

「新世紀 JK（女子高生）おしゃれ消費と価値観調査」

イマドキ JK は「ファッションオールラウンダー」

最も時間をかけるのは「動画の視聴」（48.9%）

～SHIBUYA109 エンタテインメント・産業能率大学と産学共同研究～

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村知郎)は産業能率大学 経営学部 小々馬ゼミの、ポスト・ミレニアル世代（1995年～2008年生まれのZ世代）を対象とする生活価値観研究に協業し、2017年10月に「新世紀 JK（女子高生）おしゃれ消費と価値観調査」を実施いたしましたことのお知らせいたします。

今回の調査は若者マーケティングを行う当社と、若者の生活実態と価値観の研究を行う小々馬ゼミとの取り組みとなります。調査では生粋のデジタルネイティブ世代の JK（女子高生）を「新世紀 JK」と定義した上で、「おしゃれ消費に関する実態と価値観の相違」に関して、関東在住の高校1年生～3年生の女子高生を対象として実施いたしました。

なお、12月8日(金)に、本調査結果より導き出したインサイト(解釈)をグループインタビューによって検証、それらをまとめた報告書『新世紀 JK おしゃれ生活インサイトレポート -イマドキ JK を理解する12の真実-』を株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメントならびに、産業能率大学 小々馬ゼミのホームページにて公開・配布をいたします。

■調査の概要

【調査期間】 2017年10月10日(火)～2017年10月12日(木)

【調査方法】 インターネットアンケート

【調査委託先】 株式会社マクロミル

【調査対象】 女子高生 関東(1都3県)在住 1999年～2001年生まれ

【有効回答数】 309 サンプル 割付条件：各学年103 サンプル

■主な調査項目

- ① お金の使い方 お小遣い・アルバイトなどの収入源と使い道・お金のやりくりについて
- ② 時間の使い方 日常生活で優先していることは何か
- ③ 好きなファッションテイスト ファッションに対する意識と好きなファッションテイスト
- ④ おしゃれ価値観 おしゃれ生活のための、やりくりやこだわり。行動と意識を聞く。

■配布先

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント：<https://questant.jp/q/QLK9TSOR>

【トピックス】

『新世紀 JK おしゃれ生活インサイトレポート』から抜粋してお知らせいたします。

■JKの好きなファッションテイストランキング

JKは「はずさないファッション」を基本に、いくつかのファッションテイストを
場面に合わせてチョイスする「ファッションオールラウンダー」が多い

全体		
1位	カジュアル系	47.9%
2位	ナチュラル系	45.0%
3位	ストリート系	27.5%
4位	スポーティー系	21.0%
5位	ガーリー系	20.7%

JKが好むファッションテイストランキングは、(1)カジュアル系(47.9%) (2)ナチュラル系(45.0%) (3)ストリート系(27.5%) (4)スポーティー系(21.0%) (5)ガーリー系(20.7%)と続く。トレンドを追いつつも、定番である「カジュアル系」など、友達の中で浮いてしまうことのない「はずさないファッション」を普段使いしていることがわかる。また、一人が3つ以上のファッションテイストを取り入れており、状況に合わせてファッションテイストを使い分けていることがうかがえる。

■JKがお金をかけていること * 「収入/支出金額がある」回答ベースで計算

JKがお金をかけているもの第1位は「ライブ・舞台(17.5%)」。
「思い出づくり消費」の傾向が健在!

全体		
1位	ライブ・舞台	17.5%
2位	外食	16.5%
3位	服	15.9%
4位	アーティストグッズ	11.0%
5位	映画・カラオケ	6.1%
5位	化粧品	6.1%

1年生			2年生		
1位	ライブ・舞台	16.5%	1位	外食	16.5%
2位	アーティストグッズ	15.5%	2位	服	15.5%
3位	外食	13.6%	2位	ライブ・舞台	15.5%
3位	服	13.6%	4位	アーティストグッズ	10.7%
3年生					
1位	ライブ・舞台	20.4%			
2位	外食	19.4%			
3位	服	18.4%			

JKを対象にしたグループインタビューでは全体で最も大きな割合を占めた「ライブ・舞台」(17.5%)に関し、ライブやイベント参加のために友人と「おそろいのメイク・コーデ」を購入するなど結果として挙がっており、「思い出づくり消費」とみられる行動が明らかになった。

■JKが時間をかけていること

JKが最も時間をかけていることは「動画の視聴(48.9%)」がダントツトップに！
高校2年生が時間・お金をともに沢山費やす最も活動的な時期

全体		
1位	動画視聴	48.9%
2位	勉強	31.0%
3位	ショッピング	28.8%
4位	音楽フェス	27.0%
4位	LINE	27.0%

1年生			2年生			3年生		
1位	動画視聴	52.4%	1位	動画視聴	44.7%	1位	動画視聴	49.5%
2位	部活	37.9%	2位	ショッピング	35.0%	2位	勉強	40.8%
3位	ゲーム	34.0%	2位	部活	28.2%	3位	美容	33.0%
4位	LINE	31.1%	4位	音楽フェス	26.2%	4位	LINE	29.1%
5位	勉強	28.2%	5位	バイト	23.3%	5位	音楽フェス	27.2%

各学年ごとに見ると、高校1年生は新しい学校生活が始まり、部活(37.9%)やLINE(31.1%)など、新しい人間関係の構築に時間をかけていることが推測できる。また、高校3年生になると受験を意識するためか、勉強に時間を割く比率が高い(40.8%)。高校2年生は、学校外に活動範囲が広がりショッピングや音楽フェスなどアクティブに活動しており、他の学年に比べ新しい環境や受験などの制約を受けず、学校以外の活動に忙しく高校生生活を謳歌している学年かもしれない。

<お願い>

データの引用・転載の際は、SHIBUYA109 エンタテインメント/産業能率大学「新世紀JKおしゃれ消費と価値観調査2017」と明記いただきますようお願い申し上げます。

*調査結果数値は小数点第2位を四捨五入しています。文中の数値は質問肢「あてはまる」「ややあてはまる」のトップ2ボックスの合計を使用しています。収支金額の計算は、質問肢「金額帯(例：1,001-3,000円)」に回答を得て、金額域の中央値を用いて加重平均計算した後にインタビューにて実態との乖離がないか確認しております。

株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメントは、新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えることを目的に、2017年4月3日、株式会社東急モルズ開発と会社分割により SHIBUYA109 事業に特化した新会社として設立しました。