

【報道関係者各位】

プレスリリース

2011年6月16日

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

## 震災時のメディア利用 ツイッターやフェイスブックなど SNS が役立った人はわずか 5%

～ 震災を契機にツイッターを活用し始めた人 8.6%、フェイスブック 1.5% ～

株式会社モバイルマーケティング・ジャパン(本社:東京都港区、代表取締役社長:江尻尚平、以下モバイルマーケティング・ジャパン)は、モバイルモニター会員を対象に、「震災時のメディア利用」に関する意識調査を実施しました。

震災時には固定電話や携帯電話の通話が困難になった一方で、マスメディアが提供する情報のあり方についても大きな議論が起こり、ツイッターやフェイスブックなど SNS の有効性を指摘する声が上がりました。こうした中で、東日本大震災時にもっとも役立った情報源が何であったのかを聞いたところ、71.9%がテレビ番組と答えたのに対して、SNS が役立ったと回答した人はわずか 5.0%にとどまることが判明しました。震災後にツイッターの活用を始めた人は 8.6%、フェイスブックの活用を始めた人は 1.5%となり、活用する人の数は増えたものの、利用者の割合はツイッターで 21.9%で、フェイスブックで 3.3%にとどまることが判明しました。

震災当日からしばらくの間、必要とした感じた情報では、震災の実態(78%)、被災地の状況(68%)、余震情報(65%)、交通情報(56%)、自分のいる場所への震災の影響(54%)の順となり、知人・友人の安否状況(43%)、家族の安否状況(40%)など主に SNS を中心に検索された情報は相対的に低い結果となりました。また、震災時にほしいメディアや情報について質問したところ、携帯などで必要な情報をワンストップで自動入手できる仕組みを求めている人が多いことがわかりました。

モバイルマーケティング・ジャパンでは、強みとする携帯、モバイルを活用したインターネットリサーチを市場でニーズの高いテーマのもと実施し、自主調査結果として情報公開しております。

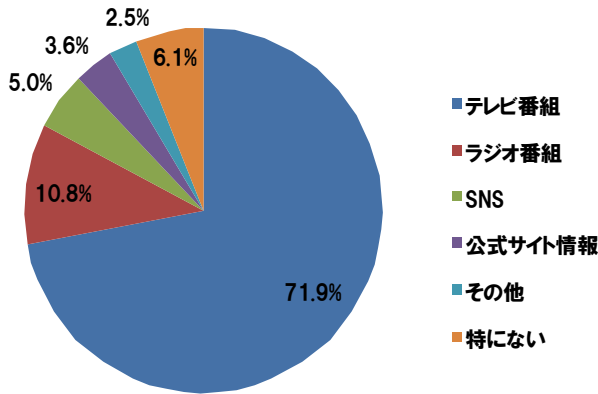
### 《トピックス》

- ◆震災時にもっとも役立った情報源はテレビで 71.9%、**SNS と答えた人はわずか 5%**
- ◆**震災後にツイッター活用を始めた人は 8.6%、フェイスブックは 1.5%**
- ◆**震災当日からしばらくの間に必要と感じた情報は、「震災の実態」、「被災地の情報」、「余震情報」など主にマスメディアで報じられた情報が上位に**

## ■震災当日にもっとも役立つ情報源はテレビ、SNSはわずか5%

震災当日にもっとも役立つ情報源はテレビで71.9%。震災の影響や被災地の状況などの全体像を知る上では、テレビがもっとも速報性の高いメディアであったことが伺える。

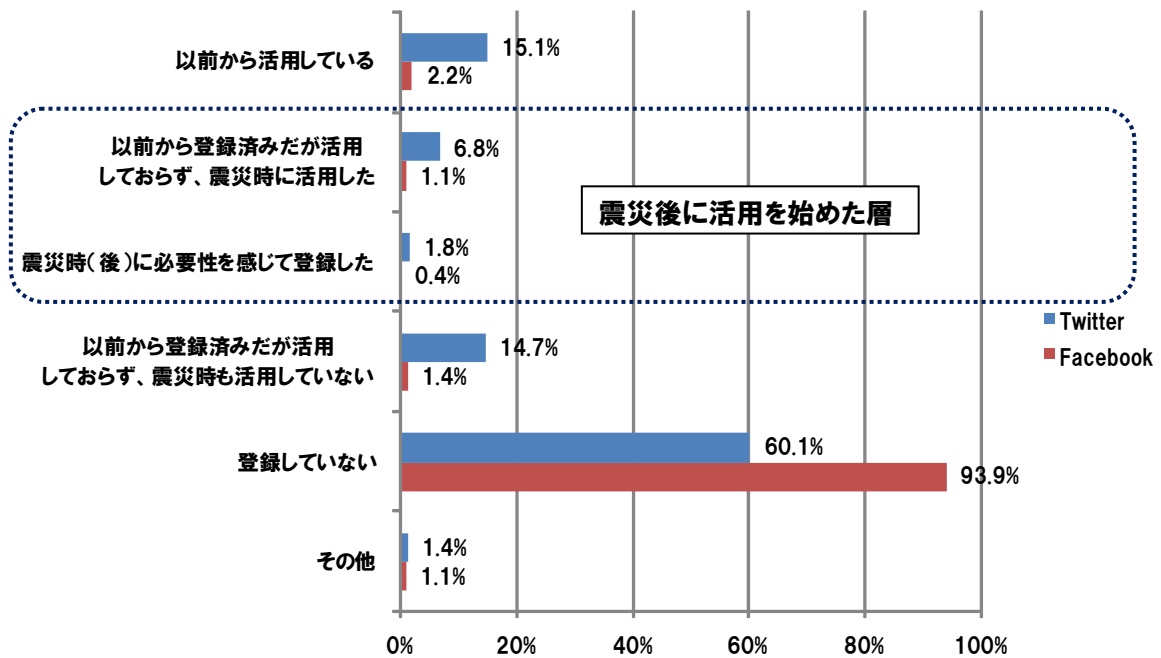
【震災当日に役立つ情報源】



## ■震災後にツイッター活用を始めた人は8.6%、フェイスブックは1.5%

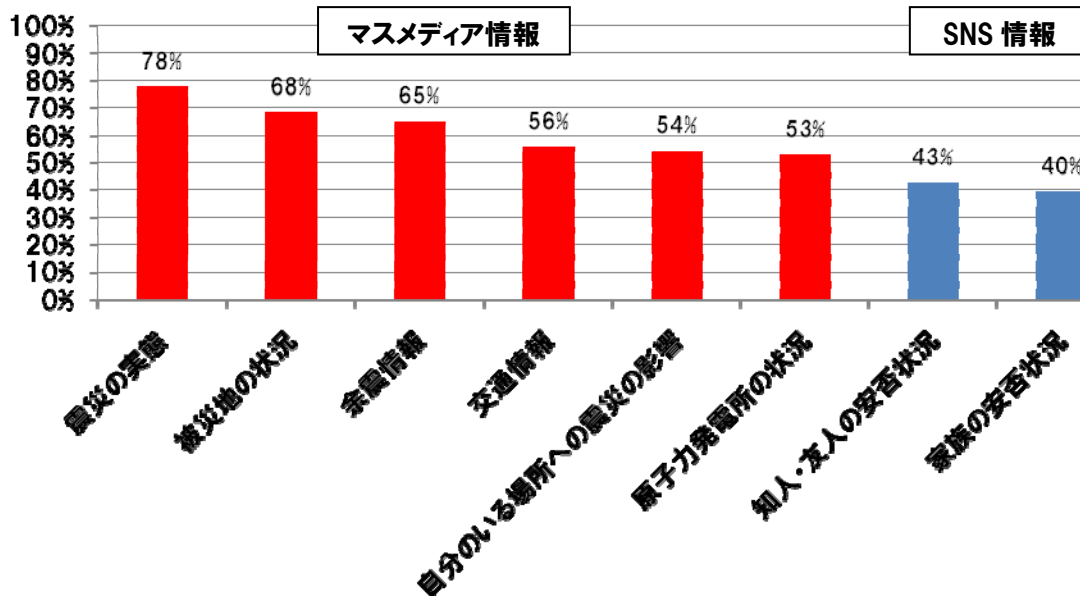
震災以前からツイッターを活用していた人は15.1%、フェイスブックを活用していた人は2.2%、震災後を契機に活用を始めた人は、ツイッターで8.6%、フェイスブックで1.5%であった。震災を契機に活用している人は増えたものの、全体の割合としてはツイッターで21.9%で、フェイスブックで3.3%にとどまることが判明した。

【震災前後のSNS活用状況】



■ 震災当日からしばらくの間必要と感じた情報は、主にマスメディアで報じられたものが上位に

【震災当日からしばらくの間、主に必要だと感じた情報】



【震災時にほしいメディアや情報についての主な意見】

■ 既存メディアに対する要望

- ・とにかく生活に役に立つ情報。生きるために必要な情報が必要だと思います。**原発の問題を報道するのもいいけど、繰り返し報道しなくていい。**とにかく生活に必要な情報。(10代女性)
- ・テレビの情報も、各局で取り上げるテーマを変えるなどして、多数の情報が受信できるようにしてほしい。**どの局も同じような報道の連続で、本当に欲しい情報がいつ、どこで発信されているのか分からない。**(20代女性)
- ・テレビは被害状況のみではなく**交通機関や帰宅難民のための情報をさらに伝えてほしい。**(30代女性)

■ 震災時にほしいメディアや情報

- ・被災地の状況や、具体的な被害状況などをテレビと携帯などで詳しく教えてくれる**専用サイト**があればいい。(30代女性)
- ・被災者や生の声(被害や状況情報)がわかるような**電子災害掲示板のようなもの**(30代男性)
- ・今回はツイッターといった、自分からアクセスしなければ情報を獲得できなかったのですが、今後は、**自動的にすべての携帯に情報が入るような、システムがある**といいです。(30代女性)
- ・外出時の情報収集として**公共施設内に情報ステーション**を設けて欲しい。(40代男性)
- ・いろいろな情報が**速報で携帯電話から入手出来るようになること**。(40代男性)

**【調査概要】**

- 調査方法：インターネット調査
- 調査対象：全国のモバモニ会員（モバイルマーケティング・ジャパンの調査パネル）
- 調査期間：2011年4月30～5月2日
- 回答サンプル数：278サンプル
  - 年代：10代7.2%、20代29.9%、30代30.9%、40代24.1%、50代以上7.9%
  - 性別：女性68.7%、男性31.3%

本件についてのお問い合わせ：

■株式会社モバイルマーケティング・ジャパン

<http://mobilemarketing.jp/>

〒108-0073 東京都港区三田 4-1-30 慶通ビル 4F

Tel:03-6802-7901

[info@mobilemarketing.jp](mailto:info@mobilemarketing.jp)

担当：山県、丸山、遠藤