

実践『ペルソナ』通信 (No. 37)
「実践女子大生における3大SNS (Twitter, Instagram, Facebook) の利用状況」
に関する調査結果

～Twitter と Instagram の利用目的は情報収集が半数以上～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、「SNS の利用状況および影響」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は50サンプルでした。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斎藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

総括

渋谷キャンパスに所属する実践女子大生は、日頃どのように SNS から影響を受けているのか、「SNS の利用状況」の実態について、50 サンプルの実践女子大生から回答を得ました。

SNS の利用率は100%であり、どの生徒も一つ以上の SNS を利用していることがわかりました。利用されている SNS では、「Instagram」が37%(47人)と最も高い割合となりました。以下、ほぼ同数で「Twitter」37%(46人)、「Facebook」22%(28人)、その他の回答では Snap chat や mix channel との結果となりました。

調査結果のポイント

(1) 実践女子大生の SNS 利用率は100%

SNS 利用率を調べたところ、すべての人が利用しているとわかった。(図1-1) (図1-2)

(2) SNS 利用時間で最も多いのは1時間～1時間半

SNS 利用時間を調査したところ最も多かったのは、1時間～1時間半(24%)と予想よりも短い結果となった。次いでは2時間～2時間半(16%)となった。(図2-1)

(3) Twitter と Instagram に求めるものと Facebook に求めるものは違う

実践女子大生が Twitter と Instagram に求めているものはほぼ同じで、情報を得たいという回答が最も多かった。一方 Facebook では暇つぶしという回答が最も多かった。SNS ごとに求めているものは違うと予想していたが、結果的には Facebook 以外の Twitter、Instagram は求めているものが同じであることがわかった。(図3-1) (図3-2) (図4-1)

(4) 休日に外出しない人の方が SNS の利用時間が長い

休日に外出することが多い人と休日は家で過ごすことが多い人でそれぞれ SNS 利用時間をしらべたところ、休日は家で過ごすことが多いの方が SNS 利用時間は長いことが分かった。(図 6-1) (図 6-2)

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象： 実践女子大生 3 年生 (短大生含む、渋谷キャンパス在生)
2. 調査方法： 質問紙によるアンケート
3. 調査期間： 2016 年 11 月 20 日～12 月 15 日
4. 有効回答者数： 50 人
5. 回答者の属性：【実践女子大学生：学年】3 年生 100%

本件調査担当

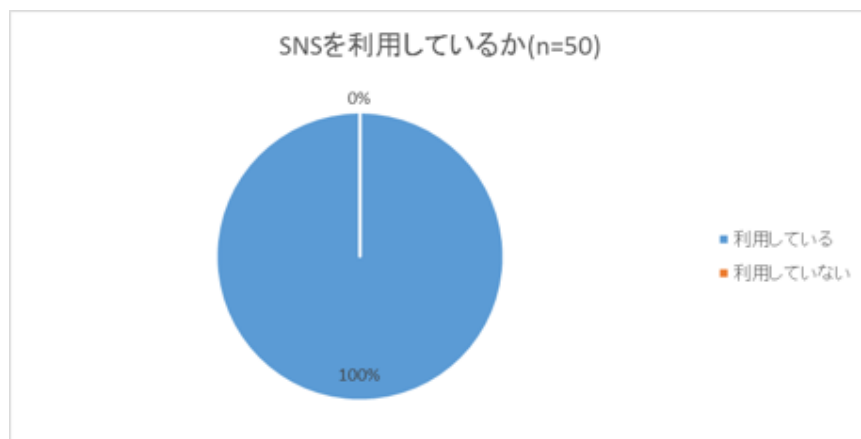
実践「ペルソナ」研究会
3 年 小柴 優希
3 年 斎藤 葉月
3 年 宮藤 真夕子

調査結果データ

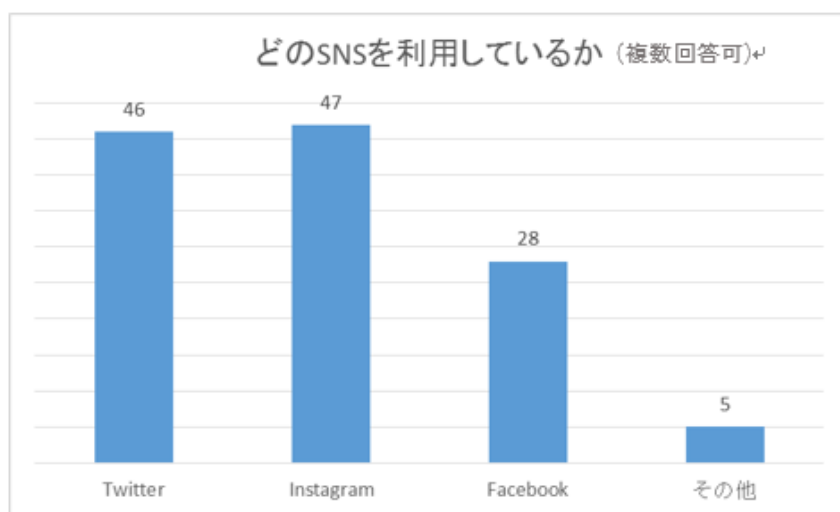
(1) 実践女子大生における SNS の利用状況

SNS を利用しているかという質問には、すべての人が利用していると回答した。どの SNS を利用しているかという質問では、Twitter が 46 名、インスタグラムが 47 名、Facebook が 28 名、その他が 5 名となった。その他の回答では Snap chat や mix channel が挙げられた。

【図 1-1】 SNS を利用しているか (n=50)



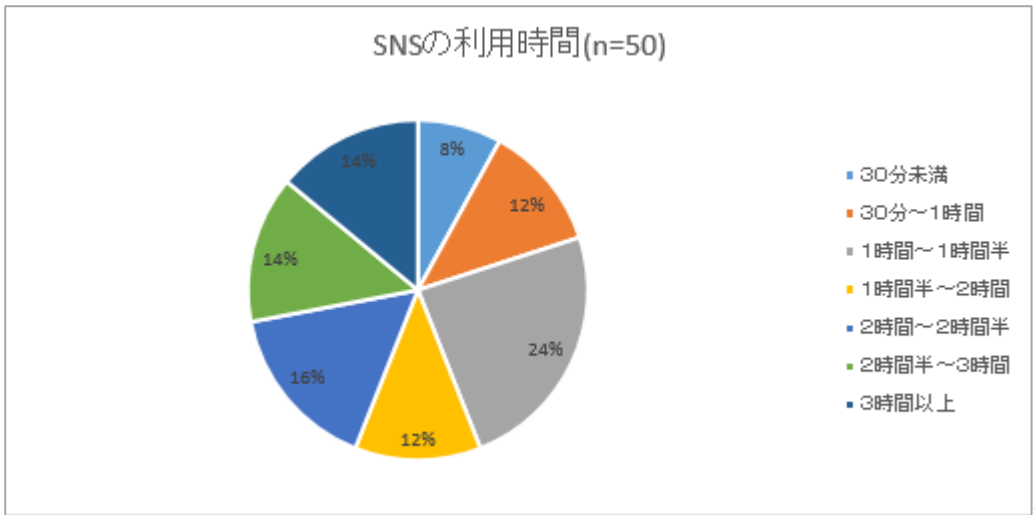
【図 1-2】 実践女子大生における利用している SNS の種類 (複数回答可 n=126)



(2) 実践女子大生における SNS 利用時間

SNS を 1 日でどのくらいの時間利用しているかという質問をしたところ、最も多かったのが「1 時間～1 時間半」で 24%だった。次いで「2 時間～2 時間半」が 16%、「2 時間半～3 時間」・「3 時間以上」が 14%、「30 分～1 時間」・「1 時間半～2 時間」が 12%、30 分未満が 8%となった。今回の結果で、約 4 人に 1 人が 1 日で 1 時間～1 時間半 SNS を利用していることがわかった。

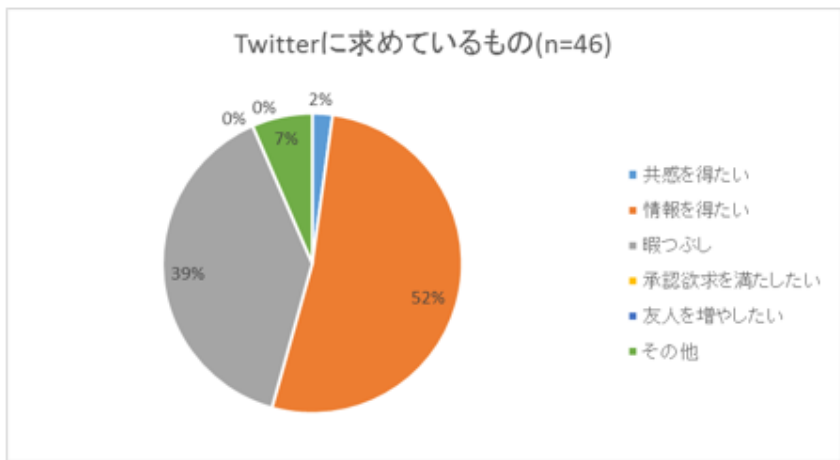
【図 2-1】 実践女子大生における SNS の利用時間 (n=50)



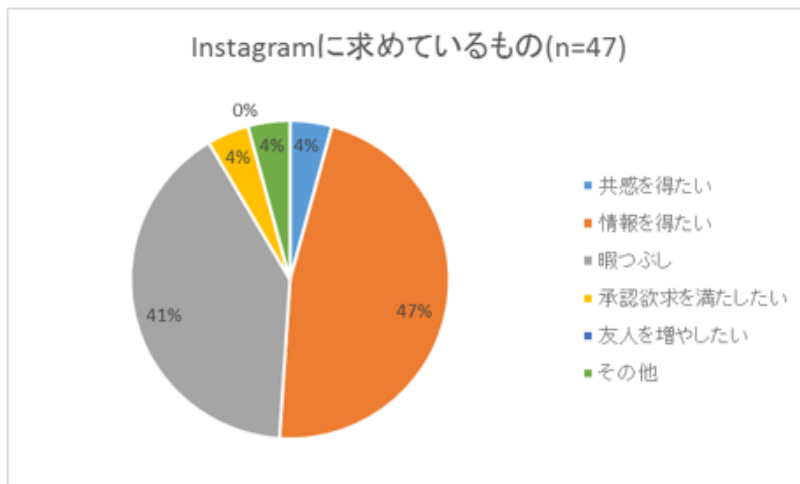
(3) 実践女子大生が Twitter と Instagram に求めるものは共に” 情報”

SNS に何を求めているのかを Twitter、Instagram、Facebook の主要 SNS サイト別に調査したところ、Twitter と Instagram において最も高いのは“情報を得たい”という回答だった。また、Twitter と Instagram 共に 2 位は“暇つぶし”であった。この 2 つのツールはグラフに似通った点があり、実践女子学生は Twitter と Instagram に求めていることはほぼ同じであり情報を得たいということが分かった。

【図 3-1】 実践女子大生が Twitter に求めているもの (n=46)



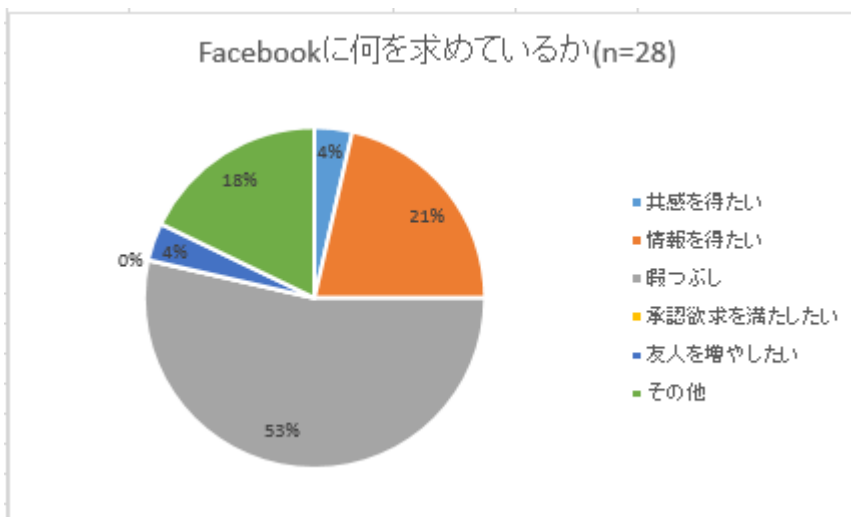
【図 3-2】 実践女子大生が Instagram に求めているもの (n=47)



(4) 実践女子大生が Facebook に求めているのは”暇つぶし”

SNS に何を求めているのかを Twitter、Instagram、Facebook の主要 SNS サイト別に調査したところ、Facebook の最も高い回答は“暇つぶし”であった。Twitter や Instagram とは異なり、“情報を得たい”という回答は 21%にとどまった。その他の回答では「就活への利用」「意識の高い人の投稿を見て刺激を得る」などが挙げられている。つまり、Facebook に求めるものは暇つぶしであり、(2)の結果と総合して考えると、それぞれの SNS サイトによって求めるものが違うことが分かった。

【図 4-1】 実践女子大生が Facebook に求めているもの (N=28)



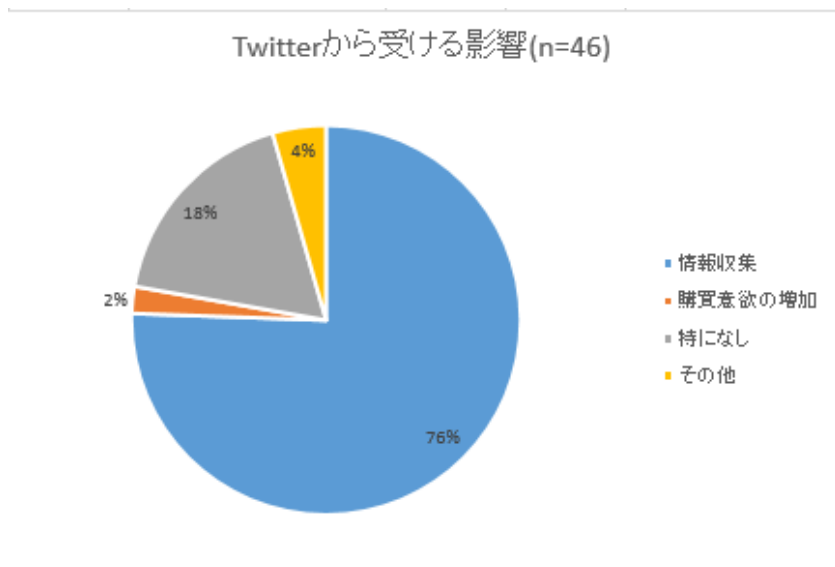
(5) SNS から受ける影響は”情報収集”が半数以上

SNS から受ける影響を調査したところ、3つの SNS の中でも Twitter (76%)と Instagram (49%)は「情報収集」が多いとわかった。情報収集の内容としてはフォローしている人の近況や今話題になっているイベント、新製品情報など多岐に渡るようだ。

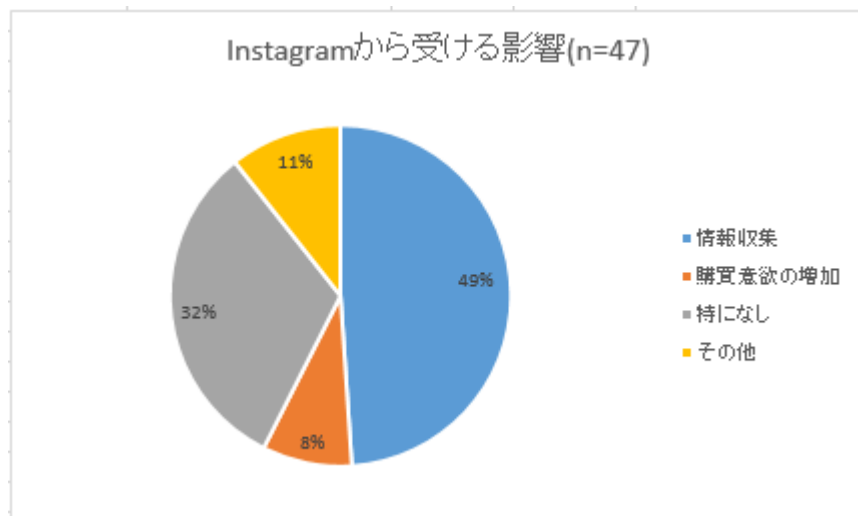
一方で、Facebook から受ける影響は「特にない」が 70%を占め、その次に多い「その他」の回答と

しては、「自分のスキルを上げることに意識が高い人を見て自分も意識をあげる」や「就活関連の情報収集」などがあげられた。

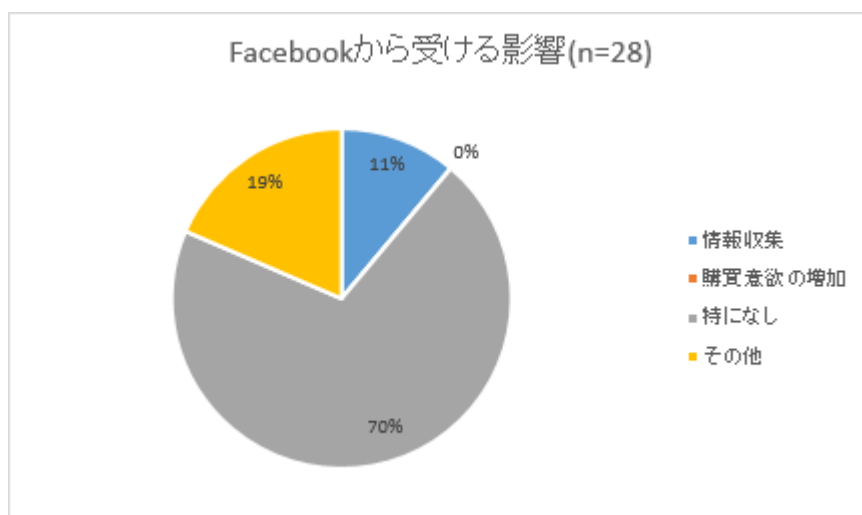
【図 5-1】 Twitter から受ける影響 (n=46)



【図 5-2】 Instagram から受ける影響 (n=47)



【図 5-3】 Facebook から受ける影響 (n=28)

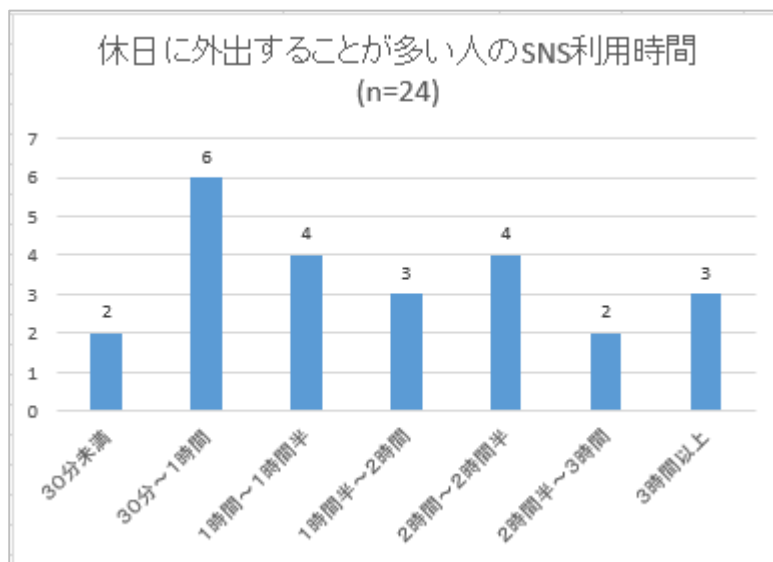


(6) 休日に外出しない人の方が SNS の利用時間が長い

今回私たちは、休日に外出する人の方が SNS から情報などの多くの影響を受けており、そのため SNS の利用時間が長いのではないかと仮説をたてた。

そこで、「外出する・どちらかと言えば外出する」人（24人）と「外出しない・どちらかと言えば外出しない」人（18人）のなかで SNS の利用時間を調べた。しかし私たちの仮説とは異なり、外出をしない人の方が利用時間の長い人が多かった。

【図 6-1】 休日に外出することが多い人の SNS 利用時間 (n=24)



【図 6-2】 休日に外出しないことが多い人の SNS 利用時間 (n=18)

休日に外出することが少ない人のSNS利用時間
(n=18)

