

～20代女子のSNSの写真事情を調査～

8割超が気に入らない写りの写真を 「友人にアップされてしまった」経験あり…

“SNS投稿OK”な写真は約6枚に1枚、“NGパーツ”1位は断トツで「目」!

どんな瞬間も美しく魅力的な瞳に。ボシュロム・ジャパン「STARRY®」発売を記念し
『ViVi』タイアップ写真投稿キャンペーン「#STARRISTA になろう!」を9月23日より開始

アイケア製品の総合メーカー米国ボシュロム社の日本法人であるボシュロム・ジャパン株式会社(東京都品川区、代表取締役社長：トーマス・ジョセフ・アッピオ、以下「ボシュロム」)は、どんな瞬間も美しく魅力的な瞳にしてくれる、1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「STARRY®」販売名：ワンデーウィズカラー(愛称：スターリー®)医療機器承認番号：22600BZX00175000(視力補正用/非視力補正用)を、2016年8月9日(火)より販売開始しました。

イメージキャラクターには、「ViVi 専属モデル」として注目を集める瑛茉ジャスミンさんを起用、「どんな瞬間も瞳からクールに、ちょっと大人ハーフ。」というコンセプトを掲げ、奥行きとつや感のあるクールな瞳を演出し、クリアな視界を提供するレンズの魅力を伝えます。

発売を記念して、2016年9月23日(金)からは、人気女性ファッション誌『ViVi』(講談社)とタイアップした写真投稿キャンペーン「#STARRISTA になろう!」を開始いたします。当キャンペーンは、STARRY®の「どんな瞬間も美しく魅力的な瞳にしてくれる」という特長を伝えるために、<自然でクールな表情の自撮り写真>を投稿してもらうものです。

キャンペーン実施に伴い、「自撮り写真とSNS投稿」をテーマにして、20代の女性500名を対象とした意識・実態調査を行いました。



■ 自撮り写真への評価の厳しさが明らかに!? “SNS投稿OK”な写真はわずか約6枚に1枚に…

自撮り写真やイベントでの集合写真など、女性たちにとって、SNSへの顔写真の投稿は、いまや日常と言えます。こうした中で、「自撮り写真」の満足度について質問したところ、満足度が「90点以上」と回答した人は21%と2割程度にとどまり、厳しい自己採点の結果となりました。また、「SNS投稿がOKだと思える自撮り写真は1回の撮影あたり何枚に1枚くらいですか?」と聞くと、平均約6枚に1枚となり、「SNS投稿OK」な写真うつりに対するハードルは高いようです。

ちなみに、こうした写真に関して、**84%もの人が「SNS に投稿する際に写真を加工する」と回答**しており、SNS で公開をするにあたって、より見栄えをよくしたいという気持ちの表れだと言えるでしょう。一方で、加工をしているのに十分に満足している人は少なく、ここでも女性たちの写真うつりに対する厳しい自己評価が感じられる結果となりました。

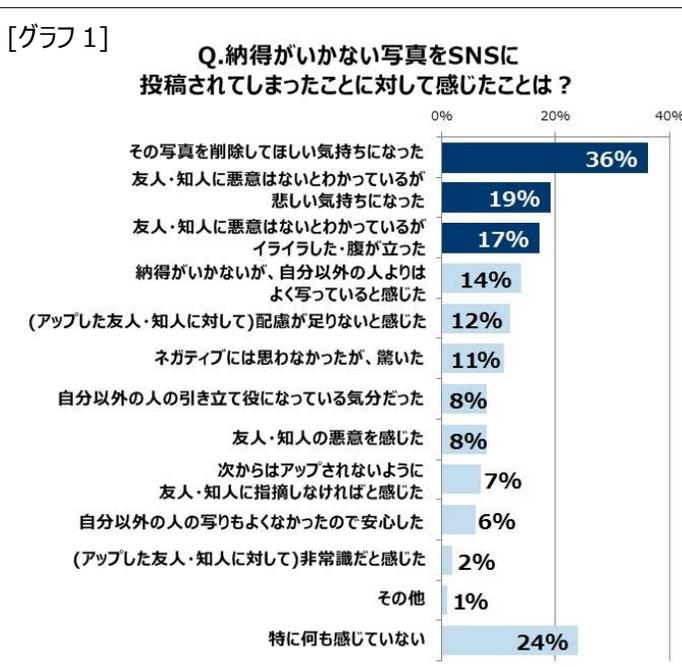
■ 8割超が「納得いかない写真を投稿された」経験アリ！ 悪気はなくても…「削除してほしい」の声も

続いて、「写真うつりに納得いかない写真」に焦点を当てて調査をおこないました。**自分の「納得いかない写りの写真」を SNS に投稿されてしまった経験があるかどうかを聞くと、84%もの人が「ある」と回答**しています。

このように、納得いかない写真を投稿されてしまったことに対して、「その写真を削除してほしい気持ちになった」(36%)や、「友人・知人に悪意はないとわかっているが、悲しい気持ちになった」(19%)など、ネガティブな気持ちになってしまう人もいます。「**自分以外の人の引き立て役になっている気分だった**」(8%)とまで感じる人もおり、複雑な心境がうかがい知れます。[グラフ 1]

このような事態に対して実践したことがある対策としては、「タグ付けを承認しなかった・タグ付けを自ら削除した」(14%)、「友人・知人に写真を削除してもらうよう頼んだ」(10%)などが挙がりましたが、いずれも 1 割程度にとどまり、多かったのは「**色々と思うところはあったが、言いつらくて特に対策はとっていない**」(30%)という回答でした。

納得いかない写真が SNS に公開されてしまっても、対策できずにいる女性が多いことがうかがえます。

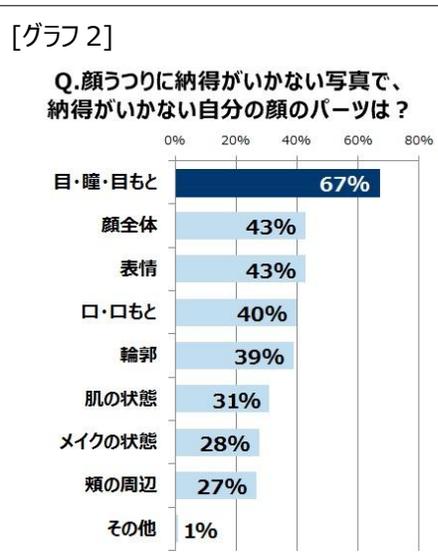


■ 納得いかないパーツ 1位は断トツで「目」！ 撮影&加工テクニックがある人は少数派

最後に、納得いかない写真について、特に写真うつりが不満な「顔のパーツ」について聞きました。その結果、「**目・瞳・目もと(眉を含む)**」が圧倒的に多く、**約 7 割の人が納得いかない**と答えています。その他には、「顔全体」や、「輪郭」、「表情」などが上位に挙がりました。[グラフ 2]

なお、写真うつりの不満を回避すべく、写真撮影もしくは写真加工の際の自分なりのテクニックがあるかどうかを調べると、写真撮影に関しては 24%、写真加工に関しては 19%が「テクニックがある」と回答。具体的には、「目に光が入るようにする」(26 歳)などの撮影テクニックや、「顔を小さく、目を大きくする」(20 歳)といった加工テクニックなど、目や顔のサイズ感や、肌の質感を加工する等のコメントが目立ちました。

ただし、こうしたテクニックがある人は少数派で、**約 8 割は写真うつりの不満を解決する術がない状態**だと言えます。多くの人に閲覧される SNS ですが、納得がいく写真が撮れなかったり、納得がい



かない写真を他人にアップされてしまったりといった人も多く、女性たちの歯がゆい思いと、“写真うつり対策”を探し求めている様子が垣間見えます。

ちなみに、様々な不満がある中で、**写真に写る際に「なりたいと思う理想の顔」を聞いたところ、「ハーフ顔」(45%)が2位を引き離してトップ**に。その他、「キュートな(甘めの)顔」(36%)や、「ピュアな顔」(35%)、「クール顔」(22%)も支持を集めており、こうした理想の顔を目指して、日々納得がいく写真うつりを追求していることも考えられます。

[調査概要]

- ・調査期間：2016年1月21日(木)～1月25日(月)
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査対象：20代女性500名、SNSを日常的に利用しており、SNSに自分の顔写真をアップした経験がある方

■ どんな瞬間も瞳からクールに、ちょっと大人ハーフ。 1日使い捨てカラーコンタクトレンズ「STARRY®」発売中



2016年8月9日(火)より販売を開始したボシュロム・ジャパンの1日使い捨てカラーコンタクトレンズ、「STARRY®」(視力補正用/非視力補正用)は、「どんな瞬間も瞳からクールに、ちょっと大人ハーフ。」という製品コンセプトで、**奥行きとつや感のあるクールな瞳を実現**。どんな表情にも自信がもてる、前を向いて新しい魅力を発信できる瞳を叶えます。

レンズカラーはクラシックブラウンの Venus(ヴィーナス)、カジュアルオリブの Earth(アース)、クールグレイの Jupiter(ジュピター)の3タイプで、すべてダークブラウンをベースにし、内側は高発色のカラーを配した2色使いです。自然になじむドットパターンと13.0mmの着色部外径で、**立体感のある、大人っぽい印象的な目もと**を演出します。また、視力補正用はクリアな視界を提供します。



■ 『ViVi』誌面登場のチャンスも！「#STARRISTA になろう！」写真投稿キャンペーン

発売を記念して、**2016年9月23日(金)～10月31日(月)まで**の期間中、イメージキャラクターの瑛茉ジャスミンさんも誌面を飾る**人気女性ファッション誌『ViVi』(講談社)とタイアップした写真投稿キャンペーン、「#STARRISTA になろう！」を実施**いたします。

誰でも参加できる本キャンペーンは、いつもとひと味違う、**クールな表情の自撮り写真を Instagram、または Twitter に投稿するだけ**で応募が可能です。瑛茉ジャスミンさんがセレクトする「クールビューティー」な方に贈る優秀賞では『ViVi』誌面での**投稿写真の掲載**を、さらに、応募者全員の中から抽選となる **W チャンス賞では、人気アパレルブランド「EMODA」のお買い物券**をプレゼントいたします。

「STARRY®」ブランドサイト <http://www.starryeyes.jp>

キャンペーン概要

- ・キャンペーン名称：#STARRISTA になろう！キャンペーン
- ・キャンペーン期間：2016年9月23日(金)～10月31日(月)
- ・ご応募手順：

step1. Instagram または Twitter で STARRY®公式アカウント(@starry_blj)をフォロー

step2. あなたの「クールな表情」を撮影し、キャンペーンハッシュタグ「#STARRISTA になろう」をつけて、Instagram または Twitter から投稿

・賞品：

【優秀賞】

雑誌『ViVi』1月号誌面にあなたの投稿写真を掲載(2016年11月22日(火)発売予定) 5名様

【W チャンス賞】

「EMODA」お買い物券（1万円分）20名様

瑛茉ジャスミン(えま・じゃすみん) プロフィール

モデル・タレント。1995年生まれ。オーストラリアと日本のハーフ。幼少期に子役として芸能界デビュー。2003年「天才てれびくん MAX」のてれび戦士に抜擢され、レギュラー出演。その他、映画やCMなどにも出演。現在はモデルを中心に活動しており、ファッション誌『ViVi』や『LARME』といった雑誌など、系統や世代を問わず幅広く活躍中。

ボシュロム(Bausch + Lomb)について

ボシュロムは、バリアント ファーマシューティカル インターナショナル社のグループ会社の一つであり、人々の視力の維持、改善、回復のための製品を提供する、アイヘルズ分野におけるグローバル企業です。眼科用医薬品、コンタクトレンズ、レンズケア製品、眼科用手術装置・器具を中核事業とし、世界各地に開発、生産、販売拠点を置いています。取扱製品数は業界有数であり、製品の販売国は100カ国以上におよびます。

【報道関係者お問い合わせ先】

<調査に関するお問い合わせ> トレンダーズ株式会社 担当：山口 TEL：03-5774-8871

<製品・キャンペーンに関するお問い合わせ> ボシュロム・ジャパン株式会社 マーケティング部 TEL：03-5763-3431

【ボシュロム製品に関するお問い合わせ先】

TEL：0120-132490 オペレーター受付時間/9:00-18:00(日・祝除く)