

女子高生のリアルなおしゃれと消費を徹底調査

産業能率大学経営学部小々馬ゼミとの産学協同研究、「新世紀JKリアル図鑑2019」を発表

JKのファッションマインドタイプを10タイプに分類！

関東JK vs 関西JKで比較！おしゃれなのはどっち？

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)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しています。

今回、2019年1月に発表した「新世紀JK生活価値観調査2018」での調査データを新たに分析、現役女子高生（新世紀JK）のおしゃれ意識と消費行動特性の違いに関して「10のタイプ」に再定義し、「新世紀JKリアル図鑑2019（以降、本調査）」として発表しました。本調査内容を抜粋し、お知らせします。



【新世紀JKリアル図鑑2019 調査トピックス】

【1】新世紀JKのファッションマインドタイプを10タイプに分類！

【2】関東JK vs 関西JK おしゃれなのはどっち？！

おしゃれ情報のインプットは同じ、アウトプットは大阪が活発

【3】東西JK比較！制服の着こなしに違いアリ

【1】新世紀JKのファッションマインドタイプを10タイプに分類！

おしゃれ意識と消費行動特性の違いにより女子高生を10タイプに分類しました。一番多くみられたタイプは、おしゃれ初心者で自分探し中の「平均JK」(20.0%)、次いで「THEミーハーJK」(15.2%)、「LA・JK」(13.9%)と続きます。

【2】関東JK vs 関西JK おしゃれなのは？

おしゃれ自覚度の高い分類内のJKは、関西により多く出現していることが分かりました。さらに「個性派ファッションニスタJK」・「セレブ系ファッションニスタJK」は、他のクラスターに比べて服への支出額が高いことから、関西の方がファッション消費に意欲的なJKが多い傾向にあるようです。

【3】東西JK比較！制服の着こなしに違いアリ

私服での違いは東西にあまり見られなかったものの、制服の着こなし方に関し、見た目大きく違いが出ています。

本調査内容に関し、詳細はURLよりご請求頂けます。(<https://questant.jp/q/LX6ROU12>)

詳細は次頁以降をご覧ください。

※ 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リアル図鑑2019」と明記いたしますようお願い申し上げます。(SHIBUYA109 lab./ <https://shibuya109lab.jp>)

※ 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】新世紀JKのファッションマインドタイプを10タイプに分類！

女子高生800人対象のアンケート回答をクラスター分析を用いて分類した結果、おしゃれ意識と消費行動特性の違いにより女子高生を「10のタイプ」に分けることができました。

一番多くみられたタイプは、おしゃれ初心者で自分探し中の「平均JK」(20.0%)、第2勢力はあらゆるSNSで情報収集をし、トレンドは欠かさず取り入れている「THEミーハーJK」(15.2%)、第3勢力がサバサバして友達が多い、海外カルチャーに憧れを持つ「LA・JK」(13.9%)という結果となりました。



新世紀JKの10タイプ

今回の調査では、おしゃれタイプは10タイプに分類されましたが、今の女子高生は一人でいくつものファッションスタイルを使いこなす「ファッションオールラウンダー」であり、その日に一緒にいる友達や遊びに行く場所に合わせてファッションスタイルを変える傾向にあります。彼女たちにとってファッションは、自己表現手段だけではなく、各場面での同調や気分の共有のためのコミュニケーションツールとなっているのです。

また今回の調査の中では、「TPOに合った服を選ぶように気を遣っている」という項目には、71%が当てはまると回答。(※1)

文言だけを見ていると、今の女子高生は「礼儀やマナーに敏感である」と捉えることができますが、グループインタビューを重ねると、彼女たちの指す「TPO」とは「一緒にいる友達に合わせて服のスタイルを変える」という意味合いが強く、友達の存在がその日のファッションに影響していることが明らかになっています。

※1：レポート内の数値は、アンケート選択肢のうち「あてはまる」「ややあてはまる」の合計値を使用

【2】関東JK vs 関西JK おしゃれなのはどっち？！

おしゃれ情報のインプットはおなじ、アウトプットは大阪が活発

ファッションに関する情報収集源は、関東・関西どちらも①インスタグラマーのInstagram②雑誌(自購入)③フォローしている有名人のSNSという結果となり、SNSがメインの情報収集源となっていることから、情報収集段階における地域差は見られませんでした。

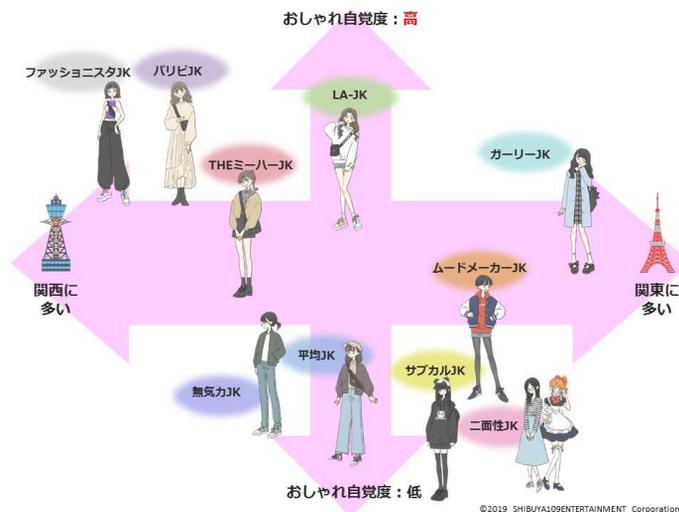
ファッションマインドタイプの分布図を確認してみると、「ファッションニスタJK」「パリピJK」「THEミーハーJK」といったおしゃれ自覚度が高いJKは、関西意により多く出現していることが分かります。

特に、「個性派ファッションニスタJK」・「セレブ系ファッションニスタJK」は、他のクラスターに比べて服への支出額が高いことから、関西の方がファッション消費に意欲的なJKが多い傾向があるようです。

また、「着る物を決めるときは、異性の目を意識する方だ」「自分だけの服や小物などを持ちたいと思う」「周りの人とは違った服装をする方だ」といった項目の数値が関東と比較して高いことから、他人から見られる自分の姿を、より強く意識していると言えます。関東と関西でのお洒落における自己表現の意識の強さに差があることが分かりました。

※ 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リアル図鑑2019」と明記いただきますようお願い申し上げます。(SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>)

※ 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。



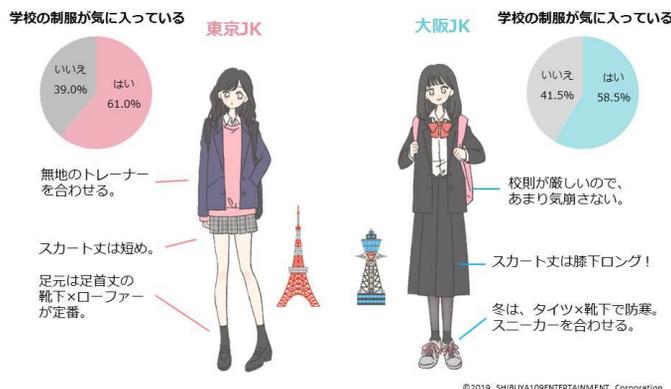
関東と関西 おしゃれクラスター分布図

【3】東西JK比較！制服の着こなしに違いアリ

両調査後に大阪に出向き大阪JKのファッションを観察してみると、東京の街中で見かけるJKの服装との大きな違いは見られませんでした。見た目に分かりやすく出ている違いは制服の着こなし方法でした。

東京のJKは、靴下とスカート丈は短く、ブレザー制服にトレーナーを合わせるスタイルがトレンド。大阪JKについてはスカート丈は長く、靴下は短めのスタイルが多くみられ、現地調査をしていた冬に関しては、タイツの上から靴下をはいて防寒をしている姿がより多くみられました。

ここが違う！東京JK・大阪JKの制服の着方



東京JKと大阪JKの違い

各10タイプの詳細など、詳しくは「新世紀JKリアル図鑑2019」
<https://questant.jp/q/LX6ROU12> をご参照ください。

【4】調査概要

調査期間：2018年10月12日(金)～10月14日(日)

調査手法：インターネットアンケート

調査委託先：株式会社ビデオリサーチ

調査対象：女子高生（2000年4月2日～2003年4月1日生まれ）

調査エリア：関東(東京・神奈川・千葉・埼玉)

関西(大阪・京都・兵庫・奈良・三重・滋賀・和歌山)在住

有効回答数：807サンプル

調査分析：SHIBUYA109 lab./産業能率大学 経営学部 小々馬ゼミ/株式会社テムズ

イラスト（敬称略）：たなか (@tnk_gr)

※ 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リアル図鑑2019」と明記いただきますようお願い申し上げます。(SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>)

※ 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。

※ 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リアル図鑑2019」と明記いただきますようお願い申し上げます。(SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>)

※ 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、これからは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/>