エフェメラル（消える）系SNS
利用実態調査

2016年3月16日
株式会社ジャストシステム

©2013JustSystems Corporation

調査概要

エフェメラル（消える）系SNS利用実態調査

- 調査期間　：2016年3月10日（木）～3月14日（月）
- 調査対象　：スマートフォンを所有する10代～20代の男女1,000名

※　調査方法は、株式会社ジャストシステムのセルフ型ネットリサーチ「Fastask（ファストアスク）」でのアンケート調査。

※　本調査結果に記載された会社名、サービス名等は各社の登録商標もしくは商標です。

©2013JustSystems Corporation

回答者属性（n=1,000）

Marketing Research Camp

性別

	n	男性	女性
総数	1000	500	500
(%)	100.0%	50.0%	50.0%

年齢

	n	15歳未満	15歳～19歳	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上
総数	1000	0	500	500	0	0	0	0
(%)	100.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

地域

	n	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
総数	1000	35	53	324	187	229	47	17	108
(%)	100.0%	3.5%	5.3%	32.4%	18.7%	22.9%	4.7%	1.7%	10.8%

職業

	n	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	パート・アルバイト	学生	その他
総数	1000	33	4	58	60	100	6	9	28	71	606	25
(%)	100.0%	3.3%	0.4%	5.8%	6.0%	10.0%	0.6%	0.9%	2.8%	7.1%	60.6%	2.5%

©2013JustSystems Corporation

エフェメラルSNS利用状況(n=1,000)

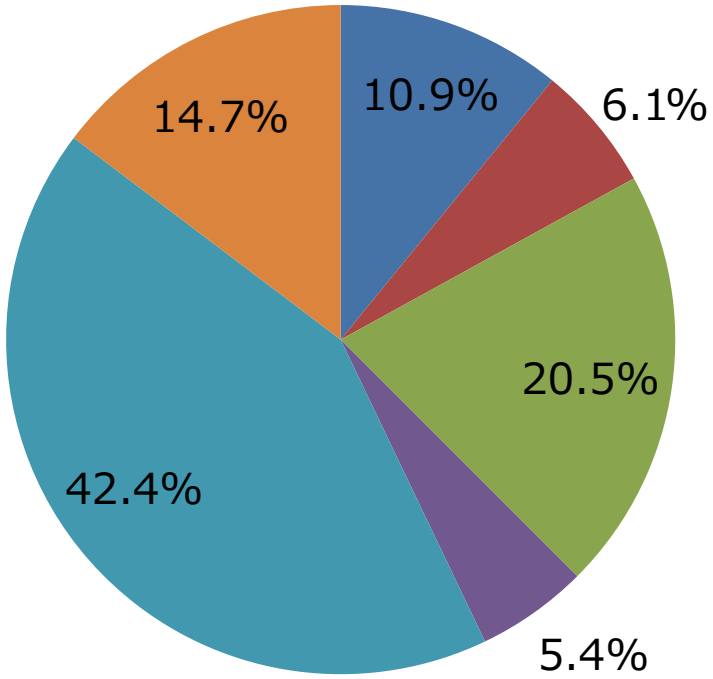
Marketing Research Camp

- **Q1 メッセージや動画、画像などを投稿した際に、履歴が残らず一定期間経過後に消えてしまう、Snapchat（スナップチャット）をはじめとした「消える系メッセージアプリ」というものがありますが、これらの「消える系メッセージアプリ」について、あなたの状況にあてはまるものをお選びください。**

				n	Q1					
					「消える系メッセージアプリ」を現在利用している	「消える系メッセージアプリ」を以前は利用していたが今は利用していない	「消える系メッセージアプリ」のことは利用したことはないが興味はある	「消える系メッセージアプリ」のことは知っているが興味は無い	「消える系メッセージアプリ」のことは知らない	よくわからない
全体				1000	10.9%	6.1%	20.5%	5.4%	42.4%	14.7%
性別	男性	年代	10代	250	11.2%	8.0%	18.0%	2.8%	41.2%	18.8%
			20代	250	10.8%	6.4%	18.4%	6.8%	44.8%	12.8%
	女性	年代	10代	250	14.8%	7.6%	22.0%	6.0%	36.0%	13.6%
			20代	250	6.8%	2.4%	23.6%	6.0%	47.6%	13.6%

©2012JustSystems Corporation

エフェメラルSNS利用状況(n=1,000)



- 「消える系メッセージアプリ」を現在利用している
- 「消える系メッセージアプリ」を以前は利用していたが今は利用していない
- 「消える系メッセージアプリ」のことは利用したことはないが、興味はある
- 「消える系メッセージアプリ」のことは知っているが興味は無い
- 「消える系メッセージアプリ」のことは知らない
- よくわからない

©2012JustSystems Corporation

利用中のエフェメラルSNS(n=109)

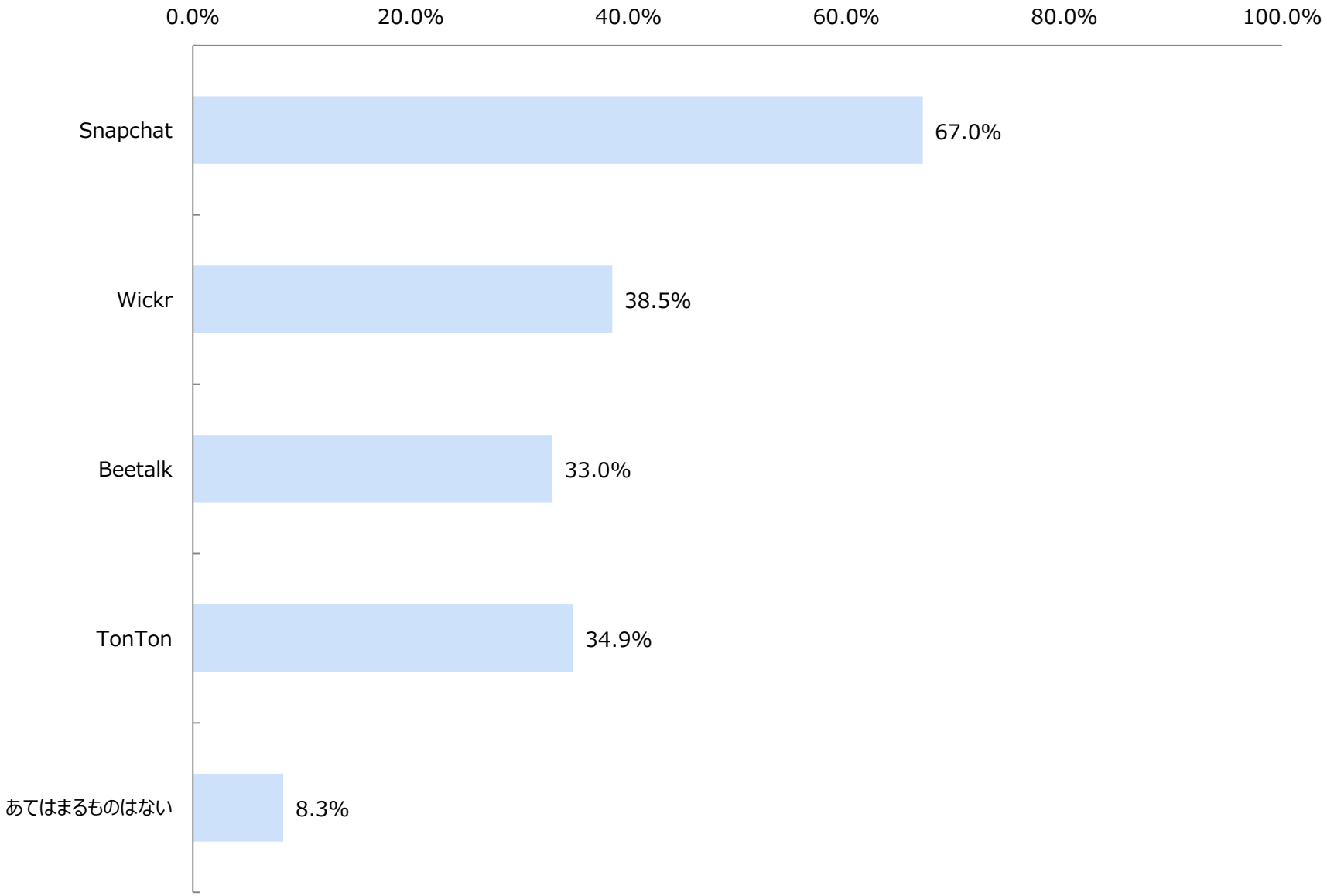
Marketing Research Camp

- **Q2 あなたが現在利用している「消える系メッセージアプリ」について、あてはまるものをすべてお選びください。**

				n	Q2				
					Snapchat	Wickr	Beetalk	TonTon	あてはまるものはない
全体				109	67.0%	38.5%	33.0%	34.9%	8.3%
性別	男性	年代	10代	28	75.0%	50.0%	46.4%	42.9%	7.1%
			20代	27	66.7%	29.6%	25.9%	40.7%	7.4%
	女性	年代	10代	37	67.6%	35.1%	27.0%	16.2%	5.4%
			20代	17	52.9%	41.2%	35.3%	52.9%	17.6%

©2012JustSystems Corporation

利用中のエフェメラルSNS(n=109)



©2012JustSystems Corporation

やりとりをしている相手(n=109)

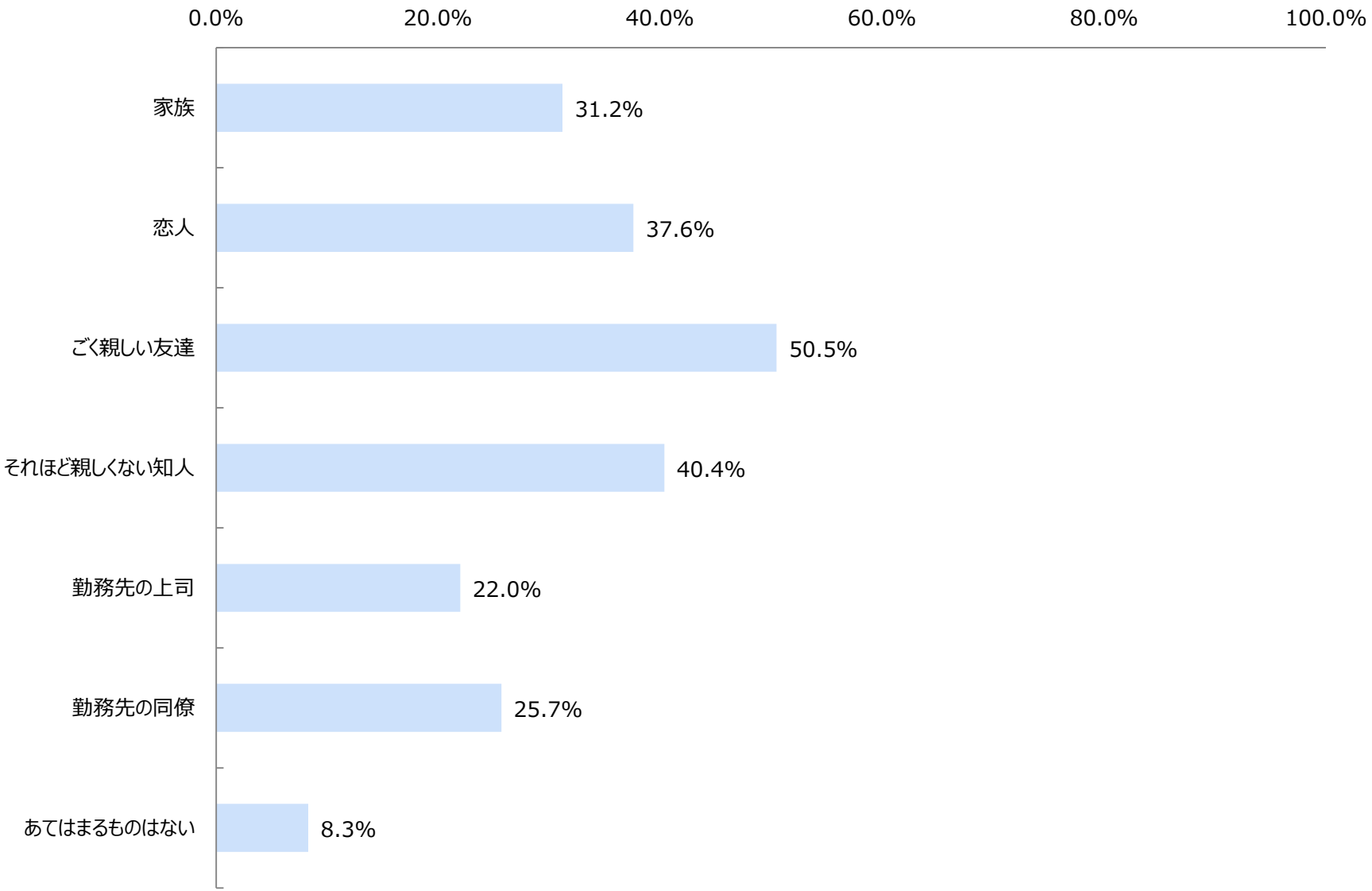
Marketing Research Camp

- **Q3 あなたが「消える系メッセージアプリ」でやりとりをしている相手について、あてはまるものをすべてお選びください。**

				n	Q3						
					家族	恋人	ごく親しい友達	それほど親しくない知人	勤務先の上司	勤務先の同僚	あてはまるものはない
全体				109	31.2%	37.6%	50.5%	40.4%	22.0%	25.7%	8.3%
性別	男性	年代	10代	28	50.0%	39.3%	75.0%	46.4%	32.1%	39.3%	0.0%
			20代	27	29.6%	40.7%	37.0%	29.6%	29.6%	29.6%	11.1%
	女性	年代	10代	37	18.9%	35.1%	43.2%	43.2%	13.5%	10.8%	16.2%
			20代	17	29.4%	35.3%	47.1%	41.2%	11.8%	29.4%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

やりとりをしている相手(n=109)



©2012JustSystems Corporation

利用頻度(n=109)

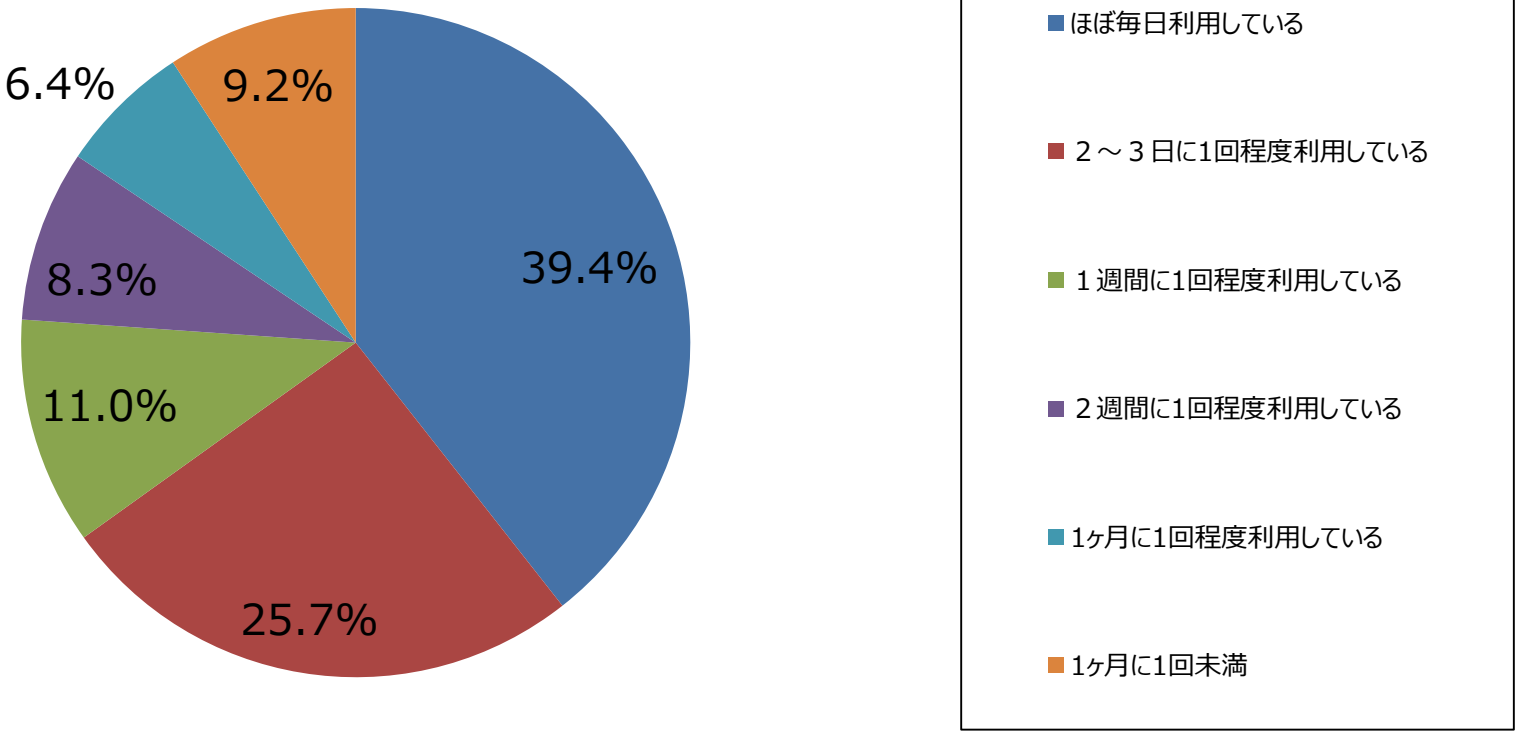
Marketing Research Camp

- **Q4 あなたが「消える系メッセージアプリ」を利用する頻度について、あてはまるものをお選びください。**

				n	Q4					
					ほぼ毎日利用している	2～3日に1回程度利用している	1週間に1回程度利用している	2週間に1回程度利用している	1ヶ月に1回程度利用している	1ヶ月に1回未満
全体				109	39.4%	25.7%	11.0%	8.3%	6.4%	9.2%
性別	男性	年代	10代	28	42.9%	21.4%	17.9%	3.6%	7.1%	7.1%
			20代	27	40.7%	33.3%	11.1%	0.0%	3.7%	11.1%
	女性	年代	10代	37	40.5%	21.6%	8.1%	13.5%	5.4%	10.8%
			20代	17	29.4%	29.4%	5.9%	17.6%	11.8%	5.9%

©2012JustSystems Corporation

利用頻度(n=109)



©2012JustSystems Corporation

他のアプリとの使い分け(n=109)

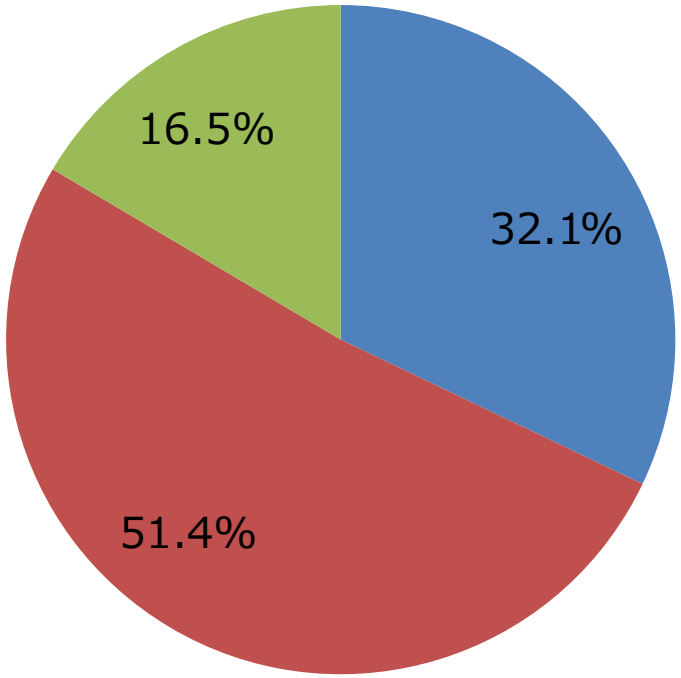
Marketing Research Camp

- **Q5 あなたは、同じ人とやりとりする際、他のSNSと「消える系メッセージアプリ」で使い分けをしていますか？あてはまるものをお選び下さい。**

				n	Q5		
					「消える系メッセージアプリ」を利用する人は、それだけでやりとりしている	伝えたいことや内容によって他のSNSと「消える系メッセージアプリ」を使い分けている	よくわからない
全体				109	32.1%	51.4%	16.5%
性別	男性	年代	10代	28	28.6%	64.3%	7.1%
			20代	27	37.0%	48.1%	14.8%
	女性	年代	10代	37	27.0%	48.6%	24.3%
			20代	17	41.2%	41.2%	17.6%

©2012JustSystems Corporation

他のアプリとの使い分け(n=109)



©2012JustSystems Corporation

投稿するシチュエーション(n=109)

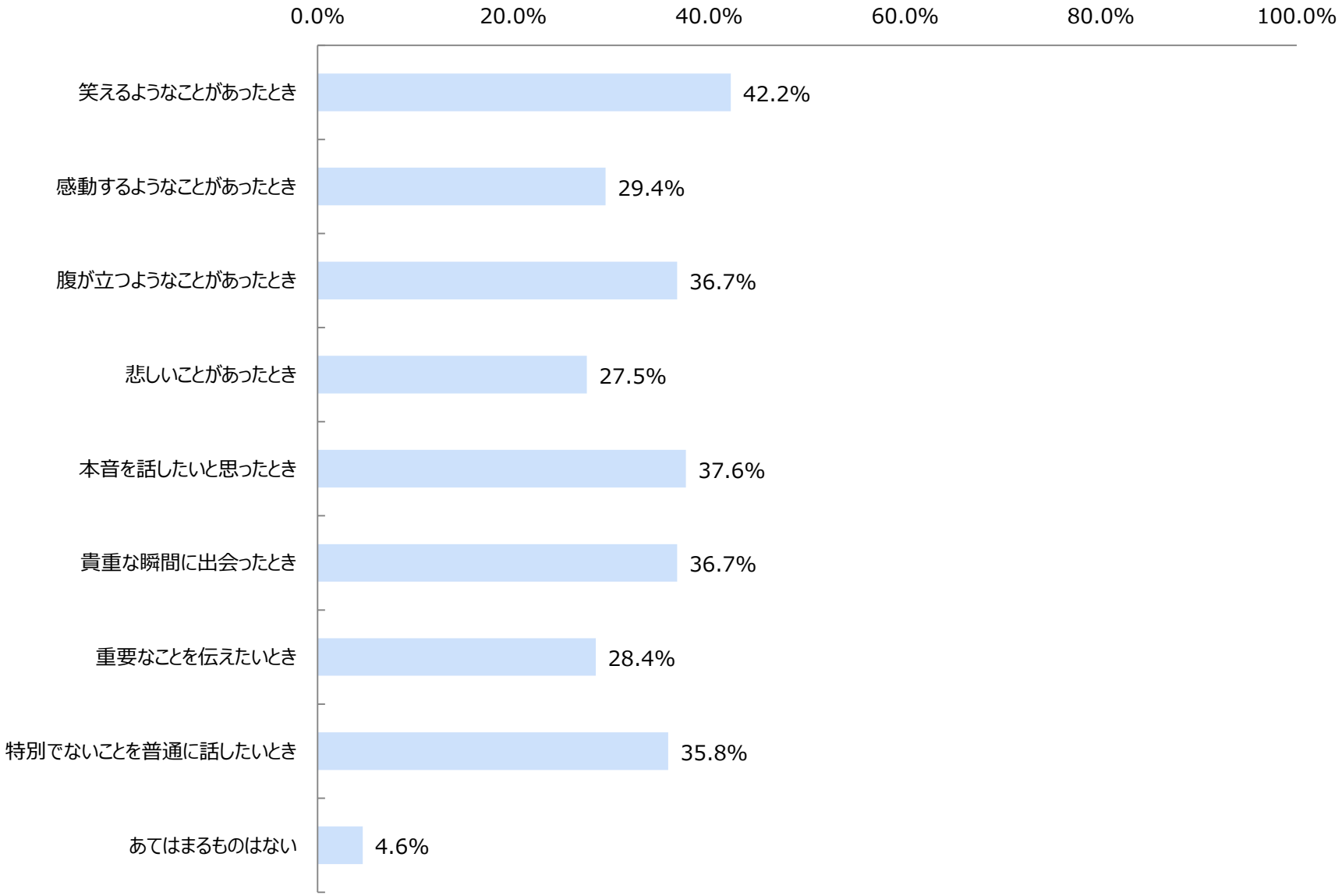
Marketing Research Camp

- **Q6 あなたが「消える系メッセージアプリ」に投稿をしたいと思うシチュエーションについて、あてはまるものをすべてお選びください。**

				n	Q6								
					笑えるようなことがあったとき	感動するようなことがあったとき	腹が立つようなことがあったとき	悲しいことがあったとき	本音を話したいと思ったとき	貴重な瞬間に出会ったとき	重要なことを伝えたいとき	特別でないことを普通に話したいとき	あてはまるものはない
			全体	109	42.2%	29.4%	36.7%	27.5%	37.6%	36.7%	28.4%	35.8%	4.6%
性別	男性	年代	10代	28	42.9%	39.3%	39.3%	32.1%	46.4%	46.4%	46.4%	46.4%	3.6%
			20代	27	33.3%	29.6%	33.3%	33.3%	44.4%	37.0%	33.3%	33.3%	7.4%
	女性	年代	10代	37	43.2%	24.3%	35.1%	24.3%	27.0%	32.4%	13.5%	24.3%	5.4%
			20代	17	52.9%	23.5%	41.2%	17.6%	35.3%	29.4%	23.5%	47.1%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

投稿するシチュエーション(n=109)



©2012JustSystems Corporation

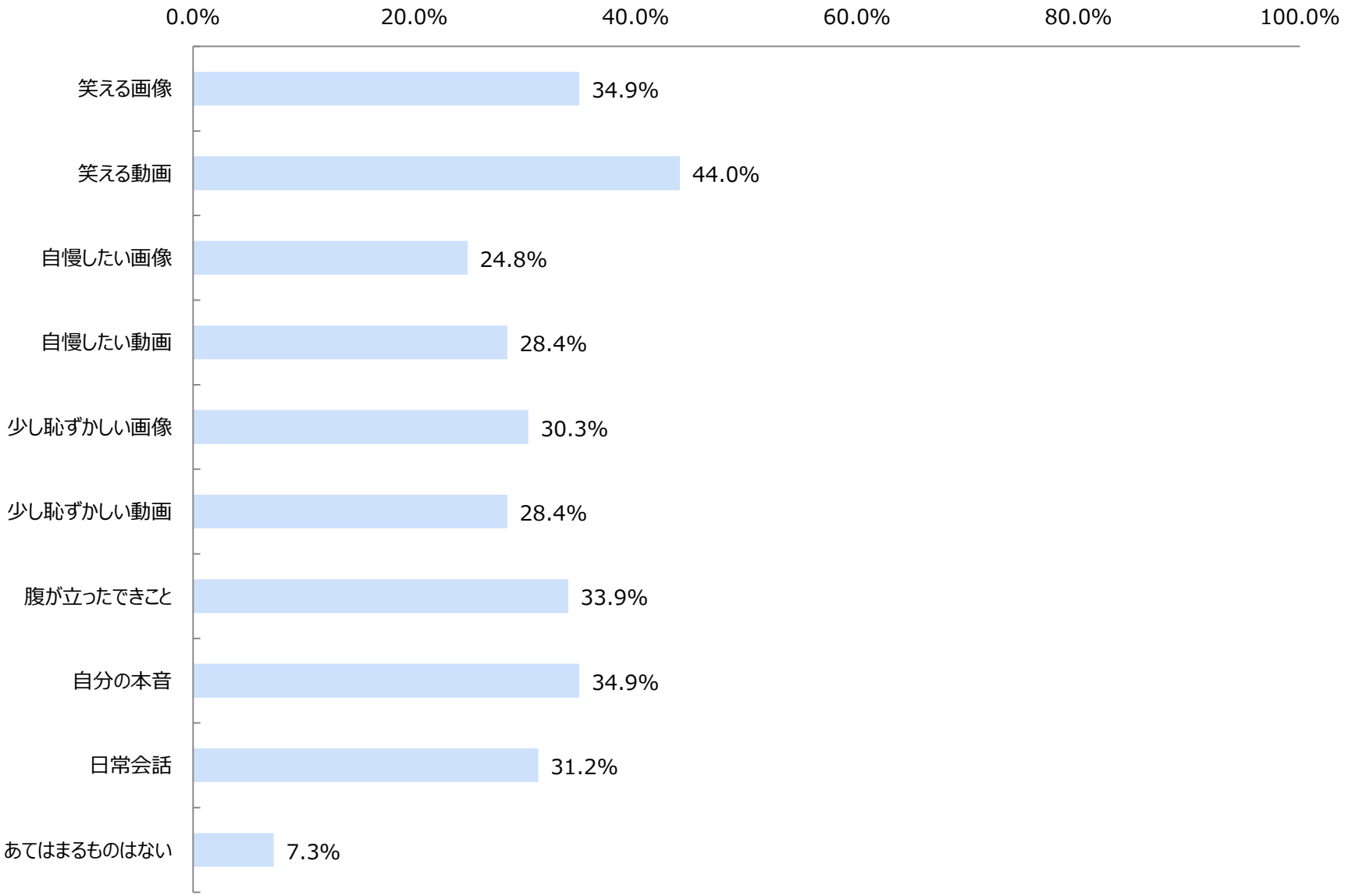
投稿する内容(n=109)

- **Q7 こあなたが「消える系メッセージアプリ」に投稿する内容について、あてはまるものをお選びください。**

				n	Q7									
					笑える画像	笑える動画	自慢したい画像	自慢したい動画	少し恥ずかしい画像	少し恥ずかしい動画	腹が立ったできこと	自分の本音	日常会話	あてはまるものはない
			全体	109	34.9%	44.0%	24.8%	28.4%	30.3%	28.4%	33.9%	34.9%	31.2%	7.3%
性別	男性	年代	10代	28	50.0%	60.7%	42.9%	46.4%	42.9%	32.1%	25.0%	35.7%	42.9%	7.1%
			20代	27	25.9%	44.4%	18.5%	22.2%	25.9%	29.6%	44.4%	33.3%	25.9%	7.4%
	女性	年代	10代	37	29.7%	35.1%	13.5%	24.3%	27.0%	24.3%	27.0%	35.1%	21.6%	8.1%
			20代	17	35.3%	35.3%	29.4%	17.6%	23.5%	29.4%	47.1%	35.3%	41.2%	5.9%

©2012JustSystems Corporation

投稿する内容(n=109)



©2012JustSystems Corporation

スクリーンショットについて(n=109)

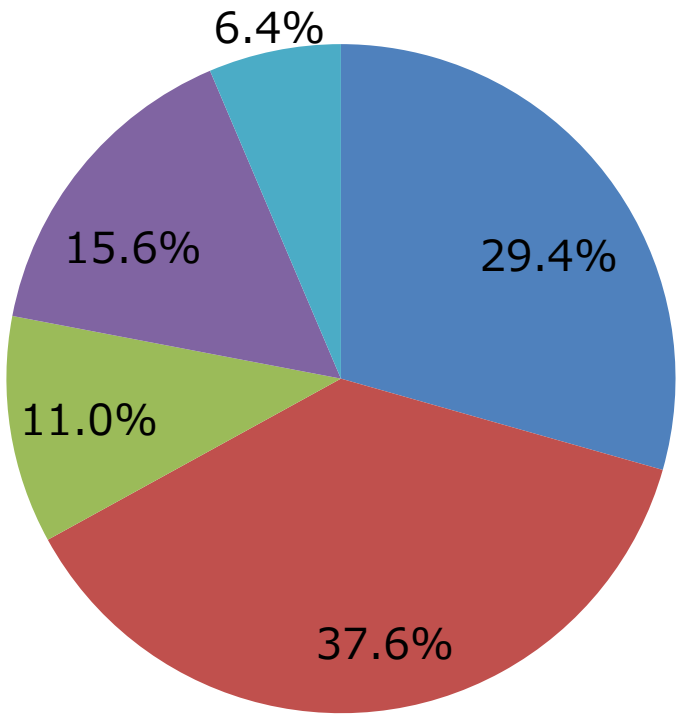
Marketing Research Camp

- **Q8 あなたは「消える系メッセージアプリ」で相手から投稿された内容をスクリーンショットで保存していますか？あてはまるものをお選びください。**

				n	Q8				
					ほぼ毎回スクリーンショットを撮っている。	投稿に内容によってはスクリーンショットを撮ることもある	あまりスクリーンショットは撮らない	スクリーンショットは撮らない	あてはまるものはない
			全体	109	29.4%	37.6%	11.0%	15.6%	6.4%
性別	男性	年代	10代	28	39.3%	28.6%	10.7%	17.9%	3.6%
			20代	27	33.3%	40.7%	3.7%	11.1%	11.1%
	女性	年代	10代	37	21.6%	35.1%	18.9%	16.2%	8.1%
			20代	17	23.5%	52.9%	5.9%	17.6%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

スクリーンショットについて(n=109)



- ほぼ毎回スクリーンショットを撮っている。
- 投稿に内容によってはスクリーンショットを撮ることもある
- あまりスクリーンショットは撮らない
- スクリーンショットは撮らない
- あてはまるものはない

©2012JustSystems Corporation

プッシュ通知について(n=109)

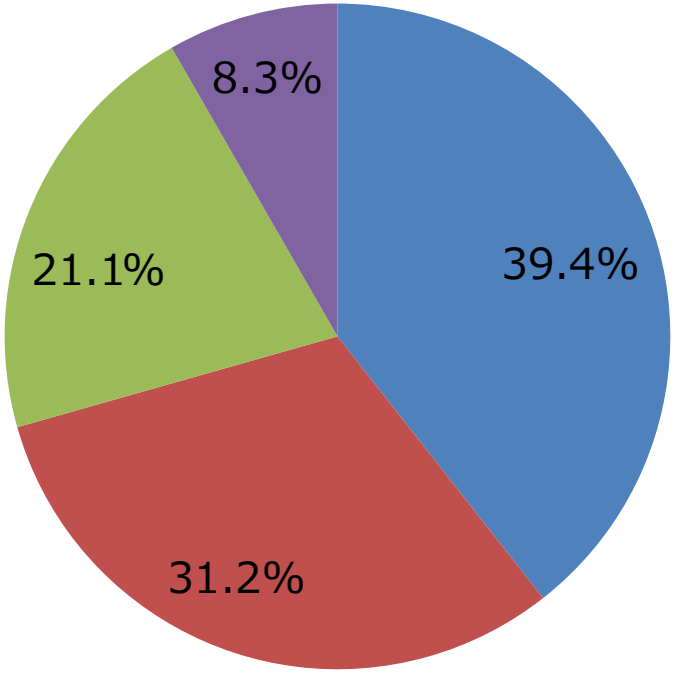
Marketing Research Camp

- **Q9 あなたが「消える系メッセージアプリ」からくる「プッシュ通知」について、他のメッセージアプリと比較して、どのように感じますか？最もあてはまるものをお選びください。**

				n	Q9			
					他のメッセージアプリよりも優先的に開封することが多い	他のメッセージアプリと優先順位は特に変わりは無い	他のメッセージアプリよりも優先順位は低い	あてはまるものはない
			全体	109	39.4%	31.2%	21.1%	8.3%
性別	男性	年代	10代	28	42.9%	35.7%	21.4%	0.0%
			20代	27	37.0%	44.4%	11.1%	7.4%
	女性	年代	10代	37	37.8%	18.9%	24.3%	18.9%
			20代	17	41.2%	29.4%	29.4%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

プッシュ通知について(n=109)



- 他のメッセージアプリよりも優先的に開封することが多い
- 他のメッセージアプリと優先順位は特に変わりは無い
- 他のメッセージアプリよりも優先順位は低い
- あてはまるものはない

©2012JustSystems Corporation

他のSNS利用への影響(n=109)

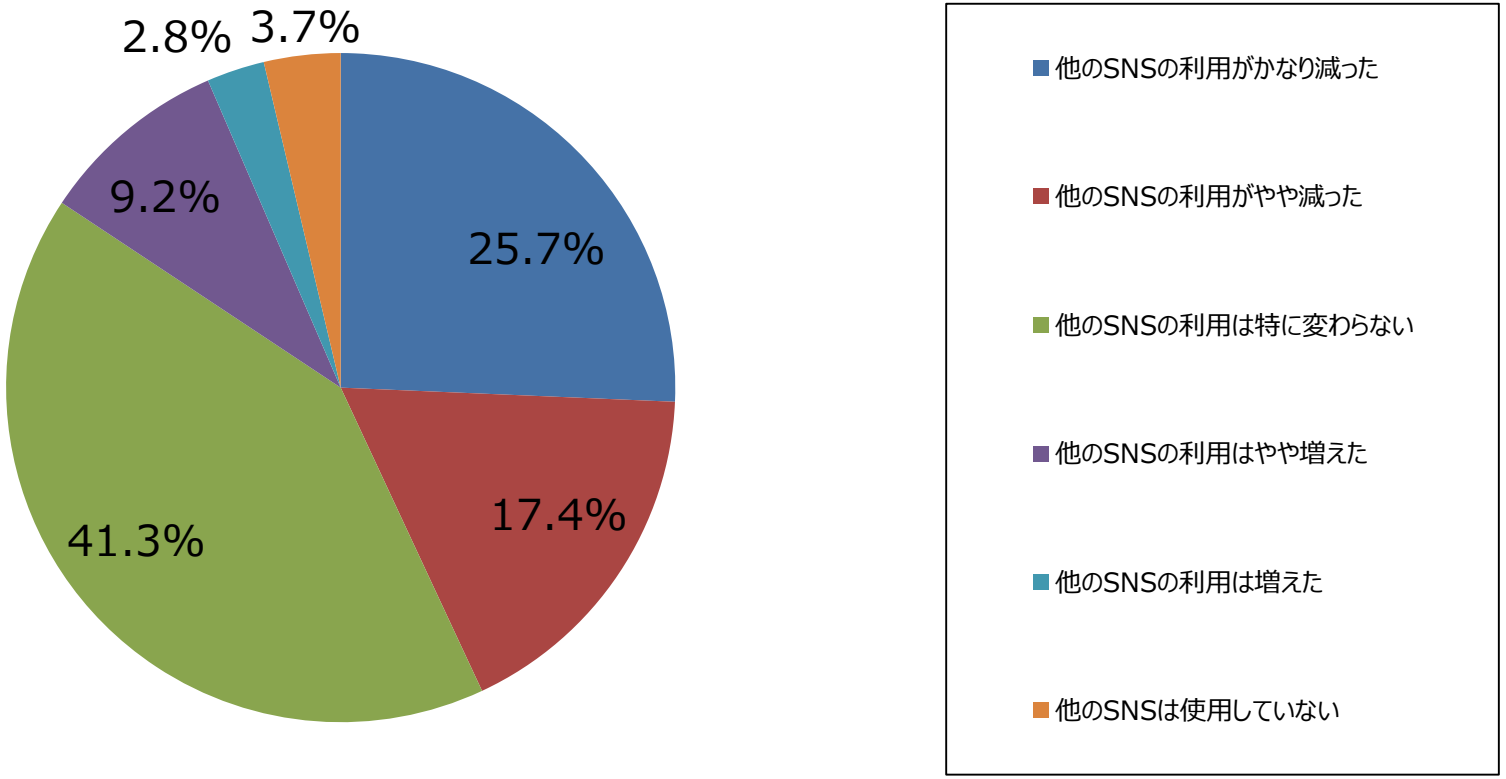
Marketing Research Camp

- **Q10 「消える系メッセージアプリ」を利用し始めてからの他のSNSの利用の変化について、あてはまるものをお選びください。**

				n	Q10					
					他のSNSの利用がかなり減った	他のSNSの利用がやや減った	他のSNSの利用は特に変わらない	他のSNSの利用はやや増えた	他のSNSの利用は増えた	他のSNSは使用していない
			全体	109	25.7%	17.4%	41.3%	9.2%	2.8%	3.7%
性別	男性	年代	10代	28	21.4%	14.3%	50.0%	10.7%	3.6%	0.0%
			20代	27	37.0%	18.5%	22.2%	14.8%	0.0%	7.4%
	女性	年代	10代	37	16.2%	21.6%	45.9%	8.1%	2.7%	5.4%
			20代	17	35.3%	11.8%	47.1%	0.0%	5.9%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

他のSNS利用への影響(n=109)



©2012JustSystems Corporation

エフェメラルSNSについて(n=105)

Marketing Research Camp

- **Q11 「消える系メッセージアプリ」について、あなたの状況にあてはまるものをお選びください。**

				n	Q11 他のSNSに比べて不要な気遣いを感じない					Q11 他のSNSに比べて、利用していて疲れない				
					あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
全体				105	31.4%	23.8%	25.7%	16.2%	2.9%	28.6%	21.0%	31.4%	13.3%	5.7%
性別	男性	年代	10代	28	32.1%	21.4%	21.4%	21.4%	3.6%	35.7%	10.7%	28.6%	14.3%	10.7%
			20代	25	32.0%	24.0%	36.0%	8.0%	0.0%	28.0%	28.0%	32.0%	12.0%	0.0%
	女性	年代	10代	35	28.6%	22.9%	28.6%	17.1%	2.9%	22.9%	20.0%	37.1%	14.3%	5.7%
			20代	17	35.3%	29.4%	11.8%	17.6%	5.9%	29.4%	29.4%	23.5%	11.8%	5.9%

				n	Q11 他のSNSに比べて、思い切った内容を投稿できる					Q11 他のSNSに比べて、「リア充」アピールを感じさせない				
					あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
全体				105	32.4%	21.9%	28.6%	11.4%	5.7%	32.4%	21.0%	34.3%	3.8%	8.6%
性別	男性	年代	10代	28	35.7%	14.3%	32.1%	7.1%	10.7%	25.0%	21.4%	39.3%	0.0%	14.3%
			20代	25	36.0%	24.0%	32.0%	8.0%	0.0%	36.0%	28.0%	32.0%	4.0%	0.0%
	女性	年代	10代	35	25.7%	25.7%	22.9%	17.1%	8.6%	37.1%	14.3%	34.3%	5.7%	8.6%
			20代	17	35.3%	23.5%	29.4%	11.8%	0.0%	29.4%	23.5%	29.4%	5.9%	11.8%

©2012JustSystems Corporation

エフェメラルSNSについて(n=105)

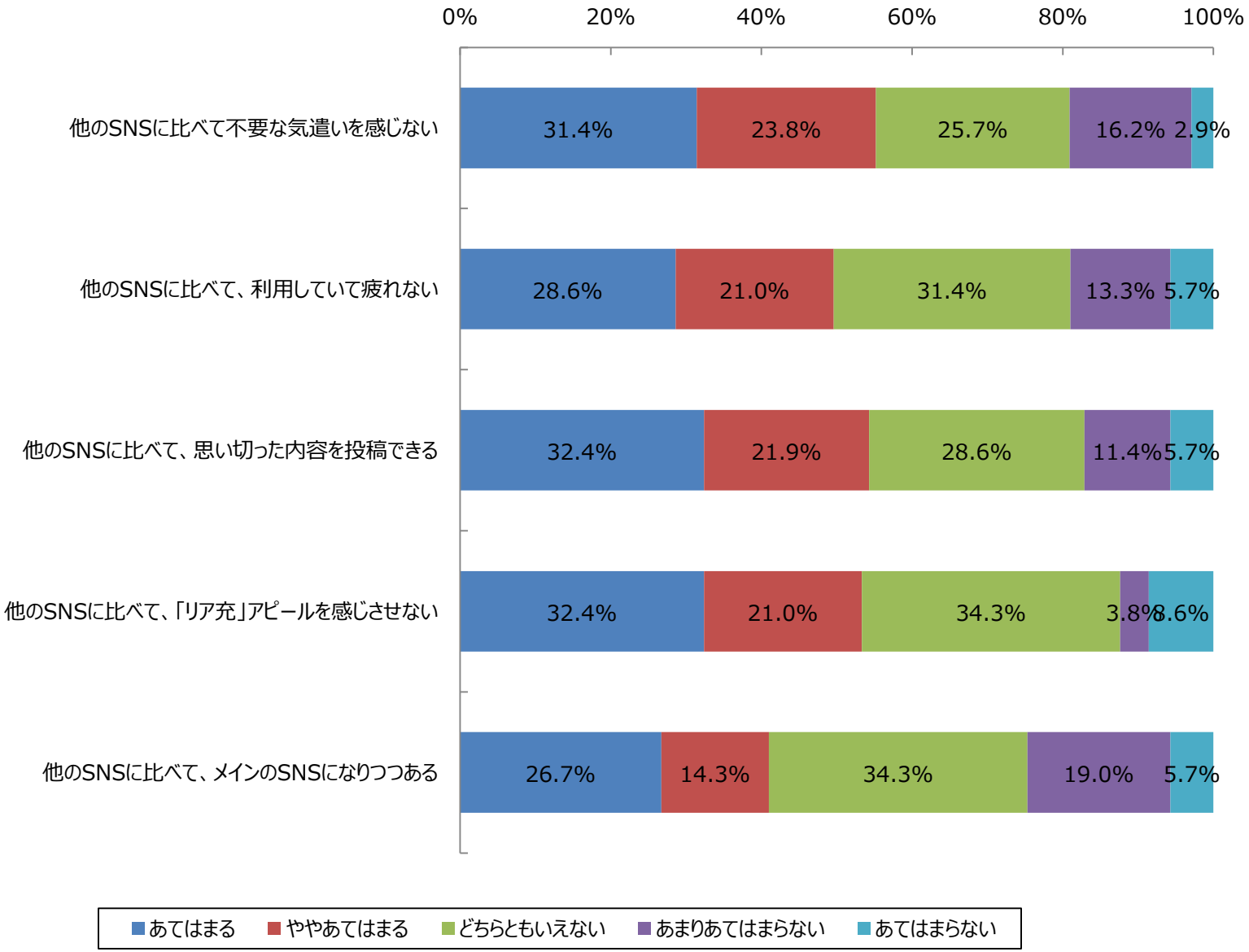
Marketing Research Camp

- **Q11 「消える系メッセージアプリ」について、あなたの状況にあてはまるものをお選びください。**

				n	Q11 他のSNSに比べて、メインのSNSになりつつある				
					あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
全体				105	26.7%	14.3%	34.3%	19.0%	5.7%
性別	男性	年代	10代	28	28.6%	10.7%	28.6%	25.0%	7.1%
			20代	25	28.0%	20.0%	36.0%	16.0%	0.0%
	女性	年代	10代	35	22.9%	11.4%	37.1%	20.0%	8.6%
			20代	17	29.4%	17.6%	35.3%	11.8%	5.9%

©2012JustSystems Corporation

エフェメラルSNSについて(n=105)



©2012JustSystems Corporation

やりとりしたい相手(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり

Marketing Research Camp

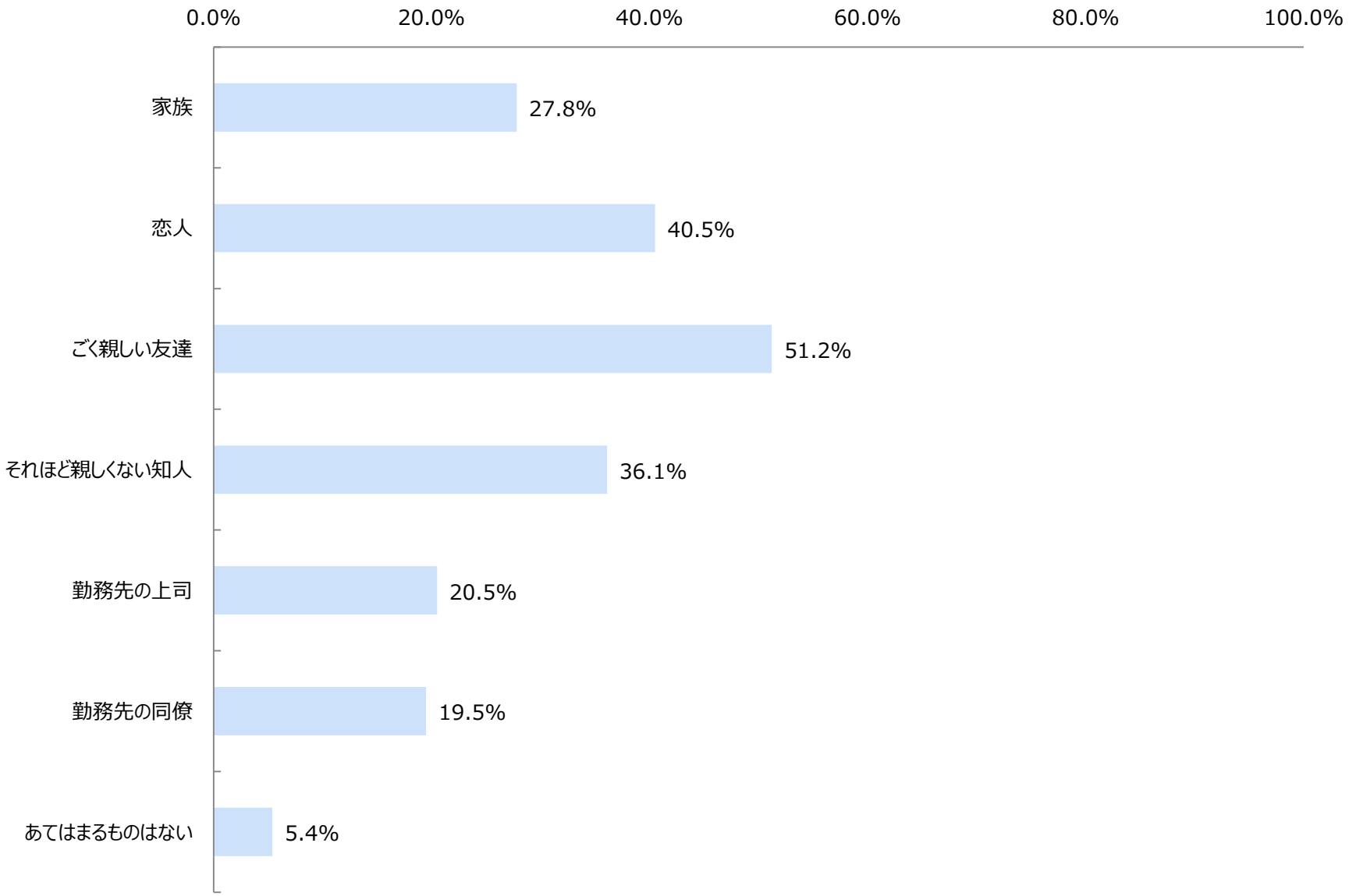
- **Q12 あなたは「消える系メッセージアプリ」で誰とメッセージをやりとりしたいですか？あてはまるものをすべてお選びください。**

				n	Q12						
					家族	恋人	ごく親しい友達	それほど親しくない知人	勤務先の上司	勤務先の同僚	あてはまるものはない
全体				205	27.8%	40.5%	51.2%	36.1%	20.5%	19.5%	5.4%
性別	男性	年代	10代	45	33.3%	37.8%	48.9%	42.2%	26.7%	33.3%	0.0%
			20代	46	17.4%	41.3%	52.2%	37.0%	13.0%	15.2%	6.5%
	女性	年代	10代	55	34.5%	43.6%	60.0%	36.4%	18.2%	16.4%	9.1%
			20代	59	25.4%	39.0%	44.1%	30.5%	23.7%	15.3%	5.1%

©2012JustSystems Corporation

やりとりしたい相手(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり



©2012JustSystems Corporation

投稿したいシチュエーション(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり

Marketing Research Camp

- **Q13 あなたは「消える系メッセージアプリ」をどんなシチュエーションで利用したいと思いますか？あてはまるものをすべてお選びください。**

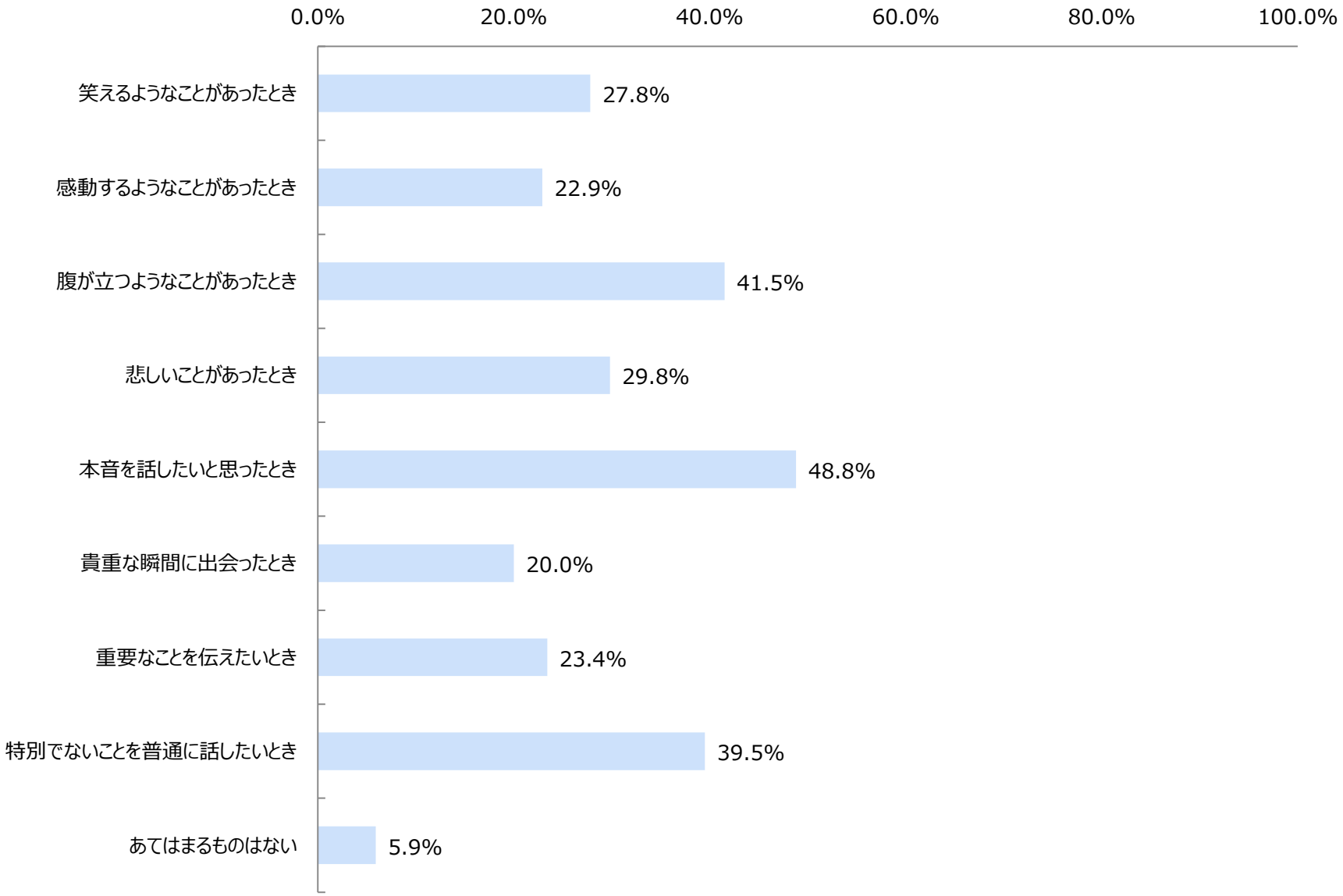
				n	Q13								
					笑えるようなことがあったとき	感動するようなことがあったとき	腹が立つようなことがあったとき	悲しいことがあったとき	本音を話したいと思ったとき	貴重な瞬間に出会ったとき	重要なことを伝えたいとき	特別でないことを普通に話したいとき	あてはまるものはない
			全体	205	27.8%	22.9%	41.5%	29.8%	48.8%	20.0%	23.4%	39.5%	5.9%
性別	男性	年代	10代	45	28.9%	31.1%	35.6%	26.7%	51.1%	17.8%	22.2%	35.6%	2.2%
			20代	46	26.1%	10.9%	21.7%	15.2%	37.0%	21.7%	19.6%	37.0%	15.2%
	女性	年代	10代	55	34.5%	27.3%	56.4%	41.8%	54.5%	18.2%	25.5%	45.5%	0.0%
			20代	59	22.0%	22.0%	47.5%	32.2%	50.8%	22.0%	25.4%	39.0%	6.8%

©2012JustSystems Corporation

投稿したいシチュエーション(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり

Marketing Research Camp



©2012JustSystems Corporation

投稿したい内容(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり

Marketing Research Camp

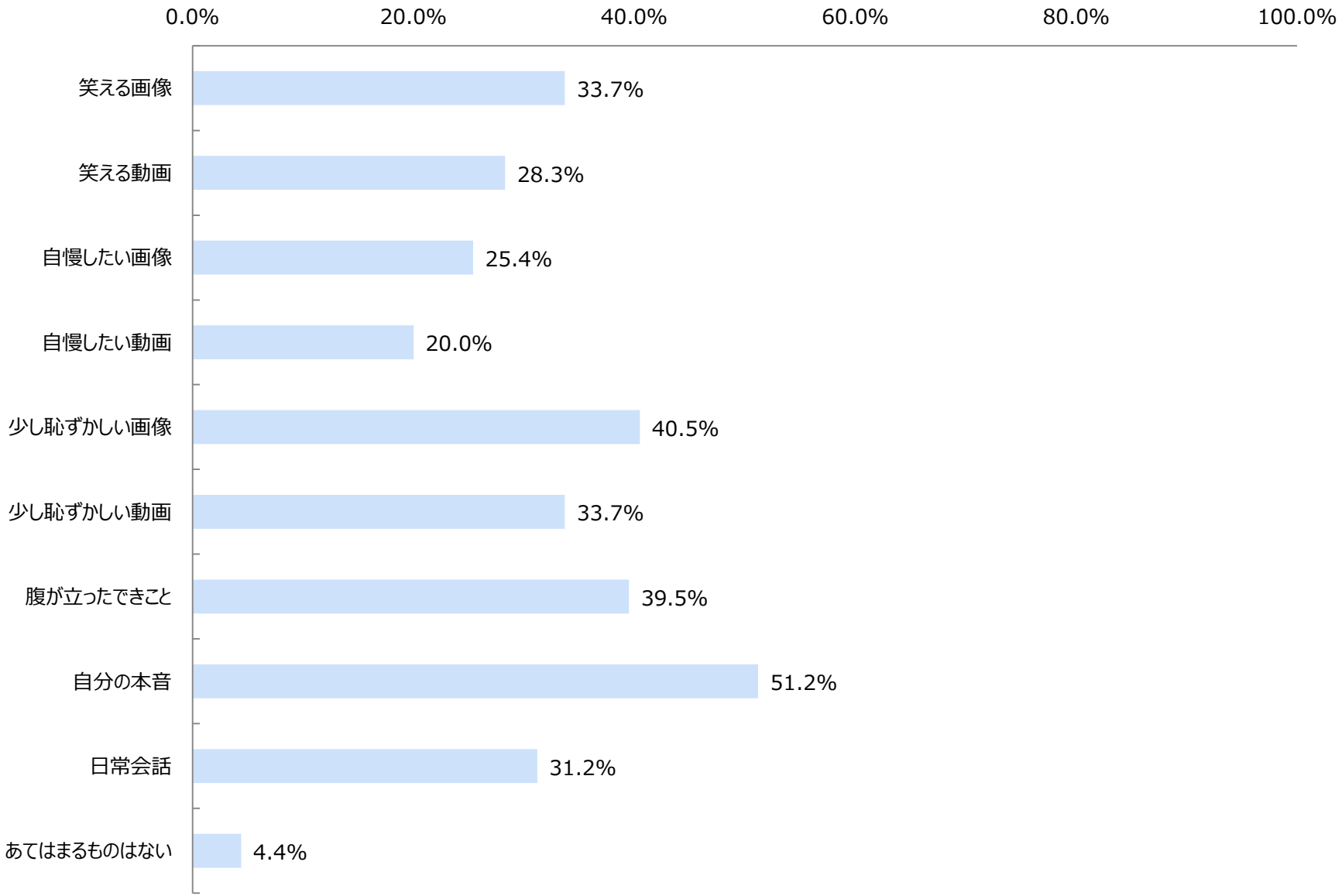
- **Q14 あなたは「消える系メッセージアプリ」でどんな内容を投稿したいと思いますか？あてはまるものをすべてお選びください。**

				n	Q14									
					笑える画像	笑える動画	自慢したい画像	自慢したい動画	少し恥ずかしい画像	少し恥ずかしい動画	腹が立ったできこと	自分の本音	日常会話	あてはまるものはない
全体				205	33.7%	28.3%	25.4%	20.0%	40.5%	33.7%	39.5%	51.2%	31.2%	4.4%
性別	男性	年代	10代	45	31.1%	26.7%	22.2%	13.3%	33.3%	31.1%	28.9%	46.7%	31.1%	2.2%
			20代	46	32.6%	23.9%	21.7%	19.6%	37.0%	32.6%	28.3%	45.7%	28.3%	4.3%
	女性	年代	10代	55	47.3%	34.5%	30.9%	25.5%	50.9%	40.0%	43.6%	52.7%	38.2%	3.6%
			20代	59	23.7%	27.1%	25.4%	20.3%	39.0%	30.5%	52.5%	57.6%	27.1%	6.8%

©2012JustSystems Corporation

投稿したい内容(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり



©2012JustSystems Corporation

他のSNSへの影響(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり

Marketing Research Camp

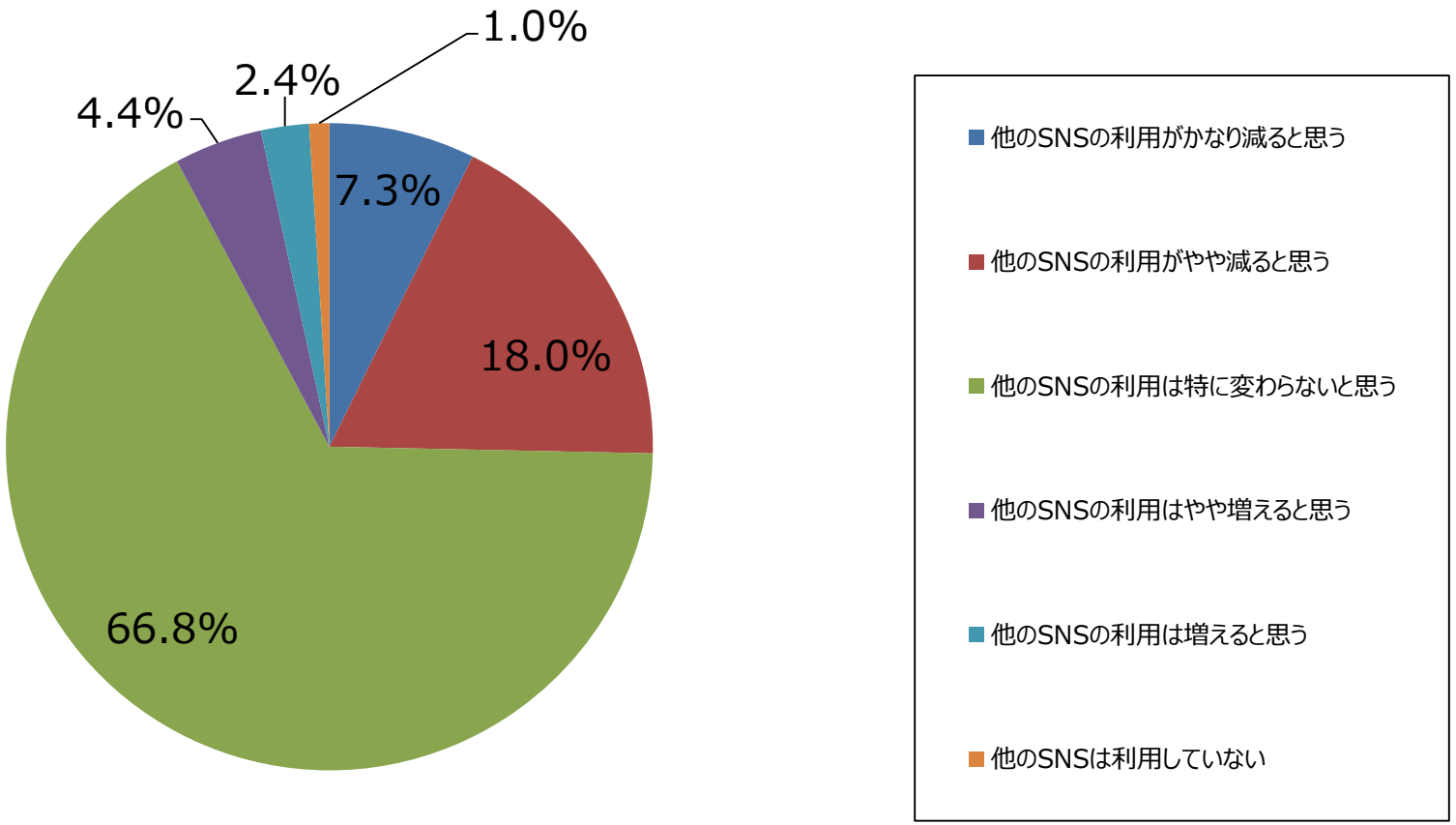
- **Q15 「消える系メッセージアプリ」を利用することで、あなたの他のSNSの利用にどのような影響があると思いますか？あてはまるものをお選びください。**

				n	Q15					
					他のSNSの利用がかなり減ると思う	他のSNSの利用がやや減ると思う	他のSNSの利用は特に変わらないと思う	他のSNSの利用はやや増えると思う	他のSNSの利用は増えると思う	他のSNSは利用していない
全体				205	7.3%	18.0%	66.8%	4.4%	2.4%	1.0%
性別	男性	年代	10代	45	8.9%	24.4%	60.0%	6.7%	0.0%	0.0%
			20代	46	6.5%	17.4%	63.0%	6.5%	4.3%	2.2%
	女性	年代	10代	55	10.9%	14.5%	67.3%	0.0%	5.5%	1.8%
			20代	59	3.4%	16.9%	74.6%	5.1%	0.0%	0.0%

©2012JustSystems Corporation

他のSNSへの影響(n=205)

※非利用者でエフェメラルSNSに興味あり



©2012JustSystems Corporation

調査方法について

Marketing Research Camp

●セルフ×クラウド型ネットリサーチ「Fastask（ファストアスク）」

株式会社ジャストシステムの「Fastask（ファストアスク）」は、
調査工程をクラウド化し、低価格（従来の約1/3）でスピーディーな
調査を実現したセルフ型リサーチです。

【本調査】　１問１サンプル回収あたり
一律:10円（税別）

【スクリーニング調査】　2,000サンプル回収あたり
一律:10,000円（税別）

■Fastaskに関するお問い合わせ

株式会社ジャストシステム　法人インフォメーションセンター
TEL:03-5324-7655
https://www.fast-ask.com/

©2012JustSystems Corporation