

Z世代男子が選ぶ今年のトレンド！ SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：石川 あゆみ）が運営する若者マーケティング機関『SHIBUYA109 lab.（読み：シブヤイチマルキュウラボ）』は、around20（15～24歳）412人の男性を対象に実施した2023年メンズトレンド調査の結果をお知らせいたします。

また、株式会社マンダム（本社：大阪府大阪市、社長執行役員：西村 健）が展開するメンズコスメブランド「GATSBY（読み：ギャツビー）」と共同で行った調査結果をまとめた「SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023」を同時に公開いたします。

SHIBUYA109 lab. メンズトレンド大賞2023



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

実施期間：2023年9～10月 対象者：around20（15～24歳）男性 N= 412

今回は「ヒト部門」「アーティスト部門」「ファッション部門」「ゲーム部門」「コンテンツ部門」「体験部門」の6部門にて大賞を決定しました。

ノミネート候補については、SHIBUYA109 lab.の独自ネットワーク「SHIBUYA109 lab.MATE」に所属する10名の高校生・大学生と選定しております。

《SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023 トピックス》

- 【ヒト部門】野球に熱狂！友達のような親近感を重視
- 【アーティスト部門】癖になる個性と楽曲がポイント。ショート動画をきっかけに拡散
- 【ファッション部門】Y2Kスタイルがトレンド。特徴的な髪型で個性を表現
- 【ゲーム部門】クリアまでのプロセスが多様なゲームが人気！最新キーワードは「役立つエデュテイメント性」
- 【コンテンツ部門】過去の名作から最新作まで。考察しがいのある作品が魅力
- 【体験部門】オンラインでワクワクを共有。AI体験がトレンドに

《SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023について》

これまでSHIBUYA109 lab.では、毎年around20（15～24歳）の女性を対象に調査を行い、『SHIBUYA109 lab.トレンド大賞』を発表してまいりました。

今年は新たにaround20（15～24歳）の男性412人を対象にWEB調査を実施。『SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023』として発表いたします。

また、『SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023』では、若者のトレンドや消費実態の知見を持つSHIBUYA109 lab.と、Z世代男子の美容意識に関する知見を持つ株式会社マンダムが共同で、Z世代男子の生活実態や、美容・身だしなみ行動に関する調査結果を発表いたします。

SHIBUYA109 lab.の過去の調査では、SNS上でのコミュニケーションや情報収集等について男女差があることが明らかになっていますが、Z世代男子に関しては公開されているデータが少なく、消費の実態が見えにくい状況でした。『SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023』及び『SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023』を通して、Z世代男子を知るきっかけとしていただければ幸いです。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』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。

【ヒト部門】野球に熱狂！友達のような親近感を重視

ヒト部門



大谷翔平



ちょんまげ小僧



あめんぼぶらす



ぐんぴい (春のヒコークイ)



オムライス兄さん Omurice Boy

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

SNSを中心に活躍しているクリエイターや芸人、俳優、スポーツ選手と、様々なバックグラウンドを持つ人が選出されました。今年はWBCもあったことから、野球への関心がさらに高まりました。ノミネートも含めると、同世代の日常をテーマにSNSで活躍する人が多くみられ、友達のような親近感が重視されています。

1位 大谷翔平

MLBのロサンゼルス・エンゼルスに所属する、岩手県出身のプロ野球選手。投打二刀流として、2023年3月に開催された『ワールド・ベースボール・クラシック』（WBC）では世界中の注目を集め、普段野球観戦をしない日本の若者の間でも話題になりました。

大谷選手のような「二刀流」に憧れ、部活や仕事を頑張ったという声も聞かれました。

2位 ちょんまげ小僧

彗星の如く現れた6人組中学生YouTuberグループ。中学生らしい素朴でリアルなやりとりが魅力です。メンバーの奇抜な名前や、「ひき肉です！」という独特な挨拶が話題になりました。動画の企画のクオリティが高いため、ポスト・コムドットとしても注目が集まっています。

3位 あめんぼぶらす

2人組YouTuber。野球部員の日常をテーマにした動画を投稿している。2023年7月にリリースされた楽曲『カイホウエクササイズ』が話題に。特に運動部に所属する人からの共感の声が多く、「溜めて解放」など、あめんぼぶらすのセリフもトレンドになっています。

【アーティスト部門】癖になる個性と楽曲がポイント。ショート動画をきっかけに拡散

アーティスト部門



新しい学校のリーダーズ



女王蜂



あの



キタニタツヤ



Yokopi

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

ノミネートには邦ロックバンドを中心にK-POP、ラッパー、ポカロPなど、幅広いアーティストが挙げられました。TikTokを中心に、SNSで投稿されるショート動画の挿入歌として多く使用されたアーティストが多数ランクインしました。

1位 新しい学校のリーダーズ

セーラー服が特徴の4人組ダンスボーカルユニット。2020年5月にリリースされた楽曲『オトナブルー』の首振りダンスがトレンドとなりました。パワフルな歌唱とダンスも魅力です。

2位 女王蜂

2011年にデビューした3人組ロックバンド。楽曲『メフィスト』がTVアニメ『【推しの子】』のエンディング主題歌にも起用され、話題になりました。また、ヴォーカルのアヴちゃんがプロデューサーを務めたスクール型オーディション番組「0年0組 -アヴちゃんの教室-」でのアヴちゃんの『バイオレンス』の歌唱に関する切り抜き動画もトレンドになりました。

3位 あの

他にはいない唯一無二なキャラクターが魅力で、すでに人気のあのちゃん。

2020年にano名義でアーティストとしてソロデビューを果たし、2022年にリリースした楽曲『ちゅ、多様性。』や『スマイルあげない』がトレンドになりました。バンド『I's』の活動も注目されています。

【ファッション部門】Y2Kスタイルがトレンド。特徴的な髪型で個性を表現

ファッション部門



1位 カーゴパンツ



2位 ツイストスパイラル



3位 ウルフカット



4位 バギーデニム



5位 パラシュートパンツ

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

男女ともにY2Kファッション（2000年ごろに流行したファッションスタイル）がトレンドです。Z世代男子の間では、体型カバーができるダボっとしたシルエットが特徴のストリートスタイルや、K-POPアイドルのようなモノトーン・シルバーを基調としたキレイ目スタイルがトレンドとなりました。

ノミネートにはファッションアイテムだけでなく、特徴的なヘアスタイルも多数挙げられていますが、Z世代男子の「見た目のカッコよさ」については「髪型」が大きな役割を果たしていることが背景にあります。（※1）

1位 カーゴパンツ

膝上の左右に大きなポケットが付いており、ダボっとしたシルエットが特徴のパンツ。ストリートコーデにはもちろん、キレイ目ファッションの崩しとしても人気となりました。

2位 ツイストスパイラル

スパイラルパーマとツイストパーマをミックスしたパーマヘア。Z世代男子から絶大な人気を誇る「マッシュヘア」から気分転換にチャレンジできること、またセットが簡単であることが魅力です。

3位 ウルフカット

オオカミのようなシルエットが特徴の髪型。K-POPアイドルが好きなZ世代男子の間では、ハイトーン×ウルフの組み合わせが楽しまれています。



《カーゴパンツ》



《ツイストスパイラル》



《ウルフカット》

【ゲーム部門】クリアまでのプロセスが多様なゲームが人気！最新キーワードは「役立つエデュテイメント性」

ゲーム部門



1位 プロ野球スピリッツ



原神



ポケモンスリーブ



ゼルダの伝説



モンスターハンター

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

Z世代男子が最もお金をかけていることでもあるゲーム（※2）。ゲームクリアまでのプロセスが多様で、ゲーム実況等でプレイの様子を切り抜いて共有したくなるゲームが多くノミネートされました。またスマホやゲーム機など複数のデバイスでシームレスにプレイできることや、ゲームとして楽しいだけでなく、健康や思考力、勉強などにも役に立つ「エデュテイメント性」が重視されています。

1位 プロ野球スピリッツ

実際のプロ野球選手を使用して試合や育成ができるゲーム。簡単な操作で試合を楽しめ、リアルタイムで対戦できる点が魅力。WBC日本優勝の効果で、盛り上がりを見せたようです。

2位 原神

広大な架空世界を舞台に、ストーリー進行やキャラクター育成、アクションを楽しむことができるゲーム。PCやスマートフォンなど、様々なプラットフォームでプレイができる点も魅力です。今年大型アップデートがされたことが話題になりました。キャラクターや武器が当たるガチャの様子をSNSで共有する人も多くみられます。

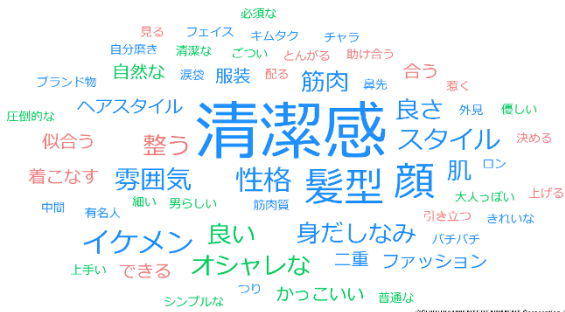
3位 ポケモンスリーブ

音や振動を元に睡眠時間の計測や記録、分析ができるアプリゲーム。

普段ゲームをしない人も、自分の睡眠の質を知るために始めたという声が多く聞かれました。

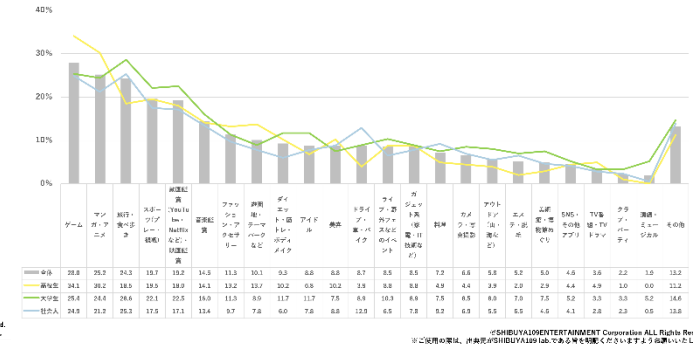
参照データ (※1)

あなたにとっての見た目における「カッコいい」に当てはまる有名人や、必要な要素を教えてください。(自由記述)
n=298(高校生:112/大学生:100/社会人:86)



参照データ (※2)

あなたがお金をかけていることを教えてください。(複数回答)
n=635(高校生:205/大学生:213/社会人:217)



※1 ※2 SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023

■SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023について

【アジェンダ】

- ①LIFE STYLE Z世代男子の生活実態
- ②BEAUTY & FASHION Z世代男子の美容・身だしなみ意識
- ③POST COVID-19 Z世代男子とコロナ禍

【レポートの公開について】

両社が共同調査した『SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023』レポートを公開しております。上記のようなトレンドが生まれた背景でもあるZ世代男子のコロナ後の生活実態や美容意識についてまとめております。

詳細は以下よりご確認・お問い合わせください。

URL: <https://shibuya109lab.jp/product/>

総括：男女問わず楽しんでいるトレンドも。SNS以外のデジタル空間でのコミュニケーションが活発



SHIBUYA109 lab.所長
長田 麻衣

男女の境目が無い時代ではありますが、これまでのSHIBUYA109 lab.の定量調査の結果やインタビューでは、SNSの利用実態や商品認知から購入に至るまでの購買行動において、男女で違いがみられています。

今回のSHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023の結果からは、Y2Kファッションやアーティストについては性別に関係なく共通したトレンドがみられた一方で、コンテンツや体験においては、ゲームなどの主流なSNS以外のデジタル空間でコミュニケーションを楽しんでいる実態が特徴的でした。

『SHIBUYA109 lab.×GATSBY 男子白書2023』では、Z世代男子の生活や美容・身だしなみ・人間関係における意識実態等、さらにリアルな情報を公開しています。

■SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2023 調査概要

【調査概要】

調査方法：WEBでのアンケート調査

調査パネル：外部調査会社のアンケートパネルを使用 (SHIBUYA109 lab.調べ GMOリサーチプラットフォーム利用の調査)

調査期間：2023年9～10月

調査対象：around20 (15歳～24歳) 男性

有効回答数：n = 412

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

※ノミネート候補の選定について

2023年9月にトレンド大会議を実施。SHIBUYA109 lab.の保有する独自ネットワーク「SHIBUYA109 lab.MATE」に所属する高校生・大学生10名とともにSHIBUYA109 lab.にて部門ごとにノミネートを選定。その後選択式アンケートを実施して大賞を決定。

■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者マーケティング機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20（15～24歳）」を中心に彼らの実態を調査し、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>

■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣（おさだ・まい）

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPR サポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。

SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者マーケティング機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20（15～24歳）」と接する毎日を過ごしている。

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109渋谷店（東京都・渋谷区）を中心とした3つの施設を展開。「Making You SHINE! -新しい世代の”今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」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、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役社長：石川 あゆみ

ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>