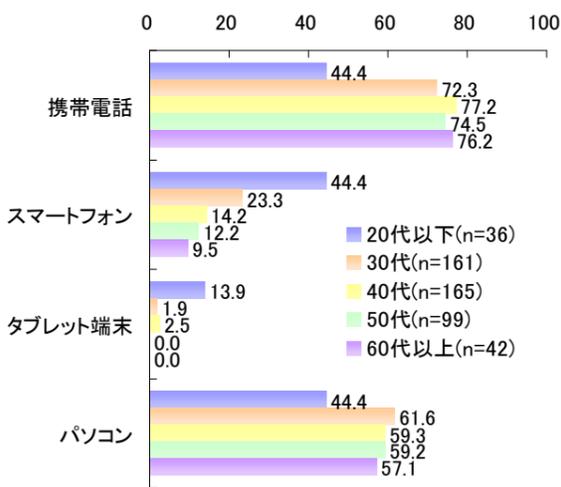


## 01 Woman's Voice

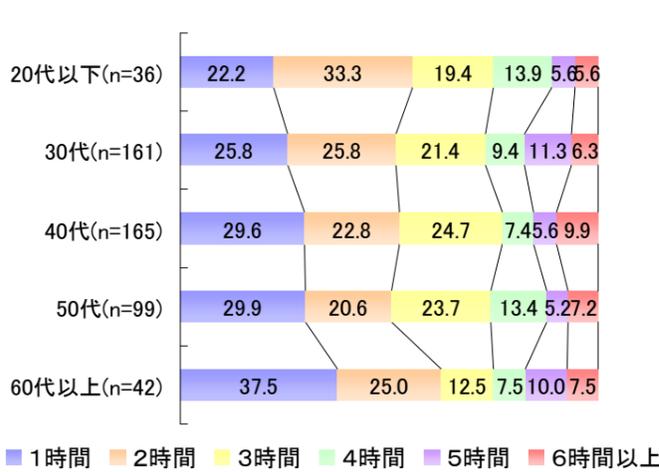
### 女性のICT、SNS利用に関する調査から～ SNS利用、30代以下と40代以上のあいだに大きな差が

(数字はすべて%)

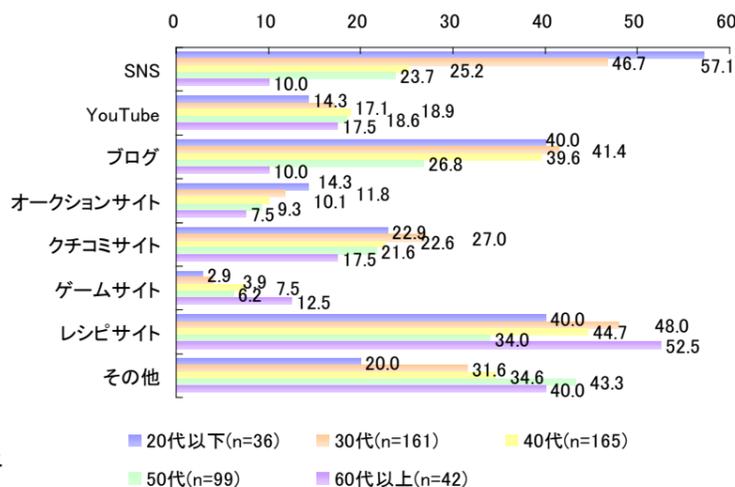
Q. 日ごろ使用している機器は？ (複数回答)



Q. 平日1日のインターネット平均利用時間



Q. インターネットで主に毎日見ているもの (複数回答)



スマホが急激に普及し、マーケティングもSNSを利用したものに注目が集まっている。普通の女性たちはSNSにどの程度接触しているのか調査した結果を3回に渡って報告する。

まずスマホの普及具合は、未既婚含めた女性503人(専業主婦47.7%、フルタイム23.7%、パート22.1%)中、20代以下で44.4%までできているが、30代で2割強、40、50代では1割前後と、まだまだ。20代以下は早晚、携帯かPCかとスマホを2台持ちするのが主流になるだろう。

30代、40代のスマホの普及具合は、この1年で3割を超えるかどうか注目だ。

というわけで現状ではフェイスブックやツイッターもPCでアクセスしている人が8割方。インターネットの利用はPCでという感覚が主流の中で、平日1日の平均利用時間は30代以下で2時間、40代以上では1時間くらいという人が最も多い。

独身者と既婚者では、独身のほうに利用時間の長い人が多く、4時間や5時間という人が14%ずつ出現する。既婚で子どもがいると、朝晩の食事の支度に時間が割かれる

ため、昼間の家事の合間や、夜寝る前にメールチェックというのが一般的。このついでにサイトを見るのが多く、日々見ているものは、20代以下でSNS、30代、40代、60代以上はレシピサイト、50代の「その他」で多いのはポイントサイトや懸賞、クーポンサイトだ。

SNSの利用については、30代以下と40代以上のあいだに大きな溝があると思う。スマホの普及具合とも相まって30代以下が日常的にSNSに接するようになるのはこの1年以内だろうが、40代以上はまだ時間がかかりそうだ。

### 所長の目

総務省の平成23年度版の通信白書によればスマホの普及率は20代で44.9%、30代28.9%、40代18.3%、50代9.3%と、今回のデータとほぼ同様の結果だ。同じく昨年末に発表されたICT総研のSNS利用動向調査では、国内ネットユーザー9510万人中、SNS利用者は45%(そのうち毎日利用する人が6割、ほとんど利用しない人が2割)。2014年末の利用予測では59%に伸びるとしている。一方で、将来にわたってSNSは利用しないという人が34%いて、SNS普及は最大で6割強にとどまると予測している。

だとすれば、SNS利用で30代以下と40代以上のあいだにある大きな溝は、今後も開く一方ではないかと思う。(植田奈保子)

※2012年10月11日～15日実施。全国の既婚女性503人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせを

### Real Voice

スマホを買った理由

- ◆暇つぶしになり子どもも遊べるから (27歳/専業)
- ◆画像データがたくさん管理できる、異なるメアドを1台で一度に確認できる、写真アプリが楽しそうなど機能性と面白さ (35歳/パート)
- ◆動画でドラマなどを見たかったのと、ネットサーフィンしたいから、子育て中はパソコンをじっくり見られない (32歳/専業)
- ◆子どもと外にいるとき、時間をつぶせるものが欲しかった (33歳/専業)
- ◆全く必要性を感じてなかったけど今のうちに使えるようになっておかないと後で困るから (39歳/フルタイム)
- ◆ノートPC買い替えの代わりに (44歳/フルタイム)
- ◆子どもの高校入学に合わせて一緒に買った (46歳/専業)
- ◆お店に普通の携帯がなくて仕方なく (61歳/専業)

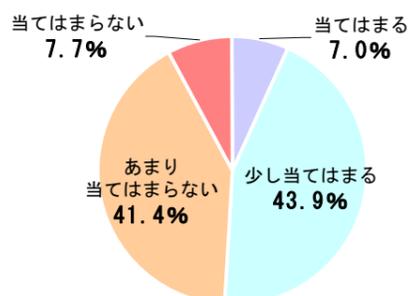
## 02 HOW's View

### デジタル家電、実は使いづらい50.9% 市場拡大の課題は「主婦層の取り込み」

パソコンや携帯電話は今や主婦にとっても必需品。主婦を対象にしたWEB調査では82.2%がほぼ毎日パソコンを利用、94.9%が自分専用の携帯端末を持っている。現在普及が進むスマートフォンやタブレット端末に関しては、スマートフォンが18.9%、タブレット端末2.8%と、5人に1人は利用し、今後増加が見込まれる。

そんな中、主婦が携帯端末ですることは、上位からメール97.6%、電話93.1%、カメラ(写真撮影)80.4%と使う機能は固定化。携帯端末でのインターネット利用は55.7%で、これは今後伸びると予想される。あまり利用されていないのは、電子マネー7.7%、コンシェルジュ・ナビ機能6.9%、音声操作5.8%。主婦はデジタル機器の基本操作に慣れ親しんだところで、高機能サービスの利用はまだまだこれからといったところか。

【デジタル家電は実は使いづらいと思っている】



2012.10.4～10.10全国の既婚女性を対象にWEB調査を実施(n=656)。詳細レポートはくらしHOWサイトへ

一方、デジタル家電への意識は、好きな方だ62.8%の反面、実は使いづらい50.9%に。自分では分からないので夫や子どももまかせも53.2%と、使いやすい製品がないという気持ちがある。購入の際は自分で選ぶが69.5%もあり、今後の市場拡大には主婦層の取り込みが課題となりそうだ。

(くらしHOW研究室/大田司)

## 03 Group Eyes

### 「主婦フェス2012」に8854人が来場 他にないその魅力はグループのチカラ

10月22日(月)、椿山荘にて恒例の主婦のお祭り「リビング新聞×ESSE 主婦フェス2012」が開催された。

今年は17888人と過去最高の応募から抽選に当たった8854人が来場。ステージイベントに協賛ブースと大きな賑わいを見せた。このイベントの最大の特徴は、「主婦」のためにフジサンケイグループの力が集結されているところ。リビング新聞のプロモーション集客力と、ESSEの主婦向けコンテンツ、フジテレビの番組タイアップなど、各社の力が活かされている。

「主婦を対象としたイベントはたくさんあり今も増えています。2大主婦メディアと一緒に実施するのは『主婦フェス』くらい。お互いの得意・不得意を補完しながら、来場者はもちろん協賛各社にも満足してもらえたいイベントにできることが強みです」と、企画開発部の堀弘昌。



協賛ブースには多くの行列が。ステージイベントもゲストの楽しいトークで大盛況。幅広い年代の主婦が一堂に集まるその光景は圧巻

育児や家事に毎日追われる主婦にたまには息抜きして欲しいとスタートした主婦フェスは、もう5回目。会場では「今日のために夕飯の準備も先に済ませてきたわ」と、嬉しい声も聞かれた。これからもリビング新聞は、女性と地域、そして企業へ向けグループの力を活かした展開を続けていく。

(サンケイリビング新聞社 CC室)