

## 実践『ペルソナ』通信 (No. 123)

### 女子大生の「写真の撮り方、生活、映え」に関する調査 Side-*Be*

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、女子大生の「写真の撮り方、生活、映え」について、観察調査を実施しました。

※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）」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研究する研究会です。

※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

今回の調査から、実践女子大学生の写真撮影に関する習慣や傾向が明らかになりました。調査の結果、写真撮影が行われる場面としては、「友人と一緒にいるとき」、旅行やイベントなどの「特別な瞬間」、そして「食事の記録」が主な目的であることがわかりました。撮影に使用するデバイスはスマートフォンが圧倒的に多かったです。また、インスタ映えを意識して写真を撮る人は7割であり、写真撮影時のこだわりとしては、約半数の学生が光や照明の工夫に注力しており、8割以上の方が背景を意識して撮影していました。今回は「インスタに投稿してもよい映え写真」を調査しました。異なる撮影方法から個人のこだわりを感じる結果になりました。

#### 調査結果のポイント

##### (1) 最も多かった写真は「食べ物」

今回の調査では、写真を提供してくれた 20 名のうち、「食べ物」の写真が最多の 9 名、「風景」の写真が 5 名、「ライブ」の写真が 2 名、「空」の写真が 2 名、「友人」と撮った写真が 2 名という結果になりました。調査時期が 12 月であったこともあり、クリスマス関連の食べ物を撮影している人も見られました。A 面の調査においても、写真撮影は「食事の記録」を目的とする実践女子大学生が多い傾向が見られましたが、今調査でも同様の傾向がありました。

##### (2) 風景の写真は季節感や特別感を捉える工夫、美しい瞬間を写真に残す

2 番目に多かった写真は風景の写真でした。風景の写真は、その時の気持ちが反映された「瞬間」を捉えることが重視されていました。A 面の調査において、撮影時に半数以上が光や照明を気にしているという結果でしたが、風景の写真ではイルミネーションやテーマパーク内のライトを撮影した写真が寄せられたことから、特に光を意識していることがわかりました。

### (3) 個人によって写真の角度や距離などが異なっている

今回の調査から、撮りたいものにたいしての配置や角度が一人一人異なり、個人的なこだわりがあることがわかりました。食べ物の写真ではきれいに配置し、お店の雰囲気まで感じられるように意識的に撮影した写真や、食べ物自体に焦点を当てた写真など違う点が見られました。

### (4) 写真のサイズは4：3で撮る人が多い

写真のサイズは16：9やスクエアよりも、4：3で撮る人が多くみられました。これは一般的なスマートフォンカメラの初期設定が4：3となっているからだと考えます。

## 調査概要

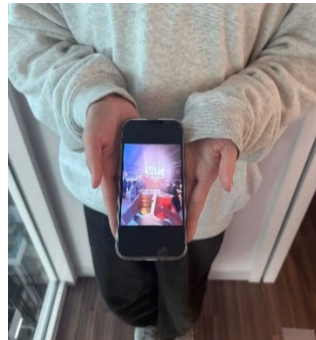
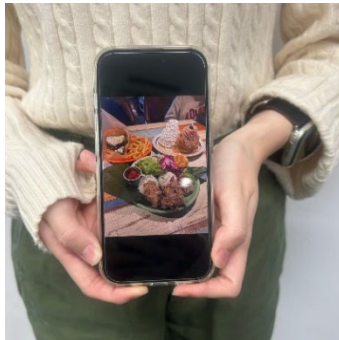
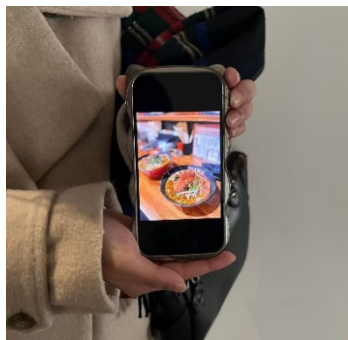
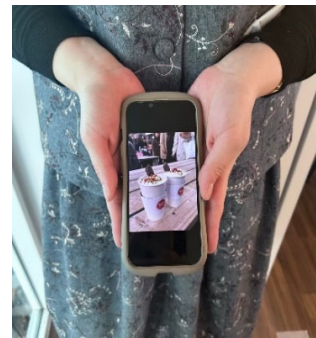
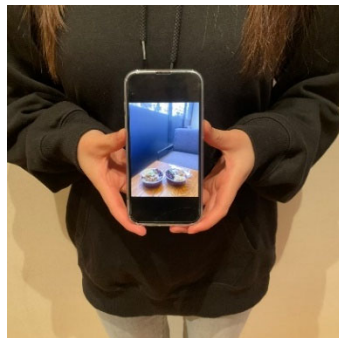
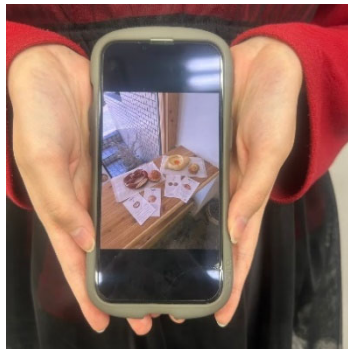
- ・調査対象：実践女子大生（全学年、全学部）
- ・調査方法：フィールドワークによる写真撮影および対象者観察
- ・調査期間：2024年12月～2025年1月
- ・調査場所：実践女子大学渋谷キャンパス

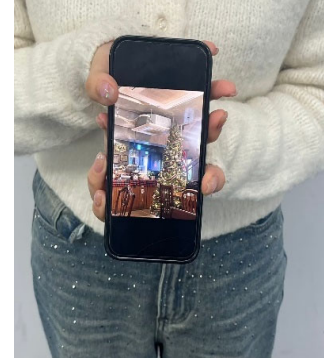
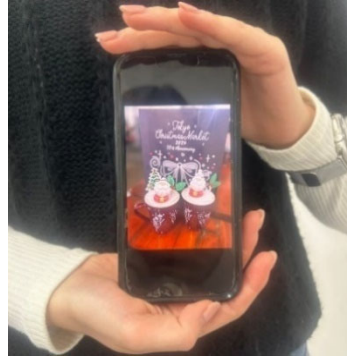
## 調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 岩田莉緒・中山実咲・熊田彩・山川実紅

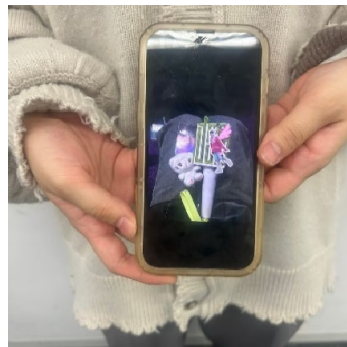
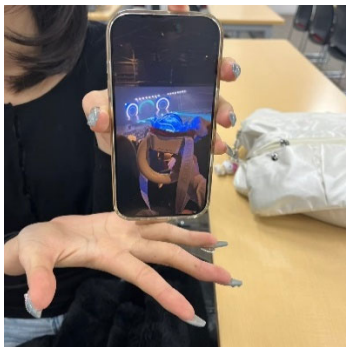
## 写真

### 【食べ物】

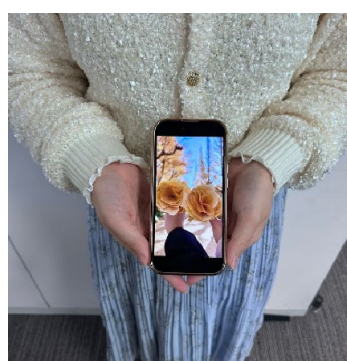
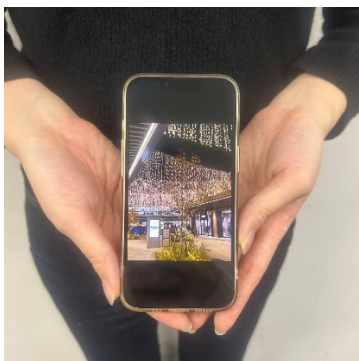
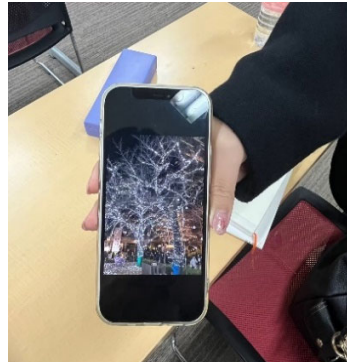




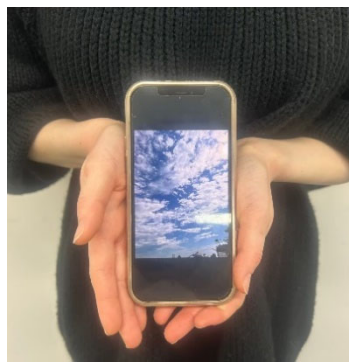
【ライブ】



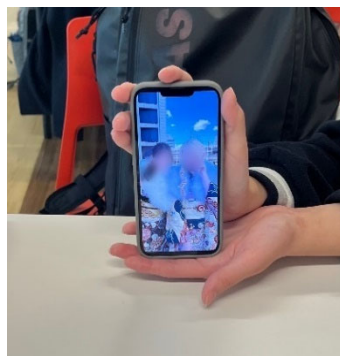
【風景】



### 【空】



### 【友人】



### 調査後記

今回の調査を通じて、女子大生が撮影した写真には、その生活や価値観、映えを意識した工夫が反映されていることがわかりました。

回収した写真の多くが縦画面で撮影されていた点は、スマートフォンでの操作性や SNS での見栄えを意識した結果と考えられ、撮影スタイルを反映しており、興味深い特徴の一つでした。最も多かったのは食べ物の写真でした。これらの写真には、複数の料理が画角に収まるように撮影されたものが多く見られ、友人たちと共に楽しんだ食事の様子を間接的に表現しているようでした。特に、上から撮影した写真や正面、斜めからの撮影が多様に組み合わせられており、単なる食事記録ではなく「共有」や「映え」を意識した工夫が感じられました。また、料理だけでなく背景を取り入れることで、撮影者自身が訪れた店やその雰囲気伝えようとしていることがわかりました。次いで多かったのは風景の写真でした。これらの写真には、季節感があるイルミネーションやイチョウ並木、テーマパーク内の建物、さらには日常的な道の写真など、様々な被写体が収められていました。特に、画面いっぱいに建物を映し出す構図からはその場の雰囲気や特別感を写真に残そうとしている意図が感じられました。

たくさんの方々のご協力により、本調査を無事に終えることができました。今回の調査で学んだことや反省点を今後に活かし、より良い調査・分析を心がけていきたいと思えます。

改めて調査にご協力いただいた皆様に感謝申し上げます。