

【報道関係各位】

## 子育てママの携帯活用に関する調査

### ■ 子育てママの‘携帯電話の活用法’

1位「レシピを調べる(66%)」2位「子供のケガ・病気の対処・病院を検索(52%)」

### ■ 結婚・出産を経て、7割超が「携帯電話の使い方が変わった」

### ■ 携帯メールのやりとりは、「夫」より「友達」。4割超が「夫の携帯代より、自分の方が高い」

2009年 11月 13日  
株式会社マクロミル  
(証券コード: 東証一部 3730)

株式会社マクロミル(本社: 東京都港区、代表: 杉本哲哉)は、子供を持つ20~30代の既婚女性を対象に、「携帯電話の活用状況に関する調査」を実施いたしました。調査手法はモバイルリサーチ。携帯電話ユーザーの20~30代の母親における携帯の活用状況を把握するために、携帯電話のみで募集したモバイルリサーチモニタに対して携帯電話を通じてアンケートを行いました。調査期間2009年11月5日(木)~11月6日(金)。有効回答は500名から得られました。

### 【調査結果概要】

#### 【1】 子育てママの家事・育児における‘携帯電話の活用法’は

1位「レシピを調べる(66%)」2位「子供のケガ・病気の対処・病院検索(52%)」

子供を持つ20~39歳の既婚女性に、子育てや育児に関して携帯電話を活用して行っていることを尋ねたところ、1位「お弁当・料理レシピを調べる(66%)」2位「子供のケガや病気の対処・病院の検索(52%)」となりました。

20代前半では「子育て日記」をつける割合が5割と高く、携帯のブログやSNSなどで育児日記を綴っています。また、「育児の悩み相談」を携帯のSNSや掲示板で行うママも20代では3割以上となりました。

#### 【2】 結婚・出産を経て、7割超が「携帯電話の使い方が変わった」

結婚・出産をしてから携帯電話の使い方に変化はあったか尋ねたところ、77%の人が「変化があった」と回答しました。

変化があったと回答した人に、主婦ならではの携帯電話の使い方を自由回答で聞きました。「子供がいて出かけられないので、ネットショッピングを利用するようになった」「オークションで子供服の売買をする」「携帯でスーパーのチラシを見る」「残り物の食材を入力して、レシピ検索」「子供にワンセグを見せて泣き止ませる」など、家事の効率化や節約、子供とのコミュニケーションに携帯を使っているとの声が寄せられました。

#### 【3】 携帯メールのやりとりは、「夫」より「友達」。

4割超が「夫の携帯代より、自分の方が高い」と回答。

携帯電話で最もメールをする相手を探したところ、「ママ友(子供を通じた母同士の友人)(26%)」と「ママ友以外の友人(16%)」をあわせた「友人」が42%と最多でした。「夫」と一番メールをすると答えた人は36%にとどまっており、夫よりも友人とのメールのやりとりを楽しんでいる人が多いようです。

また、夫婦間の携帯電話に関する質問をしました。携帯電話の使用料金については、「夫の携帯代より、自分の方が高い」と回答した人が45%となっています。また、「内緒で夫の携帯電話を見たことがある」人は6割でした。見てしまった理由は、「浮気のチェック」が35%、「興味本位」が34%との回答でした。

「子育てママの携帯活用にに関する調査」

【調査結果詳細】

■ 調査概要

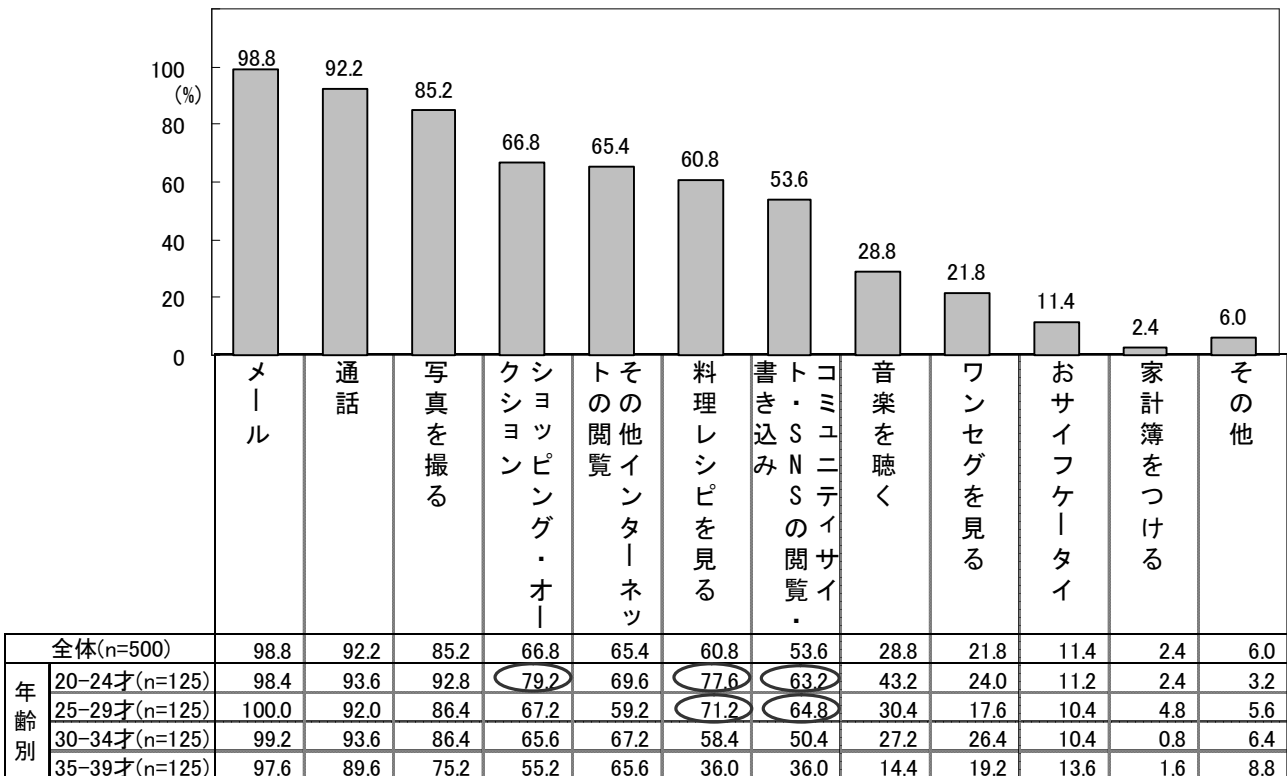
調査方法：	モバイルリサーチ（携帯電話によるインターネットリサーチ）				
調査地域：	全国				
調査対象：	子供を持つ 20-39 歳の既婚女性（マクロミル携帯リサーチ専用モニタ会員）				
有効回答数：	合計 500 サンプル	20-24 才	25-29 才	30-34 才	35-39 才
		125 サンプル	125 サンプル	125 サンプル	125 サンプル
調査日時：	2009 年 11 月 5 日（木）～11 月 6 日（金）				
調査機関：	株式会社マクロミル				

■ 子育てママの携帯の使い方、85%が「カメラ」を利用。  
20 代前半のママの約 8 割が「携帯ショッピング・オークション」でお買い物。

子供を持つ 20-39 歳の既婚女性に携帯電話をどのように使っているか尋ねたところ、最も多かった回答は「メール（99%）」、次いで「通話（92%）」となりました。「写真を撮る（85%）」は 8 割を超え、「ショッピング・オークション（67%）」も 7 割近くの方が利用しています。

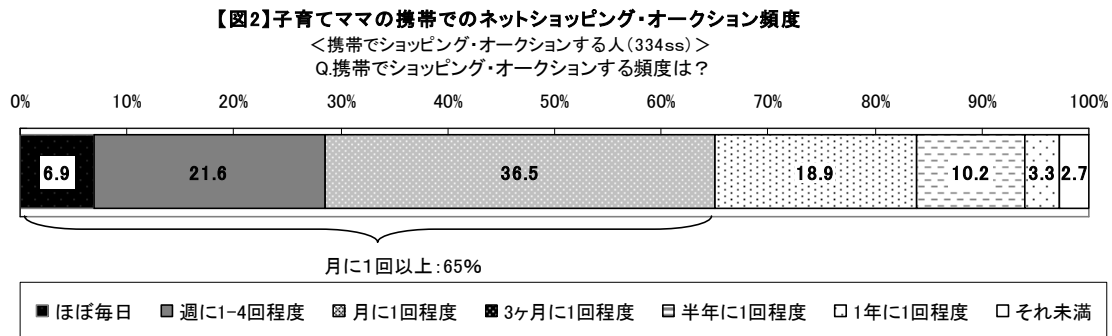
年齢別にみると、20 代前半のママの「ショッピング・オークション」の利用は約 8 割となり、全体に比べ 12 ポイント高くなっています。20 代全体でも「料理レシピを見る」が 7 割超、「コミュニティサイト・SNS の閲覧・書き込み」は 6 割超と若い 20 代のママは割合が高くなっています。（図 1）

【図 1】子育てママの携帯電話の使い方(複数回答)  
Q.携帯電話をどのように使いますか？



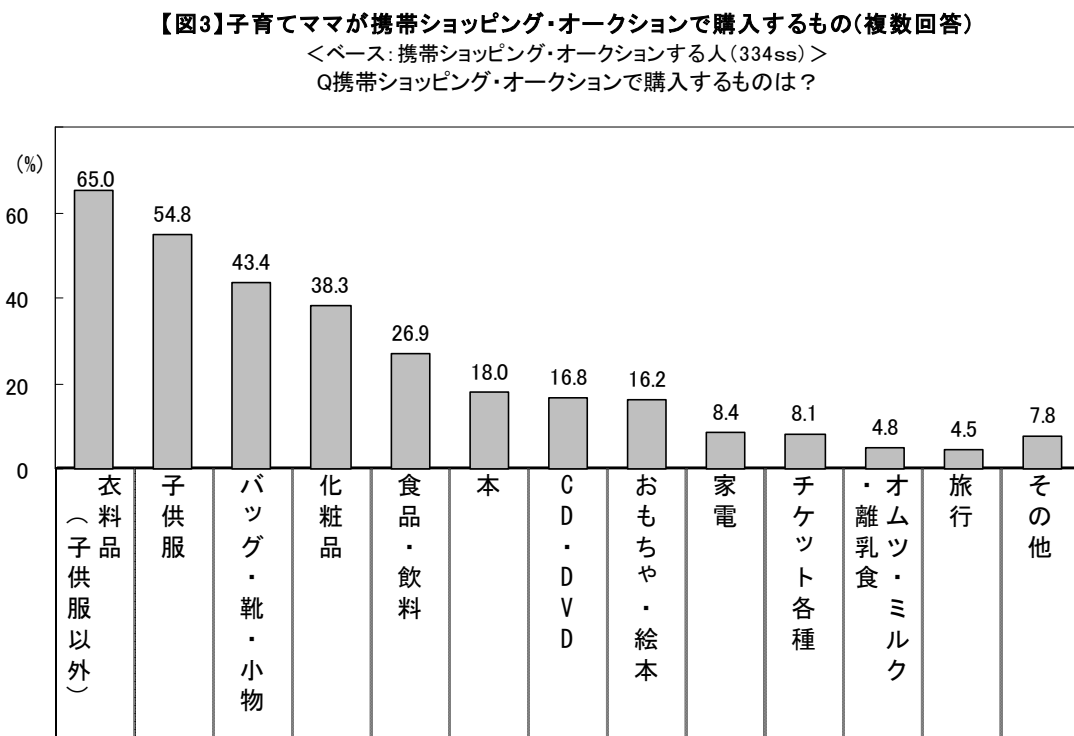
■ ‘携帯電話’でショッピング・オークションを楽しむママの  
買い物頻度は「月に1回以上」が65%

携帯電話でショッピングやオークションを行っている子育てママ (67% 【※P2-図1参照】) に、その頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日 (7%)」「週に1~4回程度 (22%)」「月に1回程度 (37%)」と、「月に1回以上」利用している人は合計65%となりました。(図2)



■ 子育てママは、携帯ショッピング・オークションで「ファッション用品」を購入。  
最も購入するのは「子供服以外の服」で65%、次いで「子供服」が55%。

携帯ショッピング・オークションで何を購入するか尋ねたところ、「衣料品 (子供服以外) (65%)」「子供服 (55%)」「バッグ・靴・小物 (43%)」とファッション用品が上位にあがりました。そのほか「化粧品 (38%)」「食品・飲料 (27%)」を購入している人もいます。育児に忙しいママは、携帯電話で隙間の時間を活用して買い物をしているようです。(図3)



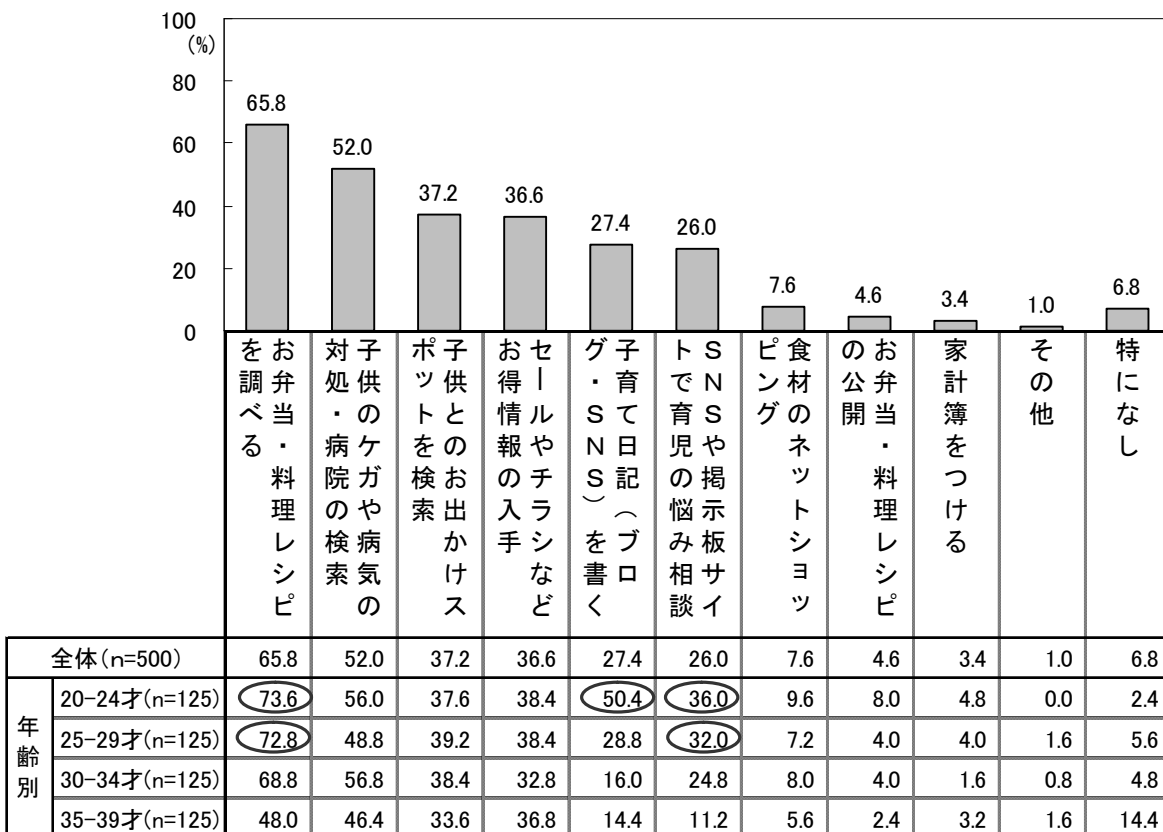
■ 子育てママの家事・育児における‘携帯電話の活用法’は、  
1位「レシピを調べる（66%）」2位「子供のケガや病気の対処・病院を検索（52%）」

子育てや家事に関して携帯電話を活用して行っていることを尋ねたところ、1位「お弁当・料理レシピを調べる（66%）」2位「子供のケガや病気の対処・病院の検索（52%）」となりました。続いて、「子供とのお出かけスポットを検索（37%）」「セールやチラシなどお得情報の入手（37%）」と様々な活用法が挙がっています。

年齢別にみると、20代のママでは7割以上が「お弁当・料理レシピ」を携帯電話で調べています。20代前半では「子育て日記」をつける割合も高く、半数が携帯のブログやSNSなどで育児日記を綴っています。また、「育児の悩み相談」を携帯のSNSや掲示板で行うママも20代では3割以上となりました。若いママほど、家事・育児に上手く携帯電話を活用していることがうかがえます。

(図4)

【図4】子育てや家事における携帯活用(複数回答)  
Q.子育てや家事に関して、携帯電話を活用して行っていることは？

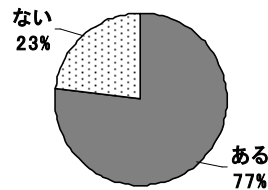


## ■ 結婚・出産を経て、7割超が「携帯電話の使い方が変わった」

結婚・出産をしてから携帯電話の使い方に変化はあったかを尋ねたところ、77%の人が「変化があった」と回答しました。(図 5-1)

携帯電話の使い方の変化について自由回答で集めました。育児と仕事を両立するママは、仕事の休憩中に料理レシピを携帯電話で検索し、ネットで買い物をするなど効率的に家事をこなす様子が見受けられました。また、育児についての情報収集やママ友探しなど幅広く携帯電話が使われているようです。自由回答の内容を一部抜粋してご紹介します。(図 5-2)

【図5-1】結婚・出産後の携帯使用の変化の有無  
Q.結婚や出産をしてから携帯電話の使い方に変化はありましたか？



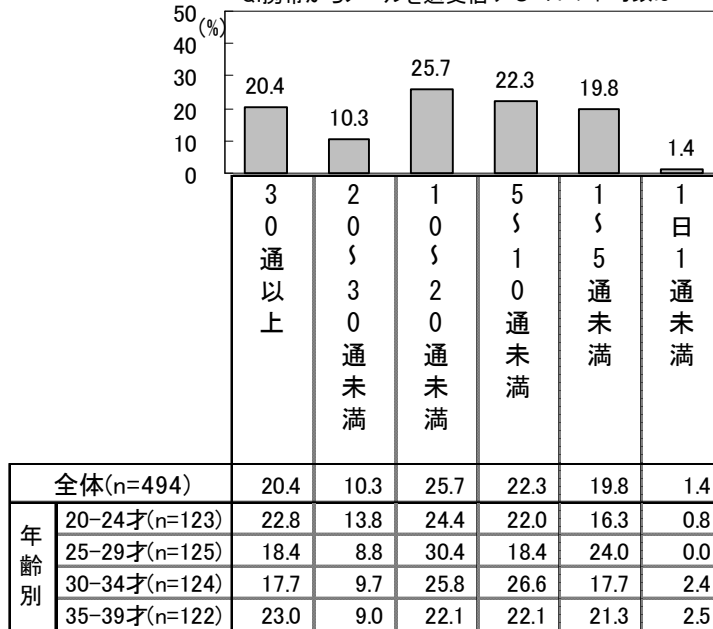
【図5-2】結婚・出産後の携帯使い方の変化について(自由回答)  
Q.結婚や出産をしてからの携帯電話の使い方における変化について、主婦ならではの携帯電話の使い方などをご記入ください。

自由回答(一部抜粋)	年齢(才)	末子の年齢	職業
<b>ショッピング・オークション</b>			
かさばる子供のおむつなどはネット購入	21	0~3歳	専業主婦
子供服をオークションで売り買いするようになりました	23	0~3歳	フルタイム
自分の服や靴など、お店ではゆっくり見れないからネットでじっくり見て通販購入するようになった。	23	0~3歳	専業主婦
お米など重いものや、大きい物はほぼ携帯で注文する。衣類なども携帯で注文することが多くなった。	24	0~3歳	専業主婦
自由に出かけられないから、ネットショッピングを利用するようになった。出掛けていても、レシピを見て、帰宅後すぐに料理を作り始められる	35	4~6歳	専業主婦
<b>節約</b>			
携帯でスーパーのチラシを見るようになった	25	0~3歳	パートタイム
冷蔵庫の残り物で何が出来るか、食材を入力して、レシピを検索する。	32	0~3歳	パートタイム
家計の為にとりにくく行く店のクーポンがあるか調べる!!子供がいるから遠出できないので送料無料とかの通販を利用する!!	21	0~3歳	専業主婦
<b>病気の対処や病院検索</b>			
子供の病気の時にすぐに携帯で病名などを調べるようになりました。近くの小児科も調べます。	24	0~3歳	専業主婦
離乳食のレシピを検索したり子供の病気について調べたりすることが多くなりました。	21	0~3歳	専業主婦
子どもの急な発熱の際、対処方法をサイトで検索した	30	0~3歳	パートタイム
<b>家事の効率化</b>			
アプリで家計簿をつけるようになった。いつも三日坊主だけどアプリだからママに続いている。	23	0~3歳	パートタイム
仕事の休憩中に帰ってから、夕飯に何をしようかブログやレシピのサイトを見る	23	0~3歳	フルタイム
レシピを検索し料理をしながら携帯を見る	35	0~3歳	専業主婦
朝イチに携帯で天気予報をみて、洗濯の予定をたてたり、冷蔵庫にある食材でレシピを検索。	28	0~3歳	専業主婦
<b>ママ友・育児に関する情報交換</b>			
出産してからママ専用のコミュニティーサイトに登録しました。	22	0~3歳	専業主婦
育児のサイトやママ友探しをするようになった	21	0~3歳	パートタイム
幼稚園のママ友に行事の確認やランチのお誘い	33	0~3歳	専業主婦
育児についてのサイトをみたり相談を書きこみしたりする。	25	0~3歳	専業主婦
<b>子供とのコミュニケーション</b>			
NHKのおかあさんといっしょで人気の歌を携帯端末にダウンロード後に保存しておいて、出先でぐずった時に一緒に踊っています。曲名はドンスカパンパン応援団など。	24	0~3歳	専業主婦
こどもが泣き止まない時に、録画しといたワンセグを見せる。買い物に行った帰りに、ベビーカーを押しながらレシピ検索をする。	29	0~3歳	パートタイム
子供の遊べるスポットを検索する	36	4~6歳	パートタイム

■ 子育てママ、メールの送受信「30 通以上」が 2 割。

携帯電話からメールを送受信する回数を尋ねたところ、1 日 10 通前後に回答が集まり、「10～20 通 (26%)」「5～10 通 (22%)」となりました。一方、1 日に「30 通以上」と回答した人は 20%にのぼっています。(図 6)

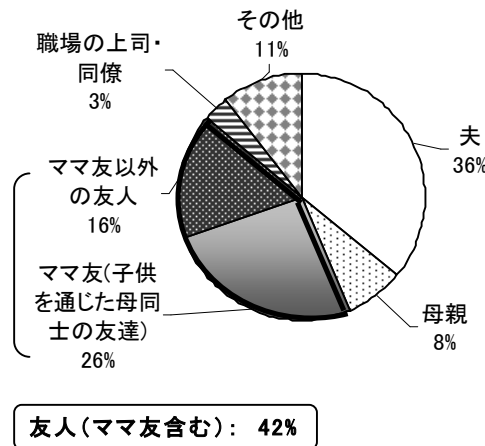
【図6】子育てママの1日のメール送受信数  
 <ベース: 携帯メールを使用する人(494ss)>  
 Q.携帯からメールを送受信する1日の平均数は?



■ 一番メールをする相手は「友達」が最多で 42%。「夫」は 2 番手の 36%

携帯電話で最もメールをする相手を尋ねたところ、「ママ友 (子供を通じた母同士の友人) (26%)」と「ママ友以外の友人 (16%)」をあわせた「友人」が 42%と最多でした。「夫」と一番メールをする と答えた人は 36%にとどまっております、夫よりも友人とのメールのやりとりを楽しんでいる人が多いようです。(図 7)

【図7】携帯メールで最もやりとりする相手  
 <ベース: 携帯メールを使用する人(494ss)>  
 Q.あなたが携帯メールで最もやりとりする相手は?

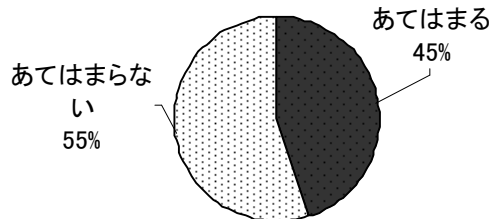




■ 「夫の携帯代より、自分の方が高い」人が45%。

携帯電話の使用料金について尋ねたところ「夫の携帯代より、自分の方が高い」と回答した人が45%となりました。(図8)

【図8】携帯電話に関する行動  
Q.「夫の携帯代より、自分の方が高い」あなたは上記ににあてはまりますか。



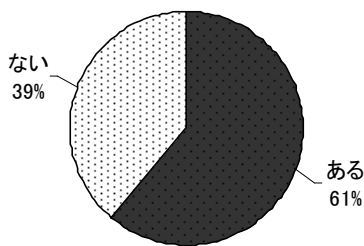
■ 夫の携帯電話を内緒で見たことがある人は、6割。  
理由は「浮気していないかチェック」「興味本位」が3割。

携帯電話に関する行動について尋ねました。内緒で夫の携帯電話を見たことがあるか、という問いには6割が「見た事がある」と回答しています。(図9)

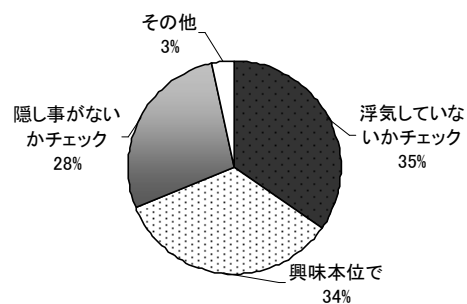
夫の携帯を見た主な理由は、「浮気していないかチェック (35%)」「興味本位で (34%)」が上位となりました。(図10)

また、内緒で夫の携帯電話を見たことで、その後何かあったかを自由回答で尋ねました。一部抜粋してご紹介します。(図11)

【図9】内緒で夫の携帯を見た経験  
Q.内緒で夫の携帯電話を見たことがありますか？



【図10】内緒で夫の携帯を見た主な理由(単一回答)  
<ベース:内緒で夫の携帯電話を見た人(306ss)>  
Q.内緒で夫の携帯電話を見た主な理由を教えてください。



【図11】内緒で夫の携帯を見た後のエピソード (自由回答)  
Q.内緒で夫の携帯電話を見たことで、その後何かありましたか?夫婦けんかになったなど、エピソードをご記入ください。

自由回答(一部抜粋)	年齢(才)	末子の年齢	職業
浮気をしていたことが分かり、喧嘩になって一時的に別居状態になった	23	0-3歳	専業主婦
もう連絡をとらないと約束していた元カノと、隠れて連絡をとっていた事が発覚し、ちゃんと反省するまで1週間夫を無視し続けました。1週間後、弱々しく魂の抜けた夫をやっと許してあげました	24	0-3歳	専業主婦
何も隠し事とかが無いと分かって、ほっとしたような…ガッカリしたような…特に何もなかった	28	0-3歳	パートタイム
喧嘩になり夫が浮気をしたことよりも私が携帯を見た事に逆ギレされました。夫は謝りもしなかった	28	0-3歳	専業主婦
知らない女性(2人!)と親密な内容のメールのやりとりをしていた。頭に血が上って蹴りを入れた。	36	中学生	専業主婦
見た事は、本人は知らないのです。何もありません。	39	中学生	パートタイム

【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 88 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル  
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
URL ■www.macromill.com  
設立 ■2000 年 1 月 31 日  
資本金 ■9 億 3,035 万円 ※2009 年 6 月末現在  
上場取引所 ■東証一部 ( 証券コード : 3730 )  
代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本哲哉  
従業員数 ■295 名 ※2009 年 10 月末現在  
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査 ( ネットリサーチ )

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当 : 大野  
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例> 「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」