

OKWave総合研究所 Monthly Report 2014.08

シルバー世代のデジタルライフ ～PC・スマホ・SNS～



Note

本資料は、OKWave総合研究所が任意に選択したテーマに対する分析結果をまとめたものです。分析対象は、OKWaveのサービスに蓄積されたQ&Aデータです。毎月、季節や流行に合わせたテーマでの発行を予定しています。

本資料は、テーマに対する広く浅い分析結果を紹介するものとなっています。いくつかの異なる分析手法を適用し、それぞれセクションを分けて結果をまとめています。各セクションの内容はそれぞれ独立しており、興味のあるセクションのみでも理解できる構成になっています。

本資料は、より多くの方に共通すると思われる一般的な切り口での分析内容となっています。ご要望に応じたテーマと切り口を元に、より深い分析を行うカスタム分析も承っております。

無償でトライアル分析も承っております。お気軽に下記までご連絡下さい。

OKWave総合研究所 法人窓口：
okri_sample@ml.okwave.co.jp

本資料に基づくお客様の行動およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用に当たりましては、お客様ご自身でご判断下さいますようお願い申し上げます。

本資料における著作権およびその他すべての権利は、株式会社オウケイウェイヴに帰属します。本資料の全文または一部を転載・引用等される場合は、下記までご連絡下さい。

OKWave総合研究所 広報窓口：
okri_pr@ml.okwave.co.jp



会員数**250万人**

月間利用者数**4,000万人以上**

Q&A総数**3,000万件**

カテゴリ数**約1,000カテゴリ**

The screenshot shows the OKWave website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'トップ', '私に聞いて!', 'ライフデザイン', '特集一覧', 'ランキング', and 'QAラボ'. Below this, there are promotional banners for 'QAラボ' (this month's theme: '投資への関心'), '異文化間のコミュニケーション' (special feature), and 'こんまりさんの片づけ相談室'. The main content area is titled '最新の質問' (Latest Questions) and lists several questions with their categories, dates, and '受付' (Accepted) status. A smartphone in the foreground displays the mobile version of the website, showing a search bar, navigation tabs, and a list of questions.



質問

質問
No.6680222

お気に入り投稿に追加する (0人が追加しました)

閲覧数180 回答数2

一人暮らしの家具・家電選び

これから一人暮らしをするのですが、なにから手をつけていいのかわかりません。

部屋は6畳一間のフローリングです。

なにかアドバイスがありましたらお願いします。

がんばろう日本!

orihime

困ってます

回答

回答No.2

閲覧数180 回答数2

回答No.2

とにかく安ければ良い!というのであれば大きな電気店などに行けば一人暮らし向けのセット商品が売られているのでその様な物で補う、という方法もあります。

しかし、その様なセット物は性能など趣向で選べないので安さだけが取り得になります。

基本的には、自分が欲しいと思う物を1つつ揃えて行くのが一番です。TVも絶対必要だと言う人も居れば、あまり見ないし必要ない、という人も居るので、何か必要かは人それぞれです。

引越し初期はコンビニ弁当や外食などでもなんとかなりますし冷蔵庫なども将来的には絶対必要ですが、無くてもなんとかなります。なので、とりあえず布団と衣類があればなんとかなりますよね?

あとは自分に必要な物を1つつ揃えて行けば自分の域が出来上がります。

そういう不便や欲求も一人暮らしの楽しさなのですべてを楽しむつもりで頑張ってください。

投稿日時 - 2011-04-19 23:44:44 通報する

この回答を支持する (現在0人が支持しています)

お礼

実は家電の一人暮らしセットは少し迷ったのですが、どうしてもこれがいいという洗濯機があったのでやめました。セットだとあまり性能よくないのかなあという不安もありましたし。

まとめて買った方が安くなると聞いていたのですがお店を見てまわった日だけで疲れてしまって…

少しずつそろえるっていうのもいいですね。

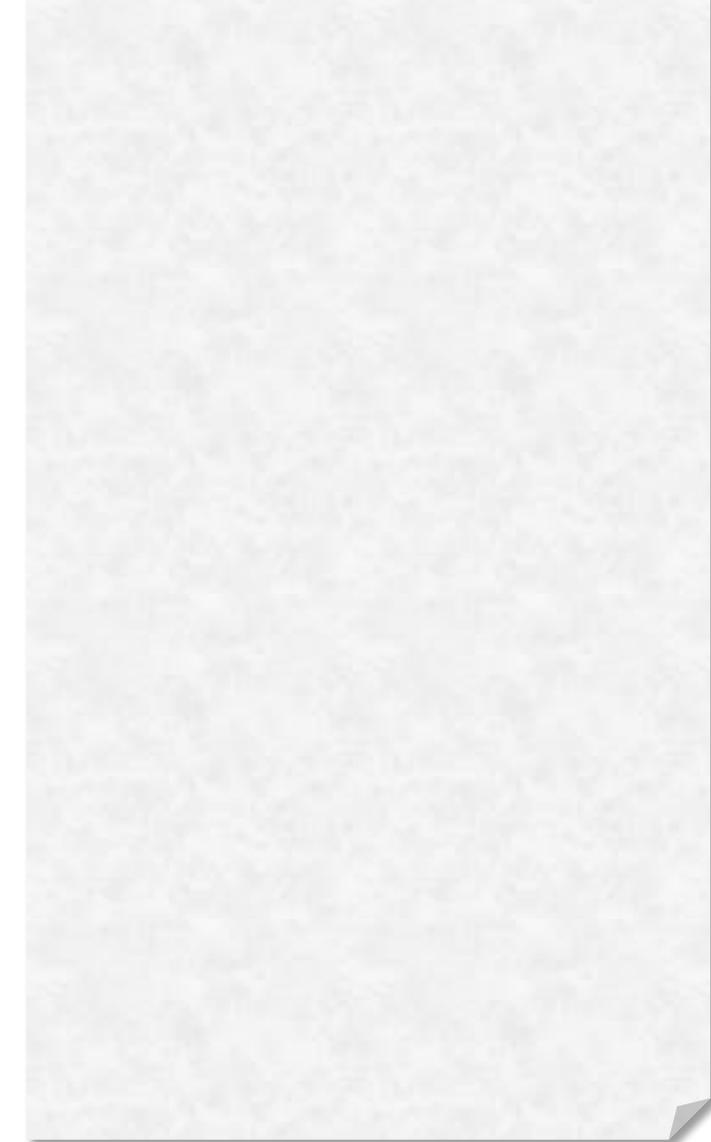
ご返答ありがとうございました。

投稿日時 - 2011-04-20 08:55:37

お礼



Note



Q & A には 発見 が いっぱい!



1. Executive Summary
2. データ概要
3. データ
 - 3.1 属性傾向
 - 3.2 簡易集計
 - 3.3 時系列推移
4. 分析
 - 4.1 キーワード分析
 - 4.2 購買層分析





分析方法

分析結果から得られる事実

分析詳細情報

【簡易集計】「新生活」に関する質問データを月毎に集計
 「新生活」のキーワードを含む質問データについて、月毎の質問データ数を調査
 <この図からわかること>
 新生活に関する質問数は3月が最も多い。2月から増加を始め、5月には収束する。

質問数



Figure 2 : 月毎の質問データ数

<考察> 4月からの新年度にスタートする新生活についての相談が多いと予想される。

OKWave総合研究所 Monthly Report 2014.02 MR20140201

Note

【キーワード分析とは】
 キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「新生活」を含む質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 新生活に関する話題は、「結婚後の新生活に関する疑問」「大学での友人関係の悩み」「家具・家電の購入に関する相談」「引越し先の物件探し」に大別された。

【図の見方】

- ・ 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- ・ 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード



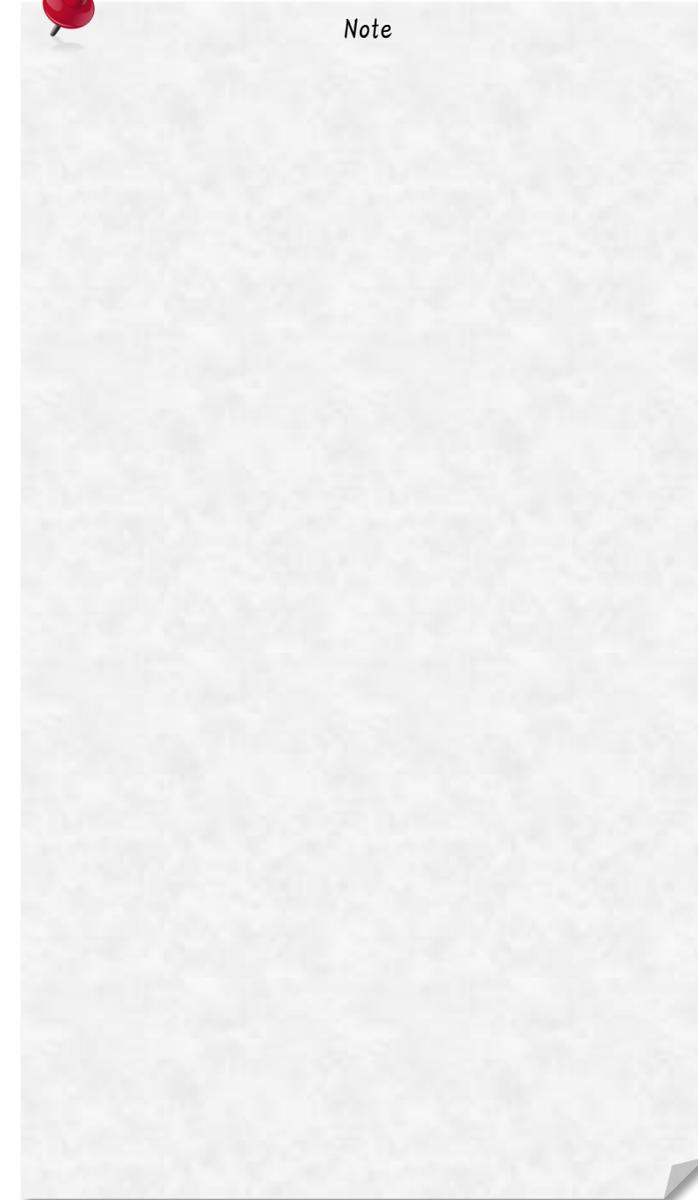
Note

分析結果に基づく考察

1. Executive Summary



Note



Q & A には発見がいっぱい!

 OKWave総合研究所



1. 時系列推移

- 20代・30代ではスマートフォンへの関心は2012年までがピークだったのに対して、**シルバー世代のAndroid搭載端末への関心は年々高まる**傾向が見られた。

2. キーワード分析

- PCに関する質問を分析した結果、20代・30代ではPCでTVを見ることにニーズがあるのに対して、**シルバー世代ではTVでPCの画面を見たい**という逆のニーズが抽出された。

3. 購買層分析

- シルバー世代の**iPhoneユーザーはPC**の購買意欲が高いのに対して、シルバー世代の**AndroidユーザーはPCではなくタブレット端末**の購入に積極的である傾向が見られた。



Note

【各分析の特徴】

- ◆ キーワード分析
特定の事象に対するユーザの行動理由が特定できる。
- ◆ 購買層分析では、製品・サービスの購入に際して、消費者が懸念・比較するポイント・対象を把握できる。

※それぞれの分析結果や総合的に得られた知見から、商品企画、宣伝時期、コスト削減などに対するヒントを得ることができる。

2. データ概要



 データ概要

• 抽出条件

70代・80代（シルバー世代）

• 抽出期間

2009年～2013年（5年分）

• 抽出データ数

質問：37,038件

※

PC（ハードウェア）関連カテゴリの質問数：477件

携帯電話・スマートフォン関連カテゴリの質問数：388件

SNS関連カテゴリの質問数：317件



Note

※

- PC（ハードウェア）関連カテゴリ：「ノートPC」「デスクトップPC」
- 携帯電話・スマートフォン関連カテゴリ：「docomo」「au」「SoftBank」「WILLCOM」「イーモバイル」「iPhone」「Android」「その他（携帯/スマートフォン/PHS）」
- SNS関連カテゴリ：「ブログ」「Twitter」「Facebook」「mixi」「LINE」「その他（SNS）」

シルバー世代の質問内容

シルバー世代の質問投稿カテゴリのランキングを調査

<この図からわかること>

全年代の傾向と比較して、デジタルライフ系の質問が多い傾向※がある。

順位	全体	シルバー世代
1	恋愛相談	Windows 7
2	その他（ライフ）	Windows XP
3	英語	その他（ライフ）
4	その他（恋愛・人生相談）	その他（デジタルライフ）
5	その他（法律）	Windows Vista
6	アンケート	その他（[技術者向け]コンピュータ）
7	夫婦・家族	その他（メールサービス・ソフト）
8	数学	恋愛相談
9	病気	アンケート
10	その他（デジタルライフ）	英語
11	Windows XP	その他（趣味）
12	社会・職場	その他（法律）
13	その他（趣味）	その他MS Office
14	国産車	ニュース・時事問題
15	メンタルヘルス	病気
16	オフィス系ソフト	オフィス系ソフト
17	Windows 7	プリンター・スキャナー
18	妊娠	その他（ソフトウェア）
19	その他（家電製品）	国語
20	育児	その他（家電製品）



Note

※注意：OKWaveへ質問投稿をするシルバー世代は全員がインターネットユーザーであるため、ここに示す興味関心の傾向はシルバー世代全般とは異なるという点に注意が必要である。

これを踏まえたうえで、本レポートでは、インターネットアクセス環境にあるシルバー世代のデジタルライフについて分析を行った。特に、20代・30代の傾向と相違が見られた(1) PC、(2) スマートフォン、(3) SNSの3分野についてレポートする。

Table 2.1 : シルバー世代の質問投稿カテゴリのランキング

3. データ



3.1 属性傾向



質問投稿者全体の属性傾向

質問投稿者の性別・年代傾向を調査

<この図からわかること>

OKWaveの質問全体の傾向と比較して男性、70代が多い。

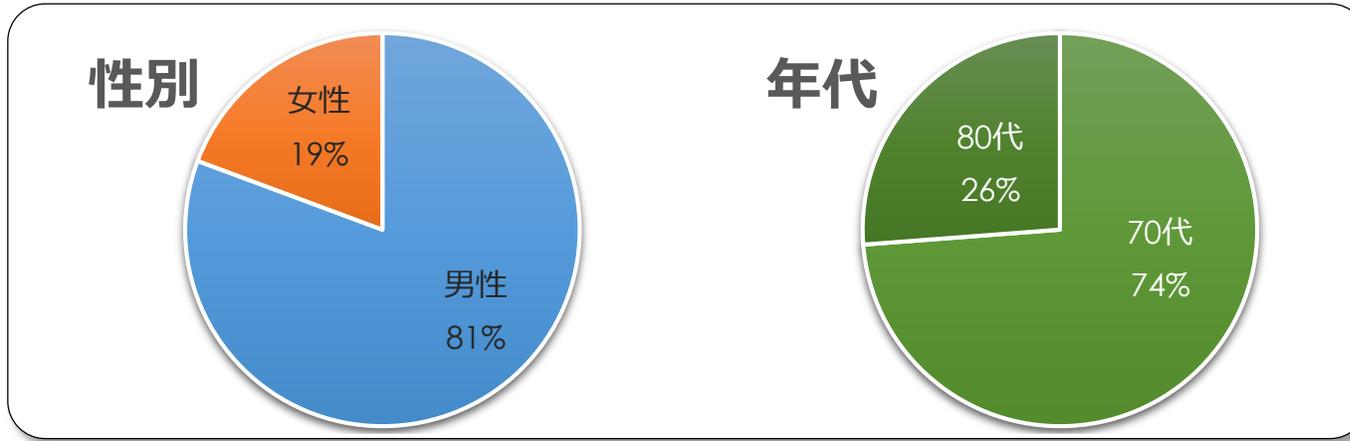
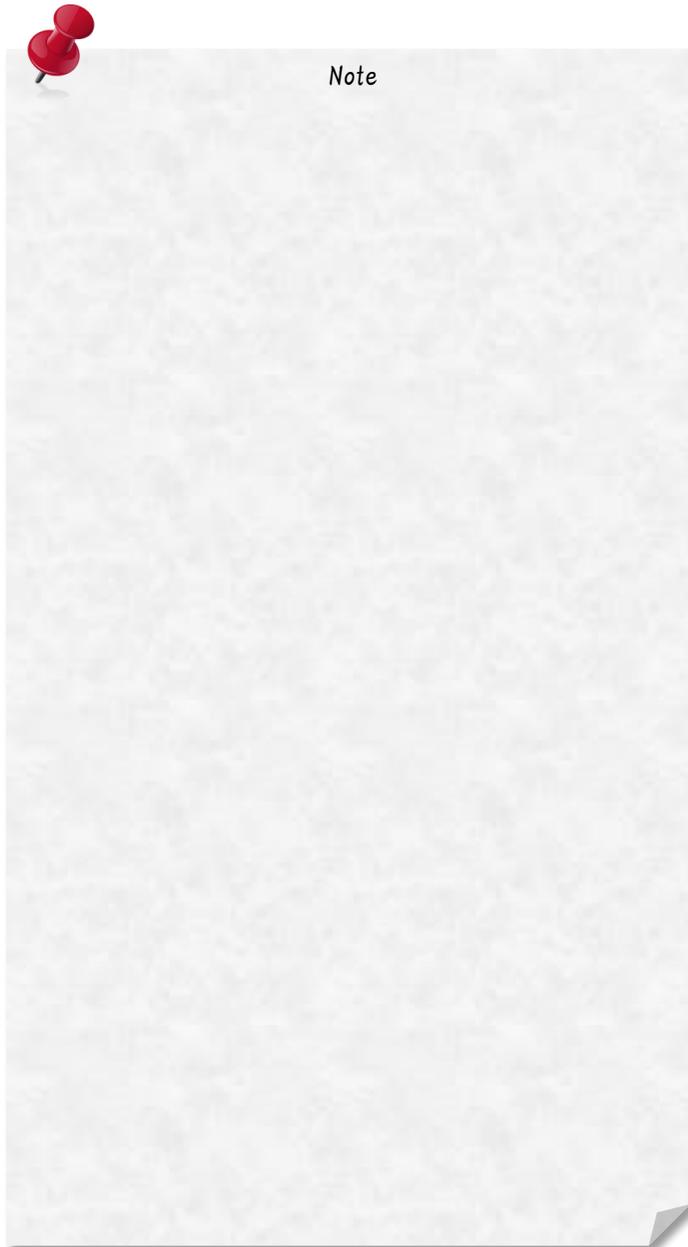


Figure 3.1.1 : シルバー世代の質問投稿者の属性傾向



【参考】 OKWave全質問データ属性傾向



PC（ハードウェア）関連の質問投稿者の属性傾向

PC（ハードウェア）関連カテゴリへの質問投稿者の性別・年代傾向を調査

<この図からわかること>

シルバー世代の全質問傾向よりも、男性と70代に偏る。

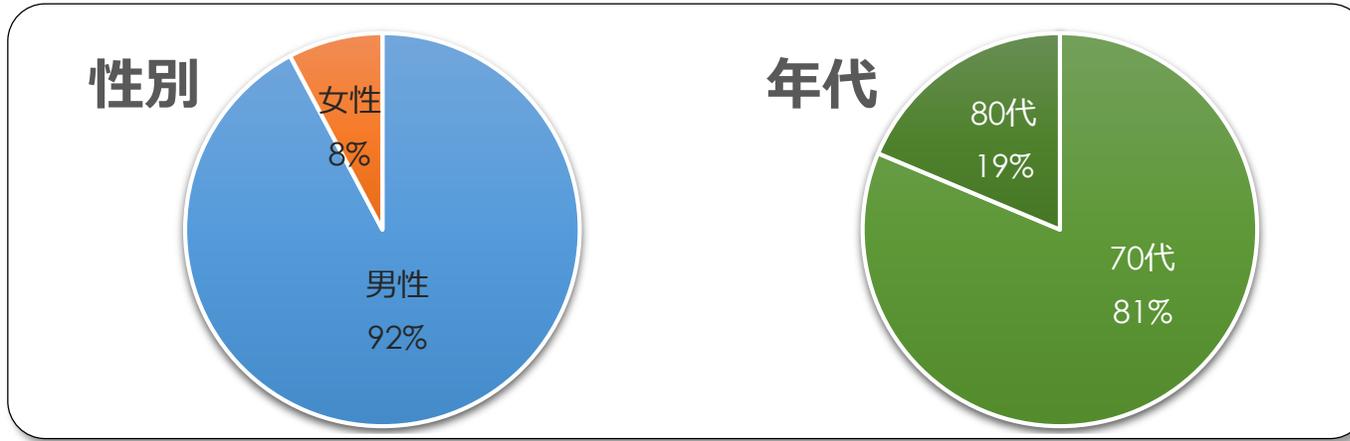


Figure 3.1.2 : PC関連カテゴリのシルバー世代の質問投稿者属性傾向

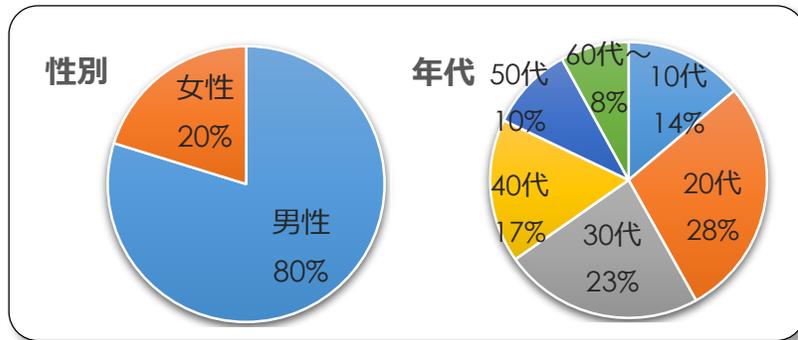
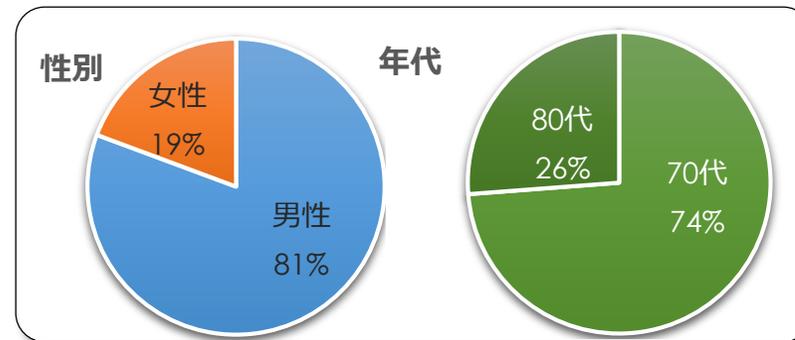


Figure 3.1.3 : PC関連カテゴリの全質問の属性傾向 (2009年~2013年)



【再掲】 Figure 3.1.1 : シルバー世代の全質問の属性傾向



Note

PC（ハードウェア）関連カテゴリ：「ノートPC」「デスクトップPC」

携帯電話・スマートフォン関連の質問投稿者の属性傾向

スマートフォン関連カテゴリへの質問投稿者の性別・年代傾向を調査

<この図からわかること>

シルバー世代の全質問傾向と比較して、女性、80代が多い。

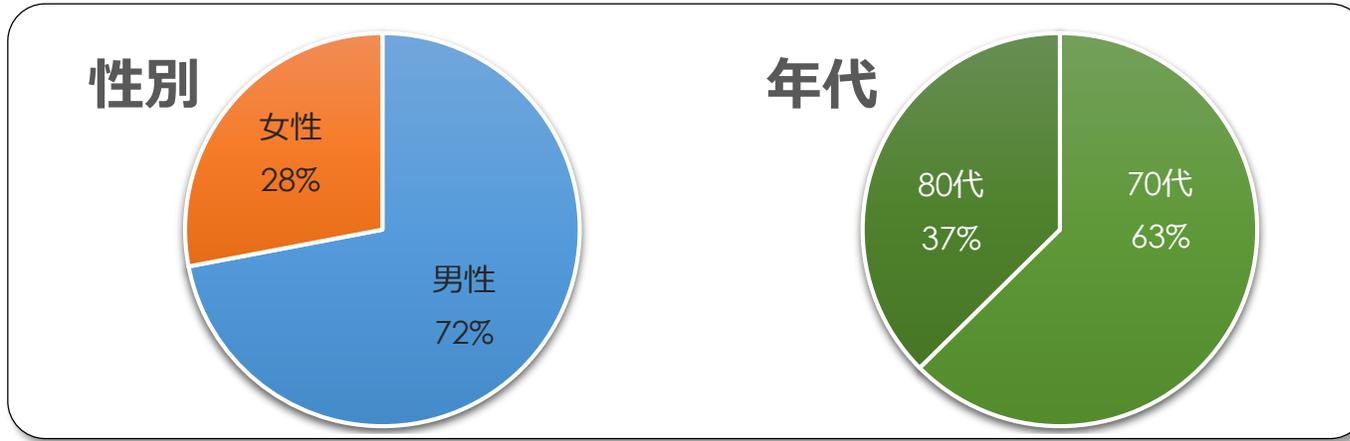


Figure 3.1.4 : スマートフォン関連カテゴリのシルバー世代の質問投稿者属性傾向

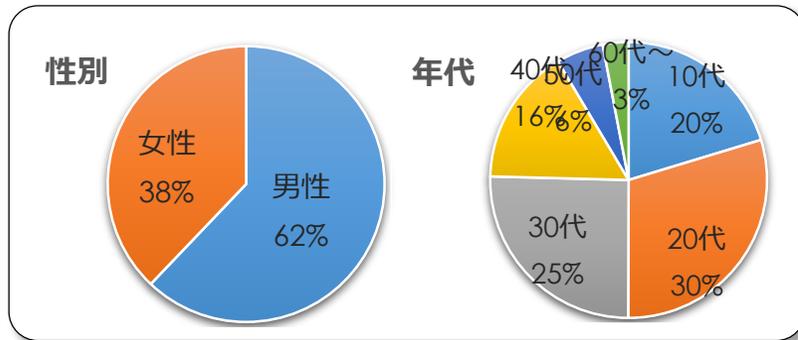
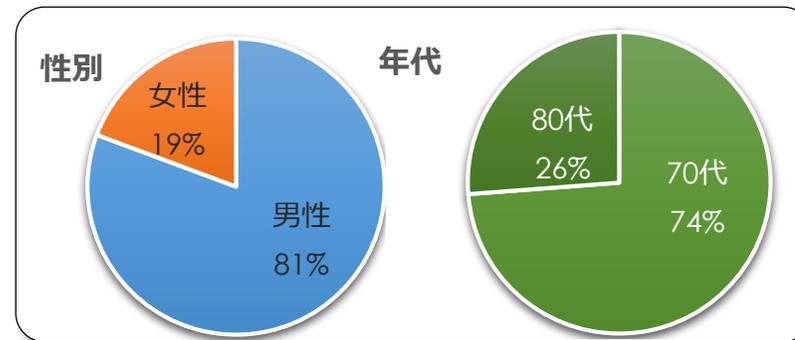


Figure 3.1.5 : スマートフォン関連カテゴリの全質問の属性傾向 (2009年～2013年)



【再掲】 Figure 3.1.1 : シルバー世代の全質問の属性傾向



Note

スマートフォン関連カテゴリ：「docomo」「au」「SoftBank」「WILLCOM」「イーモバイル」「iPhone」「Android」「その他（携帯/スマートフォン/PHS）」

SNS関連の質問投稿者の属性傾向

SNS関連カテゴリの質問投稿者の性別・年代傾向を調査

<この図からわかること>

シルバー世代の質問の全体傾向と酷似している。

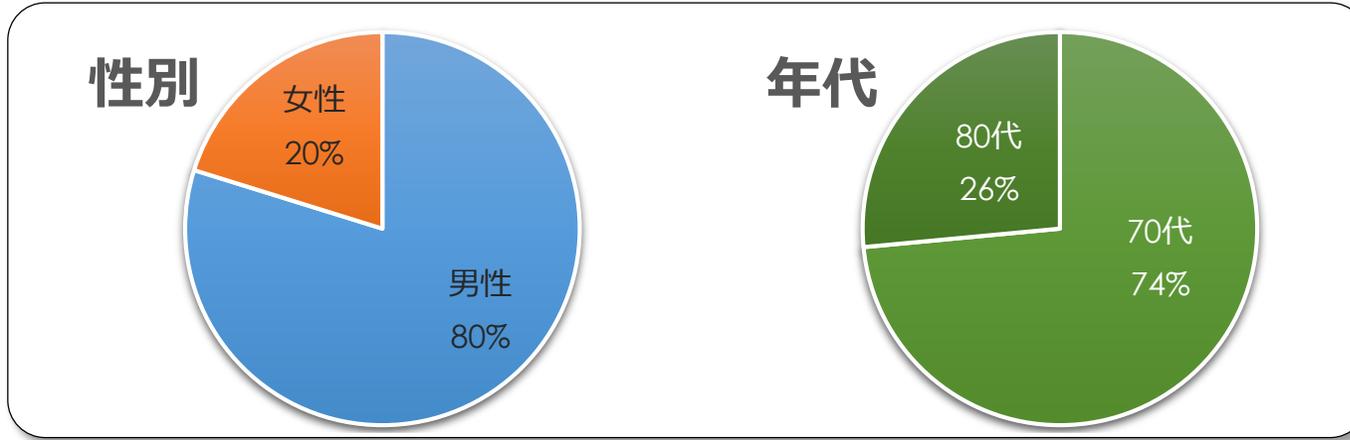


Figure 3.1.6 : SNS関連カテゴリのシルバー世代の質問投稿者属性傾向

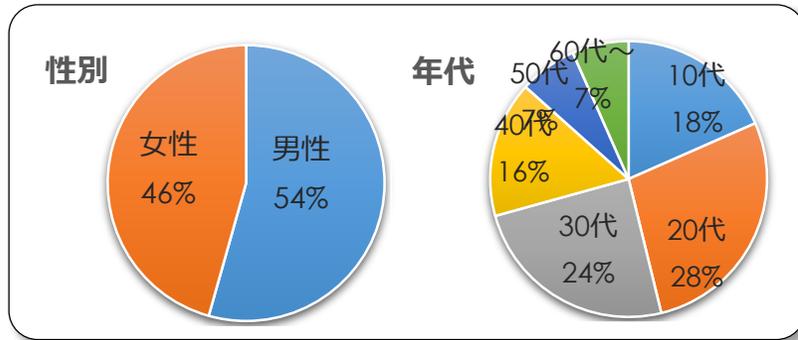
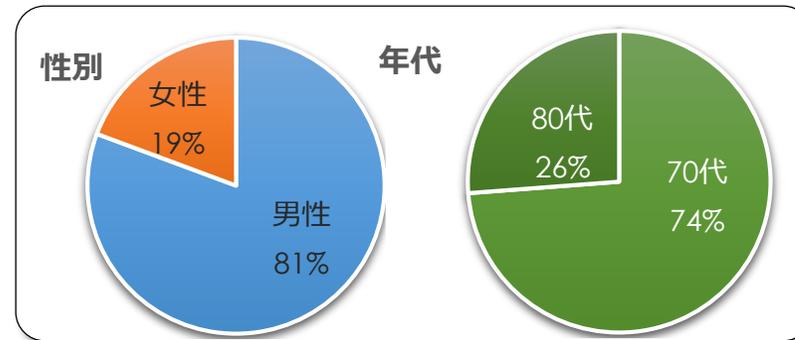


Figure 3.1.7 : SNS関連カテゴリの全質問の属性傾向 (2009年~2013年)



【再掲】 Figure 3.1.1 : シルバー世代の全質問の属性傾向



Note

SNS関連カテゴリ: 「ブログ」「Twitter」「Facebook」「mixi」「LINE」「その他 (SNS)」

3.2 簡易集計



「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率を調査

<この図からわかること>

ノートPCとデスクトップPCの質問数比率は、20代・30代とシルバー世代でほとんど違いがない。

■ 20代～30代

■ シルバー世代

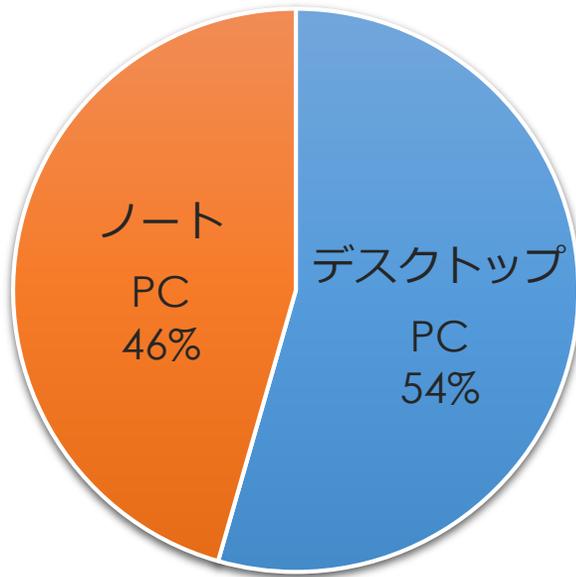


Figure 3.2.1 : 20代・30代の「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率

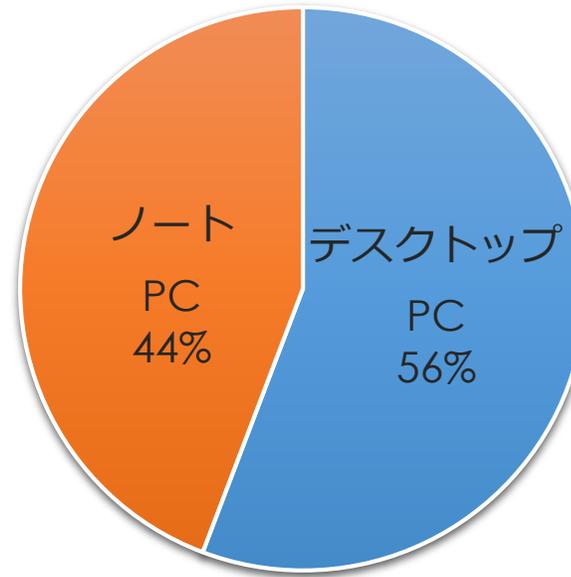


Figure 3.2.2 : シルバー世代の「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率

<考察>

20代・30代とシルバー世代で、デスクトップPCとノートPCに対する関心傾向に大きな違いはないと言える。



Note

データ抽出期間はいずれも2009年～2013年

「iPhone」カテゴリと「Android」カテゴリの質問数比率を調査

<この図からわかること>

20代・30代とシルバー世代の質問数比率の差は少ない。

■ 20代・30代

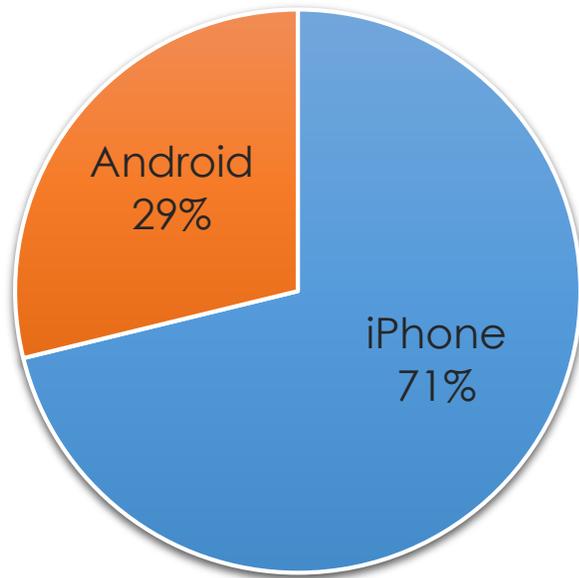


Figure 3.2.3 : 20代・30代の「iPhone」カテゴリと「Android」カテゴリの質問数比率

■ シルバー世代

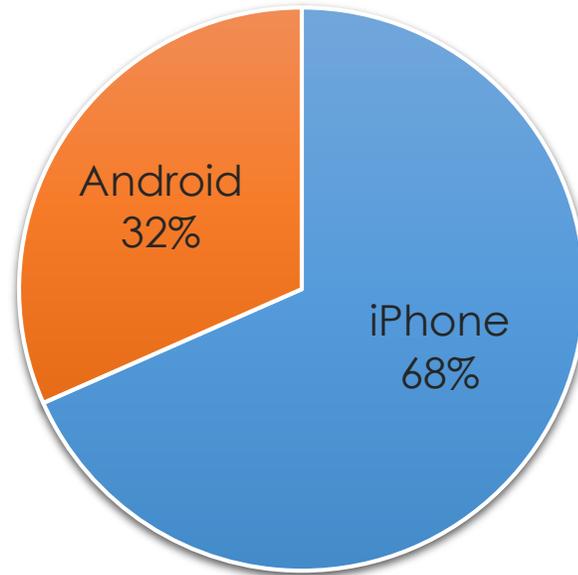


Figure 3.2.4 : シルバー世代の「iPhone」カテゴリと「Android」カテゴリの質問数比率

<考察>

20代・30代とシルバー世代で、iPhoneとAndroidへの関心傾向に大きな違いはないと言える。



Note

データ抽出期間はいずれも2009年~2013年

【参考】携帯3キャリアの質問数比率

「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数比率を調査

<この図からわかること>

20代・30代と比較して、シルバー世代はdocomoの質問数比率が高くauが低い。

■ 20代・30代

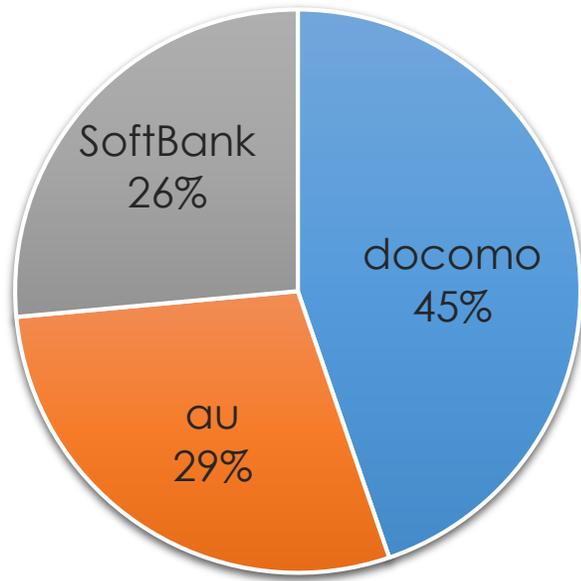


Figure 3.2.5 : 20代・30代の「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数比率

■ シルバー世代

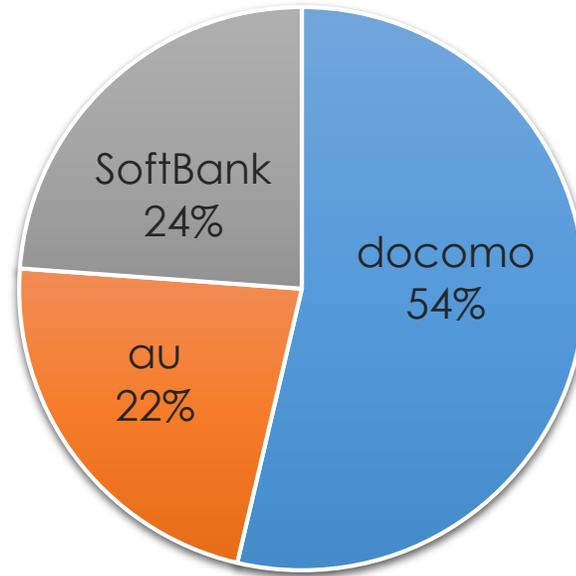


Figure 3.2.6 : シルバー世代の「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数比率



Note

データ抽出期間はいずれも2009年~2013年

SNS関連の質問内容

「ブログ」「Facebook」「Twitter」「LINE」「mixi」の質問数比率を調査※

<この図からわかること>

シルバー世代はブログに関する質問が大半を占めている。

■ 20代・30代

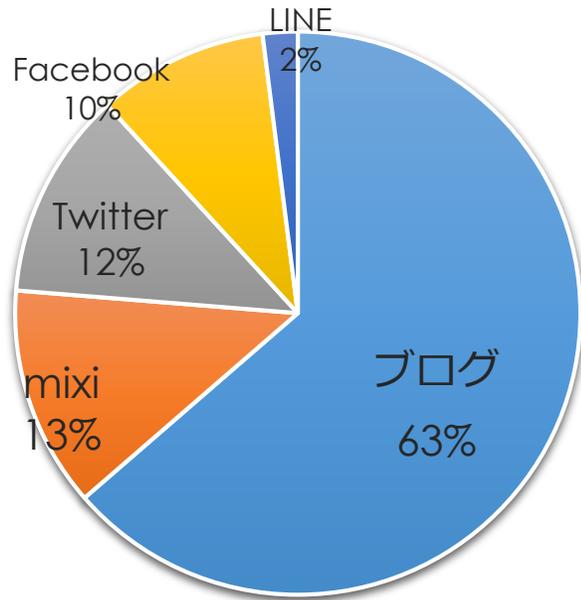


Figure 3.2.7 : 20代・30代の「ブログ」「Facebook」「Twitter」「LINE」「mixi」の質問数比率

■ シルバー世代

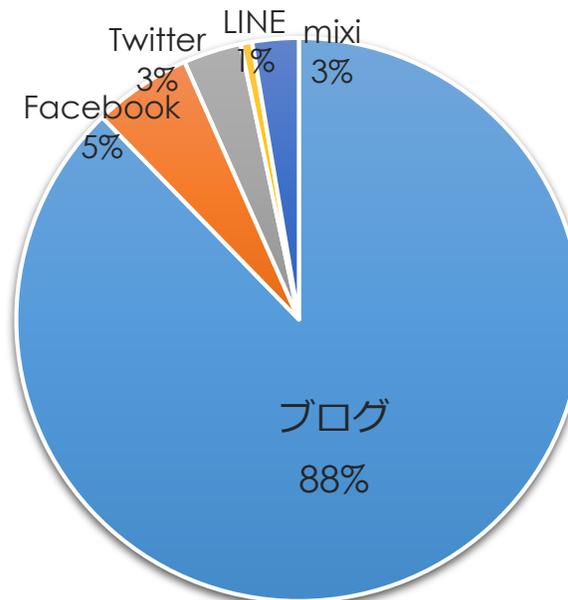


Figure 3.2.8 : シルバー世代の「ブログ」「Facebook」「Twitter」「LINE」「mixi」の質問数比率

<考察>

シルバー世代では、FacebookやTwitterユーザーは少なく、インターネット上での情報発信は主にブログで行っていると思われる。



Note

データ抽出期間はいずれも2009年~2013年

※「ブログ」「Facebook」「Twitter」「LINE」「mixi」の各カテゴリの質問数と「その他(SNS)」における各キーワードを含む質問数を含む

3.3 時系列推移



デスクトップPCとノートPCの質問比率推移

「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率の推移を調査

<この図からわかること>

20代・30代ではデスクトップPCの質問数比率が減少傾向にあるのに対して、シルバー世代では2013年にデスクトップPCの比率が高まっている。

■ 20代・30代

■ シルバー世代

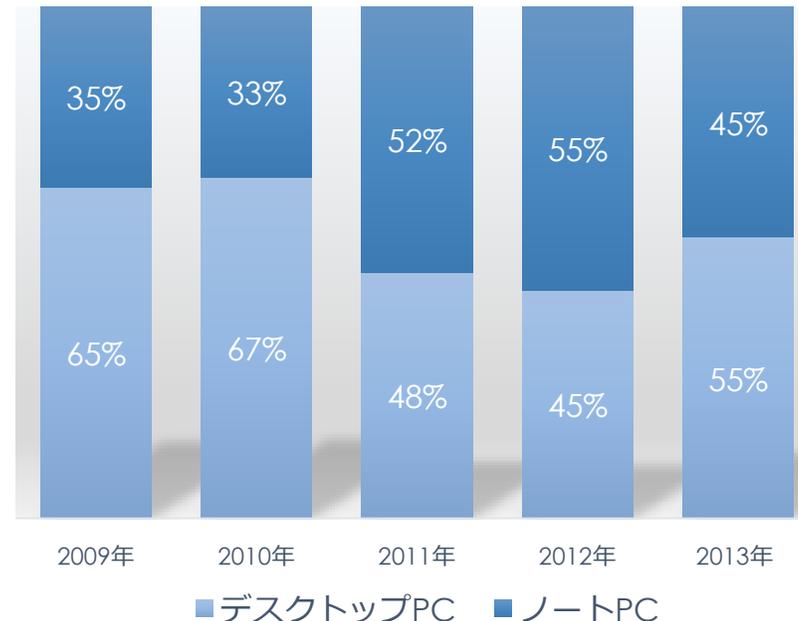
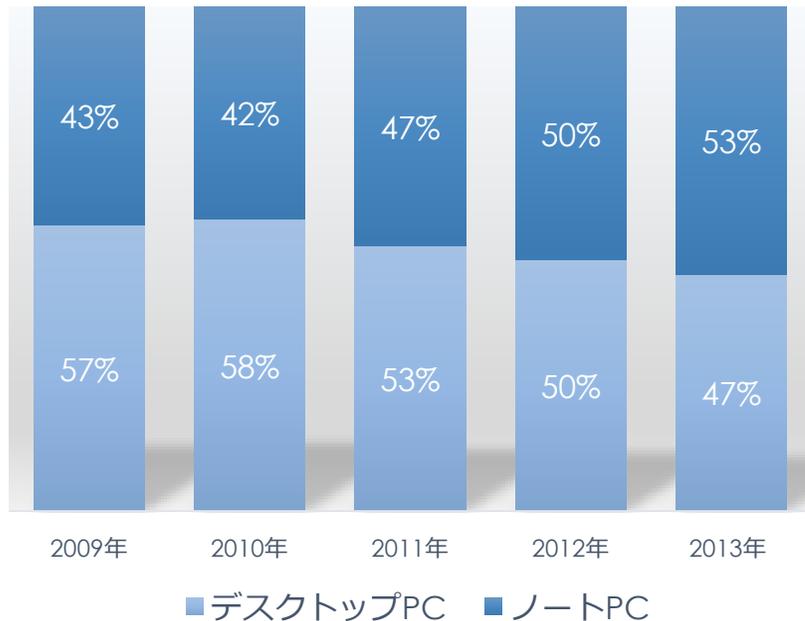


Figure 3.3.1 : 20代・30代の「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率の推移

Figure 3.3.2 : シルバー世代の「デスクトップPC」カテゴリと「ノートPC」カテゴリの質問数比率の推移

<考察>

シルバー世代では、Windows XPのサポート終了に向けたPC買い換えのタイミングでデスクトップPCへの関心が高まっており、新規購入の選択肢にデスクトップPCが入っている割合が多い可能性がある。



「iPhone」および「Android」カテゴリの質問数推移を調査

<この図からわかること>

20代・30代ではAndroidへの関心は2012年でピークアウトしているが、シルバー世代では関心が高まり続けている。シルバー世代のiPhoneへの関心は2011年と2013年に高まった。

■ 20代・30代

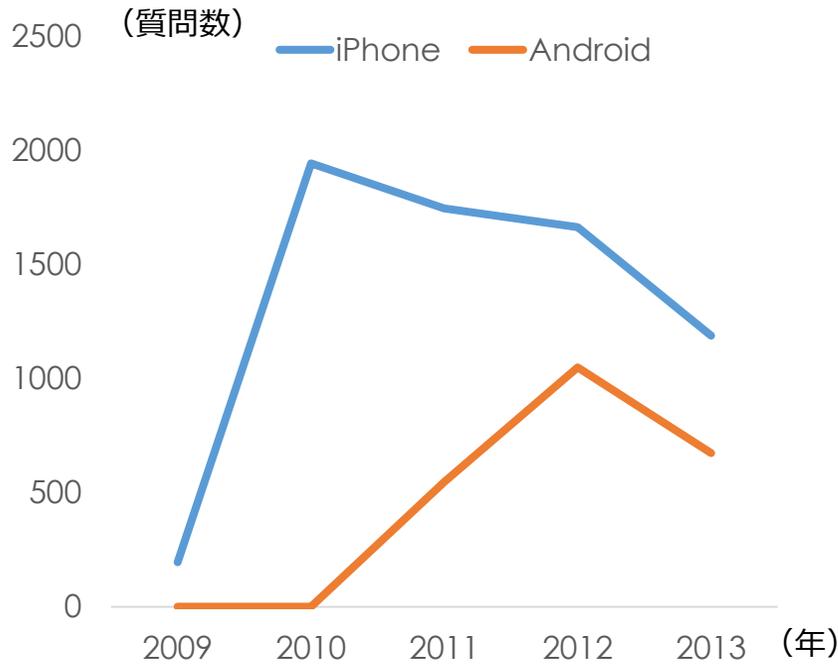


Figure 3.3.3 : 20代・30代の「iPhone」カテゴリと「Android」カテゴリの質問数推移

■ シルバー世代

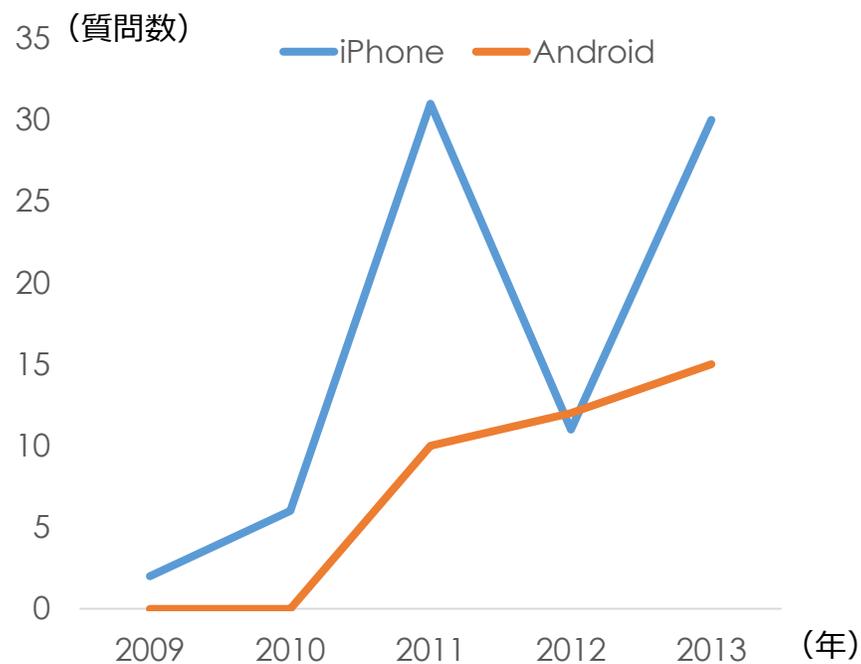


Figure 3.3.4 : シルバー世代の「iPhone」カテゴリと「Android」カテゴリの質問数推移

<考察>

auがiPhoneの提供を開始した2011年、docomoがiPhoneを始めた2013年にシルバー世代のiPhoneへの関心が高まったと考えられる。



携帯3キャリアの質問数推移

「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数推移を調査

<この図からわかること>

20代・30代とシルバー世代共に、2011年～2012年にdocomoカテゴリの質問数が増加している。 ⇒次ページで詳細分析

■ 20代・30代

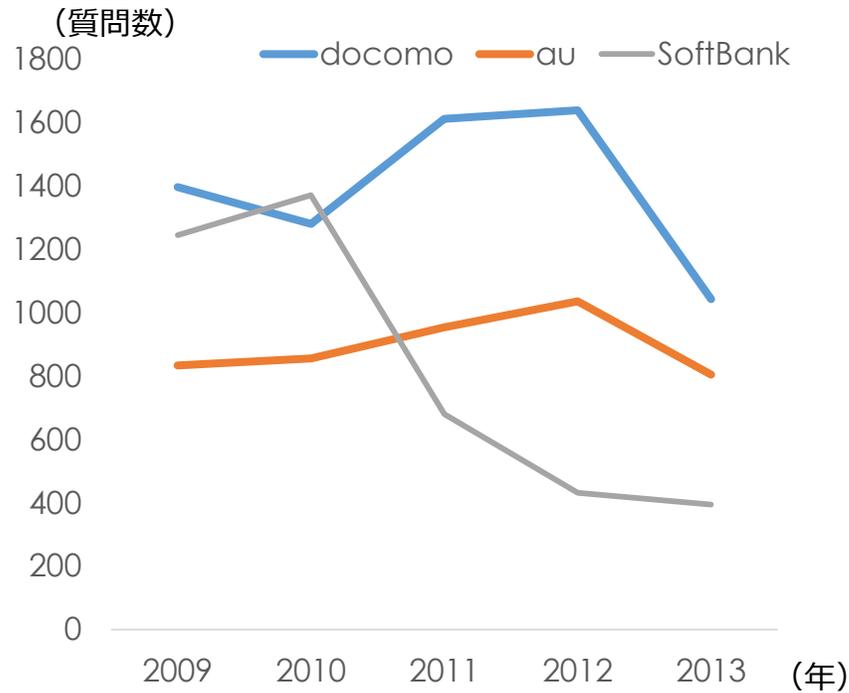


Figure 3.3.5 : 20代・30代の「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数推移

■ シルバー世代

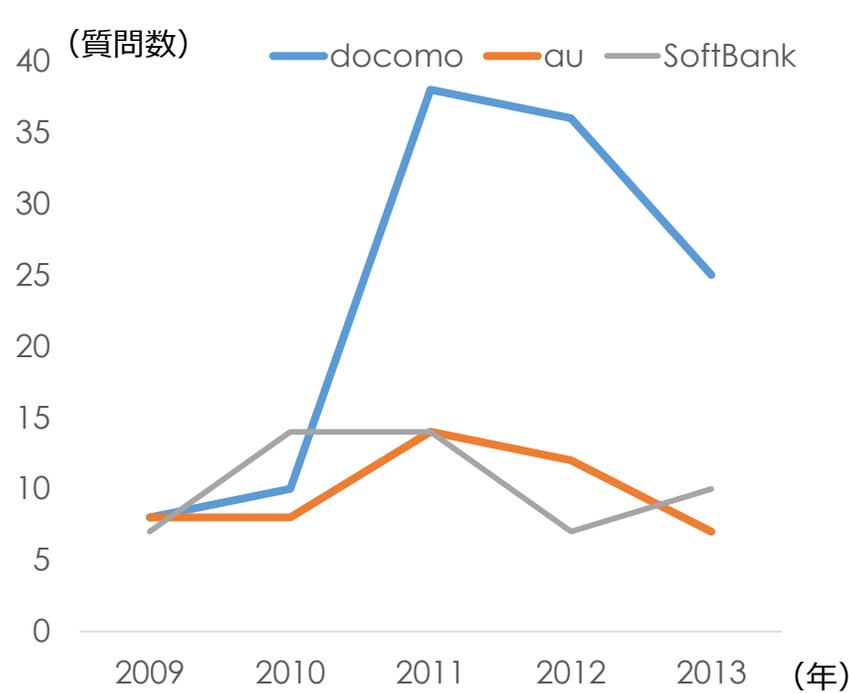
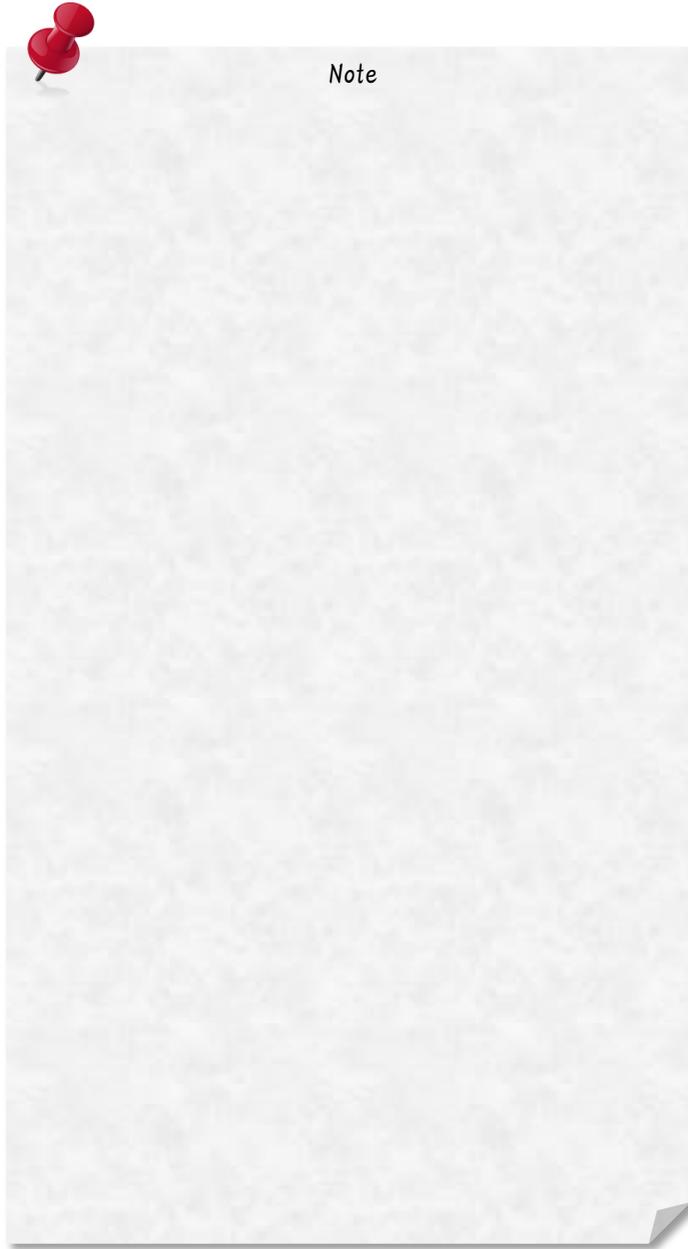


Figure 3.3.6 : シルバー世代の「docomo」「au」「SoftBank」カテゴリの質問数推移



【参考】 docomoカテゴリの質問内容

docomoカテゴリの質問内容を2010年・2011年・2012年・2013年で比較※

＜この図からわかること＞

2011年はiPhone、2012年はAndroidの話題が出ている。

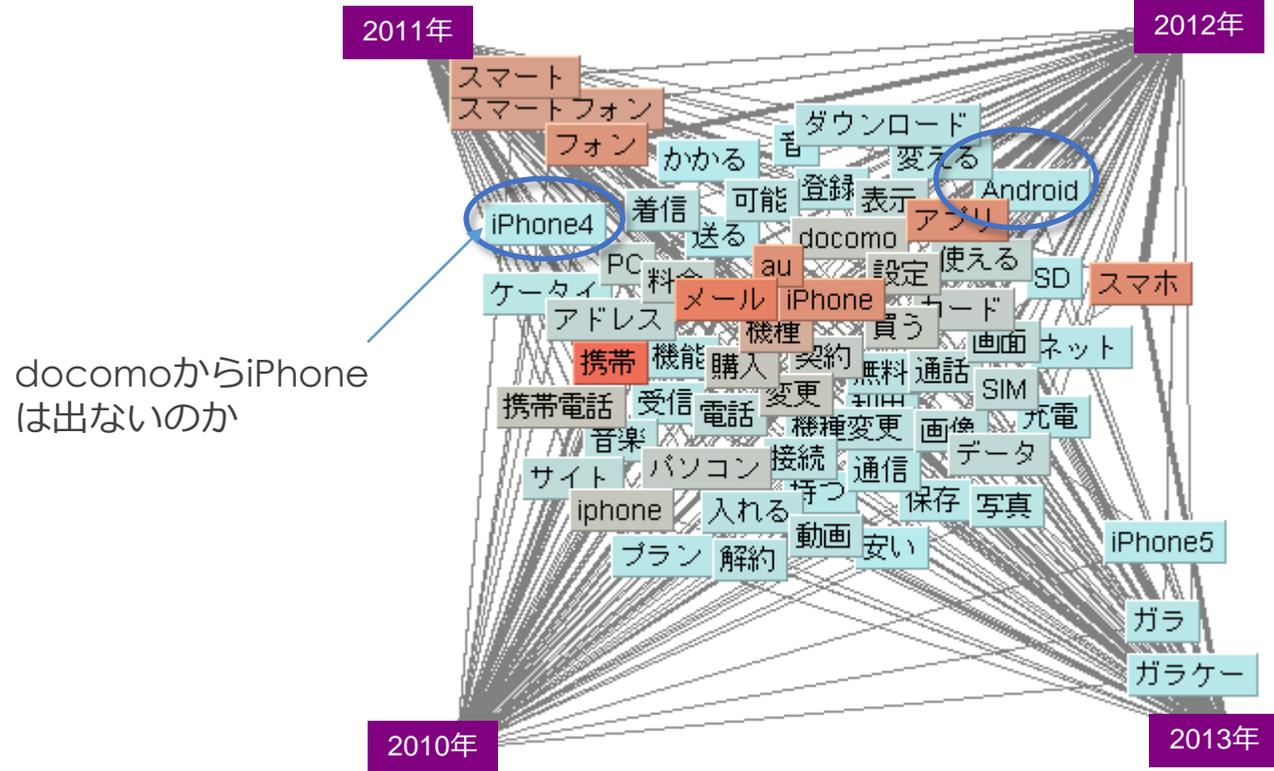


Figure 3.3.7 : 質問データワード関係図 (2010年・2011年・2012年・2013年)

＜考察＞

2011年は「docomoからiPhoneはいつ出るのか」という話題、2012年はAndroid搭載スマートフォンの話題で、2011年～2012年にかけてdocomoの質問数が増加したと考えられる。



Note

※「docomo」カテゴリに投稿された全年代の質問データを対象に分析

【図の見方】

- 「2010年」「2011年」「2012年」「2013年」それぞれの近くに配置されているほどそのカテゴリ内で記述される頻度が高い言葉
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

4. 分析



4.1 キーワード分析



Note

- ◆ キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問点などを明らかにすることを目的としている。
- ◆ ここでは、シルバー世代の「PC（ハードウェア）」「スマートフォン」「SNS」に関する悩みの傾向を調査した。
- ◆ その結果、PCの使い方について、シルバー世代特有の傾向が抽出された。また、スマートフォンを購入したシルバー世代の悩みの傾向が明らかになった。

PC（ハードウェア）関連カテゴリの質問内容

PC関連カテゴリの質問中で使われているワードの関係性を可視化

<この図からわかること>

シルバー世代の質問では、特徴的にテレビの話題が出ている。

⇒次ページに実際の質問データを掲載

■ 20代・30代

■ シルバー世代

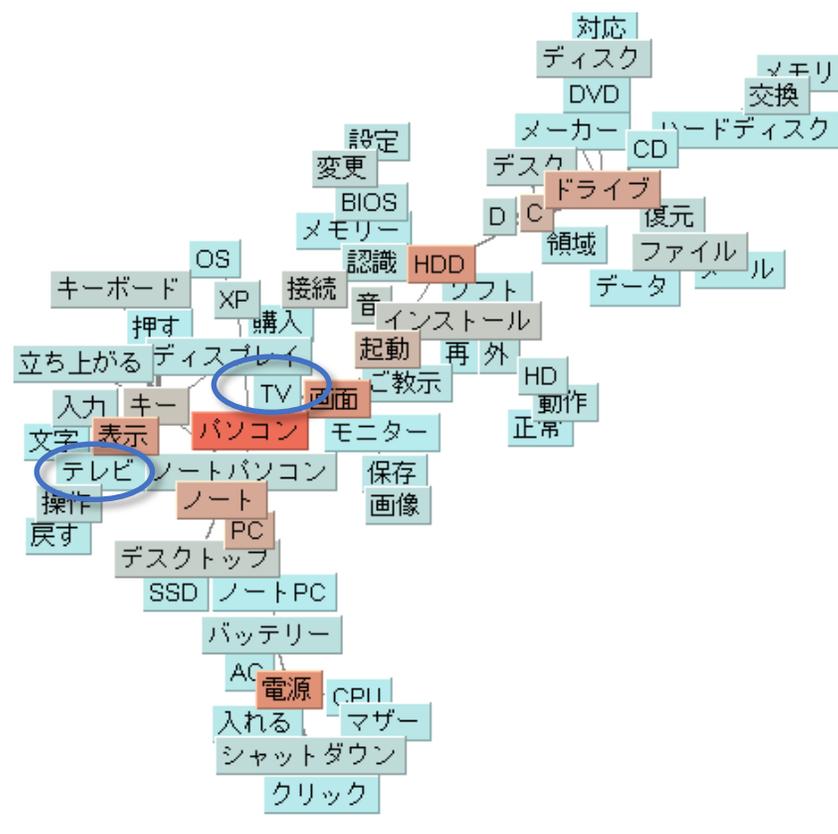
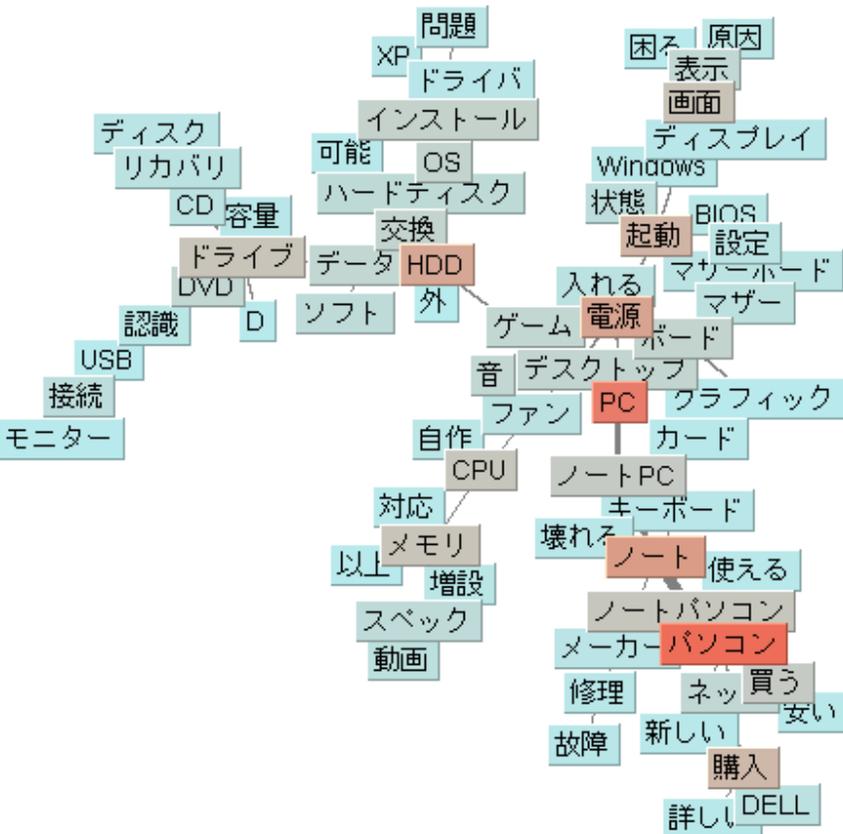


Figure 4.1.1 : 質問データワード関係図 (20代・30代)

Figure 4.1.2 : 質問データワード関係図 (シルバー世代)

Note

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

シルバー世代のPCとTVに関する疑問

シルバー世代のPC関連の質問のうち「テレビ」を含むものを提示

タイトル	パソコンの画面をTVで見たい
質問文	パソコンに表示されている映像をTVの画面で見たいのですが具体的方法を教えてください。
タイトル	PCからTVに映像出力したいが
質問文	PC（DELL1525ノート）から、HDMIケーブルで接続し、TVに出力したのですが、テレビ画面にフル画面で出力なく、四隅が開きの状態です。どうしたらフル画面で見る事出来ますか？
タイトル	パソコンの画面表示をテレビに表示させたい
質問文	FMV-BIBLO NF70X（富士通） OS Vistaを使用しております。パソコンの画面表示をテレビに表示させたい。パソコン側のビデオ出力（Sビデオ）端子とテレビのS映像入力端子を接続した後どの様な操作をすれば良いのでしょうか？教えてください。

Table 4.1.1 : シルバー世代のPCとTVに関する質問実データ

<考察>

PCの画面をTVに表示させたいという声が多く寄せられている。シルバー世代にとって、PCの小さな画面は扱いつらい可能性がある。



Note

【参考】20代・30代のTVに関する疑問

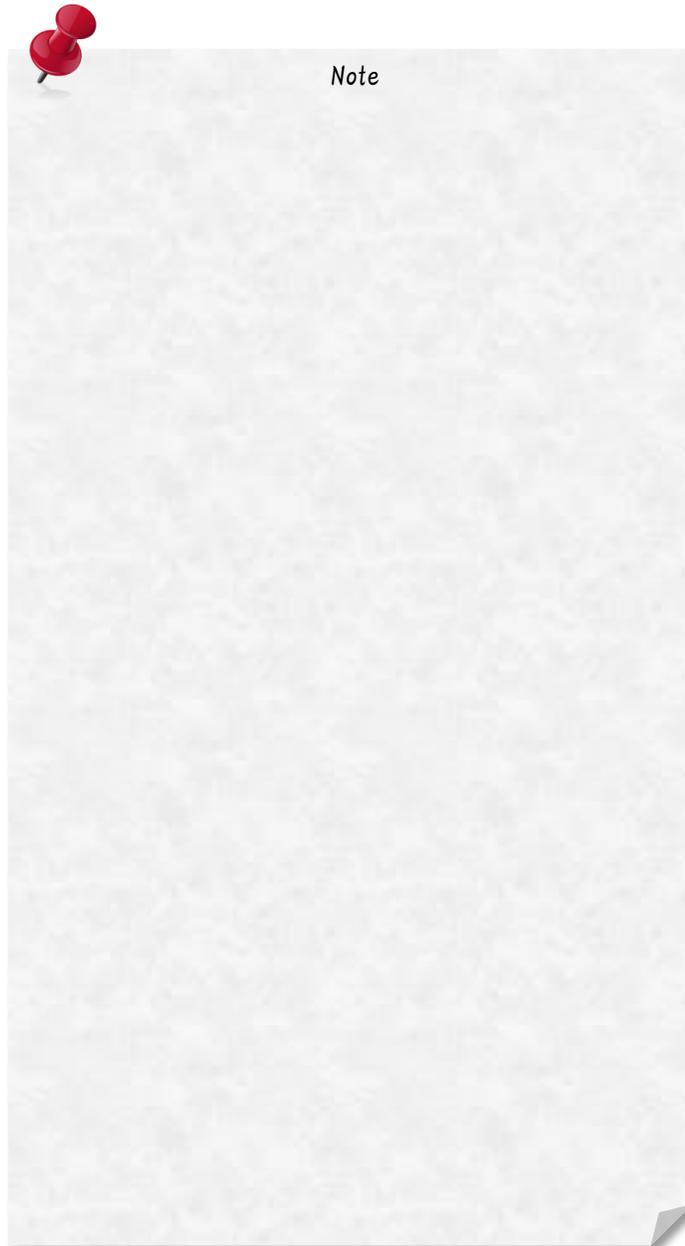
20代・30代のPC関連の質問のうち「テレビ」を含むものを提示

タイトル	デルノートPCでテレビを見たい！！
質問文	リビングにテレビがなく、テレビを置くスペースもあまりないため ノートPCをテレビ代わりにしようと考えております 。候補はデルのノートPC Inspiron1545です。現在、デルのノートPCを1台所有しておりトラブルもなく快適に使用しておりますが、テレビを見るのに果たして性能的にどうなのでしょう？こちらのPCの用途としては、テレビを見たいのとあとはネットショッピングぐらいです。おすすめのカスタマイズがあれば教えてください。あと、テレビを見るのにオプションでTVチューナーを選択するだけでテレビは見れるのでしょうか？よろしくお願いします。
タイトル	TVからゲーム映像をPCに出力するのは可能ですか？
質問文	素人な質問で申し訳ありません。HDMIケーブルを使用して、PC映像をTVに出力する事はできますが逆に、HDMIケーブルを使用して、 TVのゲーム映像（PS2）をTVを介してPCに出力する事は可能でしょうか？ PS2⇒TV⇒PCという接続方法です。因みにHDMIケーブル（1.3b）を持っているのでPC⇒TVは現状可能です。詳しい方、宜しくお願い致します。

Table 4.1.2 : 20代・30代のPCとTVに関する質問実データ

<考察>

シルバー世代ではPCの画面をTVに表示させたいという要望があったが、20代・30代では、反対にPCでTVを見ることにニーズがある。



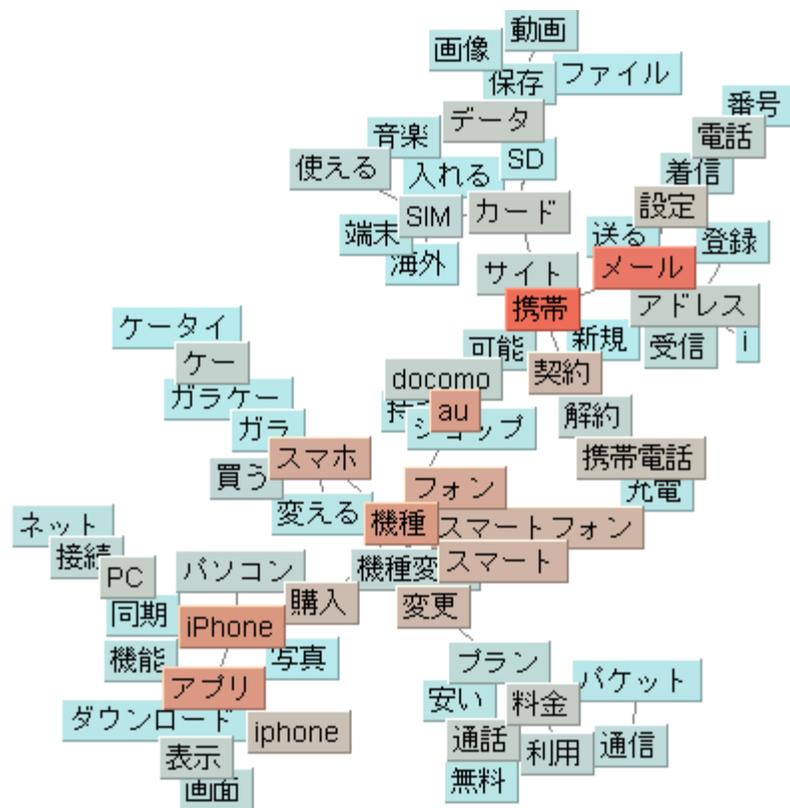
携帯電話・スマートフォン関連カテゴリの質問内容

携帯電話・スマートフォン関連カテゴリの質問中で使われているワードの関係を可視化

<この図からわかること>

20代・30代ではスマートフォン、シルバー世代は携帯電話が話題の中心。
 シルバー世代では機種変更の話題でiPhoneとAndroidが語られている。

■ 20代・30代



■ シルバー世代

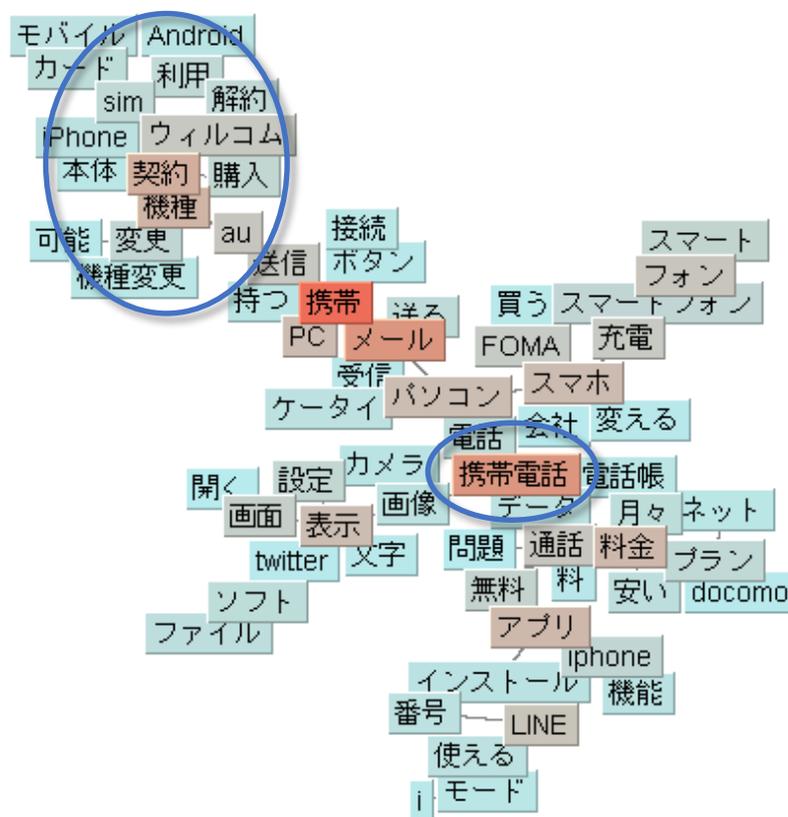


Figure 4.1.3 : 質問データワード関係図 (20代・30代)

Figure 4.1.4 : 質問データワード関係図 (シルバー世代)

携帯電話・スマートフォン関連カテゴリの質問内容

シルバー世代のスマートフォン関連カテゴリの質問内容を2011年・2012年・2013年で比較

<この図からわかること>

iPhoneへの関心が高まった2011年に、Wi-Fiに関する質問が増加した傾向が見られる。

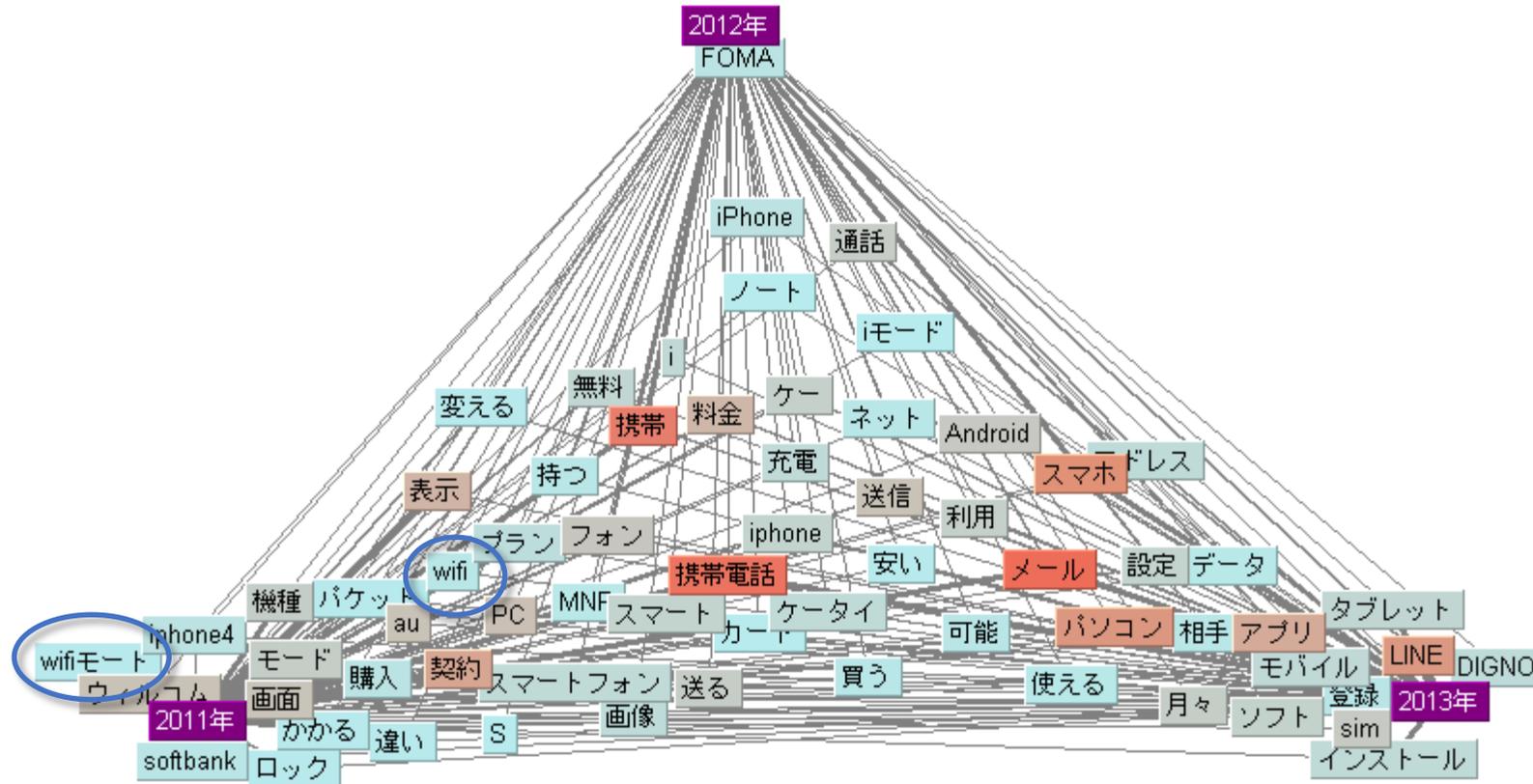
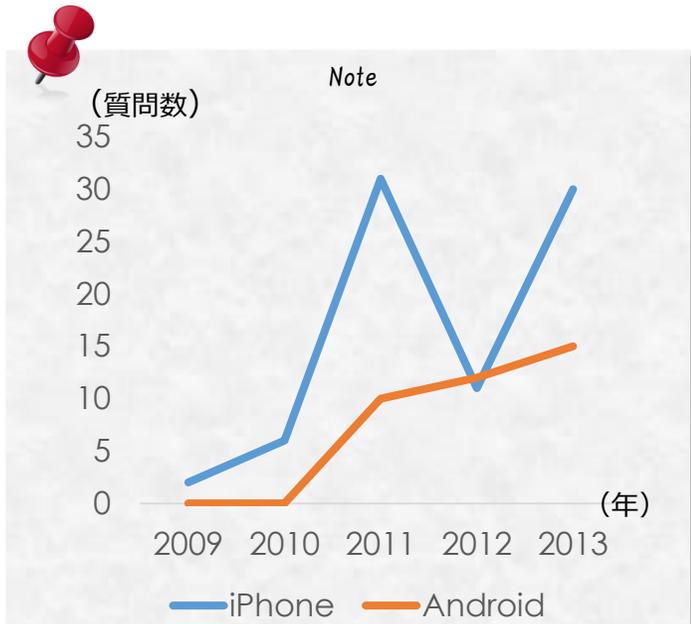


Figure 4.1.5 : 質問データワード関係図 (2011年・2012年・2013年)



【再掲】 Figure 3.1.1 : シルバー世代の「iPhone」「Android」カテゴリの質問数推移

- 【図の見方】
- 「2011年」「2012年」「2013年」それぞれの近くに配置されているほどそのカテゴリ内で記述される頻度が高い言葉
 - 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

シルバー世代のWi-Fiに関する疑問

シルバー世代のスマートフォン関連の質問のうち、2011年に投稿されたWi-Fiに関する疑問を提示

タイトル	スマホを買ったんですが接続について
質問文	街中でスマホを使っている人って公共無線LANを使っているのでしょうか？ 公共無線LANの範囲外ならどうやって繋いでいるのですか？ 小型ルーターを持ち運んでいるのでしょうか？
タイトル	携帯のwi-fiの接続に詳しい人お願いします
質問文	携帯を買いました。wi-fiのことはあまり分かりません・・・。 無線LANで繋いでいますが外で携帯を使う場合はどうすればいいのでしょうか？ 公共無線LANってのがあ るみたいですが調べてみると登録(有料)しないといけないみたいですし...
タイトル	softbankでのwifiモード
質問文	wifiモードでなぜsoftbank.ne.jpの通信ができるのでしょうか？ だとするとパケット ホーダイフラットを契約していなくても、wifiでsoftbank.ne.jpのメールがただで できてしまうのでしょうか？

Table 4.1.3 : シルバー世代のWi-Fiに関する質問実データ

<考察>

2011年には、流行にのってスマートフォンを購入したものの、Wi-Fi接続の仕組みを理解できずに戸惑ったシルバー世代が多かったとみられる。



Note

SNS関連カテゴリの質問内容

SNS関連カテゴリの質問中で使われているワードの関係性を可視化

<この図からわかること>

シルバー世代では、ブログの編集、アクセス解析、画像挿入などの話題が出ている。

■ 20代・30代

■ シルバー世代

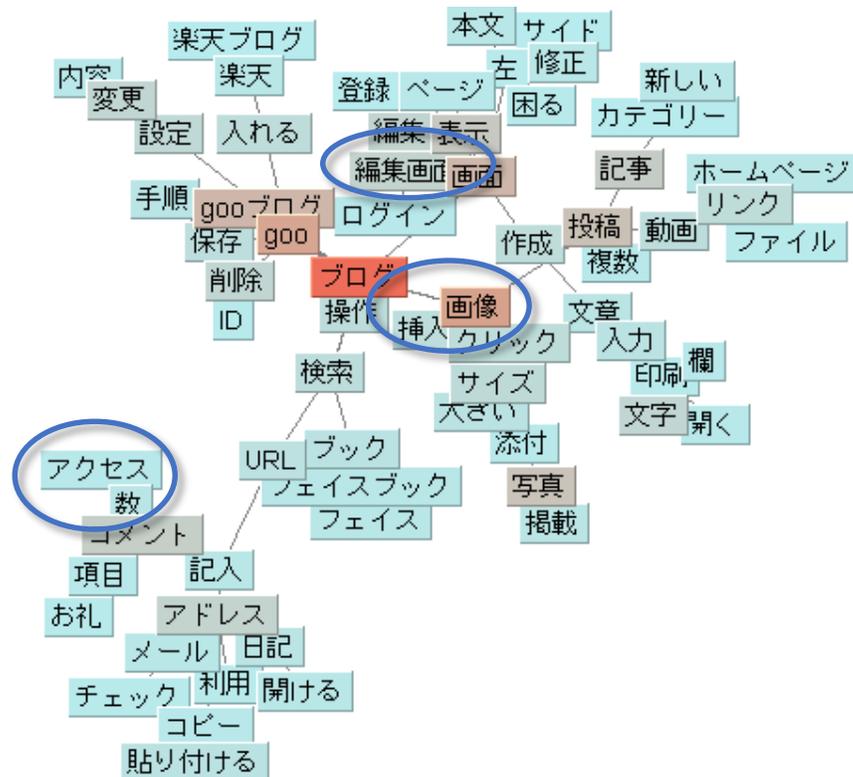
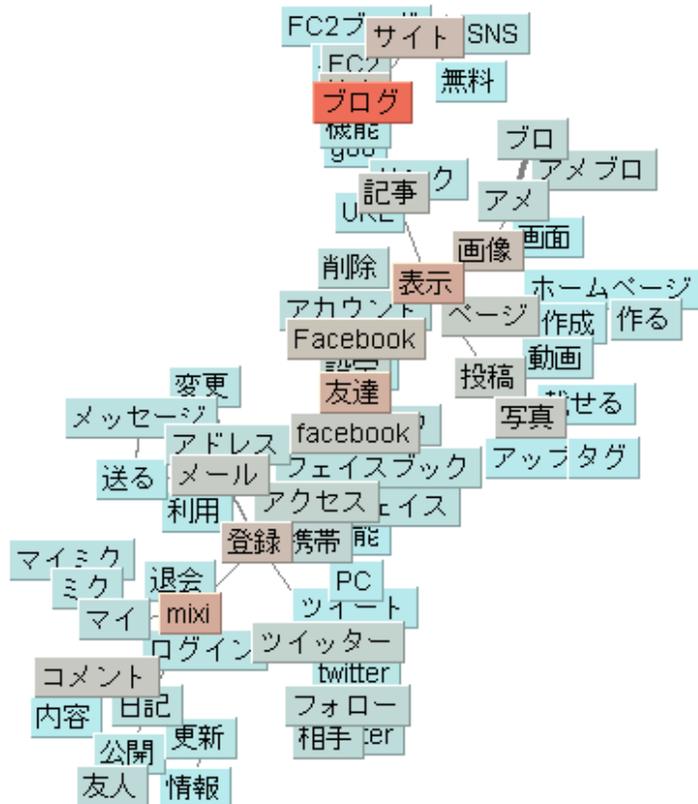


Figure 4.1.6 : 質問データワード関係図 (20代・30代)

Figure 4.1.7 : 質問データワード関係図 (シルバー世代)

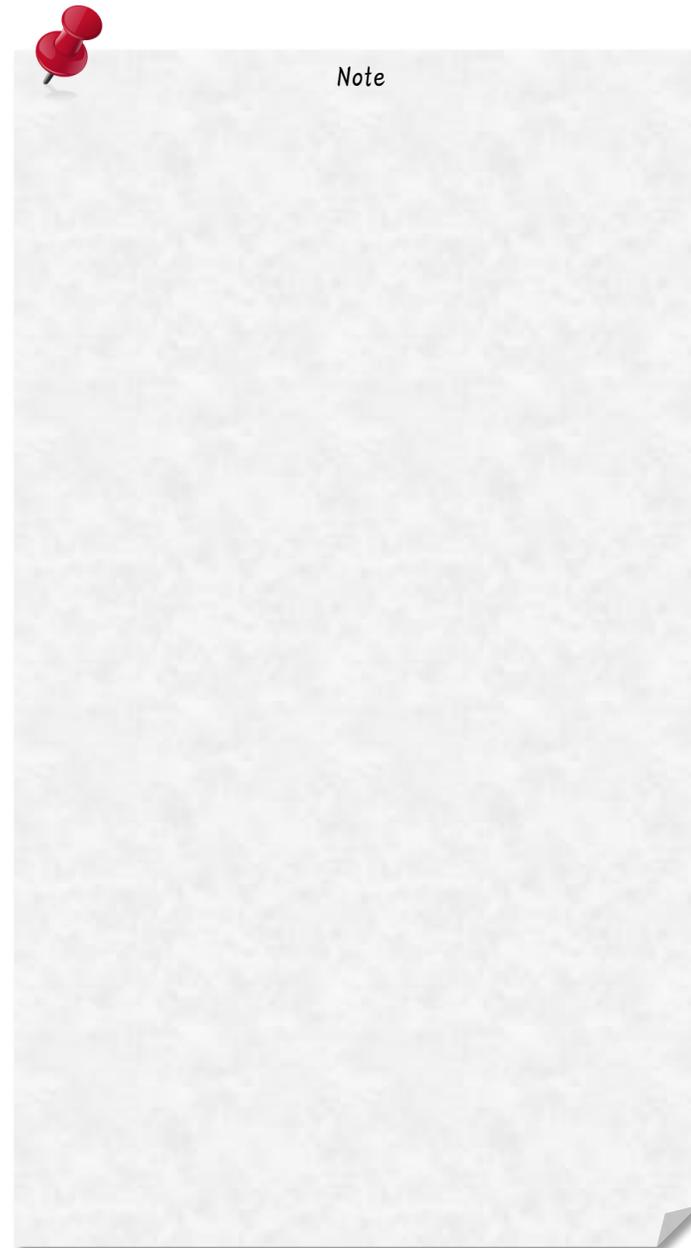
<考察>

自分自身でブログを書いているシルバー世代は、アクセス数やコメントを気にかけている。



1. PCと大画面TVを組み合わせた販促

PC画面をTVに表示したいというシルバー世代特有のニーズが導出された。家電量販店等でPCまたはTVを販促する際に、PC画面がTVに表示できるということを示すことで、PCとTVの両方に対するシルバー世代の購買意欲が高まる可能性がある。



4.2 購買層分析



Note

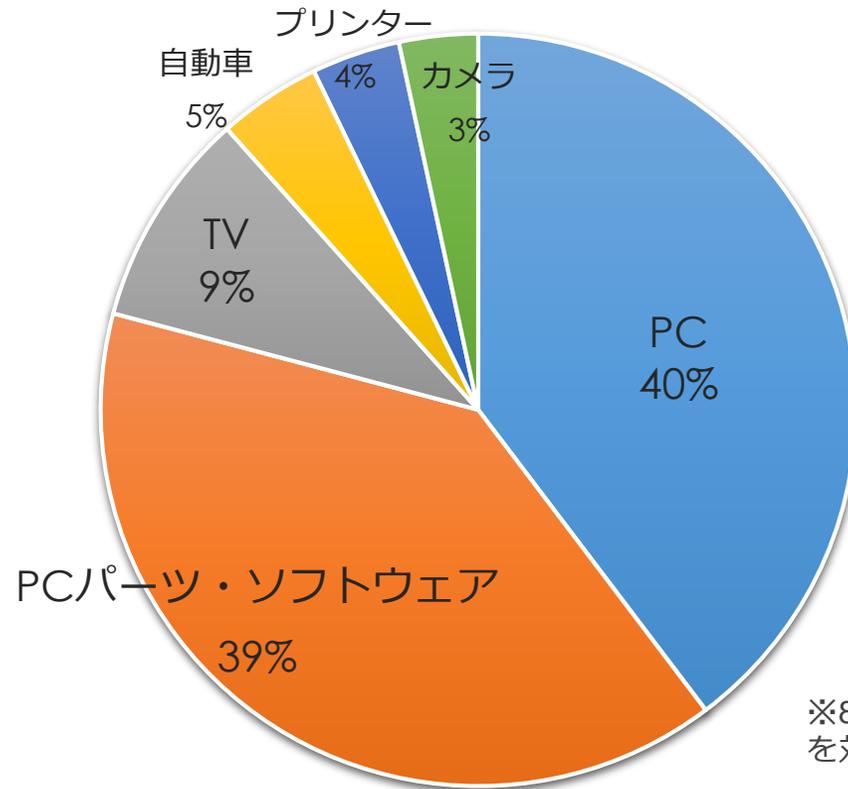
- ◆ 購買層分析では、製品・サービスの購入に際して、消費者が懸念・比較するポイント・対象を把握できるほか、特定の製品・サービス利用者の購買傾向を明らかにできる。
- ◆ ここでは、シルバー世代のPC購入時の質問傾向、およびシルバー世代のiPhone/Android関心層の購買傾向について分析した。
- ◆ その結果、シルバー世代のiPhoneユーザーとAndroidユーザーで、購買対象に違いが見られた。

シルバー世代の購買傾向

シルバー世代の質問のうち「購入/買う」を含む質問データを対象に、購買した/購買を検討している対象を調査

<この図からわかること>

PC本体、PCパーツ・ソフトの割合が高い。



※80件以上出現したキーワードを対象に調査

Figure 4.2.1 : シルバー世代の購買傾向

<考察>

インターネットユーザーのシルバー世代は、PCやPCパーツ・ソフトの購買に積極的であると言える。



Note

PC購入に関する質問内容

シルバー世代のPC関連カテゴリの質問のうち「購入/買う」を含む質問を対象に質問内容を調査

<この図からわかること>

「周辺機器との互換性」「設定・操作」「購入機種・スペックの選定」などに悩んでいる。購入前よりも、購入した後に悩んでいるケースが多い。

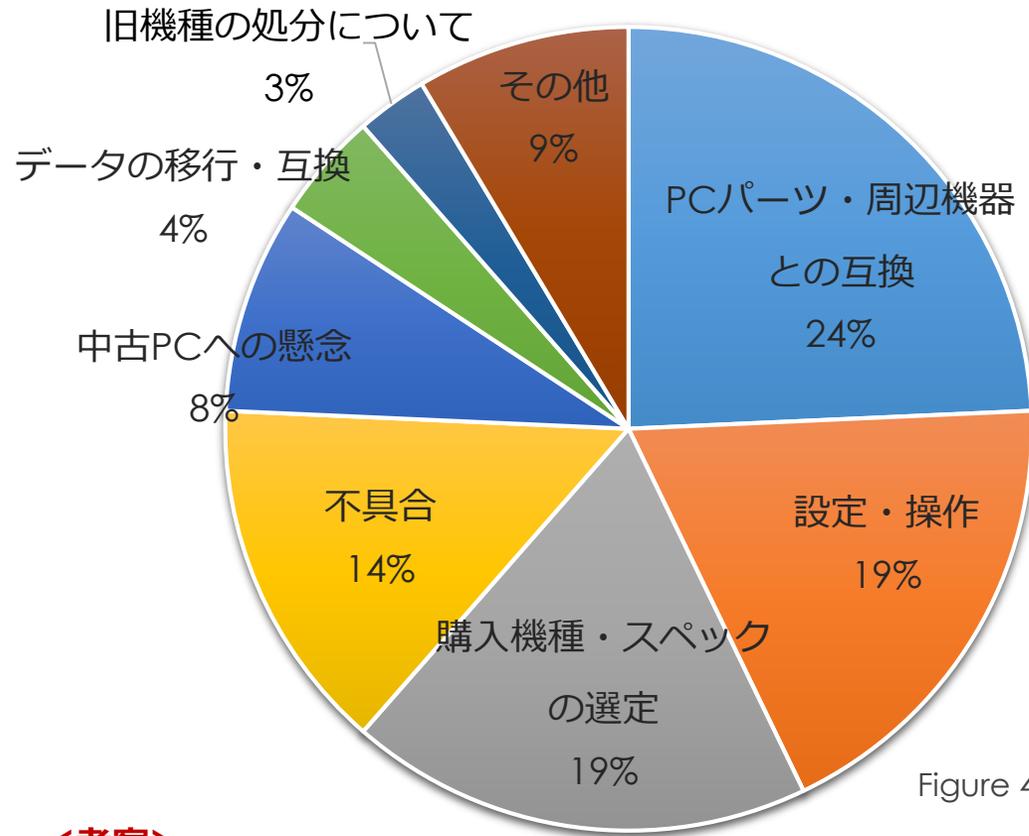


Figure 4.2.2 : PC購入に関する質問内容

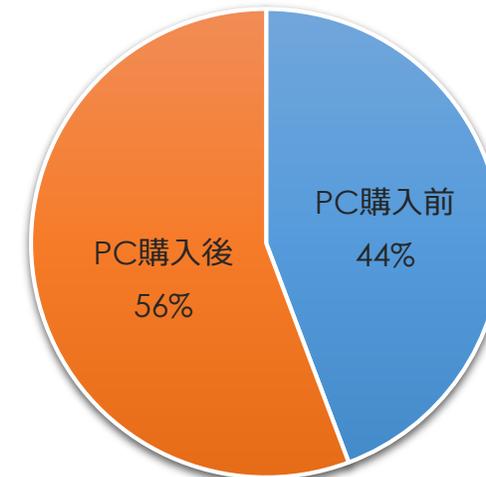


Figure 4.2.3 : 質問のタイミング

<考察>

PCの選定や設定・操作に不慣れであっても、取り合えず購入してしまうシルバー世代が多いと予想される。

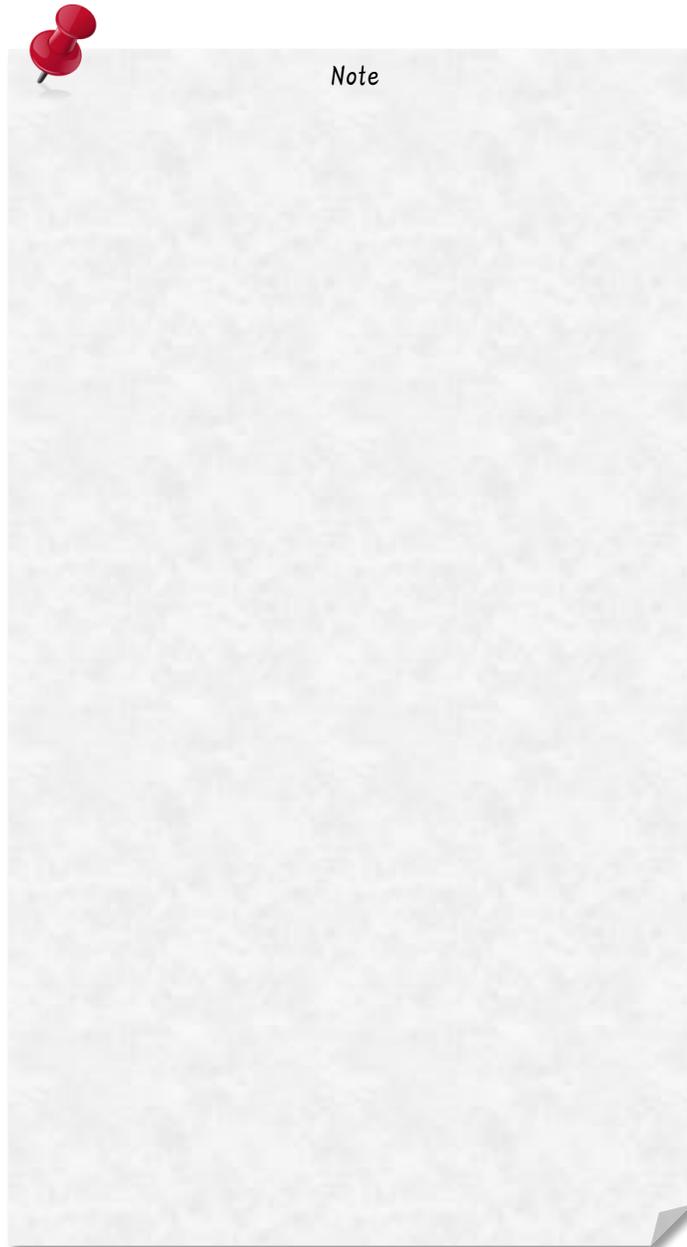


シルバー世代のPC購入に関する質問

シルバー世代の「中古PC購入」に関する実際の質問を提示

タイトル	中古ノートPC購入の注意点について
質問文	中古ノートPCが1万円～2万円くらいで売られています。XP使用で店頭で見ても使えそうです。ところが、このサイトで中古ノートPCは、ほとんどがバッテリーに寿命が来ているから要注意だとありました。定額給付金で買うつもりですが、 バッテリーの寿命を購入時（購入前）にチェックする方法を教えてください。 使用目的は外出先でのメールチェックとインターネットにつないでのナビ、ホテル情報だけです。よろしくお願いします。
タイトル	中古パソコンの購入について
質問文	中古パソコン「富士通FMV C8240 Windows7」を購入予定ですが、 中古は初めてなので不安です。 どなたか教えてください。

Table 4.2.1 : シルバー世代の中古PC購入に関する質問実データ



iPhone関心層の購買傾向

「iPhone」カテゴリへのシルバー世代の質問投稿者が、その他の質問で「購入した/購入を検討している」とする品目を調査

<この図からわかること>

PCやPC関連製品、TVへの購買意欲が高い傾向が見られる。

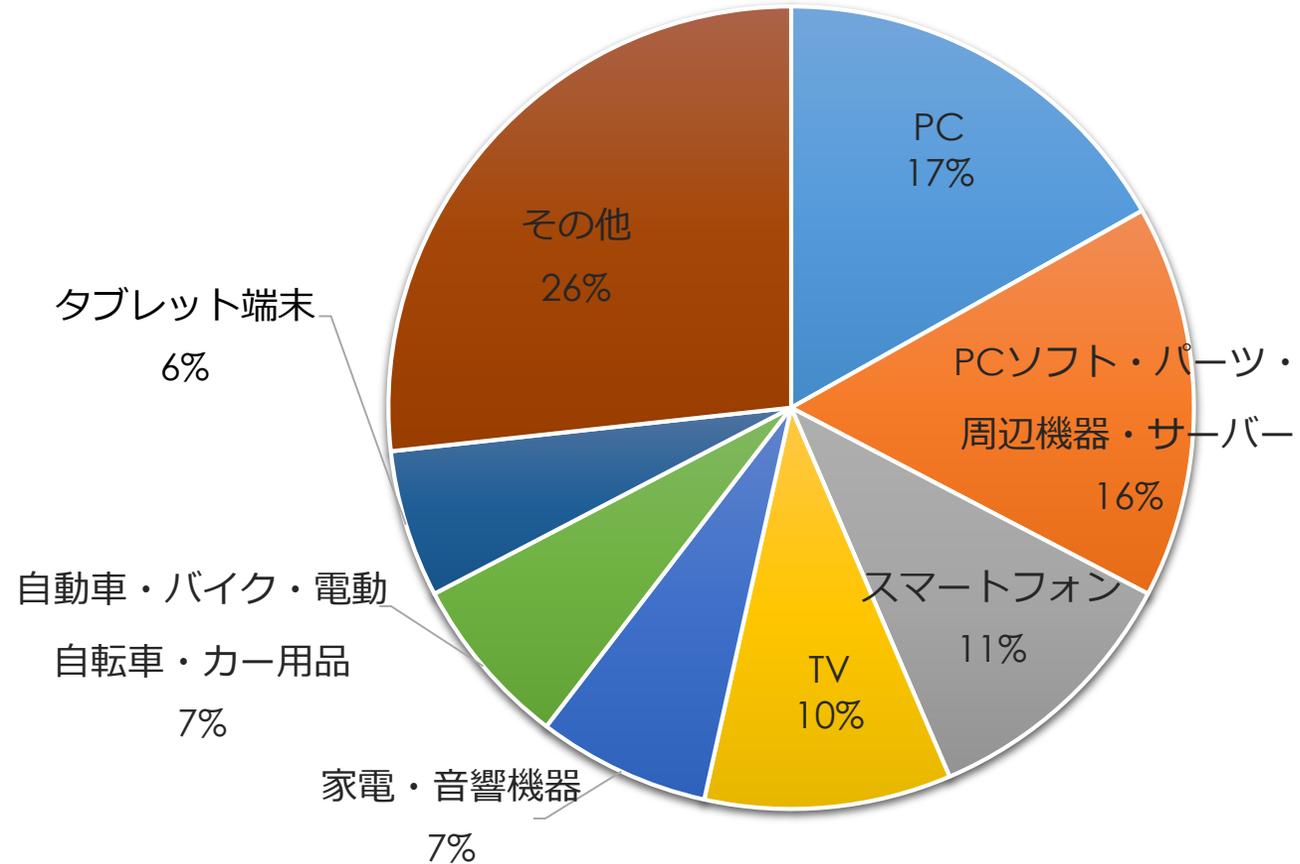


Figure 4.2.6 : iPhone関心層の購買傾向



Note

Android関心層の購買傾向

「Android」カテゴリへのシルバー世代の質問投稿者が、その他の質問で「購入した/購入を検討している」とする品目を調査

<この図からわかること>

iPhone関心層と比較して、PC本体への購買意欲が低く、タブレット端末への購買意欲が高い傾向がある。

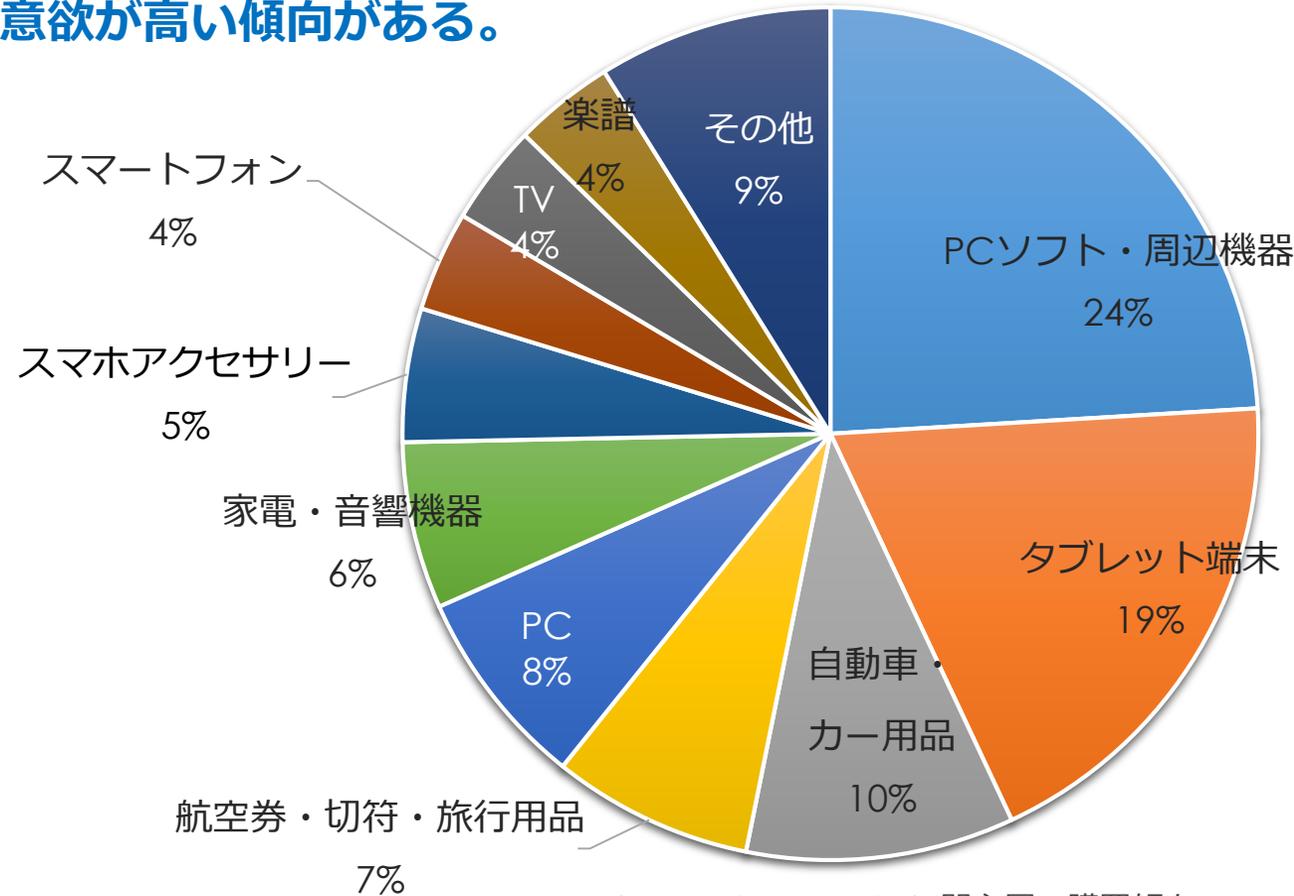
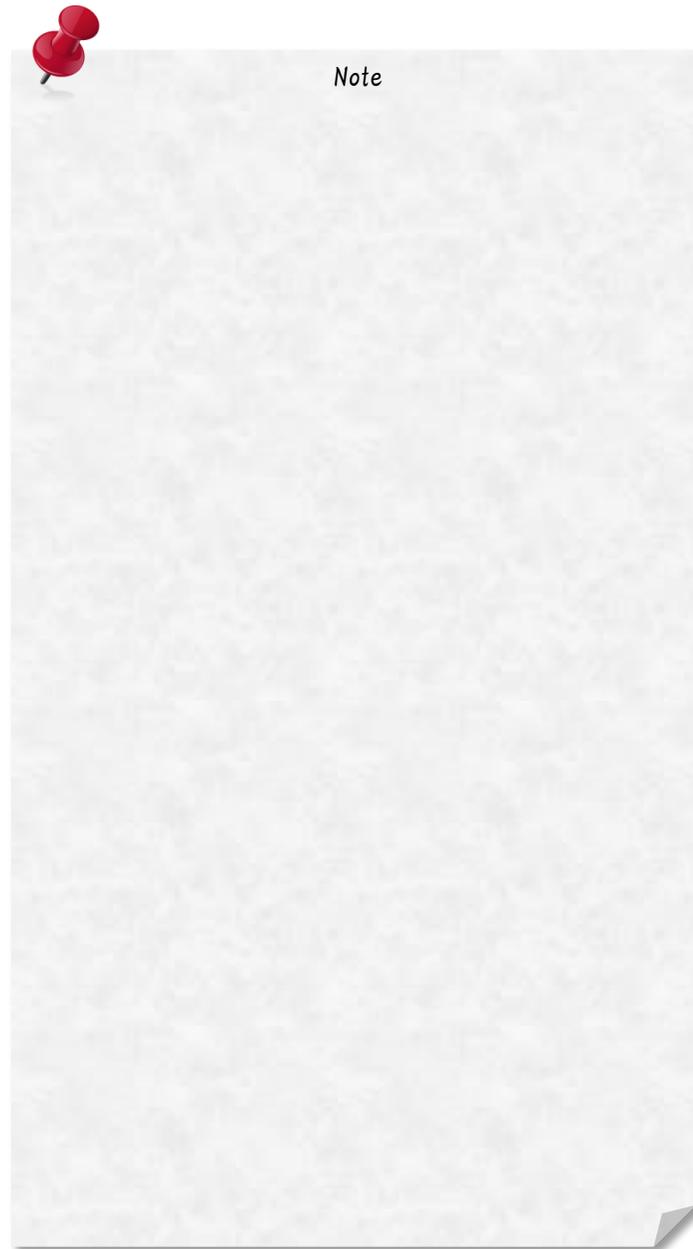


Figure 4.2.7 : Android関心層の購買傾向

<考察>

シルバー世代では、iPhone関心層よりもAndroid関心層の方が、タブレット端末を購入する割合が多い可能性がある。

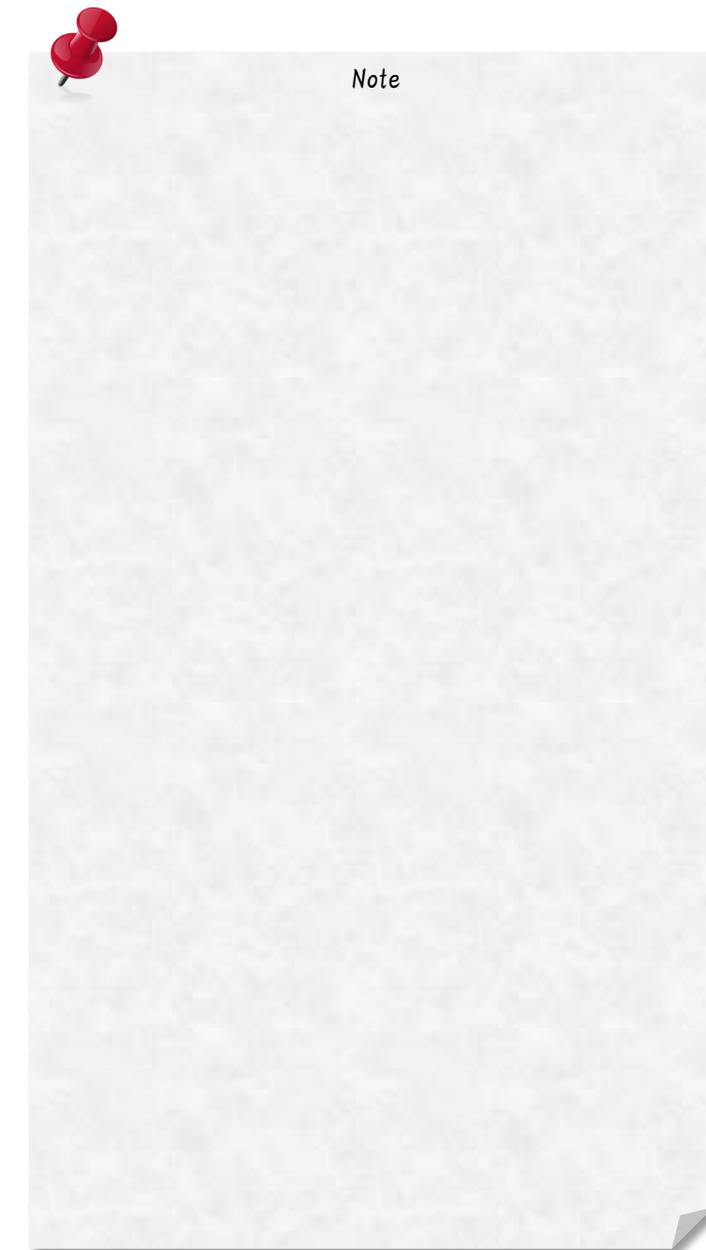


Q & A には発見がいっぱい!

OKWave総合研究所

1. iPhoneとPC、Androidとタブレットを組み合わせる提案

シルバー世代では、iPhone関心層はPCの購買意欲が高く、Android関心層はタブレット端末の購買意欲が高い傾向が見られた。シルバー世代をターゲットとして、それぞれを組み合わせる提案することが有効である可能性が高い。



Q & A には発見がいっぱい!

 OKWave総合研究所

<http://www.okwave.co.jp/ri/>

発行日 2014年8月27日

【公式Facebookページ】

<http://www.facebook.com/okwave.ri>

【お問い合わせ】

このレポートに関するお問い合わせ先

取材に関するお問い合わせ先

無償トライアルレポートに関するお問い合わせ先

okri_report@ml.okwave.co.jp

okri_pr@ml.okwave.co.jp

okri_sample@ml.okwave.co.jp