

〒107-8417 東京都港区赤坂 4-8-18 TEL:03-3475-9382 FAX:03-3475-9419

(20-2)

2008年1月17日

中高生のための携帯向けエンタメポータルサイト「GAMOW®」にて

『中高生の年末年始を探る』調査を実施

“正月でも、テレビを見てても、傍らにケータイ 83%”

株式会社東急エージェンシー(本社:東京都港区、社長:五十嵐正)は、バンダイネットワークス株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:大下聡)、株式会社 VIBE(本社:東京都港区、代表取締役社長:石村繁一)と3社共同で展開している中高生のための携帯向けエンタメポータルサイト「GAMOW®」にて、同サイトのユーザーに対し、年末年始の過ごし方や行動に関するアンケート調査を実施いたしました。

本アンケート調査は、1月10日(木)に中学生・高校生を対象に、携帯電話用のアンケートフォームを用いて実施したものです。ケータイを片時も離さずに年末年始を過ごす、中高生のライフスタイルがわかりました。

年末年始に行くのは、やはりコンビニ、ショッピングセンター

中高生が年末年始に行く場所は、コンビニ、ショッピングセンターが圧倒的で、3位が学校でした。次いで、ファーストフード、ゲームセンターなどが続きました。

年賀状とメールで、年賀の挨拶は使い分け

年賀状(郵便)を出した人は68%で、「あけおめ」メール(年賀メール)を出した人は84%でした。中高生の日常のコミュニケーション手段であるメールが、年賀の挨拶手段として使いこなされている実態がわかりました。

テレビを見ながらも、ケータイは手離せない!

正月にテレビを見ながらも、携帯電話を手離すことができなかった人が83%と圧倒的な数を占めました。その理由として、いつでもメールを着信し、返信するという構造が見受けられます。メールが来たら即答するという中高生の“メール・コミュニケーション”には、正月休みも関係ないようです。むしろ、年末年始、少しの期間だけ離れる友だちとのライフラインとしてのケータイの重要度がクローズアップされる時期なのかもしれません。

お年玉の使い道は、堅実にも貯金!

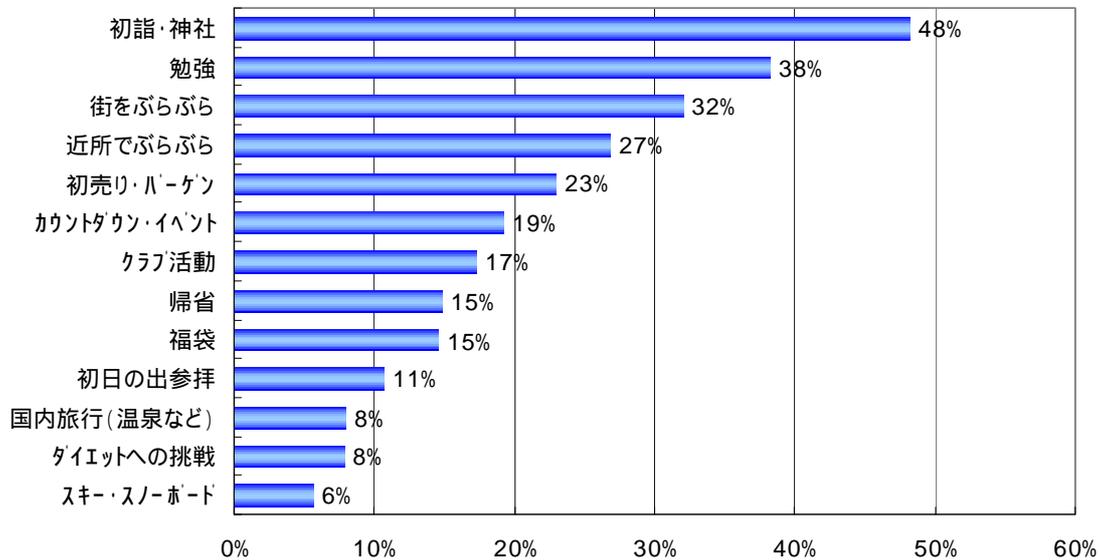
お年玉の合計は、1万円以上3万円未満が40%、3万円以上5万円未満が28%と、このゾーンに集中しました。使い道は、昨年は男の子がゲーム関連、女の子が洋服関連でしたが、今年は男女ともに貯金が最も多く、意外に手堅い消費性向が見受けられました。

以下に、「中高生の年末年始を探る」調査の結果をご案内いたします。

調査結果サマリー

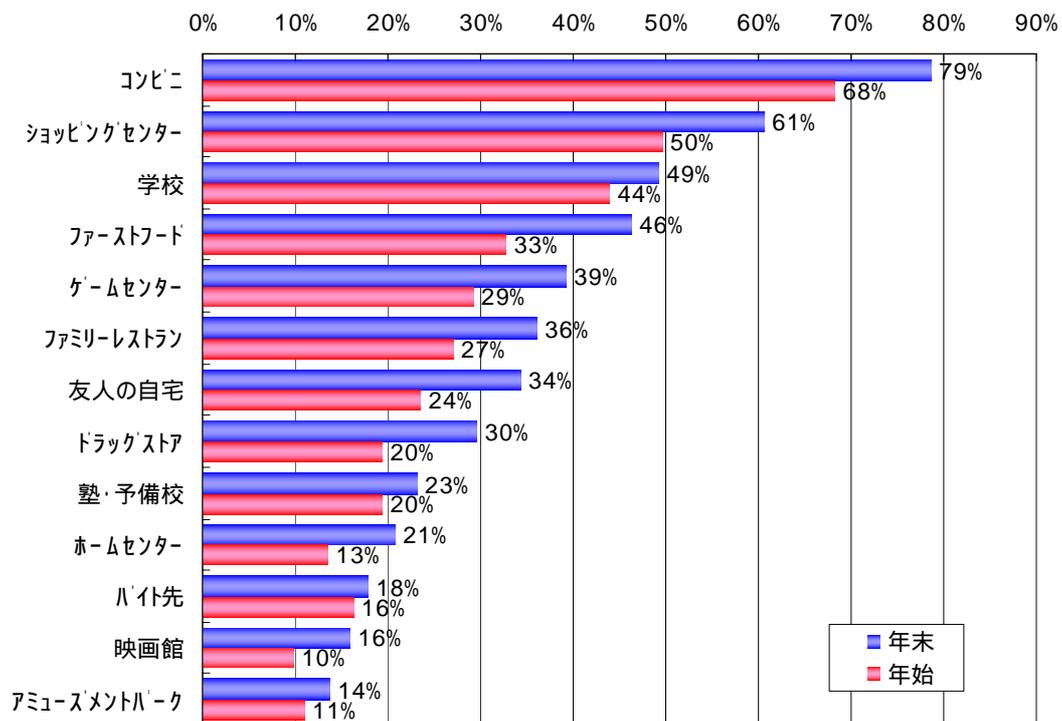
年末年始にやったこと

初詣にはほぼ二人に一人が、大晦日のカウントダウン・イベントには約 2 割が行ったことがわかりました。勉強と答えた人が 38% ですが、受験生限定だと 53% にまで上がりました。



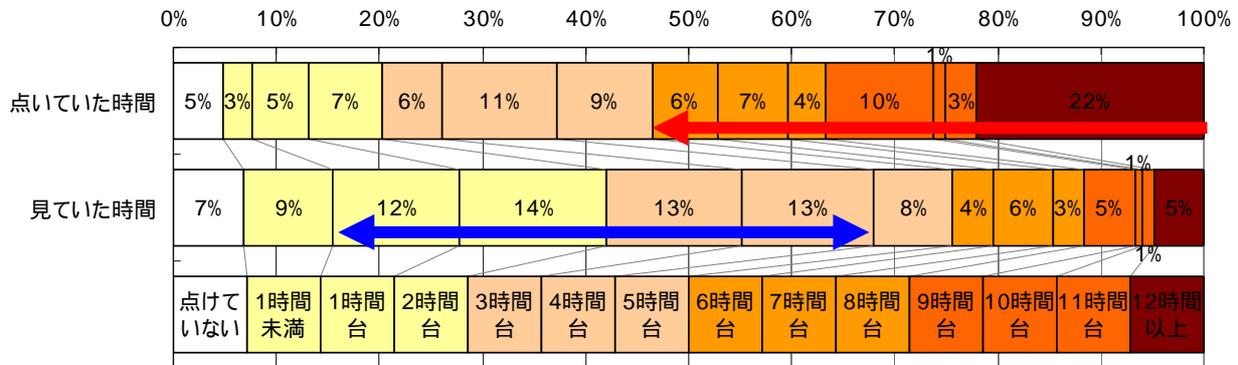
年末年始に行った商業施設

年末と年始を比較すると、全般的に年末の方がスコアは高く、アクティブに行動している傾向が見受けられます。コンビニ、ショッピングセンターは、年末・年始ともに学校を上回るスコアで、中高生の休暇の行動に欠かせない場所となっていることが見受けられます。



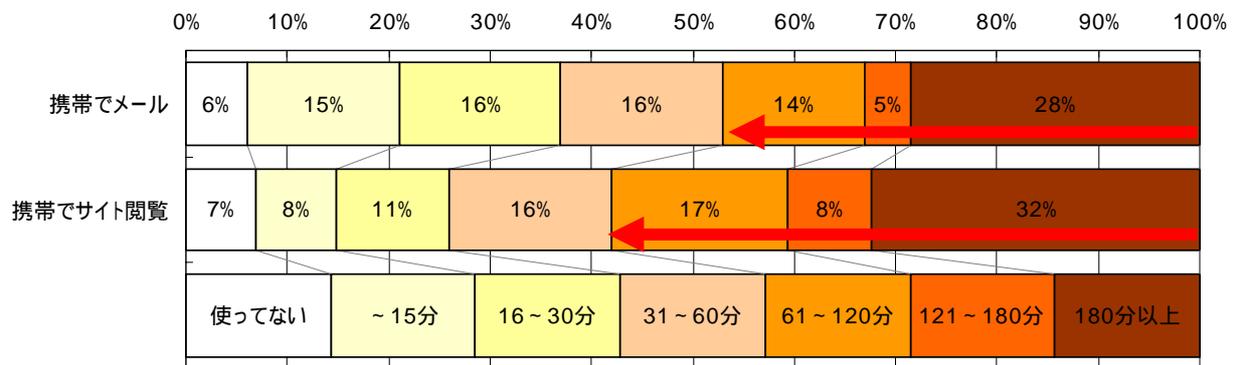
テレビを点けていた時間、見ていた時間

年末年始の間、一日当たり家のテレビを点けていた時間について、22%が12時間以上と、過半数が6時間以上と答えています。実際に見ていた時間は、1時間台～4時間台がそれぞれ2桁スコアのボリュームゾーンとなり、ここに過半数の回答が集中しました。



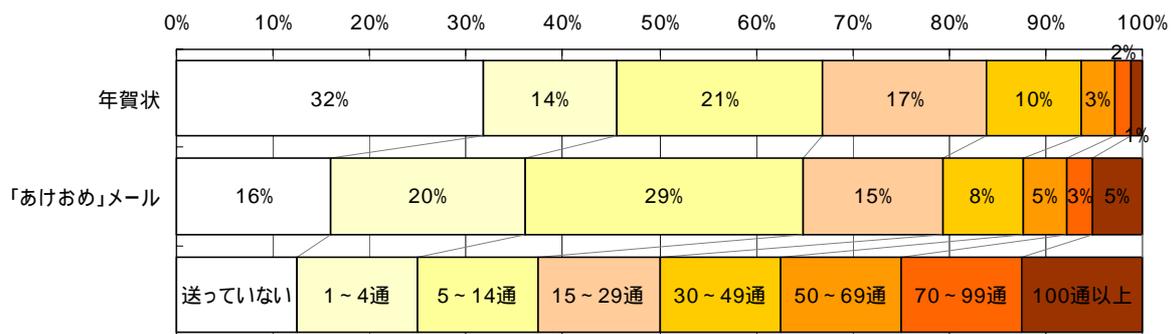
ケータイでメールを使っていた時間、サイトを見ていた時間

携帯電話で一日当たりのメールをする時間は、3時間以上が28%と、1時間以上となると47%にスコアが上がりました。同様に、サイトを見る時間も、3時間以上で32%、1時間以上で57%となりました。年末年始といえども、メールを送受信したり、サイトを見たりするのに、携帯電話は手離すことのできない存在であったことが伺えます。



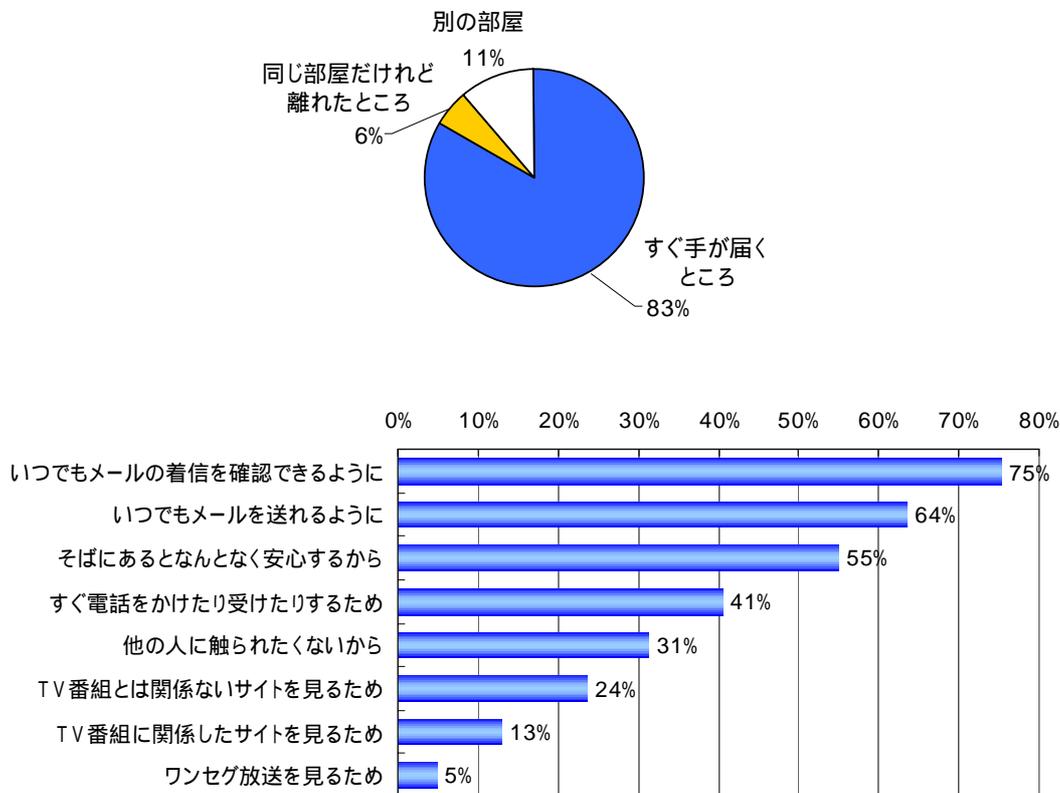
年賀状、「あけおめ」メールを出した数

年賀状(郵便)を出した人は68%で、「あけおめ」メール(年賀メール)を出した人は84%でした。ただし、どちらも出していない人は8%で、92%の人は年賀の挨拶状としての郵便とメールとをうまく使いこなしているようです。



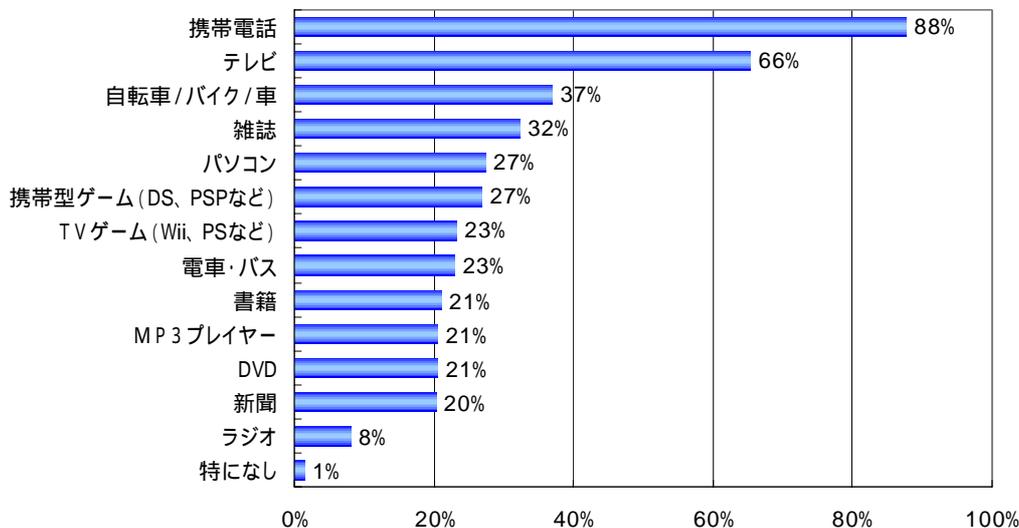
正月休みのテレビ視聴中のケータイの在り処

正月休みにテレビを見ているときも、携帯電話を手の届くところに置いていた人が8割以上いました。携帯電話が中高生にとって手離せない重要なアイテムとなっていることがわかります。その人たちに、携帯電話をそばに置いておく理由を尋ねたところ、メールの着信確認が75%、送信が64%と、メールが一番の理由でしたが、なんとなく安心するからという回答も55%あり、休暇中とはいえ携帯電話に依存している現代の中高生の生活像が垣間見られました。



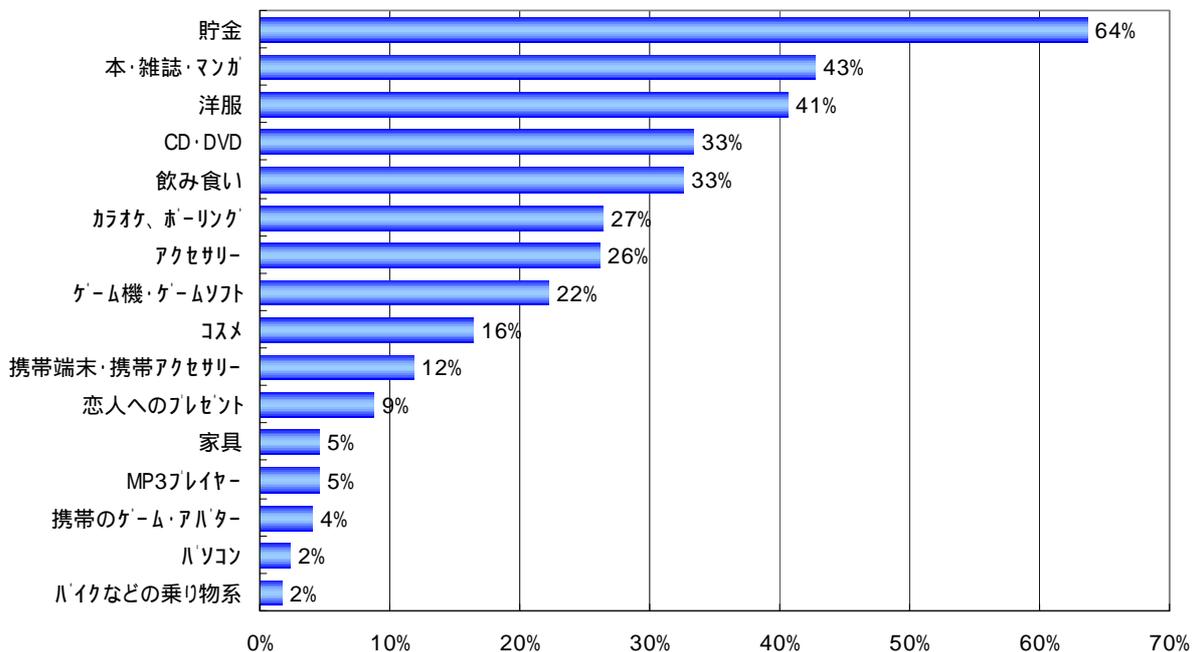
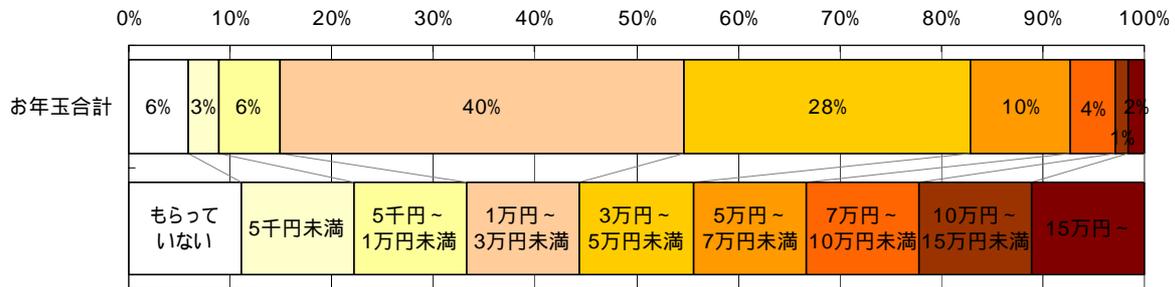
正月休みに欠かせなかったモノ

正月休みに欠かせなかったものを尋ねたところ、携帯電話が88%で断然の1位、その後に66%でテレビが続きました。3位以下は接戦で、自転車/バイク/車、雑誌、パソコン、ゲーム機などでした。



お年玉の合計金額と使い道

もらったお年玉の合計金額は、1万円以上3万円未満が最も多く40%で、次に3万円以上5万円未満で28%となり、この2つのゾーンに68%が集中しました。また、もらったお年玉の使い道は、貯金が最も多く64%、次いで、本・雑誌・マンガ、洋服、CD・DVD、飲み食いなどが続きます。



調査実施概要

- 調査目的 : 中高生の年末年始の行動を探る
- 調査対象者 : 中学生・高校生の男女
- サンプル数 : 有効回収 728 サンプル
- 調査方法 : 携帯電話サイト GAMOW® 会員へのアンケート調査
- 調査実施日 : 平成 20 年 1 月 10 日 (木)
- 調査企画 : 東急エージェンシー TMS (トータル・マーケティング・ソリューション) 本部 ナレッジセンター

以上

「GAMOW®」とは



GAMOW®(ガモウ)は、“中高生の放課後ライフをサポート”をテーマに、様々なコンテンツを提供する、ケータイ向けエンタメ・コミュニティサイトです。着信メロディやゲームはもちろん、待受画像や占い、ランキング、芸能情報など、中～高校生に人気のあるコンテンツばかりを無料サイト史上最大の量・クオリティで提供しています。また、ユーザー専用の「マイプロフィール」を持つことで、他の GAMOW ユーザーと繋がる事が可能です。会員登録したユーザーは、サイト内のコンテンツをすべて無料で閲覧・ダウンロードできます。ユーザーはサイト内でポイントを貯めることで、保有するポイントに応じた着信メロディやゲームなどのコンテンツをダウンロードして遊べる仕組みとなっています。

ポイントの獲得は、友人の紹介や、GAMOW から送られてくるメール中の広告をクリックすることで貯まっていきます。また、紹介した友人の人数に応じてユーザーのレベルがあがり、キャンペーン等ではレベルに応じた特典を得ることができるなど、友人紹介の連鎖によりユーザーもサイトも更に盛り上がる仕掛けを行います。

現在「GAMOW」の会員数は約27万人、13歳～18歳が70%と中高生を中心に構成されており、会員に対して実施したアンケート調査では、一般的な調査結果とは異なり、放課後に使用できるお小遣いが多く、都心で遊び、友人との買い物やファッション、アルバイト等に対して高い関心を持つ、情報に対しアクティブな中高生であることが確認できています。

今後も会員からの投稿や口コミなどによるコミュニティサービス、コンテンツダウンロード型のサービスの二つを軸とし、サイト拡大を図ってまいります。

【サービス名】	GAMOW® (ガモウ)
【サービス価格】	無料
【対応機種】	NTTドコモ mova® 505i シリーズ以降、FOMA® 90x シリーズ ソフトバンクモバイル全端末(C型端末除く) au 全端末(HDML 端末除く)
【アクセス方法】	URL http://gamow.jp/ 空メール: ga@gamow.jp

バンダイネットワークス株式会社、株式会社 VIBE、株式会社東急エージェンシーの3社によって共同展開している中高生のための携帯向けエンタメポータルサイトです。



この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

広報部 高橋、西脇

TEL 03-3475-9382

URL www.tokyu-agc.co.jp