

平成24年10月29日

株式会社アサツー ディ・ケイ

ADK SNSプラットフォーム別利用実態調査 急速に浸透するLINE 高校生、大学生では利用率35%*超え

株式会社アサツー ディ・ケイ(本社:東京都中央区、代表取締役社長:清水與二、以下ADK)では、このたび、飛躍的にユーザー数を伸ばし、コミュニケーションツールとしての存在感が増している無料通話・無料メールアプリ「LINE」及びその他主要SNSプラットフォームのユーザーの実態調査を実施しました。さらにLINEユーザーに対しては、詳細な利用の実態や意識を聴取いたしました。

調査結果からは、LINE及び主要SNSプラットフォームの最新の利用率(浸透状況)が属性別に把握できます。その結果、高校生・大学生では、LINEが、今や主要なコミュニケーションツールのひとつとなっていることが確認されました。

また、LINEの実際の利用状況の属選別の違いや、LINEがユーザーにもたらす価値が明らかになってきました。他のSNSプラットフォームと比べ、LINEは「友だちとのコミュニケーション」において、特に価値を認められています。

調査結果トピックス

1. 最新のSNS、コミュニケーションアプリ利用率:LINE利用率は高校生、大学生では35%*を超える(*サンプル数など詳細は次ページの調査概要をご覧ください)
2. LINEユーザーがよく見るテレビ番組はバラエティ、情報番組
3. ユーザーにとってのLINEは、「友だちとのコミュニケーションを深め、活性化し、楽しくしてくれるもの」
4. ふだんLINEでやりとりしている「友だち」の数は平均13人。男性20~34才有職者が21人と最多。LINE閲覧頻度が高いのは高校生、大学生で、「1日10回以上」が約30%
5. LINEを使うようになって利用が減ったのは、
1)ケータイのメール、2)ケータイの通話
6. 【LINEあるある】「既読」表示を気にしがち、返信がなくてさみしがりがちな高校生・大学生
7. 【SNS四択】「合コンで連絡先を聞く」「恋人との連絡手段」ならLINE、「有名人とのツーショット写真を自慢する」ならfacebook
8. 【ユーザーインサイト】「既読」を気にする高校生、大学生のLINE利用行動についての考察

本件に関するお問い合わせは下記までお願いします。

株式会社アサツー ディ・ケイ
広報室 大内 尚子 平尾 由利
コミュニケーションチャンネルプランニング本部 沼田 洋一 加賀 靖典
TEL.03-3547-2003
e-mail: adkpr@adk.jp

<SNSプラットフォーム別利用実態調査>

- 調査目的：主要SNSプラットフォーム別の利用率や利用状況などの把握
- 調査方法：インターネットによる定量調査
- 調査地域：一都三県（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県）
- 調査期間：2012/9/14～2012/9/18
- 調査対象と回収サンプル数：
 - 15才（中学生は除く）～69才の男女個人 8,237サンプル
- 主な調査内容
 1. SNSプラットフォーム別利用状況
 2. コミュニケーション系アプリ（LINE等）のダウンロード、利用状況
 3. SNSプラットフォームごとのユーザーの行動・意識
 - － 企業の広告・プロモーションへの反応
 - － 各プラットフォームについての意識・評価

<LINEユーザー実態調査>

- 調査目的：LINEユーザーのLINE利用実態やLINEに対する意識・評価などの把握
- 調査方法：インターネットによる定量調査
- 調査地域：一都三県（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県）
- 調査期間：2012/9/21～2012/9/25
- 調査対象と回収サンプル数：
 - 15才（中学生は除く）～69才のLINEユーザー※904サンプル
 - ※ユーザーの定義：「発言・発信・書き込み（つぶやき）・アップロードなどを行っている」または「閲覧・ゲームのプレイだけしている」
- 主な調査内容
 1. LINE利用状況
 - － LINEを使ってしていること／「友だち」の数と種類（内訳）／企業・ブランドのアカウント別接触（友だちになっている）状況／有料スタンプ、スポンサードスタンプ利用状況／LINEにまつわるエピソード など
 2. LINE及び主要SNSプラットフォームについての意識
 - － ○○なときに使いたいのは LINE？ mixi？ facebook？ ツイッター？

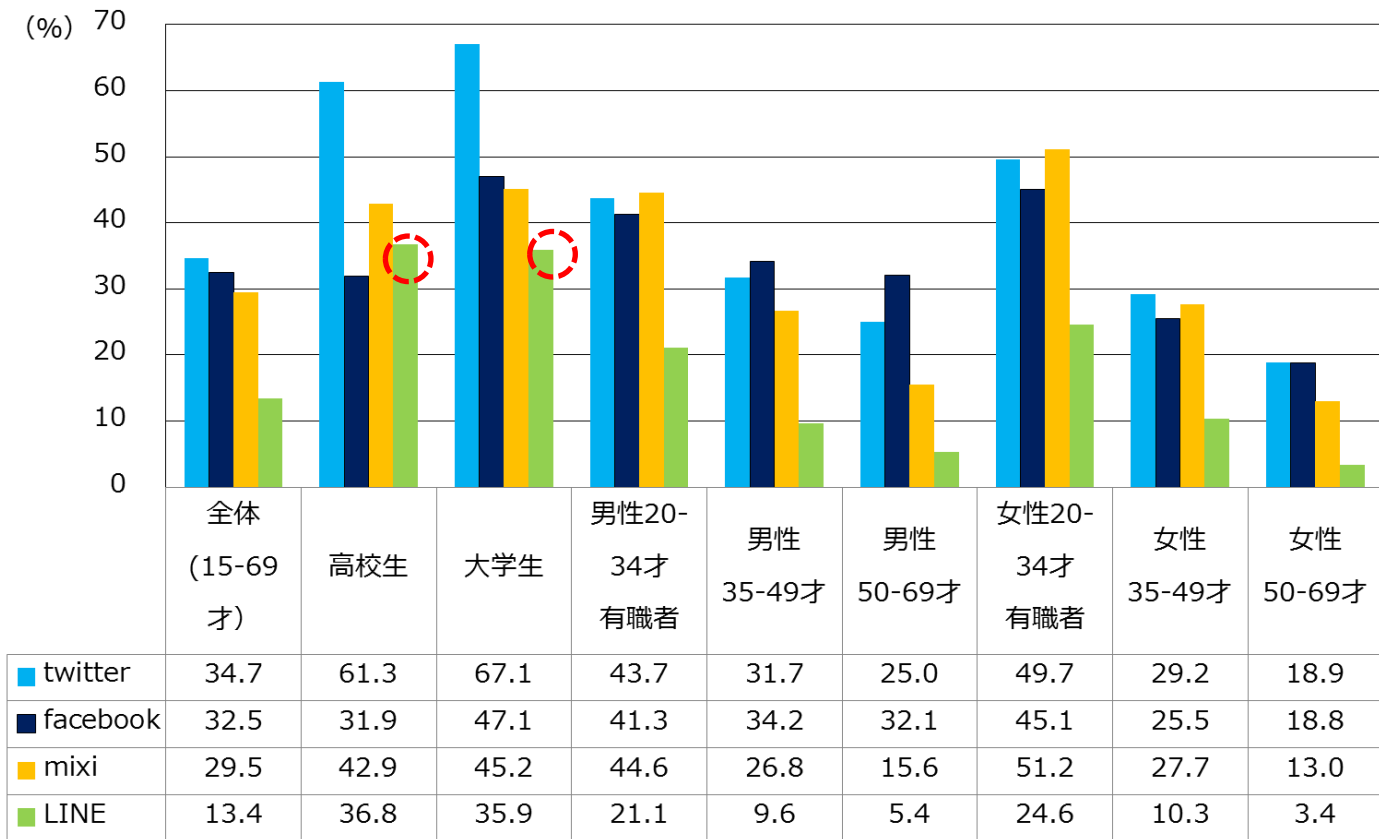
1. 最新のSNS、コミュニケーションアプリ利用率：

- LINE利用率は高校生、大学生では35%を超える

SNS、コミュニケーションアプリのプラットフォーム別利用状況を見ると、LINEの利用率は、全体では13.4%です。高校生、大学生では、それぞれ37%、36%で、facebook、mixiと同レベルの利用率です。（【図1】参照）

【図1】プラットフォーム別利用率※

※「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」＋
「閲覧・ゲームのプレイだけしている」＜SNSプラットフォーム別利用実態調査より＞



2. SNSプラットフォーム別のユーザープロフィール比較：

- LINEユーザーの平均年齢は、他のプラットフォームユーザーより若干若め

利用しているSNSプラットフォームごとの平均年齢は、次のとおりです。
LINEユーザーが他のSNSユーザーに比べ、若干若くなっています。

回答者全体（15-69才）：41.5才

LINEユーザー：32.4才

twitterユーザー：36.6才

facebookユーザー：38.9才

mixiユーザー：35.8才

ベース：各プラットフォームのユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどを行っている」＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」）

<SNSプラットフォーム別利用実態調査より>

- LINEユーザーは高校生、大学生の比率が高め

利用しているSNSプラットフォームごとに職業をみると、LINEユーザーは、他のSNSユーザーに比べ、高校生、大学生の構成比率が高くなっています。

（【図2】参照）

【図2】プラットフォーム別利用率

ベース：各プラットフォームのユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどを行っている」＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」）<SNSプラットフォーム別利用実態調査より>



3. SNS利用プラットフォーム別のテレビ視聴状況：

● LINEユーザーがよく見るテレビ番組はバラエティ、情報番組

各プラットフォームのユーザーごとにテレビ番組の視聴経験を聞いたところ、LINEユーザーで特徴的に高いのは「しゃべくり007」「ピカルの定理」などのバラエティ番組、「ZIP!」「めざましテレビ」「ヒルナンデス!」「王様のブランチ」などの情報番組です。（【表1】参照）

この背景には、LINEユーザーの平均年齢が他のプラットフォームに比べ若く、高校生、大学生の比率が高いことがあると考えられます。（前頁参照）

こうした番組視聴状況や、「有名人など芸能ネタをLINEのトークで話題にする」という高校生のLINE活用実態（後述の【表3】参照）などを踏まえると、バラエティ、情報番組では、LINEの公式アカウントの活用が有効と考えられます。

【表1】利用プラットフォーム別テレビ番組視聴経験率（2012年4月～5月*の視聴経験）：

LINEユーザーのスコアが全体に比べ高い上位10番組

ベース：各プラットフォームのユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」）

<SNSプラットフォーム別利用実態調査より>

	全体 % (15-69才)	LINE ユーザー	twitter ユーザー	facebook ユーザー	mixi ユーザー
しゃべくり007	21.2	34.2	23.5	23.8	26.0
ZIP!	33.1	43.9	36.2	34.7	37.0
めざましテレビ	38.6	49.2	42.3	41.9	42.5
スッキリ!!	32.8	43.2	35.9	34.5	36.0
PON!	17.5	26.9	21.5	18.5	21.4
ヒルナンデス!	27.8	36.3	30.4	27.3	31.8
ピカルの定理	11.1	19.3	13.2	13.2	14.6
アメトーク!	20.0	26.7	22.2	21.2	24.0
ロンドンハーツ	17.5	24.1	18.4	17.4	21.4
王様のブランチ	18.8	25.0	21.1	19.9	21.4

*視聴経験率の出典：ADK生活者総合調査2012（2012年5～6月実施）

- ・ 調査方法：インターネットによる定量調査
- ・ 調査地域：一都三県（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県）

4. ユーザーにとっての各プラットフォームの価値：

- ユーザーにとってのLINEは、「友だちとのコミュニケーションを深め、活性化し、楽しくしてくれるもの」

各プラットフォームについて感じていることをユーザーに聞いたところ、LINEでは「友だちとの関係を深めることができる」「友だちとのコミュニケーションの頻度が増えた」「友だちとのコミュニケーションが楽しくなった」など、友だちとのコミュニケーション関連で価値を感じられていることがうかがえます。「友だちとの関係を深めることができる」は、他のプラットフォームでも上位ですが、LINEでとくに強く感じられているメリットと言えます。

また、「複数の相手とまとめて連絡をとるのに便利」「実生活で知っている人たちだけに限定できるのがよい」も、LINEならではのメリットと認識されているようです。

Twitterのみ、トップ項目が「思いがけず興味深い／面白い情報を知ることがよくある」であり、情報収集におけるセレンディピティ（偶然の発見・遭遇）がツイッターに特徴的な価値と認識されているようです。（【表2】参照）

【表2】利用しているプラットフォームについての意識（複数回答）：
プラットフォーム別上位5項目

ベース：各プラットフォームのユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」）
＜SNSプラットフォーム別利用実態調査より＞

順位	LINE	%	twitter	%	facebook	%	mixi	%
1	友だちとの関係を深めることができる	40.5	思いがけず興味深い／面白い情報を知ることがよくある	23.0	友だちとの関係を深めることができる	32.7	友だちとの関係を深めることができる	33.5
2	友だちとのコミュニケーションの頻度が増えた	35.2	友だちとの関係を深めることができる	19.5	同窓生など古い友だち等とのつながりが再開して嬉しい	28.6	友だちとのコミュニケーションの頻度が増えた	19.4
3	友だちとのコミュニケーションが楽しくなった	28.7	使い方が簡単でよい	18.6	友だちとのコミュニケーションの頻度が増えた	26.6	同窓生など古い友だち等とのつながりが再開して嬉しい	15.9
4	複数の相手とまとめて連絡をとるのに便利だ	24.3	知りたい情報を早く知ることができる	17.5	友だちを探すことができるのがよい	20.0	友だちとのコミュニケーションが楽しくなった	14.7
5	実生活で知っている人たちだけに限定できるのがよい	22.5	友だちとのコミュニケーションの頻度が増えた	15.8	友だちとのコミュニケーションが楽しくなった	17.6	実生活で知っている人たちだけに限定できるのがよい	12.3

5. LINEでやりとりしている友だちの数、閲覧頻度：

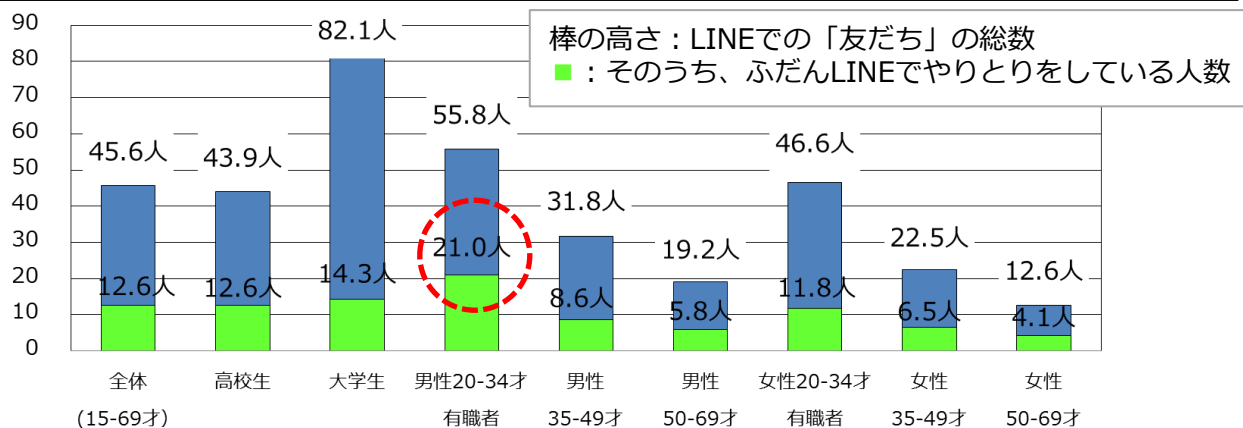
- ふだんLINEでやりとりしている「友だち」の数は平均13人。
男性20～34才有職者が21人と最多。
- 閲覧頻度が高いのは高校生、大学生で、「1日10回以上」が約30%。

LINEでの「友だち」の総数（平均）は、全体で45.6人。大学生が82.1人で最多了。

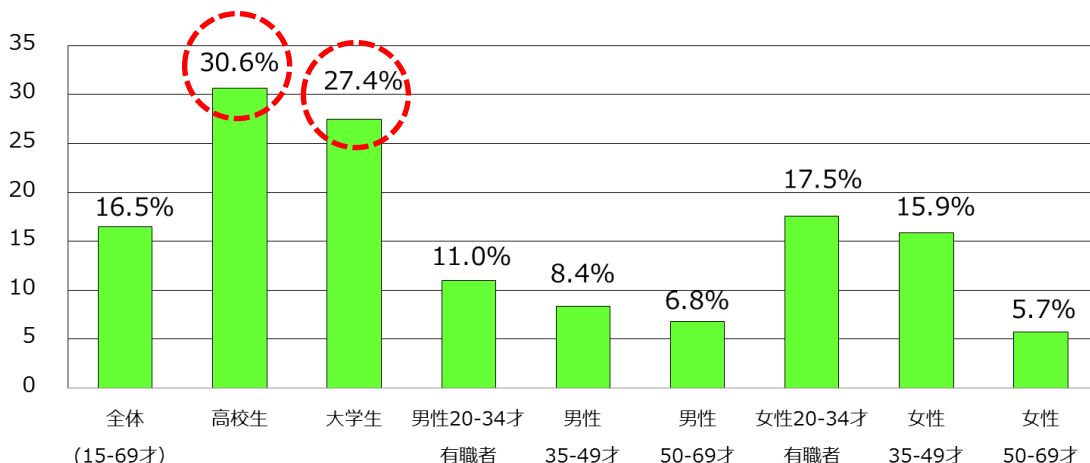
一方、LINE上でふだんやりとりをしている「友だち」の人数の平均は、全体で12.6人です。男性20～34才有職者が最も多く、平均21人です。（【図2】参照）

一方、LINEの閲覧頻度では「1日10回以上見る」というヘビーユーザーの比率は、高校生（30.6%）、大学生（27.4%）で高くなっています。（【図3】参照）

【図2】 LINEでの「友だち」の総数と、ふだんLINEでやりとりをしている「友だち」数（平均）



【図3】 LINEの閲覧度頻度「1日に10回以上見る」



ベース（図2、3）：LINEユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」
+「閲覧・ゲームのプレイだけしている」） <LINEユーザー実態調査より>

6. LINE使用による他のコミュニケーション手段への影響：

- LINEを使うようになって利用が減ったのは

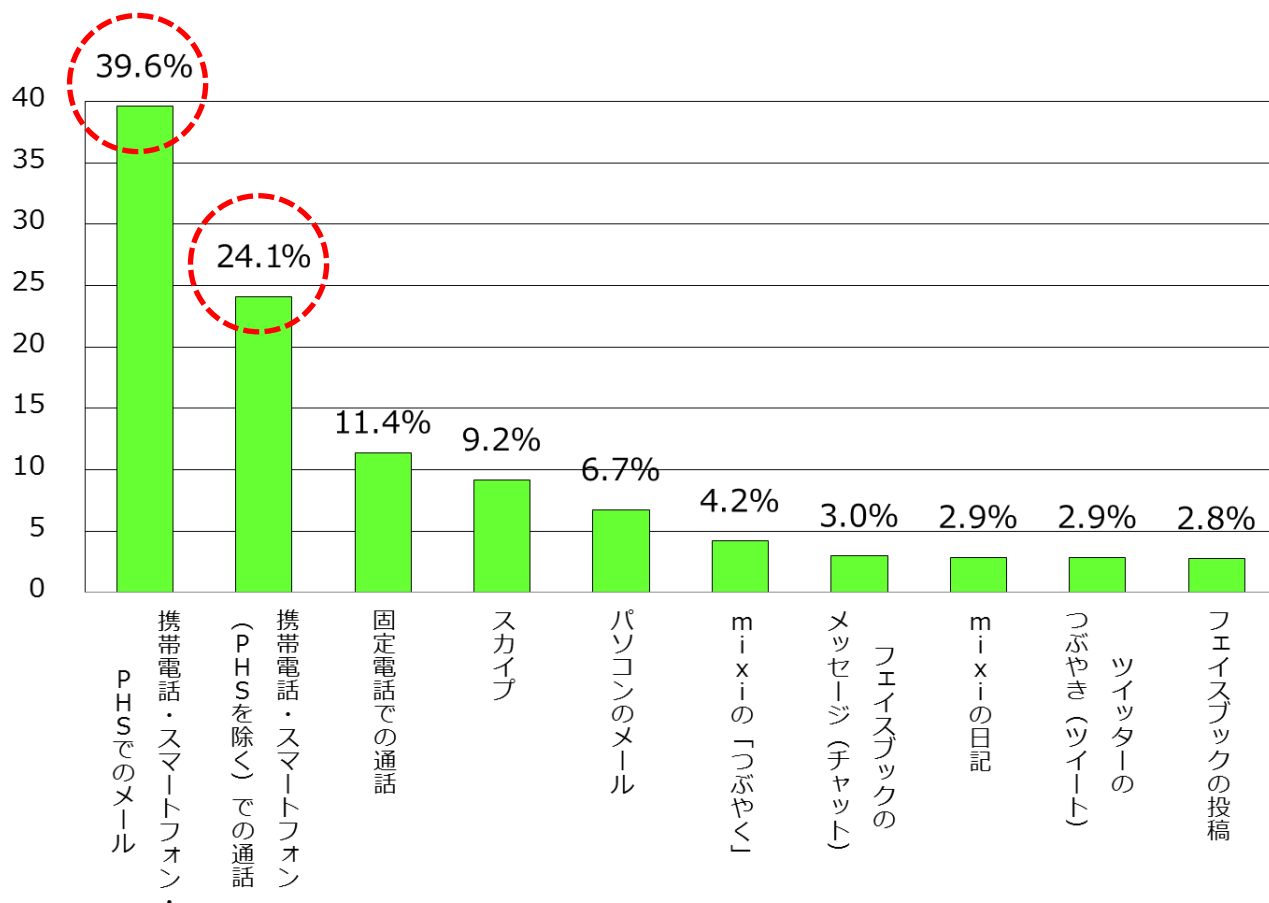
1) ケータイのメール、2) ケータイの通話

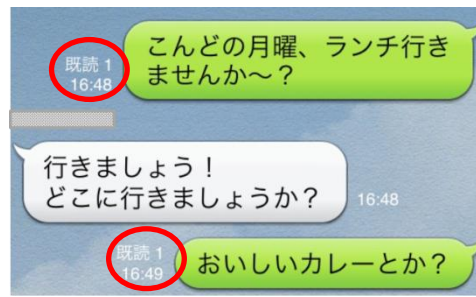
「LINEを利用するようになって利用が減った／利用しなくなったサービス」を聞いたところ、「携帯電話・スマートフォン・PHSでのメール」が39.6%で最も高く、次いで携帯電話・スマートフォン（PHSを除く）での通話」の24.1%でした。携帯電話（スマートフォン）でLINEを利用して友だちとのやりとりをするようになった結果、携帯電話・スマートフォンでの既存のコミュニケーション手段（メール、通話）の利用が減少しているようです。（【図4】参照）

【図4】 LINEを利用するようになって利用が減った／利用しなくなったサービス（複数回答）

：上位10項目

ベース：LINEユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」
＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」） <LINEユーザー実態調査より>





*＜参考＞LINEの「既読」表示：
トークでメッセージを送信し、相手がメッセージを見ると「既読」と表示される。さらにグループトーク（3人以上でのトーク）の場合、「既読」の人数が表示される。

7. LINEあるある：

- 「既読*」表示を気にしがち、返信がなくてさみしがりがちな高校生・大学生
- 女性は「送るスタンプを間違えて恥ずかし」がりがち
- 「上司とつながっていやだった」ことがありがちな20-34才男性有職者

「自分のLINE利用体験や気持ちにあてはまるもの」を聞いたところ、全体では、「疎遠になっていた友人・知人とのつながりの再開」がトップに上がりました。

高校生・大学生では「自分が送ってトーク（メッセージ）が読まれたか、“既読”の数を気にしがちだ」が高くなっています。この層は同時に、「トークを送っても返信がなくて、さみしい思いをした（不安になった）」という体験のスコアも他の層に比べ高くなっています。

「送るスタンプを間違えて恥ずかしかった」という体験は、女性で高くなっています。

また、20-34才男性有職者では、「LINEで上司とつながっていやだった」という体験のスコアが高くなっています。（【表3】参照）

【表3】自分のLINE利用体験や気持ちにあてはまるもの（複数回答）：上位10項目

ベース：LINEユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」

+「閲覧・ゲームのプレイだけしている」）

＜LINEユーザー実態調査より＞

	全体 (15-69才)	高校生	大学生	男性 20-34才 有職者	男性 35-49才	男性 50-69才	女性 20-34才 有職者	女性 35-49才	女性 50-69才
縦%	n 904	49	164	146	143	59	114	126	35
つきあいの途絶えていた友だち・知人とLINEでつながって、交流が再開した	16.4	24.5	15.2	15.1	14.0	6.8	23.7	19.0	11.4
自分が送ったトーク（メッセージ）が読まれたか、「既読」の数を気にしがちだ	14.5	26.5	26.8	6.8	8.4	1.7	19.3	10.3	5.7
送るスタンプを間違えて、恥ずかしい思いをした	12.1	8.2	19.5	2.7	4.9	3.4	17.5	18.3	17.1
トークでメッセージを送っても返信がなくて、さみしい思いをした（不安になった）	10.2	12.2	20.7	4.8	9.8	5.1	7.9	7.9	8.6
正直、「既読」の表示機能は無くしてほしい	8.5	8.2	18.3	5.5	5.6	0.0	14.0	4.0	0.0
つきあいの途絶えていた友だち・知人とLINEでつながって、いやだと思った	8.1	4.1	6.7	5.5	7.7	0.0	10.5	14.3	5.7
職場の上司とLINEでつながって、いやだと思った	7.5	2.0	6.1	17.8	7.7	1.7	10.5	2.4	0.0
職場の同僚や先輩とLINEで繋がっていやだと思った	7.2	2.0	2.4	6.2	12.6	10.2	12.3	6.3	0.0
アイコンの画像にはこだわっている	5.1	14.3	4.9	0.7	2.8	8.5	5.3	7.1	8.6
トークを送る相手を間違えて、恥ずかしい思いをした	4.6	14.3	4.3	4.1	4.2	1.7	5.3	3.2	5.7

8. こんなシチュエーションで使うなら？～プラットフォーム四択：

- 「仲間とこっそりやりとり」「恋人との連絡手段」「合コンで連絡先を聞く」ならLINE、「有名人とのツーショット写真を自慢する」ならfacebook

「シチュエーションごとに、どのSNSプラットフォームを使うか？」を四者択一で質問したところ、LINEとの回答が多かったのは「授業中/工作中にとこっそりやりとり」など仲間内での“こっそり連絡”や「ラブレター代わり」「恋人、夫婦間での連絡手段/ラブレター」「合コン相手の連絡先として教えてもらう」などの“恋人・恋愛関連”でした。また、「一番なくなったら困る」のもLINEでした。

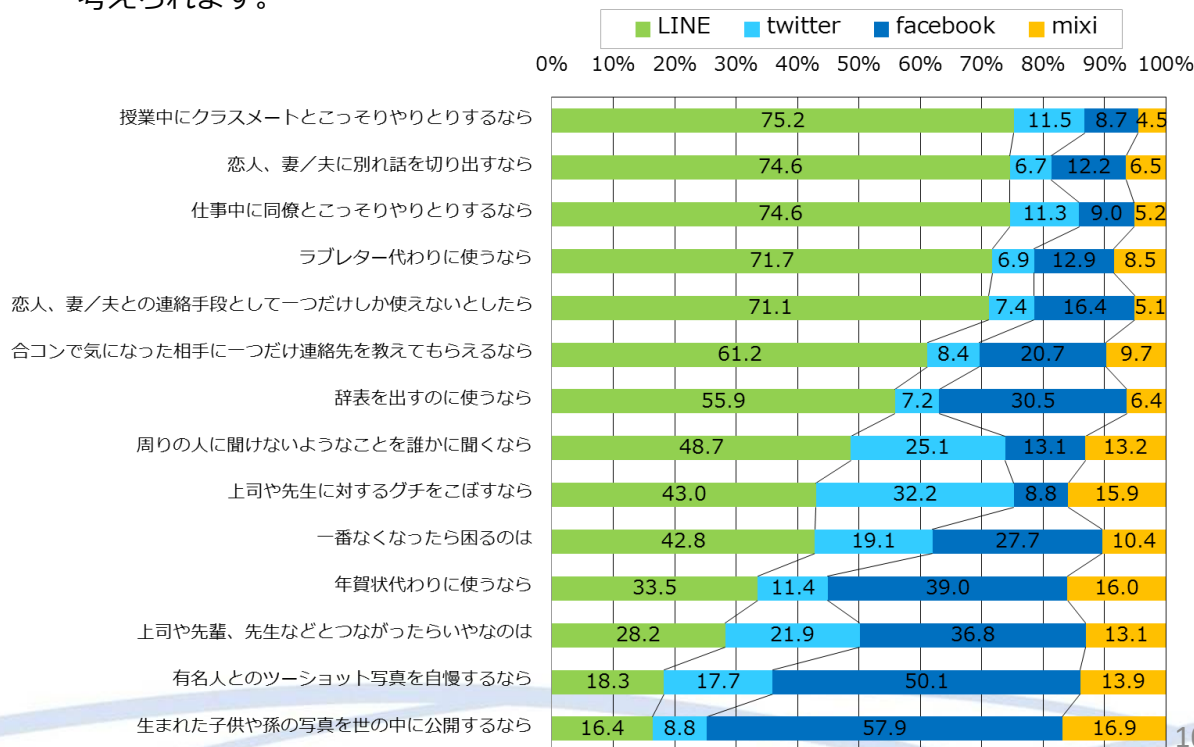
一方、「有名人とのツーショット写真を自慢する」「生まれた子供や孫の写真を世の中に公開する」といったシチュエーションでは、facebookの支持率が最も高くなっています。（【図5】参照）

【図5】シチュエーション別プラットフォーム四択

Q.次のようなシチュエーションで、以下の4つのソーシャルメディアサービスのうち、ひとつを選ぶとしたら、どれにしますか。直感でお答えください。

ベース：LINEユーザー（「発言・発信・書き込み・アップロードなどをしている」＋「閲覧・ゲームのプレイだけしている」） <LINEユーザー実態調査より>

※ご参考：LINEユーザーベースのため、LINEのスコアが高めに出現する傾向があると考えられます。



9. 【ユーザーインサイト】LINEの「既読」を気にする高校生、大学生：

● 「既読」を気にする高校生・大学生

LINE利用にまつわるエピソードや思いを聞いたところ、高校生・大学生では、「自分が送ったトーク（メッセージ）が読まれたか、“既読”の数を気にしがちだ」という傾向が、上の年齢層に比べ高いことがわかりました。（前述【表3】参照）

また、「LINEにまつわるエピソード、思い」の自由回答にも、“既読”についてのコメントが散見されます。

～自由回答より（抜粋）～

「既読の表示によって見ていないのかがわかる。」（男性20才大学生）

「既読が出るので、だれが見ていないかわかるから便利。」（女性20才大学生）

「相手がメッセージを読むと『既読』と表示されるところが便利。メールだと読んだのか分からない時があるため。」（女性23才大学生）

● 高校生・大学生のトークの話題は？

一方、高校生・大学生が「トークで話題にしていること」を見ると、特徴的なものとして、高校生では「日常のおもしろいできごとや“ネタ”になるようなこと」「有名人（芸能人、アーティスト、スポーツ選手・チームなど）について」、大学生では「学校・授業についての連絡（時間割や休講の連絡、ゼミの連絡など）」「職場や学校での食事の誘い」が挙げられます。

（【表4】参照）

【表4】LINEのトークで話題にしていること（複数回答）：属性ごとの上位5項目

ベース：トーク利用者

順位	高校生	%	大学生	%
1	待ち合わせなどの連絡	63.8	待ち合わせなどの連絡	77.4
2	日常のおもしろいできごとや「ネタ」になるようなこと	51.1	知り合い・友人と出かけるとき・会うときの誘い・相談	52.8
3	知り合い・友人と出かけるとき・会うときの誘い・相談	44.7	職場や学校での食事の誘い	50.3
4	有名人（芸能人、アーティストなど）について	40.4	学校・授業についての連絡（時間割や休講の連絡など）	49.1
5	近況報告	38.3	日常のおもしろいできごとや「ネタ」になるようなこと	39.6

→次頁へ続きます。

→前頁からの続きです。

9. 【ユーザーインサイト】LINEの「既読」を気にする高校生、大学生：

- 【インサイト】LINEで「面白ネタ・芸能ネタ」や「授業の連絡」をし、既読を気にする高校生・大学生
～「ガラケーメール時代」から変わらない姿～

若者にとって携帯電話（フィーチャーフォン）のメールが主要なコミュニケーション手段であったときも、「メールはすぐに返すのがマナー」「返信がないとメールが読まれているか（開封されたか）不安」といった風潮がありましたが、LINEにおいても「日々の他愛のない連絡をして、それが読まれたかを気にする」という若者の心理は変わっていないようです。