

実践『ペルソナ』通信 (No.109)

「スマホのロック画面」に関する調査

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「スマートフォン（以下、スマホ）のロック画面」に関するアンケート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）」ゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「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。

はじめに

日常生活においてスマホは必要不可欠なものであり誰もが持ち歩く時代です。そのスマホ画面の画像は自分の好きなようにカスタマイズすることができ、それにより個性も出ます。そこで今回の調査では、イマドキの女子大生が使用しているスマホのロック画面画像について調べていきます。

総括

今回の調査を通して実践女子大学生は、iPhone を使用している人が多く、ロック画面の画像を初期設定から変更している人が多いことがわかりました。また、ロック画面とホーム画面の画像は異なるものを使用する傾向があり、画面画像の種類は風景と人物画が多く、画像の著作権は気にしない人が多かったです。スマホのロック画面とホーム画面の画像の種類は様々で、ロック画面は頻繁に変える人とあまり変えない人に分かれていました。ロック画面の画像を選ぶ理由として、「気に入ったものがあったから」、「気分が上がるから」が上位 2 つでした。ロック画面で気分が変わる人は多く、こだわりがある人が比較的多い傾向がありました。

Topics

- (1) iPhone が最も使用されていてロック画面は変更する人が多い
- (2) ロック画面とホーム画面の画像は異なるものを使用する傾向がある
- (3) 画面画像の種類は風景と人物画が多い
- (4) ロック画面の画像は SNS 関連から持ってきて、著作権は気にしない人が多い
- (5) スマートフォンのロック画面とホーム画面の画像の種類は様々
- (6) ロック画面は頻繁に変える人とあまり変えない人にわかれている

- (7) 設定したことのあるロック画面は人物画が多く、気に入った写真を選ぶ傾向がある
- (8) ロック画面を周囲の人に見られることを気にしている人は少ない
- (9) ロック画面により気分は変わり、こだわりがある人は多い

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 川崎梨恵・田中千秋・三浦未乃梨・山口瑞友

調査概要

- ・調査対象：実践女子大生 1～4 年生
- ・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：2022 年 11 月 17 日(木)～11 月 25 日(金)
- ・有効回答者数：220 人
- ・回答者の属性：1 年生、2 年生、3 年生、4 年生

調査結果

(1) iPhone が最も使用されていてロック画面は変更する人が多い

「最も使用するスマートフォンの種類」について尋ねたところ、iPhone が 90.9% (200 人)、Android が 9.1% (20 人) と iPhone を使用している人が多いことが読み取れます (図 1)。また、「スマートフォンのロック画面が初期設定かどうか」について尋ねたところ、はいと回答した人が 4.1% (9 人)、いいえと回答した人が 95.9% (211 人) とロック画面の画像を初期設定から変更している人が多いことが読み取れます (図 2)。

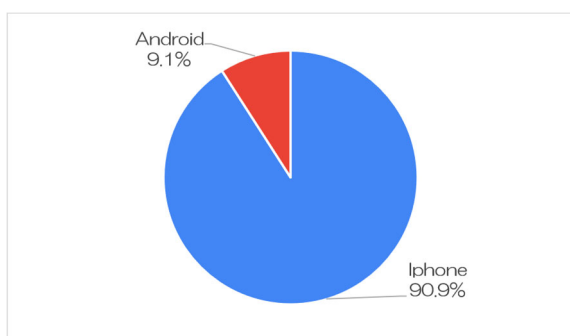


図 1. スマホの種類 (n=220)

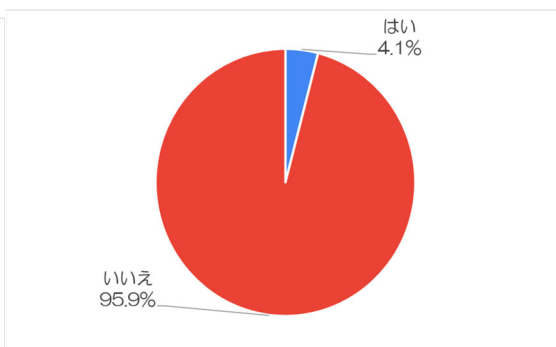


図 2. ロック画面初期状況 (n=220)

(2) ロック画面とホーム画面の画像は異なるものを使用する傾向

「ロック画面とホーム画面の画像が同じかどうか」について尋ねたところ、同じが 14.5% (32 人)、異なるが 85.5% (188 人) とロック画面とホーム画面の画像は異なるものを使用している傾向があることが読み取れます (図 3)。また、同じと回答した人に「画面画

像の種類」について尋ねたところ風景が37.4%（12人）、人物画が18.7%（6人）、単色が12.5%（4人）、初期設定が9.4%（3人）、キャラクターが6.3%（2人）、動物が6.3%（2人）、イラストが6.3%（2人）、言葉が3.1%（1人）と風景と人物画で5割を占めていることがわかります（図4）。「ロック画面とホーム画面の画像を意識的に同じにしているか」尋ねたところ、意識しているが43.8%（14人）、意識していないが56.2%（18人）と意識している人としていない人が半々であることが読み取れます（図5）。

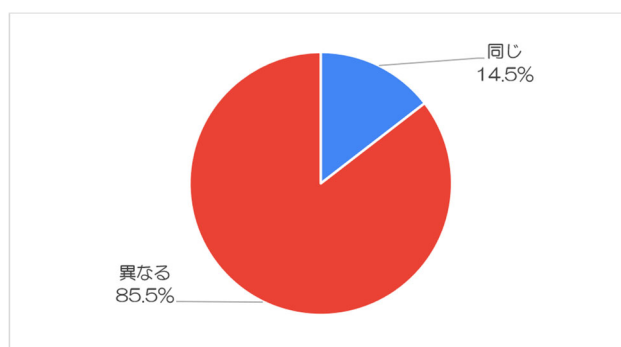


図3. ホームとロック画面の画像（n=220）

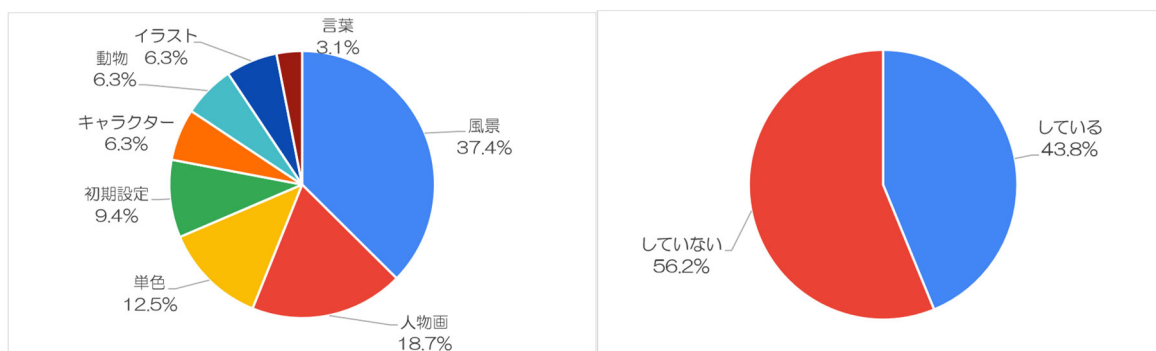


図4. ロック画面画像の種類【同じ】（n=32） 図5. ロックとホーム画像の意識（n=32）

(3) 画面画像の種類は風景と人物画が多い

ロック画面画像とホーム画面の画像が異なる人に「ロック画面画像の種類」を尋ねたところ、人物画が45.7%（86人）、風景が25.0%（47人）、キャラクターが14.4%（27人）、動物が5.9%（11人）、スケジュールが4.3%（8人）、初期設定が2.1%（4人）、柄が1.1%（2人）、言葉が0.5%（1人）、バイトのメモが0.5%（1人）、アルパカの人形が0.5%（1人）とロック画面とホーム画面の画像が同じ人同様に風景と人物画が多いことが読み取れます（図6）。また、「ホーム画面画像の種類」を尋ねたところ風景が33.0%（62人）、人物画が28.2%（53人）、キャラクターが12.8%（24人）、単色が12.8%（24人）、初期設定が5.2%（10人）、柄が2.7%（5人）、動物が1.6%（3人）、スケジュールが1.6%（3人）、言葉が1.6%（3人）、推しの衣装が0.5%（1人）とホーム画面

ではロック画面と違い風景の画像を多く使用していることがわかりました（図7）。

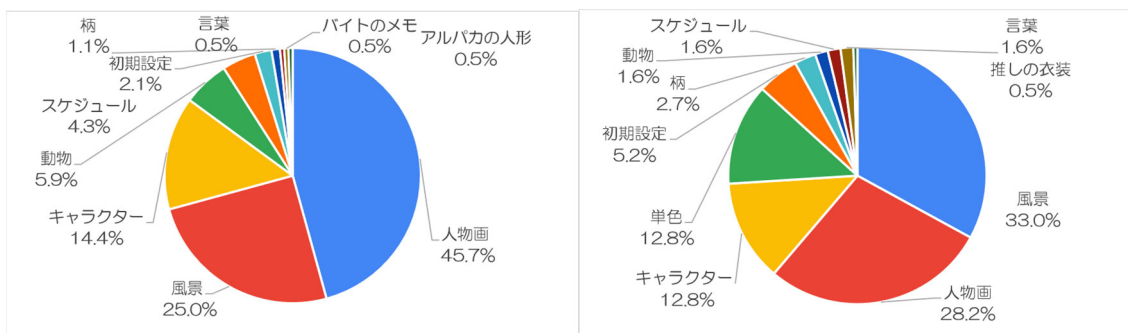


図6. ロック画面画像の種類 (n=188)

図7. ホーム画面画像の種類 (n=188)

(4) ロック画面の画像はSNS関連から持ってきて、著作権は気にしない人が多い

ロック画面を設定する際、「画像をどこから持ってくるのか」尋ねたところ、自分や友人が撮った写真が69人、インターネットでの画像検索、Twitterがともに44人、Instagramが27人とネット、SNS関連を合計すると自分や友達が撮った写真よりも多いことが読み取れます（図8）。また、「著作権を気にするか」について尋ねたところ、気にするが14.1%（31人）、やや気にするが30.5%（67人）、やや気にしないが18.6%（41人）、気にしないが36.8%（81人）と著作権を気にしない人の方が多いことがわかりました（図9）。

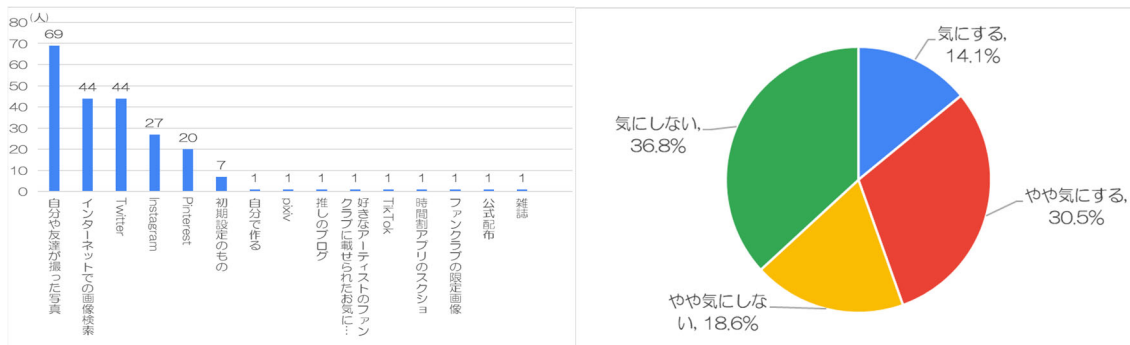


図8. ロック画面をどこから持ってくるか (n=220)

図9. 画像の著作権を気にするか (n=220)

(5) スマートフォンのロック画面とホーム画面の画像の種類は様々

スマートフォンのロック画面とホーム画面の画像にキャラクターを設定している人に「キャラクターの種類」を尋ねたところ、漫画が27.5%（11人）、ゲームが22.5%（9人）、アニメが17.5%（7人）、Vtuberが10.0%（4人）、パークが7.5%（3人）、動物のキ

キャラクターが2.5%（1人）、ゲーム実況者が2.5%（1人）、配信者の固定キャラクターが2.5%（1人）、Twitterからとったイラストが2.5%（1人）、いらすとやが2.5%（1人）、様々なので特に決まっていないが2.5%（1人）と漫画が約3割を占めていることがわかります（図10）。同じように人物を設定してる人に「どの人物画像を設定しているか」を尋ねたところ、芸能人・著名人が83.5%（81人）、他撮りが12.4%（12人）、自撮りが3.1%（3人）、友達が1.0%（1人）と、芸能人・著名人を設定している人が多いということがわかります（図11）。動物を設定してる人に「動物の種類」を尋ねたところ、犬が60.0%（9人）、猫が13.3%（2人）、くまが13.3%（2人）、ネズミ類が6.7%（1人）、ウーパールーパーが6.7%（1人）と犬を設定している人が6割いることがわかりました（図12）。

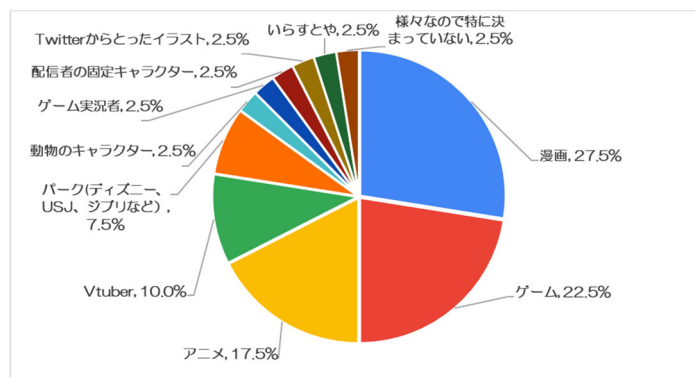


図10. ロック画面のキャラクターの種類 (n=40)

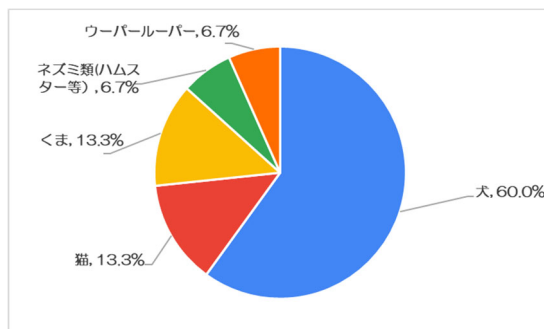


図11. ロック画面の動物の種類 (n=15)

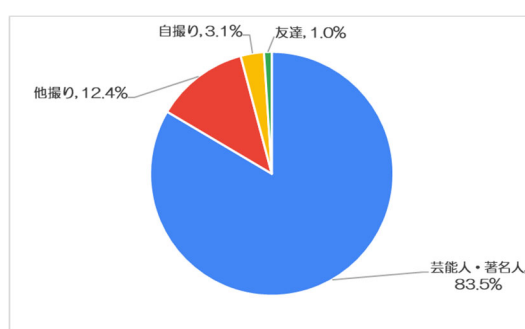


図12. ロック画面の人物画像の種類(n=97)

(6) ロック画面は頻繁に変える人とあまり変えない人にわかれている

「ロック画面の画像を変える頻度」を尋ねたところ、3カ月に1回程度が25.5%（56人）、それ以上が23.2%（51人）、5カ月に1回程度が21.8%（48人）、1カ月に1回程度が15.0%（33人）、画像を変更しないが10.5%（23人）、1カ月に2.3回程度が

4.0%（9人）と頻りにロック画面を変える人とそうでない人にわかれていることが読み取れます（図13）。

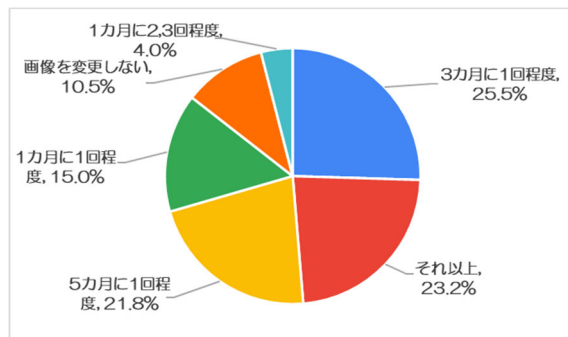


図13. ロック画面の画像を変える頻度（n=220）

(7) 設定したことのあるロック画面は人物画が多く、気に入った写真を選ぶ傾向がある

「過去に設定したことのあるロック画面の種類」について尋ねたところ、人物画が185人、風景が142人、動物が115人、スケジュールが59人、キャラクターが51人、言葉が24人と人物画が最も多いことが読み取れました（図14）。また、ロック画面の画像を選ぶ理由として、気に入ったものがあったからが31.8%（70人）、気分が上がるからが25.5%（56人）、自分のモチベーションを保つためが13.2%（29人）、癒されるからが9.5%（21人）、特に意味はないが9.1%（20人）、思い出の写真だからが7.1%（16人）でした（図15）。

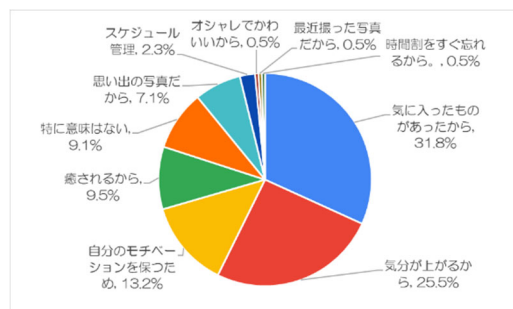
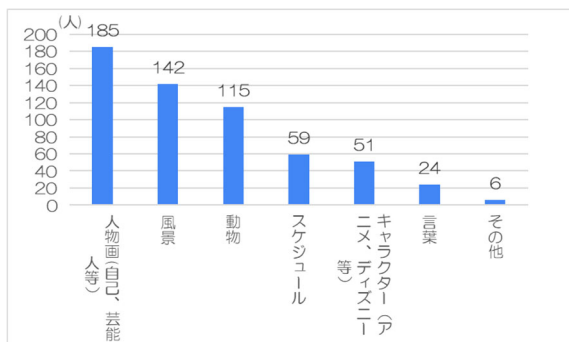


図14. 過去に設定したことのあるロック画面の種類（n=582、MA）

図15. ロック画面の画像を選ぶ理由（n=220）

(8) ロック画面を周囲の人に見られることを気にしている人は少ない

「ロック画面を周囲の人に見られることを気にしているか」を尋ねたところ、とても気にするが5.0%（11人）、気にするが28.6%（63人）、気にしないが37.8%（83人）、全

く気にしないが28.6%（63人）となりました（図16）。また、図16で「とても気にする」、「気にする」を選択した人に、「他人の視線を気にしてロック画面に好きな画像を設定できないことがあるか」を尋ねたところ、はいが49.4%（38人）、いいえが50.6%（39人）で約半数の人が好きな画像を設定できていないことがわかりました（図17）。

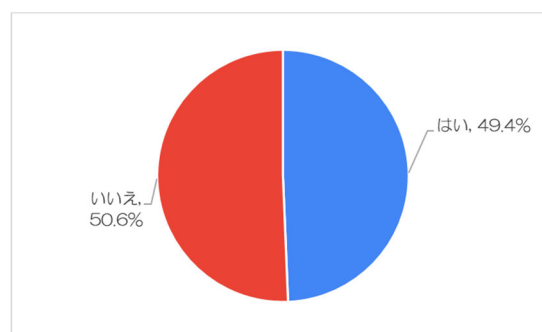
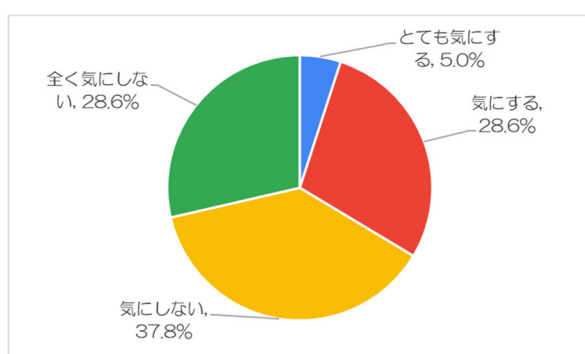


図16. ロック画面を周囲の人に見られることを気にするか (n=220)

図17. 他人の視線を気にしてロック画面に好きな画像を設定できないことがあるか (n=77)

(9) ロック画面により気分は変わり、こだわりがある人は多い

「ロック画面で気分が変わるかどうか」を尋ねたところ、変わるが68.2%（150人）、変わらないが31.8%（70人）となりました（図18）。続いて、「ロック画面の画像を自分で加工しているか」を尋ねたところ、しているが25.5%（56人）、していないが74.5%（164人）でした（図19）。また、ロック画面にこだわりがあるかを尋ねたところ、あるが59.5%（131人）、ないが40.5%（89人）でした（図20）。

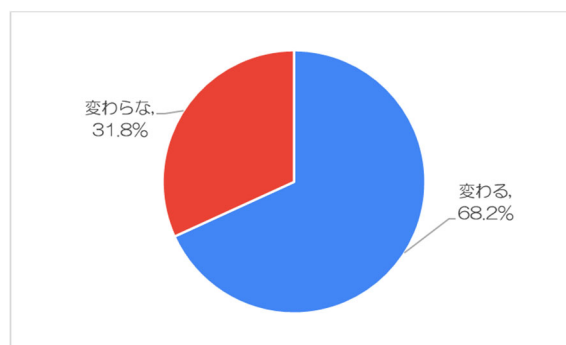


図18. ロック画面で気分が変わりますか (n=220)

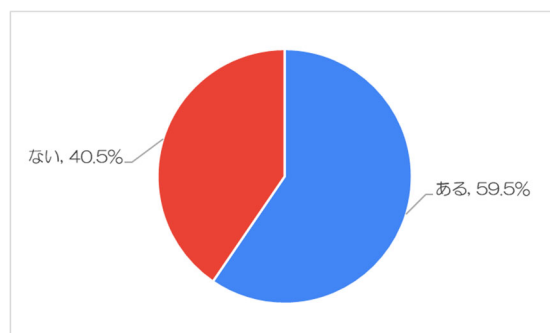
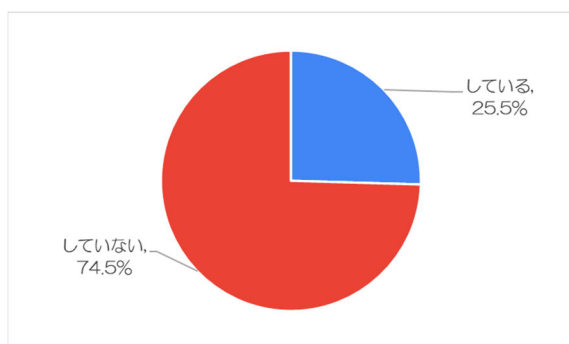


図 19. ロック画面の画像を自分で加工していますか。(n=220) 図 20. ロック画面にこだわりはありますか。(n=220)

考察

スマホのロック画面とホーム画面の画像では異なるものを使用している人が多く、かつ初期設定のまま使用している人は少ないことがわかりました。また、画像の種類としては風景と人物画が回答者の半数を占める結果となりました。スマホの画像を変更するのはいわゆる「エモい」といわれる画像を使用し、スマホの画面をおしゃれに見せることが目的なのではないかと考えます。ロック画面画像の出所については友達や自身で撮影した人が多い反面インターネットから入手している人も多くみられます。しかし、その著作権に関しては気にしていない人が半数以上いることもわかりました。ロック画面の動物の種類としては犬が最も多く、飼っているペットの種類に影響しているのではないかと推測します。さらに、人物画では著名人が最も多かったことから好きな著名人をロック画面に設定しているのではないかと推測します。ロック画面を周囲の人に見られることを気にするかどうかについては気にしない人が大半を占めていることや、周囲が気になっていても自分の好きな画像を設定できていることがわかります。つまり女子大生は周囲の人に影響されることなく自由にロック画面画像を設定できていることがわかりました。さらに、ロック画面の画像によって気分に変化があると回答した人が約 7 割いること、モチベーションに影響があることを考慮するとロック画面の画像は人に見せること以上に自分のために設定していることがわかりました。また、加工していると回答した人は少ないですが、ロック画面にこだわりがあると回答した人が約 6 割いることから、女子大生は無加工の画像にこだわりがあることがわかりました。特にロック画面の設定で著名人が多かったことから、自分の好きな著名人に対してポーズや表情といった画像に譲れないこだわりがあるのではないかと推測します。