

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」 「SNSの勉強アカウントに関する調査」を実施 ～2人に1人が「勉強アカウント」を閲覧、投稿する子は約3割～

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（<http://lab.prcm.jp/>）」は、「SNSの勉強アカウントに関する調査」を実施いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ SNSの勉強アカウントに関する調査
- 調査対象 スマホを所有している中学生以上の10代女子
- 調査期間 2018年1月29日～2018年1月31日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 583名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ

※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。

【調査の背景】

昨今、受験を控える中高生を中心に、TwitterやInstagramなどのSNSに「#勉強」「#勉強垢」といった勉強に関連するタグを付けて投稿している子（以下、「勉強アカウント」）が多く見られます。その投稿内容は、勉強時間の記録やノートの内容、使っている文房具や勉強グッズなど様々。中には他のアカウントと交流しながら、勉強のモチベーションアップにつなげている様子も見受けられます。

そこでこの度「プリキャンティーンズラボ」は、こうした「勉強アカウント」の閲覧や投稿をはじめ、SNSがどのように勉強に活用されているかを探るべく、アンケート調査を実施いたしました。

【調査サマリー】

- 勉強の様子をSNSに投稿する子は約3割、「勉強仲間が見つかった」「勉強習慣がついた」子ども
- 10代女子の2人に1人が「勉強アカウント」を自発的に見る！
- 「ノートの内容」や「筆記具や文房具」の投稿が多い
- 約6割が文房具へのこだわり「あり」

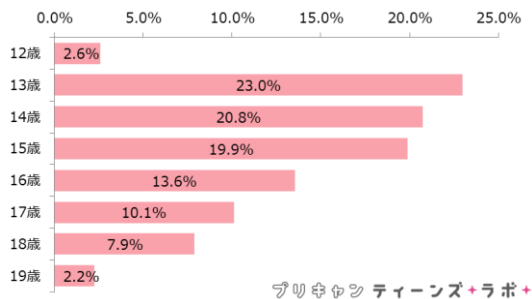
【調査結果】

■ 回答者の属性（図1～図3）

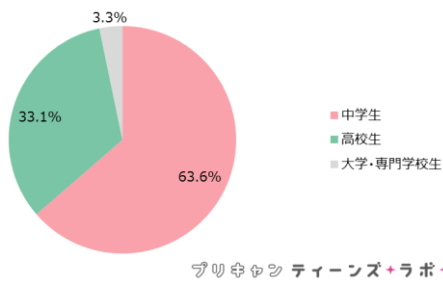
～13歳～15歳がボリュームゾーン、中学生の割合が多め～

回答者の年齢は13歳～15歳がボリュームゾーンとなり、属性別では「中学生（63.6%）」が6割超を占め、「高校生（33.1%）」が約3割となりました。利用しているスマホのOSは、「iOS（52.7%）」が「Android（43.2%）」を上回りました。

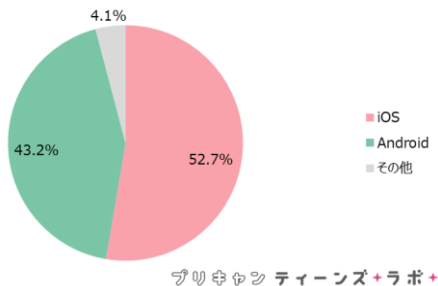
【図 1】 アンケート参加者の年齢分布 [N=583 単一回答]



【図 2】 アンケート参加者の属性 [N=583 単一回答]



【図 3】 利用しているスマホの OS [N=583 単一回答]



■ 勉強の様子を SNS に投稿する子は約 3 割、「勉強仲間が見つかった」「勉強習慣がついた」子ども (図 4～図 9)

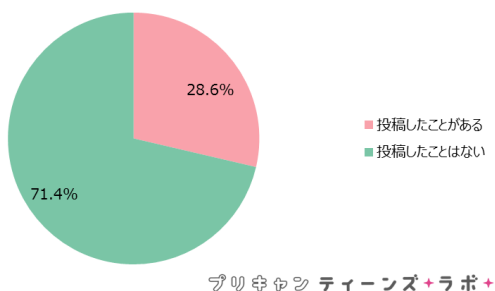
まずは 10 代女子に、「勉強の様子を SNS に投稿したことがあるか」と尋ねたところ、「投稿したことがある (28.6%)」は約 3 割に留まりました。「勉強の様子を投稿したところのある SNS」については、「Twitter (50.9%)」が最多、次いで「Instagram のストーリー (32.3%)」と「LINE のタイムライン (32.3%)」が同じ割合となりました。

また、「勉強の様子を投稿する理由」については、「勉強を頑張るモチベーションにするため (31.1%)」、「勉強を頑張る人同士で応援しあうため (29.3%)」、「サボらずに勉強するため (25.1%)」が上位に挙げられ、他のアカウントとの交流でモチベーションを保ちたいと考えている子もいるようです。

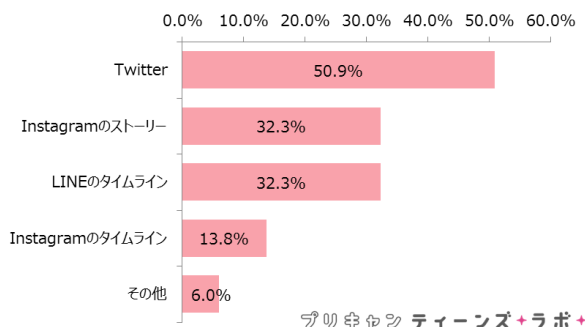
さらに「勉強の様子を投稿して成果があったか」を聞いたところ、「まだ成果は出ていない・わからない (53.3%)」という回答が過半数を占めているものの、「勉強を頑張る仲間が見つかった (22.8%)」「勉強する習慣がついた (19.7%)」といった成果を感じている子も一定数いることがわかりました。

加えて「Twitter」「Instagram (タイムライン・ストーリー)」に投稿すると答えた子に、投稿する時に付けるハッシュタグをフリー回答で尋ねました。結果、「#勉強 (16 票)」「#勉強なう (15 票)」といったハッシュタグが票を集めました。

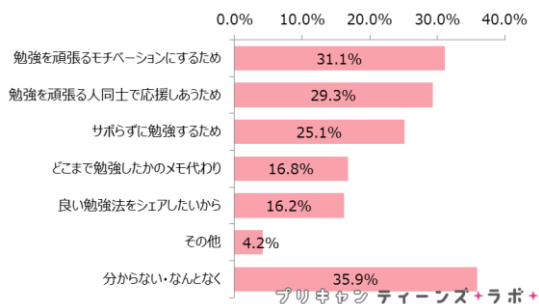
【図 4】 勉強の様子を SNS に投稿したことがあるか [N=583 単一回答]



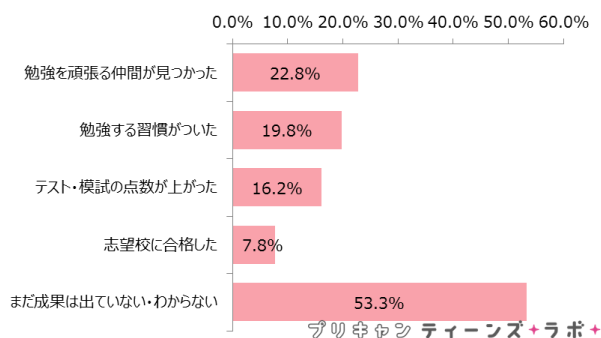
【図 5】 勉強の様子を投稿する SNS [N=167 複数回答]



(図 6) 勉強の様子を投稿する理由 [N=167 複数回答]



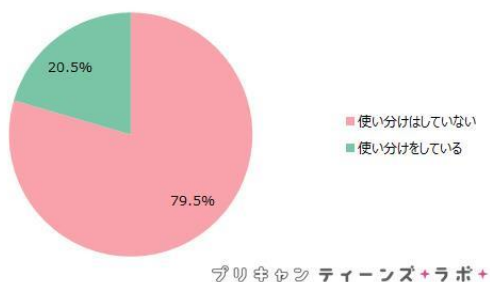
(図 7) 勉強の様子を投稿して成果があったか [N=167 複数回答]



～勉強専用のアカウントを作る子は少なめ～

最近では、用途に応じて複数の SNS アカウントを使い分ける子もいることから、Twitter もしくは Instagram に「勉強の様子を投稿したことがある」と答えた子に、勉強専用のアカウントを作って使い分けをしているかを尋ねました。結果、「使い分けはしていない (79.5%)」が約 8 割にのぼり、ほとんどの子が勉強専用のアカウントは作らず、既存のアカウントに勉強の様子を投稿していることがわかりました。

(図 9) 勉強専用アカウントの使い分けをしているか [N=127 単一回答]



(図 8) 投稿時につけるハッシュタグ [N=127 フリー回答]

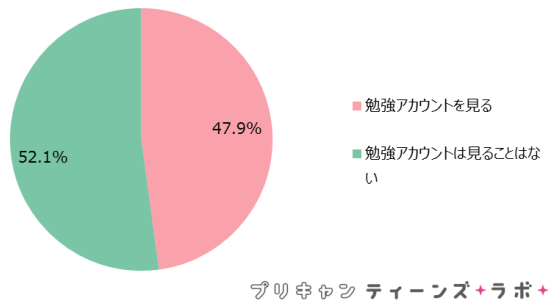
ハッシュタグ	票数
#勉強	16
#勉強なう	15
#study	6
#勉	6
#勉強垢	6
#勉強垢さんと繋がりたい	5
#勉強中	5
#頑張る (#頑張ろう など)	5
#テスト	3
#テスト勉強	2
#教科名 (#英語 #数学 など)	2
#今から勉強	2
#勉強会	2
#だるい	2
#やばい	2

■ 10代女子の2人に1人が「勉強アカウント」を自発的に見る！（図10～図12）

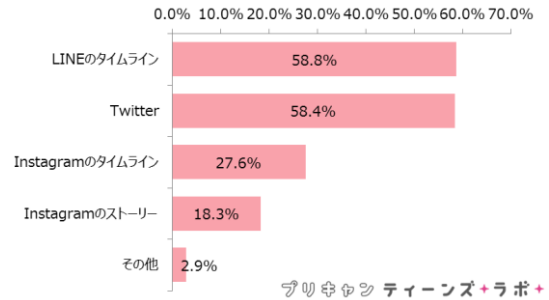
続いて、勉強に関する投稿をしている「勉強アカウント」を自発的に見るかどうかについて尋ねました。結果、「見る（47.9%）」と答えた子が約半数にのぼり、10代女子のおよそ2人に1人が「勉強アカウント」を閲覧していることがわかりました。見ているSNSは「LINEのタイムライン（58.5%）」と「Twitter（58.4%）」が2トップとなり、勉強の様子を投稿しているアカウントとは異なる結果となりました。

また、「勉強アカウント」を見る理由については、「より良い勉強方法の参考にするため（62.4%）」が最多となり、「自分の勉強のモチベーションにするため（33.7%）」、「他の人の勉強状況を確認するため（25.1%）」が続きました。

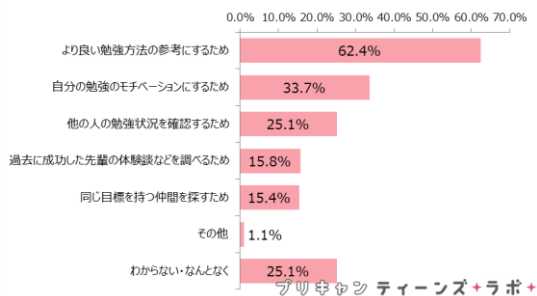
（図10）勉強アカウントを自発的に見るかどうか
[N=583 単一回答]



（図11）勉強アカウントを見ているSNS [N=279 複数回答]



（図12）勉強アカウントを見る理由 [N=279 複数回答]

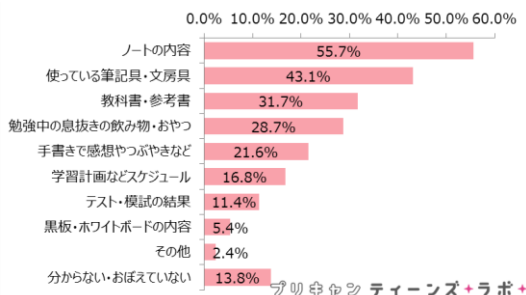


■ 「ノートの内容」や「筆記具や文房具」の投稿が多い（図13～図15）

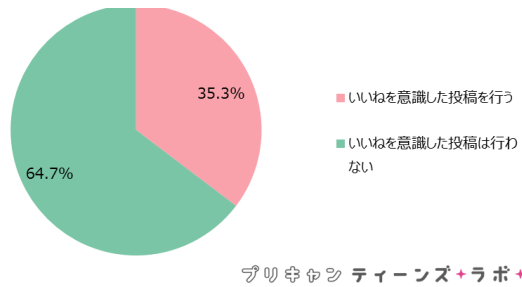
10代女子の多くが「勉強アカウント」を参考にしている一方で、どのような内容が投稿されているのかを探るべく、「勉強の様子をSNSに投稿する」と答えた子に、「投稿している内容」を尋ねました。結果、「ノートの内容（55.7%）」、「使っている筆記具・文房具（43.1%）」が上位に挙がりました。

加えて、「SNSに勉強の様子を投稿する際に、いいねを意識した投稿を行うか」と尋ねたところ、3人に1人が「意識した投稿を行う（35.3%）」と回答しました。どのようなことを意識しているかについては、「文字を丁寧に書く（52.5%）」、「かわいい文房具を並べる（44.1%）」、「カラフルなノートを書くようにする（33.9%）」が上位に挙がり、文房具やノートの書き方を意識している子が多いことがわかりました。

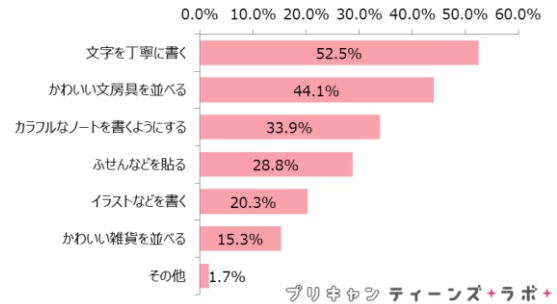
（図13）投稿している内容 [N=167 複数回答]



(図 14) いいねを意識した投稿を行うか
[N=167 単一回答]



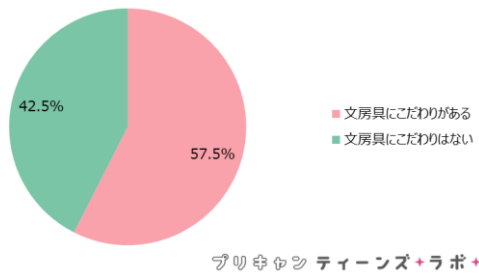
(図 15) どのようなことを意識しているか
[N=59 複数回答]



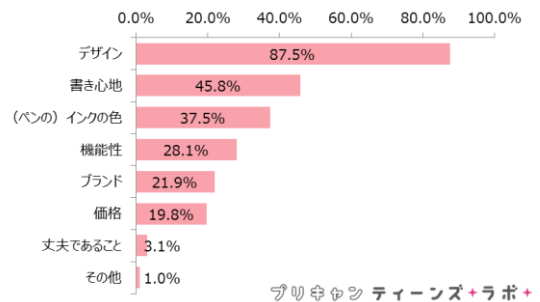
■約 6 割が文房具へのこだわり「あり」(図 16~図 17)

10 代女子が「勉強の様子を SNS に投稿する」際、投稿内容や意識していることとして「文房具」に関する項目が上位に挙がっていたことから、SNS に投稿するという子に「文房具へのこだわりはあるか」を尋ねました。結果、約 6 割の子が「文房具にこだわりがある (57.5%) 」と回答しました。こだわっているポイントについては、「デザイン (87.5%) 」が約 9 割で突出する結果となり、次いで「書き心地 (45.8%) 」 「(ペンの) インクの色 (37.5%) 」という回答も上位に挙がりました。

(図 16) 文房具へのこだわり [N=167 複数回答]



(図 17) 文房具でこだわっているポイント [N=96 複数回答]



【ご参考】 調査を基に作成した 10 代女子が SNS に投稿している勉強の様子の一例



【「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」とは】（URL：<http://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ」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」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」及び調査名称「SNSの勉強アカウントに関する調査」とURL (<http://lab.prcm.jp/study-account/>) 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：<http://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.