

2018年9月4日

報道関係各位

GMOメディア株式会社

**10代女子のhappyを研究する「プリキャンティーンズラボ」
「Instagramに関する調査」を実施
～女子高生の約8割がInstagramアカウントを所有、
投稿経験のある女子高生の3割超が、毎日「ストーリー」に投稿
さらに学校行事は約8割の子が投稿経験あり～**

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社（代表取締役社長：森 輝幸 以下、GMOメディア）が運営する、10代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ byGMO（<http://lab.prcm.jp/>）」は、女子中高生を対象に「Instagramに関する調査」を実施いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ Instagramに関する調査
- 調査対象 スマホを所有している女子中高生
- 調査期間 2018年8月8日～2018年8月20日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 1,786名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ byGMO

*本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても100%とならない場合がございます。

【調査サマリー】

- 女子高生の約8割がInstagramのアカウントを所有、うち約4割が複数アカウント持ち
- Instagramは1日複数回見る子が多い
 - ↳ 「タイムライン」「ストーリー」の閲覧頻度は同じくらいが最多～
- よく投稿するのは「ストーリー」
 - ↳ 投稿経験のある女子高生の3割超が、毎日「ストーリー」に投稿
 - ↳ 「ストーリー」に投稿する理由は「その場でできごとを共有しやすい」「時間が経ったら消える」から
- 投稿内容は「友達との写真や自撮り」が最多
 - ↳ スイーツやプリクラは「タイムライン」、”今していること”は「ストーリー」
 - ↳ 約8割が学校行事を投稿、「卒業式」「体育祭・運動会」「修学旅行」「文化祭」が上位

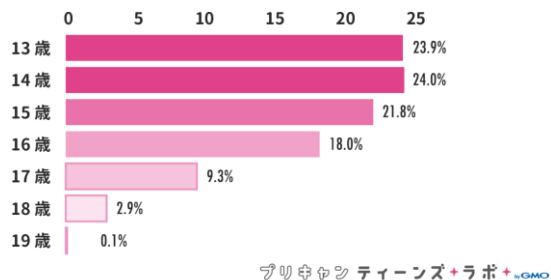
【調査結果】

■ 回答者の属性（図1～図3）

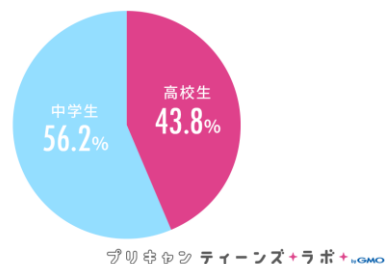
～13歳から16歳がボリュームゾーン、スマホのOSは「iOS」が過半数～

回答者の年齢は13歳～16歳がボリュームゾーンとなり、属性別では「中学生（56.2%）」が「高校生（43.8%）」を上回りました。また、利用しているスマホのOSは「iOS（51.5%）」が「Android（45.7%）」を上回りました。

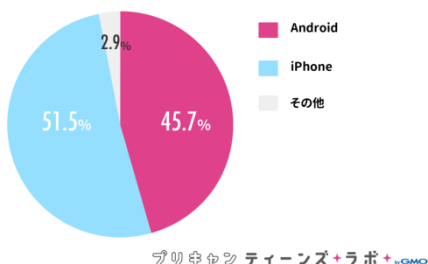
(図 1) アンケート参加者の年齢分布 [N=1,786 単一回答]



(図 2) アンケート参加者の属性 [N=1,786 単一回答]



(図 3) 利用しているスマホの OS [N=1,786 単一回答]



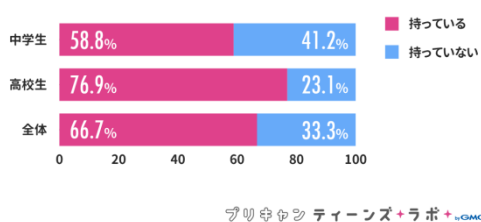
■ 女子高生の約 8 割が Instagram のアカウントを所有、うち約 4 割が複数アカウント持ち

(図 4～図 5)

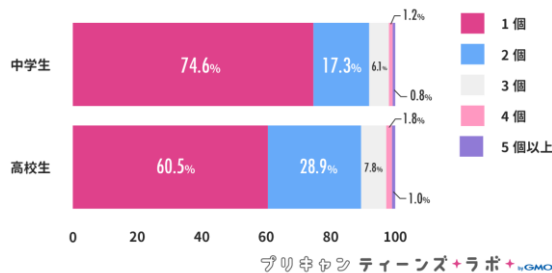
まず、女子中高生に「Instagram アカウントの有無」を聞きました。その結果、中学生は約 6 割 (58.8%)、高校生では 8 割近く (76.9%) の子が Instagram のアカウントを持っていることがわかりました。

また、Instagram のアカウントを持っていると答えた子に、「所有しているアカウントの個数」を尋ねたところ、「1 個 (中学生 : 74.6%、高校生 : 60.5%) 」という回答が多数を占めました。一方で、「2 個以上 (中学生 : 25.4%、高校生 : 39.5% / 合算値) 」という回答も多く、Instagram のアカウントを持っている中学生の 4 人に 1 人、高校生では約 4 割が複数アカウントを持っていることがわかりました。

(図 4) Instagram アカウントの有無 [N=1,786 (中学生 : 1,003、高校生 : 783) 単一回答]



(図 5) 所有している Instagram のアカウント数 [N=1,192 (中学生 : 590、高校生 : 602) 単一回答]



■ Instagram は 1 日複数回見る子が多い (図 6～図 7)

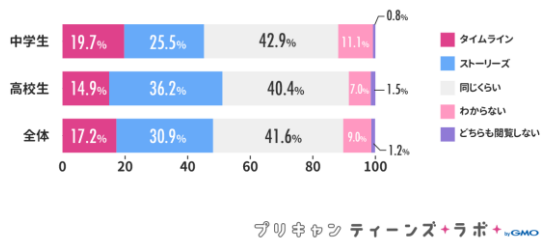
～「タイムライン」「ストーリーズ」の閲覧頻度は同じくらいが最多～

続いて、Instagram のアカウントを持っている女子中高生に、『Instagram の閲覧』に関する調査を行いました。

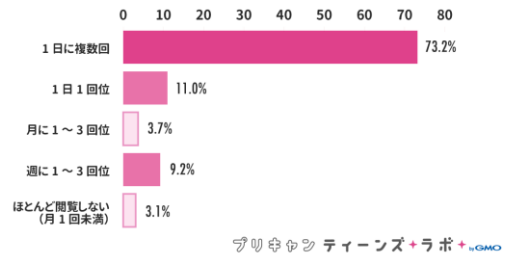
「タイムライン/ストーリーズどちらをよく閲覧するか」については、女子中高生ともに「同じくらい (中学生 : 42.9%、高校生 : 40.4%) 」が最多となったものの、その次は「ストーリーズ (中学生 : 25.5%、高校生 : 36.2%) 」が「タイムライン (中学生 : 19.7%、高校生 : 14.9%) 」を上回る結果となりました。特にこの傾向は高校生に顕著であることがわかります。

また、Instagram を閲覧すると答えた子の閲覧頻度については、「1 日に複数回 (73.2%) 」が突出する結果となりました。

(図 6) タイムライン/ストーリーズどちらをよく閲覧するか
[N=1,192 単一回答]



(図 7) Instagram の閲覧頻度 [N=1,178 単一回答]



■よく投稿するのは「ストーリーズ」(図 8~図 11)

~投稿経験のある女子高生の3割超が、毎日「ストーリーズ」に投稿~

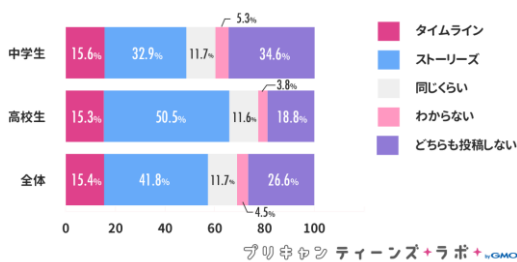
次に、『Instagram への投稿』に関して質問しました。

「タイムライン/ストーリーズどちらによく投稿するか」を尋ねたところ、全体では「ストーリーズ(41.8%)」が「タイムライン(15.4%)」を上回る結果となりました。一方で、中学生は「どちらも投稿しない(中学生: 34.6%、高校生: 18.8%)」という回答が最多、高校生は「ストーリーズ(中学生: 32.9%、高校生: 50.5%)」が過半数となり、『Instagram への投稿』に関しては中学生と高校生で異なる傾向にあることが分かりました。特に「ストーリーズ」については、中学生よりも高校生の方が活発に投稿しているようです。

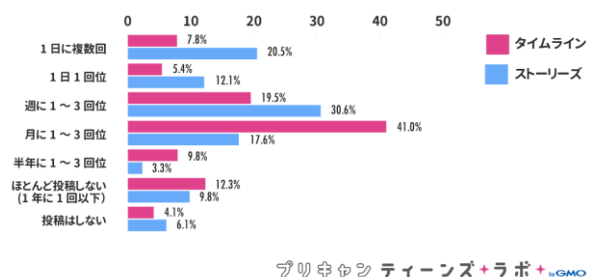
また、「(タイムライン/ストーリーズ)どちらも投稿しない」と答えた子以外に「タイムライン/ストーリーズへの投稿頻度」を尋ねました。「タイムライン」については「月に1~3回位(41.0%)」が最多、「週に1~3回位(19.5%)」という回答が続き、「毎日投稿する(13.2%)※」という子は1割強にとどまりました。一方「ストーリーズ」については、「毎日投稿する(32.6%)※」子が3割超にのぼり、「週に1~3回位(30.6%)」と合算すると、6割超の子が週に1回以上「ストーリーズ」を投稿していることが分かりました。

※「1日に複数回」と「1日1回位」を合算

(図 8) タイムライン/ストーリーズどちらによく投稿するか
[N=1,192 単一回答]



(図 9) タイムライン/ストーリーズへの投稿頻度
[N=875 単一回答]

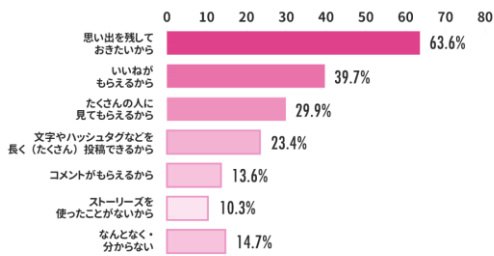


~「ストーリーズ」に投稿する理由は「その場でできごとを共有しやすい」「時間が経ったら消える」から~

続いて「タイムライン/ストーリーズどちらによく投稿するか」という質問で、「タイムライン」「ストーリーズ」のいずれかを選択した子に、よく投稿する理由を尋ねました。

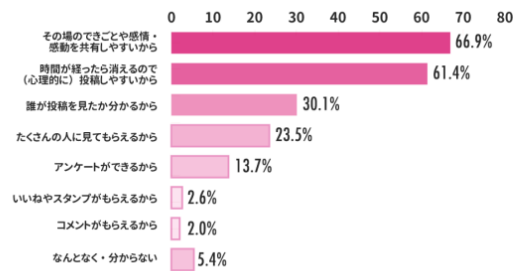
「タイムライン」によく投稿する理由については、「思い出を残しておきたいから(63.6%)」が最多となり、「いいねがもらえるから(39.7%)」と続きました。一方「ストーリーズ」によく投稿する理由については、「その場でできごとや感情・感動を共有しやすいから(66.9%)」「時間が経ったら消えるので(心理的に)投稿しやすいから(61.4%)」で6割を超えました。『24時間で消える』という特徴から、「ストーリーズ」の方が、その場でできごとや感情を気軽に投稿しやすいと感じている子が多いようです。

(図 10) タイムラインによく投稿する理由
[N=184 複数回答]



ブレイクティーンズ+ラボ + GMO

(図 11) ストーリーズによく投稿する理由
[N=498 複数回答]



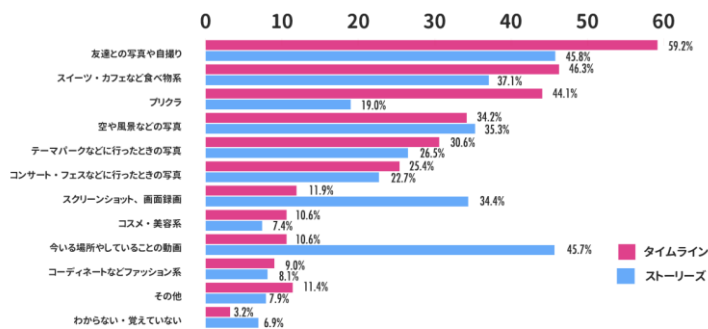
ブレイクティーンズ+ラボ + GMO

■ 投稿内容は「友達との写真や自撮り」が最多 (図 12~図 14)

~スイーツやプリクラは「タイムライン」、”今していること”は「ストーリーズ」~

続いて、Instagram に何らかの投稿をすると答えた子に、投稿するコンテンツについて尋ねました。「タイムライン」では「友達との写真や自撮り (59.2%)」が約 6 割にのぼって最多となり、「スイーツ・カフェなど食べ物系 (46.3%)」「プリクラ (44.1%)」と続きました。一方「ストーリーズ」に関しては、「友達との写真や自撮り (45.8%)」「今いる場所やしていることの動画 (45.7%)」に回答が集まりました。「友達との写真や自撮り」は共通するものの、「タイムライン」と「ストーリーズ」では、よく投稿するコンテンツは異なるようです。

(図 12) タイムライン/ストーリーズに投稿するコンテンツ [N=875 複数回答]



ブレイクティーンズ+ラボ + GMO

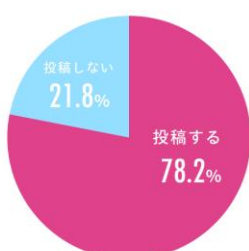
~約 8 割が学校行事を投稿、「卒業式」「体育祭・運動会」「修学旅行」「文化祭」が上位~

最近 Instagram では、「#卒業式」「#体育祭」といった学校行事に関するハッシュタグを活用した投稿も多く見受けられています。

そこで「学校行事について Instagram へ投稿するか」を聞いたところ、約 8 割の子が「投稿する (78.2%)」と回答しました。

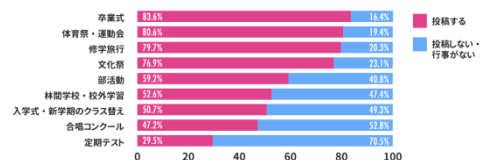
また、「学校行事について Instagram へ投稿する」と答えた子に「学校行事別の Instagram への投稿実態」を尋ねました。結果、8 割超が「卒業式 (83.6%)」「体育祭・運動会 (80.6%)」の投稿をすると答えました。「修学旅行 (79.7%)」「文化祭 (76.9%)」について投稿するという回答も、それぞれ約 8 割にのぼっています。

(図 13) 学校行事について Instagram に投稿するか
[N=875 単一回答]



ブレイクティーンズ+ラボ + GMO

(図 14) 学校行事別の Instagram への投稿実態
[N=875 単一回答]



ブレイクティーンズ+ラボ + GMO

【本調査の背景】

「Instagram」のアクティブユーザー数が成長を続ける中、「プリキャンティーンズラボ byGMO」の調査においても「2017年に一番流行ったアプリ」で「Instagram」が1位にランクインするなど^(*1)、10代女子において「Instagram」は欠かせないサービスになっていると言えます。また、アンケート調査だけではなく、インタビューを通じて、「Instagram」に対する女子中高生のリアルな意見や、独自の文化なども明らかになっています。

そこでこの度、女子中高生が「Instagram」の「タイムライン/ストーリーズ」をそれぞれどのように活用しているのかに加え、インタビューを通じて明らかになった、学校行事を「Instagram」に投稿しているという点に着目し、最新の「Instagram」の利用実態を探るべくアンケート調査を行いました。

(*1) 「10代女子の2017年ベスト○○」URL : <http://lab.prcm.jp/best-app-in-2017-2/>

【「プリキャン byGMO」とは】(URL : <http://prcm.jp/>)

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しいhappyのかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャンQA」をはじめとする10代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015年3月からは、記事へのコメントやGOOD/BAD機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

【「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは】(URL : <http://lab.prcm.jp/>)

「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表するGMOメディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン byGMO」ユーザーの日常生活を研究していきます。

【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ byGMO」及び調査名称『Instagramに関する調査』とURL (<http://lab.prcm.jp/schoollife-instagram/>) の併記をお願いいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 広報担当 森島
TEL : 03-5456-2626 FAX : 03-5459-6077
E-mail : pr@gmo.media

●GMOインターネット株式会社
グループ広報・IR部 石井・島田
TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【GMOメディア株式会社】(URL : <https://www.gmo.media/>)

会社名	GMOメディア株式会社 (東証マザーズ 証券コード: 6180)
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7億6,197万円

【GMOインターネット株式会社】(URL : <https://www.gmo.jp/>)

会社名	GMOインターネット株式会社 (東証第一部 証券コード: 9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■仮想通貨事業
資本金	50億円

Copyright (C) 2018 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.