

2018年10月9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」  
「スマホに関する調査2018」を実施  
～YouTube、TikTok、Instagramそれぞれの人気インフルエンサーは？  
フェイクニュースの認知度は6割超～**

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（<https://lab.prcm.jp/>）」は、女子中高生を対象に「スマホに関する調査2018」を実施いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ スマホに関する調査2018
- 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9月11日～2018年9月19日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 1,256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】**

- 動画アプリの利用率が昨年比で10ポイント超増加
- 毎日起動するアプリの数は「4～10個程度」が多い
- YouTube、TikTok、Instagram、好きなインフルエンサーに違いは？
  - └ 「YouTube」は「フィッシャーズ」の人气が突出
  - └ 「TikTok」は女の子のアカウントが上位
  - └ 「Instagram」は有名人のアカウントが人気
- 「フェイクニュース」の認知度は6割超！意味を理解している子は約4割

**【調査結果】**

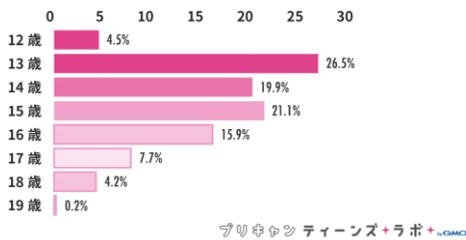
■ 回答者の属性（図1～図4）

～13歳から16歳がボリュームゾーン、スマホのOSは「iOS」「Android」がほぼ同数～

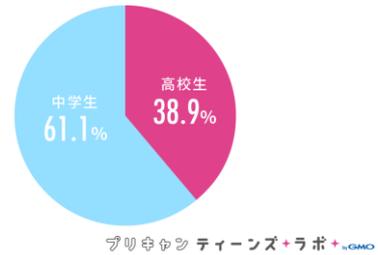
回答者の年齢は13歳（26.5%）が4分の1を占め、ボリュームゾーンは13歳～16歳となりました。属性性別では「中学生（61.1%）」が「高校生（38.9%）」を上回っています。また、利用しているスマホのOSは「iOS（49.0%）」と「Android（47.6%）」がほぼ同数となりました。

利用しているスマホの通信キャリアについては、「docomo（37.0%）」「au（24.1%）」「SoftBank（16.7%）」と続き、「格安SIM・格安スマホ（5.8%）」は1割以下となりました。

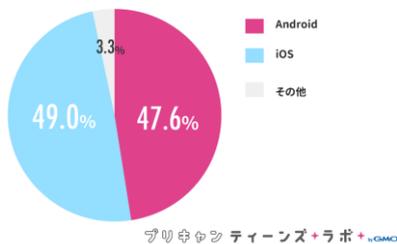
(図 1) アンケート参加者の年齢分布 [N=1,256 単一回答]



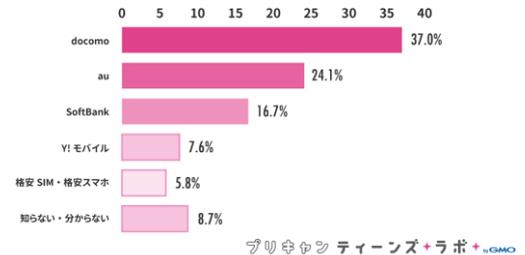
(図 2) アンケート参加者の属性 [N=1,256 単一回答]



(図 3) 利用しているスマホの OS [N=1,256 単一回答]



(図 4) 利用しているスマホの通信キャリア [N=1,256 単一回答]



### ■ 動画アプリの利用率が昨年比で 10 ポイント超増加 (図 5~図 7)

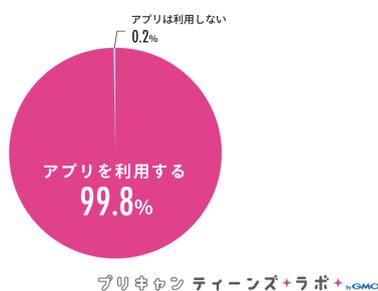
まず、女子中高生に「スマホアプリを利用するかどうか」を聞いたところ、ほとんど全ての子が「利用する (99.8%)」と答えました。

「利用するスマホアプリのジャンル」については、「SNS/コミュニケーションアプリ (92.3%)」が最多、次いで「カメラ・画像加工アプリ (86.7%)」「動画アプリ (84.8%)」が 8 割を超える結果となりました。昨年行った同様の調査結果<sup>(※)</sup>と比較すると、「天気アプリ (2018 年: 36.2%、2017 年: 25.6%)」と「動画アプリ (2018 年: 84.8%、2017 年: 74.7%)」が 10 ポイント以上増加する結果となりました。「動画アプリ」については、「YouTube」や「TikTok」といった動画サービスを利用する女子中高生が増えていることが要因として考えられます。

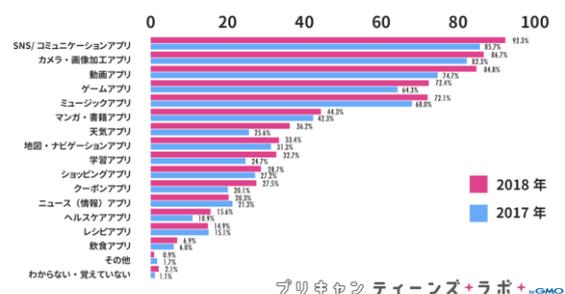
また、「SNS/コミュニケーションアプリを利用する」と答えた子に、主要な 4 サービス「LINE/Twitter/Instagram/Facebook」それぞれについて「毎日利用するか」を尋ねました。その結果、「LINE (98.9%)」は大多数の子が、「Twitter (55.5%)」「Instagram (49.5%)」に関しては約半数の子が毎日利用すると答える結果となりました。

(※) 2017 年 9 月 28 日発表「10 代女子のスマホアプリに関する調査 2017」から女子中高生のデータを抽出して再集計

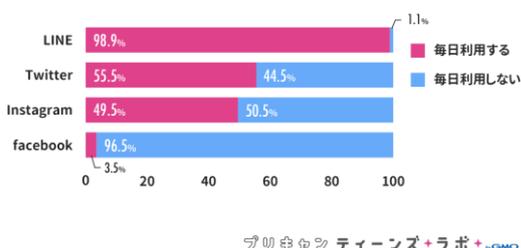
(図 5) スマホアプリを利用するかどうか [N=1,256 単一回答]



(図 6) 利用するスマホアプリのジャンル [N=2018 年: 1,254、2017 年: 1,876 複数回答]



(図 7) SNS/コミュニケーションアプリを毎日利用するか [1]



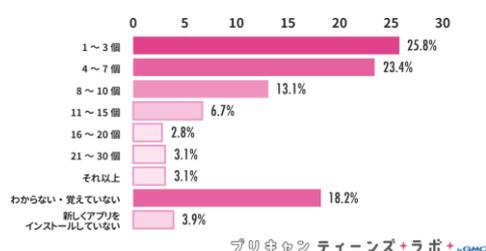
## ■ 毎日起動するアプリの数は「4～10 個程度」が多い (図 8～図 11)

続いて、「スマホアプリ」について女子中高生に調査しました。

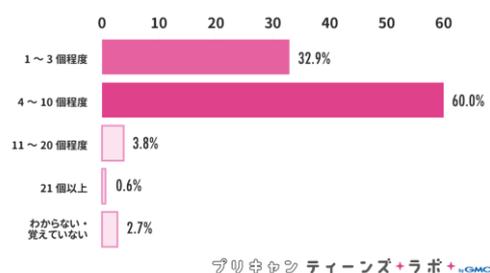
まず、「直近半年以内に新しくインストールしたアプリの数」について聞いたところ、「1～3 個 (25.8%)」と「4～7 個 (23.4%)」に回答が集まり、『1～7 個 (49.2%、合算値)』が約半数を占めました。また、「毎日起動するアプリの数」については、「4～10 個程度 (60.0%)」が 6 割を占め、「1～3 個程度 (32.9%)」が続きました。女子中高生が毎日起動するアプリの数は『10 個以内 (92.9%、合算値)』が基本のようです。

さらに、「アプリに課金することはあるか」については、8 割超の子が「課金をすることはない (85.6%)」と答えました。「課金する」と答えた子の「1 ヶ月の課金額」は、「わからない・覚えていない (25.4%)」を除くと「500 円未満 (24.9%)」が最多となり、過半数の子が『3,000 円未満 (54.8%、合算値)』であることがわかりました。

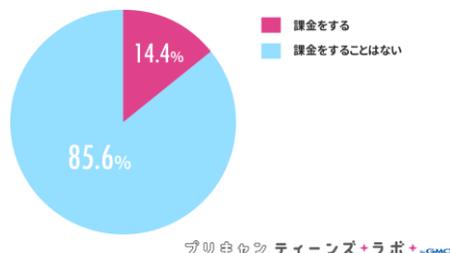
(図 8) 直近半年以内に新しくインストールしたアプリの数 [N=1,254 単一回答]



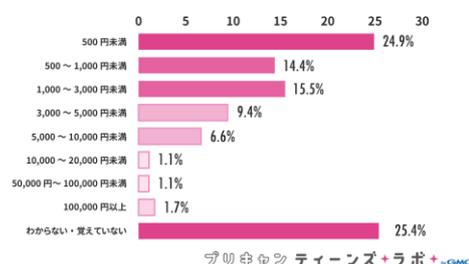
(図 9) 毎日起動するアプリの数 [N=1,254 単一回答]



(図 10) アプリに課金することはあるか [N=1,254 単一回答]



(図 11) 1 ヶ月の課金額 [N=181 単一回答]



## ■ YouTube、TikTok、Instagram、好きなインフルエンサーに違いは？ (図 12～図 14)

昨今では、「Instagram」や「YouTube」などの SNS や動画サービスを通じて、個人が写真・動画を自由に発信できる環境が整っています。これにより、モデルや芸能人だけでなく、一般のユーザーが人気を集め、インフルエンサーとして活躍する例も少なくありません。そこで、女子中高生に利用者が多い「YouTube」、「TikTok」、「Instagram」の 3 サービスについて、人気のインフルエンサー (アカウント) を調べました。

### ～「YouTube」は「フィッシャーズ」の人气が突出～

「好きな YouTube アカウント」については、「Fischer's-フィッシャーズ- (170 票)」が突出する結果となりました。続いて、2016 年 7 月の YouTube チャンネルの開設から約 1 年で登録者数が 100 万人を突破した「スカイピース (93 票)」、カップルで配信を行っている「えむれな (61 票)」、「はじめしゃちょー (53 票)」が上位に挙がりました。

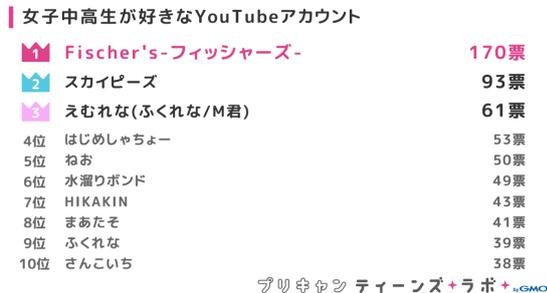
### ～「TikTok」は女の子のアカウントが上位～

最近、女子中高生を中心にユーザー数を増やしている「TikTok」については、話題の小学生アカウント「ひなた (hinata) (102 票)」が最多となり、続いてモデルや YouTube でも活躍している「ねお (70 票)」、「まいきち (26 票)」、「ゆず (26 票)」など、女の子のアカウントが上位に挙がりました。

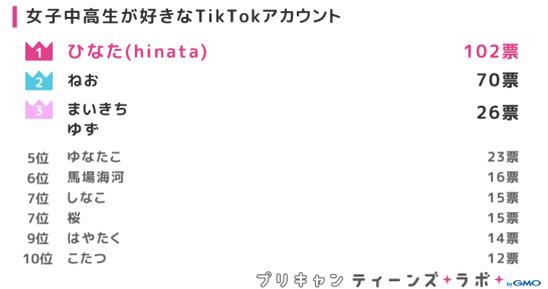
## ～「Instagram」は有名人のアカウントが人気～

「好きなInstagramのアカウント」については、「渡辺直美(38票)」が最多となりました。その他、「TikTok」アカウントでも上位だった「ねお(15票)」、「ひなた(hinata)(8票)」が票を集めたほか、GENERATIONS from EXILE TRIBEメンバーの「佐野玲於(7票)」をはじめ有名人のアカウントが多く挙がりました。

(図 12) 好きな YouTube アカウント  
[N=1,256 自由回答]



(図 13) 好きな TikTok アカウント  
[N=1,256 自由回答]



(図 14) 好きな Instagram アカウント  
[N=1,256 自由回答]



## ■ 「フェイクニュース」の認知度は6割超！意味を理解している子は約4割（図15～図17）

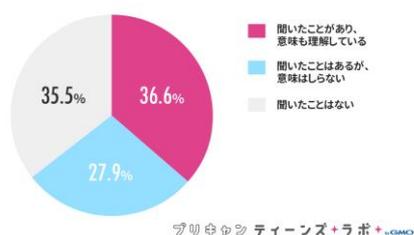
続いて、昨今「フェイクニュース」と呼ばれる虚偽の情報・報道が、SNSなどで拡散されることが問題視されています。そこで、SNSをよく利用している女子中高生に「フェイクニュース」について尋ねました。

「フェイクニュースの認知度」に関しては、「聞いたことがあり、意味も理解している(36.6%)」が約4割に上り、「聞いたことはあるが、意味は知らない(27.9%)」と合わせると、6割超の子が「フェイクニュース」という言葉を認知していることがわかりました。

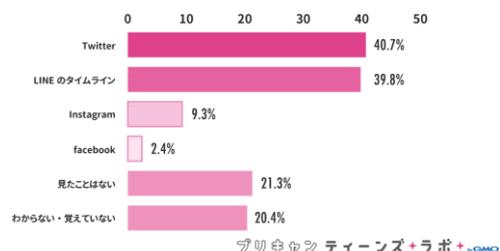
また、「フェイクニュース」の意味を理解している子に「フェイクニュースを見たことがあるSNS」を調査したところ、「LINEのタイムライン(40.7%)」「Twitter(39.8%)」がほぼ同じ割合となりました。

さらに、「フェイクニュースを実際に投稿(シェア含む)したことがあるか」については、「ある(2.8%)」という子はごく少数となりました。

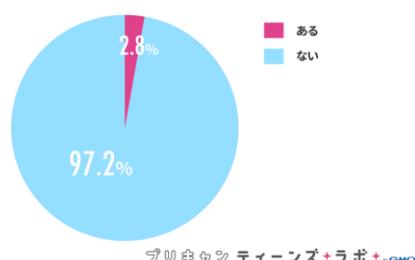
(図 15) フェイクニュースの認知度 [N=1,256 単一回答]



(図 16) フェイクニュースを見たことがある SNS  
[N=460 複数回答]



(図 17) フェイクニュースを実際に投稿したことがあるか  
[N=460 単一回答]



## 【本調査の背景】

「プリキャンティーンズラボ byGMO」では“スマホネイティブ世代”と称される 10 代女子を対象に、2016 年から「スマホ（アプリ）に関する調査」を行っています。特にスマホアプリについては毎年流行が移り変わっており、最近では「YouTube」のみならず、「Instagram」のストーリーズや「TikTok」など、動画を投稿・閲覧できるサービスを利用している子が多く見受けられています。

そこで今年も、女子中高生におけるスマホに関する流行を明らかにするとともに、昨今 SNS での拡散が問題となっている「フェイクニュース」について認知度を探るべく、アンケート調査を実施いたしました。

## 【「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『スマホに関する調査 2018』と URL (<https://lab.prcm.jp/smartphone-application-2018/>) 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](mailto: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](mailto: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.