

2017年12月6日

調査レポート

実践女子大学 人間社会学部
実践「ペルソナ」研究会

実践『ペルソナ』通信 *Be* 面 (No. B-57)
「女子大学生が SNS から受ける影響」に関する調査結果

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会では、「女子大学生が SNS から受ける影響」について写真観察法により、女子大学生と SNS の関係について調査しました。

※実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* とは、実践『ペルソナ』通信として公表された調査結果をもとに、写真観察を行い、さらに深く実態を考察した調査レポートです。

観察調査結果のポイント

・ SNS から受ける影響は広範囲。インスタグラムを専門誌のように利用している。

女子大学生は SNS から美容品・食品・レジャーなど広範囲に影響を受けていることが分かった。また、どのコンテンツに影響を受けたのかを調査すると全 236 枚中 224 枚がインスタグラムから影響を受けたものであった。このことから女子大学生は SNS のなかでも特にインスタグラムから影響を受けやすく、インスタグラムを情報収集の場として利用しているのではないかと感じた。化粧品や雑貨情報は美容・ファッション雑誌として、飲食店の情報はグルメ雑誌として、レジャー情報はタウン情報誌としてインスタグラムを利用し、情報を得ているのではないだろうか。

・ 美容品は比較的低価格で試しやすいもの、グルメ・レジャーはインスタ映えするものが多い。

美容品は比較的低価格なものに影響を受け購入していることが分かった。特にリップやチークなどカラー展開が豊富で、気分付け替えるものは影響を受けやすく、少し試してみようと手軽に手に取れることから商品を購入しやすいと考えられる。食品はビジュアルが印象的なものや色鮮やかなものが見られ、これは SNS 映えに関係してくると考えられる。写真の加工の仕方や撮り方などから、SNS へ載せることを考えて写真をとっていると捉えることができた。また、食品は美容品とは異なり、多少価格が高くても影響を受け実際に足を運んでいることが分かった。コンビニなどで購入するよりも価格が高くても、その商品を選びお金をかけていることが分かる。さらに食べ物だけでなく飲食店の外観を撮

影している人がいることから、外観も影響を受け実際に足を運ぶ理由となっている。

本件調査担当

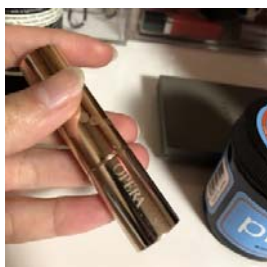
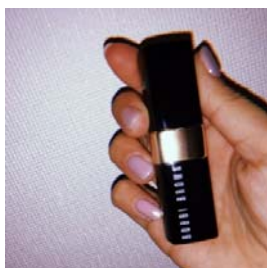
実践「ペルソナ」研究会

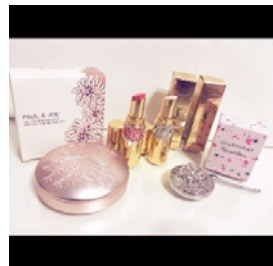
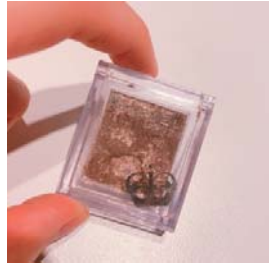
3年 漆原彩子

調査結果

SNS で影響を受け購入したもの、足を運んだ場所

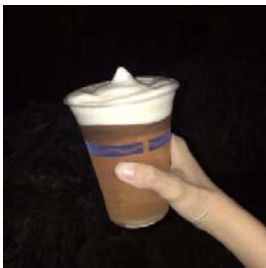
【美容品/ビューティー】

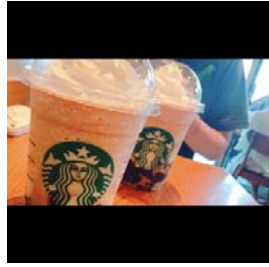


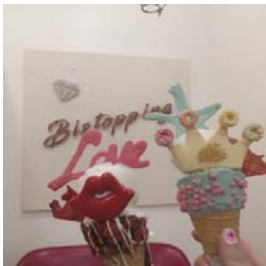


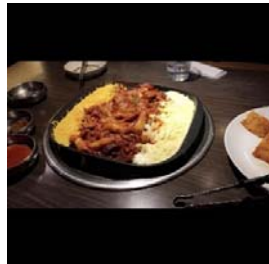
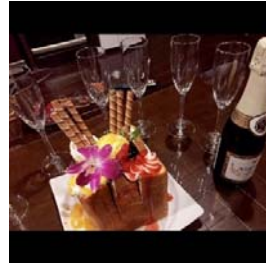


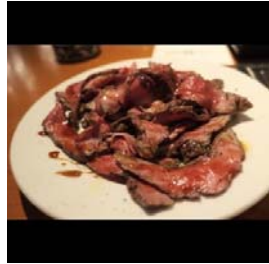
【食品/グルメ】





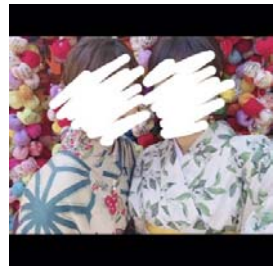
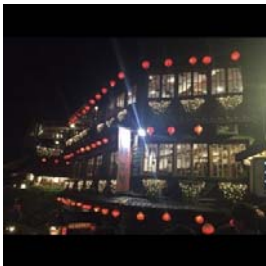
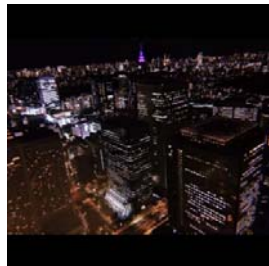
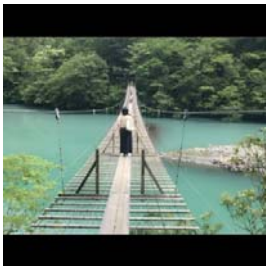


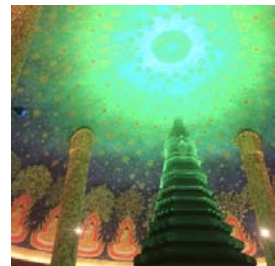
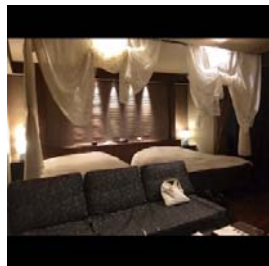


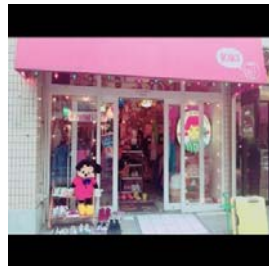
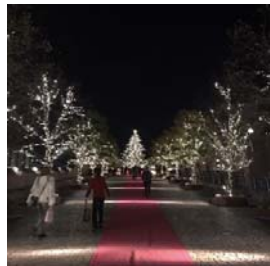
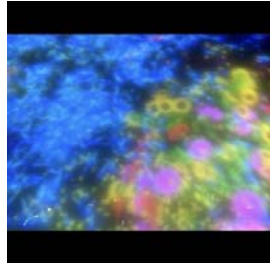
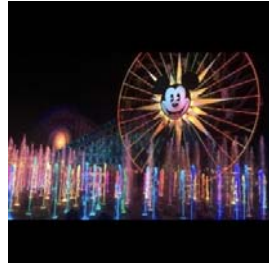




【レジャースポット】







【ファッション、雑貨】

