

報道関係者各位

2018年2月27日

フリー株式会社

GIRLS' TREND 研究所

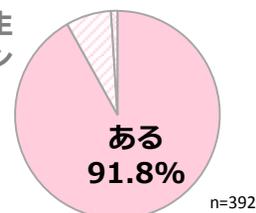
&lt;女子高大生※を対象とした「カラーコンタクトに関する意識調査」&gt;

**女子高大生の91.8%がカラコン使用経験あり****女子高大生カラコン使用者の76.4%が“ナチュラル系”レンズを使用****情報入手先はレビューサイトやSNS**

フリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田坂吉朗 以下、フリー)が運営する女子高生・女子大生の動向調査・研究機関『GIRLS' TREND(ガールズトレンド) 研究所』は、2018年1月~2月に「カラーコンタクト(以下、カラコン)」に関する意識調査を実施しました(サンプル数:392)。調査対象はいずれも、フリーが運営する、プリントシール(以下、プリ)機で撮影した画像を取得・閲覧できるサービス「ピクトリンク」会員の女子高大生※です。調査結果を以下のとおり発表いたします。 ※高専生を含む

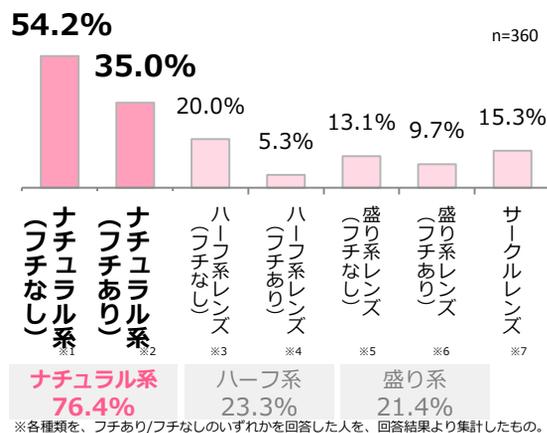
**◆TREND① 女子高大生の91.8%がカラコン使用経験あり**

女子高生・女子大生のカラコン事情について調査したところ、回答者全体の91.8%がカラコン使用経験が「ある」と回答しました。カラコンは、女子高大生の間で“外せないアイテム”であることが伺えます。

\*女子高大生  
のカラコン  
使用経験**◆TREND② 女子高大生カラコン使用者の76.4%が“ナチュラル系”レンズを使用**

カラコンのデザインには、自然に見える“ナチュラル系”や外国人のような雰囲気を出す“ハーフ系”など複数の種類があり、装着時の印象を大きく左右します。本調査でも『商品を選ぶ際に重要視していること』の問いに対し、回答者の71.1%と最も多くの人々が「レンズデザイン」をあげました。

最近使用したデザインは「ナチュラル系レンズ(フチなし)」(54.2%)、「ナチュラル系レンズ(フチあり)」(35.0%)、「ハーフ系(フチなし)」(20.0%)の順。特に“ナチュラル系”レンズの人气が高く、回答者全体の76.4%が「ナチュラル系レンズ(フチなし)」「ナチュラル系レンズ(フチあり)」のいずれかを使用していました。“ナチュラル系レンズ”は、自身の魅力を最大限引き出してくれる“盛れる”アイテムとして、定着しているようです。

**\*女子高大生が最近使ったカラコンのデザイン**

&lt;イメージ例&gt;



※1 LuMia ヌーディーブラウン ※2 PERSONAL オータムタイプ ソフト ※3 LIL MOON クリームグレーージュ  
※4 secret candy magic マンスリー NO.10 ※5 Re coco クラシカルブラウン  
※6 Dope Wink フレイクシリーズ ヘールベージュ ※7 Neo Sight one day Ring UV ブラウン

**◆TREND③ 情報入手先はレビューサイトやSNS**

では、何を参考にして商品選びをしているのでしょうか。情報入手先トップ3は、レビューサイト(51.4%)、YouTube(31.4%)、Instagram(31.1%)でした。また、カラコンに関する“あるある”を聞いたところ、半数以上が「つけてみたらイメージと違って盛れなかった」と回答しました。レンズ装着イメージをより“リアル”に把握でき、イメージのズレを事前に防ぎやすいメディアが有用となるようです。

**\*自然な“盛り”を実現するカラコン『em TULLE (エンチュール)』について**

フリーでは、人気のあるナチュラル系カラコンとしてこれまで『LuMia (ルミア)』と『Re coco (リココ)』を発売。そしてこの度、ナチュラル系フチありカラコンの新しい専門ブランドとして『em TULLE (エンチュール)』を発売し、本日2月27日より発送開始しました。メインターゲットであるナチュラル系フチありレンズユーザーはもちろんのこと、これまで盛り系レンズをお使いのお客様にもご満足いただける、4種のフチデザインをラインナップしています。

<『em TULLE』製品ページURL ⇒ <https://contact.mewshop.jp/products/494/> >



<公開データの引用・転載の際は、“フリー株式会社「GIRLS'TREND 研究所」調べ”と明記いただけますようお願い申し上げます。>

## ◆ 調査概要

調査期間 : 2018年1月17日(水)~2月5日(月)  
 調査方法 : インターネットアンケート  
 調査対象 : プリントシール画像共有サイト「ピクトリンク」会員の女子高校生、女子大学生等(高専生、専門学校生、短大生を含む)  
 有効回答数: 392サンプル

### 【「ピクトリンク」とは】

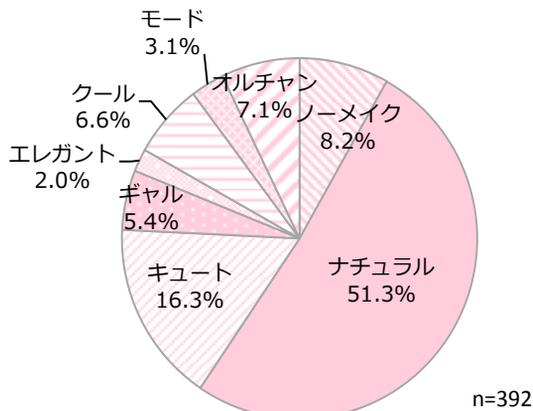
フリーのプリントシール機で撮影した画像を、フィーチャーフォン・スマートフォンにて取得・閲覧できるサービス。利用者数は約1,300万人(2017年3月末時点)。アプリ版ではSNS機能を備えており、画像データを整理してアルバムを作成、共有が可能。

[会員種別] 無料会員  
 有料会員 ※WEBサイト:324円/月(税込)、アプリ:月額コース400円/月(税込)、年額コース4,000円/年(税込)  
 有料会員プラス ※WEBサイト:540円/月(税込・docomoのみ)  
 [対応OS] サイト:iOS8.0以降、Android™4.4以降の端末、アプリ:iOS9.0以降、Android™4.2以降の端末  
 [URL] サイト: <https://sp.pictlink.com/>  
 アプリ: iOS版 <https://itunes.apple.com/jp/app/pikutorinku/id446747531>  
 Android™版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.furyu.pictlink>  
 [著作権表記] (C) FURYU

## ◆ 調査結果

### Q. 普段のあなたのメイクタイプに最も近いものは？

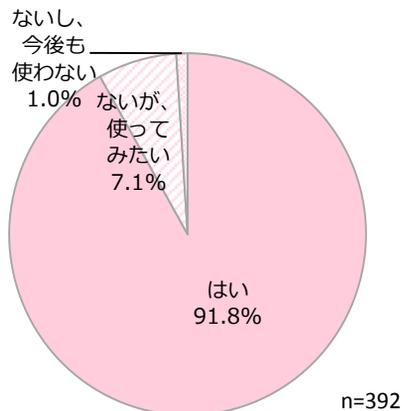
※単一回答



### Q. カラコンを使ったことがある？

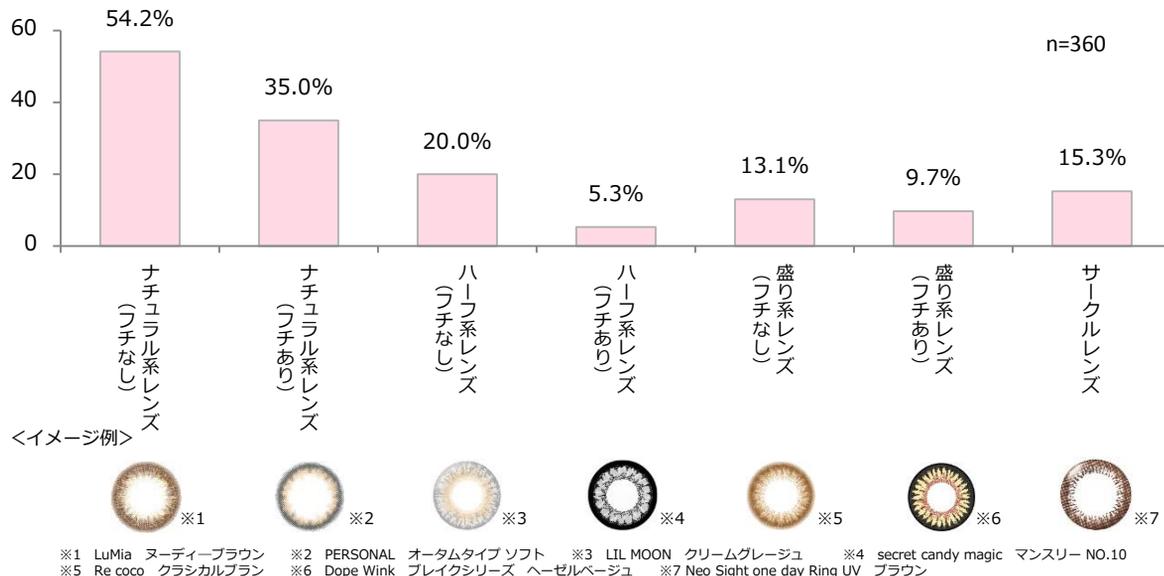
※単一回答

※「カラコン」とはディファインや黒コンタクトも含む

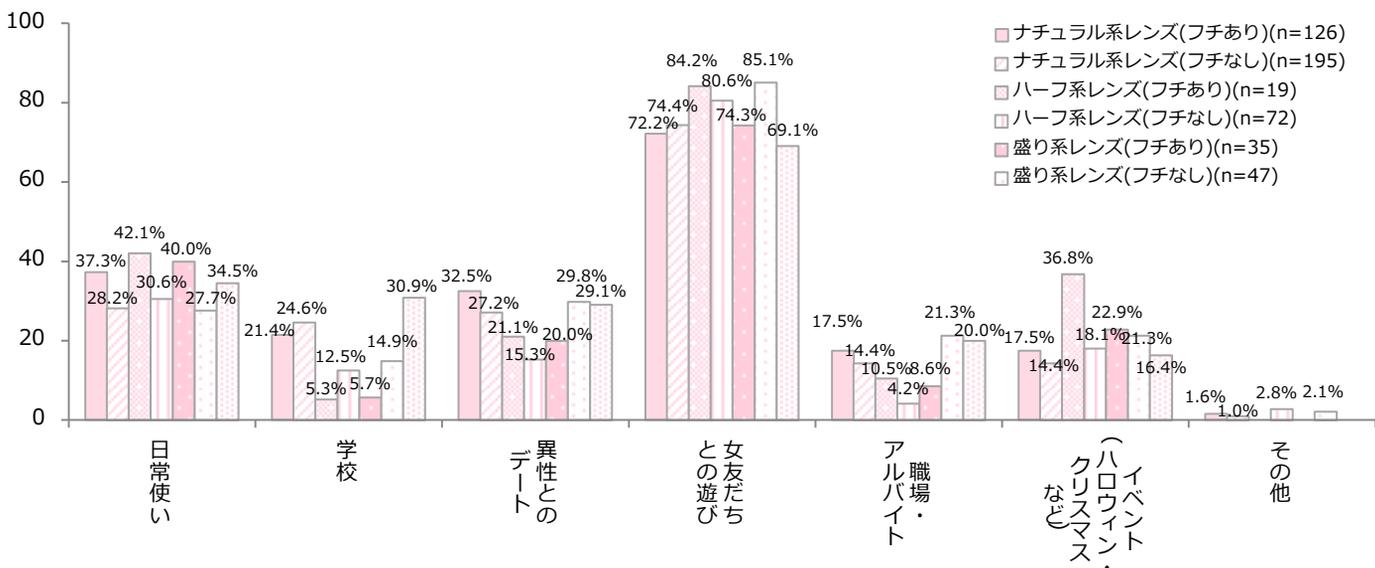


### Q. 最近使ったカラコンを教えてね！

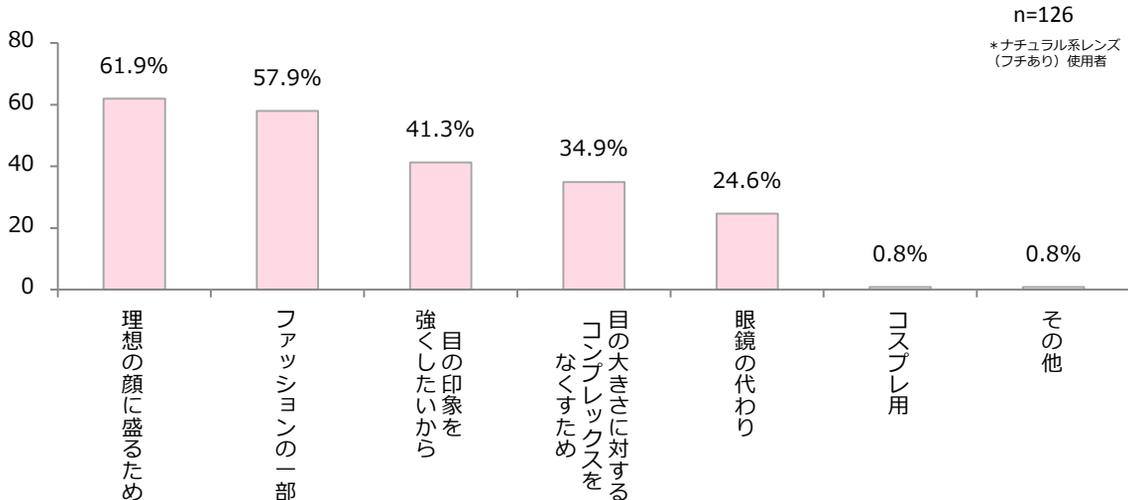
※複数回答



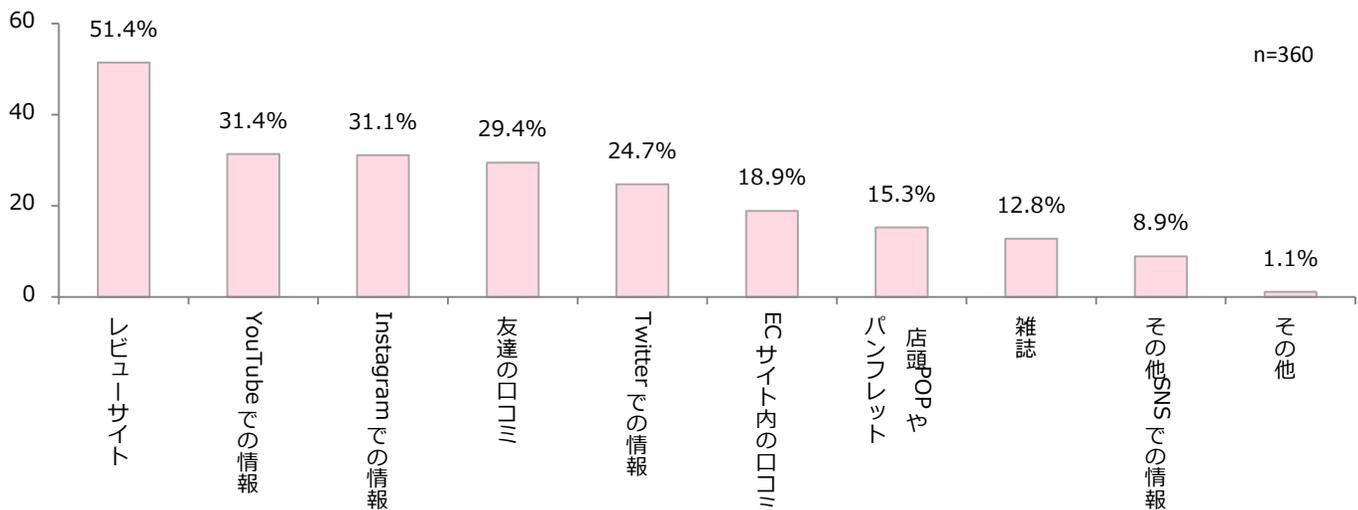
Q.最近使ったカラコンの使用シチュエーションは？ ※複数回答



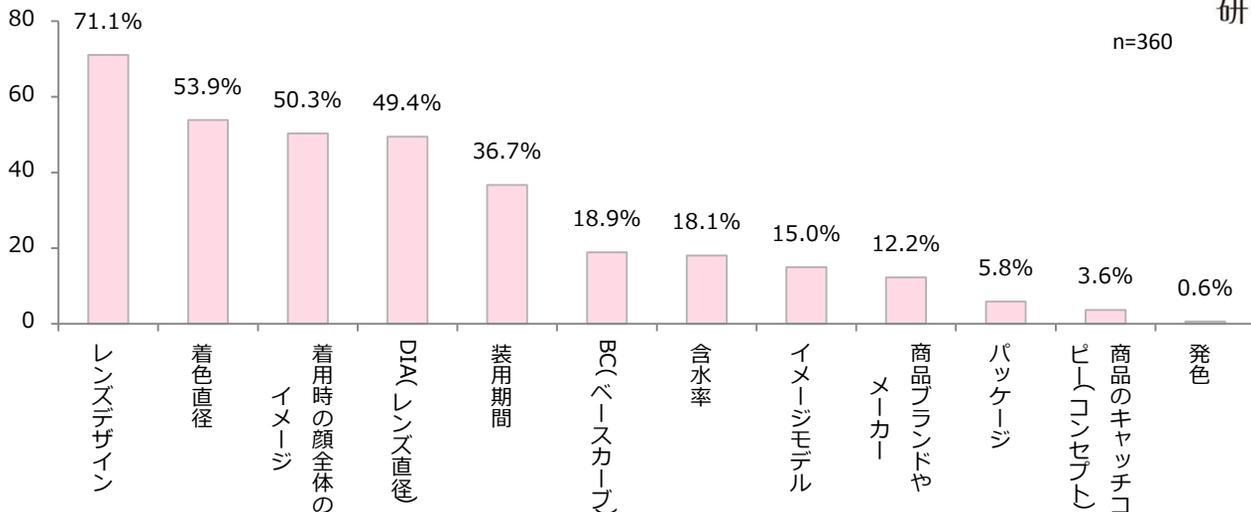
Q.カラコンを使う理由は？ ※複数回答



Q.新しい種類のカラコンを買う時に、どこからの情報を参考にして選んでいる？ ※複数回答

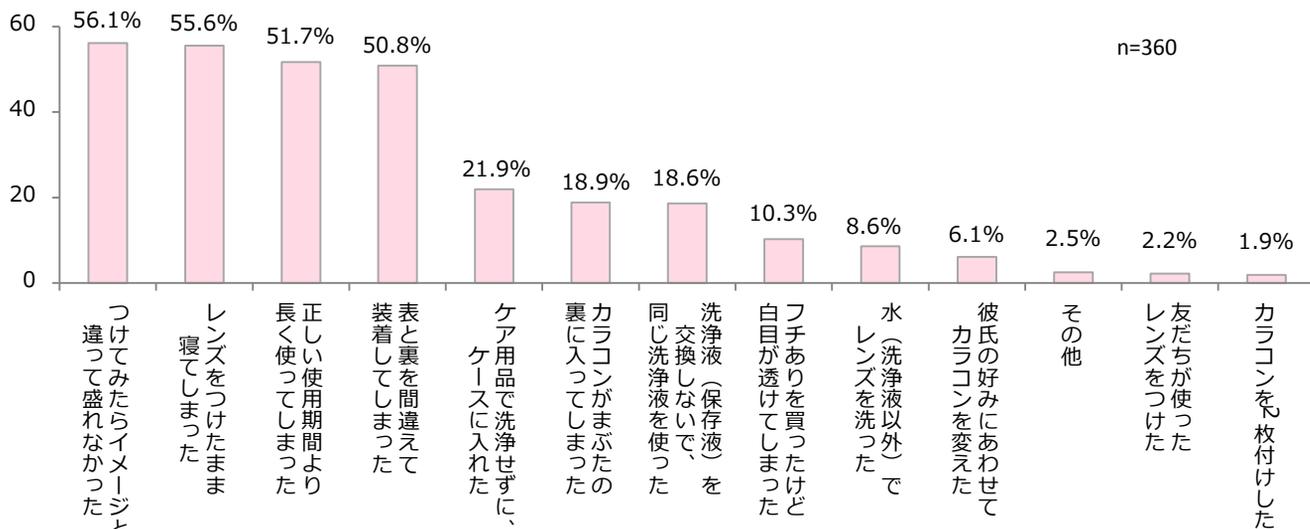


Q.商品を選ぶ際に重要視していることはどれ？※複数回答



n=360

Q.実際にやったことがあるカラコンあるあるは？※複数回答



n=360

### \*『GIRLS'TREND 研究所』とは？

プリントシール機市場でトップシェアを占めるフリーューにおける調査・研究機関。主な調査対象は、女子高生・女子大生。『GIRLS'TREND 研究所』ではこの調査結果の一部をニュースレターとして情報発信中。

### 【フリーュー株式会社 会社概要】

2007年4月にオムロングループからマネジメントバイアウト(MBO)によって独立したエンタテインメント分野の独立系企業。2015年12月に東証一部へ株式を上場。これまでプリントシール事業、キャラクター・マーチャンダイジング事業、コンテンツ・メディア事業、ゲーム/アニメ事業と、様々なエンタテインメント事業領域に参入し、その範囲を着実に拡大中。

\*『GIRLS'TREND 研究所』は、フリーュー発行の雑誌『GIRLS'TREND』とも連動しながら、女子の流行情報を発信します。

※調査結果の数値は、小数点第2位を四捨五入しております。

※『GIRLS'TREND 研究所』および『GIRLS'TREND 研究所』ロゴ、「ピクトリンク」は、フリーュー株式会社の商標または登録商標です。

※Android™は、Google LLCの商標または登録商標です。 ※iPhoneは米国およびその他の国で登録されたApple Inc.の商標です。

※その他の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

