

「携帯電話はいつも一緒」は世界的傾向 「シノベイト 携帯電話に関する意識調査」

グローバル・マーケティング・リサーチ会社のシノベイトは、2009年6月、世界11ヶ国(日本は含まない)、8,000名を対象に、携帯電話に関する意識調査を実施いたしました。

主な調査結果

- 対象者の4分の3は携帯電話なしで外出しない
- 対象者の4分の1は財布よりも携帯電話のほうがなくしたら置き換えられないものと感じている
- イギリス人の17%、アメリカ人の15%が携帯電話からSNSにアクセスしている
- 11カ国にわたる全対象者の5分の1が最初のデートの約束をメールで送っている
- 15%がパートナー以外とメールで恋愛遊びをしている



◆調査概要

実施機関: シノベイト 実施時期: 2009年6月

対象国(11カ国): カナダ、デンマーク、フランス、マレーシア、オランダ、フィリピン、ロシア、シンガポール、台湾、イギリス、アメリカ

対象者: 8,000名

シノベイトが実施した携帯電話に関するグローバル調査で、携帯電話は生活における「リモコン」であることが明らかになった。シノベイトのメディア関連グローバル・ヘッドを務めるスティーブ・ガートンは述べる。

「この小さいがパワフルな機器は、昨年までにかつてないほど多くの人間が所有するほど普及しました。この圧倒的な普及と、最近になってようやく理解され始めた携帯電話の巨大なマーケティングの可能性を考慮すると、マーケティングに不可欠なのは、人々がどのように携帯電話を使い、携帯電話にどのような感情を待ち、携帯電話にさらになにを求めているかを理解することだと言えるでしょう。」

「携帯電話を利用したマーケティングの可能性について最も重要なポイントは、人々が携帯電話を既存の主流メディア、たとえばテレビ、ラジオ、雑誌、屋外広告やインターネットとは別のものと捉えていることです。携帯電話をメディアだと考えている人はほとんどいないのです。」

シノベイトは11カ国、8,000人の携帯電話所有者に調査を実施し、さらに多くのことが明らかになった。

1) 全体の4分の3が「携帯電話なしでは外出しない」、3分の1が「携帯電話なしでは生きていけない」

世界中の人々がいかに携帯電話に依存しているかが明らかになった。全対象者の4分の3が携帯電話なしでは外出しない(トップはロシア:92%、2位 シンガポール:89%)と答え、3分の1以上(36%)が携帯電話なしでは生きていけないとまで言っている(トップは台湾:60%、2位 シンガポール:49%)。

シノベイト 台湾のマネージングディレクターであるジェニー・チャンは、台湾において携帯電話はある意味リモコンであり、またある意味精神安定剤でもあるといっている。

「携帯電話は私たちに安全、安心、そして情報への即時アクセスを与えてくれます。携帯電話は私たちにとって一番のコミュニケーションツールであり、時には対面のコミュニケーションにも勝るのです。携帯電話は私たちの生活をつなぐものなのです。」

調査ではまた「財布と携帯電話、もしなくしたら置き換えに困るのはどちらか」を尋ねたところ、全対象者の25%が携帯電話だと答えた。

「携帯電話はまだ人々の生活の中心にあるものとしては、財布をしのぐ存在にはなっていないものの、今後、確実にそのような存在になっていくでしょう。」とガートンは言っている。

「たとえば、現在フィリピンやアフリカなどでおこなわれている携帯電話を通じての何百万ドルもの取引がこれにあたります。電話会社は銀行になり、辺鄙な土地でも携帯電話によって金銭の送受信を可能にしました。これは携帯電話が発展途上国の人々の生活を変えるいくつもの恩恵の一つに過ぎません。」

ロシアは携帯電話のほうがなくなくなると困ると答えた人が最も多く、約半数の対象者は携帯電話を選んだ。シノベイトロシアでマーケティングコミュニケーション・ディレクターを務めるマリア・ヴァカトバはこれをロシア人の社交性と、携帯電話を紛失した場合の不便さが理由だと述べている(39%が財布、11%がどちらとも決められないと回答)。

「一般的にロシア人は自分たちの経済力を上回る価格の携帯電話を購入します。携帯電話はステータスシンボルなのです。コンピュータにコピーを保存していない、なくしたらそれで終わりの写真やビデオを保存しているのです。これらを失うと大変なことになります。」

フィリピンはこの質問に関して回答がほぼ半分に分かれた国で、47%が携帯電話のほうで置き換えに困ると答え、52%が財布だと答えた。シノベイト フィリピンのマネージングディレクターであるカロール・サルソウは、フィリピン人にとっては、携帯電話は置き換え不可能だとまで言っている。

「携帯電話をなくしたら、友人との結びつきがストップしてしまいます。携帯電話は写真やビデオ映像の保存場所でもあるのですが、最も重要なのは友人・知り合いの連絡先の保存場所だということです。フィリピン人は常に人と繋がりがっているのです。」

2) 通話、メール以外で最も使われているのはアラーム機能

携帯電話を使いこなす能力が重要になってきている世の中で、37%の対象者が携帯電話の大半の機能は使い方がわからないと答えた。言い換えれば、10人中6人以上が多機能の携帯電話を使いこなしているということになる。では、人々は実際に何に携帯電話を使っているのだろうか。一般的な通話とメール機能のほか、全11ヶ国で最もよく利用されている3つの機能は、アラーム(目覚まし)機能(67%)、カメラ(62%)、ゲーム(33%)であった。

「携帯電話が一体型になればなるほど、多くの他のビジネスが苦戦する一方で、携帯電話メーカーとネットワーク従事者にとってビジネスの機会が巨大になっています。」とガートンは言っている。

フィリピン人は、携帯電話機能をたくさん使用するという点で、他の国に先んじている。87%が携帯のアラーム(目覚まし時計)機能を使い、63%は携帯でゲームをし、48%は携帯で音楽を聞き、ダウンロードしている。さらに44%は携帯でビデオクリップを見ており、13%はTVを見ている(全体では5%)。

サルソウは、これは文化的要因と環境的要因が理由だと説明する。「社会的つながりを重視し、音楽、娯楽を愛するのはフィリピン人の国民的な特徴です。フィリピン人の携帯電話への愛着は先進国とはかなり違っており、多くの場合、それは多くのフィリピン人が携帯電話だけしか持っていないことに理由があります。携帯電話が音楽を聞く唯一の方法であり、ゲームをする唯一の方法であり、遠くの人とコミュニケーションをとる唯一の方法なのです。多くのフィリピン人がインターネットやコンピュータの代わりに携帯電話を使っています。そのため、携帯電話がここまで多目的、多機能のツールになったのは驚くに値しないのです。」

この調査で、3Gシステムを必要とする携帯電話の機能については先進国がリードしていることがわかった。

- 全体の17%がふだん携帯電話でEメール機能を使い、国別ではアメリカが26%で最も高く、次いでイギリスが25%だった。
- 同様に、全体の17%がインターネット閲覧のために携帯電話を使い、トップはイギリスで31%、次いでアメリカが26%だった。
- 11%がふだん携帯電話でSNSにアクセスし、これに関してもイギリス(17%)が最も割合が高く、次いでアメリカ(15%)だった。

シノベイト イギリスでテクノロジーコミュニケーション・ディレクターを務めるフィリップ・ショウは、「今回の調査はこれらの国々でオンラインで行われたので、全体としてテクノロジーの知識が高い人たちが対象者になったと言えるでしょう」と指摘した。

「スマートフォンがもっと普及すれば、これらの数字はさらに上昇するでしょう。モバイルインターネットの潜在的な可能性は、まだ現実になり始めたばかりです。モバイルインターネットはオフラインとオンラインの世界の間に存在する境界を取り去りつつあります。」

カメラも明らかに携帯電話所有者にとって非常に重要になっている。全体の62%がふだん携帯電話のカメラを使っており、トップはイギリスで76%、次いでフランスで71%だった。ショウはその理由として、これらの国々のほとんどのモデルにそれなりに高い機能のカメラがついているからだとして述べている。「カメラは“作れば、客は必ずやってくる”というようなものなのです。満足できるレベルの質があるカメラを一度所有すれば、人はカメラを使うようになるのです。」

3) 未来の携帯に求める機能はわからない

では、人々が携帯電話にさらに求める機能は何なのだろうか。未来の携帯電話にあって欲しい機能は何か。最も多かった答えは「新しい携帯電話に欲しい機能はわからない」であった。回答の多かった3つの選択肢は、わからない(22%)、より高品質のカメラ(21%)、より大きなメモリー容量(17%)であった。

4) 言いにくいことは携帯で・・・携帯で恋人に別れを告げる人が増殖中

メールのやりとりが、明らかに人々の関係のあり方を変えた。この調査では11ヶ国の全対象者の31%がメールで自分の居場所に関して嘘をついたことがあり、5人中1人が最初のデートの約束をしたことがあり、12%が恋人との関係を絶った経験があった。携帯電話の陰に「隠れる」ことによって、それ以外ではしないような行動、例えば大胆になったり、反対に臆病になったりなどふだんとは違った行動をとることができる。調査ではいかにメールが都合よく、楽しいことに使われているかが明らかになった。

- 全対象者の3分の1が自分のパートナーとメールのやりとりで愛を語ったことがあると答えた。この割合が高かったのはイギリスで47%、次いでロシアの40%だった。
- 15%が自分のパートナー以外とメールのやりとりで恋愛遊びをしたと答え、これについてもイギリスがトップで26%、次いでロシアが24%だった。したことがない人の割合が高いのはオランダで、88%がしたことがないと答えた。
- 11ヶ国の対象者の20%、5人に1人がメールで最初のデートの約束をしたことがあった。マレーシア人がこの方法で最初のデートの約束をすることが最も多く36%、次いでロシア人が35%だった。

ショウは、イギリス人は非常に恋愛遊びが好きで国民だと認めている。「これはパブ文化、およびイギリス人の感情を表に出すのを恥じる国民性に関係があると思います。メールを使うことで、より大胆になり、恋愛遊びに伴う多くのリスクを取る勇気が出るようになるのです。」

調査ではまた潜在的に悪いニュースを伝える時にもメールが使われていることが明らかになった。

- 12%がメールで恋人に別れを告げたことがあり、フィリピン人が23%で最も多く、次いでマレーシア人とロシア人がそれぞれ22%だった。
- 全体の8%の対象者がメールで誰かに捨てられ、最も多かったのはマレーシア人で20%、次いでフィリピン人で17%だった。
- 35%がメールに「ノー」の意味を込めた、もしくは面と向かっては言いにくいメッセージを送ったことがあった。この割合が高いのはフィリピン人で49%、次いでマレーシア人(48%)、シンガポール人(47%)の順だった。メールの文章に「ノー」の意味を込めたメッセージを送らないのはカナダ人(79%がそう思わないと答えた)とアメリカ人(71%)だった。
- 31%が遅くなった理由や、どこにいるかということについて嘘をついたことがあると述べ、最も多かったのは57%のフィリピン人と44%のシンガポール人だった。メールで最も嘘をつかない(もしくは嘘をつかないと言っている)のはオランダ人(84%が嘘をつかないと答えた)とアメリカ人(79%)だった。

シノベイト・マレーシアのマネージング・ディレクター、ステイブ・マーフィはマレーシア人の5人に1人はメールで恋人に別れを告げたか、別れを告げられたことがあるという結果について以下のようにコメントしている。

「誰かと対立するというのはほとんどのマレーシア人にとって避けたいことなのです。マレーシア人は普通、人と対立する、物事に対して本音を語るといいうのは、特に個人的な問題についてはしません。メールによるコミュニケーションは日常生活の一部にもなっており、恋人と別れるには直接会って話すよりもメールで伝える方がずっと簡単なのです。」

注)本文中「メール」はショートメッセージのことです。

シノベイトについて www.synovate.com

シノベイトはAegis Group p l c のマーケティング・リサーチ部門として、世界62カ国に広がるネットワークを駆使し、クライアントに必要なグローバル・サポートと総合的なマーケティング・リサーチ・サービスを提供しております。

[内容のお問い合わせ]

シノベイト株式会社 担当: 山口 真理子

〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19

TEL **03-5408-3853**

FAX **03-5408-3851**

E-mail **japan@synovate.com**