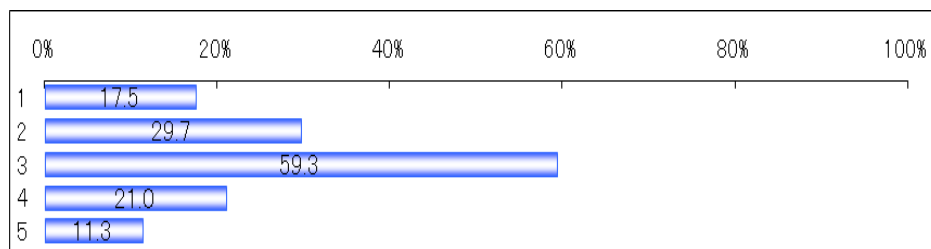


Q6. SNS での情報のシェア（投稿）の頻度はどの程度ですか。

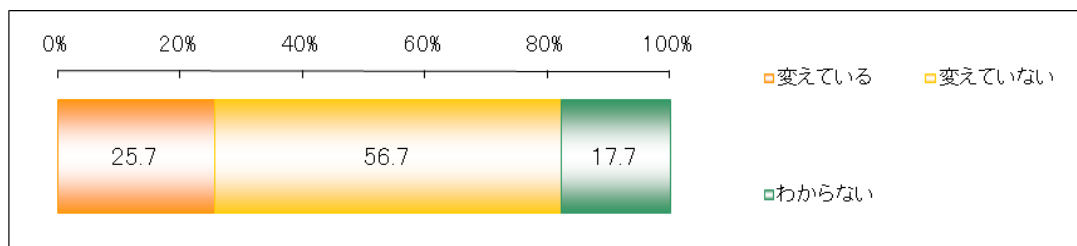


Q7. SNS でシェアしている内容はどんな内容ですか。（いくつでも）

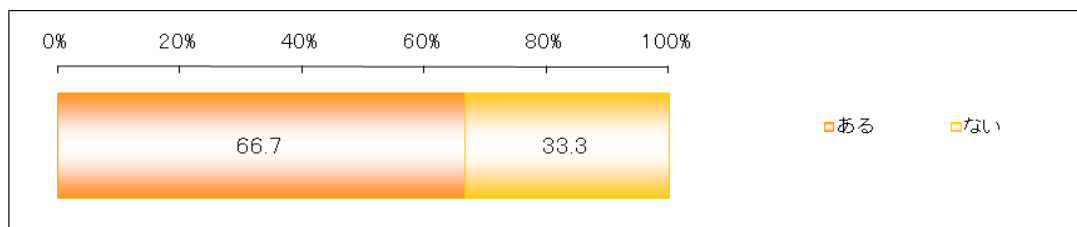
すべての人に関係がある内容
ほとんどの人に関係がある内容
一部の人しか関係がない内容
自分にしかわからない内容
わからない



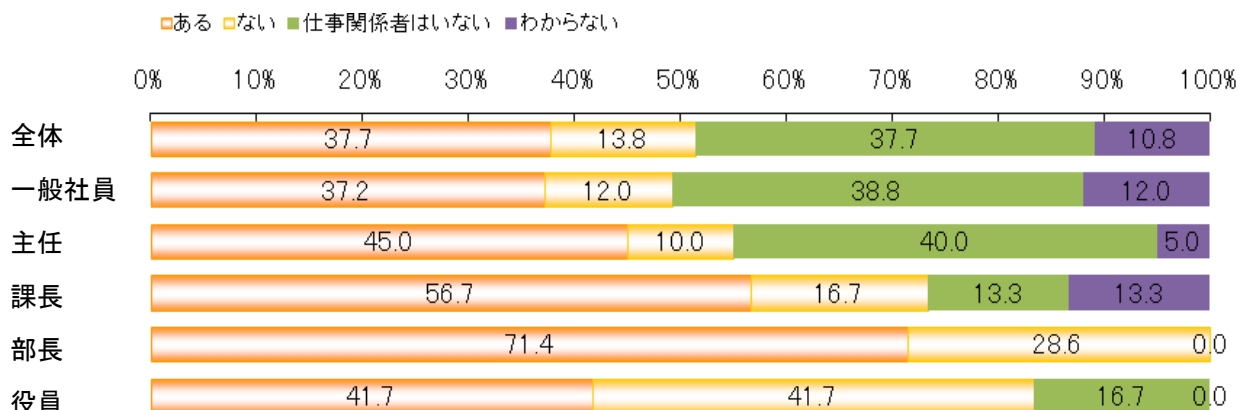
Q8. SNS でシェアする内容ごとにシェアする先（人やコミュニティ）を（細かく）変えていますか。



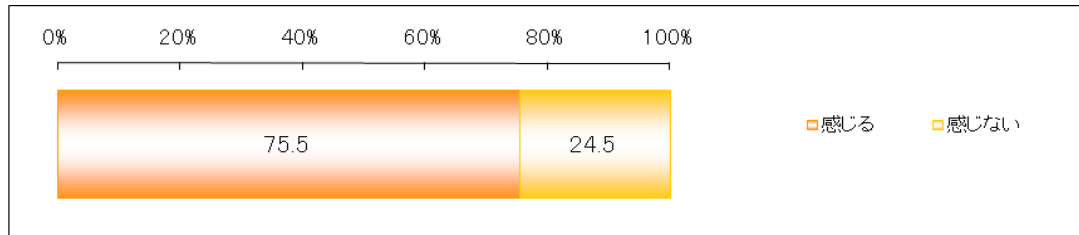
Q9. SNS でシェアする内容によってシェアする先（人やコミュニティ）を選びたいと思ったことはありますか。



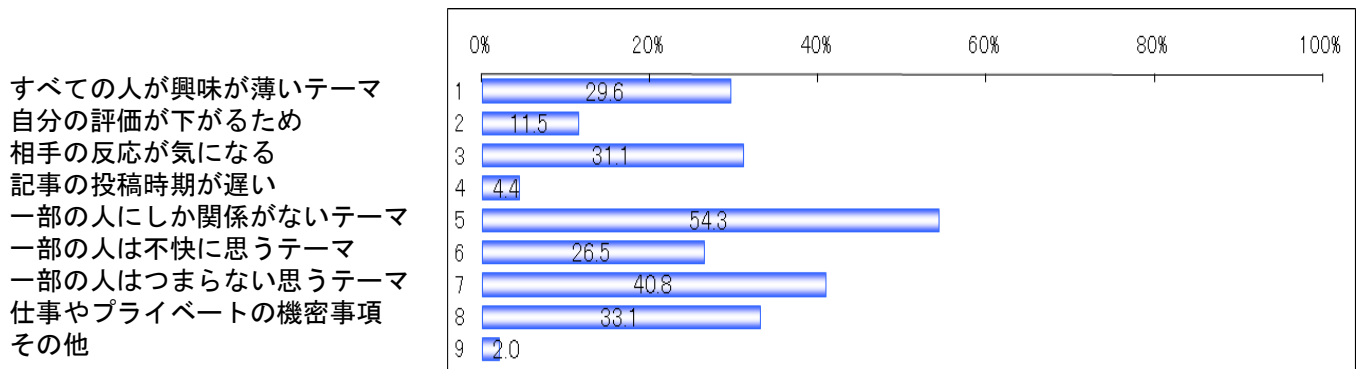
Q10. SNS でプライベートの内容を、仕事関係者（職場、お得意先、協力会社含め）にシェアすることに対して、シェアしづらいと感じたことはありますか。



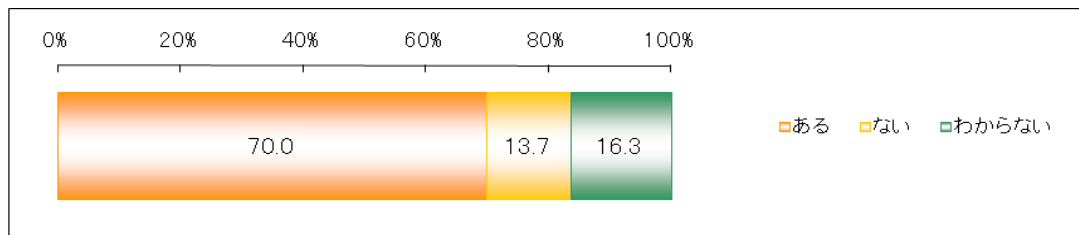
Q11. SNS で繋がっているすべての人に何でも内容をシェアすることに抵抗を感じますか。



Q12. 前問で、SNS で繋がっているすべての人に何でも内容をシェアすることに抵抗を感じるとお答えの方にお伺いします。その理由をお答えください。(いくつでも)



Q13. 上記を受けて、シェアすること自体が面倒に感じることはありますか。



Q14. SNS でのシェアされる情報の中で不要だと思う情報はありますか。

