



新成人の男女400人に聞く家族アルバムの実態 / 子どもの頃の写真を見返す効果

子どもの頃の写真枚数は平均で560枚

子どもの頃の写真を見返すことで「自己肯定感を得られる」73.0%

愛情の蓄積を無意識に感じる「家族アルバム」の振り返りが奏功

株式会社ミクシィ（東京都渋谷区、代表取締役社長執行役員：木村 弘毅）が提供する家族向け写真・動画共有アプリ 家族アルバム「みてね」（以下「みてね」）は、2020年令和初の「成人の日」に新成人※となる男女400人を対象に、子どもの頃の写真に関する調査を行いました。成人になるまでの成長記録でもある「家族アルバム」の実態と、子どもの頃の写真を見返すことによる効果が明らかになりました。主な調査結果は以下のとおりです。

※2020年に成人式を迎える人＝1999（平成11）年4月2日～2000（平成12）年4月1日の間に生まれた人

令和初の新成人に聞く、「家族アルバム」の実態

- 令和初の新成人、95.5%がなんらかの形で子どもの頃の写真を保有している
- 子どもの頃の写真枚数は平均560枚。見返す頻度は1年間に平均「2回」
- 写真を撮ってもらっていた年齢は「小学高学年（まで）」（22.4%）が最も多いが、3人に1人（36.3%）は思春期以降も写真を撮ってもらっている

子どもの頃の写真を見直すことで得られる「自己肯定感」

- 子どもの頃の写真を見返すことで、73.0%が「自己肯定感を感じる」と回答
- 写真の枚数が多く、見返す頻度が高く、思春期を過ぎても写真を撮ってもらっていた人ほど、「自己肯定感」を感じる割合は高い

自己肯定感に加えて、親に対してもポジティブな感情を抱く

- 子どもの頃の写真を見返すことで、「親の愛情」（54.5%）を感じ、「親に感謝の気持ち」（40.7%）がわき、「親孝行」をしよう（34.1%）と感じている。自己肯定感に加えて、親に対してもポジティブな感情を抱く効果が明らかに
- 親になったとき、92.0%が「子どもに写真アルバムを作ってあげたい」と回答

調査概要 ■実施時期 2019年12月13日（金）～12月16日（月） ■調査手法 インターネット調査 ■調査対象 1999年4月2日～2000年4月1日の間に生まれた全国の男女400人



大阪教育大学准教授・小崎恭弘先生に聞く、家族アルバムの意義

■本件に関するお問い合わせ■

みてね PR事務局（電通パブリックリレーションズ内） 担当：森寄

【TEL】03-6263-9091

【E-mail】keito.morisaki@dentsu-pr.co.jp

令和初の新成人に聞く、「家族アルバム」の実態

□ 95.5%が子どもの頃の写真を保管

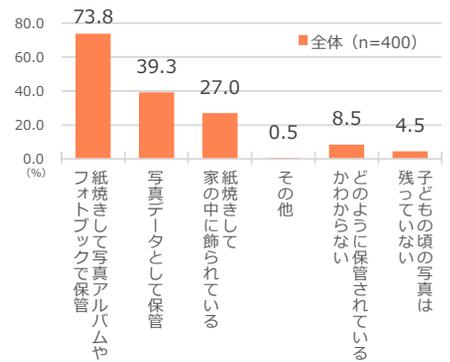
□ 保管方法は、紙焼きした写真アルバムやフォトブックが主流で73.8%を占める

2020（令和2）年1月13日（祝・月）は令和初の「成人の日」です。そこで、令和初の成人式を迎える※男女400人を対象に子どもの頃の写真についての調査を行いました。 ※1999（平成11）年4月2日～2000（平成12）年4月1日の間に生まれた人

まず、子どもの頃の写真がどのように保管されているかと聞くと、「紙焼きしてアルバムやフォトブックで保管」（73.8%）が最も多く、次いで「写真データとして保管」（39.3%）、「紙焼きして飾られている」（27.0%）の順となりました【図1】。

1999（平成11）年4月2日～2000（平成12）年4月1日の間に生まれた男女が今年成人式を迎えますが、彼らが子どもの頃の写真の保管は、紙焼きが主流であったと考えられます。データとして保管している人などとも合わせると、全体の95.5%が何らかの形で子どもの頃の写真を保管しており、ほとんどの人が自身の子どもの頃の写真を残していることがわかりました。

【図1】子どもの頃の写真の保管方法



□ 紙焼きに次ぐ保管方法は「写真データとしての保管」で39.3%

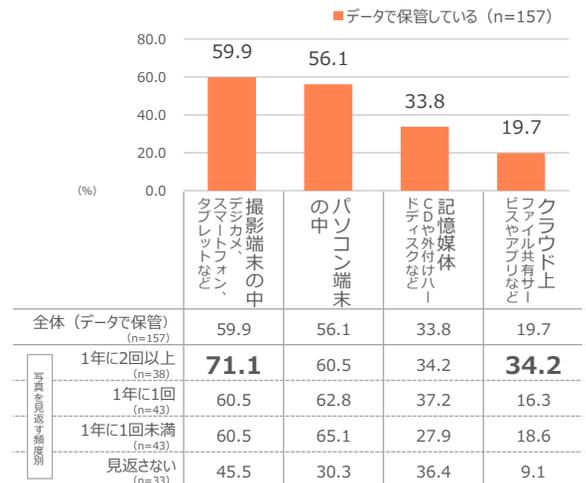
□ 写真データは「撮影端末」や「PC」に保管している人がそれぞれ過半数以上

子どもの頃の写真をデータとして保管していると答えた157人にその保存方法を聞くと、デジカメ、スマートフォン、タブレットなどの「撮影端末の中」（59.9%）が「パソコン端末の中」（56.1%）がそれぞれ約6割という結果になりました。一方、ファイル共有サービスやアプリなどの「クラウド上」（19.7%）に保管している人も2割いました【図2-1】。

子どもの頃の写真を見直す頻度が1年に2回以上の人、平均値と比べて「撮影端末の中」（71.1%、+11.2pt）および「クラウド上」（34.2%、+14.5pt）に保管している人の割合が10ポイント以上高く、見返さない人と比べるとその差はさらに大きくなっています。

子どもの頃の写真をよく見る人は、身近でより見やすいところに写真を保管する傾向があることがうかがえます。

【図2-1】子どもの頃の写真データの保管場所

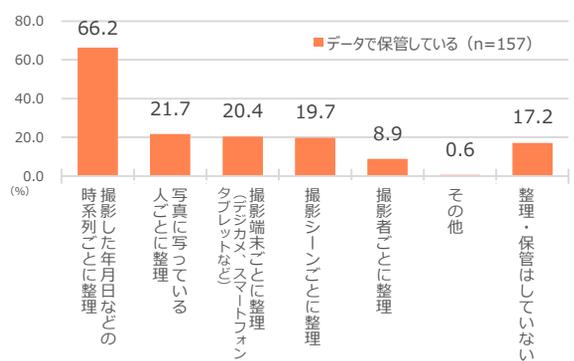


□ 写真データの管理方法で最も一般的なのは「撮影した年月日などの時系列ごと」

また、子どもの頃の写真のデータの管理方法についても聞くと、「撮影した年月日などの時系列ごとに整理している」（66.2%）が約7割と最も多くなっています。「写真に写っている人ごとに整理」（21.7%）、「デジカメ、スマートフォン、タブレットなどの「撮影端末ごとに整理」（20.4%）、「撮影シーンごとに整理」（19.7%）がそれぞれ2割程度いますが、「整理・保管はしていない」（17.2%）と答えた人も2割弱います【図2-2】。

時系列で管理することが主流でありつつも、たまっていく写真を整理し切れていないという人も一定数いるようです。

【図2-2】子どもの頃の写真データの管理方法



保有している子どもの頃の写真は平均560枚

□ 子どもの頃の写真枚数は平均560枚

□ 撮影シーンで多いのは「誕生日」と並び「日常生活」。デジカメからスマホへ、写真がより手軽に撮影できるようになり、イベントや行事以外での写真は今後も多くなることが予想される

子どもの頃の写真が残っていると答えた382人に、子どもの頃の写真が何枚残っているかと聞いたところ、「わからない」と答えた136人を除く246人の平均枚数は559.6枚でした [図3]。

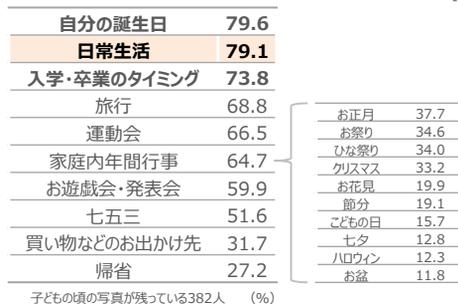
撮影されているシーンは、「自分の誕生日」(79.6%)、「日常生活」(79.1%)、「入学および卒業のタイミング」(73.8%)が多く、次いで「旅行」(68.8%)、「運動会」(66.5%)、「家庭内年間行事」(64.7%)の順となっています。家庭内年間行事の中での内訳をみると、1位「お正月」(37.7%)、2位「お祭り」(34.6%)、3位「ひな祭り」(34.0%)、4位「クリスマス」(33.2%)となりました [図4]。子どもの成長を祝う「誕生日」は誰もが大切に、写真に残すことが多いシーンですが、それと同じくらい撮影することが多いのが普段の何気ない「日常生活」でした。デジカメの普及によりいつでも簡単に撮影ができるようになったことで、特別なイベントでなくても写真を撮影する機会が増えたことが背景にあると考えられます。近年はスマートフォンでの撮影も主流になっていることから、写真撮影はより簡単で手軽になり、イベントや行事以外の普段の「日常生活」での写真は今後も多くなることが予想されます。

また、自分が何歳ごろまでの写真が残っているかを聞くと、「小学高学年(まで)」(22.4%)が最も多くなっています。しかし、「中学生～大学・短大・専門生(まで)」と答える人も合計36.3%おり、3人に1人は思春期以降も写真を撮ってもらっていることがわかりました [図5]。幼少期だけでなく、思春期を過ぎても写真を撮ってもらっている人も多いことがうかがえます。

【図3】子どもの頃の写真枚数

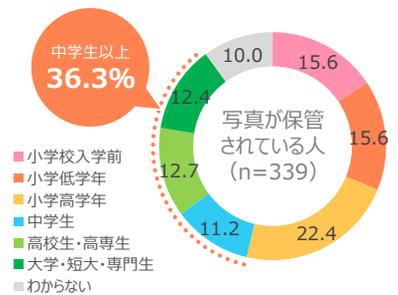


【図4】子どもの頃の写真撮影シーン



【図5】何歳ごろまで撮影してもらったか

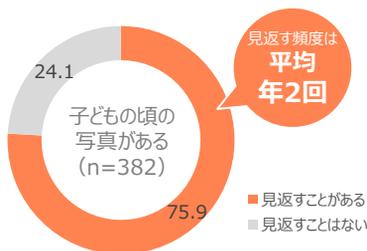
[図1] で「紙焼きして保管」「写真データとして保管」と答えた人



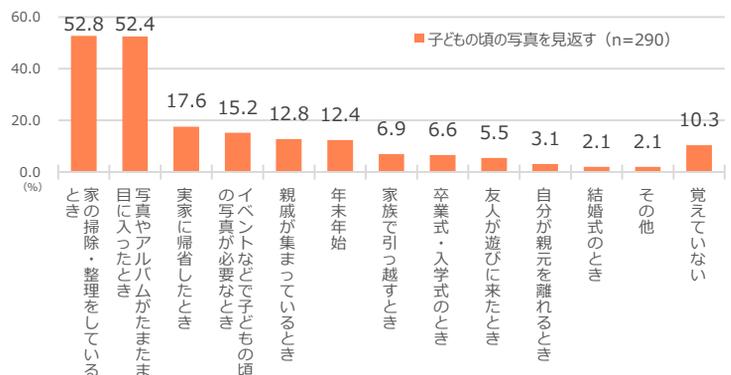
□ 子どもの頃の写真を見返す頻度は平均で1年に「2回」

子どもの頃の写真が残っていると答えた382人に子どもの頃の写真を見返すことがあるかと聞くと、4人に3人は「見返すことがある」(75.9%)と答えました。見返すことがあると答えた290人にその頻度を聞くと、平均で1年間に「2.0回」となりました [図6]。また、どんなときに見返すかと聞くと、「家の掃除・整理をしているとき」(52.8%)や「写真やアルバムがたまたま目に入ったとき」(52.4%)が多くなっています [図7]。自分が子どもの頃の写真を見返すような決まったタイミング(年間の行事・祭事など)は特にないようです。

【図6】子どもの頃の写真を見返すか



【図7】子どもの頃の写真をどんなときに見返すか



子どもの頃の写真を見返すことで得られる「自己肯定感」

□ 子どもの頃の写真を見返すことで「自己肯定感」を感じる73.0%

□ 写真の枚数が多く、見返す頻度が高く、思春期を過ぎても写真を撮ってもらっていた人ほど、「自己肯定感」を感じる割合は高い

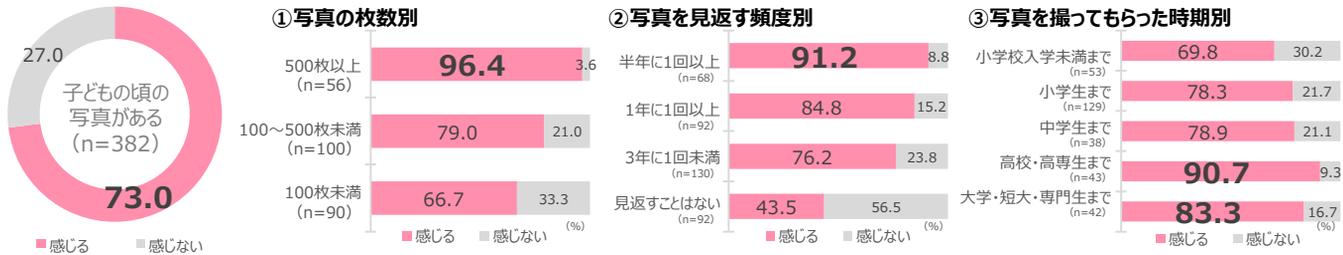
2019年6月に公表された令和元年（2019年）版「子供・若者白書」によると、日本の若者（13～29歳）は諸外国に比べ自分に満足する「自己肯定感」が低くなっています。

新成人に子どもの頃の写真を見返すことで自己肯定感※を感じるかと聞くと、73.0%が「感じる」と答えています【図8】。

※自己肯定感=自分には価値があり、愛されていると感じること

これを子どもの頃の写真枚数や写真を見返す頻度別に見ると、写真枚数が多いほど、また、見返す頻度が高いほど自己肯定感が高まっています。さらに、写真を撮ってもらった時期別で比較すると、「高校・高専生（まで）」（90.7%）や「大学・短大・専門生（まで）」（83.3%）と、思春期を越えても写真を撮ってもらっている人の方が、自己肯定感が高まっています。

【図8】子どもの頃の写真を見返すことで「自己肯定感」を感じられるか



□ 写真を見返すことで、「親からの愛を感じる」54.5% 「親に対して感謝の気持ちがわく」40.7%

子どもの頃の写真を見返すことがあると答えた290人に、見返すときに感じる気持ちを聞いてみました。すると、「親の愛情を感じる」（54.5%）、「親に対して感謝の気持ちがわく」（40.7%）、「親孝行」をしようと思う（34.1%）など、子どもの頃の写真を見返すことで、自己肯定感に加えて親に対してもポジティブな感情を抱いていることがうかがえます【図9】。保管している写真の枚数別に見ると、写真枚数が多い人はポジティブな気持ちを抱く割合が高い傾向にあることがわかりました。

子どもの頃の写真を多く残し、それらを見返すことによるメリットがここでも明らかになりました。

【図9】子どもの頃の写真を見返して感じる気持ち

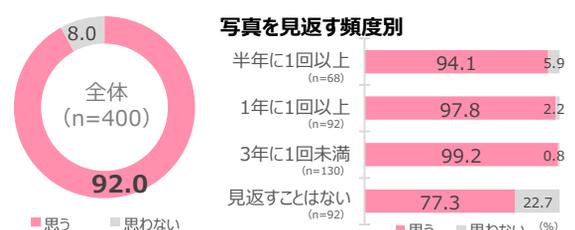


□ 新成人の92.0%が、自分の子どもにも写真アルバムを「作ってあげたい」

将来、自分の子どもに写真アルバムを作ってあげたいかと聞くと、92.0%が「作ってあげたい」と答えています【図10】。写真を見返す頻度別に見ると、子どもの頃の写真を見返すことはないとした人でも、8割近くが「作ってあげたい」（77.3%）と答えています。

自分自身が写真を見返すことがなくても、自分の子どもの写真は、親としての自分のためと子どものための両側面から残しておきたいと思うのではないのでしょうか。

【図10】自分の子どもに写真アルバムを作ってあげたいか



大阪教育大学准教授・小崎恭弘さんに聞く、家族アルバムの意義

家族や子育てにおけるアルバムの役割を研究なさっている大阪教育大学の小崎恭弘准教授に、コメントをいただきました。

■ 家族のアルバムは、家族の歴史と成長の思い出であり、親子の愛情を具体化するもの

子育てが困難な時代といわれています。少子化の進展は一向にやまず、年間の出生数は100万人を割り込み続けています。そしてそれらは全く回復の兆しは見られません。このような時代と社会の中であって、これからの子育てではどのように変化するのでしょうか。社会の大きな変化の中で、ますます親子の愛情と絆が意識されていくことになるでしょう。そのような中で、親子の愛情を形作る一つのアイテムに関心が高まっています。それが「アルバム」です。今さらですが、アルバムとは写真を集め分類しつづけたものであり、そこには親子や家族の思い出が存在しています。単にその時を切り取っただけでなく、その瞬間にまつわるエピソードやストーリー、また人となりや個性まで見ることができます。アルバムとはその家族の軌跡であり、家族の歴史と成長の証しであるといえます。私はこのアルバムに関する調査・研究をいくつか行っています。今回はその知見から得られた「アルバムと子育て」についていくつか紹介をしましょう。

■ 「アルバムと子育て」に関する3つの知見

● アルバムを作ることは家族関係に良い影響を与える

子どもの写真をたくさん撮ったり、またアルバムを何度も見直したりすること自体が、家族の関係性を良好にしていると考えられます。これは子どもや家族を大切に思う気持ちや意識が、実際の行為として現れていること、またそれらが写真・アルバムという目に見え残るものとして形作られていることが影響していると考えられます。愛情の具体化といえるものです。

● アルバム作りは人の「自立性」「協調性」「持続力」を高めることに役に立つ

大学生を対象とした調査では、写真やアルバム作りに対して肯定的な経験や思いのある人の「自立性」「協調性」が高くなる傾向にありました。また自分のアルバムをたくさん所持している学生は「持続力」が高くなる傾向にありました。これらから親子の関わりや愛情を明確な形にするアルバムは、子どもたちの成長に対して良い影響を与える可能性が示唆されたのです。

子育ての取り組みを写真やアルバムという目に見える形にする行為自体が、子育ての楽しさや子どもの成長の意識づけにつながると考えられます。そのような積み重ねが、子どもたちをより良く育てることの一つのきっかけとなり得ると考えられます。

● アルバムを作る行為自体が子どもへの愛着を強める

心理実験を通じて、アルバム作り自体に子どもへの愛着を強める効果があることがわかりました。単に写真を見ているだけではなく、積極的にアルバムを作る行為自体に子どもへの愛着を高めることが明らかになったのです。アルバムを作るという行為が、子どもへの意識づけを高めることにつながっているのです。写真を見てアルバムを作ることで、その当時の思い出やストーリーを再現し作り出したり、また一定の目的やテーマを持って写真を分類したりすること自体が、子育てや子どもへのより良い意識につながるのだと推察されます。

■ 「成人式」という人生の節目にアルバムを見直すことで、写真に残してくれた人の思いを感じる機会に

写真・アルバムというものは、その瞬間を切り取ったものであり、何もしなければただ流れ行く時間を意図的にとどめる行為といえます。そこには子どもや子育てに関して、明確な意思が存在しています。その意図を形にしていく行為が大切なものだと考えます。それは子どもへの愛情であったり、成長の節目であったり、またその瞬間の感動や喜びであるといえます。時間や成長は意識しなければ、ただ過ぎ去って行くものです。その時間を惜しみながら、また大切にすることがアルバムを作ることにつながるのです。

冠婚葬祭という人生の節目を特別に意識する言葉があります。その最初の「冠」とは、まさに大人となり冠を付けること「元服」を指します。現代風に言えば、成人式のことです。人生に一度しかない大人となる節目を迎え、それまでの自分の成長をアルバムを見直すことで実感をし、自分のこれまでの歩みをゆっくりと振り返ってほしいと思います。またその時に一緒に写っている「人、もの、こと」を今一度見つめてください。そして同時に、そのシャッターを押した人にまで思いをさせてほしいです。あなたの成長を、一番望んでいた人の思いを、今新たに感じられるのではないのでしょうか。その思いを感じつつ、これから新しい自分の人生とあなたと共に歩む家族を作り出してほしいと思います。

参考 アルバム研究所HP <https://album-labo.com>



小崎恭弘（こざき やすひろ）さん 大阪教育大学准教授

1968年兵庫県生まれ。1990年聖和大学教育学部卒業。91年兵庫県西宮市初の男性保育士として施設・保育所に12年間勤務。3人の男子それぞれに育児休暇を取得。それらの体験をもとに「父親の育児支援」研究を始める。男性の育児の視点より、ワークライフバランス、パートナーシップ、イクメン等について、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等に積極的に発信を行う。2014年から大阪教育大学教育学部准教授。専門は、保育学、児童福祉学、子育て支援など。NPO法人ファザリング・ジャパン顧問。

令和の家族アルバム「みてね」とは

株式会社ミクシィが提供する家族向け写真・動画共有アプリの家族アルバム「みてね」は、2015（平成27）年4月のサービス開始から多くのご家族にご利用いただき、2019年11月時点で600万人※1以上の方々にご愛用いただいています。

「みてね」は、パパママが撮った子どもの大切な写真や動画を、おじいちゃんやおばあちゃん、親戚など招待した家族だけにリアルタイムで共有でき、写真や動画を無料・無制限でアップロードでき、子どもとの日常やイベントなどの写真を気軽に共有し、家族みんなで楽しくコミュニケーションを取ることができるアプリです。また、自動で写真を選定・レイアウトされたフォトブック案が毎月1回アプリ上に届き、注文ができるフォトブック作成サービスなど、忙しいパパママが手間をかけずに子どもの思い出を形にすることができる機能をご用意しています※2。

「みてね」は、日本人のママの3人に1人※3が利用しています。出産後1週間以内に「みてね」を利用開始する方が最も多く、多くのパパママが子どもが生まれるとすぐに「みてね」を使い始める様子が伺えます。また、近年スマートフォンを持つ50～60代の割合が増えているとの総務省の報告※4もあり、50～60代のスマホ所持率の増加は、祖父母世代への「みてね」の浸透にも影響を与えていると思われます。実際に、「みてね」を使うためにスマートフォンに切り替えた、というおじいちゃん・おばあちゃんのうれしい声も多くいただいております。



2017年7月から英語版のサービスを開始し、北米、イギリス、オーストラリアなどで利用者が増えています。また、2019年4月には、1家族につき月額480円（税込）で「みてね」がより便利に楽しく使える「みてねプレミアム」の提供を開始。これまで1本につき最長3分だった動画が10分までに拡大され、公開範囲も細かく設定できるようになり、さらにPCからも写真や動画がアップロード可能になるという3つの便利な機能に加え、さまざまな特典が追加されます。

「みてね」への写真・動画の月間アップロード枚数は、2019年8月時点で1億枚以上に達し、夫婦で活用されている方のアクティブ率（週に1度以上「みてね」を使うユーザーの割合）は7割以上と、多くのご家族の皆さまにとってなくてはならないサービスとして成長を続けています。「みてね」は、『子育てをもっと楽しく』『“孤育て”をなくす』を実現するため、これからも家族みんなが楽しくコミュニケーションできる場を提供します。

※1 iOS・Androidアプリ登録者数、ブラウザ版登録者数の合計 ※2 フォトブックの作成・注文は有料となります

※3 厚生労働省「平成30年(2018)人口動態統計の年間推計」から算出（2018年12月発表） ※4 出展：総務省「平成29年通信利用動向調査の結果」（2018年6月発表）



▲アルバム画面(表紙機能例)



▲コメント画面



▲近況(みたよ履歴)画面

- アプリ名：家族アルバム みてね ●価格：無料
- 対応機種（OS）：iOS 10.0以降／Android 4.4以降
- ダウンロード方法：各ストアで「みてね」で検索し、アプリをダウンロード
【iOS】 <https://apps.apple.com/jp/app/id935672069>
【Android】 <https://play.google.com/store/apps/details?id=us.mitene>
- 公式サイト：
【日本語】 <https://mitene.us> 【英語】 <https://family-album.com>
【韓国語】 <https://family-album.com/ko>
【中文（繁體字）】 <https://family-album.com/zh-tw>

■ミクシィグループ < mixi.co.jp >

ミクシィグループは、“ユーザーサブライズファースト”の企業理念のもと、ユーザーの皆さまの想像や期待を超える価値提供に取り組んでいます。当社グループは1997年の創業以来、SNS「mixi」やスマホアプリ「モンスターストライク」など、友人や家族といった親しい人と一緒に楽しむコミュニケーションサービスを提供してきました。これからも、“フォー・コミュニケーション”と定めたミッション（私たちのやるべきこと）を遂行するため、人々の生活がより豊かになる未来を思い描き、ITの側面からコミュニケーションの活性化を促す事業・サービスを推進し、より良いコミュニケーションの創造に取り組んでいきます。

■Vantageスタジオ

"世界中の人たちが夢中になって使う、驚きと喜びのある、新しいコミュニケーションサービスを創る"をミッションに掲げ、2016年4月、株式会社ミクシィ内にVantage（ヴァンテージ）スタジオを設立しました。Vantageスタジオでは、SNS「mixi」、「家族アルバム みてね」など、世界中の人たちの"こころのインフラ"となるコミュニケーションサービスを生み出し続けます。

“ミクシィ”、“mixi”、mixiロゴ、“家族アルバム みてね”は、株式会社ミクシィの登録商標または商標です。また、ミクシィグループ各社の会社名、サービス・製品名は各社の登録商標または商標です。Android、Google Play は Google LLC の商標です。