

報道関係者各位

2013年10月18日
トレンドーズ株式会社
株式会社リビジェン

スマホ普及により変化する10代・20代のコミュニケーション事情 約5割が使用している「ガールズ顔文字」は“スマホ女子”の新常識！ 多様化する表現手段と、駆け引きだらけの実態とは！？

ソーシャルメディアマーケティングを手がけるトレンドーズ株式会社(東京都渋谷区・代表取締役 経沢香保子)と、スマートフォンユーザーに特化したマーケティングリサーチ事業を展開する株式会社リビジェン(東京都港区・代表取締役 孫尚均)は、このたび共同調査として、10代・20代の女性を対象とした「女性スマートフォンユーザーのコミュニケーションに関する意識・実態調査」を実施いたしました。

◆調査背景

平成25年6月14日に総務省が発表した「平成24年通信利用動向調査の結果」にも見られる通り、スマートフォンのユーザー数は昨今、急速な成長をとげています。特に、中高生である10代のスマートフォンユーザーは格段に増えており、それにとどまらず、スマートフォンの若い世代への影響力は大きくなっています。

今回おこなった調査では、こうした若い世代への影響の中でも、コミュニケーションにフォーカス。携帯電話・スマートフォン市場で大きなターゲットとされている10代・20代の女性スマートフォンユーザーを対象とし、彼女たちのスマートフォンによるコミュニケーションについて、アンケートを行いました。その結果から明らかになった、現代の“スマホ女子”の新しいコミュニケーション手法や、その本音、フィーチャーフォン時代からスマートフォン時代への移り変わりにあたって起きた変化などについて、レポートいたします。

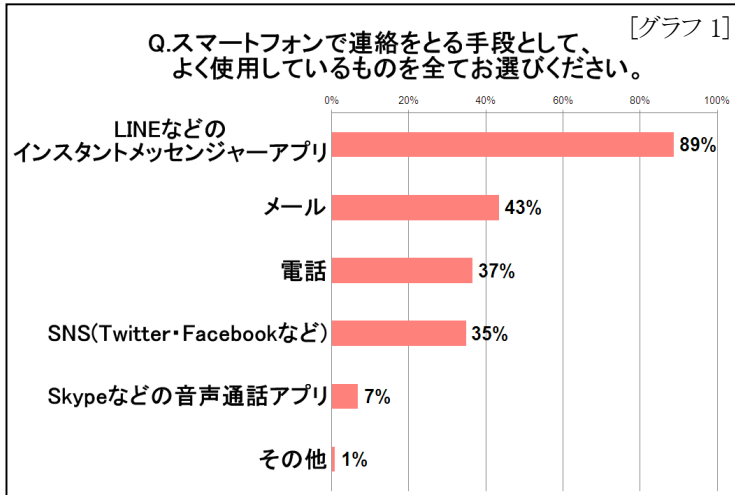
なお、本調査には、スマートフォンを利用したインターネットリサーチ「スマホリサーチ」を使用します。普段のスマートフォンでのコミュニケーションを再現することにより、若い世代の女性のありのままの、自然な回答結果を得ることを狙いました。

◆調査概要

- ・調査手法: スマホリサーチ(スマートフォンを利用したインターネットリサーチ)
- ・調査対象: 10代・20代のスマートフォンユーザーの女性 500名 (10代:250名・20代:250名)
- ・調査地域: 全国
- ・調査日: 2013年10月10日(木)
- ・調査機関: 株式会社リビジェン

■ ただのメールはもう古い！？10代・20代の新たなコミュニケーション事情

はじめに、普段スマートフォンで連絡をとる手段としてよく使用するツールを聞いたところ、「**LINEなどのインスタントメッセージアプリ※**」が**89%**と、次点の「メール」(43%)に対して約**2倍以上の差がつく結果**となりました。そのほかのテキスト形式での連絡手段としては、「SNS(Twitter・Facebookなど)」が35%、音声形式での連絡手段は「電話」(37%)が最も多く、電話の代替として普及が進んでいる「Skypeなどの音声通話アプリ」は7%にとどまりました。
[グラフ 1]



加えて、これらの連絡手段のうち、最も使用頻度が高いものについて聞いたところ、「LINEなどのインスタントメッセージアプリ」が約8割と、大多数を占めました。対して「メール」を最も使用していると回答したのは約1割程度で、10代の回答では3%だったのに対して、20代では10%と、年代によって違いが見られました。また、音声形式での連絡手段としては、「電話」(4%)、「Skypeなどの音声通話アプリ」(1%)といずれも1割未満であり、使用することはあるものの、頻繁に使用する人はわずかのようです。

特に10代・20代の若いスマートフォンユーザーにおいては、LINEなどのインスタントメッセージアプリのような、テキスト形式で簡単に連絡が取れる手段を好む傾向にあることが、如実に表れた結果となりました。

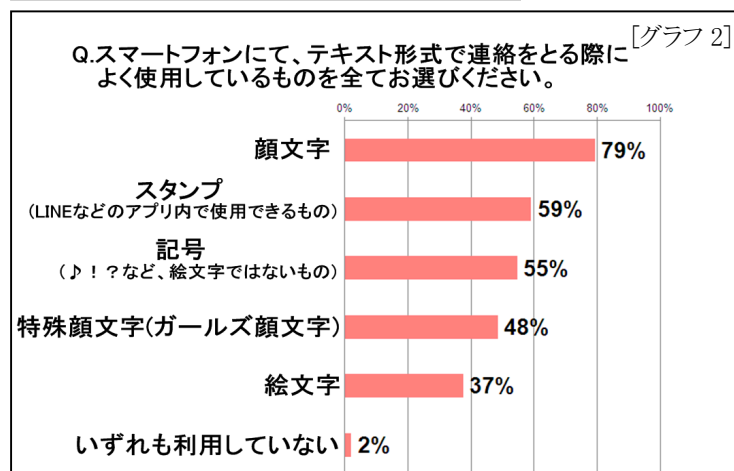
※本調査内の選択肢、「LINEなどのインスタントメッセージアプリ」は、音声によるコミュニケーションを含まないものとします。

■ 約5割が使用している「ガールズ顔文字」は、“スマホ女子”の新常識！



LINEなどのインスタントメッセージアプリやメールなど、テキスト形式での連絡手段の特長として、テキスト(文章)だけでなく、顔文字や絵文字などを組み合わせての表現が可能であることがあげられます。

顔文字や絵文字などはフィーチャーフォン時代にも一般的に使用されていましたが、**スマートフォンの普及にともない、新しく「特殊顔文字」というカテゴリが登場**しています。この「特殊顔文字」とは、従来とは異なる文字コードをもちいて、特殊記号を組み合わせで作られた顔文字です。iPhone、Android 端末などに代表されるスマートフォンでは、特殊記号が使用可能な文字コードを採用していることが多いため、これまではなかった多様な「顔」が表現できるようになりました。



これらの「特殊顔文字」はスマートフォン、そして SNS の普及と同時に浸透し始め、今では専用のアプリやサイトなどがリリースされるほど普及しています。特に若い女性のスマートフォンユーザーからの支持率が高いため、「ガールズ顔文字」と呼ばれることもあります。

今回の調査でも、テキスト形式で連絡をとる際に何を正在しているかを質問したところ、**約5割が「特殊顔文字(ガールズ顔文字)」を使用していると回答**しています。ちなみに、最も使用者が多かったのは「顔文字」(79%)、それ以外では、「スタンプ(LINE などのアプリ内で使用できるもの)」(59%)、「記号(♪! ? など)」

(55%)、「絵文字」(37%)という結果となっています。[グラフ 2] 「特殊顔文字(ガールズ顔文字)」を使用していると回答した人に聞いた、自分のスマートフォンに**辞書登録**をしている「特殊顔文字(ガールズ顔文字)」は平均**25 個**。辞書登録以

スマートフォンが急速に普及する以前は存在しなかった「特殊顔文字(ガールズ顔文字)」が、今や“スマホ女子”の大半に使用されています。先に述べたような、“連絡手段”においての変化だけでなく、その“中身”にも、フィーチャーフォン時代からの変化が確実におとずれていると考えられます。

■ 使われなくなった絵文字…スマホ以前・スマホ以後で変わったのは「感情表現」

そこで、「フィーチャーフォンからスマートフォンに変更をしてから、顔文字や絵文字など、使用するものに変化はありましたか？」と聞いたところ、**64%が「変化があった」と回答**しました。具体的に変化があったポイントとしては、「特殊顔文字を使うようになった。(27 歳・主婦)」という回答が多く見られ、「デコ画像から特殊顔文字を使うようになった。(26 歳・会社員)」、「専用のアプリが便利なので、(特殊)顔文字をよく使うようになった。(25 歳・会社員)」など、**絵文字などからの乗り換え手段として、特殊顔文字(ガールズ顔文字)を選ぶ**人がいることが分かりました。特殊顔文字(ガールズ顔文字)以外への乗り換え手段としては、「スタンプをよく使うようになり、絵文字をあまり使わなくなった。(20 歳・大学生)」など、アプリ内で使用できる「スタンプ」があげられています。

また、こういった乗り換えをおこなった結果として、「**特殊顔文字は種類が多いので感情を伝えやすくなり、友達との連絡が楽しくなった。**(16 歳・高校生)」、「**絵文字よりも特殊顔文字の方が楽に使えるので感情表現が豊かになった。**(24 歳・会社員)」といった回答も目立ちました。スマートフォンへの移行にあわせて、特殊顔文字(ガールズ顔文字)やスタンプが登場したことで、表現の選択肢が大幅に増え、**感情表現の方法までもが変化している傾向**にあると言えます。

■ 多様化する表現手段、スマホコミュニケーションは駆け引きだらけ！？

さらに、こういった特殊顔文字やスタンプなどを使用する際に意識していることや、テクニックについて調査をおこないました。「連絡をする相手によって顔文字・絵文字・スタンプなどを使い分けることはありますか？」と質問をしたところ、「自分の気分次第なので使い分けてない。(21 歳・会社員)」といった回答の一方で、「**友達や好きな人には顔文字・スタンプを使うが、嫌いな人、特に興味がない人へは文字だけにしている。**(20 歳・大学生)」など、相手によってあからさまに使い分けをしている回答も多数あがっています。ほかにも、「仲の良い友達には変な特殊顔文字やスタンプを使用するが、あまり仲が良くない人には、デフォルトで登録されている顔文字を使用する。(16 歳・高校生)」など、「**特殊顔文字」と「顔文字」を細かく使い分けている**という回答もありました。

これに加えて、「**かわいさをアピールしたいときには照れているような顔文字を使う。**(16 歳・高校生)」「**男性に対しては、いざというときの効果を大きくするために、ハート系の顔文字やかわいいデザインのスタンプは普段は使用しない。**(27 歳・主婦)」など、自己表現や、恋愛などの人間関係において、一種の駆け引きをするために使い分けをしている人も見られました。

ただし、**スマートフォンならではのコミュニケーション上の弊害**も出現しているようで、中でも目立ったのが、主にアプリなどで取り入れられていることが多い“既読機能”についての内容でした。約 3 人に 1 人が、「“既読”状態であることがわかる連絡手法は不便だと感じることもある(29%)と“不便さ”を感じ、「“既読”表示がされていると、返信をしなければならぬと感じてしまう(46%)と、“不安”を感じた人も、約半数にも上るという結果が出ています。

今回の調査結果からは、スマートフォンを使用することによって、10 代・20 代女性のコミュニケーションの手段が変化し、感情表現などの幅が広がっていることが分かりました。その一方で、多様化するコミュニケーション手段にともなう心理的な駆け引きや、従来なかった弊害が生まれていることも分かり、今後、スマートフォンのさらなる普及とともに、特に若い世代におけるコミュニケーションの様相も変化していく可能性が高いと考えられます。

※文中に記載されている会社名、サービス名は各社の商標、または登録商標です。

■ このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください ■

トレンダーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp/>

担当: 福田(ふくだ) TEL: 03-5774-8871 / FAX: 03-5774-8872 / MAIL: press@trenders.co.jp

株式会社リビジェン <http://www.livigen.co.jp/>

担当: 室谷(むろや) MAIL: info@livigen.co.jp