

報道関係者各位

2017年6月29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「香りに関する意識調査」&gt;

## 女子高大生の75.7%が「さりげなく香る“柔軟剤男子”にキュンとする」 よく使う香りアイテムの使用理由、63.2%が「自分が癒されるため」と回答 91.6%が体臭予防アイテムを使用。ふき取りシートが一番人気

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、2017年5月~6月に「香りに関する意識調査」を実施しました(サンプル数:107)。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 女子高大生の75.7%が「さりげなく香る“柔軟剤男子”にキュンとする」

梅雨時期に入り夏へと向かう季節は、あらゆる匂いが気になりがち。女子高生・女子大生に異性からどのような香りがするとキュンとするのか調査したところ、「洋服からふわっと香りつき柔軟剤が香る」が断トツで第1位(75.7%)となり、“柔軟剤男子”へ高い支持が集まりました。また「彼自身の体臭がすき」と「においはなしの無臭がいい」はいずれも1割以下と低く、体臭の有無が異性への好意につながる人は少数派のようです。一方で「香水をしっかりとつけている」も7.5%に留まる結果に。異性が纏う香りには体臭の有無よりも“適度な香り”がより多く求められているのかもしれない。



### ◆TREND② よく使う香りアイテムの使用理由、63.2%が「自分が癒されるため」と回答

回答者自身が一番よく使う香りアイテムは、第1位が「香りつき柔軟剤」(32.2%)、第2位が「香水」(29.9%)、第3位が「ボディミスト」(21.8%)となりました。その使用理由を聞いたところ、63.2%が「自分が癒されるため」と回答。「異性にアピールするため」(20.7%)と大きく差が開きました。異性の香りに対してはキュンとする傾向がある一方で、自分自身に関しては異性をあまり意識せず香りを楽しんでいる人が多いようです。なお、購入先については「ドラッグストア」「バラエティショップ」「雑貨屋」が上位3位にランクインしました。

### ◆TREND③ 91.6%が体臭予防アイテムを使用。ふき取りシートが一番人気

体臭予防アイテムを使用している人は、91.6%を占め、1人あたり平均1.7種の予防アイテムを使用していることが分かりました。よく使用するアイテムとしては「ふき取りボディシート」(56.1%)が最も多く、次いで「スプレータイプ」(46.7%)、「デオウォータータイプ」(23.4%)の順となりました。よく体臭予防アイテムを使用するシーンは、「スポーツをしたあと」(69.3%)。その他に「友だちと遊ぶとき」(46.5%)、「雨や夏の時期」(45.5%)、「部活のあと」(37.6%)、「デートや男の子と遊ぶとき」(36.6%)も比較的多く、日常の様々なシーンで使用されていることが伺えます。

#### \*『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。

<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

### (1) 香りに関する意識調査

調査期間 : 2017年5月17日(水)~2017年6月5日(月)/2017年6月15日(木)~2017年6月18日(日)

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: 107サンプル

### (2) 香水男子、柔軟剤男子に関するイメージ調査

調査期間 : 2017年6月21日(水)17:00~19:15

調査方法 : グループインタビュー

調査対象 : 女子高校生(4名)、女子大学生(4名)

### 【「ピクトリンク」とは】

フリユ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1,000万人(2016年4月時点)。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。

[料金] 会員登録無料

※有料会員・・・月額コース:サイト324円/月・アプリ400円/月、年額コース(アプリのみ):4,000円/年 (すべて税込)

[対応OS] サイト:iOS6.0以降、Android™2.3以降の端末、アプリ:iOS9.0以降、Android™4.2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>

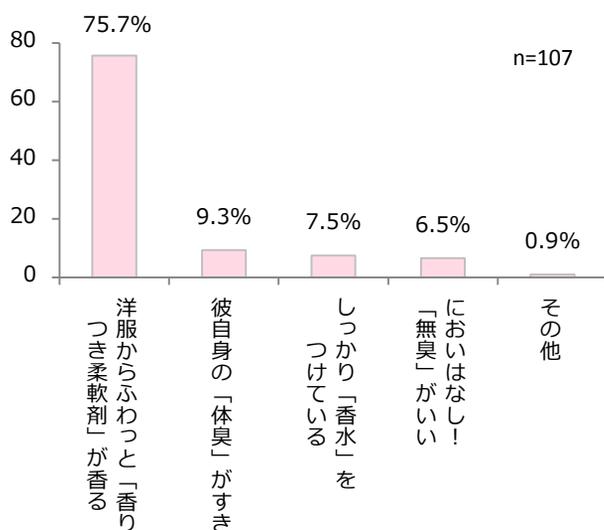
Android™版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.furyu.pictlink>

[著作権表記] (C) FURYU

## ◆ 調査結果

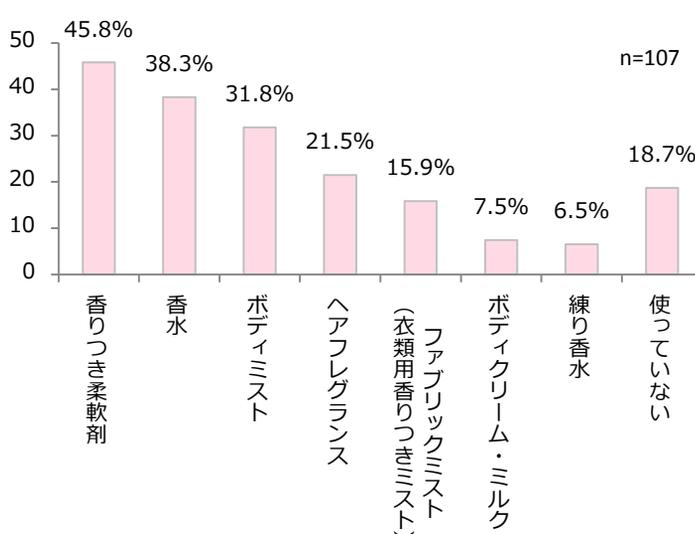
### Q.異性からどんな香りがするとキュンとする？

※単一回答



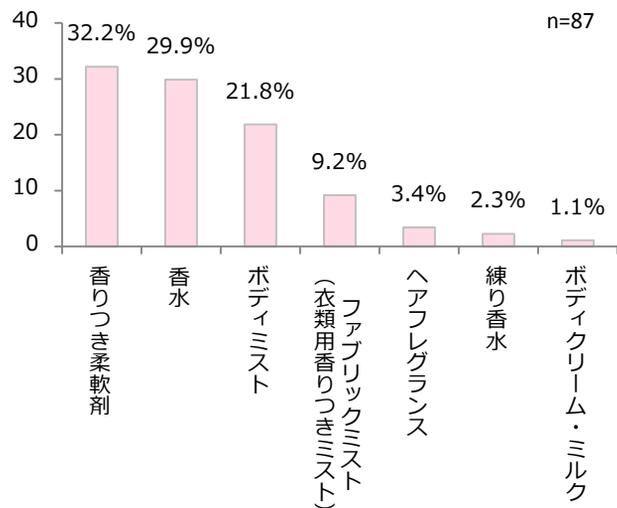
### Q.体や衣類に、香りアイテムってなにを使ってる？

※複数回答



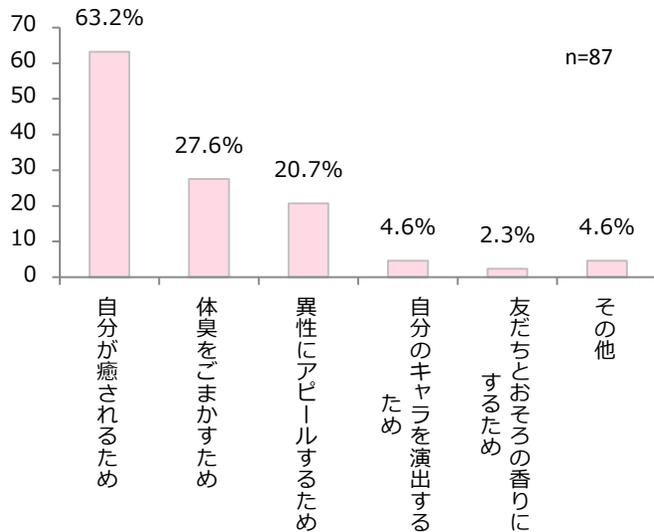
Q.一番よく使う香りアイテムはどれ？

※単一回答

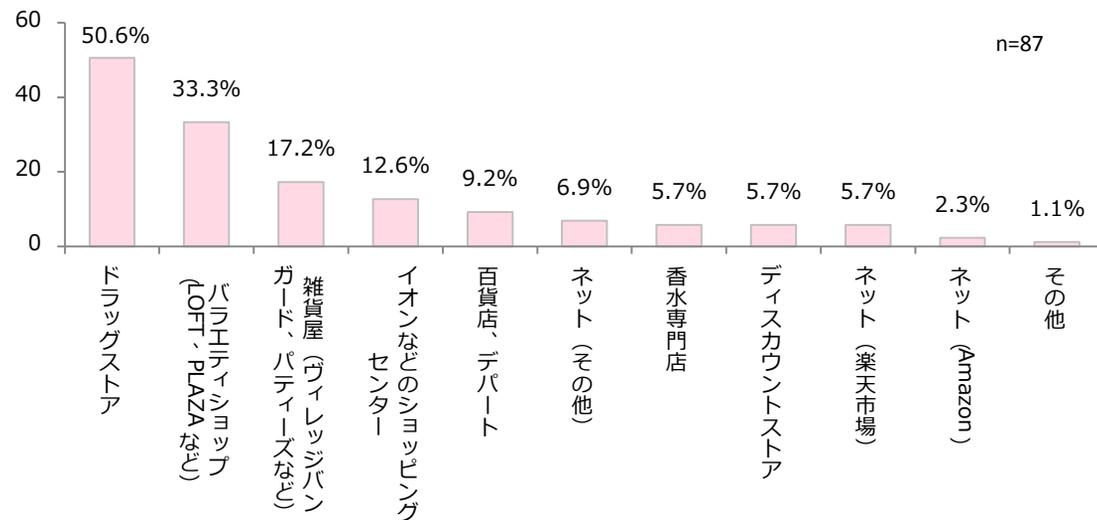


Q.一番よく使う香りアイテムを使っている理由は何？※複数回答

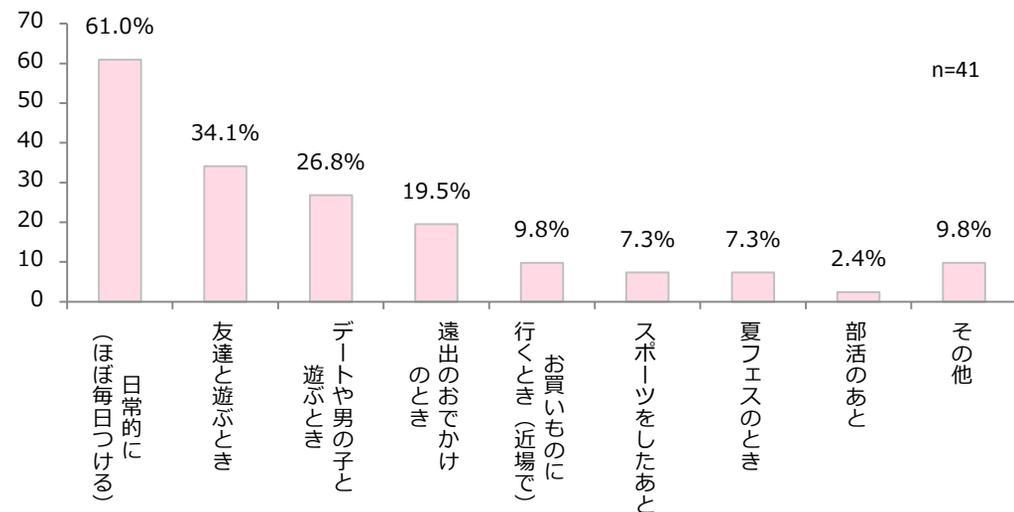
※複数回答



Q.一番よく使う香りアイテムを買う場所は？※複数回答

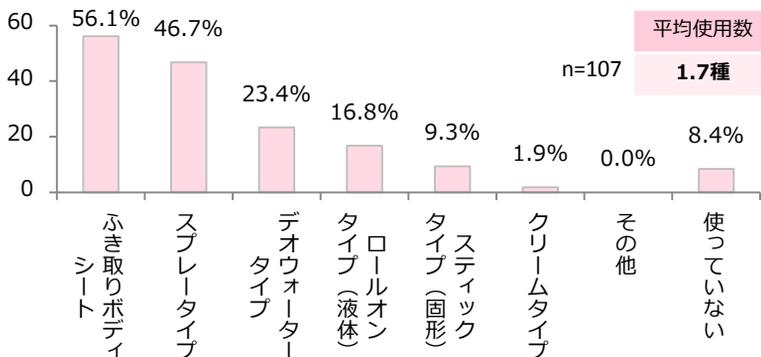


Q.どんなときに香水を使ってる？※複数回答

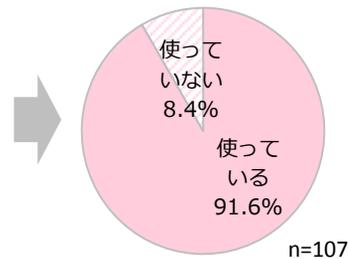


Q.体臭予防アイテム(制汗剤、デオドラント等)はどれを使ってる？

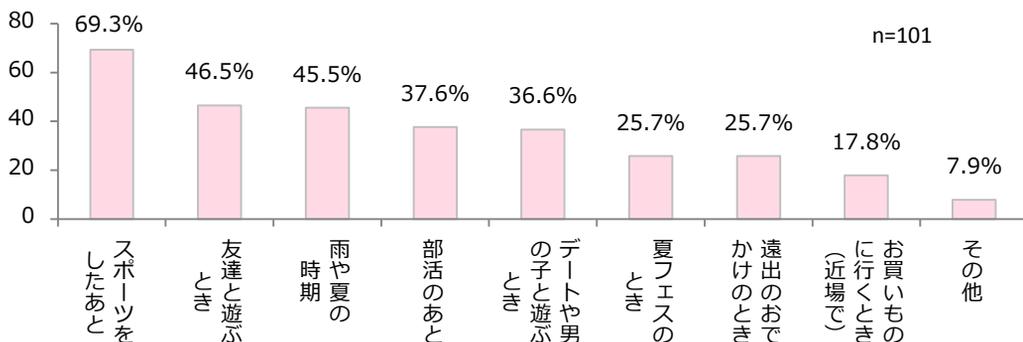
※複数回答



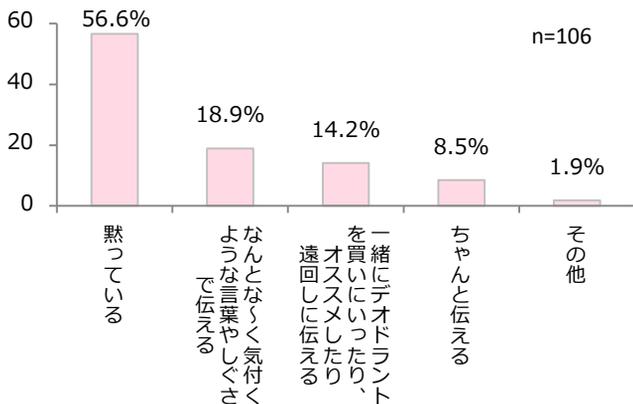
■体臭予防アイテムの使用状況



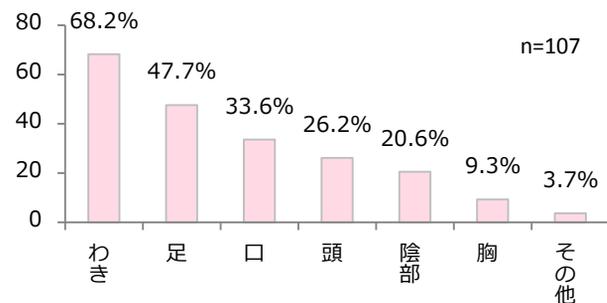
Q.どんな時に体臭予防アイテム(制汗剤、デオドラント等)をよく使ってる？※複数回答



Q.仲の良い女友達のおいが気になった時、あなたは？※単一回答



Q.自分のにおいで気になる場所は？※複数回答



【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。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。

