

報道関係者各位

2016年9月26日
フリー株式会社
GIRLS'TREND 研究所

<女子高生・女子大生※を対象とした「雑貨に関する意識調査」>

100均商品の所持数は平均6.7個、最も購入しているのは「メイク道具」(55.0%)**“よく行く100均”第1位は「ダイソー」、選定基準にオシャレ・かわいさがランクイン****ダイソー×フリー『GIRLS'TREND 研究所』コラボ商品の認知度は58.2%**

フリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田坂吉朗 以下、フリー)が運営する女子高生・女子大生の動向調査・研究機関『GIRLS'TREND(ガールズトレンド) 研究所』は、2016年8月に「雑貨に関する意識調査」を実施しました(サンプル数:220)。調査対象はいずれも、フリーが運営する、プリントシール機で撮影した画像を取得・閲覧できるサービス「ピクトリンク」の会員の女子高生・女子大生※です。調査結果を以下のとおり発表いたします。

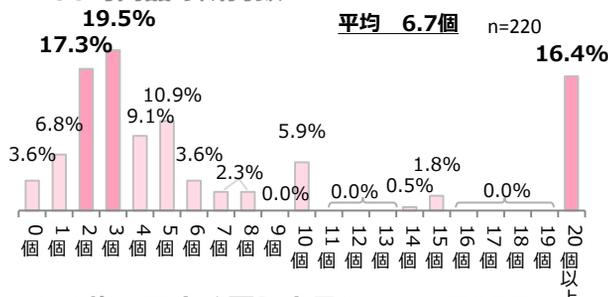
※高専生、専門学校生、短大生を含む

◆TREND① 100均商品の所持数は平均6.7個、最も購入しているのは「メイク道具」(55.0%)

多くの人に愛用されている100円均一ショップ(以下、100均)商品ですが、女子高生・女子大生の利用実態はどのような内容なのでしょうか。まず、所持数については平均6.7個との結果が出ました。内訳としては、第1位が「3個」(19.5%)、第2位が「2個」(17.3%)だった一方、第3位には「20個以上」(16.4%)がランクインし、二極化しました。また、お店の利用頻度は、平均すると3週間に1回でした。

よく買う商品ジャンルについては、「メイク道具」が55.0%で半数以上を占め、第2位以下は「文房具」(34.5%)、「ポーチなどの雑貨」(33.6%)となりました。なお、リピート購入する商品については、アイテープや文房具、ヘアゴム・ヘアピンなどが挙げられ、消耗品へのニーズが伺えました。女子高生・女子大生は、100均商品を日常生活に活用しているようです。

* 100均商品の所持数



* 100均一でよく買う商品ジャンルTOP5

第1位	メイク道具	55.0%
第2位	文房具	34.5%
第3位	ポーチなどの雑貨	33.6%
第4位	お菓子、食べ物、飲み物	33.2%
第5位	DIY用品	24.5%

◆TREND② “よく行く100均”第1位は「ダイソー」、選定基準にオシャレ・かわいさがランクイン

よく行く100均について調査したところ、第1位は「ダイソー」(86.4%)、第2位は「セリア」(60.0%)、第3位は「キャン・ドウ」(29.5%)となり、上位3位が第4位(4.5%)以下を大きく引き離しました。また、お店選びの基準については、「家から近い」が最多(50.5%)、続いて「商品の種類が多い」(46.8%)、「商品がオシャレ・かわいい」(46.4%)がランクイン。品揃えが豊富で手軽に欲しい商品を購入できる100均ですが、自由に使える予算が限られる若い世代にとっては、いかに“安くておしゃれ”な商品や“安くてかわいい”商品を見つけられるかが重要であると思われます。

◆TREND③ダイソー×フリー『GIRLS'TREND 研究所』コラボ商品の認知度は58.2%

2016年1月より展開中の、ダイソーとフリー『GIRLS'TREND 研究所』のコラボレーション商品について、認知度を調査しました。「知っている」と回答した割合は58.2%となり、半数以上がコラボ商品を認知しているようです。さらにその中で実際に商品を「買った」という割合は76.6%、「まだ買ってないが、買いたい」は19.5%となり、全体の96.1%が購買意欲を持っていることが分かりました。反響の大きかった本コラボですが、2016年10月1日より第2弾としてアパレル商品を中心とした新たなラインナップを加え、国内外のダイソー店舗にて販売開始予定です。

◀ダイソー×フリー『GIRLS'TREND 研究所』コラボ第2弾 ニュースリリース⇒ <http://www.furyu.jp/news/2016/09/daiso.html>▶

* 『GIRLS'TREND 研究所』とは？

プリントシール機市場でトップシェアを占めるフリー(株)における調査・研究機関。主な調査対象は、女子高生・女子大生。『GIRLS'TREND 研究所』ではこの調査の一部をニュースレターとして情報発信中。

<公開データの引用・転載の際は、“フリー株式会社「GIRLS'TREND 研究所」調べ”と明記いただけますようお願い申し上げます。>

◆ 調査概要

調査期間 : 2016年8月10日(水)～8月21日(日)

調査方法 : インターネットアンケート

調査対象 : プリントシール画像共有サイト「ピクトリンク」会員の女子高校生、女子大学生等

(高専生、専門学校生、短大生を含む)

有効回答数: 220サンプル

【「ピクトリンク」とは】

フリーのプリントシール機で撮影した画像を、フィーチャーフォン・スマートフォンにて取得・閲覧できるサービス。利用者数は約1,000万人(2016年4月時点)。アプリ版ではSNS機能を備えており、画像データを整理してアルバムを作成、共有が可能。

【料金】 会員登録無料 ※有料会員・・・月額324円(税込)

【対応OS】 サイト:iOS6.0以降、Android™2.3以降の端末／アプリ:iOS7.0以降、Android4.0以降の端末

【配信開始日】 好評配信中

【URL】 サイト: <https://sp.pictlink.com/>

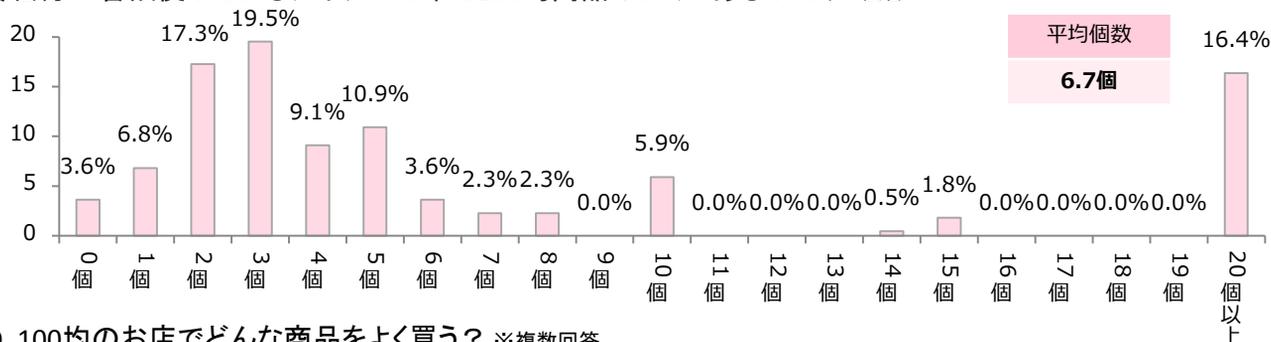
アプリ: iPhone版 <https://itunes.apple.com/jp/app/pikutorinku/id446747531>

Android版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.furyu.pictlink>

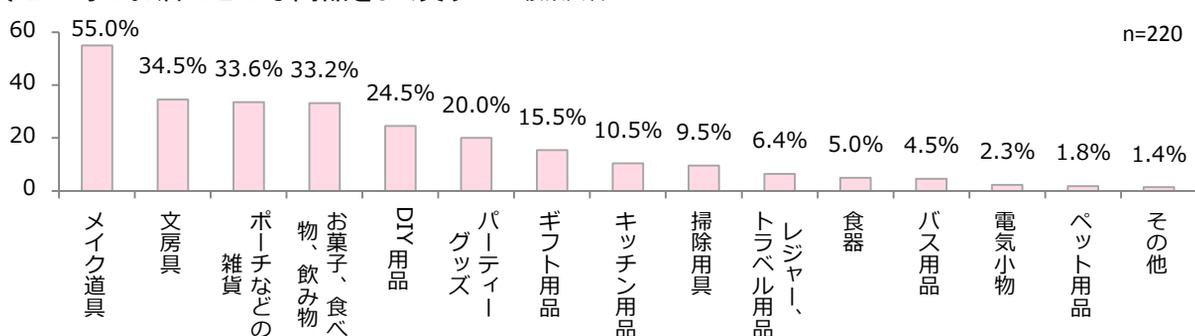
【著作権表記】 (C)FURYU

◆ 調査結果

Q.自分が普段使っているアイテムの中で100均商品はいくつある? ※単一回答



Q. 100均のお店でどんな商品をよく買う? ※複数回答

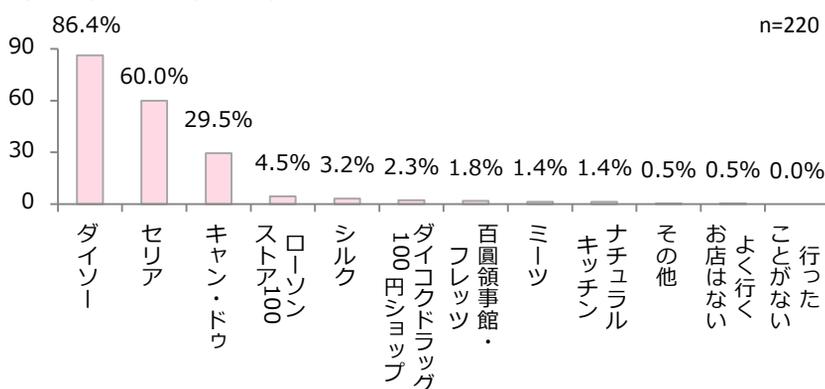


Q.リピート買っている100均商品は? ※自由回答

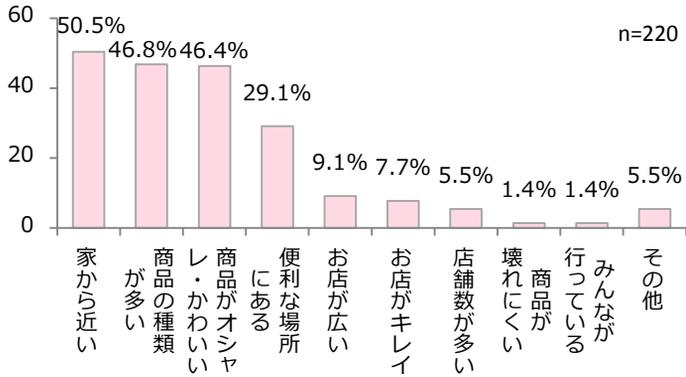
※自由回答

順位	回答 (n=69)	%
第1位	アイテープ	18.8%
第2位	文房具	13.0%
第3位	ヘアピン、ヘアゴム等	8.7%

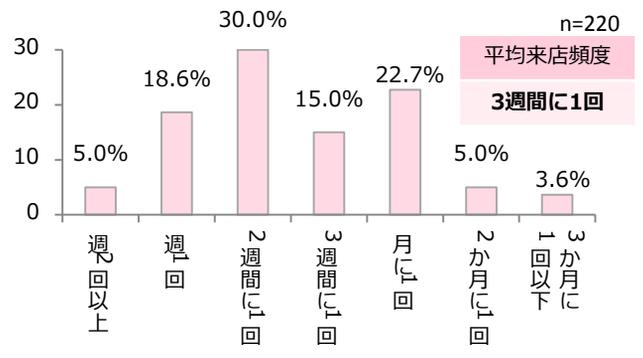
Q. よく行く100均のお店は? ※複数回答



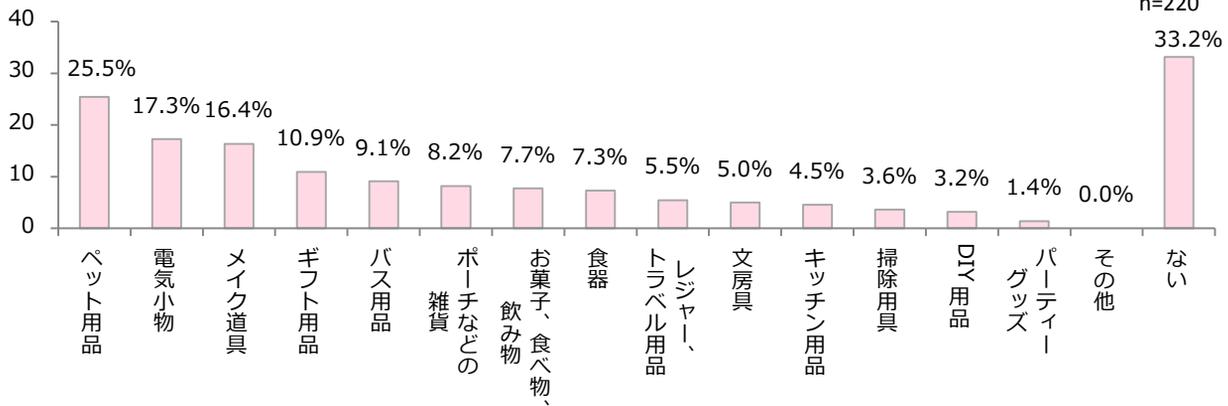
Q. 100均のお店を選ぶ理由は？ ※複数回答



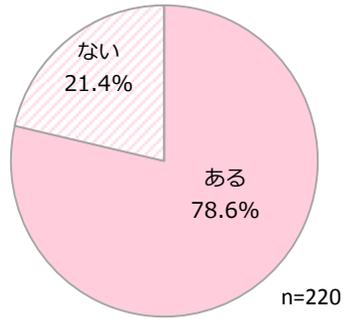
Q. 100円均一のお店の利用頻度は？ ※単一回答



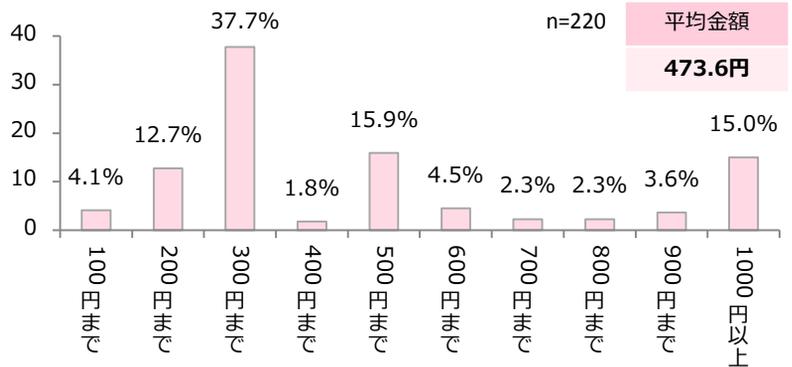
Q. 100円均一では絶対には買わないものは？ ※複数回答



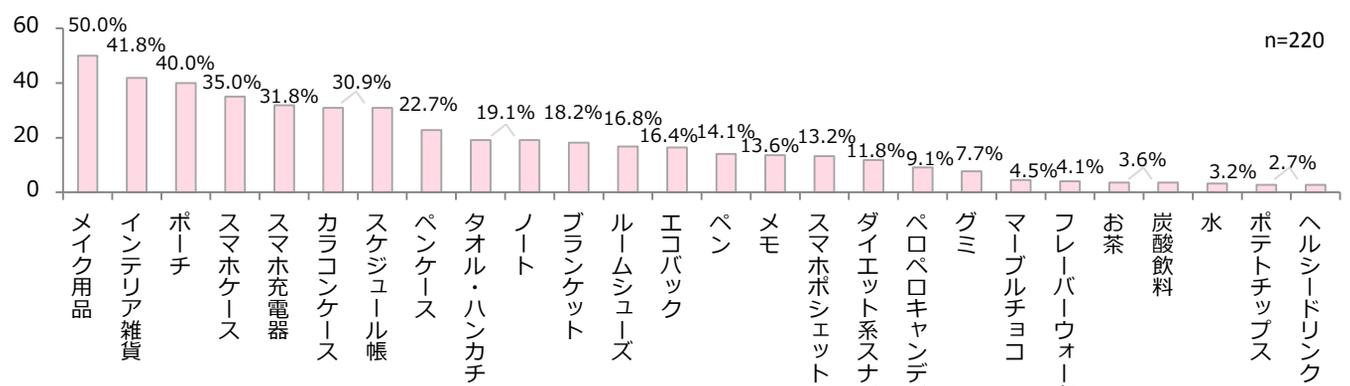
Q. 100円均一で100円以上のものを買ったことがある？ ※単一回答



Q. 100円均一でいくらまでなら買おうと思う？ ※単一回答



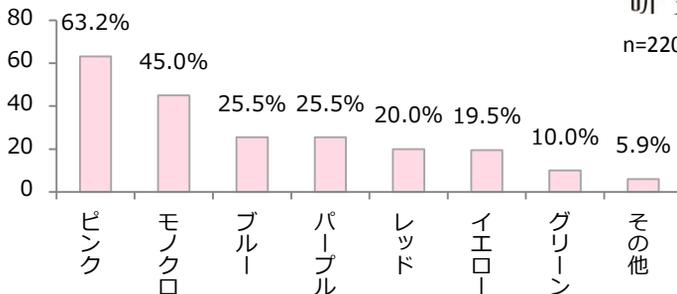
Q. 100円均一商品でデザインが可愛いとして、この中だとどれが欲しい？ ※複数回答



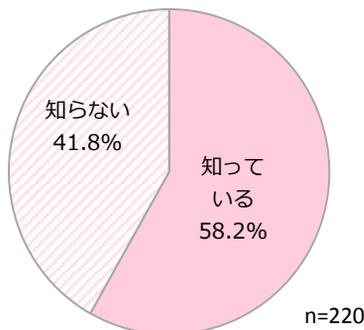
Q.100均商品についての要望は？ ※自由回答

	回答 (n=57)	%
第1位	コスメの商品数増加	24.6%
第2位	デザインの良い商品の展開	17.5%
第3位	種類の充実/壊れにくさ/品質改良/ コラボ商品増加/シンプルなデザイン	各7.0%

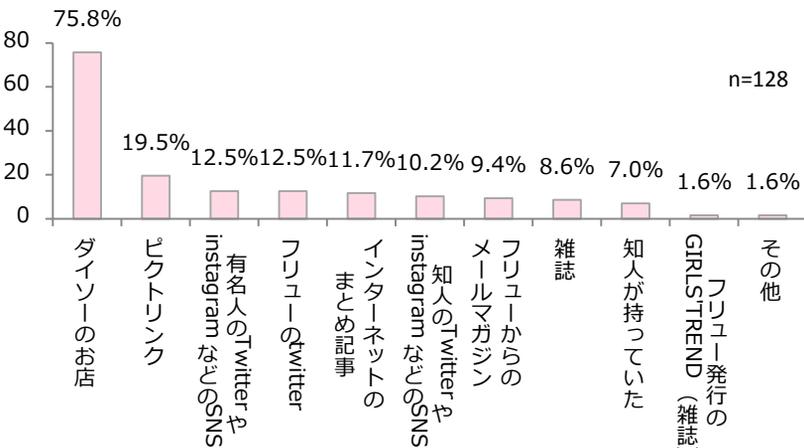
Q.雑貨を買う時、欲しくなる色は？ ※複数回答



Q.ダイソー×フリー『GIRLS'TREND研究所』(GT研)のコラボ商品を知っている？ ※単一回答

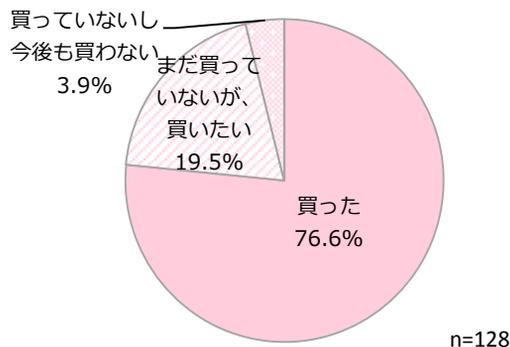


Q.ダイソー×フリーGT研のコラボ商品をどこで知った？ ※複数回答 ※ダイソー×フリーGT研のコラボ商品知っている人のみ

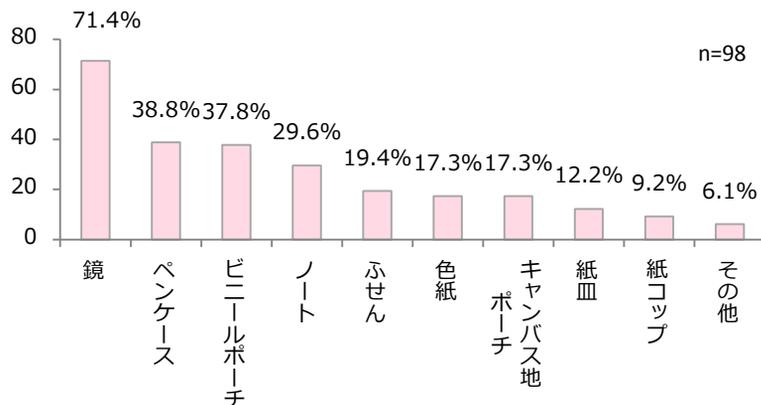


Q.ダイソー×フリーGT研のコラボ商品を買った？ ※単一回答

※ダイソー×フリーGT研のコラボ商品知っている人のみ



Q.ダイソー×フリーGT研のコラボ商品の中でどの商品を買った？ ※複数回答 ※ダイソー×フリーGT研のコラボ商品知っている人のみ



【フリー株式会社 会社概要】

2007年4月にオムロングループからマネジメントバイアウト(MBO)によって独立したエンタテインメント分野の独立系企業。2015年12月に東証一部へ株式を上場。これまでプリントシール事業、キャラクター・マーチャндаイジング事業、コンテンツ・メディア事業、ゲーム/アニメ事業と、様々なエンタテインメント事業領域に参入し、その範囲を着実に拡大中。

*「GIRLS'TREND 研究所」は、フリー発行の雑誌「GIRLS'TREND」とも連動しながら、女子の流行情報を発信します。

※調査結果の数値は、小数点第2位を四捨五入しております。

※『GIRLS'TREND 研究所』および『GIRLS'TREND 研究所』ロゴは、フリー株式会社の商標または登録商標です。

※Androidは、Google Inc.の商標または登録商標です。 ※iPhoneは、Apple Inc.の商標です。

※その他の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

