

博報堂生活総合研究所 「スマートフォン・SNS内の保存データ調査」を実施

Z世代のスマホの写真・動画保存点数は、平均2,914点 特に10代後半は“自撮り”より芸能人の“押し撮り”

博報堂生活総合研究所(以下、生活総研)は、15～34歳男女2,080人を対象に、「スマートフォン・SNS内の保存データ調査」を2020年9月に実施しました。

本調査では、Z世代とミレニアル世代に対して、スマートフォン(以下、スマホ)やSNSアカウント内に保存された写真の枚数や内容などを聴取。両世代の比較分析を通してZ世代の特徴を浮き彫りにしました。分析の結果、Z世代は平均2,914.0点の写真・動画をスマホ内に保存しており、特に10代後半では、自分自身の写真より自分が“押し”ている芸能人の写真の保存点数が多いことが明らかになりました。普段の生活の様子をSNSや動画で幅広く発信するようになった芸能人やインフルエンサーが、Z世代のライフスタイルに多くの影響を与えていることがうかがえます。

世代の定義について

本研究においては、2020年9月時点で15～24歳の男女をZ世代、25～34歳をミレニアル世代、と括り分析しました。

調査結果のポイント

1 写真・動画の平均保存点数：Z世代は2,914.0点、ミレニアル世代は3,568.5点

- 「写真」アプリ内にある写真・動画の平均保存点数はZ世代で2,914.0点、ミレニアル世代で3,568.5点でした。
- 保存されている写真・動画の種類では、「スクリーンショット」の構成比率がZ世代(16.1%)はミレニアル世代(11.7%)に比べ高く、特に10代後半では22.9%と突出。この年代がWEBサイトや動画、SNSなどで「スクリーンショット」を多用していることがうかがえます。一方で、「セルフィー」と「動画」は、Z世代とミレニアル世代に大きな差はみられませんでした。

※セルフィー：スマホのインカメラで撮られた人物の映っている写真

2 Z世代の10代後半が保存している「芸能人」の写真の点数は、「自分自身」の2倍以上

- 「写真」アプリ内機能が識別した写真・動画中の人物上位5名と、その人物ごとの写真・動画の平均保存点数を世代別に比較しました。その結果、Z世代、ミレニアル世代ともに最も多く保存しているのは「自分自身」(Z世代:160.4点、ミレニアル世代:184.0点)の写真・動画で、「友人・知人」、「芸能人」がそれに続きました。
- しかし、Z世代の中でも10代後半でみると「芸能人」が構成比の4割以上(43.3%)を占め、「自分自身」(19.8%)を2倍以上、上回りました。自身の日常や考え方をSNSや動画で幅広く直接発信するようになった芸能人やインフルエンサーが、彼らを“押し”ているZ世代の10代後半のライフスタイルに多くの影響を与えていることがうかがえます。その結果、10代後半に限っては“自撮り”を芸能人の“押し撮り”が大幅に上回った、と言えそうです。

3 Z世代はInstagramのプロフィール写真では、“顔出し”派を“顔隠し”派が上回る

- Instagramのプロフィールに使用している写真では、Z世代は「後ろ姿など顔が特定されない自分」(21.7%)が、「顔を出している自分」(20.2%)を上回りました。
- その背景について、Z世代に追加取材を行ったところ、プライバシー意識の高まりで顔を隠しているというよりも、「盛っている・きめている自分を見せるのは恥ずかしい」「後ろ姿の方が雰囲気や世界観を作りやすい」といった意識があることがうかがえました。

スマートフォン・SNS内の保存データ調査 分析結果詳細

1 写真・動画の平均保存点数：Z世代は2,914.0点、ミレニアル世代は3,568.5点

・写真・動画の保存点数、Z世代は2,914.0点、ミレニアル世代は3,568.5点

「写真」アプリ内にある写真・動画の保存点数を聴取したところ、写真・動画総数は平均でZ世代は2,914.0点、ミレニアル世代は3,568.5点でした。年代別にみると、10代後半は2114.7点、20代前半は3711.7点、20代後半は4089.8点、30代前半は3049.1点となり、20代後半が最多であることがわかりました。

「写真」アプリ内の写真・動画平均保存点数

	Z世代	ミレニアル世代	Z世代		ミレニアル世代	
			10代後半	20代前半	20代後半	30代前半
写真・動画総数	2914.0	3568.5	2114.7	3711.7	4089.8	3049.1
写真	2755.5	3421.4	1984.3	3525.1	3922.0	2922.8
一般の写真	2204.4	2902.8	1442.3	2965.1	3413.5	2394.2
スクリーンショット	468.3	418.1	483.5	453.1	393.2	443.1
セルフィー	82.8	100.5	58.6	106.9	115.4	85.6
動画	158.5	147.1	130.4	186.6	167.8	126.3

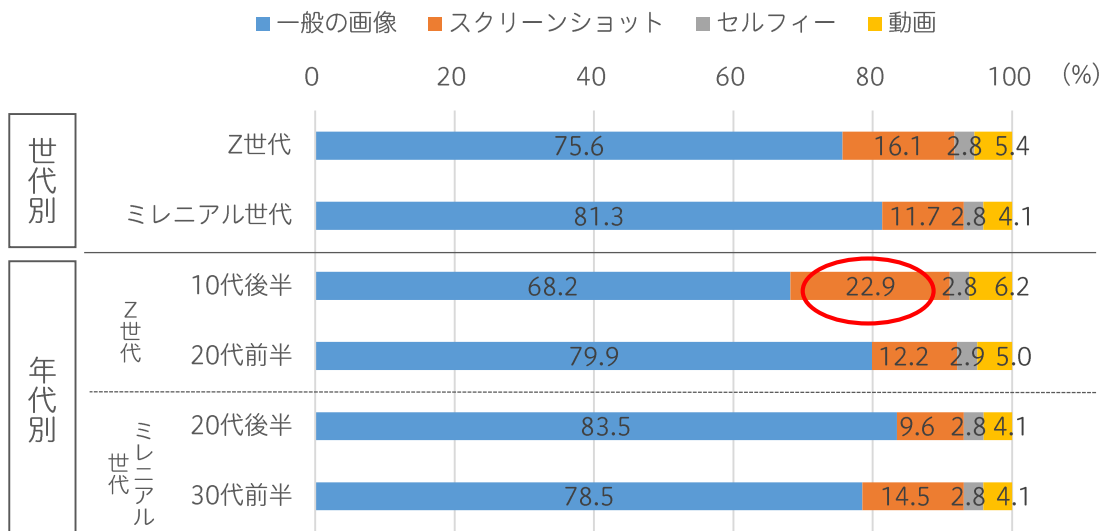
(点)

・Z世代はミレニアル世代に比べ、写真・動画総数に占める「スクリーンショット」の比率が高い

保存されている写真・動画の種類(「一般の写真」「スクリーンショット」「セルフィー」「動画」)による構成比をみると、「スクリーンショット」では、Z世代(16.1%)がミレニアル世代(11.7%)を上回りました。これは、10代後半が22.9%と他の年代に比べ突出しているためで、この年代がWEBサイトや動画、SNSなどで「スクリーンショット」を多用していることがうかがえます。一方で、「セルフィー」と「動画」は、Z世代とミレニアル世代に大きな差はみられませんでした。

※セルフィー：スマホのインカメラで撮られた人物の映っている写真

「写真」アプリ内の写真・動画平均保存点数(構成比)



2 Z世代の10代後半が保存している「芸能人」の写真の点数は、「自分自身」の2倍以上

・Z世代、ミレニアル世代ともに最も多く保存しているのは「自分自身」の写真・動画で、「友人・知人」、「芸能人」が続く

「写真」アプリ内機能が識別した写真・動画中の人物上位5名と、その人物ごとの写真・動画の保存点数を聴取しました。人物ごとの平均保存点数を世代別に比較した結果、Z世代、ミレニアル世代ともに最も多く保存しているのは「自分自身」(Z世代:160.4点、ミレニアル世代:184.0点)で、「友人・知人」、「芸能人」がそれに続いています。年代別では、10代後半は「芸能人」(168.3点)が、20代前半および後半は「自分自身」(20代前半:237.9点、20代後半:211.8点)が最も多く、30代前半は「自分自身」(155.9点)と「家族」(144.5点)が同程度となりました。

人物ごとの写真・動画平均保存点数

	世代別		年代別				(点)
	Z世代	ミレニアル世代	Z世代		ミレニアル世代		
			10代後半	20代前半	20代後半	30代前半	
自分自身	160.4	184.0	76.8	237.9	211.8	155.9	
友人・知人	124.1	123.2	75.8	168.9	152.6	93.5	
芸能人	116.2	101.7	168.3	67.8	111.6	91.8	
家族	18.4	98.8	13.9	22.5	53.6	144.5	
恋人(彼氏/彼女)	48.7	58.4	22.1	73.5	82.1	34.4	
その他	26.2	57.7	31.4	21.3	63.3	52.1	
合計	494.0	623.9	388.4	591.9	674.9	572.2	

・Z世代の中でも10代後半では「芸能人」の写真・動画が4割以上を占め、「自分自身」を2倍以上、上回る

上位5名の合計保存点数に対して各人物が占める構成比を世代別に比較すると、Z世代はミレニアル世代に比べて「友人・知人」、「芸能人」の比率が高く、ミレニアル世代はZ世代に比べて「家族」の比率が高いことがわかります。

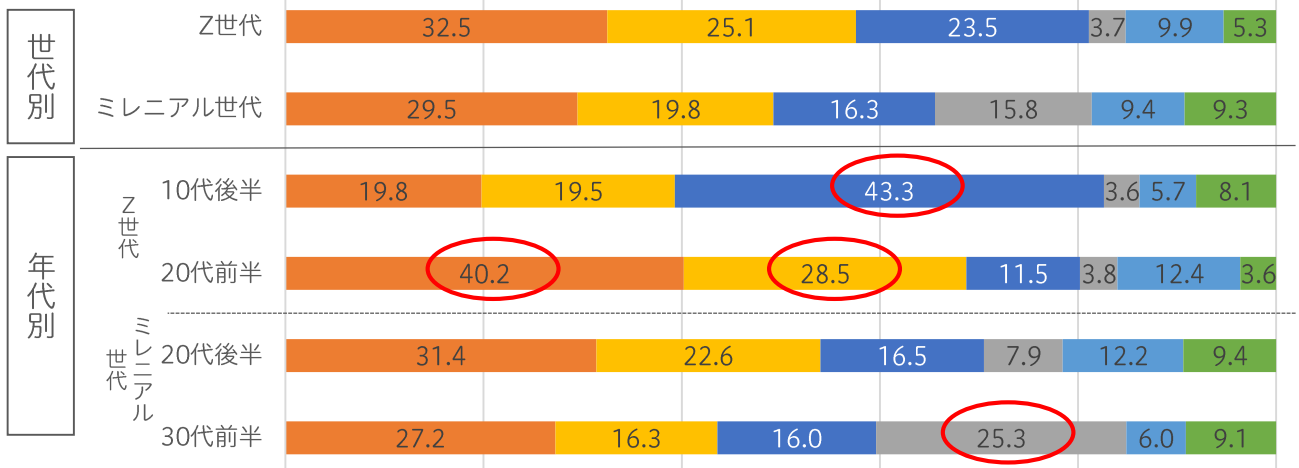
Z世代の中でも10代後半は「芸能人」の比率が他年代に比べ突出して高く、構成比の4割以上(43.3%)を占めました。これは他年代では最も多い「自分自身」(19.8%)を2倍以上、上回る比率です。自身の日常や考え方をSNSや動画で幅広く直接発信するようになった芸能人やインフルエンサーが、彼らを“推し”ているZ世代の10代後半のライフスタイルに多くの影響を与えていることがうかがえます。

その他の年代では、20代前半は「自分自身」(40.2%)、「友人・知人」(28.5%)の比率が他年代に比べ高く、また、30代前半は「家族」(25.3%)の比率が他年代に比べ突出して高いことがわかりました。

人物ごとの写真・動画平均保存点数(構成比)

■自分自身 ■友人・知人 ■芸能人 ■家族 ■恋人(彼氏/彼女) ■その他

0 20 40 60 80 100 (%)



3 Z世代はInstagramのプロフィール写真では、“顔出し”派を“顔隠し”派が上回る

・Z世代ではInstagramプロフィール写真を「後ろ姿など顔が特定されない自分」にしている人が「顔を出している自分」にしている人を上回る

Instagramのプロフィールに使用している写真について聴取したところ、Z世代は「後ろ姿など顔が特定されない自分」(21.7%)が最も多く、「顔を出している自分」(20.2%)を上回りました。一方で、ミレニアル世代は「顔を出している自分」(24.1%)が最も多く、「後ろ姿など顔が特定されない自分」(16.7%)を上回りました。

Instagramのプロフィール写真の属性

	世代別				年代別							
	Z世代		ミレニアル世代		Z世代				ミレニアル世代			
		(%)		(%)	10代後半		20代前半		20代後半		30代前半	
1位	自分(後ろ姿など)	21.7	自分(顔出し)	24.1	自分(後ろ姿など)	17.7	自分(顔出し)	27.6	自分(顔出し)	30.7	設定なし	21.8
2位	自分(顔出し)	20.2	設定なし	19.1	自分(顔出し)	13.1	自分(後ろ姿など)	25.8	自分(後ろ姿など)	19.9	自分(顔出し)	16.6
3位	景色	10.7	自分(後ろ姿など)	16.7	芸能人	12.3	キャラクター	9.5	設定なし	16.8	自分(後ろ姿など)	13.0
4位	キャラクター	10.2	景色	10.6	イラスト	12.1	景色	9.3	景色	9.4	景色	12.1
5位	友人・知人	9.7	ペット/動物	8.0	景色	12.1	友人・知人	8.3	ペット/動物	6.5	ペット/動物	9.8
6位	芸能人	9.1	キャラクター	7.4	友人・知人	11.1	ペット/動物	7.8	キャラクター	6.5	キャラクター	8.5
7位	イラスト	8.9	その他	5.9	キャラクター	10.9	設定なし	7.5	その他	5.1	その他	6.8
8位	設定なし	7.3	イラスト	4.4	設定なし	7.0	芸能人	5.8	イラスト	4.0	芸能人	4.9
9位	ペット/動物	6.5	芸能人	4.1	ペット/動物	5.3	イラスト	5.5	芸能人	3.4	イラスト	4.9
10位	その他	4.3	友人・知人	3.6	その他	5.1	恋人(彼氏/彼女)	3.8	友人・知人	3.1	友人・知人	4.2
		(%)		(%)		(%)		(%)		(%)		(%)

・Z世代は顔を盛るより、雰囲気・世界観の演出を重視

Z世代で“顔隠し”派が“顔出し”派を上回った背景について、生活総研がZ世代に追加取材を行ったところ、プライバシー意識の高まりで顔を隠しているというよりも、「盛っている・きめている自分を見せるのは恥ずかしい」「後ろ姿の方が雰囲気や世界観を作りやすい」といった意識があることがうかがえました。Z世代においては、背景など空間を含めた雰囲気や世界観で自分らしさを表現する方が、フィルターや加工を駆使して自身の顔を可愛く盛って見せるよりも支持されているようです。

<本研究の位置づけ>

生活総研では現在、デジタル空間上のビッグデータをエスノグラフィの視点で分析する新しい生活者研究アプローチ「デジノグラフィ」を提唱し、その可能性を探る研究を実施しております。今回の調査はその研究の一環で行いました。

スマートフォン・SNS内の保存データ調査 調査概要

■ 質問項目(質問文)

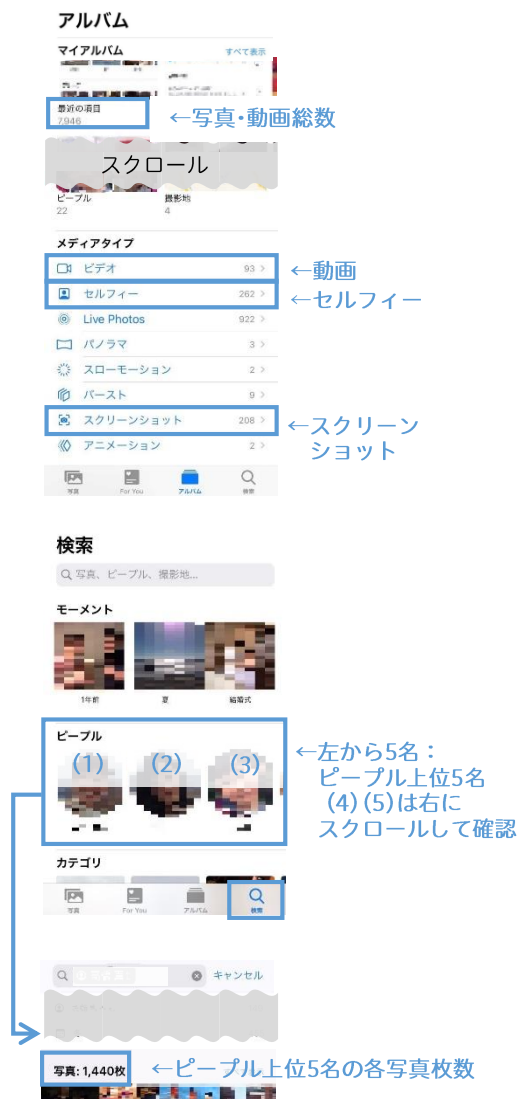
・あなたがお使いになっているiPhoneの「写真(アルバム)」をご確認いただき、以下のそれぞれについて具体的な数字をお答えください。(写真・動画総数/動画/セルフィー/スクリーンショットについて聴取)

・iPhoneの「写真」のうち、「ピープル」にはどのような写真が表示されますか。
「検索」をタップして「ピープル」の部分を実際にご確認いただき、上位5名(左から表示されている5名)についてそれぞれお答えください。

・前問でお答えいただいた「ピープル」に表示される上位5名について、それぞれの写真の枚数をお答えください。

・Instagramについて、あなたの「プロフィール写真」には、何が写っていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。
※アカウントを複数お持ちの場合は、メインで利用しているアカウントについてお答えください。

・「プロフィール写真」に「自分自身(似顔絵や後ろ姿を含む)」の画像を使っているとのことですが、それはどのような画像ですか。それぞれあてはまるものをひとつだけお答えください。
※アカウントを複数お持ちの場合は、メインで利用しているアカウントについてお答えください。



調査地域 全国

調査対象 15~34歳男女のスマートフォン(iPhone)ユーザー 2,080人

調査手法 インターネット調査

調査期間 2020年9月17日(木)~9月21日(月)

企画分析 博報堂生活総合研究所

実査集計 株式会社H.M.マーケティングリサーチ

問い合わせ先 博報堂生活総合研究所(佐藤・酒井) 03-6441-6450 seikatsusoken.info@hakuodo.co.jp
株式会社博報堂 広報室(玉・大野) 03-6441-6161 koho.mail@hakuodo.co.jp