

インターネットユーザーの志向性

インターネット利用者は9,408万人になり、人口普及率も78%（出典：総務省「平成21年通信利用動向調査」）となっている昨今、若年層からシニア層までインターネットは幅広い年代で利用されている。（株）ビデオリサーチのMCRデータによると、2005年にPCネットの利用時間は17.6分だったが、2011年には29.2分と大幅に増加している。また携帯ネットの利用時間は、2005年には6.0分、2011年には19.2分とこちらも大幅に増加している（PC・携帯共に10～60代個人全体の週平均／1日の自宅内利用時間）。そして、ネット利用時間の増加と共に、使い方もさまざまとなった。

そこでPCネットユーザーを、単に性×年代のデモグラでユーザー像をあぶり出すのではなく、さまざまな生活シーンの中でのネットの使い方や、ネットでのコミュニケーション意識を基軸にクラスター分析*を実施し、その特徴を抽出した。

《クラスター分析とは？》

多変量解析手法の一つで、ある特定の集団を特定のルールに基づき、互いに似た者同士のグルーピング（クラスタリング）を行い、集団を分類する手法。意識や価値観で生活者を分類することで、より立体的な消費者像、ターゲット像を明らかにすることができる。また統計的根拠に基づいた分類で信頼性も担保できる。

文●庄野 徹

Shono Toru

電通総研
メディアイノベーション研究部
チーフ・メディア・リサーチャー

“繋がり志向⇔自己完結志向”× “リアル志向⇔バーチャル志向”

電通オリジナル大規模消費者データベース“d-camp”を使用し、①ネットの使い方、②ネットに対する意識、③コミュニケーション意識に注目してクラスター開発用質問33項目を選定、主成分分析を行い、8因子を用いて7クラスターに分類した。そして、その特徴からクラスター名を付与し、さらに“繋がり志向⇔自己完結志向”（縦軸）と“リアル志向⇔バーチャル志向”（横軸）で各クラスターをマッピングした〔図参照〕。以下、各クラスターの特徴を紹介したい。

7つのクラスターの特徴

注：各クラスターのネット平均利用時間とは、意識ベースかつプライベート利用での平均利用時間。

クラスター①【外向き型リア充】：男女20～30代中心で大学生や主婦が多い。ネット平均利用時間は、PC：75.8分、携帯：40.1分と共にネットユーザーの平均的な利用時間となっている。ネットを頻繁に活用し情報収集を行う一方で、

情報発信にも積極的でSNS、ブログ、掲示板などへの書き込み投稿を日常的に行っている。人との繋がり志向が強く、知人同士のパーティーや見知らぬ人と話ができるようなパーティーなども好み、非常に社交的である。コミュニケーションツールとして、携帯電話は欠かせない物のひとつ。外食や街でのショッピング、ネット通販など、購買意欲は高く、どちらかという浪費家。雑誌の閲読率が高く、時代や流行を先取りするセンスには自信があり、外見やお洒落にはいつも気を使っている。仕事に対しては夢や希望を持っている非常にアクティブ志向の人が多く。「ネットは現実世界を更に充実させるための一つの手段」と考えている。

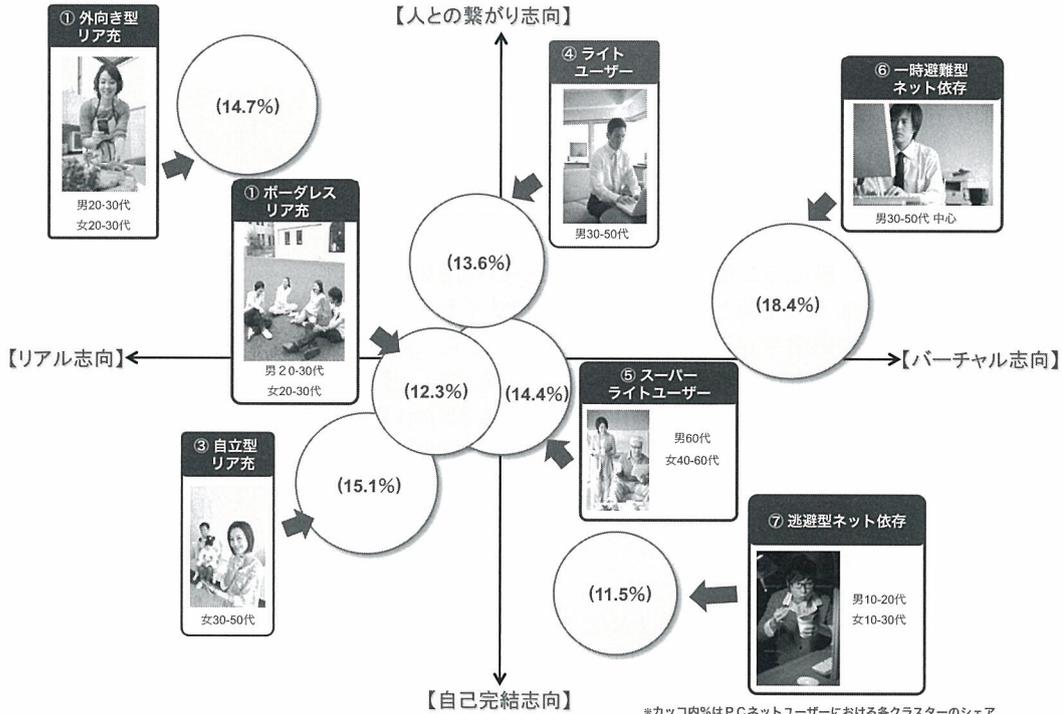
クラスター②【ボーダレスリア充】

男女20～30代が中心で、学生やパート・アルバイトが多い。ネット平均利用時間は、PC：100.2分、携帯：48.4分と共に長時間利用。いつでも身近な人との繋がりを求めているため、メールやSNS、ブログなどをよく利用する。社交性も比較的高く、友人とのパーティーに参加す

るのも好きで、評判の店や話題になった場所へ出かけることも多い。一方で、自宅内でアニメを見たり、ゲームをするのも好きで、テレビを見て過ごすのも好む。実社会だけでなくネット上の人間関係や情報も非常に信頼している。他人から評価されたり、尊敬されたいと思う欲求や、自分をアピールしたいと思う欲求が他のクラスターよりも強いのも特徴的である。「ネットはリアルとの境界がないもの」と考えている。

クラスター③【自立型リア充】

30～50代女性が約50%を占め、既婚者で約75%を占める。ネット平均利用時間は、PC：48.6分、携帯：17.7分と共に利用時間は全クラスター中2番目に短い。ネットでは主に情報検索やショッピングをし、動画視聴やSNSなど娯楽目的や暇つぶし目的では使わない。活字が好きなため、趣味は読書で新聞もよく読む。家族との時間が自分の拠所で家庭優先の生活。生活面では健康に配慮した食生活を心掛けており、広告から受ける影響も大きい。「ネットは便利だと認識はしているが、無くても何とかなるもの」と考えている。



クラスター④【ライトユーザー】

30～50代の男性が大半を占め、専門職や管理職従事者が多い。ネット平均利用時間は、PC：53.6分、携帯：35.6分。PCは全体平均より低いが、携帯はほぼ全体平均値となっている。仕事が忙しく時間があまりないため、だらだらと目的もなくネットを閲覧しない。私生活よりも仕事を優先し、実社会で評価されることに重きを置いており、同僚よりも成功していると自負する傾向も強い。通販利用率は低く、高級志向で有名ブランド品の購入意向が強い。「ネットは便利な情報収集ツール程度」と考えている。

クラスター⑤【スーパーライトユーザー】

男性60代と女性40～60代が中心。ネットを身近に感じておらず、ネット平均利用時間は、PC：33.2分、携帯：17.2分で、全クラスター中最も利用時間が短い。また、プライベートではPCネットを利用しない割合が8.4%、携帯ネットを利用しないのが44.9%と携帯ネット利用率が非常に低い。情報は、既存のマスメディアか

ら得るもので満足している。特にテレビは、笑いや元気をくれ生活には欠かせない存在。新聞やラジオへの親近感も7クラスター中最も高い。CMや折り込みチラシなどの影響で買い物をすることが多く、広告の情報を大いに役立てている。携帯電話は、通話とメールとカメラ機能の3つがあれば十分だと考えている。情報は既存メディアで十分で、「ネットは無くても全く困らない」と考えている。

クラスター⑥【一時避難型ネット依存】

男性30～50代中心で、社会人が多いが業種は多種多様。ネット平均利用時間は、PC：86.0分、携帯：38.3分。仕事や生活環境にあまり満足しておらず、SNSやブログ、掲示板などに積極的に投稿・書き込みを行っており、ネット上の人間関係を重視している。実生活での人間関係に対しての依存や執着は少ない。通販の利用率も高く、家電製品やAV機器については最新のものや流行のものをチェックする。「ネットは生活に欠かせないもので、現実社会のス

トレスを発散する場」と捉えている。

クラスター⑦【逃避型ネット依存】

10～30代の男女が中心で、アルバイト・学生・事務職系か専門職系の仕事をしている人が多い。余暇はネットかゲームに費やすことが多い。ネット平均利用時間は、PC：115.8分、携帯：48.9分。PCと携帯共にネットの利用時間は、全クラスター中最も長く、PC利用時間が5時間以上の割合は7.6%も存在している。ゲームセンターや家庭用ゲームが好きなゲームヘビーユーザー。インドア派でアニメなども好む。外出や屋外で運動や体を動かすことはあまり好まず、ショッピングや外食もあまりしないため、購買や広告への意識は比較的低い。入付き合いやコミュニケーションスキルが要求されることが苦手で、人と直接会って話をするよりもメールでやり取りする方が楽だと思いがち。服装やヘアスタイルなど外見には無頓着であり気を配らない。「ネット無しでは生きられないバーチャル至上主義」である。 