

NEWS LETTER(調査レポート)

報道関係各位

写真館・フォトスタジオに関する調査

子どもの写真撮影で写真館を利用するシーン 1位「七五三」 写真館の七五三写真にかかる料金は平均2万8千円

モバイルリサーチ (<http://www.mobile-research.jp/>) を展開するネットエイジア株式会社 (<http://www.netasia.co.jp/>) (本社: 東京都中央区、代表取締役: 三清 慎一郎、以下ネットエイジア) は、2015年9月3日～9月7日の5日間、「写真館・フォトスタジオに関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、小学生以下の子どもがいて、子どもの写真を写真館で撮影した経験がある30歳以上の男女1,000名の回答を集計いたしました。

今後もネットエイジアでは、世の中の関心が高いテーマの調査、今後のトレンドを占える調査など、マーケティングシーンで役立つさまざまな情報をインターネットリサーチによりタイムリーに提供してまいります。

Index

《写真館の利用実態》……………p.2-3

- ・子どもの写真撮影で写真館を利用するシーン 1位「七五三」 2位「お宮参り」 3位「百日祝い」
- ・写真館の七五三写真にかかる料金は平均2万8千円

《写真館の選び方》……………p.4-6

- ・写真館の利用動機 「思い出をプロの写真で」「成長記録を残したい」「かわいい衣装を着せて写真を撮りたい」
- ・写真館選びの情報収集 「チラシをチェック」「ネットで検索」上の世代ほど生活圏内から選択か
- ・写真館選びの決め手は「衣装」「子どもの扱い」「立地の良さ」

《写真館の消費者評価》……………p.7-9

- ・子どもの写真撮影で最も利用されている写真館は「スタジオアリス」
- ・利用経験率 No.1 のスタジオアリス 人気の秘密は顧客の期待を超えて“感動”を呼ぶ対応力
- ・「子どもの笑顔引き出し力」でリードするスタジオアリス、スタジオマリオは「クーポンの魅力」で追撃できるか？

《百日祝い撮影で人気の衣装・子どもの笑顔を引き出す芸能人ランキング》……………p.10-11

- ・百日祝い撮影で人気の衣装は？ 1位「祝い着などの和装」 2位「ドレスなどの洋装」
- ・子どもの笑顔を引き出すのが上手そうな芸能人 1位「ベッキー」 2位「小島よしお」 3位「志村けん」

回答者属性・調査概要……………p.11-12

【調査で提示した写真館】

スタジオアリス／スタジオマリオ／写真館ピノキオ／創寫館／スタジオアミ／スタジオパレット／
スタジオキャラット／スタジオアン／フォトスタジオタートル／ライフスタジオ／プレシユスタジオ／
アトリエ木下／トータルスタジオフォセット（順不同）

NEWS LETTER(調査レポート)

調査結果

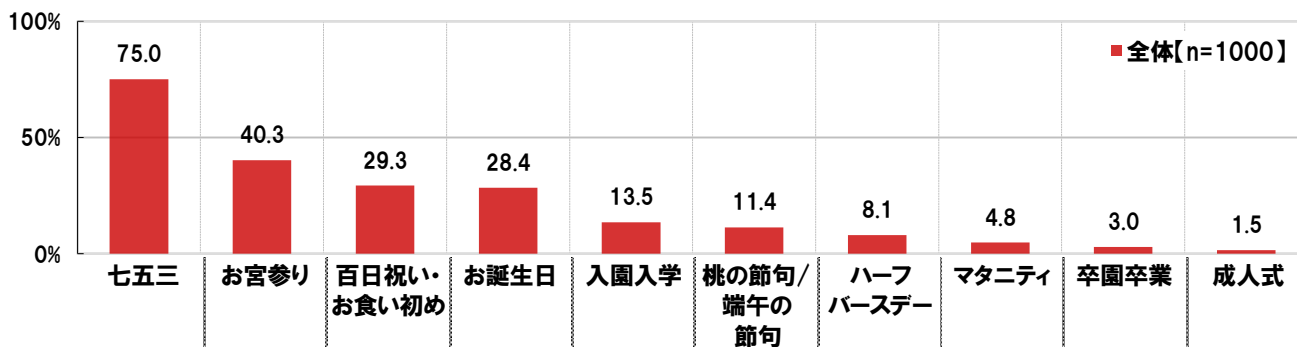
《写真館の利用実態》

◆子どもの写真撮影で写真館を利用するシーン 1位「七五三」2位「お宮参り」3位「百日祝い」

はじめに、小学生以下の子どもがいて、子どもの写真を写真館で撮影した経験がある30歳以上の男女1,000名(以下、全回答者)に、写真館を利用したシーンについて聞いたところ、最も多かったのは「七五三」で75.0%となった。次いで「お宮参り」が40.3%、「百日祝い・お食い初め」が29.3%、「お誕生日」が28.4%が続いた。小学生以下の小さな子どもを持つ親が写真館を利用するシーンにおいて、七五三の割合が飛び抜けて高く、写真館側の視点からみると、繁忙期となる一大イベントとなっていることがわかる。

◆どういった機会に、お子様(お子様との)写真撮影で写真館を利用しましたか。

(複数回答形式) ※上位10位までを表示



NEWS LETTER(調査レポート)

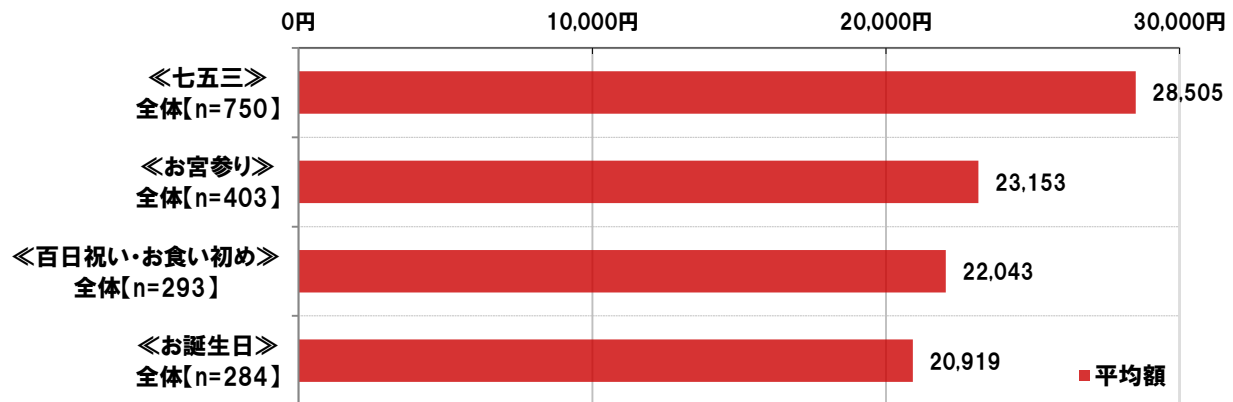
◆写真館の七五三写真にかかる料金は平均2万8千円

次に、利用経験者の多かった七五三、お宮参り、百日祝い・お食い初め、お誕生日のそれぞれのシーンにおいて、どのくらいの料金が掛かったか聞いたところ、七五三での平均額はその他の利用シーンの平均額よりも高く、28,505円となった。七五三は最も多くの方が写真館を利用するシーンでありながら、料金面で気合を入れて撮影に臨む方も多いことがわかる。

七五三で利用した料金の分布をみると、「1万円～1.5万円未満」(14.7%)に最も多くの回答が集まっている。一方、『5万円以上(合計)』も12.5%と、決して少なくない。

◆シーン毎の写真館の利用料金の平均額

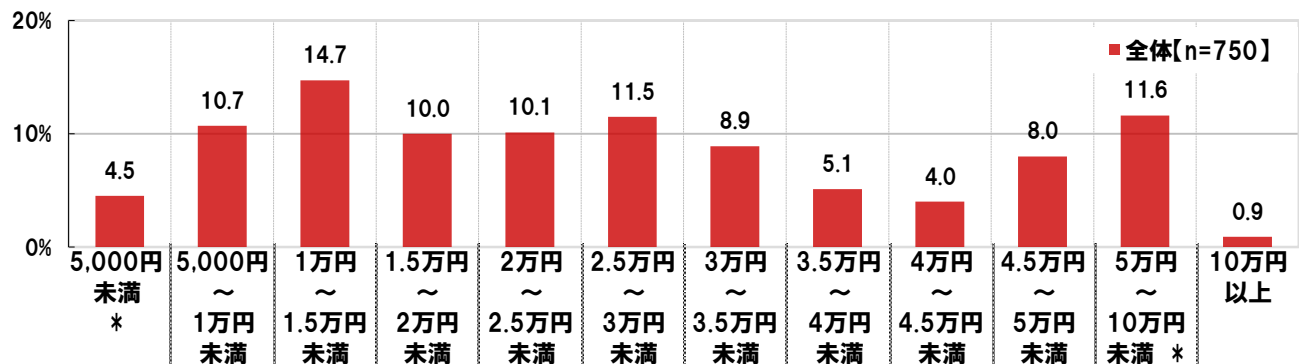
(各単一回答形式) ※対象:各シーンでの写真館利用経験者 ※階級値から平均を算出



◆〈七五三〉で写真館を利用したとき、どのくらいの料金がかかりましたか。

複数回利用経験のある方は、利用1回あたりの料金についてご回答ください。

(単一回答形式) ※対象:七五三での写真館利用経験者



*...細かい区切りの階級で聴取し、取得したデータを統合して表示している

NEWS LETTER(調査レポート)

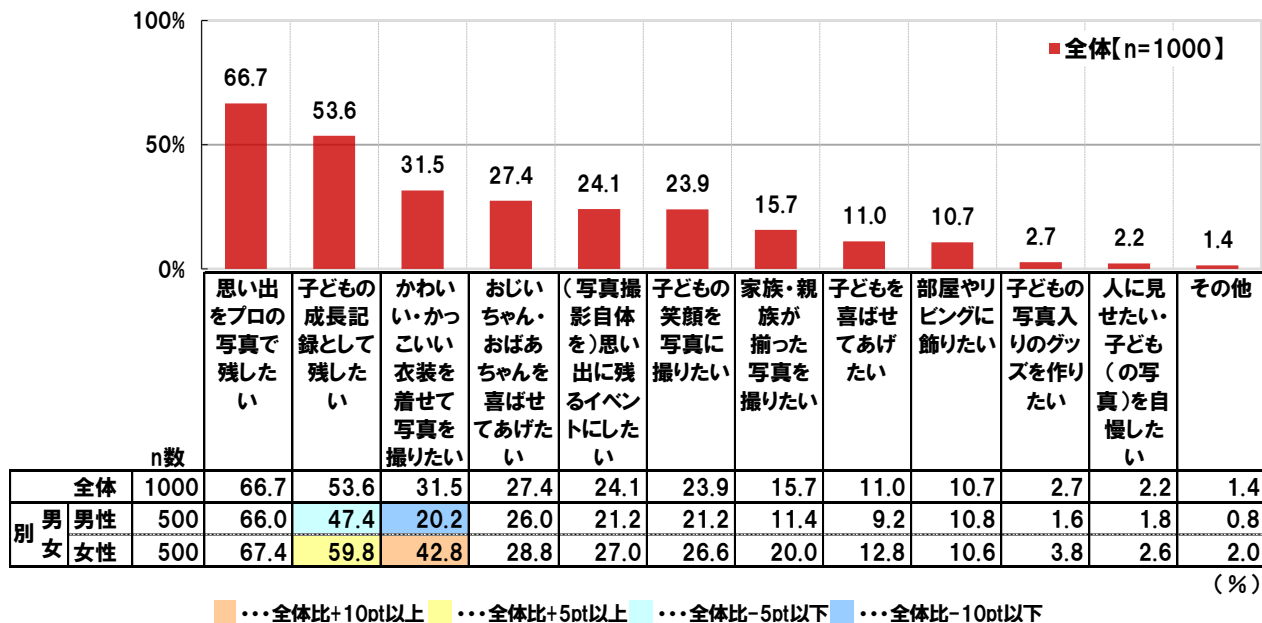
《写真館の選び方》

◆写真館の利用動機「思い出をプロの写真で」「成長記録を残したい」「かわいい衣装を着せて写真を撮りたい」

写真館の選び方について質問する前段として、写真館の利用動機についての確認を行った。全回答者(1,000名)に対し、写真館を利用したとき、どのような気持ちが動機となったか聞いたところ、「思い出をプロの写真で残したい」が66.7%で最も高く、「子どもの成長記録として残したい」が53.6%、「かわいい・かっこいい衣装を着せて写真を撮りたい」が31.5%となった。プロの技術を用いたり、かわいい・かっこいい衣装を着せたりして、成長過程の我が子の“特別な1枚”を残したいとの動機が上位となっている。また、「(写真撮影自体を)思い出に残るイベントにしたい」といった、写真撮影自体を楽しいイベントとして捉えている利用動機も24.1%と4人に1人程度の割合でみられた。

男女別にみると、女性は「子どもの成長記録として残したい」(59.8%)や「かわいい・かっこいい衣装を着せて写真を撮りたい」(42.8%)と回答した割合が男性よりも高くなった。

◆写真館を利用したとき、どのような気持ちが動機になりましたか。 (複数回答形式)



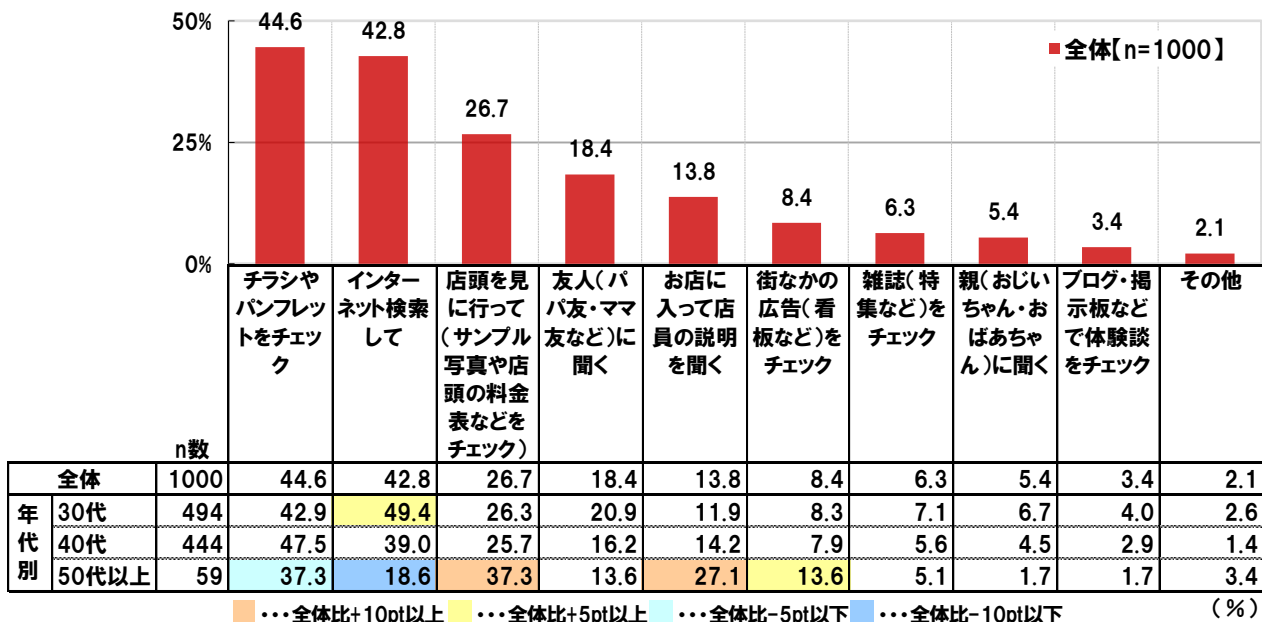
NEWS LETTER(調査レポート)

◆写真館選びの情報収集「チラシをチェック」「ネットで検索」上の世代ほど生活圏内から選択か

次に、利用する写真館を選ぶにあたり、どのような情報収集を行ったか聞いたところ、「チラシやパンフレットをチェック」が44.6%、「インターネット検索して」が42.8%となり、「店頭を見に行つて(サンプル写真や店頭の料金表などをチェック)」(26.7%)や「友人(パパ友・ママ友など)に聞く」(18.4%)、「お店に入って店員の説明を聞く」(13.8%)が続いた。インターネット検索と同程度、チラシやパンフレットなどの紙媒体の情報を収集する方が多いことや、実際に店舗に足を運んでみて料金表やサンプル写真をチェックしたり、入店して説明を聞いたり、さらには友人の口コミを得たりといった情報収集も上位となっていることから、利用したい写真館の候補を探すというより、生活圏内で認知している写真館の情報を詳しく調べることで、利用候補の絞込みを行っている方が多いのではないかと推測できる。

年代別に見ると、30代は「インターネット検索して」が49.4%と半数に近いものの、50代以上では18.6%と2割に満たない。反面、50代以上では、「店頭を見に行つて」(37.3%)や「お店に入って店員の説明を聞く」(27.1%)、「街なかの広告(看板など)をチェック」(13.6%)が他年代よりも高くなった。上の年代ほど生活圏内で写真館を選ぶ傾向が強いのではないだろうか。

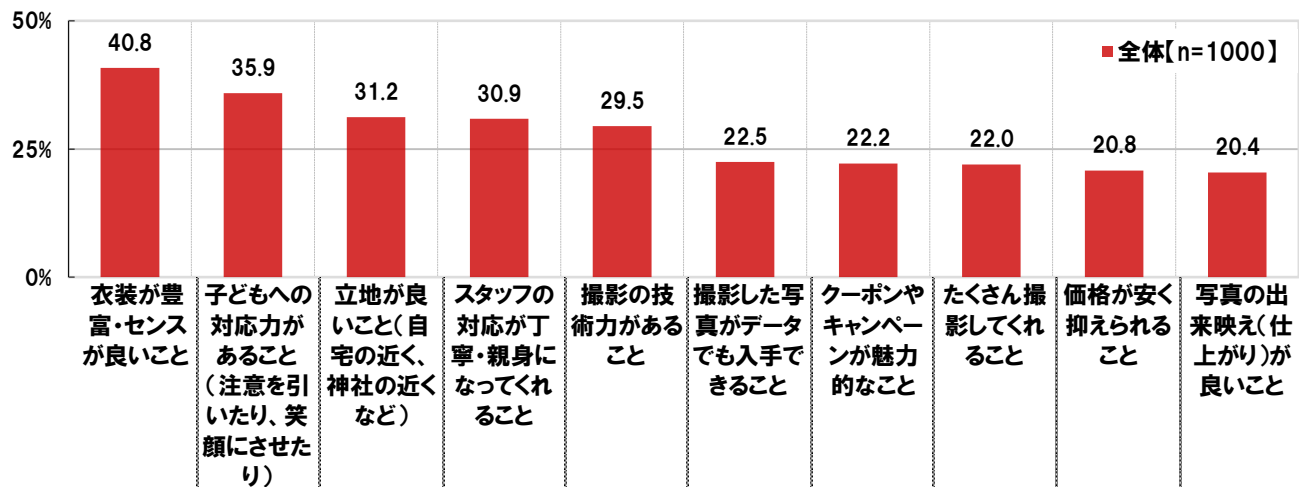
◆写真館を選ぶ際、情報をどのように調べたり、どのような人に話を聞いたりしましたか。 (複数回答形式)



NEWS LETTER(調査レポート)

◆写真館選びの決め手は「衣装」「子どもの扱い」「立地の良さ」

さらに、数ある写真館の中から1つの写真館を選択した決め手について聞いたところ、最も多かったのは「衣装が豊富・センスが良いこと」で40.8%。利用動機でも上位となった“衣装”については、最も多くの方が写真館の選択基準としている。次いで、「子どもへの対応力があること(注意を引いたり、笑顔にさせたり)」が3割半(35.9%)、「立地が良いこと(自宅の近く、神社の近くなど)」(31.2%)や「スタッフの対応が丁寧・親身になってくれること」(30.9%)、「撮影の技術力があること」(29.5%)が3割前後で続いた。カメラマンやスタッフの子どもの扱いのうまさや店舗の立地の良さも写真館を選ぶうえで重要なポイントと考えられているようだ。

◆数ある写真館の中から1つの写真館を選択した決め手はなんでしたか。
(複数回答形式) ※上位10位までを表示

NEWS LETTER(調査レポート)

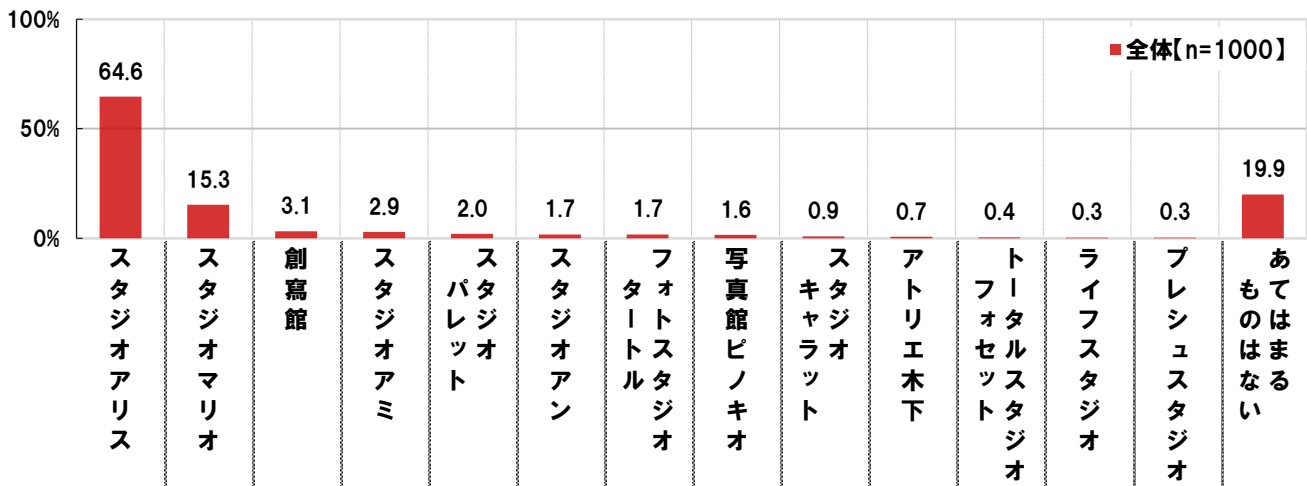
《写真館の消費者評価》

◆子どもの写真撮影で最も利用されている写真館は「スタジオアリス」

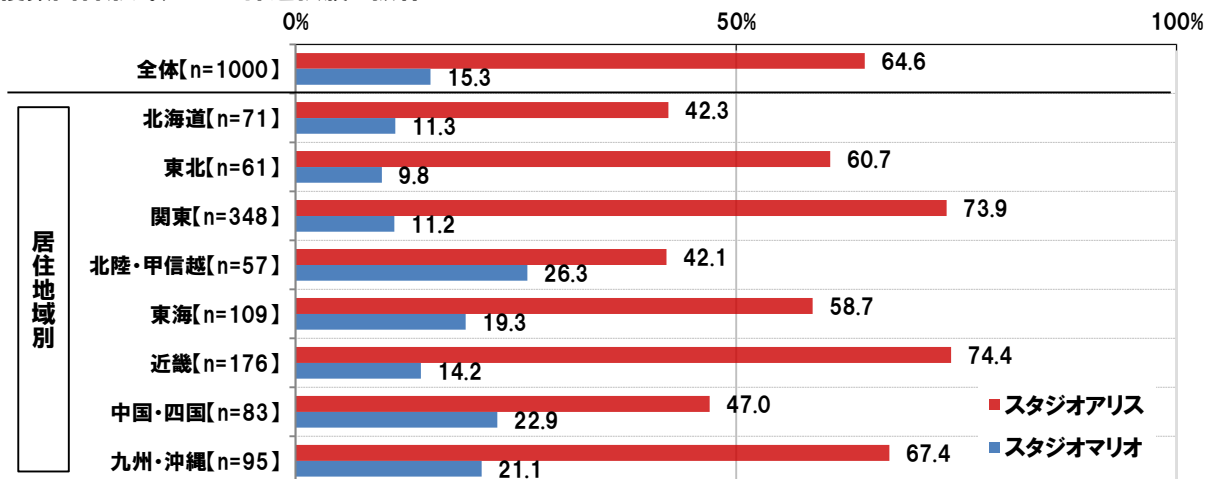
全回答者(1,000名)に、これまでに利用したことのある写真館を聞いたところ、「スタジオアリス」が64.6%、「スタジオマリオ」が15.3%、「創寫館」が3.1%、「スタジオアミ」が2.9%、「スタジオパレット」が2.0%となった。写真館を全国展開している「スタジオアリス」と「スタジオマリオ」の2ブランドが他の写真館の利用経験率を大きく引き離れた格好となっている。

上位2ブランドの利用経験率について、回答者の居住地域別にみると、スタジオアリスは関東(73.9%)や近畿(74.4%)で特に利用経験者が多くなっている。対して、スタジオマリオは、北陸・甲信越(26.3%)や中国・四国(22.9%)、九州・沖縄(21.1%)の利用経験者が他の地域に比べて多い傾向がみられた。

◆これまでに利用したことのある写真館をお選びください。
(複数回答形式)



◆「スタジオアリス」と「スタジオマリオ」の利用経験率
(複数回答形式) ※一部選択肢を抜粋



NEWS LETTER(調査レポート)

◆利用経験率 No.1 のスタジオアリス 人気の秘密は顧客の期待を超えて“感動”を呼ぶ対応力

それでは、写真館の満足度、感動率、リピート意向率はどの程度なのだろうか。利用したことがある写真館について、次の3通りの質問を行い、それぞれの値を算出した。

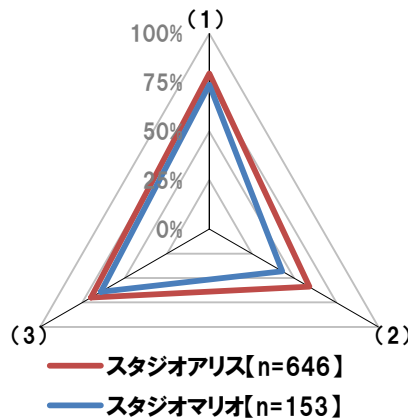
- (1)顧客満足度:「実際に利用したとき、“利用してよかった”と満足した」写真館を聴取し算出
- (2)顧客感動率:「実際に利用したとき、“こんなことまでできる・してくれる”と感動した」写真館を聴取し算出
- (3)リピート意向率:「再度利用したい」写真館を聴取し算出

なお、利用経験者が50名以上となった「スタジオアリス」と「スタジオマリオ」のみを集計対象とした。

まず、《顧客満足度》をみると、「スタジオアリス」が79.6%、「スタジオマリオ」が73.9%となり、どちらも高いレベルで拮抗しながらも、ややスタジオアリスが上回る形となった。次に、《顧客感動率》をみると、「スタジオアリス」が59.0%、「スタジオマリオ」が43.1%となり、スタジオアリスが15ポイント以上上回った。そして、《リピート意向率》をみると、「スタジオアリス」が70.0%、「スタジオマリオ」が64.1%となり、どちらも高いレベルで拮抗しながらも、ややスタジオアリスが上回る形となった。どちらの写真館も高いリピート意向率となっており、顧客の心を掴んでいるようだが、期待を超える対応などで顧客の感動を得ている分、全体的にスタジオアリスの評価が上回る結果となったようだ。

◆写真館の(1)顧客満足度(2)顧客感動率(3)リピート意向率

※各写真館の利用経験者がベース ※利用経験者が50名以上の写真館を抜粋



	スタジオアリス	スタジオマリオ
(1)顧客満足度 「実際に利用したとき、“利用してよかった”と満足した」写真館を聴取し算出	79.6	73.9
(2)顧客感動率 「実際に利用したとき、“こんなことまでできる・してくれる”と感動した」写真館を聴取し算出	59.0	43.1
(3)リピート意向率 「再度利用したい」写真館を聴取し算出	70.0	64.1

NEWS LETTER(調査レポート)

◆「子どもの笑顔引き出し力」でリードするスタジオアリス、スタジオマリオは「クーポンの魅力」で追撃できるか？

さらに、写真館ごとの特徴を比較するべく、利用したことがある写真館について、衣装の魅力や子どもの笑顔を引き出すうまさなどについても質問し、以下の5項目について、それぞれの値を算出した。

(1) 利用しやすさ: 「立地が良い・お店の雰囲気が良い・スタッフの対応力があるなど、利用しやすいと感じる」写真館を聴取し算出

(2) 料金の納得感: 「明朗会計やコストパフォーマンスが良いなど、料金に納得感がある」写真館を聴取し算出

(3) クーポンの魅力: 「クーポンやキャンペーンが魅力的である」写真館を聴取し算出

(4) 衣装の魅力: 「衣装が魅力的である」写真館を聴取し算出

(5) 子どもの笑顔引き出し力: 「子どもの笑顔を引き出すのがうまい」写真館を聴取し算出

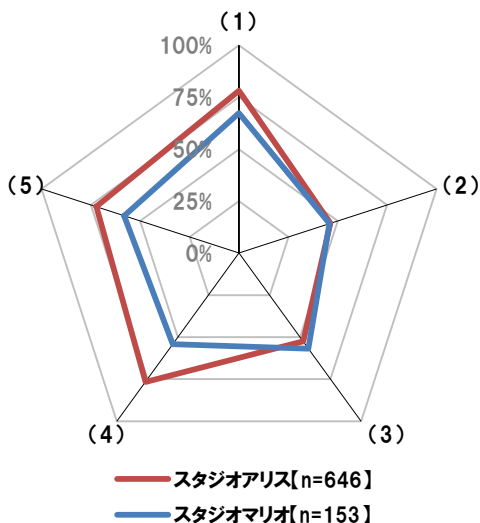
なお、利用経験者が50名以上となった「スタジオアリス」と「スタジオマリオ」のみを集計対象とした。

《利用しやすさ》についてみると、「スタジオアリス」(78.2%)が「スタジオマリオ」(67.3%)を10ポイント以上上回っている。立地やお店の雰囲気、スタッフの対応力といった点からみた利用しやすさという一面では、スタジオアリスがリードする形となった。

《料金の納得感》では、「スタジオアリス」(46.3%)と「スタジオマリオ」(45.8%)に大きな差はみられず、《クーポンの魅力》では「スタジオアリス」(52.5%)を「スタジオマリオ」(56.9%)がわずかに上回った。

《衣装の魅力》では、「スタジオアリス」(76.6%)が「スタジオマリオ」(54.2%)を20ポイント以上上回る結果となり、《子どもの笑顔引き出し力》では「スタジオアリス」(72.3%)が「スタジオマリオ」(58.2%)を10ポイント以上上回った。写真館を選ぶうえで重要なポイントとなっている“衣装”や“子どもの扱い”については、スタジオアリスが顧客から良い評価を受けている結果となった。

◆写真館の(1)利用しやすさ(2)料金の納得感(3)クーポンの魅力(4)衣装の魅力(5)子どもの笑顔引き出し力
※各写真館の利用経験者がベース ※利用経験者が50名以上の写真館を抜粋



	スタジオアリス	スタジオマリオ
(1) 利用しやすさ 「立地が良い・お店の雰囲気が良い・スタッフの対応力があるなど、利用しやすいと感じる」写真館を聴取し算出	78.2	67.3
(2) 料金の納得感 「明朗会計やコストパフォーマンスが良いなど、料金に納得感がある」写真館を聴取し算出	46.3	45.8
(3) クーポンの魅力 「クーポンやキャンペーンが魅力的である」写真館を聴取し算出	52.5	56.9
(4) 衣装の魅力 「衣装が魅力的である」写真館を聴取し算出	76.6	54.2
(5) 子どもの笑顔引き出し力 「子どもの笑顔を引き出すのがうまい」写真館を聴取し算出	72.3	58.2

NEWS LETTER(調査レポート)

《百日祝い撮影で人気の衣装・子どもの笑顔を引き出す芸能人ランキング》

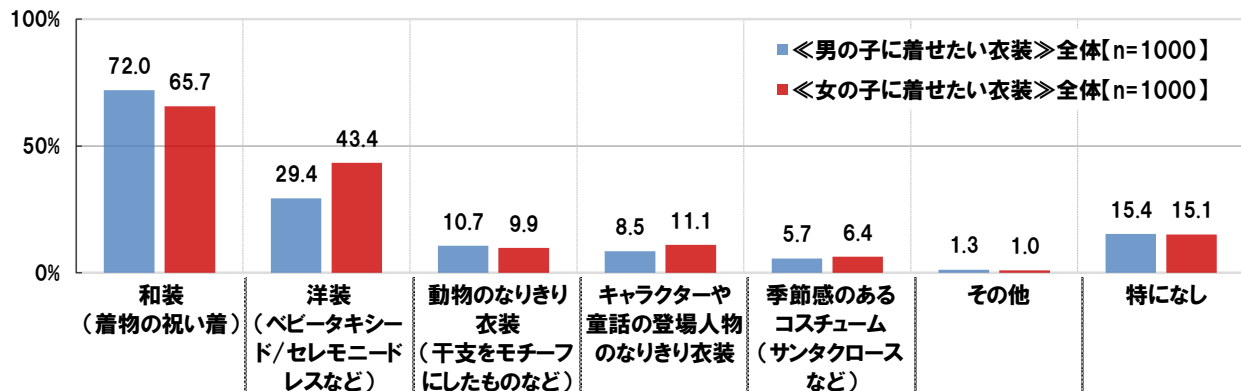
◆百日祝い撮影で人気の衣装は？ 1位「祝い着などの和装」 2位「ドレスなどの洋装」

◆子どもの笑顔を引き出すのが上手そうな芸能人 1位「ベッキー」 2位「小島よしお」 3位「志村けん」

最後に、写真館選びの重要なポイントとなった“衣装”や“子どもの扱い”について、掘り下げて質問した結果をみていく。

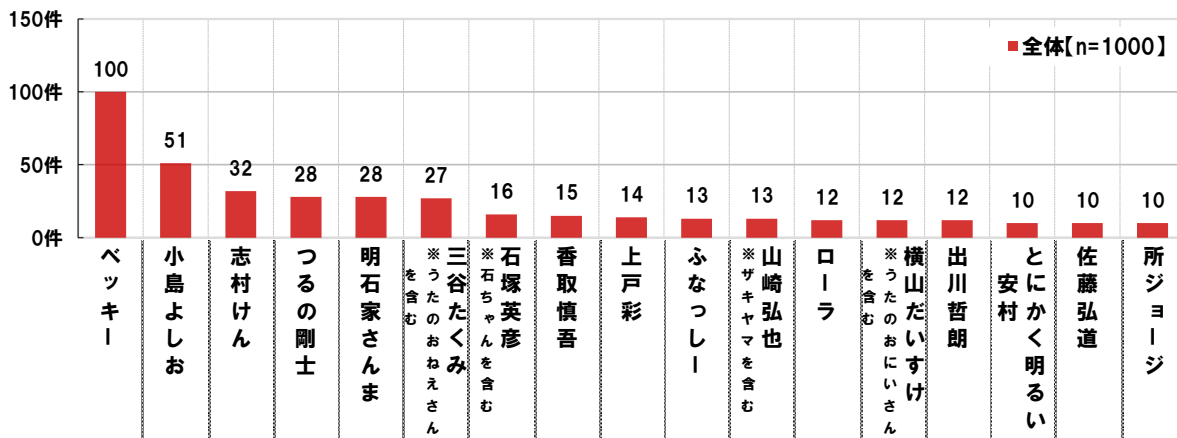
全回答者(1,000名)に、“衣装”について、百日祝い・お食い初めで写真を撮るとしたら、男の子・女の子それぞれにどんな衣装を着せたいと思うかを聞いたところ、男の子・女の子どちらも最多回答は「和装(着物の祝い着)」(男の子72.0%、女の子65.7%、以下同順)で、「洋装(ベビータキシード/セレモニードレスなど)」(29.4%、43.4%)、「動物のなりきり衣装(干支をモチーフにしたものなど)」(10.7%、9.9%)が続いた。百日祝いには“色直し式”として知られる儀式があることから、祝い着のある和装が一番人気となっているが、特に女の子の写真撮る場合ドレスなどの洋装も着せたい親が多いようだ。

◆百日祝い・お食い初めで写真を撮るとしたら、子どもにどんな衣装を着せたいと思うか。
(各単一回答形式)



“子どもの扱い”について、子どもの笑顔を引き出すのが上手な人を想像したとき、そのイメージに最もあてはまる芸能人は誰かを自由回答で聞いたところ、トップは「ベッキーさん」(100件)で、2位は「小島よしおさん」(51件)、3位は「志村けんさん」(32件)、4位は同数で「つるの剛士さん」と「明石家さんまさん」(ともに28件)となった。

◆子どもの笑顔を引き出すのが上手な人を想像したとき、そのイメージに最もあてはまる芸能人は誰ですか。
(自由回答形式) ※10件以上集まった回答を表示



NEWS LETTER(調査レポート)

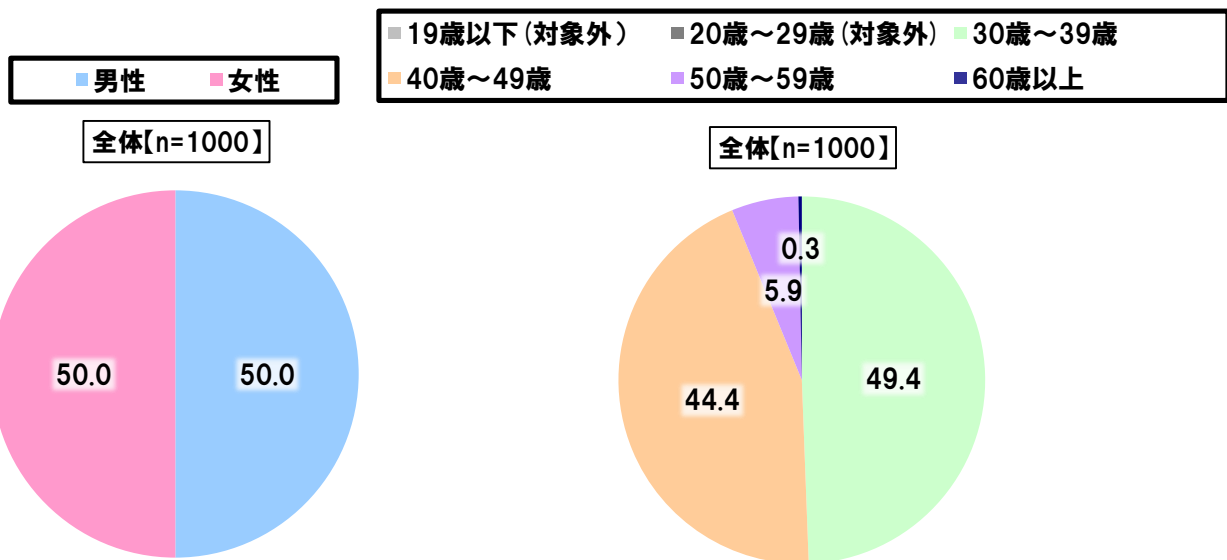
男女別に順位をみると、男性の回答では「石塚英彦さん」(6位)や「山崎弘也さん」、「出川哲朗さん」(ともに7位)など、お笑い芸人が上位10位以内に多く挙げた。対して女性では、「横山だいすけさん」(8位)や「佐藤弘道さん」(10位)など、“うたのおにいさん”や“(元)たいそうのおにいさん”として知られる方々が上位にみられた。いずれにしても、“子どもの笑顔を引き出すのが上手な人”には、笑顔が印象的で親しみやすく、コミカルな印象を持つ芸能人を想像する方が多いことがわかる。子どもへの対応力を求められる写真館のカメラマンやスタッフは、明るくコミカルな表情や対応を期待されている面がありそうだ。

◆子どもの笑顔を引き出すのが上手な人を想像したとき、そのイメージに最もあてはまる芸能人は誰ですか。
(自由回答形式) ※男女別に上位10位までを表示

男性[n=500]			女性[n=500]		
順位	芸能人名	件数	順位	芸能人名	件数
1位	ベッキー	44	1位	ベッキー	56
2位	小島よしお	29	2位	小島よしお	22
3位	明石家さんま	18	3位	つるの剛士	20
4位	志村けん	17	4位	志村けん	15
5位	三谷たくみ	14	5位	三谷たくみ	13
6位	石塚英彦	10	6位	香取慎吾	12
7位	山崎弘也	9	7位	明石家さんま	10
	出川哲朗	9	8位	ふなつしー	9
9位	つるの剛士	8		横山だいすけ	9
	上戸彩	8	10位	佐藤弘道	8

回答者属性

◆回答者属性 _性別/年代



NEWS LETTER(調査レポート)

◆調査概要◆

- ◆調査タイトル : 写真館・フォトスタジオに関する調査
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする小学生以下の子どもがいて、子どもの写真を写真館で撮影した経験がある30歳以上の男女
- ◆調査期間 : 2015年9月3日～9月7日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000名(男性・女性を500名ずつ均等に抽出)
- ◆実施機関 : ネットエイジア株式会社

本ニュースレターは報道関係の皆様に向けて発信する報道用の調査レポートとなります。本ニュースレターに含まれる全ての情報や調査結果を、ネットエイジア株式会社の許可を得ることなく、広告宣伝や広報・PR活動等のために無断で転用することを禁止します。

■報道関係の皆様へ■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「ネットエイジアリサーチ調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■本調査に関するお問合せ窓口■

ネットエイジア株式会社 マーケティング事業本部
TEL : 03-3552-8041
FAX : 03-3552-8042
E-mail : mobile-press@netasia.co.jp

■ネットエイジア株式会社 会社概要■

組織名 : ネットエイジア株式会社
代表者名 : 代表取締役 三清 慎一郎
設立 : 2005年2月
所在地 : 東京都中央区新川一丁目27番8号 新川大原ビル7階
資本金 : 3億1,552万円
主な業務内容 : ネットリサーチ事業
URL : <http://www.mobile-research.jp/>