実践女子大学　人間社会学部
実践「ペルソナ」研究会

実践『ペルソナ』通信（No.52）

「女子大生が利用するLINE スタンプ」に関する調査結果

実践女子大学人間社会学部・実践「ペルソナ」研究会は、Be 面の写真観察から見られなかったことを明らかなものにし、Be 面からうかがえた利用するLINE スタンプと性格の関係を調べることを目的に、実践女子大生と他大学生を対象に、「女子大生が利用するLINE スタンプ」についてのインターネット調査を実施しました。ここで「LINE スタンプ」とは、今は代表的なSNS の一つ、通話やチャットができる「LINE」の、チャット上で使用するイラストのことです。有効回答者数は、77 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、自分たちの消費活動、ライフスタイルをはじめ「実践女子大生が自分たち自身」を科学する研究会です。

総括

今回の調査を通して、ほとんどの学生はコミュニケーションアプリの「LINE」を利用し、それに伴いスタンプを使っている人が多いことが分かった。LINE スタンプの使用目的は様々であり、購入の際は直接LINE のスタンプショップの情報から購入することが明らかになった。またLINE スタンプは、企業の公式アカウントを友達追加することによって無料スタンプをダウンロードすることができるが、無料スタンプをダウンロードする人が多いものの、約８割の人がその公式アカウントを非表示やブロックしてしまうことが分かった。有料スタンプの利用率は非常に高く、５つ以上所持している人が多くみられた。LINE の機能として、LINE スタンプを友達にプレゼントすることができるが、したことがある人は少なかった。Be 面から推測したLINE スタンプと性格の関係性はみられなかった。

調査結果ポイント

（1） 96%の人がLINE を利用し、LINE スタンプを利用している

LINE をよく使う人は96%、たまに使うが3%、あまり使わないが1%と、全員が一度は使っていることが分かった。また、利用頻度は異なるものの、94%の人がLINE スタンプを利用している結果になった。

（2） LINE スタンプの使用目的は様々である

10 個項目があった中でも、31％の返信しやすい、29％のかわいい、26％の文字を打つのが面倒くさいという理由が選択肢の中でも多かった。LINE スタンプの理由はいろいろあるということから、便利なものであることが分かった。

（3） スタンプショップで LINE スタンプ情報を得ている

61％の人がアプリ内のスタンプショップから知り、友人の影響が 23％、SNS や公式サイトや宣伝は 13％、知らないは 3％だった。同じアプリ内にスタンプショップがあり、ダウンロードしやすいという状況がこのような結果になったといえる。

（4） 半分以上の人が欲しいものだけ無料の LINE スタンプをダウンロードしている

66％の人が欲しいものだけをダウンロードする一方で、必ずダウンロードする人は 3％、あまりしダウンロードしない人は 25％、ダウンロードしない人は 6％だった。自分の好みのデザインやキャラクター等によって、欲しいなと思ったときにダウンロードできるのが無料スタンプのよいところだと考えられる。

（5） 友達追加はするが、あまり企業や広告に興味がない

無料スタンプをもらうために企業の公式アカウントと友達になったことがあると答えた人は、全体の 92％であった。その中でも友達追加の状態のままの人は 22％と非常に少なく、70％の人は非表示もしくはブロックをする場合が多いという結果になった。スタンプ欲しさに友達使いをしていることが考えられる。

（6） 有料スタンプ購入率 87％で、５つ以上所持している人が多い

有料の LINE スタンプを購入したことがある人は、87％、ない人は 13％で、購入したことがある人が多いという結果になった。有料スタンプの数は５つ以上所持している人が 66％と最も多く、1～2 つ所持している人は少なかった。

（7） LINE スタンプのプレゼントはあまりしない

LINE スタンプをプレゼントしたことある人は 24.7％、ない人は 75.3％という結果になった。また、LINE スタンプをプレゼントされたことがある人は 40.3％、ない人は 59.7％という結果になった。スタンプをプレゼントしあうことは、あまりしないことがわかった。

（8） LINE スタンプの利用頻度と性格は関係がない

LINE スタンプの利用頻度と性格のクロス集計表を作成し、独立性の検定を行ったところ、２つの間に関連は見られなかった。

（９） 持っている LINE スタンプの種類と性格は関係がない

持っている LINE スタンプの種類と性格のクロス集計表を作成し、独立性の検定を行ったところ、２つの間に関連は見られなかった。

調査結果について

＜調査概要＞

調査対象	実践女子大学生、他大学生、専門学生、大学院生
調査方法	Google フォームを利用したインターネット調査
調査期間	2017 年 12 月 13 日～2017 年 12 月 17 日
有効回答数	77 人
回答者の属性	大学生 75 人（実践女子大 31.2%、他大学生 66.2%）、 専門学生２人、大学院生０人

＜本調査担当チーム＞

実践女子大学人間社会学部「ペルソナ」研究会

３年 岩佐英里奈、齋藤真季、白石透香

調査結果データ

（１） ほとんどの人が LINE を利用し、スタンプを使っている

コミュニケーションアプリの LINE を利用しているか尋ねたところ 96%の人が使っていると回答した（図１）。また LINE スタンプの利用頻度はどのくらいか尋ねたところ、かなり使っている人が５１%、たまに使っている人が 43%とほとんどの人がスタンプを使用していることが分かった（図２）。

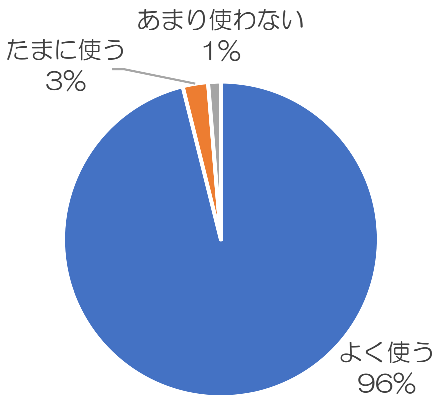

図１. LINE を利用しているか（N=77）

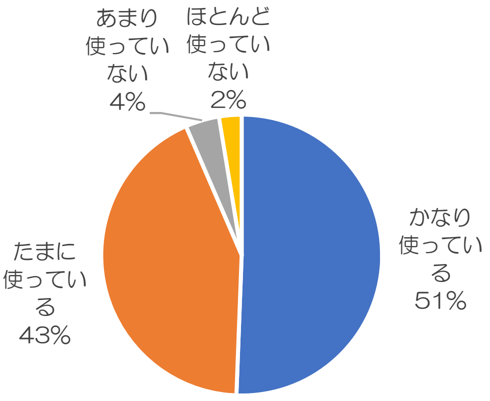

図２. LINE スタンプの利用頻度について（N＝77）

（２） LINE スタンプを使う理由はさまざまである

LINE スタンプを使う理由を尋ねたところ、24 人の返信がしやすいからという理由が最も多かった。そのつぎに 22 人のかわいいからと、20 人の文字を打つのが面倒くさいからが続いた。学生は、スタンプに対して、簡単で手間が少ない、なおかつかわいさがあるといった面で、多くの人に使われているのだと考えられる。また、少数派の意見もあることから、理由は人それぞれであることが分かった（図３）。

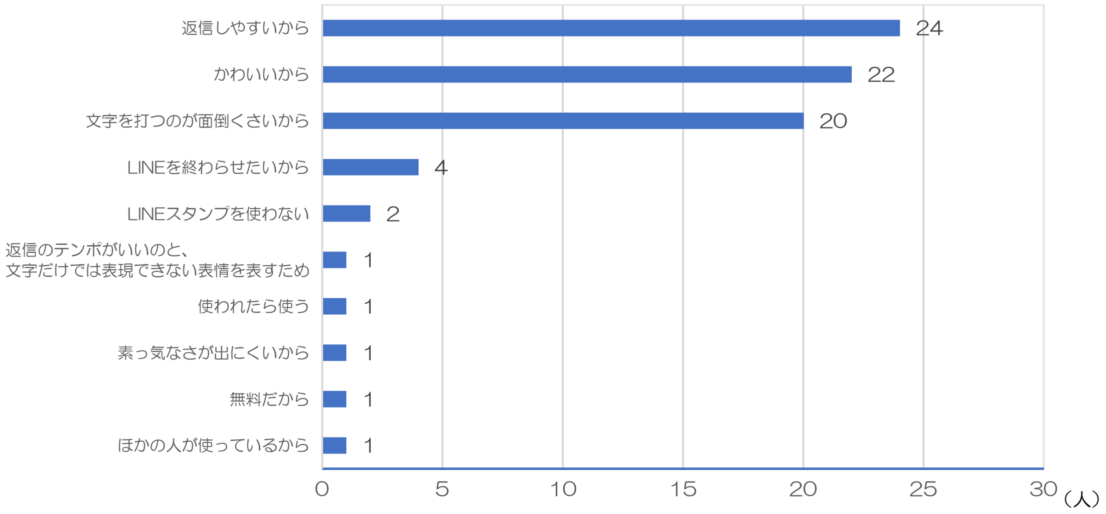

図３．LINE スタンプを使う理由（N = 77）

（３） 半数以上の人がアプリ内のスタンプショップで、スタンプ情報を得ている

LINE スタンプの情報はどこで知るのか尋ねたところ、アプリ内のスタンプショップから知る人は 61％、友人の影響は 23％、SNS や公式サイトや宣伝は 13％、知らないは 3％だった。会話の中でスタンプを利用する機会が多いことから、友人同士でスタンプについての情報共有がされていることが考えられる。少数派であったが、SNS や企業の公式サイトや宣伝は、パッケージに LINE スタンプの情報が記載されていている場合もあるので、知ることができるようだ（図４）。

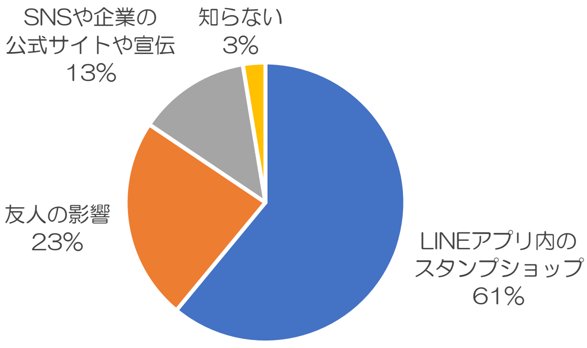

図４．LINE スタンプの情報はどこで知るか（N = 77）

（４） 無料のスタンプは欲しいものだけダウンロードする人が多い

無料のスタンプが配信されたら、ダウンロードするか尋ねたところ、欲しいものだけダウンロードする人が多かった。無料のスタンプにもかかわらず、あまりダウンロードしない、ダウンロードしないと答えた割合が 31％と意外と多かった。必ずダウンロードする人は全体の 3％しかいないことから、無料だとしても必ずダウンロードするわけではないことが分かった（図５）。

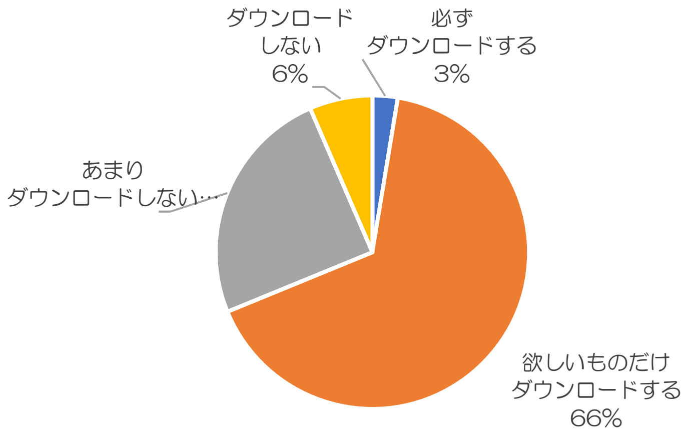

図５．無料のスタンプをダウンロードするか（N = 77）

（５） 無料スタンプをもらったあとは、公式アカウントと友達のままでいる人は少ない

無料スタンプをもらうために、企業の公式アカウントと友達になったことがあるか尋ねたところ、あると答えた人は全体の 92％であった。しかし、もらったあとも、友達追加の状態のままの人は 22％と非常に少なく、70％の人は非表示もしくはブロックをする場合が多いという結果になり、あまり企業の情報や宣伝には興味がないということが分かった（図６）。

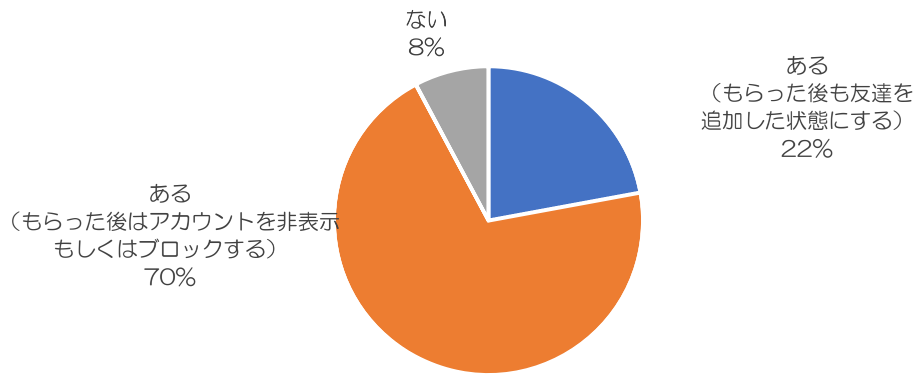

図６．無料スタンプもらうために友達になるか（N = 77）

（6） 有料のLINEスタンプ所持率は 87% で、5 つ以上持っている人が一番多い

有料のLINEスタンプを購入したことはあるか尋ねたところ、はいと答えた人は87%、いいえと答えた人は 13% で、購入したことがある人が半分以上いる（図7）。また、有料のLINEスタンプをいくつ持っているか尋ねたところ、5 つ以上と答えた人が66%と最も多かった（図8）。このことから学生は、様々なスタンプを所有することで、いろんな場面で使い分けて、利用していることが考えられる。

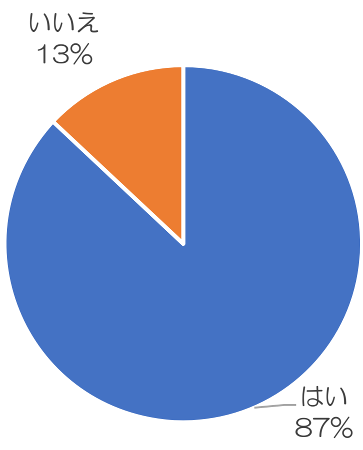

図7．有料のLINEスタンプを
持っているか（N = 77）

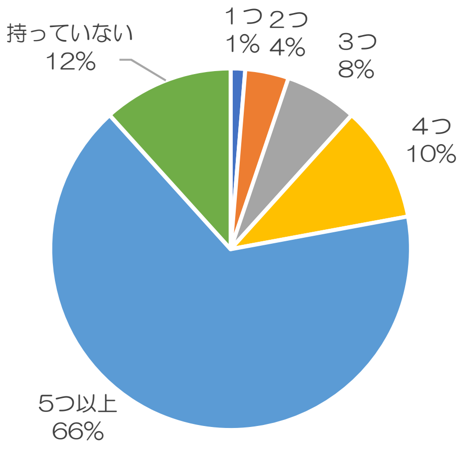

図8．有料LINEスタンプを
持っている個数（N = 77）

（7） あまりスタンプのプレゼントはしない

LINEスタンプをプレゼントしたことがあるか尋ねたところ（図 9）、24.7%の人があると答え、75.3%の人がないと答えた。また、LINEスタンプをプレゼントされたことがあるか尋ねたところ、40.3%の人があると答え、59.7%がないと答えた。スタンプをプレゼントしあうことは、あまりしないことが分かった。

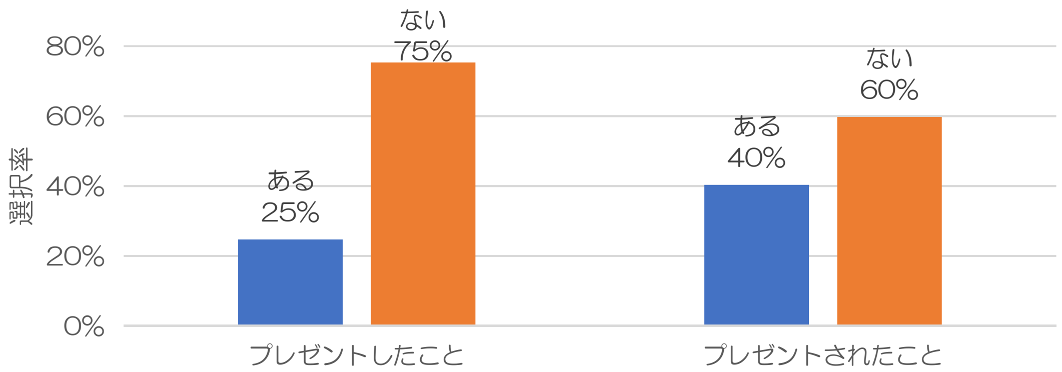

図9．LINEスタンプのプレゼント（N = 77）

（8） LINE スタンプの利用頻度と性格は関係がない

LINE スタンプの利用頻度と性格の関連を見るために、独立性の検定を行ったところ、自由度 9、カイ二乗値（検定統計量）は 8.17 の値になり、有意確率（p 値）は 0.52 となったため、有意水準 5%で棄却できず、つまり関連があるとは言えなかった（表 1）。

表 1．LINE スタンプの利用頻度と性格のクロス集計表（N = 77）

	真面目	積極的	協調性のある	面倒くさがり	合計
かなり使っている	7	5	8	18	38
たまに使っている	9	0	8	17	34
あまり使っていない	1	0	1	1	3
ほとんど使っていない	0	0	0	2	2
合計	17	5	17	38	77

（9） 持っている LINE スタンプの種類と性格は関係がない

持っている LINE スタンプの種類と性格の関連を見るために、独立性の検定を行ったところ、自由度 9、カイ二乗値（検定統計量）は 3.29 の値になり、有意確率（p 値）は 0.95 となったため、有意水準 5%で棄却できず、つまり関連があるとは言えなかった（表 2）。

表 2．持っている LINE スタンプの種類と性格のクロス集計表（N = 77）

	キャラクター	芸能人	アニメ	クリエイター	合計
真面目	10	0	1	6	17
積極的	4	0	0	1	5
協調性のある	10	0	1	6	17
面倒くさがり	18	1	2	17	38
合計	42	1	4	30	77

考察

今回の調査はほとんどの学生が利用する SNS アプリ、LINE の中でコミュニケーションツールとして多くの人が利用する LINE スタンプに注目して調査をした。また A 面では、Be 面の写真観察から見られなかったことを明らかなものにし、Be 面の調査から考えた LINE スタンプと性格には関係があるという仮説をもとに検証を行うことを目的として、調査を行った。

今回の調査の結果、学生は LINE を使ったことある人がほとんどであり、会話上でも LINE スタンプを使用している人が、多いということがわかった。簡単な操作で LINE スタ

ンプを相手に送ることができることから、返信のしやすさが最大の理由だと仮説を立てたが、実際はさまざまな理由があることが分かった。中でもかわいいからという理由は、LINE スタンプのイラストがキャラクターだけではなく、ゆるい動物モチーフや、ユニークなスタンプなど、種類が豊富であるからだと考えられる。

所持している LINE スタンプの種類においては、キャラクターのスタンプが全体の半分以上を占めており、続いてクリエイタースタンプが全体の４割近くを占めていることが分かった。Be 面の調査と合わせて考えると、女子学生には動物の公式や非公式のスタンプが人気であることが伺える。

有料スタンプを購入したことあのある学生が多いかつ、５つ以上のスタンプを所持している人が多かったことから、スタンプを様々な場面で使い分けているのだと予想される。そこから、無料スタンプを欲しいものだけダウンロードするという回答が多かったのは、だいたいの学生が有料スタンプを所持し、それで満足しているからという結果につながるのではないだろうか。

また無料スタンプにおいて、LINE スタンプは、企業の公式アカウントを友達追加することによって無料スタンプをダウンロードすることができるが、無料スタンプをダウンロードする人が多いものの、約８割の人がその公式アカウントを非表示やブロックしてしまうことが分かった。このことから、学生は友達追加した企業から LINE で送られてくる広告を、邪魔に感じていることが伺える。携帯のデータ量を気にして、企業の公式アカウントからのトーク履歴を残したくないと考える学生も多いと考えられる。

LINE スタンプは、友達にプレゼントすることができる。LINE スタンプをプレゼントしたことがない人は全体の７割を超え、プレゼントをされたことがない人は約６割という結果から、学生はスタンプをプレゼントし合うことは、あまりしないことが分かった。プレゼント機能は Android の携帯では LINE 上で行えるが、iPhone では、Safari（Apple により開発されているウェブブラウザ）を介して行う必要があるため、iPhone の普及に伴い認知度が低い可能性がある。

Be 面の調査から考えた LINE スタンプと性格には関係があるという仮説の検証において、LINE スタンプの利用頻度と性格、持っている LINE スタンプの種類と性格という２つの側面で、独立性の検定（カイ二乗検定）を行い関係があるかを検証したが、どちらも関係はみられなかった。よって LINE スタンプは必ずしもスタンプを利用している人の性格を表しているわけではないことが分かった。またこのような結果が出たのは調査項目の性格や LINE スタンプの種類において、括りが曖昧なことが原因であったとも考えられる。

LINE スタンプにおける調査結果から、有料スタンプを購入する女子学生が多く、中でも動物のキャラクタースタンプが最も人気で購入されることが分かった。また、LINE スタンプのプレゼント機能はあまり利用されていなく認知度が低いことが予想されたため、今後プレゼント機能を使って、LINE スタンプのさらなる普及を目指せる伸び代があると考える。