

大学生はメディア、ガジェットで1日12時間を過ごす

2009年11月30日

[ハリス・インタラクティブ](#)によって実施された[アロイ・メディア・プラス・マーケティング](#)の第9回年次カレッジ・エクスプローラ調査が本日発表した(pdf)結果によると、アメリカの大学生は今年、テクノロジー・アイテムに過去最高の65億ドルを投じ、ある種のメディアに毎日平均12時間を費やすと予想している。

本調査によると、今年キャンパスにいる1,380万人の大学生(18~30歳)からなる史上最大の階層が、2,500億ドルの予測支出額 —2008年の数値を6%近く上まわる— の原因となっている、とアロイは報告した。裁量的支出も同様に増加すると予想され、大学生の場合、約560億ドルの増額と見込まれている。これらの数値は過去4年間で37%増加している。

技術を重要視

この総支出のうち65億ドルは、コンピューター、モバイル・デバイス、MP3プレーヤー、ゲーム機やゲーム装置などのテクノロジー関連のアイテムであると予想される。この数字は2008年の数字を僅かに上まわっており、食品と自動車の上位2つの裁量的支出カテゴリーを僅かに下まわっている。

デスクトップ・コンピューターはいずこへ?

学生のモバイル化と、四六時中接続していることの必要性の増加は、ノートPCとMP3プレーヤーをどちらも所有する学生の数が前年比で急速に増加していることによって確認されている、と本調査で報告された。調査の開始以来、初めてデスクトップPCの所有は18~30歳の大学生の人口の半分未満(46%)に落ち込んだが、現在、ノートPCはキャンパスにおける推奨モデルであり、学生の3/4(75%)が「所有している」と報告した。4年間で、MP3プレーヤーは2倍以上に増え、合計74%が所有している一方で、デジタル・カメラの所有者も、ほぼ3/4(74%)に跳ね上がり、2006年から28%の増加となった。

テレビよりもコンピューター

マルチタスクの学生が、日常的にお気に入りのメディアにどの程度ご執心か分析したところ —すべてのプラットフォームを合計すると— 学生はある種のメディアに毎日平均12時間を費やしていることが本調査から分かった。その時間の大部分 —9.5時間— は、コンピューター、モバイル・デバイス、MP3プレーヤー、ゲーム・デバイスなどの“テクノロジー”ガジェットに費やされている。

特に、学生は現在、テレビを観ている時間の2倍をコンピューターに費やしている。学生は「毎日2.5時間、テレビを観ている」と報告しており、携帯電話やPDAで費やした時間に概ね等しい。対照的に、彼らの1日の1/5はコンピューターに費やされていることが、本

調査から分かった。

今年の調査で、オンライン動画を視聴する学生が増えていることも示された。テレビ番組、ユーザーが制作する動画、ウェビソード・プログラミングについても、前年比で増加している。

- ・ 18～24 歳の学生のうち 1/3(33%)が「過去 1 年間で、ウェビソードや、ユーザーが制作する動画に消費する時間が増えた」と回答している。男子大学生は、女子大学生と比較して、昨年よりもウェビソードを見る回数が増えている。
- ・ 18～30 歳のほぼ 1/3(30%)が、「SNS に接続するときに、頻繁に動画を視聴している」と報告している。
- ・ コンピューターで映画を観るのは、テレビを観るのとあまり変わらないように思える。フル・ムービーを視聴する学生の 61%はコンピューターで視聴し、76%はテレビで視聴している。
- ・ 学生の 40%は、動画コンテンツやブログ・コンテンツを友達と共有しているため、自称”メディア流通業者”である。
- ・ 「テクノロジー・デバイスを使用して動画コンテンツを撮影、送信、受信している」と報告した学生の場合、大学生の 60%近くが「コンピューターで作業する」、45%が「携帯電話、スマートフォン、PDA でこのアクティビティを実行している」と報告している。

広告の好み

オンラインの習慣が変化し続け、動画コンテンツが普及するにつれて、ウェブ全体で大学生が広告を ―そのような広告が彼らの条件に見合ったものである限り― かなり受け入れているように思えることを本調査は明らかにした。

例えば、ポップアップ広告やバナーは、このグループでは広く受け入れられていないが、大学生の半数以上(53%)が「オンラインでウェビソードやプレロール広告を無効にしない」と回答し、68%が「オンライン・プロモーションを無効にしない」と回答している。寧ろ、アロイによれば、学生の 1/5 が「オンライン・プロモーション形式での広告は自分たちにとって最も有益である」と回答している。

追加の調査結果:

- ・ 大学生の 70%は「携帯電話を購入する際の主要な意思決定者である」と述べている。一方、63%はデジタル・カメラの最終的な選択を行い、60%はコンピューターを決定する際に最終的な選択を行う。
- ・ ブランド、製品、サービスに関して学生が意思決定する際に、友人や家族からの意見は強い影響を及ぼしており、学生の 62%が、友人からの口コミを特に重要視している。ほぼ半数(44%)が家族のアドバイスを信頼しており、40%は他の人が製品を使用して

いるのを見て影響を受ける。

- ・大学のキャンパスの 60%が包括的な無線 LAN を提供しており、2 年前の 1/3 弱から増加している。
- ・今日の大学生の 1/4 は、携帯電話または PDA を使用して、MP3 またはゲームをプレイしており、20%は、これらのデバイスを使用して、様々なアクティビティのためにインターネット接続している。

「モバイル化とメディアの融合は、キャンパスで必要なカリキュラムみたいなものです」と、アロイ・メディア・プラス・マーケティングのメディア・サービス担当 SVP であるアンディ・ソーヤーは述べた。「テクノロジーの絶え間ない進歩により、学生は明らかに操作の腕を上げ、必要に応じて社交するのか、コミュニケーションするのか、娯楽を楽しむのか、簡単に選べるようになりました」