

移り変わりが激しい SNS の中で生き残っていくのは Twitter?Facebook?

『若年層の SNS 利用に関する調査』(2017年11月度自主調査) 結果トピックス

ジャストリサーチサービス株式会社(本社:東京都中央区)は、2017年11月度のオリジナル調査として、『若年層の SNS 利用に関する調査』を実施致しました。
今回は、年々多様化している SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)。その中でも最も頻りに利用・投稿している若年層(16歳~29歳)にスポットを当ててみました。利用実態の把握を目的に、利用頻度や利用減少理由などをそれぞれ聴取し、様々な視点から分析しました。その結果がまとまりましたので、ご案内いたします。

■ 調査概要

調査地域	: 全国
調査方法	: インターネット調査
調査対象	: SNS への投稿経験がある 15~29 歳の男女
サンプルサイズ	: 753 サンプル
調査期間	: 2017年7月20日~8月7日

■ 調査結果トピックス

- 投稿経験上位は Twitter、Facebook、Instagram
- SNOW、Snapchat、Instagram の投稿回数が増加傾向
- 時間的な余裕のなさや、いわゆる「SNS 疲れ」から投稿数は減少

■ 添付資料 : 調査結果サマリー

ジャストリサーチサービス株式会社について

マーケティング・リサーチのプロフェッショナルとして、課題解決のための最適なアプローチ方法をご提案します。

◎ 商業施設・小売店の利用実態や商圏把握を始め、顧客満足度調査、広告・販促効果、開業・改装コンセプト受容性など、幅広いテーマのマーケティング課題解決、プロモーション支援のための生活者リサーチをご提案致します。

<http://www.just-research.co.jp/product/kouri.html>

◎ フィールドワーク(実査)とデータ処理の強力な実施体制のもとに、スピーディで正確な一次情報の収集・データ加工を実現。お客様のニーズにタイムリーにお応えいたします。

<http://www.just-research.co.jp/product/index.html>

【引用・転載について】

本リリース内容の引用・転載に際しては、当社名(ジャストリサーチサービス株式会社)の掲載をお願い致します。調査結果サマリー内のグラフ・表データをご利用される場合も同様です。ご不明な点は下記担当までご連絡ください。

【本リリース内容に関するお問合せ】

ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川 2-20-7 TOKOH ビル 6F

TEL : 03-3553-3737 E-mail : info@just-research.co.jp 担当 : 小暮



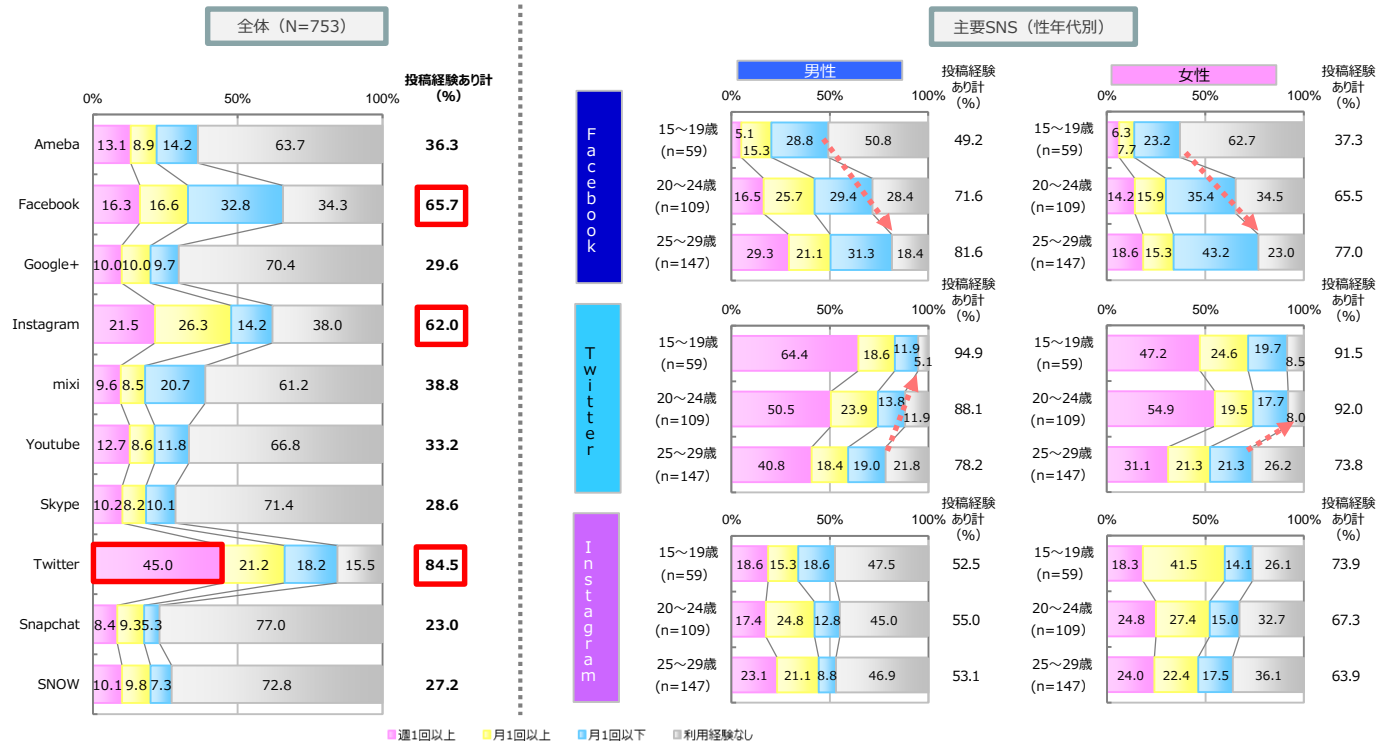
ジャストリサーチサービス株式会社
<http://www.just-research.co.jp>

1. SNSの投稿経験・頻度

投稿経験上位はTwitter（8割超）、Facebook、Instagram（各6割超）

- ◆ Twitterは全体の45%（投稿者の半数強）が「週1回以上」投稿しており、Facebook、Instagramと比べ投稿頻度も高い。
- ◆ Twitterは年齢が下がるほど投稿経験も高くなる傾向にあり、男性10代では約2/3が「週1回以上」投稿している。一方で、Facebookは年齢が上がるほど投稿経験も高く、Instagramは男性に比べ女性の投稿経験が高い。

Q. 以下にあげるSNSについて、あなたはどれ位の頻度で投稿していますか。それぞれお答えください。（マトリクスA）



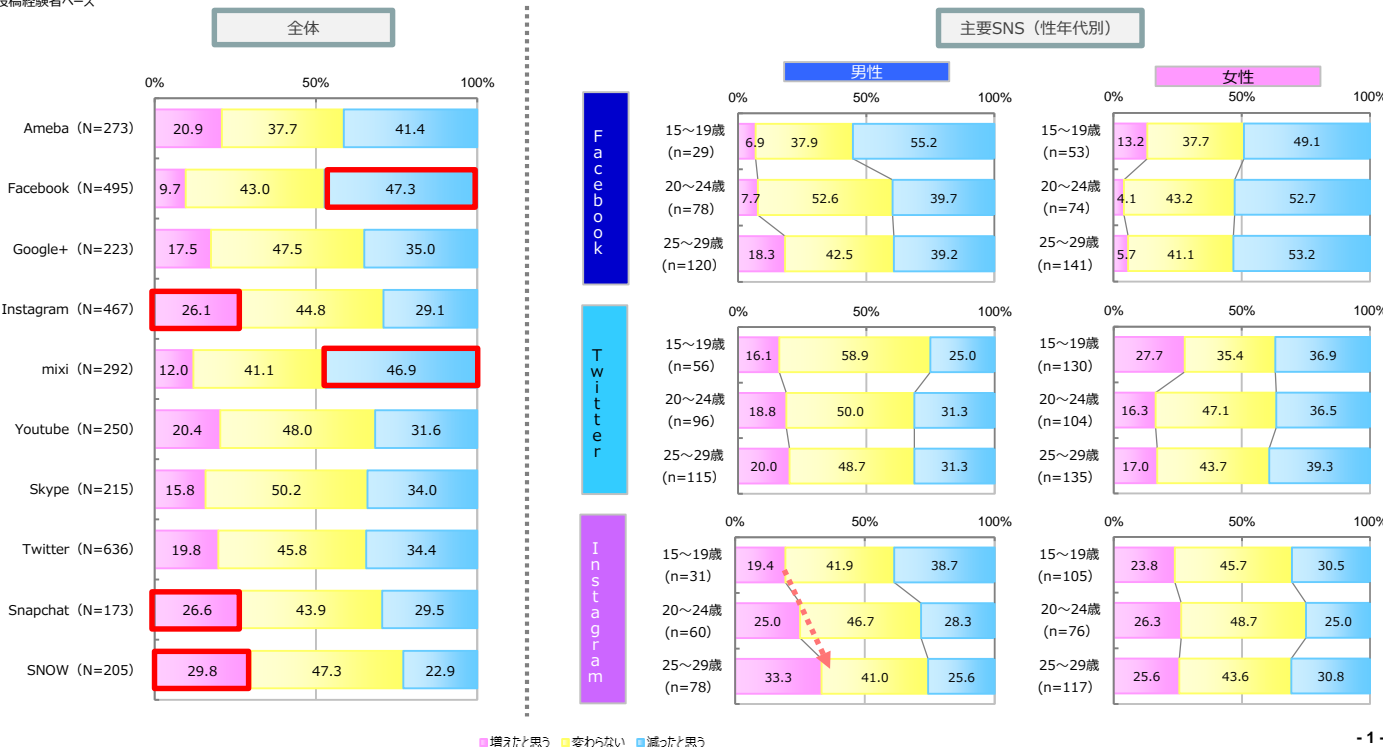
2. SNS投稿回数の変化

SNOW、Snapchat、Instagramの投稿回数が増加傾向

- ◆ 上記については投稿経験者の3割近くが「以前より増えた」と回答している。一方でFacebook、mixiは半数近くが減少している。
- ◆ Instagramへの投稿が増加したという人は、女性では年齢による差がほとんど見られないのに対し、男性では年齢が高くなるほど多くなっている。

Q. 以下にあげるSNSの投稿回数は以前と比べると変化はありましたか。それぞれお答えください。（マトリクスSA）

※投稿経験者ベース



3. SNSの投稿減少理由

時間的な余裕のなさや、アピールすること・コミュニケーションをとることの億劫さなどの、いわゆる「SNS疲れ」から投稿数は減少

◆その他、男性20代後半では「周辺で話題にならなくなってきた」、女性10代では「違うSNSへ投稿するようになった」、Youtube・mixi利用減少者では「機能の魅力のなさ」などといった理由も目立っている。

Q. (※前問のいずれかのSNSで投稿回数が減ったと回答された方にお伺いします) 以前と比べて投稿回数が減った理由をお答えください。(MA)
※SNS利用減少者ベース

N数		SNSを利用する時間の余裕がなくなった	アピールすることが億劫になった	機能に魅力を感じなくなった	違うSNSへ投稿するようになった	コミュニケーションを取ることが億劫になった	自分の周辺で話題にならなくなってきた	閉塞感や窮屈に感じてきた	有名人やお店のアカウントが更新しなくなり、投稿する必要がなくなった	仕事上必要なくなった	その他	特に理由はない	
全体	486	29.0	27.0	23.5	22.0	19.5	15.2	15.0	7.6	6.2	2.7	15.2	
男性	15~19歳	37	24.3	21.6	16.2	13.5	16.2	5.4	13.5	5.4	2.7	29.7	
	20~24歳	67	28.4	16.4	14.9	20.9	13.4	14.9	13.4	9.0	16.4	4.5	19.4
	25~29歳	88	21.6	27.3	27.3	22.7	13.6	20.5	15.9	10.2	3.4	3.4	13.6
女性	15~19歳	95	32.6	25.3	26.3	30.5	20.0	20.0	11.6	5.3	5.3	1.1	10.5
	20~24歳	73	31.5	35.6	24.7	20.5	23.3	11.0	17.8	11.0	6.8	2.7	12.3
	25~29歳	126	31.7	30.2	24.6	19.0	25.4	13.5	16.7	5.6	4.0	2.4	15.1
各SNS利用減少者	Facebook	234	29.9	29.9	21.4	20.9	17.5	14.5	14.1	7.3	6.0	3.8	15.8
	Instagram	136	29.4	32.4	22.1	11.8	25.0	10.3	14.7	9.6	8.8	4.4	14.0
	Youtube	79	22.8	26.6	29.1	20.3	19.0	16.5	16.5	17.7	13.9	6.3	7.6
	mixi	137	29.9	29.2	32.8	25.5	19.7	19.7	17.5	8.8	7.3	4.4	10.9
	Twitter	219	32.9	34.2	18.3	16.0	17.4	12.3	15.5	7.3	4.1	2.7	15.5

xx.x 全体比10ポイント以上 xx.x 全体比5ポイント以上

単位：%

調査概要

1. 調査目的 : TwitterやInstagramなどに代表されるSNSへの投稿に関して、若年層の利用実態を把握する。
2. 調査方法 : WEB調査
※スクリーニング調査を実施し、下記条件該当者を抽出
3. 調査エリア : 全国
4. 調査対象 : SNSへの投稿経験がある15歳~29歳の男女
(※LINEは現在電話やメールの代用として利用が主立っているため、本調査からは除外する)
5. サンプルサイズ : 計753s
※性・年代別の有効回収数は下記の通り

	15~19歳	20~24歳	25~29歳	合計
男性	59s	109s	147s	315s
女性	142s	113s	183s	438s
合計	201s	222s	330s	753s

※各割合数はスクリーニング調査における性別×年齢ごとの上記対象者の出現比率に合わせた。

6. 調査実施期間 : スクリーニング調査 - 2017年 7月 20日 (木) ~ 7月 27日 (木)
本調査 - 2017年 7月 31日 (月) ~ 8月 7日 (月)