

2019年1月16日
株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント

「イマドキ JK 生活のリアルを理解できる」レポートを発表

産業能率大学 経営学部 小々馬ゼミとの産学共同若者研究第2弾

「スマホ」中心に毎日を送り、最も時間を掛けているのは動画視聴

テレビは必要、YouTuber は YouTube で見たい！

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、以下当社)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』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、2017年10月に続き第2回目となるJK（女子高生）の生活実態を観察し価値観の進化を追跡する定量・定性調査を行いました。

今回の調査では、日テレラボおよびビデオリサーチ ひと研究所（各敬称略）の協力を得て、合計約800名の2000年から2003年生まれのJK（女子高生）に「新世紀 JK 生活価値観調査 2018（以下、本調査）」として実施しました。調査内容を調査・分析し、報告書「新世紀 JK（女子高生）おしゃれ生活インサイトレポート 2019（以下、本レポート）」として公開・配布します。

なお、本レポートから「動画視聴」に絞り、いくつかを抜粋・お知らせします。



【トピックス】

- ・「#JK と時間」：「スマホ」中心に毎日を送り、最も時間を掛けているのは動画視聴
- ・「#JK とテレビ」：テレビは家族の団欒のために必要！
- ・「#JK と動画視聴」：YouTuber は YouTube で見たい！

※公開データの引用・転載の際は、SHIBUYA109 lab./産業能率大学「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」と明記頂きますようお願い申し上げます。

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

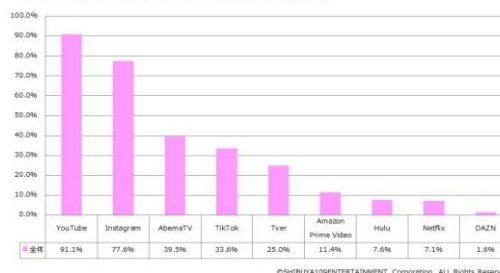
【1 / #JK と時間：「スマホ」中心に毎日を送り、最も時間をかけているのは動画視聴】

■あなたが普段、最も時間をかけている事は何ですか？ WEB調査(N=807)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

■スマホでの動画サービス利用状況 (複数回答) WEB調査(N=807)



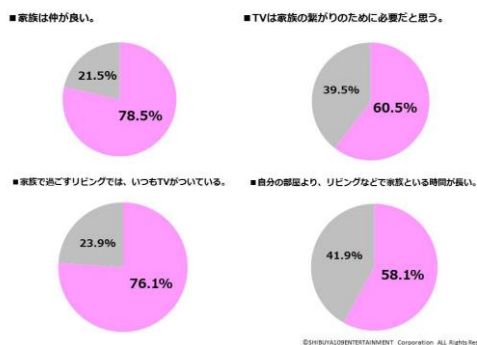
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

JK(女子高生)が1日のうち最も時間をかけているのは、47.3%が動画視聴という結果となりました。さらに、スマートフォンではどのアプリを使用し、動画を視聴しているかについても調査。すると、約9割がYouTubeを利用、約78%がInstagramを使用し動画を視聴していることも判明。

今回の調査では、「1日のうち最も時間をかけているもの」、上位5つは全てスマートフォンによって行うことが出来る動作であることも併せて判明。スマートフォンを通じて様々な繋がりをつくることで、学校以外の居場所を見出していることも分かっており、“高校生は時間が足りない”と感じている傾向も本調査により判明しています。

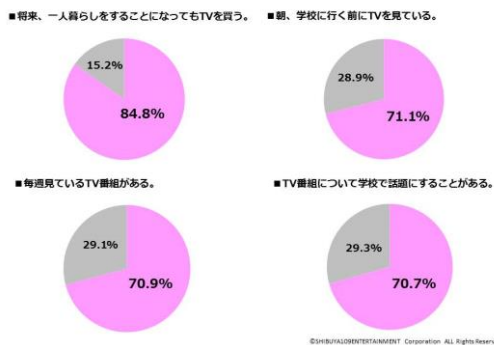
【2 / #JK とテレビ：テレビは家族の団欒のために必要！】

■リビングでのTV視聴風景 ※WEB調査(N=807)※4級用評価における「あてはまる/ややあてはまる」の合計値



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

■リビングでのTV視聴風景 ※WEB調査(N=807)※4級用評価における「あてはまる/ややあてはまる」の合計値



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

家に帰ってからのJK(女子高生)における「リビング」に対する考え方を尋ねたところ、半数以上となる58.1%が、自分の部屋よりリビングなどで家族といる時間が長いと答えています。他の設問からも見えてくるのは、「家族の団欒の場としてリビングはあり、リビングにはテレビが必要」という意見。

テレビに対しては、「毎週見ているテレビ番組がある」や「テレビ番組について学校で話題にすることがある」という問いに対し、約7割がそれぞれ共感しており、JK(女子高生)にとってテレビの存在感が高いことが窺えます。

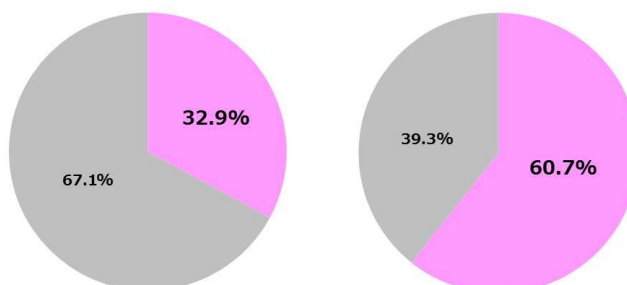
※公開データの引用・転載の際は、SHIBUYA109 lab./産業能率大学「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」と明記頂きますようお願い申し上げます。

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【3 / #JK と動画視聴：YouTuber は YouTube でみたい！】

■リビングでのTV視聴風景 ※WEB調査(N=807)※4段階評価における「あてはまる/ややあてはまる」の合計値

■ YouTuberが出演するTV番組や広告が気になる。 ■ TV局の情報はSNSの情報よりも信頼できる。



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

【1】でもお知らせしたとおり、動画視聴を行うアプリは「YouTube」がダントツで人気という結果が出ています。

しかし、「YouTuber が出演するテレビ番組や広告が気になる」と回答する JK（女子高生）は、約 3 割に留まりました。さらに、「テレビ局の情報は SNS の情報よりも信頼できる」という問いに共感したのは約 6 割と、テレビ局に対する信頼の高さが分かる結果となりました。

これらに関し、インタビューを通じて JK（女子高生）は「YouTuber は、あくまで彼らが配信する動画の中で見たい」という意識が高いことが分かりました。YouTuber に対して「身近な一般人」と認識しており、概して一般人がテレビに出ている姿を見ても興味が湧かないという意見も上がりました。

他にも、SNS の使い方や考え方・「パリピ」について・ファッションなど、様々な方向性で調査を行っています。詳しくは「新世紀 JK（女子高生）おしゃれ生活インサイトレポート 2019」をご覧ください。

【調査概要】

調査テーマ： 「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」

調査方法： （1）WEB 調査 （2）インタビュー調査

調査期間： （1）2018 年 10 月 12 日（金）～2018 年 10 月 14 日（日）
（2）2018 年 9 月～11 月

調査対象： ①関東（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）もしくは
関西（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、三重県、滋賀県、和歌山県）に居住する
2000 年 4 月 2 日～2003 年 4 月 1 日生まれの高校生（男子/女子）

※「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」では女子を中心に報告

②関東（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）もしくは関西（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、三重県、滋賀県、和歌山県）に居住する高校生（女子）

有効回答数： ①N=1,130（うち、女子 807/男子 323）

②N=30

調査実施・分析： SHIBUYA109 lab.（運営：株式会社 SHIBUYA109 エンタテイメント）

配布元： 株式会社 SHIBUYA109 エンタテイメント：<https://questant.jp/q/1ETCSG35>

※公開データの引用・転載の際は、SHIBUYA109 lab./産業能率大学「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」と明記頂きますようお願い申し上げます。

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

■ SHIBUYA109 lab. 概要



株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメントに設立された、新しい世代に特化するマーケティングチーム。SHIBUYA109 のターゲットである「around20(20歳前後の若者)」を中心に彼ら・彼女たちの実態を調査し、SHIBUYA109 独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田 麻衣（株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント所属）

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

■ 株式会社 SHIBUYA109 エンタテインメント 概要



SHIBUYA109（東京都・渋谷区）を中心とした6つの施設を運営（子会社での運営を含む）。「Making You SHINE!」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、不動産賃貸業に留まらない事業展開を行う。

設立年月日：2017年4月3日

代表取締役：木村知郎

ホームページ：<http://www.shibuya109.co.jp/>

※公開データの引用・転載の際は、SHIBUYA109 lab./産業能率大学「新世紀 JK 生活価値観調査 2018」と明記頂きますようお願い申し上げます。

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。