

報道関係者各位

2015年10月27日  
フリー株式会社  
GIRLS' TREND 研究所

## &lt;女子高生・女子大生※を対象とした「スマートフォンと娯楽に関する意識調査」&gt;

**写真撮影時にSNS投稿を意識する派が72.3%！自撮りやファッションに関心****撮影枚数「1日0枚」はわずか3.7%、画像保存枚数は平均2,974枚****初めての音楽購入は79.5%がCD、現在の入手方法第1位は音楽アプリ**

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、2015年9月に「スマートフォンと娯楽に関する意識調査」を実施しました(サンプル数:297)。調査対象はいずれも、フリーが運営する、プリントシール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」の会員の女子高生・女子大生※です。調査結果を以下のとおり発表いたします。

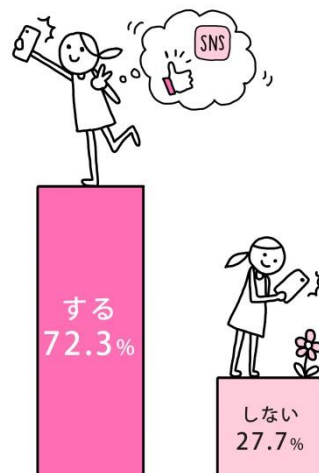
※高専生、専門学校生、短大生を含む

**◆TREND① 写真撮影時にSNS投稿を意識する派が72.3%！自撮りやファッションに関心**

写真を撮る時にソーシャルネットワーキングサービス(SNS)を意識するかどうかについて調査しました。「必ず意識する」が21.5%、「時々意識している」が50.8%となり、SNS投稿を意識する派の割合が72.3%にもなりました。TwitterやInstagramが女子高生・女子大生の間で普及していることから、公開や共有が撮影目的として定着しつつあるようです。

また、被写体種別を先述の意識度合い別に分析したところ、いずれも「友達」を最も撮影していることが分かりました。さらに、SNS投稿を意識する派は「自分」や「ファッション・ネイル」を被写体とする率が高い結果に。自撮り(セルフイー)が流行していることもあり、撮影した写真を他者に見られることへの抵抗感が薄れてきているのかもしれませんが。その他にも「食べ物・料理」「家族」など様々な被写体の活用度が高いことから、SNSへの意識度合いが強い方が被写体のバリエーションが豊かになるという傾向にあるようです。

写真を撮るときSNS投稿を意識する?

**◆TREND② 撮影枚数「1日0枚」はわずか3.7%、画像保存枚数は平均2,974枚**

1日に携帯電話やスマートフォンで撮影する写真の枚数について調査したところ、「0枚」と回答した割合は3.7%でした。写真のデジタル化や、いつでも写真撮影や画像編集ができる環境、そしてSNSの普及による撮影動機の増加といったことが起因しているようです。なお携帯端末に保存されている画像の枚数は、平均2,974枚という結果に。ダウンロードしたアプリの中で最も多いジャンルは第1位がカメラアプリ、第2位が画像編集アプリだったことから、女子高生・女子大生は写真への関心度が非常に高いことが伺えます。

**◆TREND③ 初めての音楽購入は79.5%がCD、現在の入手方法第1位は音楽アプリ**

回答者全体の94.3%は月1回以上の頻度で音楽を聞いています。初めて自分自身で音楽を購入した際は「CDを購入」という割合が79.5%でした。一方で、現在の音楽の入手方法は「音楽アプリを利用(定額サービスは除く)」が64.3%で第1位。第2位は「You Tube等の動画サイトを利用」、そして第3位が「CDを購入」となりました。鑑賞ツールも92.9%がスマートフォンを利用しており、デジタル音楽の活用度は上昇しているようです。

**\*『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(株)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』ではこの調査の一部をニュースレターとして情報発信中。

<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 : 2015年9月11日(金) ~ 9月23日(水)  
 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: 297サンプル

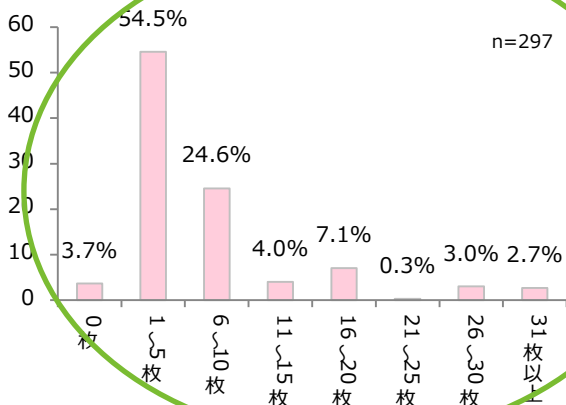
### 【「ピクトリンク」とは】

フリュ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。2015年4月時点で利用者数が1000万人を突破。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。

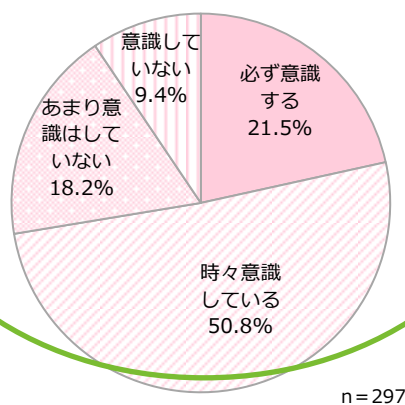
[料金] 会員登録無料 ※有料会員・・・月額324円(税込)  
 [対応OS] サイト:iOS6.0以降、Android™2.3以降の端末/アプリ:iOS7.0以降、Android4.0以降の端末  
 [配信開始日] 好評配信中  
 [URL] サイト: <https://sp.pictlink.com/>  
 アプリ: iPhone版 <https://itunes.apple.com/jp/app/pikutorinku/id446747531>  
 Android版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.furyu.pictlink>  
 [著作権表記] (C)FURYU

## ◆ 調査結果

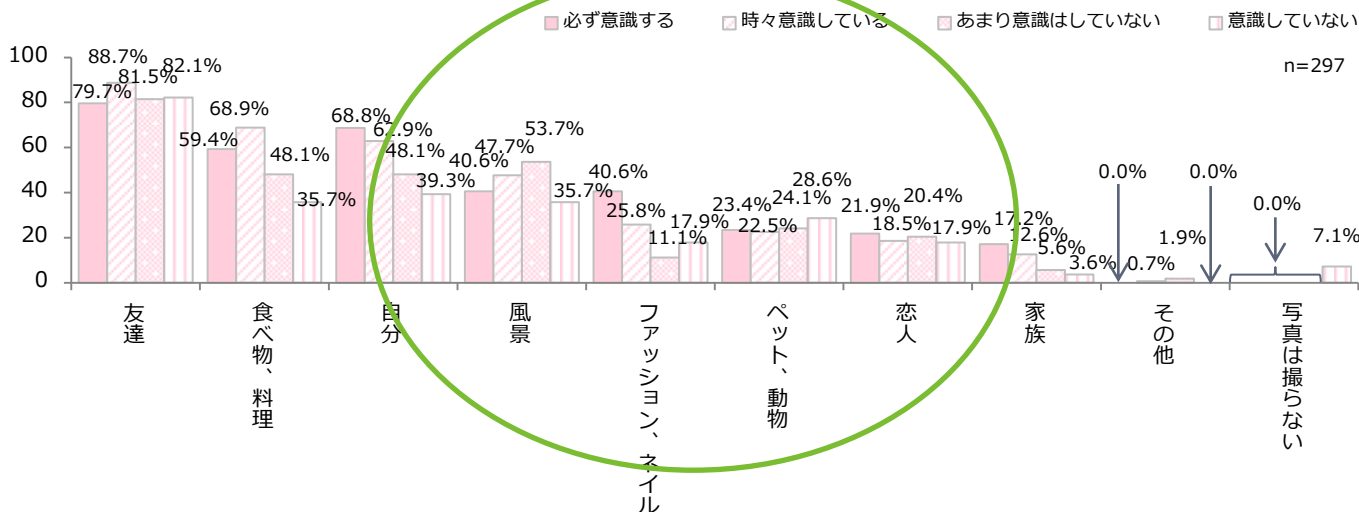
Q.1日に携帯電話やスマートフォンのカメラで何枚写真を撮る? ※数量回答



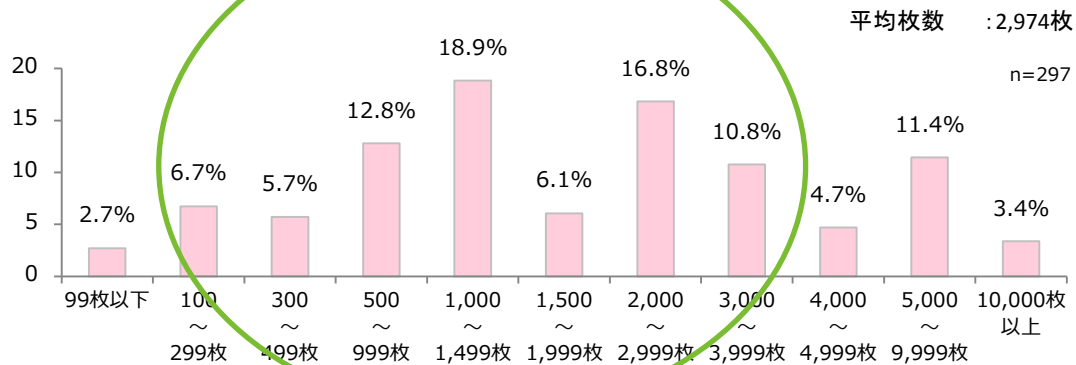
Q.写真を撮る時にSNSに投稿することを意識する? ※単数回答



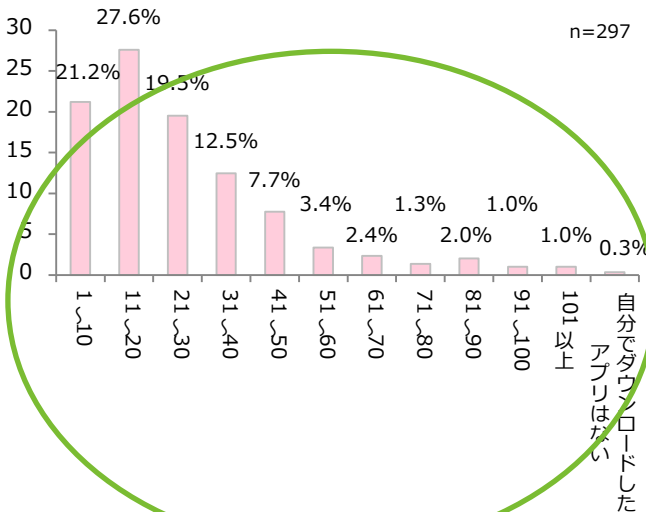
Q.何を写真に撮る? ※複数回答



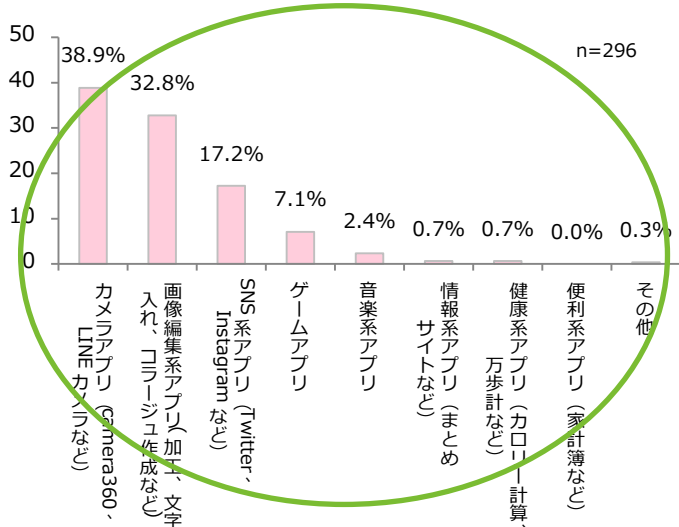
Q.携帯電話に何枚画像を保存している？ ※数量回答



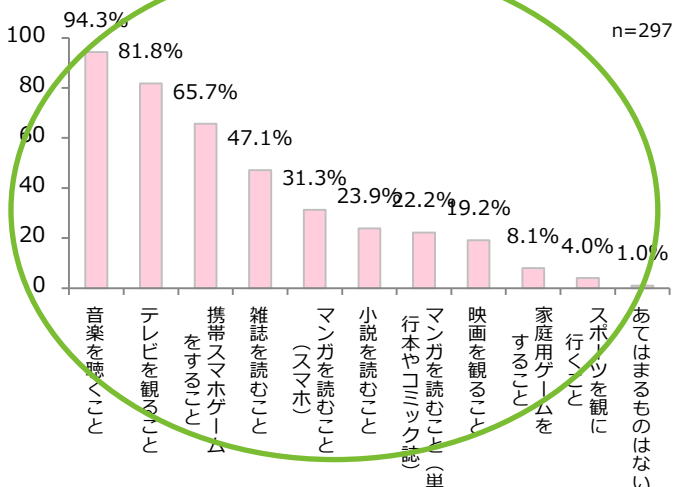
Q.スマートフォンに何個アプリをダウンロードしている？ ※単数回答



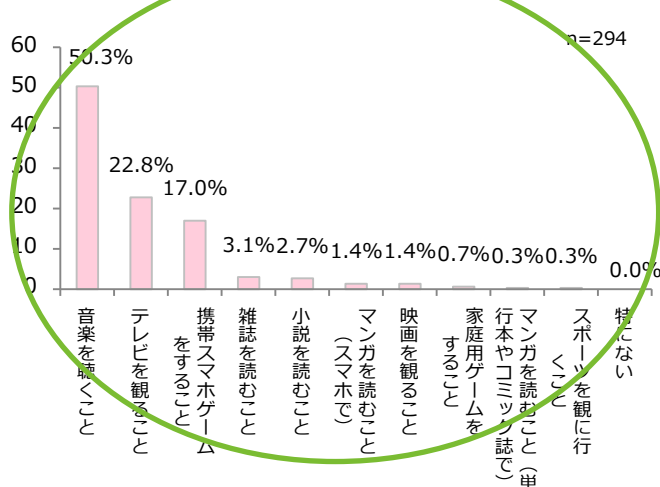
Q.ダウンロードしたアプリのうち、最も多いジャンルは？ ※単数回答 ※「自分でダウンロードしたアプリがない」人以外



Q.月1回以上行っていることは次のうちどれ？ ※単数回答

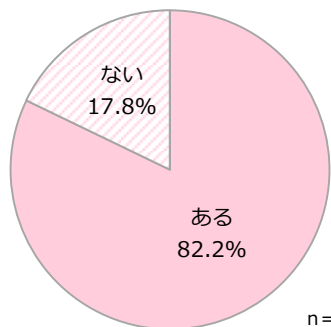


Q.選んだものの中で一番時間をかけていることは？ ※単数回答 ※月1回以上行っているものの設問で、「あてはまるものはない」以外を選択した人のみ



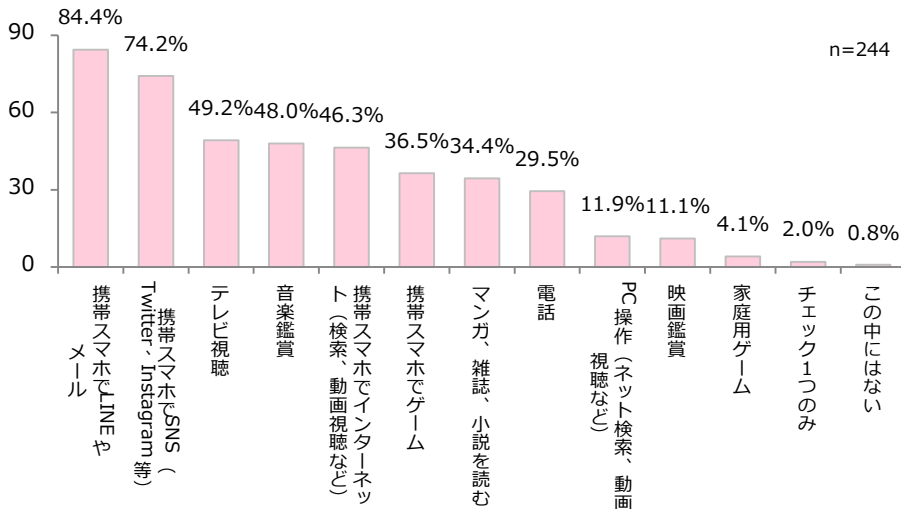
Q.作業を同時に行うことはある？

※単数回答 ※例：音楽を聴きながら本を読む



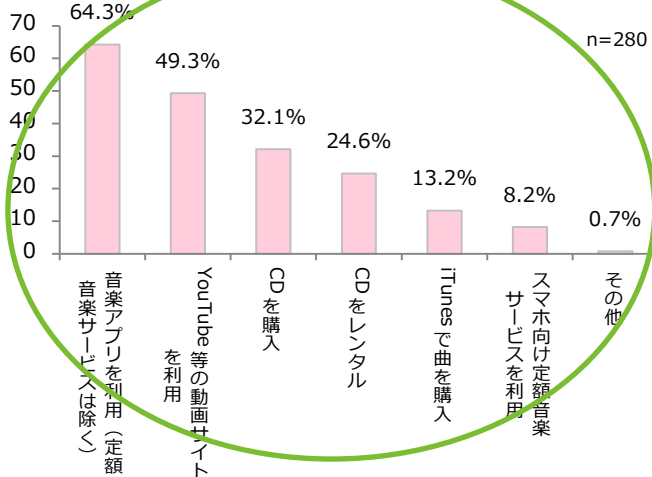
Q.同時に行うことがよくあるものは？

※複数回答 ※同時に作業することが「ある」ユーザのみ



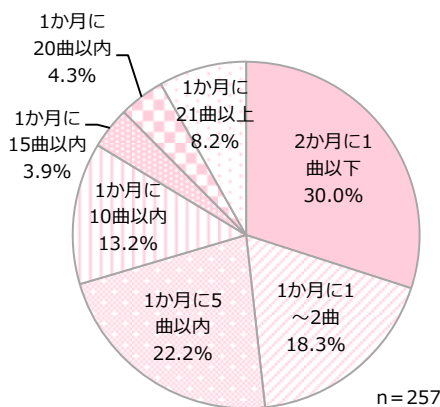
Q.どのような方法で音楽を入手している？

※複数回答 ※1か月に1回以上「音楽を聴くこと」をする人のみ



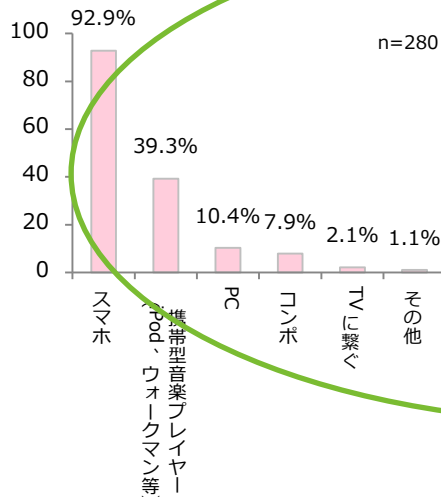
Q.どのぐらいの頻度で曲を購入・追加している？

※単数回答 ※音楽を入手する際に、「CDを購入」「CDをレンタル」「iTunesで曲を購入」「音楽アプリを利用 (定額音楽サービスは除く)」「スマホ向け定額音楽サービスを利用」を選択した人のみ



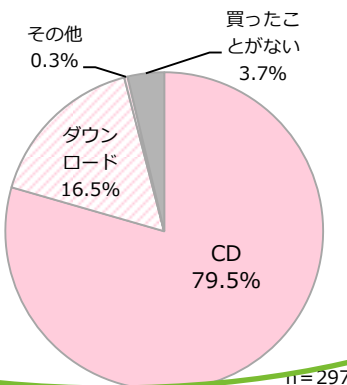
Q.どのツールで音楽を聴いている？

※複数回答 ※1か月に1回以上「音楽を聴くこと」をする人のみ



Q.自分自身で初めて音楽を購入した際の形態は？

※単数回答



Q.生まれて初めて購入(ダウンロード)した曲は？

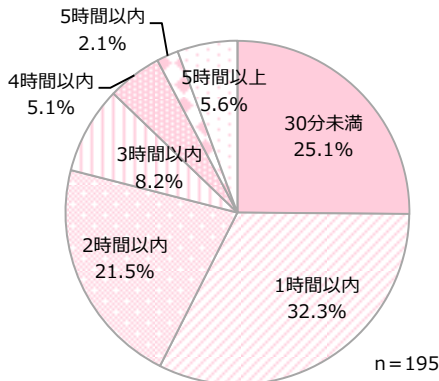
※自由回答

順位	回答 (n=297)	%
第1位	嵐	10.1%
第2位	AKB48	4.0%
第3位	西野カナ	3.7%
第4位	Hey! Say! JUMP	3.4%
第5位	AAA GReeeeN	2.7%

\*自由回答をアーティスト別に集計した結果をランキングにしたものです。

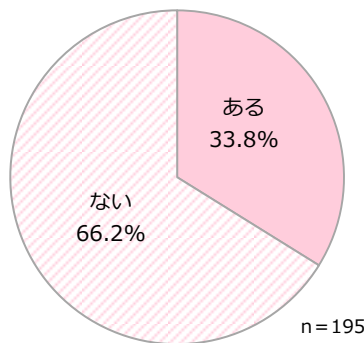
Q.1日平均何時間程度携帯スマホゲームをする？※単数回答

※1か月に1回以上携帯スマホゲームをする人のみ

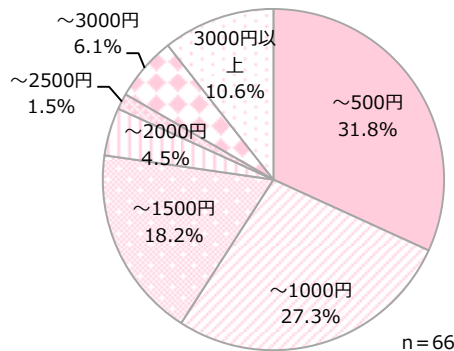


Q.携帯ゲームでの課金経験はある？ ※単数回答

※1か月に1回以上携帯スマホゲームをする人のみ

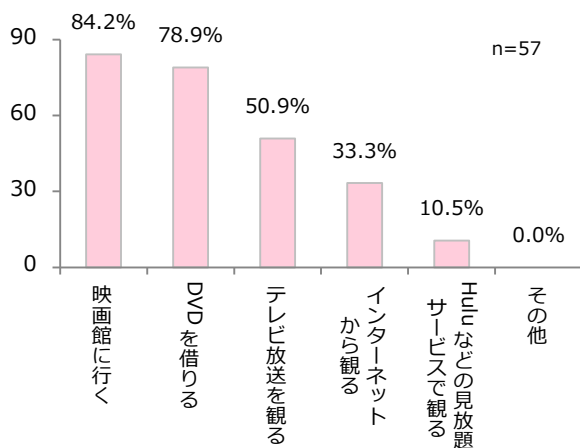


Q.1つのゲームアプリに対するひと月あたりの課金最高額は？※単数回答 ※1か月に1回以上携帯スマホゲームをし、課金をしたことがある人のみ



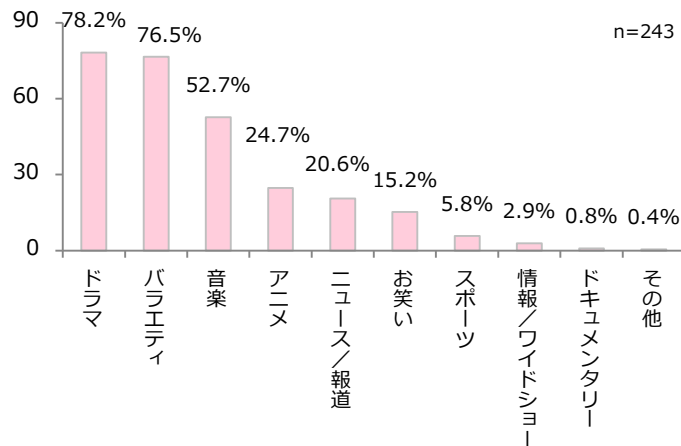
Q.どのように映画鑑賞をしている？

※複数回答 ※1か月に1回以上「映画を観ること」をする人のみ



Q.TVを見るとき、よく見る番組のジャンルはどれ？(最大3つ)

※複数回答 ※1か月に1回以上テレビを見る人のみ



【2015年はプリントシール機生誕20周年】

1995年7月にプリ機が誕生し、2015年で20周年を迎えます。顔を美しく加工する画像処理技術の向上や、高性能カメラ・プリンターの搭載など、ハード・ソフトの面での進化は勿論のこと、シールを交換していた時代から、現在は撮影データをスマートフォンに転送し、SNSでシェアし合う時代へと、その遊び方も、時代に合わせて進化をしています。

【フリー株式会社 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。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。

※『GIRLS'TREND 研究所』および『GIRLS'TREND 研究所』ロゴは、フリー株式会社の商標または登録商標です。  
※Androidは、Google Inc.の商標または登録商標です。 ※iPhone、iPodは、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。

