

## NEWS RELEASE

**「フリージョ」は、イマドキ女子の新しいロールモデル！？  
「ソーシャルメディア×女子力」で活躍するフリーランスな女子「フリージョ」に迫る  
～2012年度オリジナル調査(6)「女性の新しいライフスタイルに関する取材・調査」実施**

経済評論家の勝間和代氏をロールモデルとして自己啓発に励む、「カツマー」と呼ばれる女性たちが話題を呼びました。最近では、勝間氏のように突出した専門性を持つのではなく、ソーシャルメディアをフル活用しながら、フリーランスとして活躍する新しいタイプの女性たちに注目が集まっています。

(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:軸屋真司)は、こうした新しいタイプの、第一線で活躍する女性たちを「フリージョ」と命名、定義し、取材、調査によってその実態に迫りました。ツイッターをはじめソーシャルメディアでのフォロワー数が多く、マスメディアにも登場する機会の多い3名の女性にロングインタビュー取材を行い、彼女たちの新しいライフスタイルを明らかにしたものです。

具体的には、以下の概要となりました。

**「フリージョ」たちの主な発言～取材結果から～**

■安藤美冬さん

株式会社スプリー代表/フリーランス

- ・30代は自分の名前前で仕事してみたかった。事業を興したり、海外での仕事もしたい。そうなると会社員という枠よりも、自分で立ち上げたほうがいいかと。
- ・私は「ノマド」「ソーシャルメディア」「セルフブランディング」「フリーランス」をキーワードに発信し、この4つの組み合わせで自分のイメージをつくっています。会社員でも、これからは個人としての資質が問われていくと思われます。
- ・フローのツイッター、ストックのブログ、フロー&ストックのフェイスブック。どれか一つでなく、この3つをうまくバランスよく使うことが大事だと思います。

■伊藤春香さん

トレンダーズ株式会社「キレナビ」編集長/肉会代表

- ・キラワードは「5年後にどうなりたいか」。
- ・ブログは記憶の引き出しになっている部分があるので、メインはブログです。拡散させたいものはツイッター。ビジュアルで拡散させたいものはフェイスブック。
- ・ブログにやりたいことを書いておいて、その後に自分を追いつかせるんです。だから、ブログは第三者視点で書いています。不思議なことに「こうしたい」と書いていると、実現するんです。

■村上萌さん

ライフスタイルプロデューサー/Garten Co.,Ltd.Managing Director/自由大学講師

- ・私は、今日より明日、明日より明後日の方がベターな生活をしていきたい。そのためには、セルフブランディング(現状をわかること)をしていないと進めないと思うんです。
- ・SNSのおかげで、何かが叶えられるスピードが速く、それに発信するハードルもすごく低い。(中略)私はこんな面白いものは使わない手はないと思う。

**「フリージョ」とは？**

- マスメディアを土俵とするのではなく、「ソーシャルメディア」をセルフメディアとして利用
- 拠り所となる「専門性」を持たずに、「女子力」を上手に活用
- 「自己実現欲求」と「承認欲求」が極めて高い、行動力のある女性

20～30代の若者たちは、子どもの頃から経済不況のあおりを受けてきた世代であり、「組織に所属する」ことに執着せず、自力で生きる方法を模索していると考えられます。アグレッシブに生きる「フリージョ」が、同世代女性の身近なロールモデルとなり、新しいライフスタイルのカタチを牽引していくものと期待されます。

詳細の取材内容ならびに分析結果については、弊社オリジナル発行物『空気読本』VOL.10にまとめておりますので、ぜひご覧ください。ご希望の方に配布しておりますので、下記問合せ先までご連絡をお願いします。(弊社公式サイトでも閲覧可能)

なお、「フリージョ」と同世代である20～30代男女400名を対象に、ライフスタイル、消費、仕事に関する価値観やソーシャルメディアの利用実態について調査し、イマドキ女子の特性と「フリージョ」が実践する新しいライフスタイルの受容性について検証した結果を掲載しましたので、あわせてご覧ください。

## 「新しいライフスタイルに関する調査」結果

### 調査結果概要～「イマドキ女子の特性」～

※( )内は女性スコアー男性スコアのポイント差を記載。  
ポイント差が大きいものを「イマドキ女子の特性」とした。

#### 1.ライフスタイル

- ・「もっと自分をキラキラさせたい」(27.5ポイント)
- ・「もっと自分を輝かせたい」(17.0ポイント)
- ・「外見のよさを武器にする生き方も「あり」だと思う」(10.0ポイント)等  
→イマドキ女子は自己実現欲求や承認欲求が高く、  
「フリージョ」のセルフブランディングに共感する可能性が高い

#### 2.消費

- ・「海外旅行が好きだ」(14.0ポイント)
- ・「ファッションなど、外見を磨くことにお金をかけるほうだ」(12.0ポイント)
- ・「無料のものはすぐ試したい」(8.5ポイント)
- ・「こだわりのあるものにはお金をかけるほうだ」(8.0ポイント)等  
→イマドキ女子は自分らしく身の丈に合った消費を好み、  
「フリージョ」の過剰なモノを持たない消費行動に共感する可能性が高い

#### 3.仕事

- ・「インターネットにつながる環境さえあれば仕事はできると思う」(3.5ポイント)
- ・「スキルを高めるためには、大企業に入ったほうが効率的だ」(1.5ポイント)
- ・「会社のブランドにこだわらないほうだ」(1.0ポイント)  
→組織に所属することにジレンマを抱えるイマドキ女子にとって、  
「フリージョ」はロールモデルとなりうる

#### 4.ソーシャルメディア

- ・よく利用しているのは「ブログの閲覧」(7.5ポイント)
- ・よくフォローする相手は「共通の価値観を持っている」(4.1ポイント)  
→イマドキ女子にとって、ブログを中心としたソーシャルメディアが、  
価値観を共有する「フリージョ」との重要なコミュニケーションツールとなりうる

### NTTアドが考える「フリージョ」とは？

- マスメディアを土俵とするのではなく、「ソーシャルメディア」をセルフメディアとして利用
  - 拠り所となる「専門性」を持たずに、「女子力」を上手に活用
  - 「自己実現欲求」と「承認欲求」が極めて高い、行動力のある女性

## 【調査概要】

- ・調査対象:首都圏在住 20～39歳有職者男女400名
- ・調査時期:2012年9月11日～12日
- ・調査手法:インターネット調査

## 【調査結果詳細】

### 1.ライフスタイルに関する価値観

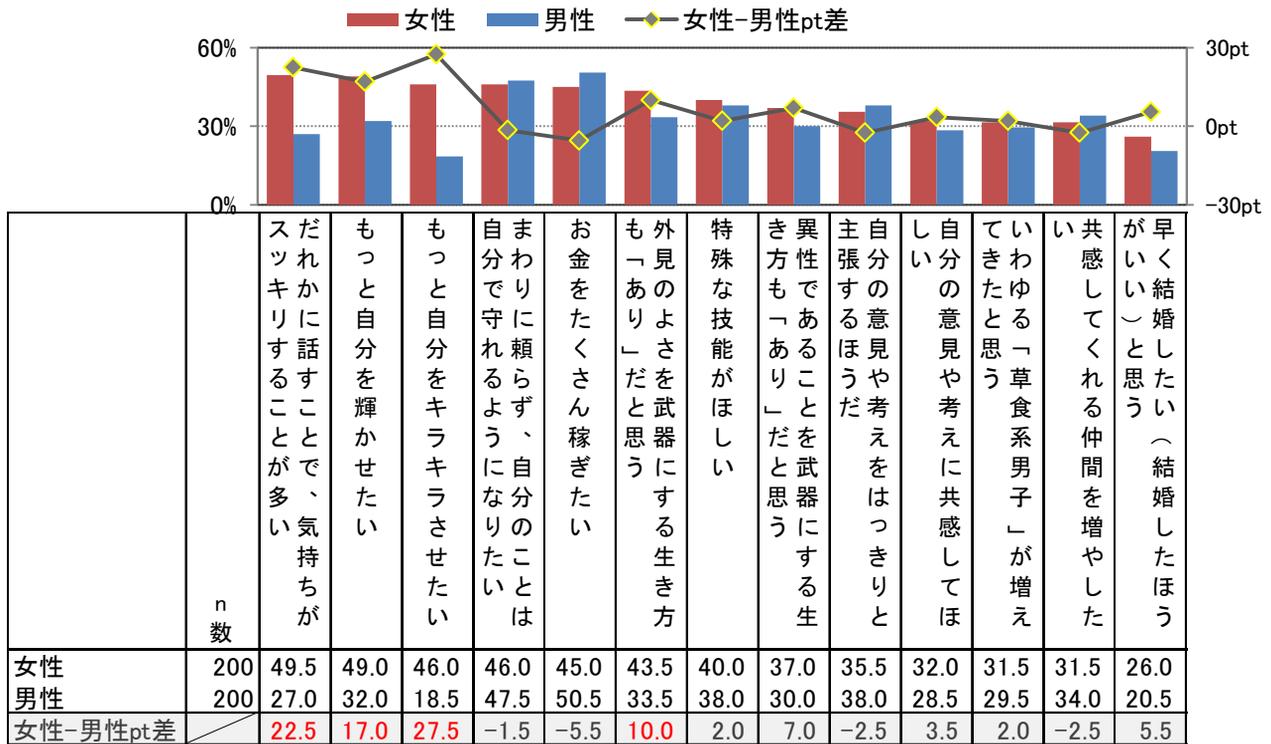
女性では「だれかに話すことで、気持ちがスッキリすることが多い」49.5%、「もっと自分を輝かせたい」49.0%、「もっと自分をキラキラさせたい」「まわりに頼らず、自分のことは自分で守れるようになりたい」46.0%が上位に挙がりました。

男女のポイント差に着目すると、差が最も大きいのは「もっと自分をキラキラさせたい」(男性との差27.5ポイント)となりました。これに類する「もっと自分を輝かせたい」(17.0ポイント)も差が大きくなりました。

また「だれかに話すことで、気持ちがスッキリすることが多い」(22.5ポイント)、「外見のよさを武器にする生き方も「あり」だと思う」(10.0ポイント)も差が大きくなりました。

女性のほうが、自分磨きによる「自己実現欲求」、他者に認められたいという「承認欲求」が高い傾向にあると言えるでしょう。

図1.あなたのライフスタイルや生活意識にあてはまるものを全てお答えください  
[複数回答]



赤字: 女性スコア-男性スコアの差が+10ポイント以上

## 2.消費に関する価値観

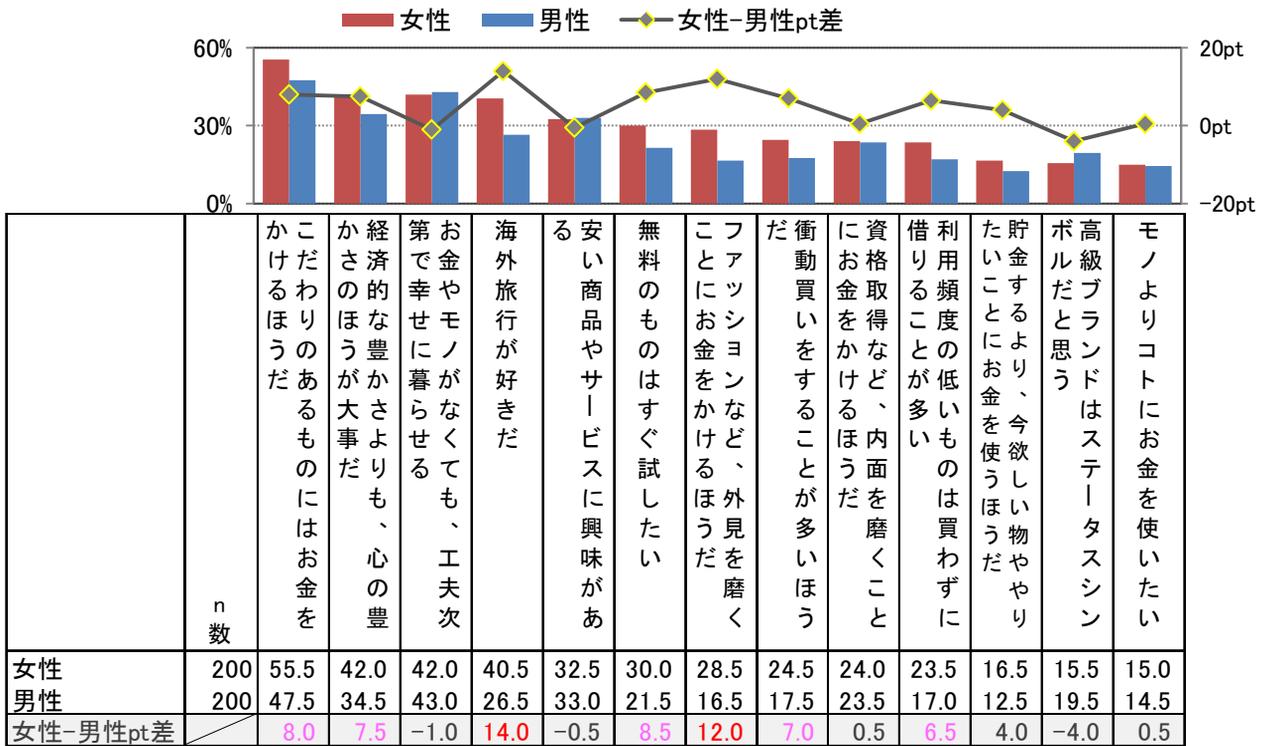
女性では「こだわりのあるものにはお金をかけるほうだ」55.5%、「経済的な豊かさよりも、心の豊かさのほうが大事だ」「お金やモノがなくても、工夫次第で幸せに暮らせる」42.0%が上位に挙がりました。

男女のポイント差に着目すると、「海外旅行が好きだ」(男性との差14.0ポイント)、「ファッションなど、外見を磨くことにお金をかけるほうだ」(12.0ポイント)が上位に挙がり、女性ならではの消費意欲の高さがうかがえます。

その一方で、「無料のものはすぐ試したい」(8.5ポイント)、「こだわりのあるものにはお金をかけるほうだ」(8.0ポイント)、「経済的な豊かさよりも、心の豊かさのほうが大事だ」(7.5ポイント)も、男性とのポイント差が大きくなりました。

女性は、旅行、ファッションなど自分磨きに積極的な反面、「自分らしく、身の丈に合ったメリハリのある消費」を好む傾向が強いと言えるでしょう。

図2.あなたの消費に関する考え方や行動にあてはまるものを全てお答えください  
[複数回答]



赤字: 女性スコア-男性スコアの差が+10ポイント以上 薄赤字: +5ポイント以上

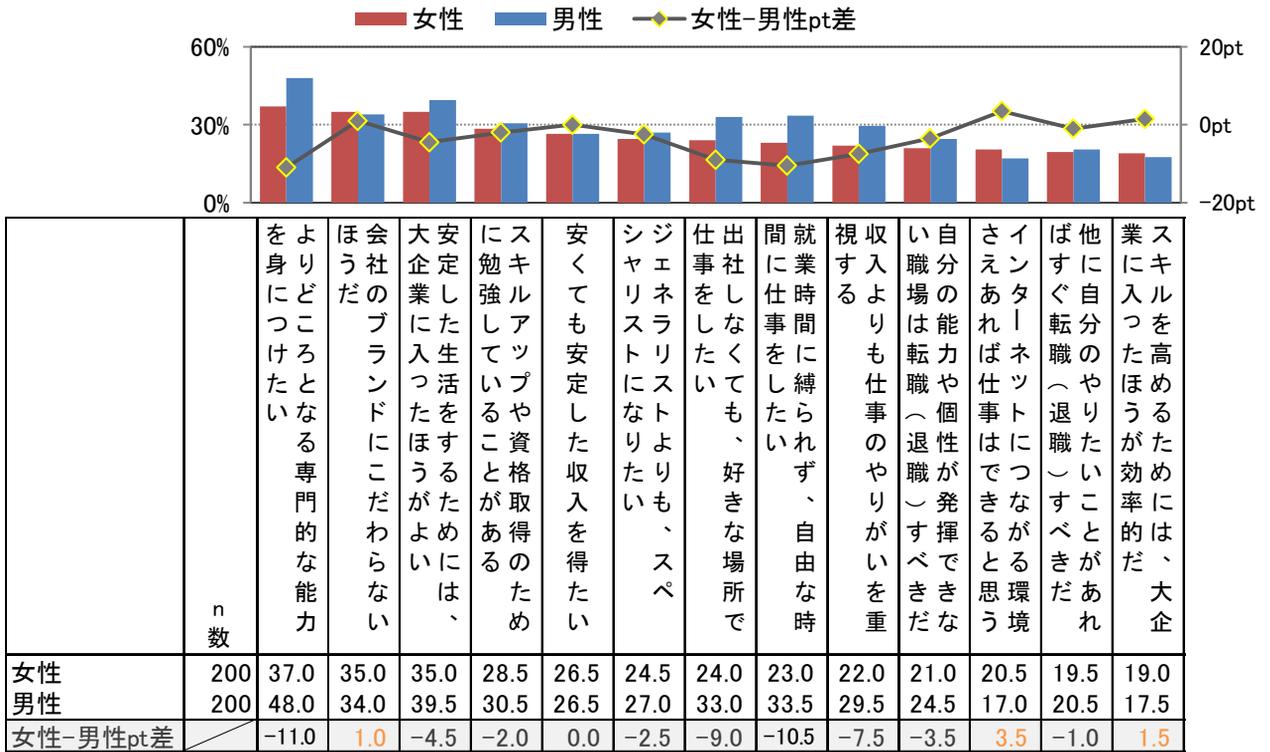
### 3.仕事に関する価値観

女性では「よりどころとなる専門的な能力を身につけたい」37.0%、「会社のブランドにこだわらないほうだ」「安定した生活をするためには、大企業に入ったほうがよい」35.0%が上位に挙がりました。

男女のポイント差に着目すると、「インターネットにつながる環境さえあれば仕事はできると思う」(男性との差3.5ポイント)、「スキルを高めるためには、大企業に入ったほうが効率的だ」(1.5ポイント)、「会社のブランドにこだわらないほうだ」(1.0ポイント)が僅かながら女性スコアのほうが上回りました。

女性は企業ブランドに執着せず、フリーランスな立場で仕事をすることに憧れる一方、大企業に所属することにも未練があり、組織に所属することに対してジレンマも抱えている様子がうかがえます。特に、女性の場合は、結婚・育児と仕事の両立といった悩みに直面することが多いことも、こうしたジレンマにつながっているのかもしれません。

図3.あなたの仕事に関する考え方や行動にあてはまるものを全てお答えください  
[複数回答]



茶字: 女性スコア-男性スコアが+1ポイント以上

#### 4.ソーシャルメディアの利用実態

女性がふだんよく利用しているソーシャルメディアとして、「Facebook」(閲覧49.5%・書込28.0%)、「Twitter」(41.0%・20.0%)が上位に挙げられました。

男女のポイント差に着目すると、「ブログ」の閲覧(男性との差7.5ポイント)がトップとなりました。

さらにFacebook、Twitter、ブログ閲覧者を対象に、よくフォローしている人の特徴を聞いたところ、女性では「共通の趣味や特技を持っている」45.2%、「新しい情報を教えてくれる」36.3%、「共通の価値観を持っている」25.2%が上位に挙げられました。

男女のポイント差に着目すると、「共通の価値観を持っている」(4.1ポイント)、「友人、知人の勧め」(3.7ポイント)が上位に挙げられました。

女性にとって、ブログを中心としたソーシャルメディアが、価値観を共有する相手との重要なコミュニケーションツールになっているようです。

図4.あなたがふだんよく閲覧しているソーシャルメディアを全てお答えください[複数回答]

図5.あなたがふだん書き込んでいるソーシャルメディアを全てお答えください[複数回答]

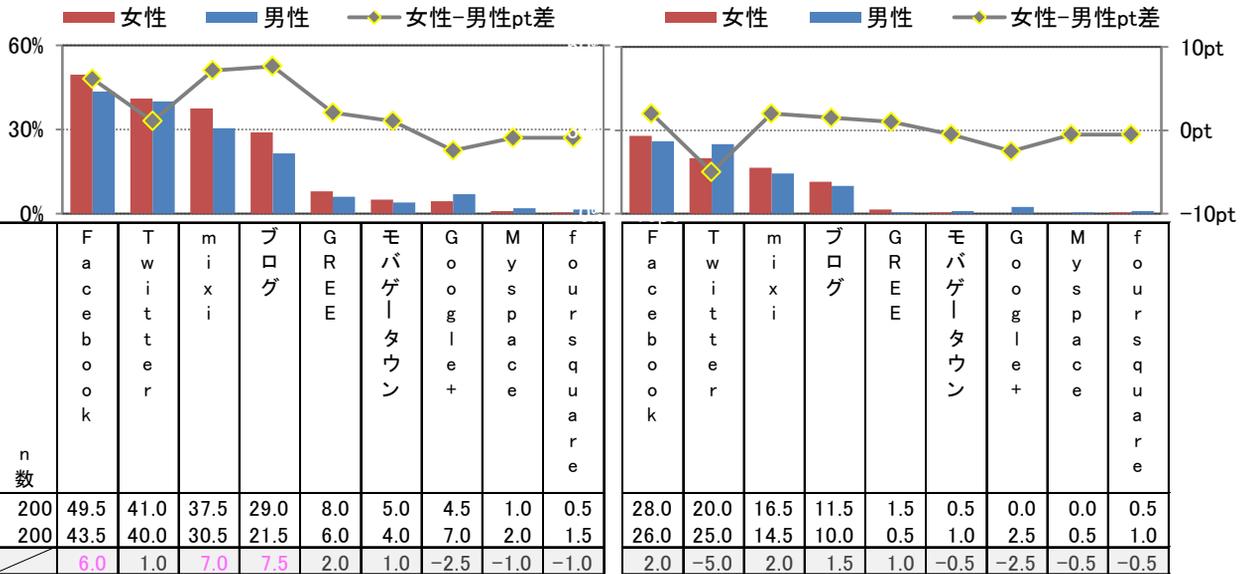
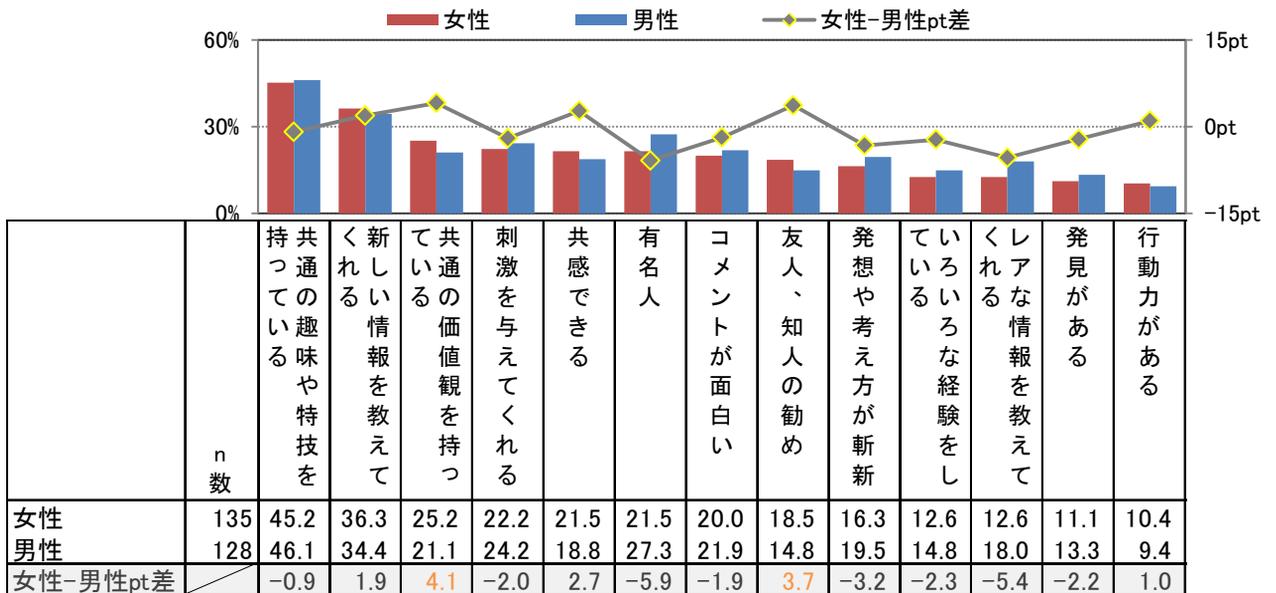


図6.あなたが、Facebook、Twitter、ブログでよくフォローしている人はどのような人ですが[複数回答]  
(対象: Facebook、Twitter、ブログをよく閲覧している人263名)



薄赤字: 女性スコア-男性スコアの差が+5ポイント以上 茶字: 女性スコア-男性スコアが+3ポイント以上