

報道関係者各位

2017年10月26日

フリー株式会社

GIRLS' TREND 研究所

<女子高生※を対象とした「ソーシャルメディアに関する意識調査」>

“インスタ映え”を意識したきっかけは「オシャレな一般人の投稿」が最多 (69.6%)**毎日使うSNSはInstagramが77.6%を占め、LINEやTwitterに迫る****Instagram利用者の43.3%は「自分のおしゃれな日常の発信」が目的**

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9月に「ソーシャルメディアに関する意識調査」を実施しました(サンプル数:157)。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※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 “インスタ映え”を意識したきっかけは「オシャレな一般人の投稿」が最多(69.6%)

近年女子高生・女子大生の間で人気のあるInstagram。今ではInstagramに投稿された画像の見栄えがいい状態を指す“インスタ映え”という言葉も流行しています。本調査からも、女子高生・女子大生の85.4%がInstagramを利用し、Instagram利用者の68.7%が“インスタ映え”を意識して写真投稿していることがわかりました。“インスタ映え”を意識したきっかけは、「オシャレな一般人の投稿(69.6%)」が最も多く、芸能人やインスタグラマーを抑えての第1位。自分でもできそうだという身近な憧れ感が、Instagramの利用動機に結びついたようです。

では実際に“インスタ映え”する写真とは、どのようなものなのでしょうか。必要条件を調査したところ、おしゃれ・かわいい・画像加工・綺麗・カラフル・統一感・色合いといったポイントが上位にランクインしました。

フリー「GIRLS'TREND 研究所」が考える“インスタ映え”

“インスタ映え”
を意識している
68.7%

意識していない
31.3%

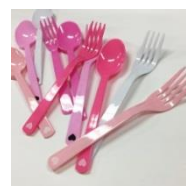
(Instagram利用者134名が回答)



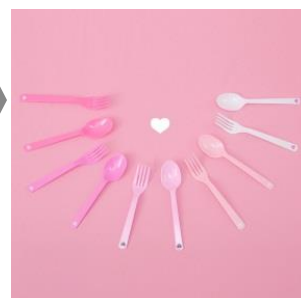
Before



After



Before



After

◆TREND②毎日使うSNSはInstagramが77.6%を占め、LINEやTwitterに迫る

1日1回以上使うSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)アカウントについて聞いたところ、第1位はLINE(98.1%)、第2位はTwitter(84.0%)、第3位はInstagram(77.6%)で、前回と同順位。持っているアカウントについても同様の順位でした。第3位のInstagramは、1日1回以上使う割合が前回調査(2016年4月)より約30ポイントも上昇しました。この1年で利用が急速に増えたことが伺えます。

◆TREND③ Instagram利用者の43.3%は「自分のおしゃれな日常の発信」が目的

TwitterとInstagramについて、それぞれの利用目的を調査したところ、いずれも第1位は「友だちの投稿を見るため」、第2位は「趣味の情報収集のため」となり、主な目的は両者共通して情報収集であることがわかりました。

一方で、Instagram利用者の43.3%が「自分のおしゃれな日常を発信するため」と回答したのに対し、Twitter利用者ではわずか8.5%と、大きな差がありました。また、Instagram利用者の77.6%が、自身の投稿に対する「いいね」の数を気にしていません。そして、「誰が「いいね」を押したか」についても、Instagram利用者の64.2%が「気にしていると回答。Instagramを利用する女子高生・女子大生の多くは、“おしゃれさ”や自身の“情報発信力・影響力”を意識しているようです。

***『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

調査期間 : 2017/9/6(水)~2017/9/29(金)
 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: 157サンプル

※ソーシャルメディアに関する過去調査

調査期間: 2016年3月25日(金)~2016年4月4日(月) / 有効回答数: 336 サンプル
 << <http://www.furyu.jp/news/2016/04/gtl35.html> >>

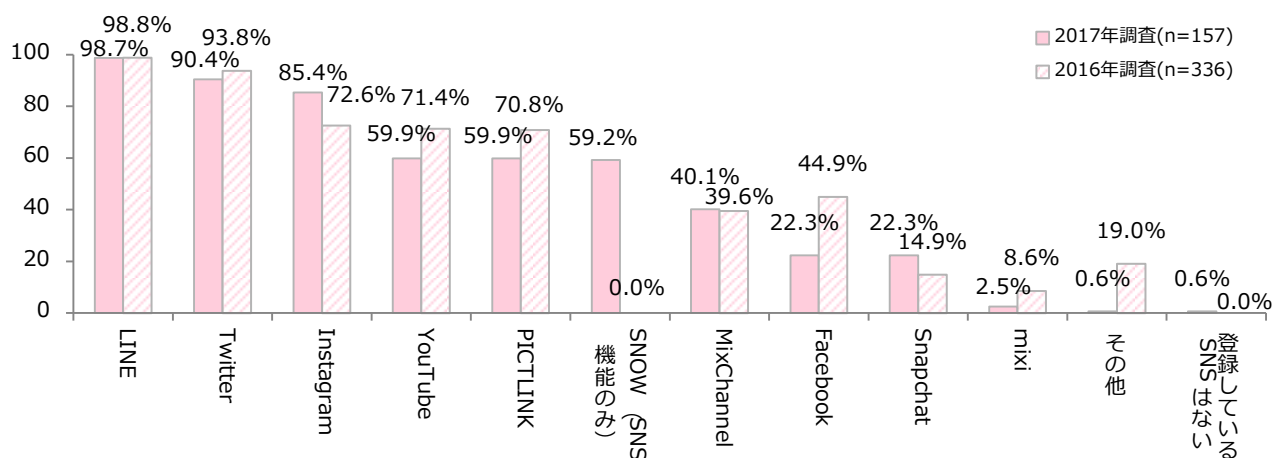
【「ピクトリンク」とは】

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。

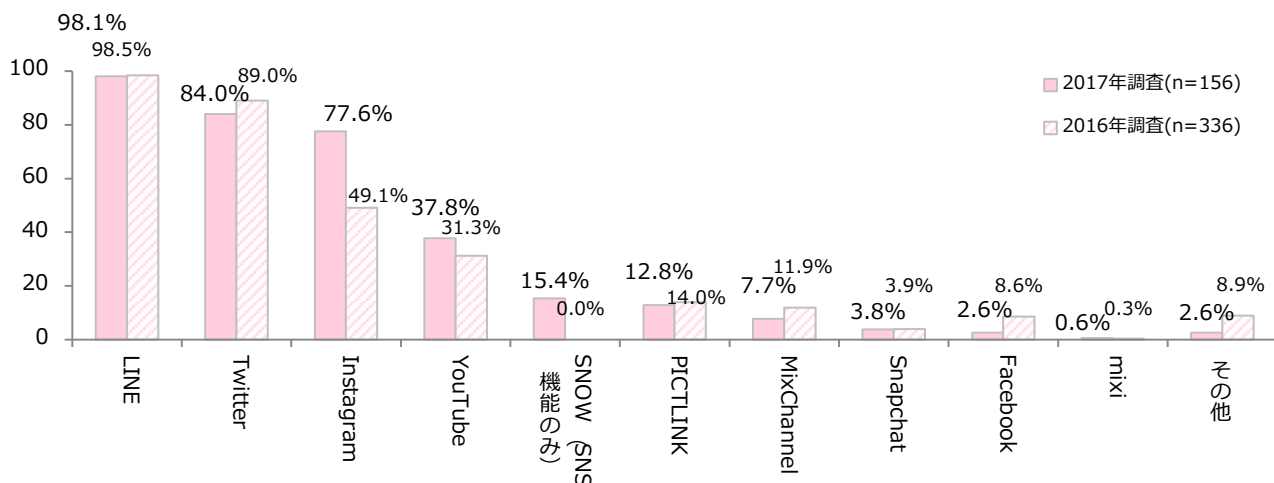
- [会員種別]
 無料会員
 有料会員 ※WEBサイト: 324円/月(税込)、アプリ: 月額コース400円/月(税込)、年額コース4,000円/年(税込)
 有料会員プラス ※WEBサイト: 540円/月(税込・docomoのみ)
- [対応OS]
 サイト: iOS8.0以降、Android™4.4以降の端末、アプリ: iOS9.0以降、Android™4.2以降の端末
- [URL]
 サイト: <https://sp.pictlink.com/>
 アプリ: iOS版 <https://itunes.apple.com/jp/app/pikutorinku/id446747531>
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

◆ 調査結果

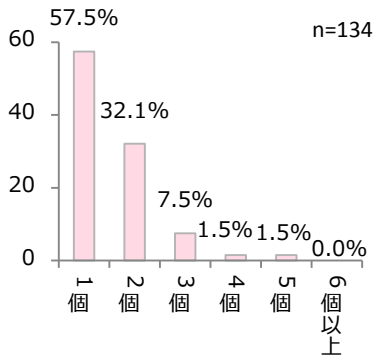
Q. 持っているSNSアカウントを教えてください ※複数回答



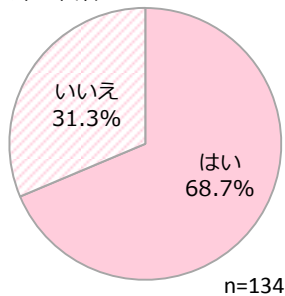
Q. 1日1回以上使うSNSは? ※複数回答



Q. Instagramアカウント数は何個持ってる？ ※単一回答



Q.「インスタ映え」を意識して写真を投稿してる？ ※単一回答



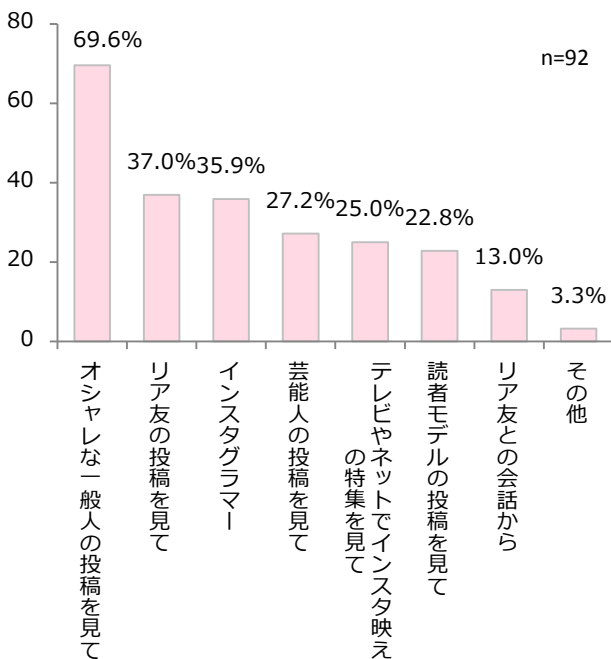
Q.「インスタ映え」に必要な条件は？ ※自由回答

研究所

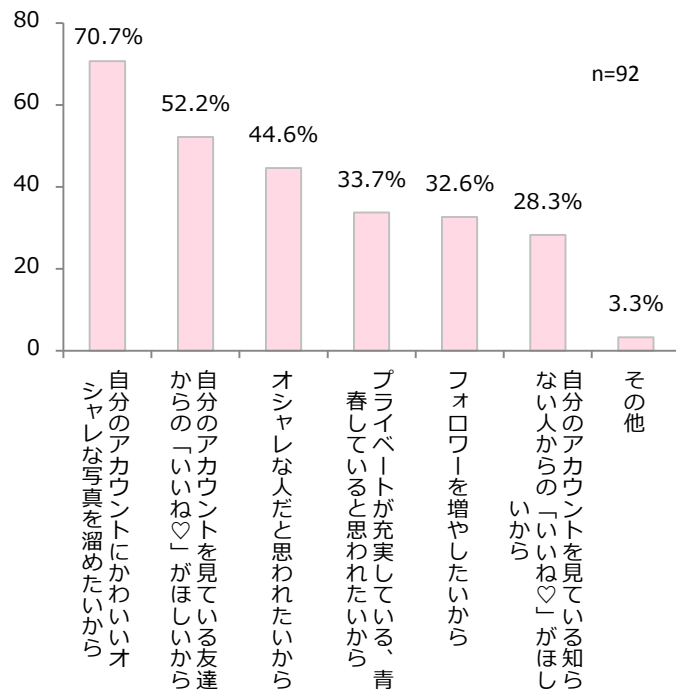
順位	回答	%	順位	回答	%
第1位	おしゃれ	33.8%	第6位	統一感	7.5%
第2位	かわいい	31.6%		色合い	7.5%
第3位	画像加工	12.0%	第8位	風景・背景	6.0%
第4位	綺麗	9.0%	第9位	撮り方	5.3%
第5位	カラフル	8.3%	第10位	いいね♡	3.8%

n = 133

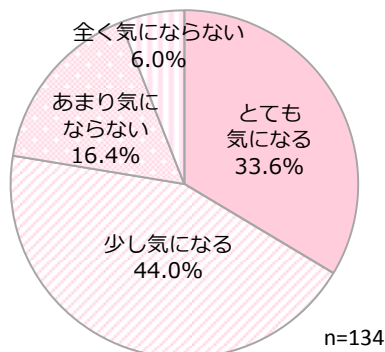
Q.「インスタ映え」を意識し始めたきっかけは？ ※複数回答



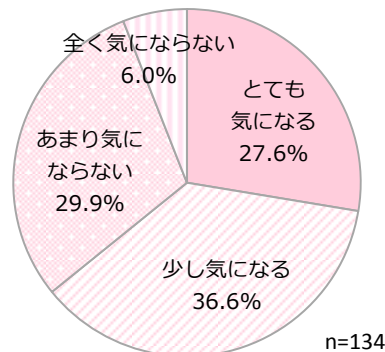
Q.「インスタ映え」を意識するのはどうして？ ※複数回答



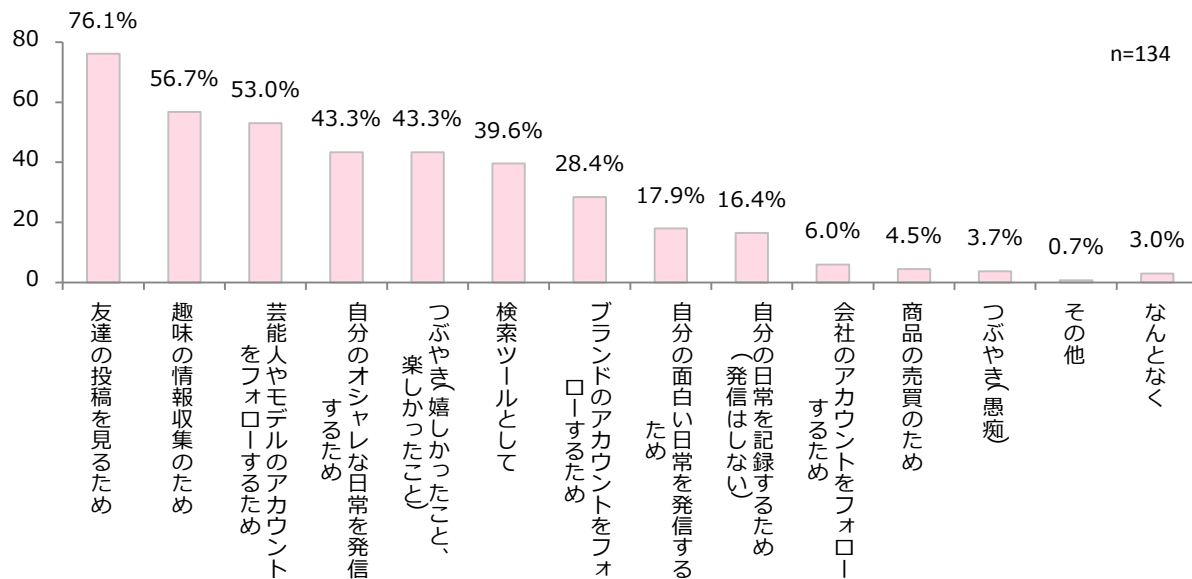
Q. Instagramの自分の投稿について、「いいね♡」の数は気になる？ ※単一回答



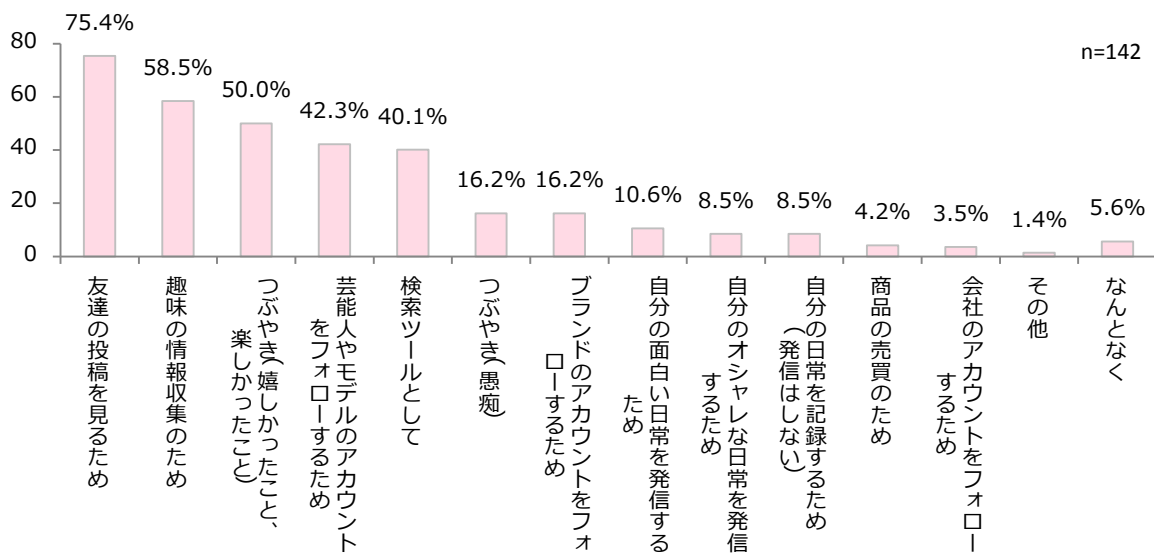
Q. Instagramの自分の投稿について、誰が「いいね♡」を押したか、気になる？ ※単一回答



Q.Instagramの利用目的を教えてください！※複数回答



Q.Twitterの利用目的を教えてください！※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。