

## 日米大学生にみるソーシャルメディア活用調査レポート

米国では94%の学生がFacebookを利用、日本の大学生のソーシャルメディア利用では、LINE、ニコニコ動画の利用が50%を超える。

ニューズ・ツー・ユーでは、日米両国の大学生のソーシャルメディア活用状況の違いについて調査をしました。

### ■ 調査概要 ■

調査期間：2013年1月28日～31日

調査対象：日本の首都圏の大学生：310名（男女比率5:5）、米国ニューヨーク州の大学生：367名（男女比率5:5）

調査方法：ネット調査

### ■ 調査結果レポート ■

#### Q1.アカウントを持っているソーシャルメディアは？（複数回答可）

日本の大学生がアカウントを持っているソーシャルメディアは、Twitterが74.5%で第1位になりました。続いて、話題のLINEが68.1%で第2位にランクイン。Facebookが65.5%、ニコニコ動画が56.8%、mixiが47.8%と、国産サービスが上位にランクインしていることがわかりました。

一方、米国では94%の学生がFacebookアカウントを持っています。第2位のYouTubeは74.7%、そしてTwitter、Google+と続きます。

日本の大学生			米国の大学生		
1位	Twitter	74.5%	Facebook	94.0%	
2位	LINE	68.1%	YouTube	74.7%	
3位	Facebook	65.5%	Twitter	48.8%	
4位	ニコニコ動画	56.8%	Google+	44.7%	
5位	mixi	47.8%	Pinterest	32.7%	

#### Q2.最も利用しているソーシャルメディアは？（1つ選択）

日本ではTwitterが40.2%、米国ではFacebookの利用が63.8%で、他を大きく引き離しています。アカウントを持っているソーシャルメディア=最も良く利用しているソーシャルメディアであることがわかりました。

日本の大学生			米国の大学生		
1位	Twitter	40.2%	Facebook	63.8%	
2位	LINE	19.6%	YouTube	15.0%	
3位	Facebook	17.6%	Twitter	6.5%	
4位	ニコニコ動画	10.5%	Instagram	3.8%	
5位	YouTube	5.9%	Google+	3.0%	

### Q3.利用頻度が減ったソーシャルメディアは？（1つ選択）

日本の大学生では mixi の利用頻度減少が 34.6%と顕著な一方で、利用頻度が減っているものは「ない」との回答も 30.1%あり、**ソーシャルメディアの利用意欲は全体的にまだ高い**と考えられます。米国では、Google+の減少が 16.1%で 1 位となっていますが、全体的に際立って減少しているものはないようです。

	日本の大学生		米国の大学生	
1位	mixi	34.6%	Google+	16.1%
2位	なし	30.1%	Twitter	13.5%
3位	ニコニコ動画	9.2%	MySpace	12.6%
4位	Twitter	7.5%	YouTube	12.4%
5位	Facebook	6.5%	Facebook	10.3%

### Q4.今後、使ってみたいソーシャルメディアサービスは？（複数回答可）

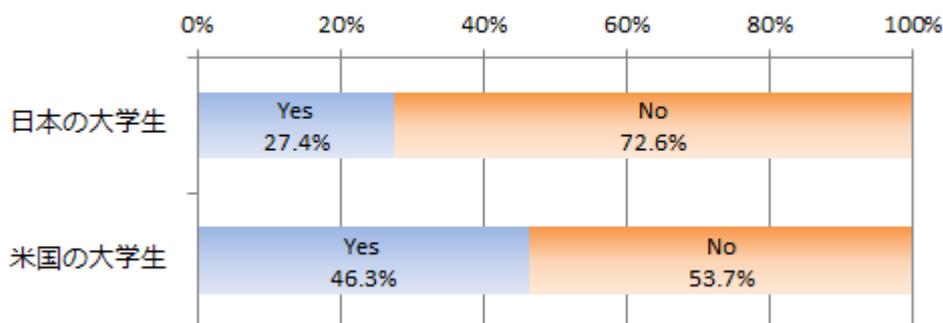
日本の大学生が利用してみたいソーシャルメディアの第 1 位は Facebook で 39.4%。Twitter、LINE、YouTube、ニコニコ動画と、上位 5 位までのソーシャルメディアの利用意欲はそれぞれ 30%前後と関心の高さがうかがえます。

一方で、米国の大学生の関心は、Pinterest と Instagram が 1、2 位にランクインしており、写真共有系の新サービスへの関心の高さがわかります。また現在の利用状況では下位にあったビジネスユーザーが中心の LinkedIn が 4 位に入っている点も、日本とは大きな違いです。

	日本の大学生		米国の大学生	
1位	Facebook	39.4%	Pinterest	19.6%
2位	Twitter	38.7%	Instagram	19.1%
3位	LINE	34.5%	Twitter	16.1%
4位	YouTube	30.3%	LinkedIn	15.3%
5位	ニコニコ動画	29.4%	Tumblr	14.7%

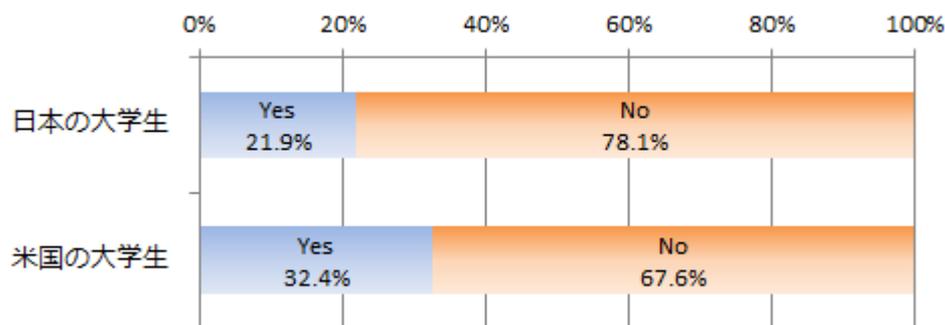
### Q5.ソーシャル上で企業の間違った情報に接した事がある

米国では 46.3%と約半数近くに上り、日本でも 27.4%と約 3 割程度がソーシャルメディア上で間違った情報に接したことがあると答えています。ソーシャルメディアの活用が増えてくる事で、誤情報に接する機会も増えていく事が考えられます。



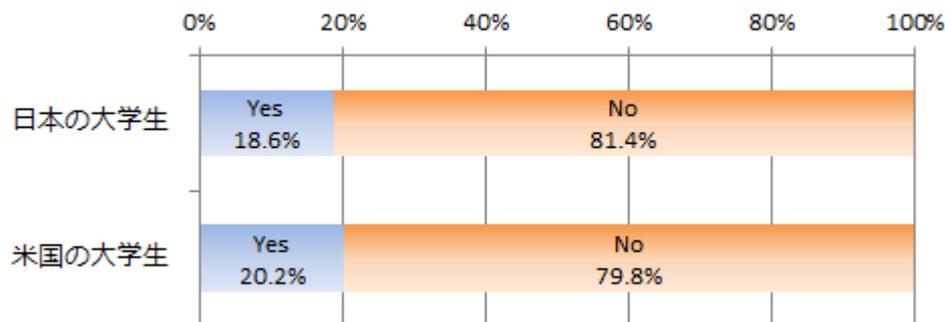
## Q6.ソーシャル上で間違っただ情報をRTやlikeしてしまったことがある

自分自身が間違っただ情報を発信する側の経験は、米国大学生が32.4%、日本の大学生が21.9%という結果になりました。上記Q5の質問とあわせると、誤情報に接した学生の半数以上が、その情報を他のユーザーに伝えているということがわかります。ソーシャルメディア上での情報の信頼性については、今後、注意していく必要があると思われます。



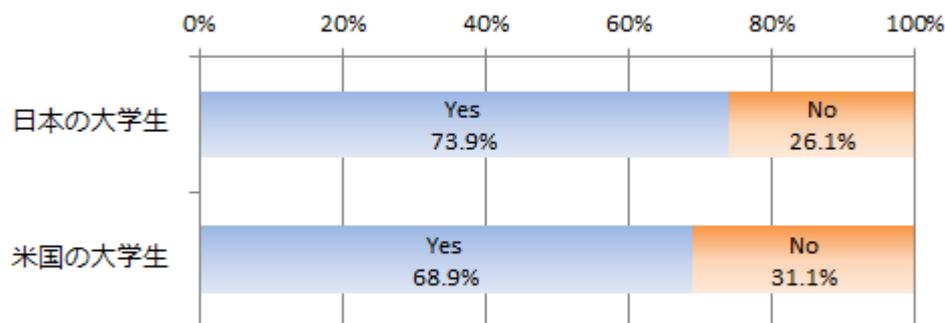
## Q7.Twitterで公式アカウントと間違っただ違っただアカウント(フェイクアカウント)をフォローしたことがある

日本で70%を超える大学生が利用しているTwitterで、企業やブランドの公式アカウントだと思って、違っただアカウントをフォローするという経験は、米国で20.2%、日本では18.6%となっています。なりすましアカウントや間違っただやすいアカウントをフォローしてしまうことがあることがわかります。



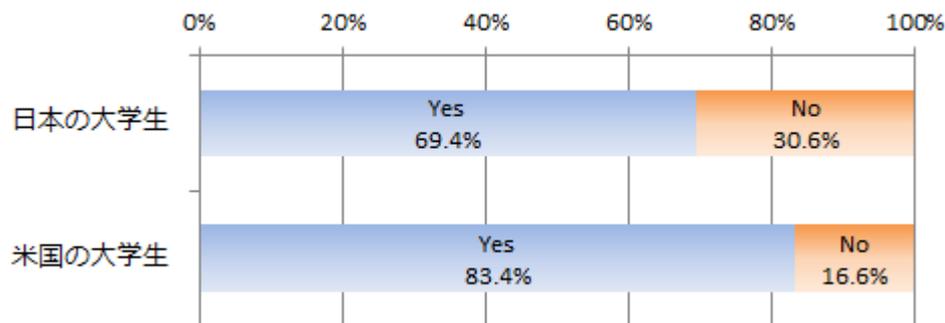
## Q8.さまざまなソーシャルメディアのツールを活用して、情報発信している企業に対して好感を持っている

ソーシャルメディアで情報発信をしている企業に対して、日米ともに70%前後の大学生が好感を持つ事がわかりました。



### Q9.自分の関心のある企業やブランドは、積極的にソーシャルメディアを活用していると思う

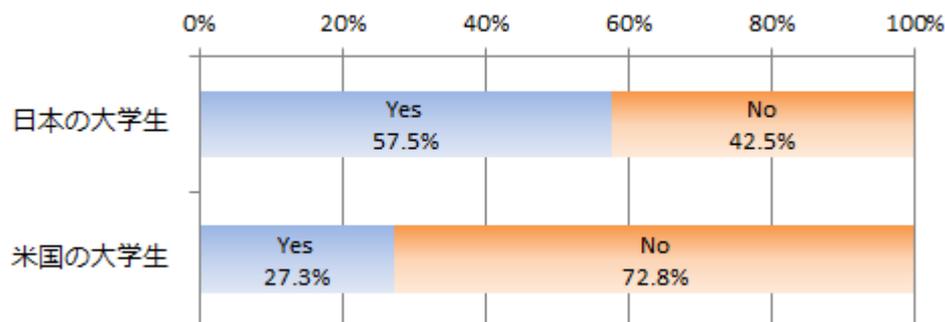
大学生にとって関心の高い企業やブランドのソーシャルメディア活用は、米国では83.4%に上るのに対して、日本では69.1%と若干低い数字が出ています。ソーシャルメディアユーザーの増加に伴い、国内企業での活用が増加する事が期待されます。



### Q10.関心のあるブランドについては、できるだけ多くのソーシャルメディアのアカウントをフォローしたいと思う

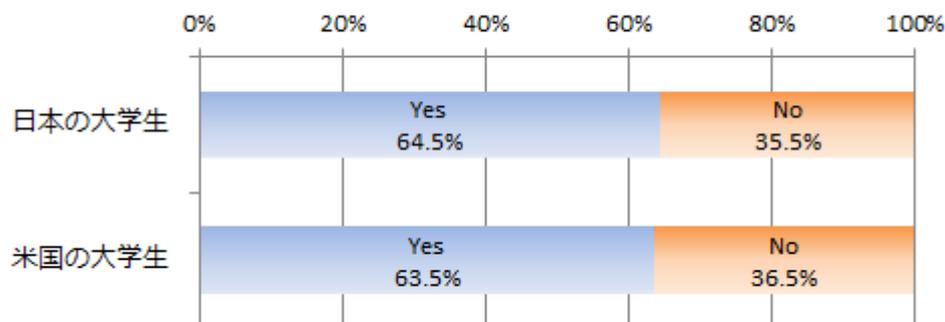
ソーシャルメディア上での企業やブランドの情報収集において、できるだけ多くの情報を得るためにさまざまなソーシャルメディアから情報を収集したいという意欲のある学生は、日本では57.4%と過半数を超えているのに対して、米国の大学生は、27.3%に留まっています。

さまざまな新しいソーシャルメディアが登場する中、**企業はどのプラットフォームで情報発信をするべきか**、しっかり検討する必要があります。



### Q11.自分の関心のある企業やブランドに対しては、公式の情報だけでなく、非公式でも信頼できる情報なら欲しいと思う

日米ともに60%を超える大学生が、有益であれば、公式、非公式は関係ないという考え方がわかります。さまざまな情報があふれるソーシャルメディア上で、企業は、自社の公式アカウントだけでなく、**それ以外の個人が発信している企業やブランド情報の内容についての配慮**も必要です。



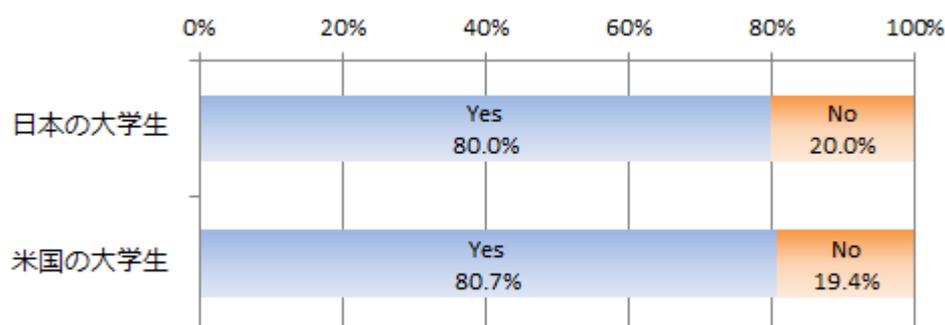
## Q12.企業のソーシャルメディアでの情報を知りたい理由は？（複数回答）

大学生が企業のソーシャルメディアアカウントから期待する情報は、「割引やプレゼントなどのメリットを得るため」が米国で78.2%、日本で66.6%と1位でした。2位は「企業やブランドの最新動向を知るため」で、「就職活動のため」は日米ともに30%前後に留まっています。**大学生の企業アカウントへの関心は、メリット享受が大きい**ことがわかります。

	日本の大学生	米国の大学生
企業やブランドの最新動向を知るため	57.1%	46.9%
割引やプレゼントなどのメリットを得るため	66.6%	78.2%
就職活動のため	23.9%	30.3%
その他	1.3%	9.0%
情報を知りたいと思わない	10.6%	0.0%

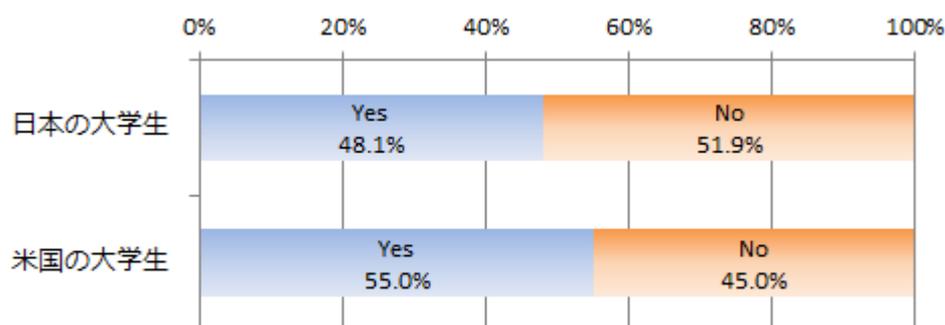
## Q13.企業の公式アカウントを確認できるサービスがあれば便利だと思うか？

米国で80.7%、日本で80.0%の学生が、企業の公式アカウントを確認できるサービスがあればいいと考えている事がわかりました。Q5で企業の誤情報に接している学生がいることから、そのアカウントが公式かどうか、情報が正しいかどうかに対する日米学生の関心の高さがうかがえます。



## Q14.好きな企業／関心のある企業の公式アカウントを、積極的に探したことがあるか？

日米ともに50%前後の学生が、関心のある企業やブランドについての情報を入手するために、**自ら積極的に公式アカウントを探した事がある**ことがわかります。



以上