

実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* (No.72)
「実践女子大生のロック画面」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」研究会は、実践女子大学生を対象に、「携帯のロック画面」について写真観察を実施しました。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計学科（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斉藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

※実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* とは、写真観察を行い、実態を考察した調査レポートです。

総括

女子大生は毎日何回も目にすることになるロック画面を、あらゆる目的を持って設定していることが分かった。「癒し」「憧れ」「思い出」「面白さ」「便利さ」など個々の求めているもの、見たいものがロック画面に反映されている。「好きだから」という理由でロック画面にした人も写真観察法を通してどのような方向性の「好き」なのかを細かく分析することができた。

調査結果のポイント

(1) ペットの写真は「癒し」

目的別に見たときに動物の写真の場合、ほとんどがペットの写真をロック画面に設定していた。ペットは愛嬌があり、見ていると癒されるという心理的効果があるためロック画面にすることが多い。

(2) モデル・芸能人の写真は「憧れ」

モデルの写真をロック画面にしている人は露出度の高い全身写真であることが多かった。そのためスタイルや顔に憧れを持ちそれを目指すためのモチベーションとして設定していることが考えられる。

(3) 景色・風景の写真は「思い出」

旅行へ行った際に撮った忘れられない景色・風景の写真などをロック画面にしている人も多く見られた。またキャラクターや人物などよりも飽きないことから長期でロック画面を変えない人は景色の写真にすることが多い。

(4) キャラクター・イラストものはロック画面にしやすい

好きなキャラクターやイラストレーターの絵をロック画面にしている人も多かった。人物よりもイラストのほうがプライバシーなどを気にせず気軽に設定できる。

(5) サイズが合うように加工する

ロック画面の形は9:16であるためぴったりに収まる写真はなかなかない。そのため写真を加工して写真を切れないようにする、派手過ぎない色味にする、などの個々のこだわり、工夫が見られた。

調査概要

- ・調査対象：実践女子大生（全学部・全学年）
- ・調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- ・調査期間：2018年6月4日～6日
- ・有効回答者数：118人
- ・回答者の属性：1年生 19%、2年生 22%、3年生 55%、4年生 3%

本件調査担当

実践『ペルソナ』研究会

3年 久保田南

石浜綾夏

阿部しおり

石川莉菜

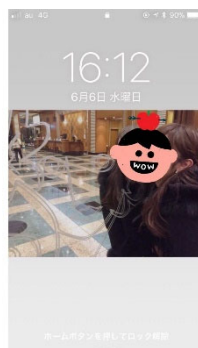
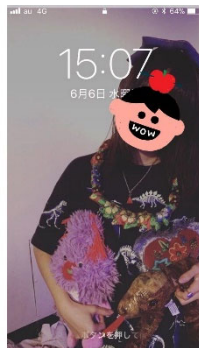
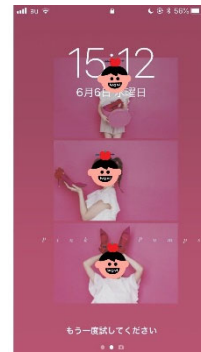
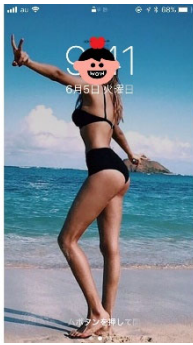
写真

ロック画面の目的別に写真資料を上げると、以下のとおりである。

①癒されるから

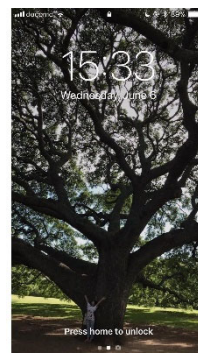


②憧れ





③思い出



④イラストが好きだから





ホームボタンを押して開く
● ● ○



ホームボタンを押してロック解除
● ● ○

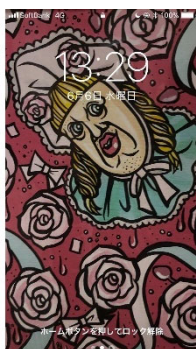


ホームボタンを押して開く
● ● ○



ホームボタンを押してロック解除
● ● ○

⑤面白いから



ホームボタンを押してロック解除

⑥分かりやすいから



ホームボタンを押してロック解除

⑦その他

