

【調査】7月24日は卒業アルバムの日

男女3人に1人が卒業アルバムを見て、恋心が再燃した “卒アル萌え”経験あり！

“卒アル萌え”経験者のうち30%が行動に移し63%が再会成功、
さらに23%が恋愛・結婚に発展

～SNS全盛時代でも紙の卒業アルバムが記憶と人をつなぐ～



7月24日の「卒業アルバムの日」を前に、ダイコロ株式会社(以下、ダイコロ)が「卒業後も人をつなぐ卒業アルバムの実態調査」を実施しました。調査の結果、卒業アルバムは単なる記念品ではなく、“青春のタイムカプセル”として人と人をつなぐ重要な役割を果たしている可能性が示唆されました。調査によると、3人に1人が卒業アルバムを見て学生時代の恋心を再燃させる“卒アル萌え”を経験しており、そのうち30%が行動に移し、行動者の63%が再会に成功、再会成功者の23%が恋愛や結婚に発展させています。

また、全体の3人に2人が「アルバムがなければ思い出さなかった人がある」と回答し、5人に1人が1年以内に卒業アルバムを見返していることも判明しました。SNS全盛の現代においても、紙の卒業アルバムが記憶と人間関係と呼び覚ます特別なツールとして根強い支持を集めていることがわかりました。

【調査結果 サマリー】

- ◆3人に1人が「卒アル萌え」経験、30%が行動し63%が再会成功、23%が恋愛・結婚に発展
- ◆「卒アル萌え」経験者は20代男性(46%)と60代男性(48%)が多い
- ◆3人に2人(66%)が「卒アルがなければ思い出さなかった人がある」と回答
- ◆デジタル全盛時代でも4人に3人(72%)が「卒アルは必要」と回答、5人に1人が1年以内に見返した
- ◆卒業アルバムを見返すきっかけは計画的ではなく「偶然性」や「感情的な瞬間」
- ◆全体の8%が卒業アルバムに2万円以上の高額投資価値を認識

【調査概要】

全世代の男女計804人を対象に「卒業後も人をつなぐ卒業アルバムの実態調査」を実施しました。

調査方法: Webアンケート

調査期間: 2025年6月23日

サンプル数: 804ss

調査機関: GMOリサーチ株式会社

パネル提供元: GMOリサーチ株式会社

※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、必ず【ダイコロ調べ】と明記ください。

①3人に1人が「卒アル萌え」経験 30%が行動し63%が再会成功、23%が恋愛・結婚に発展

「卒業アルバムを見て、学生時代に好きだった人への恋心が再燃したことがありますか？」という質問に対し、35%が「ある」と回答しました。3人に1人が卒業アルバムを見て学生時代の恋心を再燃させる“卒アル萌え”を経験していることがわかりました。

■ 性別で大きく異なる感情移入度

性別別に見ると、男性の40%が恋心の再燃を経験している一方、女性は29%にとどまり、男性が女性を10%以上上回る結果となりました(図1,図2)。この傾向から、男性の方が卒業アルバムを通じて過去の恋愛感情を呼び起こしやすい可能性が示唆されます。

卒業アルバムによる恋心再燃

	再燃した人数	恋心再燃率
男性	170人	40%
女性	113人	29%
全体	283人	35%

卒業アルバムによる恋心再燃(男女別)

図1 【男性】卒業アルバムをみて恋心が再燃したか(人)

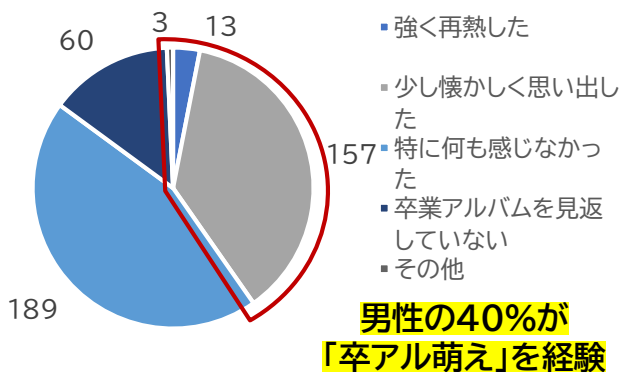
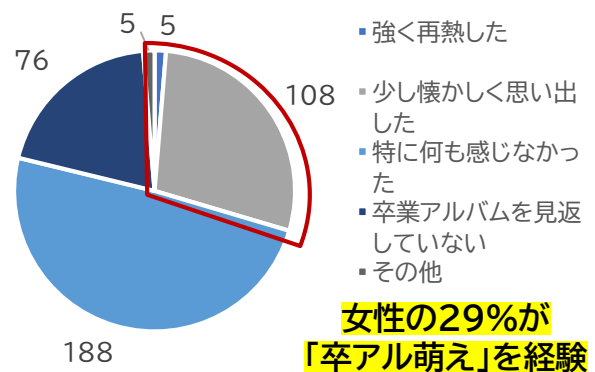


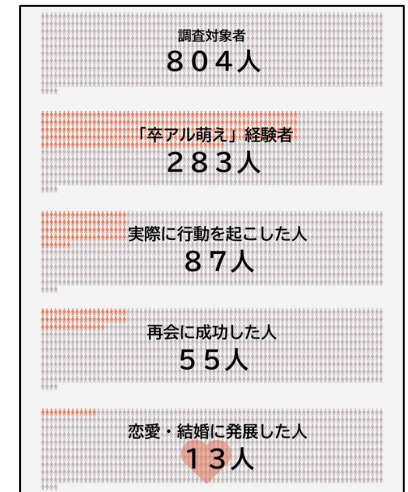
図2 【女性】卒業アルバムをみて恋心が再燃したか(人)



■ 30%が行動、63%が再会成功、23%が恋愛・結婚に発展

「卒業アルバムを見て恋心が再燃したことがある」と回答した283人への追跡調査では、驚くべき結果が明らかになりました。

恋心を抱くだけでなく、SNSで検索、実際に連絡を取る、ご飯会を設けるなど、行動を起こした人は87人(30%)に上りました。さらに注目すべきは、行動を起こした人のうち63%が再会を実現したことです。そのうち13人が恋愛や結婚に発展しており、再会に成功した人のうち、23%が「もう一度恋心を手に入れる」結果を得ています(図3)。

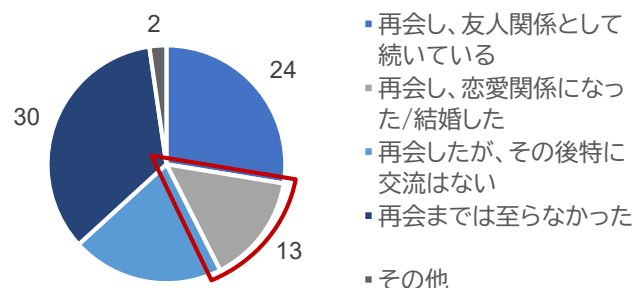


恋心再燃経験者283人の行動に関する調査結果

	人数	割合
実際に行動を起こした	87人	30%
再会に成功した	55人	63%
恋愛・結婚に発展	13人	23%

**卒アルがきっかけで行動し、
恋愛・結婚につながった人は6~7人に1人**

図3 恋心が再燃し行動を起こした人の再会結果(人)

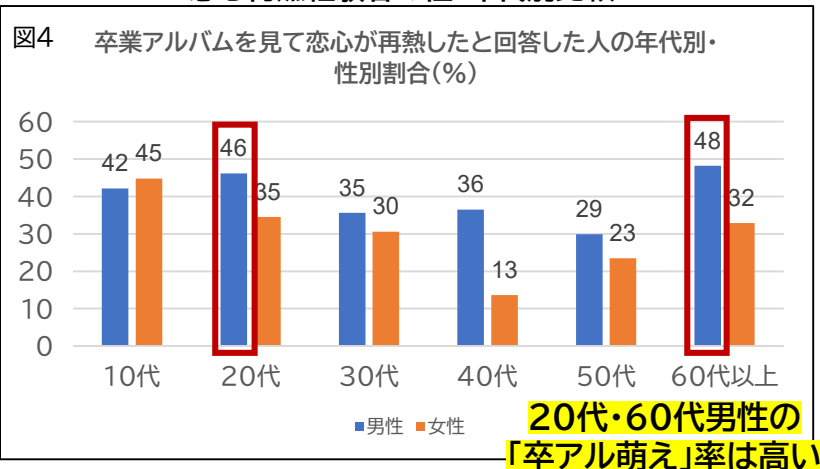


②性・年代別「卒アル萌え」分析！ 「卒アル萌え」経験者は20代男性(46%)と60代男性(48%)が多い

■ 「卒アル萌え」経験者は20代男性(46%)と60代男性(48%)が多い

性・年代別分析により、男性20代と60代で特に高い恋心再燃率となることが明らかになりました(図4)。

恋心再燃経験者の性・年代別比較



男性20代(46%):

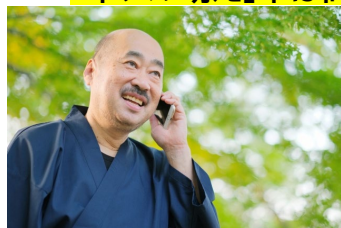
「デジタル世代のアナログ新鮮効果」

SNSに慣れた世代が物理的な卒業アルバムに触れることで、「手に取れる思い出」への新鮮な驚きを体験。社会人移行期における学生時代への憧憬も高再燃率の要因と考えられます。

男性60代以上(48%):

「時間的余裕による記憶の鮮明化効果」

定年退職や子育て終了により時間的・精神的余裕が生まれ、現役時代には抑制していた感情と向き合う機会が増加。青春時代の記憶がより鮮明に蘇り、強い感情移入につながっていると考えられます。



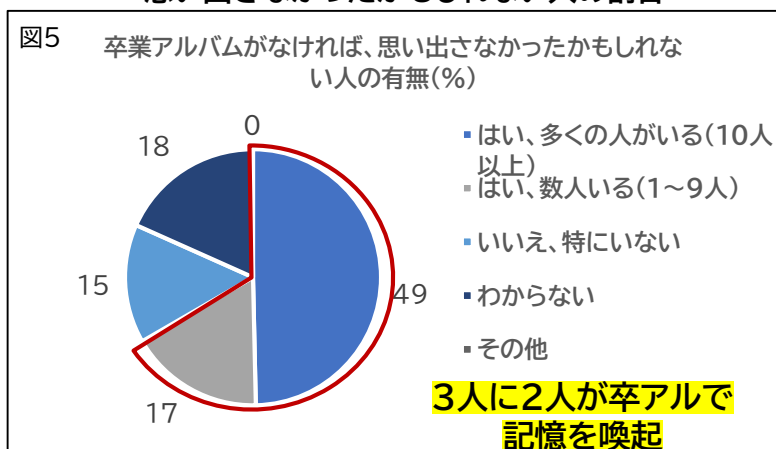
③卒業アルバムが「記憶の検索エンジン」として機能！ 3人に2人が「卒業アルバムがなければ思い出さなかった人がある」

■ 卒業アルバムの記憶喚起効果 「青春のタイムカプセル」として機能する卒業アルバム

調査により、3人に2人(66%)が「卒業アルバムがなければ思い出さなかった人がある」と回答し、卒業アルバムが単なる記録を超えて「記憶のタイムカプセル」「青春のタイムカプセル」として機能していることが明らかになりました(図5)。

特に「卒業アルバムがなければ10人以上思い出さなかった」と答えた49%の人は、卒業アルバムによって大幅に人間関係の記憶が蘇生されており、物理的な記録が持つ「記憶の検索エンジン」としての価値を示しています。

思い出さなかったかもしれない人の割合



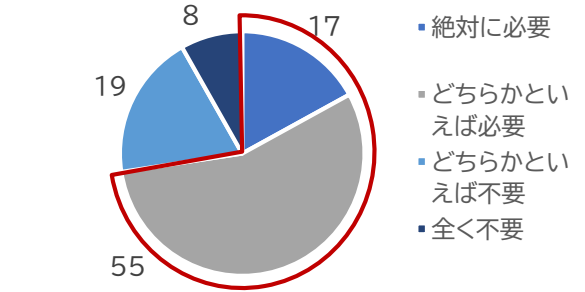
④デジタル全盛でも圧倒的存在感！ 4人に3人以上(72%)が「卒業アルバムは必要」と回答

■ デジタル全盛でもアナログ記録の価値を再認識

「卒業アルバムは必要だと思いますか？」という質問に対し、4人に3人以上(72%)が「必要」と回答しており、デジタル全盛の現代においても、卒業アルバムは社会において圧倒的に支持されていることがわかります(図6)。

卒業アルバムの必要性

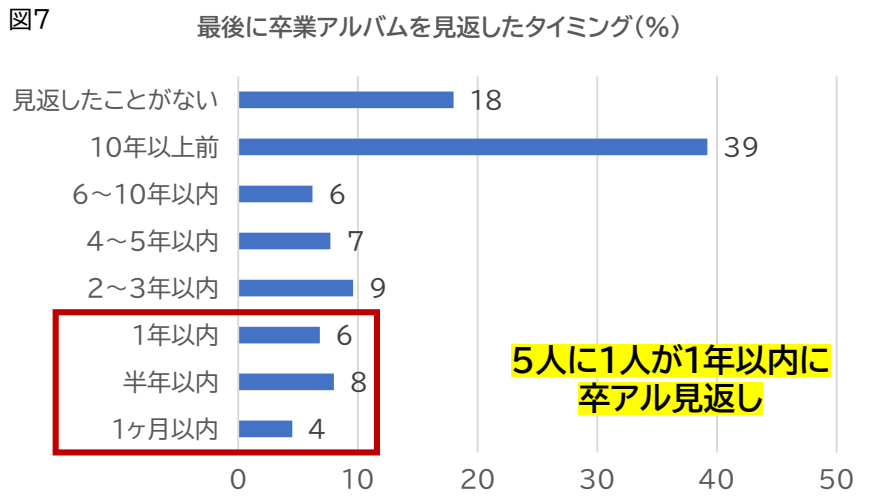
図6 卒業アルバムは必要かどうか(%)



■ 卒業アルバムを見返すきっかけは偶然や感情

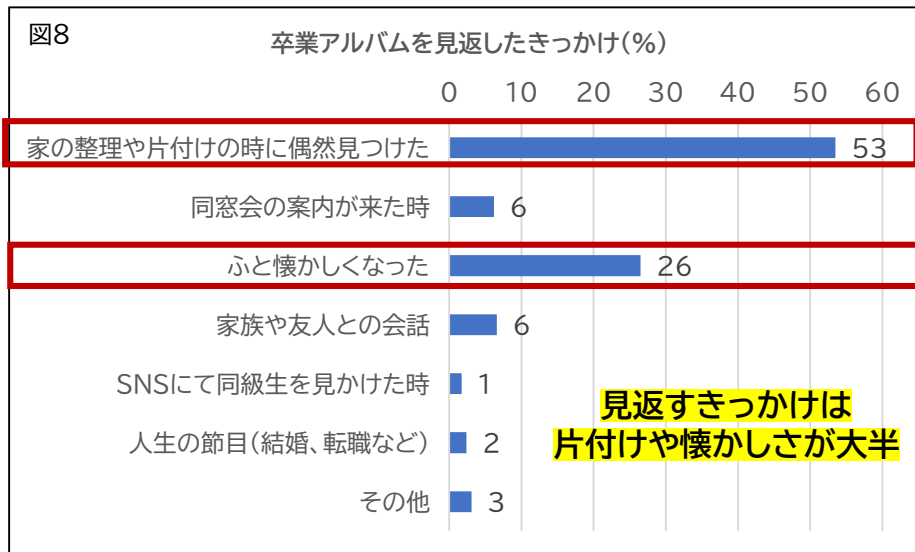
最後に卒業アルバムを見返したタイミングに関する質問では、1ヶ月以内と回答した人は4%、半年～1年以内と回答した人は14%となりました(図7)。つまり、5人に1人が1年以内に卒業アルバムを見返していることがわかります。

卒業アルバムを見返したタイミング



さらに、見返すきっかけに関しては「家の片付けの時に偶然発見した」人が53%、「懐かしくなって見返した」人が26%という結果となりました(図8)。これらの結果は、計画的ではなく「偶然性」や「感情的な瞬間」が卒業アルバムとの再会を演出していることを示しており、物理的な存在だからこそ生まれる「予期せぬ再発見」の価値を証明しています。

卒業アルバムを見返したきっかけ



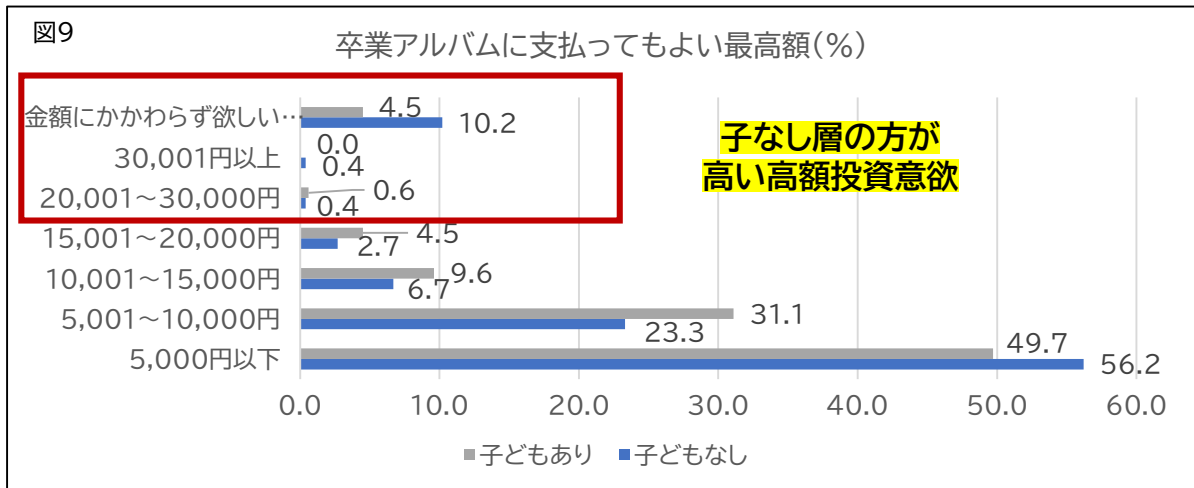
⑤デジタル時代でも物理的記録が果たす「つながり創出」効果 全体の8%が卒業アルバムに2万円以上の高額投資価値を認識

■「孤独・孤立社会」で見直される物理的記録の価値

政府が「孤独・孤立対策推進法」を施行し、社会全体で人とのつながり創出が重要課題となる中、卒業アルバムがもたらす“青春時代へのタイムリープ”には、調査からもわかるように偶発性も相まって強い感情を発生させます。その結果、行動を起こし再会するというつながりの創出が生まれ、「人間関係の再構築」が体现されます。これは人間関係が希薄化する現代において、卒業アルバムが持つ新たな価値として注目できると言えます。ダイコクの調査では、全体の8%が卒業アルバム制作に対して、2万円以上の投資価値があると認識しています。

興味深いのは、子持ち層(4%)より子なし層(10%)の方が高額投資意欲を示している点です(図9)。子持ち層が、子育てを通じた新たなコミュニティを形成しているとする、子なし層は人間関係に大きな新しい変化が生まれにくいと考えられ、「家族以外の人間関係への渴望」の表れとも分析できます。孤独・孤立が社会問題化する中で、「過去のつながりを通じて現在の孤立感を解消したい」という心理が、卒業アルバムへの投資価値認識に反映されているとも考えられます。

卒業アルバムの支払い金額



【まとめ】卒業アルバムは現代の「青春のタイムカプセル」

今回の調査から、卒業アルバムがデジタル時代でも特別な価値を持っていることがわかりました。

卒業アルバムは単なる思い出の記録ではなく、「青春のタイムカプセル」として人と人をつなぐ役割を果たしています。SNSが主流の現代でも、紙のアルバムを「手に取る」というアナログな体験が、人々の行動を後押しし、実際の再会につながっているようです。つまり、物理的な卒業アルバムは、希薄になりがちなデジタルでのつながりから、温かい人間関係へと戻るきっかけを作る道具として機能していると考えられます。

● 卒業アルバムの再会効果

35%が恋心再燃を経験し、30%の行動率、63%の再会成功率とそのうち23%の恋愛・結婚発展率を実現

● 20代・60代男性の高い恋心再燃率

恋心再燃は20代男性で46%、60代男性で48%と特に高い世代、性別であることを実証

● 記憶のタイムカプセル効果

66%が「卒業アルバムを見なければ思い出さなかった人がある」と回答し、忘れた記憶を蘇らせる機能を実証

● デジタル全盛時代でのアナログ価値

デジタル全盛時代でも72%が必要性を認識しており、アナログ価値を発揮

● 物理的記録が果たす「つながり創出」効果

8%が2万円以上の投資価値、「薄いつながりの時代」に「濃い思い出の価値」を物理的に提供

「な(7)つ(2)かしい(4)」 7月24日は卒業アルバムの日

7月24日「卒業アルバムの日」は、ダイコロが文化放送のラジオ番組『秋元真夏 卒業アルバムに1人はいそうな人を探すラジオ サンデー』(当時の番組名)との連名で、2023年に一般社団法人日本記念日協会に申請し記念日登録されました。日付は、1年に1度は卒業アルバムを見て懐かしもうという主旨で「な(7)つ(2)かしい(4)」の語呂合わせに由来しています。



「秋元真夏 卒アルラジオ」パーソナリティ 秋元真夏さんよりメッセージ

ラジオをきっかけに生まれた「卒業アルバムの日」。

SNS全盛時代でも、紙をめくる温かさが好きで、私も度々卒業アルバムを見返します。その中に過去では気づけなかった新たな出会いや将来への繋がりを感じてる方も多くいることを知り、卒業アルバムは懐かしいだけではなく、ロマンチックな面もあることを発見できました。ぜひ7月24日に卒業アルバムを開いてみてもらえたら嬉しいです。

【商品情報(抜粋)】

● 卒業アルバム

最新の技術を導入し、心に残る思い出をかたちにして残す卒業アルバム

● 卒アルモバイル

従来の紙の卒業アルバムをデジタル化した卒業アルバム専用スマホアプリ。時代に合った卒業アルバムの新しいカタチ

<https://www.daicolo.co.jp/sotsualmobile/>

● パーソナルアルバムNeo

自分のポートレートを一ページ全面に載せた一人ひとりのための卒業アルバム

● NEXT(ネクスト)

卒業アルバム作成に必要なテンプレートを取り揃え、すべてパソコン上で完結する編集入稿総合ソフト

● PhotoSpot(フォトスポット)

すぐアクセスして写真を選び購入できる学校行事写真のネット販売



【会社概要】

社名	: ダイコロ株式会社(DAICOLO CO.,LTD.)
創業	: 1953年(昭和28年)6月28日
代表者	: 代表取締役社長 松本 秀作
資本金	: 9,960万円
従業員	: 284名(2024年8月末)
本社	: 〒573-1132 大阪府枚方市招提田近2丁目8番地(枚方企業団地)
TEL	: 072-850-0771 (代表)
事業内容	: デジタルフォトアルバム、スクールアルバム、一般商業印刷、カード印刷、映像研究、インターネット、インターネット通信販売、光学機器販売
HP	: https://www.daicolo.co.jp/



【本件に関するお問い合わせ】

ダイコロPR事務局(株式会社アンティル内)担当:佐藤・林・伊与田・藤井
TEL:06-6225-7781 FAX:06-6225-7782 E-mail:daicolopr@vectorinc.co.jp