

## SHIBUYA109 lab. MATEが選ぶ SHIBUYA109 lab.トレンド予測2024

443人のZ世代が来年のトレンドを予測！

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ポ)』は、SHIBUYA109 lab.が保有する独自ネットワーク「SHIBUYA109 lab. MATE」に所属する、around20（15～24歳）の女性443名を対象に実施した2024年のトレンド予測のアンケート結果をお知らせいたします。

# SHIBUYA109 lab.トレンド予測2024



SHIBUYA109 lab.

### カフェ・グルメ部門

- アサイーボウル
- サモエドカフェ
- ぷよぷよ動物プリン
- おじいちゃん・おばあちゃんの味
- レコードカフェ
- 量り売りケーキ
- タンフル
- オニワッサン
- クルンジ
- チムニーパン

### モノ・コト部門

- 自然界隈
- ●●ヒス構文
- 小型チェキ
- 平成女兒
- ●●ドリル
- 빵빵이(パンパンイ)
- クラブ
- Temu
- ヴィンテージ雑貨・蚤の市
- ギャル体験

### ファッション・コスメ部門

- 無彩色メイク
- バッグにぬい
- フリルカラー
- シティ系コーデ
- 貼る下まつげ
- ニーハイソックス
- クラシカルロリータ
- パンクファッション
- フェアリーグランジ
- バレエコア

### アーティスト部門

- PRODUCE 101
- JAPAN THE GIRLS
- iLiFE!
- RIIIZE
- BABYMONSTER
- KISS OF LIFE
- あだちいの
- DXTEEN
- EVNNE
- LANA
- FANTASY BOYS

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

【SHIBUYA109 lab. MATE調査】実施期間：2023年10～11月 対象者：around20（15～24歳）女性 N=443

SHIBUYA109 lab.トレンド予測2024では、「カフェ・グルメ部門」「モノ・コト部門」「ファッション・コスメ部門」「アーティスト部門」の4つの部門でトレンド予測を決定しました。ノミネート候補については、7名の高校生・大学生と実施した「トレンド予測会」の内容を基に選定しています。

### ≪SHIBUYA109 lab.トレンド予測2024 トピックス≫

- 【カフェ・グルメ部門】 くるくる、ぷるぷる、もふもふ…プロセスを楽しめる食体験
- 【モノ・コト部門】 “デトックス”と“アゲ”のメリハリを楽しむ消費の傾向。没入感がキーワード
- 【ファッション・メイク部門】 パンク・ロリータ・バレエコアなど、界隈の軸となる個性に注目
- 【アーティスト部門】 TOPアーティストのDNAを受け継ぐ妹分・弟分の台頭

※ 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。

※ X (旧TWITTER)、POST(ポスト)、REPOST(リポスト)、XのロゴはX Corp.またはその関連会社の登録商標です。

カフェ・グルメ部門  
結果一覧

- アサイーボウル
- サモエドカフェ
- ぷよぷよ動物プリン
- おじいちゃん・おばあちゃんの味
- レコードカフェ
- 量り売りケーキ
- タンフル
- オニワッサン
- クルンジ
- チムニーパン

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

カフェ・グルメに関してはこれまでと同様、韓国の食トレンドへの注目が高い傾向が見られます。また、検索したくなるネーミングの食への注目が集まっているようです。

Z世代は食体験において、注文から食べ終わるまでの『食以外の体験の充実度』を重視していることから、「作る過程がみえる」「自分で選べる」などのプロセスを楽しめる食が注目されています。

またショート動画でのコミュニケーションが増えていることから、動画映えすることがより重視されていると考えられます。

■アサイーボウル

アサイーという果実で作ったスムージーに、グラノーラやフルーツなどをトッピングしたスイーツ。おしゃれな見た目だけでなく、美容や健康にもよい点が魅力で10年ほど前にブームになりましたが、近頃人気再燃し、手軽に食べることのできる専門店も増えています。

■サモエドカフェ

サモエド（ロシアのシベリアを原産とする犬種）と触れ合えるカフェ。韓国でトレンドとなっており、2023年9月に日本初の店舗がオープンしたことで注目を集めています。人気ドラマに登場した犬種ということや、白くてもふもふな見た目に癒されたいという声が多く聞かれています。

■ぷよぷよ動物プリン

動物の形をした、ぷるぷる揺れるプリンのこと。韓国にあるカフェでウサギなどの形をしたプリンを激しく揺らすショート動画が話題となっています。日本でも新大久保に猫の形をしたぷよぷよ動物プリンのお店が登場し、さらに注目が高まりそうです。

■おじいちゃん・おばあちゃんの味

おじいちゃんやおばあちゃんが個人で経営している喫茶店やレストランで提供される料理のこと。老舗のお店であることから、味で失敗する可能性が低いことも魅力のようです。昔ながらの技法で料理を仕上げる様子や接客の様子なども動画等で拡散され、話題になっています。

■レコードカフェ

レコードを聴いたり購入したりできるカフェ。レコードで音楽を流しているだけでなく、好きな曲をリクエストできるお店も増えています。

【アサイーボウル】



【サモエドカフェ】



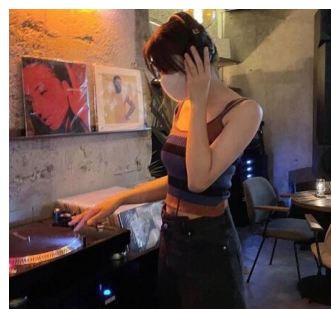
【ぷよぷよ動物プリン】



【おじいちゃん・おばあちゃんの味】



【レコードカフェ】



## ■量り売りケーキ

韓国でトレンドとなっている、100g単位から注文できるケーキ。自分の食べたい量だけ注文することができ、食品ロス削減にもつながることがポイント。ケーキの味に合わせたトッピングでアレンジできることも魅力です。

## ■タンフル

韓国で人気を集めている、フルーツや野菜などを薄い飴でコーティングしたスイーツ。プレッツェルやマシュマロをコーティングしたものや、お酒の上ののせて楽しむアレンジなども生まれています。

## ■オニワッサン

おにぎりのような形をしたクロワッサンのこと。韓国のカフェでスタッフがオニワッサンの被り物をしている動画が話題となり、日本でも注目を集めています。

## ■クルンジ

クロワッサンを潰して、平たく焼いたスイーツ。クロッフル、クロフィンに続き、進化系クロワッサンとして話題となっています。おせんべいのように食べるのはもちろん、アイスなどを挟んで提供するカフェも。

## ■チムニーパン

ハンガリー発祥のえんとつのような形をしたパン。端からくるくると取り外しながら食べる様子が動画映えると話題です。

【量り売りケーキ】



【タンフル】



【オニワッサン】



【クルンジ】



【チムニーパン】



## 【モノ・コト部門】デトックスと“アゲ”のメリハリを楽しむ消費の傾向。没入感がキーワード

### モノ・コト部門 結果一覧

- 自然界隈
- ●●ヒス構文
- 小型チェキ
- 平成女兒
- ●●ドリル
- 빵빵이(パンパンイ)
- クラブ
- Temu
- ヴィンテージ雑貨・蚤の市
- ギャル体験

SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL RIGHTS RESERVED.

SHIBUYA109 lab.が毎月実施しているヒアリングの中でも、最近では「自然が豊かな場所に行きたい」「自然に囲まれたい」という声が多く聞かれるようになってきました。背景には山や川、バラ園など、自然豊かな場所での写真や動画の撮影が新鮮に感じられるという点と、都会の喧噪やスマホの中の膨大な情報から少し距離を置いて、デトックスをしたいという意識があることがうかがえます。一方でクラブなど、ナイトエンタメへの注目の高まりも見られており、友人と共有する時間のテンションのメリハリを楽しむ若者が増えることが予想されます。



## ■自然界隈

高原や川などの自然を好む界隈のことを指し、自然豊かな場所に出向き、デトックスしている写真や動画に「#自然界隈」をつけて投稿をするZ世代が増えてきています。2023年にトレンドになった「Be real映え」も期待できるという声が聞かれており、自然を楽しむ体験に注目が集まりそうです。

## ■●●ヒス構文

お笑い芸人ラランドのサーヤさんがラジオで紹介した『お母さんヒス構文』が元ネタになっている、ヒステリックな口調で論理を飛躍・すり替える会話のこと。アレンジされ、「JKヒス構文」「コンビニ店員ヒス構文」など新たな●●ヒス構文としてアレンジが楽しまれています。

## ■小型チェキ

手のひらサイズの小型チェキ。小さなサイズのため、アクセサリ感覚で持ち運ぶことができ、撮った写真もすぐスマホで確認できる点が魅力です。

## ■平成女児

平成の女子小学生が幼いころ夢中になっていたコンテンツや世界観を指し、特に2010年前後に流行ったコンテンツの人气が再燃中です。幼少期に楽しんだ、おもちゃのようなデザインのアクセサリや小物などもファッションアイテムとして注目されています。

## ■○○ドリル

TikTokを中心に楽しまれている、既存の楽曲をドリルミュージック風にアレンジした楽曲のこと。槇原敬之の楽曲『もう恋なんてしない』をアレンジした「槇原ドリル」の楽曲と振り付けがきっかけとなり、様々な楽曲がドリルMIXされるようになりました。

【自然界隈】



【●●ヒス構文】



【小型チェキ】



【平成女児】



【○○ドリル】



## ■빵빵이 (パンパンイ)

漫画家イ・ジュヨンによるコメディウェブトゥーン「빵빵이의 일상 (パンパンイの日常)」の主人公。主に動画配信サービスでアニメとして放送されており、日本ではTikTokで字幕付き切り抜き動画として視聴されています。気の強い彼女と尻に引かれる主人公빵빵이의掛け合いが面白いと話題です。

## ■クラブ

コロナ禍が明け、よりリアルな場や音楽を求める若者が増えたことで人气が再燃しています。K-POP楽曲限定のイベントや、アルコール提供がない高校生限定のイベントなどが開催されていることで、今までクラブに行かなかった人でも行きやすくなっています。

## ■Temu (ティームー)

2023年7月から日本でサービスが開始された格安通販サイト。アパレルや電化製品、アウトドア製品が格安で販売されているのが特徴。SNSで紹介コードをシェアすると商品5つが無料になるキャンペーンが行われていることから、注目が集まっています。

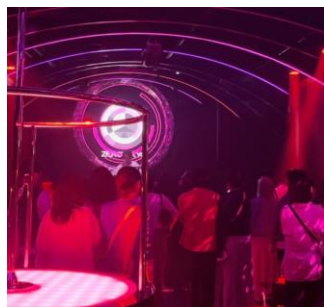
## ■ヴィンテージ雑貨・蚤の市

ヴィンテージの雑貨や服などを取り扱うフリーマーケットに似たイベント「蚤の市」。蚤の市でヴィンテージ雑貨を楽しむ様子がショート動画などでも投稿され始めています。屋外でのゆったりした時間や珍しいアイテムを自ら探し出す楽しさが魅力です。

## ■ギャル体験

黒ギャル、白ギャル、姫ギャルなど、平成ギャルの服装やメイクをしてもらえる体験。これまでも「韓国アイドル体験」など、本格的なヘアメイクと衣装のスタイリングをしてもらえる体験がトレンドになっており、世界観に没入できる体験に注目が集まっています。

【クラブ】



【ヴィンテージ雑貨・蚤の市】



【ギャル体験】



## 【ファッション・メイク部門】パンク・ロリータ・バレエコアなど、界隈の軸となる個性に注目

### ファッション・コスメ部門 結果一覧

- 無彩色メイク
- ニーハイソックス
- バッグにぬい
- クラシカルロリータ
- フリルカラー
- パンクファッション
- シティ系コーデ
- フェアリーグランジ
- 貼る下まつげ
- バレエコア

©SHIBUYA11ENTERTAINMENT Corporation. ALL Rights Reserved.

今年、2000～2005年頃に流行した漫画『NANA』や『DEATH NOTE』など、登場人物のファッションに注目が集まっています。Y2Kスタイルは定着しつつありますが、2024年はゴスロリやパンクファッションなど、平成中期の日本のサブカルチャーの影響を受けたY2Kテイストが楽しまれそうです。

### ■無彩色メイク

グレーなどの彩度が低く、くすんだマットカラーを使用したメイクのこと。韓国の女子高校生のデイリーメイクとして注目が高まったことから、「韓国JKメイク」とも呼ばれています。色味を入れないことで垢抜けた印象になることから、注目されています。

### ■バッグにぬい

韓国のファッションブランドやインテリアブランドから販売されているぬいぐるみ（キーリング）をカバンにつけること。お出かけ用のバッグやスクールバッグにつけることで、コーディネートに抜け感が生まれます。

### ■フリルカラー

肩から斜めにかけて着用するフリルアイテム。一つで様々なコーディネートの印象を変えることができます。フリルカラーを取り入れることで、ファッション上級者風の着こなしができることでも注目されています。

### ■シティ系コーデ

ロンドンやフランスのストリートスナップのようなコーディネートのこと。スウェットなどのカジュアルなアイテムを使いながらも、洗練された脱力感が魅力で、キメ過ぎないのに“だらけて見えない”のがポイントです。

### ■貼る下まつげ

水で濡らし、下まぶた部分に貼って使うシール。難しい下まつげメイクがタトゥーシール感覚で簡単にできることが魅力です。

【無彩色メイク】



【バッグにぬい】



【フリルカラー】



【シティ系コーデ】



【貼る下まつげ】



### ■ニーハイソックス

TWICEのサナが空港コーデで（ニーハイソックスを）着用していたことがきっかけとなり、話題になっています。GUのニーハイソックスもXで話題となっており、コーディネートに取り入れる人が増えています。

### ■クラシカルロリータ

2000年代初期にトレンドとなったロリータファッション。その中でも、クラシカルなスタイルのことを指しています。一般的なロリータファッションに比べて上品でシンプルな雰囲気が特徴で、普段使いしやすいアイテムもあることから注目されています。「クラロリ」と略されることも。

### ■パンクファッション

2000年代初期にトレンドとなった漫画『NANA』の人气が再燃したことがきっかけとなり、主人公の大崎ナナを意識したパンクファッションに注目が集まっています。パンク系ファッションの代表的なブランドである「Vivienne Westwood」もトレンドになりそうです。

### ■フェアリーグランジ

1980～1990年代に流行したグランジ・ロックから派生して生まれた、色落ちやダメージの加工がしてあるアイテム（主に古着）を取り入れることが特徴のグランジファッションに、レースや蝶々柄などのフェアリー感のあるアイテムがミックスされたスタイルです。

### ■バレエコア

バレエにインスパイアされたファッションのことで、バレエの練習着のようなスタイル。具体的なアイテムとしては、チュールスカートやサテン素材、レッグウォーマーなどがあります。ラグジュアリーブランドや韓国のブランド、国内のプチプラブランドでもバレエコアなアイテムが多く発売されています。近年人気のフレンチガリーな世界観にマッチするほか、他のファッション系統でも、コーディネイトのアクセントとして取り入れられています。

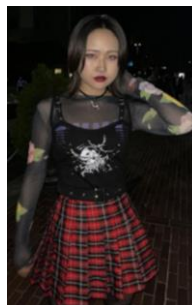
【ニーハイソックス】



【クラシカルロリータ】



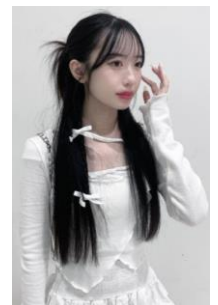
【パンクファッション】



【フェアリーグランジ】



【バレエコア】





アーティスト部門  
結果一覧

- PRODUCE 101 JAPAN THE GIRLS
- iLiFE!
- RIIZE
- BABYMONSTER
- KISS OF LIFE
- あだちいの
- DXTEEN
- EVNNE
- LANA
- FANTASY BOYS

SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

ノミネートには次世代アイドル・K-POPアーティスト、邦ロックバンドなど、多岐にわたるジャンル・アーティストが並びました。NCTやBLACKPINKなど、世界で人気を博しているアーティストの弟分・妹分のアイドルグループも多く登場しています。いかにSNS投稿の挿入歌として楽しめるかがトレンドを左右しているため、各界隈のファンたちが「推し」のアーティストの良さを共有する“布教力”に今後注目です。

【所長コメント】 2024年のキーワードは「デトックス消費」「ナイトアクティビティ」。熱量の高い小コミュニティで生まれる「限界消費」には引き続き注目



SHIBUYA109 lab.所長  
長田 麻衣

2024年は、不特定多数の友達とコミュニケーションをとるSNSから一時的に離れた環境を楽しみ、飾ることなく自分をいたわる「デトックス消費」への注目が集まりそうです。友だちとの円滑なコミュニケーションのためにSNSを常に見ていなければならない状況に疲れを感じているものの、SNS離れができるわけでもないという状況に少々疲弊していることが背景として考えられます。

また、夜の時間を楽しむ「ナイトアクティビティ」にも注目です。2023年もコロナ禍収束と共に外出が増加し、猛暑の影響もあり「夜カフェ」など夜のシーンを楽しむ消費が台頭し始めています。2024年は推しやトレンドを軸に楽しめる「クラブ」への関心も高く、ナイトアクティビティがさらに盛り上がりそうです。

若者の消費傾向は、引き続き趣味やカルチャー、好きな世界観などの深く狭いコミュニティ内で共感し楽しむことができる「限界消費」が主軸となることから、今後も熱量の高い「限界」に深く入り込み、ディティールまでしっかりと理解することが重要です。

【アンケート調査概要】

調査方法：WEBでのアンケート調査（独自ネットワークSHIBUYA109 lab. MATEによる回答）

調査期間：2023年10～11月

調査対象：around20（15歳～24歳）女性

有効回答数：n = 443

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10月にトレンド予測会議を実施し、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7名とともに、部門ごとのノミネート候補に関する話し合いを実施。その他、毎月実施している館内でのトレンド調査の結果などを基に選定。その後選択式アンケートを行いノミネートを決定。

<p>カフェ・グルメ部門 ノミネート一覧</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ クルンジ ■ オニワッサン ■ サモエドカフェ</li> <li>■ the LAZY HOUSE ■ アサイーボウル</li> <li>■ 1Lドリンク ■ おじいちゃん・おばあちゃんの味</li> <li>■ アイスデコ ■ デカ盛りパフェ ■ 量り売りケーキ</li> <li>■ 昆布水つけ麺 ■ ぶよぶよ動物プリン</li> <li>■ TAN PEN TON ■ レコードカフェ</li> <li>■ タンフル ■ チムニーパン</li> </ul> <p>SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.</p>	<p>モノ・コト部門 ノミネート一覧</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 東京ディズニーシー ファンタジースプリングス</li> <li>■ ぺぺい(パンパンイ) ■ AIを使った娯楽 ■ ●●ドリル</li> <li>■ ダンダダン ■ 重曹アート ■ 崩壊：スターレイル</li> <li>■ THE ASOBOARD ■ ●●ヒス構文 ■ ギャル体験</li> <li>■ 小型チェキ ■ フラガリアメモリーズ</li> <li>■ クラブ ■ 平成女児 ■ 自然限界 ■ Temu</li> <li>■ WIND BREAKER ■ ヴィンテージ雑貨・蜜の市</li> </ul> <p>SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.</p>
<p>ファッション・コスメ部門 ノミネート一覧</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ シティ系コーデ ■ ニットイヤーフラップ</li> <li>■ ファービスチェ ■ カバーブーツ ■ バレエコア</li> <li>■ グリッター・キラキラアイテム ■ 細めスカーフ</li> <li>■ クラシカルロリータ ■ フリルカラー ■ courrèges</li> <li>■ パンクファッション ■ 貼る下まつげ ■ i'm meme</li> <li>■ ストロベリーメイク ■ ニーハイソックス</li> <li>■ イガリメイク ■ 無彩色メイク ■ フェアリーグランジ</li> <li>■ Y2Kハーファップ ■ バッグにぬい</li> </ul> <p>SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.</p>	<p>アーティスト部門 ノミネート一覧</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ LANA ■ PRODUCE 101 JAPAN THE GIRLS</li> <li>■ RIIZE ■ トンゴコープ ■ あだちいの</li> <li>■ KISS OF LIFE ■ FANTASY BOYS ■ iLiFE!</li> <li>■ BABYMONSTER ■ EVNNE ■ とた</li> <li>■ ロクデナシ ■ Magia Stone ■ いれいす</li> <li>■ NANIMONO ■ Nornis ■ DXTEEN ■ Kroi</li> </ul> <p>SHIBUYA109 ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.</p>

## ■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  
らを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/>