

実践『ペルソナ』通信 (No. 98)

女子大学生の「LINE スタンプ利用」に関する調査

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、女子大学生の「LINE スタンプ利用」についてアンケート調査を実施しました。

※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「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

はじめに

女子大学生が日ごろから使っている SNS として LINE があります。そして、コミュニケーションに欠かせないツールである LINE の機能のひとつに「LINE スタンプ」があり、多くの種類が販売されています。そこで今回の調査では、イマドキの女子大学生が利用する SNS の中でも、利用率の高い SNS である LINE の「LINE スタンプ利用」に注目して行きます。

総括

今回の調査を通して、女子大学生は好きなキャラクターやクリエイターであることを理由に LINE スタンプを購入しており、LINE スタンプに対しては好意的で、送信相手によって使い分けていることがわかりました。一方で、スタンプが送られてきた際に困った経験があるという人が半数でした。また LINE スタンプを利用することで自己表現をできると感じるほど、スタンプ機能が重要だと感じる人が多いこともわかりました。

一方、2020年2月以降（緊急事態宣言等）の状況下で LINE の利用頻度が増えた人が多いことがわかりました。そして、LINE スタンプをプレゼントした経験がある人は少なく、相手は親しい友人や家族で、相手が好きな系統のスタンプを選ぶこともわかりました。また、LINE スタンプをもらったことがある相手は家族が一番多く、次に親しい友人が多いとわかりました。

Topics

- (1) LINE スタンプの購入理由は、好きなクリエイターやキャラクターである人が多い
- (2) LINE スタンプに対して好意的な人は多い
- (3) LINE スタンプが送られてきて困った経験がある人は多い
- (4) LINE スタンプを送信相手によって使いわける人は多い
- (5) LINE スタンプで自分らしさを表現できると感じるほど、重要だと思う人が多い
- (6) 2020年2月（緊急事態宣言）以降、LINE を利用する頻度が増えた人は多い
- (7) LINE スタンプをプレゼントとして利用する人は少ない

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 伊藤万由子・原田優香・宮下結衣・和氣なつみ

調査概要

- ・調査対象：女子大学生
- ・調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- ・調査期間：2020年10月16日（金）～10月20日（火）
- ・有効回答者数：80名

調査結果

(1) LINE スタンプの購入理由は、好きなクリエイターやキャラクターである人が多い

自分の為にLINEスタンプを購入する理由は何か尋ねたところ、「好きなキャラクターやクリエイターのスタンプ」と回答した人が35人で最も多い結果でした（図1）。一方で、「面白いものがあったから」「くだけた印象になる」「コレクションしたい」がそれぞれ1人で、「LINEでの会話を盛り上げるため」「他の人が使っていて欲しくなった」がそれぞれ4人と少ない傾向にあることがわかりました。このことから、自分の好きなキャラクターやクリエイターのスタンプであることを理由に購入する人が多いということがわかりました。

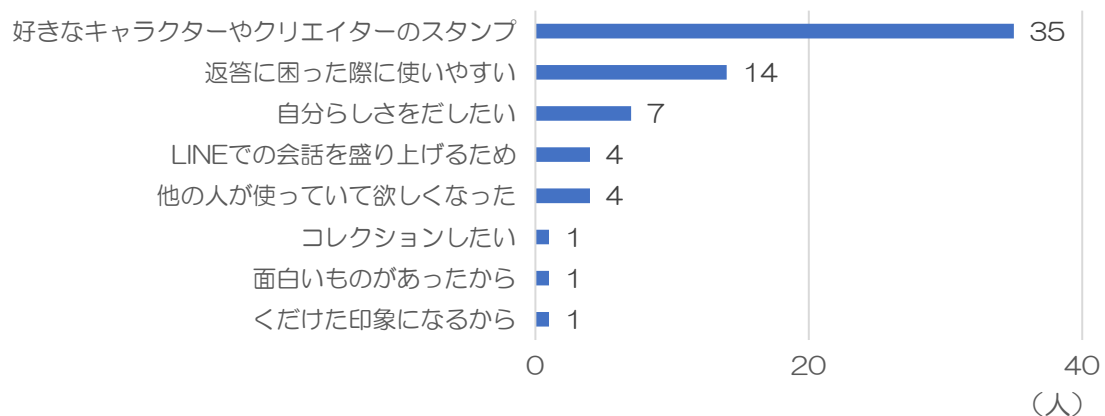


図1.自分の為にLINEスタンプを購入する理由（N=67）

(2) LINE スタンプに対して好意的な人は多い

LINEスタンプを好ましいと思っているか尋ねたところ、「そう思う」と回答した人は43人で最も多い結果でした。「どちらかといえばそう思う」と回答した人は34人で「どちらかといえばそう思わない」と回答した人が4人、「そう思わない」と回答した人が1人で、94%の人が好ましいと思っていることがわかりました（図2）。また、LINEスタンプを気に入っているかと尋ねた所、「そう思う」と回答した人が41人で最も多い結果でした。そして「どちらかといえばそう思う」と回答した人が35人、「どちらかといえばそう思わない」と回答した人が4人、「そう思わない」と回答した人が1人で、こちらも93%の人が気に入っているという回答でした（図3）。また、LINEスタンプの利用には返事や応答、会

話を終わらせたい時、感謝等の気持ちを伝えやすいなどの様々な理由が挙げられています。さらに、LINE スタンプが「面白い」、「便利だ」と肯定的に回答をしている人も多く（図 4）、ほとんどの人が LINE スタンプに対して好印象を持っていることがわかりました。

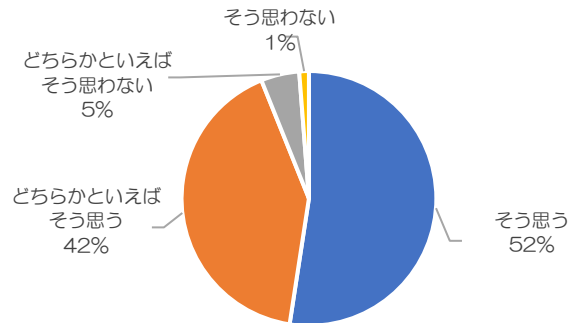


図 2. LINE スタンプ機能を好ましいと思っているか (N=80)

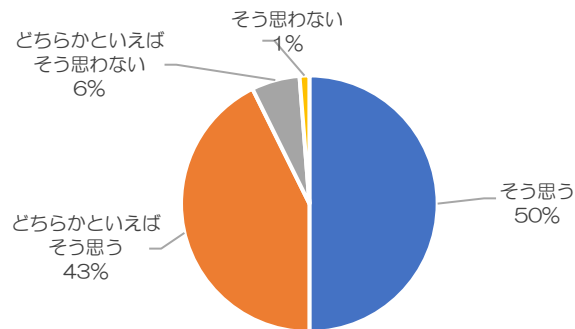


図 3. LINE スタンプ機能を気に入っているか (N=80)

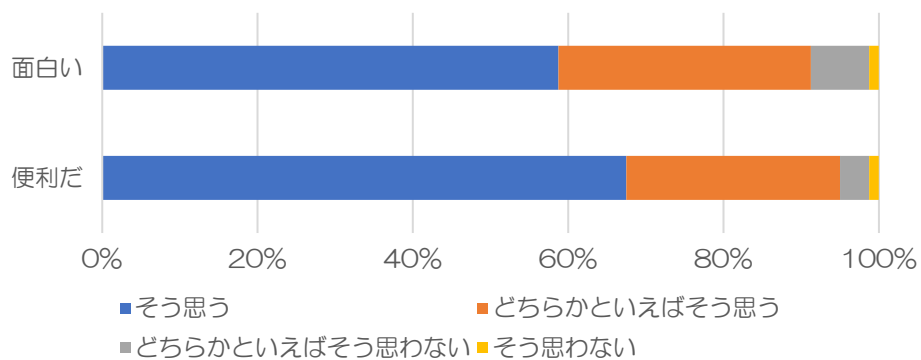


図 4. LINE スタンプ機能を面白い・便利だと思っているか (N=80)

(3) LINE スタンプが送られてきて困った経験がある人は多い

LINE スタンプが送られてきて困った経験として、「送られてきたスタンプの意味がわからない」、「返信すべきかわからない」などが考えられます。そこで、LINE スタンプが送られてきた際に困った経験があるか尋ねたところ、「困った経験がある」と回答とした人が 36 人で最も多く、次に「困った経験はない」と回答した人が 35 人で、「どちらでもない」と

回答した人が11人という結果でした(図5)。困った経験があるという人が半数近くでしたが、LINE スタンプを好ましいと思っている人がほとんどであるため(図2)、困った経験よりもLINE スタンプの利便性などが上回ると考えました。

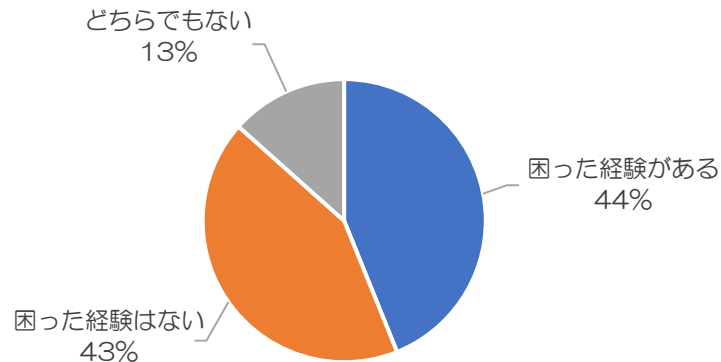


図5.LINE スタンプが送られてきた際に困った経験の有無(N=80)

(4) LINE スタンプを送信相手によって使いわける人は多い

送信相手によって送るLINE スタンプを使いわけるか尋ねたところ、93.8%(75人)の人が使い分けることがわかりました(図6)。また、LINE スタンプを送る際抵抗感のある人は、先輩38人、ゼミの先生23人で、主に目上の方に送ることに抵抗感があることがわかりました(図7)。一方、とくにないと回答した人が8人おり、LINE スタンプを気軽に利用している人がいることもわかりました。

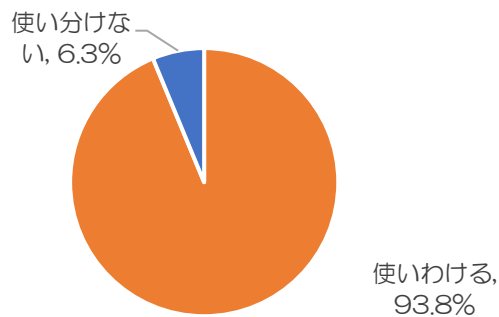


図6.送信相手別のLINE スタンプ使い分けの有無(N=80)

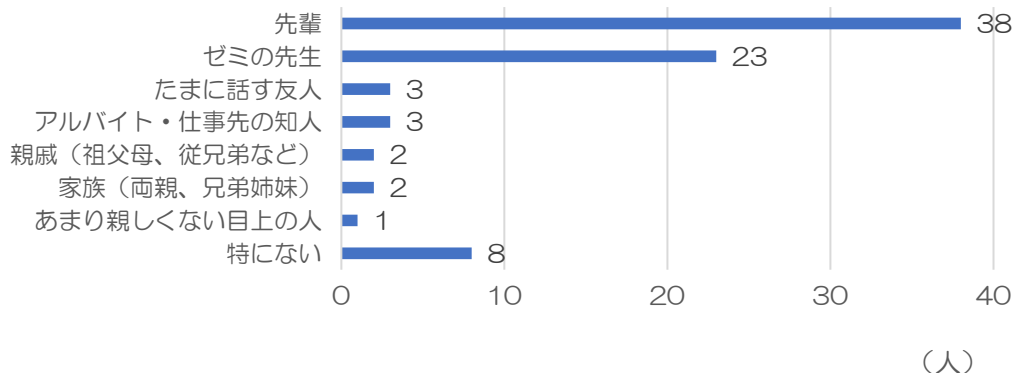


図7.LINE スタンプの送信相手として抵抗感のある人(N=80) ※複数回答

(5)LINE スタンプで自分らしさを表現できると感じるほど、重要だと思う人が多い

LINE スタンプについて、「重要と思うか・自分らしさを表現できると感じるか」それぞれ尋ね、クロス集計を行うと以下のような結果になりました（表 1）。無作為標本調査としてカイニ乗検定を行ったところ、自由度 9、カイニ乗値 30.903、p 値（有意確率）が 0.000 でした。よって有意水準 5%で帰無仮説を棄却、つまり LINE スタンプの重要度と自分らしさの表現ができると感じることには何らかの関係性があることがわかりました。LINE スタンプをコミュニケーションにおける自己表現のツールとして感じているため、コミュニケーションにおいて欠かせないものだと感じているのではないかと考えられます。

表 1. LINE スタンプの重要さと自分らしさの表現

| | 自分らしさを表現できる | どちらかといえば そう思う | どちらかといえば 自分らしさを表現でき ると思わない | 自分らしさを表現 できると思わない | 合計 |
|-------------------|-------------|------------------|----------------------------------|----------------------|----|
| 重要だ | 17 | 8 | 2 | 0 | 27 |
| どちらかといえ ば重要だ | 13 | 25 | 2 | 1 | 41 |
| どちらかといえ ば重要でない | 3 | 3 | 4 | 0 | 10 |
| 重要でない | 0 | 3 | 0 | 1 | 4 |
| 合計 | 33 | 39 | 8 | 2 | 82 |

(6) 2020 年 2 月（緊急事態宣言）以降、LINE を利用する頻度が増えた人は多い

LINE スタンプの送信相手別使い分けの有無と 2 月（緊急事態宣言）以降の利用の増減をクロス集計で分析しました。結果、LINE スタンプを「使い分ける」と回答した層に 2 月以降の LINE の利用頻度が「増えた」と感じている人が多いことがわかりました（図 8）。

一方、利用頻度は「変わらない」と回答している人がそれぞれの層で最も多いこともわかりました。

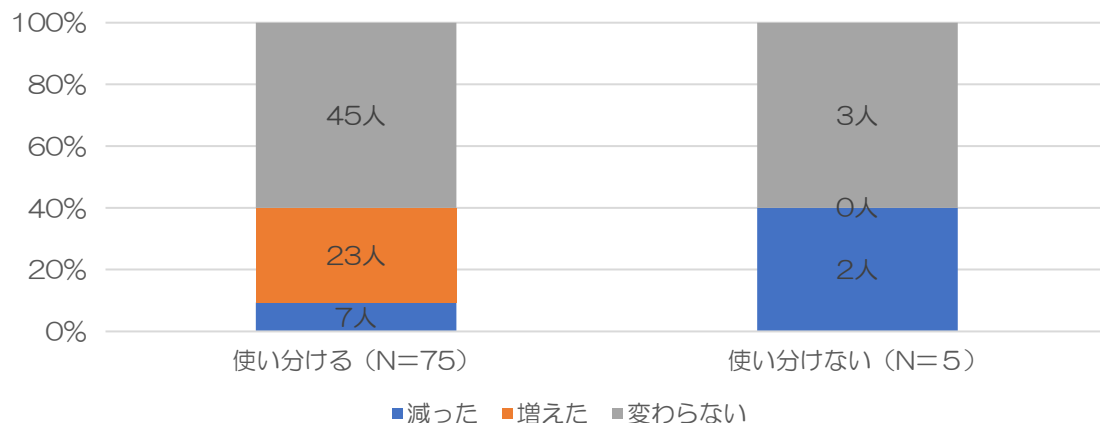


図 8.LINE スタンプ使い分けの有無と、2 月以降の LINE での会話量の変化 (N=80)

(7) LINE スタンプをプレゼントとして利用する人は少ない

有料スタンプをプレゼントしたことがあるかの質問では「経験がない」と答えた人が8割で、LINE スタンプをプレゼントとして利用する人は少ないと言えます（図9）。LINE スタンプをプレゼントした16人にその相手について複数回答で尋ねたところ、13人が「親しい友人」、10人が「家族」と回答しました（図10）。LINE スタンプをプレゼントする場合、相手は親しい友人や家族だとわかりました。また、LINE スタンプをプレゼントしたことがある16人中でどのようなものをプレゼントするのかという質問には、「相手が好きな系統」と答えた人は15人、一方で「ほしいといわれたもの」と回答した人も1人いました。LINE スタンプをプレゼントするには決まったものではなく、相手が好きな系統を選ぶということがわかりました。

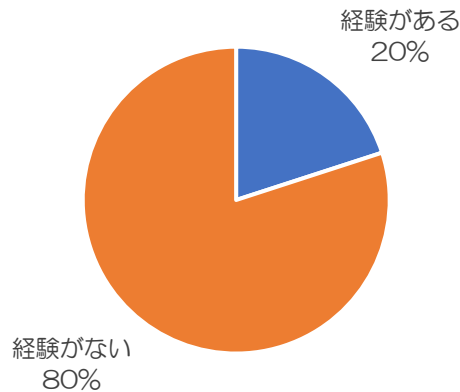


図9.有料LINE スタンプのプレゼント経験 (N=80)

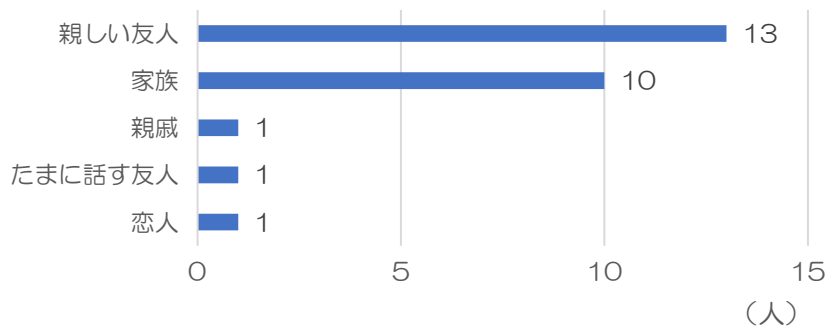


図10.LINE スタンプをプレゼントした相手 (N=16) ※複数回答、最近のものから3つまで

一方、LINE スタンプをプレゼントされたことがあるかという質問では64.0%があると回答しています（図11）。プレゼントをしたことがないと回答した64人の内、もらったことはあるという人は36人でした。すなわち、あげたことがない人の内、もらったことがある人が56.3%と半数以上という結果でした。LINE スタンプをプレゼントしたことはないが、もらったことはあるという人が多いとわかりました。また、誰からLINE スタンプをプレゼントされたかという質問（複数回答）ではプレゼントされたことがある51人中31人が家族と回答していました（図12）。そのうち家族にプレゼントしたことがある人は5人でした。次に多いのは親しい友人で27人でした。そのうち親しい友人にプレゼントしたことがあるのは8人でした。また、恋人からもらったという人は7人という結果でした。

そのうち恋人に LINE スタンプをプレゼントしている人はいませんでした。

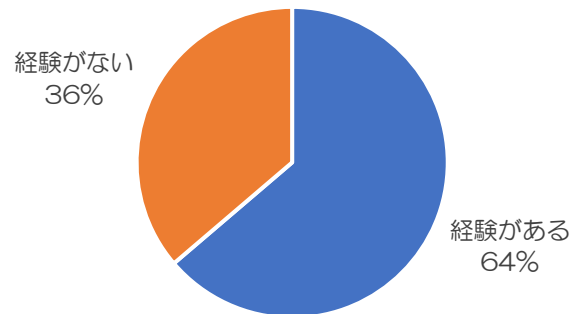


図 11.有料 LINE スタンプをプレゼントされた経験の有無 (N=80)

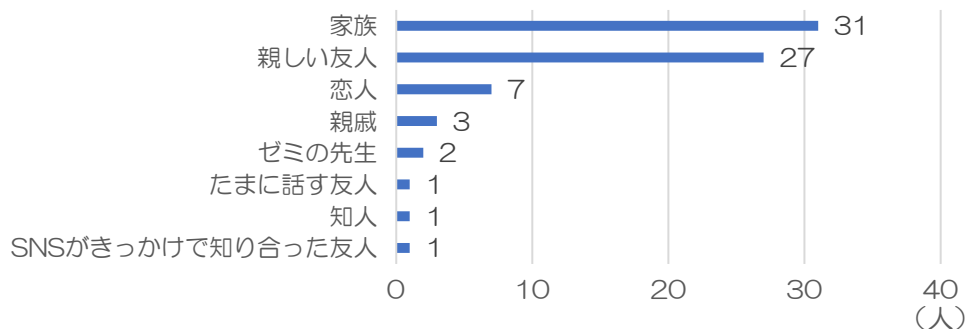


図 12.誰から LINE スタンプをもらったか (N=51) ※複数回答、最近のものから3つまで

考察

女子大学生がコミュニケーションに欠かせない SNS として LINE があります。この LINE の機能には「LINE スタンプ」があり、多くの種類が販売されています。そこで、今回の調査では、SNS の中で利用率が高い LINE の「LINE スタンプ利用」に焦点を当てて調査を行いました。その結果、LINE スタンプを購入する目的として、「好きなキャラクターやクリエイターのスタンプである」と回答した人が最も多いことがわかりました。一方で、「コレクションしたい」「面白いものがあったから」「くだけた印象になる」という回答は少ない傾向にあることもわかりました。自分の好きなものや気に入ったものを購入する人が多いのではないかと考えられます。

女子大学生で LINE スタンプ機能を好ましいと肯定的に回答した割合は 94.0% と高いことがわかりました。また、LINE スタンプ機能を気に入っていると肯定的に回答した割合は 93.0% と高いこともわかりました。さらに、LINE スタンプが「面白い」、「便利だ」と肯定的に回答をしている人も多く、ほとんどの人が LINE スタンプに対して好印象であるといえます。

LINE スタンプが送られてきた際に困った経験があると回答した割合は 44.0%、困った経験はないと回答した割合は 43.0% ということがわかりました。困った経験があると回答した人が半数近くでしたが、LINE スタンプに対して好印象である人がほとんどであること

がわかっている（図2、図3）、LINE スタンプの利便性が上回っていると考えられます。

送信する相手によってLINE スタンプを使い分けている女子大学生は93.8%ということがわかりました。その中でも、「先輩」「ゼミの先生」にLINE スタンプを送る際抵抗感があると回答をした人が多く、目上の方に送るときには抵抗感があるという傾向がわかりました。しかし、8人が使い分けないと回答していて、LINE スタンプを気軽に利用している人がいることもわかりました。

LINE スタンプが重要だと思うか、また、LINE スタンプは自分らしさを表現できると感じるかをクロス集計した結果、自分らしさを表現できると肯定的な回答をした人は、LINE スタンプが重要であることにも肯定的な回答をしている傾向にあり、LINE スタンプの重要度と自分らしさの表現ができると感じることには何らかの関係性があることがわかりました。このことから、LINE スタンプをコミュニケーションにおける自己表現のツールとして感じているため、コミュニケーションにおいて欠かせないものだと感じているのではないかと考えられます。

LINE スタンプの送信相手使い分けの有無と2020年2月（緊急事態宣言）以降のLINEを利用する頻度の増減をクロス集計で分析した結果、LINE スタンプを使い分けると回答した層に、2月以降の利用頻度が増えたと回答をした人が多いことがわかりました。しかし、利用頻度が「変わらない」と回答した人は使い分けの有無に関わらず、それぞれの層で最も多いこともわかりました。

有料LINE スタンプをプレゼントしたことがある人は20.0%、ない人は80.0%ということがわかりました。また、親しい友人や家族にプレゼントをする人が多く、相手の好きな系統のスタンプをプレゼントする人が多いこともわかりました。一方で、LINE スタンプをプレゼントされたことがある人は64.0%、ない人は36.0%ということがわかりました。また、家族や親しい友人からのプレゼントが多いこともわかりました。LINE スタンプをプレゼントとしてもらっていてもあげたことのある人は少ないことから、女子大学生にとってLINE スタンプは親しい友人や家族の間で気軽に受け取れるちょっとしたプレゼントであると考えられます。

以上のことから、LINE スタンプは好意的に受け入れられ、コミュニケーションの重要なツールの一つとして利用されていることがわかりました。また、LINE スタンプの果たす機能は、コミュニケーションや生活環境の変化とともに変わっていくことが考えられます。

Be面では、複数人の女子大学生へのインタビュー調査を通して、実際にLINE スタンプが送られてきて困った経験についてトーク履歴をもとに深堀していきます。また、LINE スタンプの利用履歴から、普段使われているスタンプの傾向についても見ていきます。