

Press Release

2018年9月10日

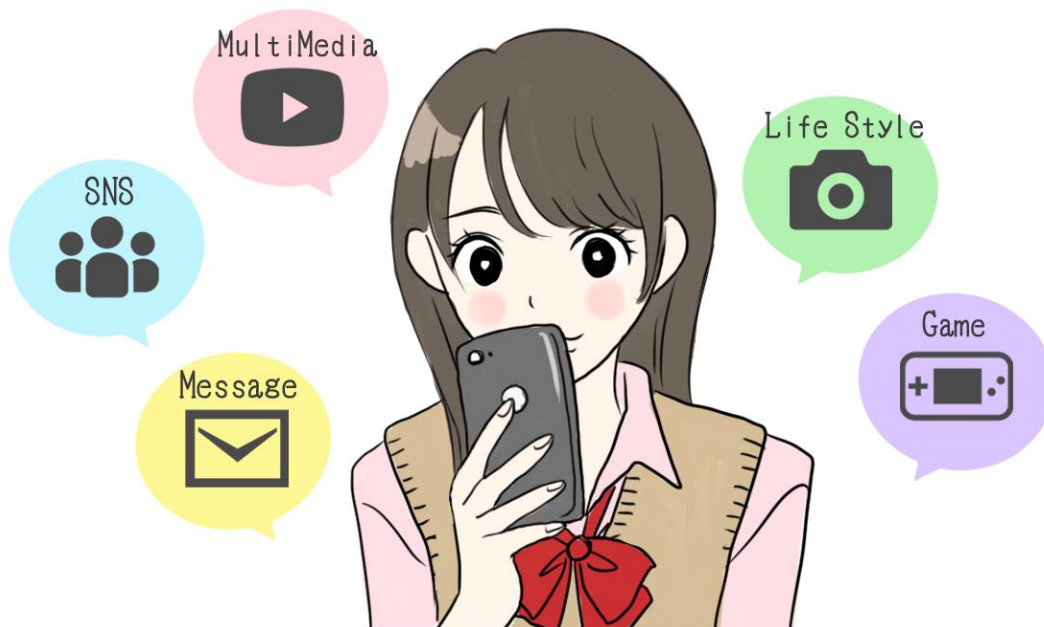
トレンダーズ株式会社

TT 総研、10代のスマホサービストレンドを調査

スマホネイティブ世代が毎日使うアプリ・WEBサービスは？

5つのカテゴリから上位+注目をピックアップ

若年層のトレンドやインサイトを分析するマーケティング研究機関「TT 総研 -Teens Trend 総研-」(ティーティー ソウケン)は、このたび、「10代のスマホサービストレンド」に関する意識・実態調査をおこないました。



今から10年前、2008年はiPhoneが発売され、TwitterやFacebookが日本語対応した年。今の中高生は当時まだ3～8歳頃であり、まさにスマホネイティブな世代と言えます。そんな彼ら・彼女らは日々様々なアプリやネットサービスを駆使し、生活を充実させることに余念がありません。新しいものへの順応が早く、ほぼ彼女たちの世代だけで知られているようなものも数多くあります。

そこで今回は、315名の10代男女に「ほぼ毎日使っているスマホサービス」について調査を実施。連絡ツール、SNS、マルチメディア、ライフスタイル、ゲームという5つのカテゴリそれぞれの上位3つを回答してもらいました。

調査概要

- ・調査対象：15歳～19歳 男女 315名
- ・調査期間：2018年5月17日(木)
- ・調査方法：「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンサーチ

LINE、Twitter、Instagram、YouTube の 4 大サービスに“+α”の傾向

◆連絡ツール編

まず、ほぼ毎日使う“連絡ツール”について聞いたところ、315 名中「LINE」という回答が 284。全体の 9 割にもおよび、断トツと言えます。次いで「Twitter」が 100、「Instagram」が 90 と続きました。

Twitter や Instagram については、フィードを投稿したり閲覧したりといったいわゆる“SNS”としての使い方だけでなく、メッセージ機能などで“連絡ツール”として日々使っているという方が約 3 割もいるという実態が明らかになりました。



👉 TT 総研 Pick Up

- **ひま部** 中学生・高校生・大学生限定のコミュニティアプリ。
- **Discord** ゲーマー向けのボイスチャットサービス。
- **DISCO** ゲイの方用チャット&デートサービス。(18 歳以上が利用対象)

自分と近い人とだけ繋がれる場所を求めている傾向

定番ツールの他にいくつかの回答が集まったのが、学生限定アプリ「ひま部」、ゲーマー向けチャット「Discord」。また、少数ではありますがゲイ向けサービス「DISCO」の名も。これらのサービス特徴から、今の 10 代は他の世代が入ってこられない、大人に邪魔されない限定的な空間や、自分の趣味に特化した人だけで繋がる空間に居心地の良さを感じている様子がうかがえます。

◆ SNS 編

毎日使っている“SNS”として最も多く回答があがったのは、「Twitter」(回答数：195)。次いで「LINE」(回答数：153)、「Instagram」(回答数：113)と続きます。連絡ツールで圧倒的な利用率を誇るLINEは、10代にとってSNSとしての認識も非常に強いようです。



👉 TT 総研 Pick Up

- **Studyplus** 学習する人が集まる総合プラットフォーム。勉強の記録・管理ができ、友達と共有することができる。
- **HelloTalk** グローバル言語学習・文化交流ソーシャルネットワークアプリ。学習したい言語のネイティブスピーカーと簡単に繋がることできる。
- **カカオトーク** 韓国で最も使われている無料通話・メールアプリで、日本で言うところの LINE。LINE と同じく、アプリスタンプに登場するキャラクターが大人気。

勉強もコミュニケーションのひとつという感覚

中高生の SNS 活用法として知られる“勉強垢”。学習の記録や勉強法を投稿し、同じように勉強に取り組む同世代同士で繋がることで互いにモチベーションアップを図るというものですが、こういった文化が定番化したように、今の 10 代にとってデジタル学習は当たり前。学習管理のためのプラットフォーム「Studyplus」や、海外の人と繋がって語学学習ができる「HelloTalk」を、SNSとして活用している方が多いようです。「勉強をする行為 = 同世代間のコミュニケーション」と捉えているのかもしれない。

◆マルチメディア編

動画を中心とするサービスを“マルチメディア系”として質問したところ、最も多かったのは「YouTube」(回答数：206)。次点以降に大きく差をつけており、「動画を見る＝まずはYouTube」という10代の意識がうかがえます。2位は「ニコニコ動画」で回答数25、3位にはTVCMも開始し、急速に話題を集める「TikTok」が回答数12でランクインしています。



👉 TT総研 Pick Up

- **Mirrativ** スマホだけでゲーム実況が配信できるアプリ。
- **nana** 歌声や楽器演奏を簡単に録音でき、共有できるサービス。
- **V LIVE** NAVERが運営する動画配信サービス。K-POPアイドルをはじめとした韓国のタレントに特化しており、多数の公式チャンネルが開設されている。
- **TVer** 民放が連携した初めての公式テレビポータル。各局の人気ドラマやバラエティが見逃し配信されている。
- **AbemaTV** サイバーエージェントとテレビ朝日の出資による株式会社 AbemaTV が運営するインターネットテレビ。


動画配信サービスのシェアは激戦り！

YouTube やニコニコ動画のようなポータル系のサービスの他、複数回答が集まったのはゲーム実況アプリ「Mirrativ」や、音楽SNS「nana」。単なる“動画”ではなく、こうしたジャンル特化型の動画サービスが一部ユーザーの間でアクティブに利用されているようです。また、「TVer」や「AbemaTV」をはじめ、「Netflix」、「Hulu」などの大手VODサービスの名前も挙がりました。若者のテレビ離れが指摘されていますが、今の10代は他の世代よりも動画コンテンツが身近な環境で育っている世代。放送時間に縛られずに視聴するのが当たり前になっていることはもちろん、動画コンテンツに対して目が肥えているということも、一因かもしれません。

◆ライフスタイル編

カメラアプリなどを含む“ライフスタイル系”サービスは、SNS や動画サービスなどに比べてより多様な名前が挙がる中、最も回答が多かったのは、かわいい自撮り加工が楽しめるアプリ「**SNOW**」(回答数：32)。次いでフリマアプリの「**メルカリ**」(回答数：31)、写真加工アプリの「**B612**」(回答数：22)と続きました。



※調査対象：10代男女315名 

👉TT 総研 Pick Up

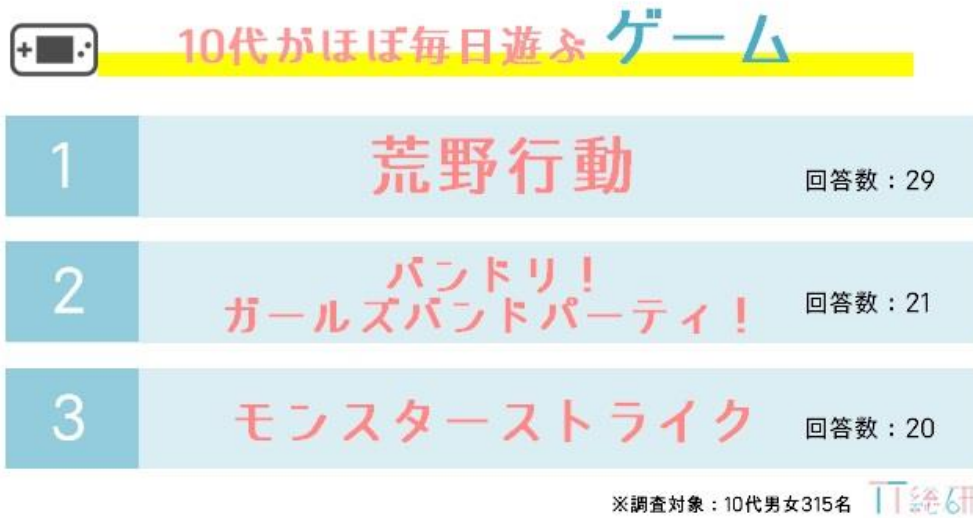
- **Classim** 時間割を簡単に作れるアプリ。
- **シフトボード** バイトのシフト管理や給料計算などができるアプリ。
- **ペタットカレンダー** 300 種類以上のスタンプが揃った、女子向けのカレンダーアプリ。
- **LIPS** コスメ・メイク・化粧品のクチコミ検索サービス。
- **LUCRA** KDDI と Gunosy が共同運営する女性向け情報サービス。
- **ST channel** 人気中高生向け雑誌『Seventeen』が運営する、ティーン向けトレンド情報発信アプリ。
- **Qoo10** キューテンと読む。アジアの若い女性を中心に人気を集めるファッション EC サイト。
- **SHOPLIST** クルーズが運営するファッション EC サイト。

情報発信サービスはミレニアルピンクで差別化

スケジュール管理からアパレル EC まで、様々なジャンルのサービス名が挙がりましたが、特に注目なのは「LIPS」「LUCRA」「ST channel」といった女性向け情報発信サービス。3 つともピンクをメインカラーとしたアイコンになっていますが、それぞれ印象が異なります。“ミレニアルピンク”(今の 10 代後半～20 代を中心とした世代が好む、様々なピンク色のこと)というワードが生まれるほど、ピンクに対して繊細な感性とこだわりを持つ今の若年女性。そんな女性たちの細やかなインサイトを読み取りながら、情報発信サービスもメディアコンセプトやアイデンティティを細かく設定しています。このような状況を鑑みるに、かつてのような「若い女性みんなが見るメディア」は今後生まれにくく、情報収集の場はますますライブ化していくのではないかと予想されます。

◆ゲーム編

“ゲーム”についてもライフスタイル系と同様、様々なタイトルが挙がりました。最も多く回答が集まったのはバトルロワイヤルゲーム「**荒野行動**」(回答数：29)。次いでメディアミックス作品「BanG Dream!」シリーズの「**バンドリ！ ガールズバンドパーティ！**」(回答数：21)、「**モンスターストライク**」(回答数：20)と続きます。



👉 TT 総研 Pick Up

- **PUBG(プレイヤーアンノウンズ バトルグラウンズ)** 多数のプレイヤーで戦うサバイバルゲーム。世界各国でヒットしている。
- **パズドラ(パズル&ドラゴンズ)** モンスターと一緒にパズルの力で冒険するゲーム。
- **Fate GO(Fate/Grand Order)** 人気 PC ゲーム『Fate/stay night』を元として製作されたスマホ専用のRPG。
- **スクフェス(ラブライブ！スクールアイドルフェスティバル)** 人気シリーズ『ラブライブ！ School idol project』の、スマホ版リズムアクション&アドベンチャーゲーム。

メディアミックスシリーズの作品が人気

アニメ、ライトノベルなどで人気を博してきた「Fate」シリーズの「FGO(Fate/Grand Order)」や、同じくアニメや漫画、小説などでブームを巻き起こした「ラブライブ！」シリーズの「スクフェス」といった、メディアミックス作品の名前が挙がっているのが注目ポイント。「PUBG」のようないわゆるゲーマーが好みそうな作品だけでなく、ひとつのストーリーを軸としたプロジェクトの一環としてゲームを楽しむ層が一定数存在していると言えそうです。スマホゲームは今の10代にとって、自分が好きなコンテンツストーリーをより楽しむための娯楽であり、映画やアニメと横並びになって受け入れられている様子がうかがえます。

今回の調査を通して、LINE、Twitter、Instagram、YouTube については、多くの 10 代が“ほぼ毎日”利用していることがわかりました。これらに加え、どんなサービスを +α で使うかで、それぞれの個性が現れるといえそうです。

移り変わりの非常に早い 10 代のスマホトレンド。TT 総研では、今後も積極的に調査を行ってまいります。



TT 総研は、10 代のトレンド情報やインサイト分析を行うマーケティング研究機関です。気になるテーマやイベントについての調査や、リアルな声を拾い上げるための座談会を定期的 to 実施。長年女性マーケティングに携わり、インフルエンサーマーケティングやマイクロマーケティングといった次世代型のソリューションを提供するトレンドーズならではの観点で、分析レポートを発信していきます。

■ WEB サイト : <http://tt-soken.jp/>

お問い合わせ

TT 総研 (トレンドーズ株式会社) 担当 : 保谷 絢子 (ほたにあやこ) ・ 佐藤 由紀奈 (さとうゆきな)

TEL: 03-5774-8873 / FAX: 03-5774-8875 / mail: tt_soken@trenders.co.jp