

「ワカモノ」とひとくくりにはとまらない！女子高生と女子大生の異なるインサイト

流行に敏感なJKの トリセツ

女子高生の流行形成のメカニズム



佐藤ノア スペシャルインタビュー

【JKリサーチプロジェクト】 株式会社マイナビ ティーンズ事業推進室 / 株式会社ビデオリサーチ わかものラボ

『プロローグ』



『女子高生（JK）は流行に敏感である』

こう言われるようになったのは、彼女たちがこれまでいくつもの流行の発信源となり、その事象が取り上げられてきたからであると思います。

では、なぜJKが“流行という渦の中”にいることが多いのか。

私たち【JKリサーチプロジェクト】はこの要因を解明するため、JKとともに「ワカモノ」とひとくくりになされがちな女子大生（JD）と比較しながら、両者の「コミュニティ形成」「欲求」「欲求に紐づく行動」の違いを明らかにし、JKの流行形成メカニズムを突き止めました。

【JKリサーチプロジェクト】

株式会社マイナビ ティーンズ事業推進室
株式会社ビデオリサーチ わかものラボ

「流行に敏感なJKのトリセツ」

目次

■ プロローグ		P.2
■ イマドキJK・JDの生態		P.4
①コミュニティ形成の違い		P.6
②JKの欲求と行動		P.8
③JDの欲求と行動		P.11
■ 流行形成のメカニズム		P.16
■ JKとJDの違い一覧		P.17
■ 佐藤ノア スペシャルインタビュー		P.18
■ JKあるある8選		P.20
■ 世代別比較		P.21
①JKとJDの差ランキング		P.23
②価値観ランキング		P.24
③行動ランキング		P.25
④DK(男子高生)ランキング		P.26
■ エピローグ		P.27
■ 問い合わせ先		P.28

イマドキJK・JDの生態

※マイナビティーンズJK編集部



※産業能率大学 小々馬ゼミ



JKとJDのコミュニティ関係図

コミュニティにおける各層を下記の通り定める

コアコミュニティ

行動を共にする機会が多い集団

アソシエイト

顔見知りだが共に行動はしない人たち

アウトサイダー

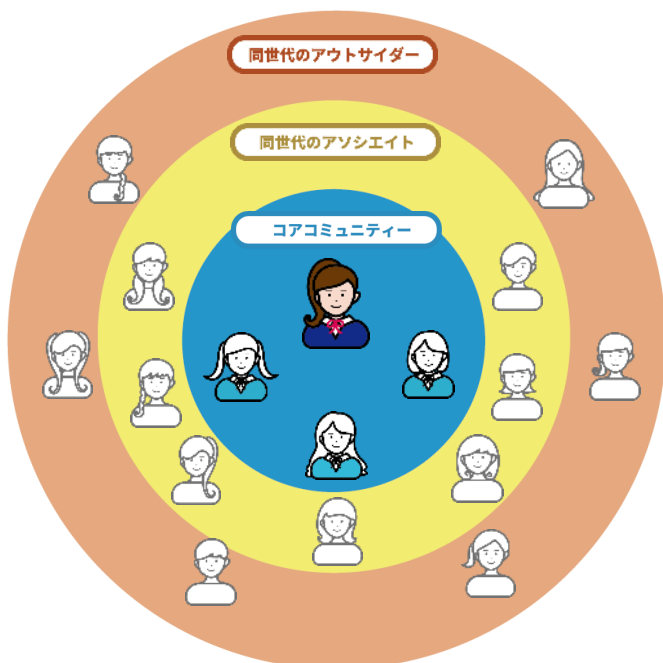
まったく認識のない人たち



JK の場合



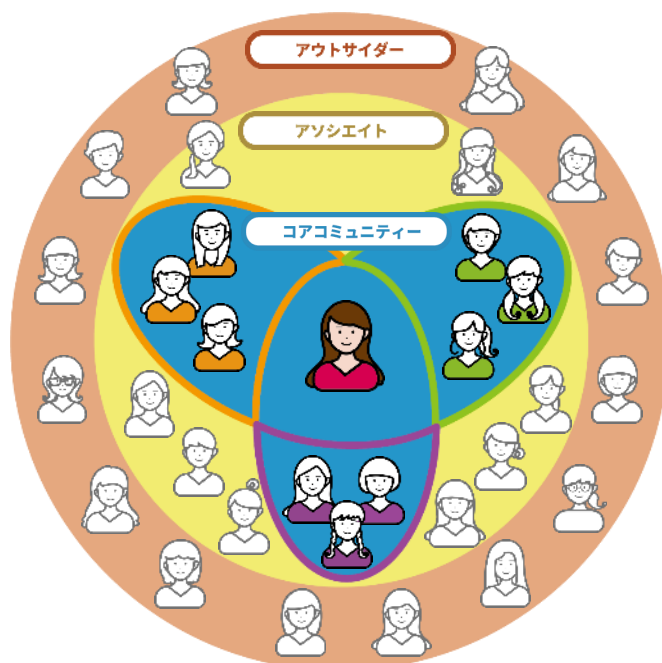
全方位型コミュニティ



JD の場合



仲間内コミュニティ



①コミュニティ形成の違い

女子高生（以下JK）と女子大生（以下JD）ではコミュニティ（P.5 JKとJDのコミュニティ関係図参照）の在り方や欲求に紐づく行動が異なる。

JKは学校のクラスなどの仲良しグループをコアコミュニティとしており、このコミュニティが彼女たちのすべてともいえる。

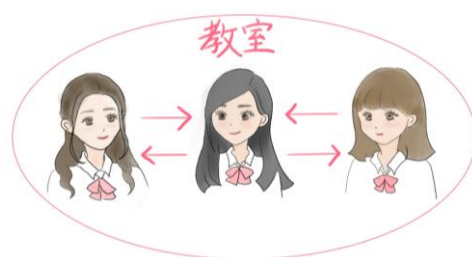
JKのコミュニティ形成の特徴

JKはコアコミュニティ内で興味関心のあるモノ・コト・ヒト・コトバなどをそれぞれのメンバーが自分ゴト化して捉えており、いわば**全員が同じ方向を向いている傾向**にある。

そのため、コアコミュニティ全体で新しい情報・話題の情報を追うことで情報のキャッチが非常に早い上に、コアコミュニティ内への共有も欠かさないため、常に全員が新しい情報を仕入れることができている。

つまりJKにとって「新しい情報」というのは、彼女たちにとっての共通言語のようなものであるため、日頃からSNSを基軸に情報収集を行い、「情報発信→情報入手→情報発信」というサイクルを無意識のうちに築いていることが、JKが流行に敏感と言われる理由でもある。

JKのコアコミュニティ



JDのコミュニティ形成の特徴

一方でJDは、JKと比べると一つのコアコミュニティに執着しておらず、様々な人と交流を持ちながら複数のコアコミュニティに属している。

特徴としては、各コアコミュニティの中でメンバーが**個を表現し、それを尊重する**傾向にあるため、それぞれが異なった方向を向いているといえる。

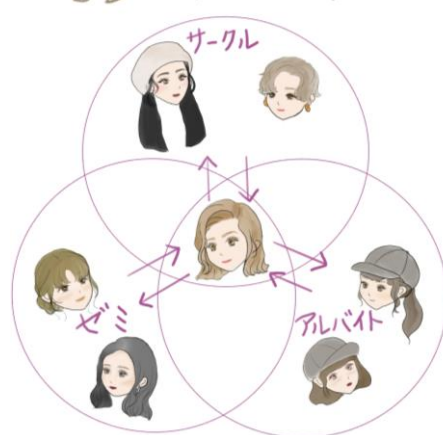
そのため、メンバー同士で共通の興味関心がある内容については情報共有がされるものの、必要以上に共有がされていない。

というよりも、JKのように共有する必要がないといった方が近いかもしれない。

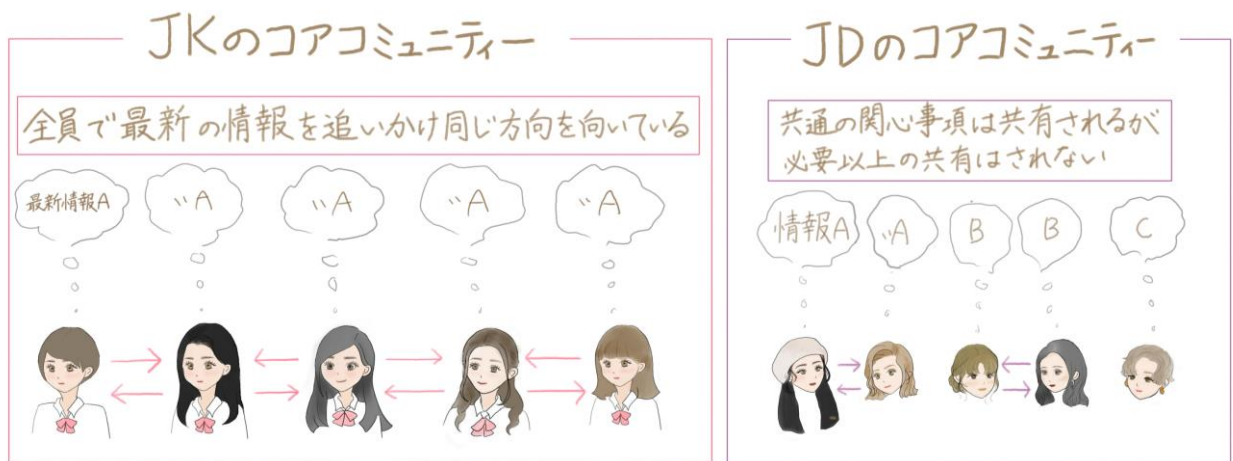
なぜなら、**JKは情報を交換することをベースに**コミュニケーションを図っているのに対して、

JDは個を尊重することをベースにコミュニケーションを図ろうとしているからである。

JDのコアコミュニティ



コミュニティ形成が異なる理由



そもそもJKとJDでコアコミュニティの数が異なるのは、JKの場合学校のクラスで過ごす時間がほとんどを占めているため、一緒にいて当たり前という強固な関係性を築いているのに対して、JDは学校のクラス・サークル、バイト先、地元の繋がりなど、JKよりも多くの人と接点を設けることになるため、複数のコアコミュニティに属することを可能としている。ある意味、JDの方が器用に立ち回っているとも言えるのではないだろうか。

またコアコミュニティの中での立ち位置についても違いがあり、JKは「コアコミュニティ全体を自分ゴト化」しているのに対して、JDの場合、「自分はコアコミュニティの中の一部であるが自分は自分」として捉えており、この理由が次項目以降の「欲求と行動の関係性」に繋がっていると考える。

ちなみにだが、JKにとっての「社会」というのは自分たちと同世代の人々のことを指しているため、顔見知りレベルの人たちの名称は「同世代のアソシエイト」、認識のない人たちも「同世代のアウトサイダー」ということになる。（JDの社会でのアソシエイト・アウトサイダーは、他世代の人も含まれる）

②JKの欲求に紐づく行動

JKの行動の背景には、「承認欲求を満たしたい」という思いがある

JKは「リアルな繋がりだけではなく、不特定多数の人からも存在を認められたい」という思いが強く、全方面にアンテナを張っている傾向がある。

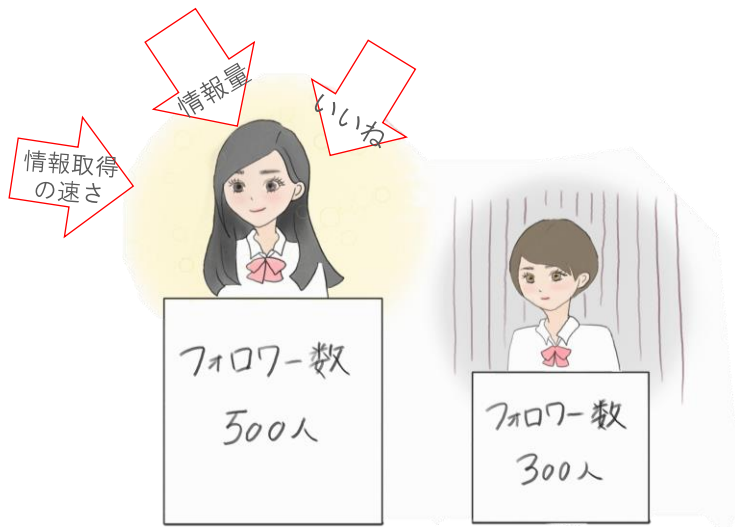
（「全方面」というのは、いわゆる仲の良い友人だけではなく、関わりの薄い知り合いやまったく接点のない人のことを指す。）

では、なぜ彼女たちは多くの人に認められたいのか？という話になると思うが、それは「コアコミュニティの在り方」が関係している。

冒頭でも述べた通り、彼女たちはコアコミュニティ内で同じ情報を追う傾向があるため、「保有情報の多さ」や「情報収集の速さ」によって個人が評価されている。

つまり、流行りを押さえていたり、新たな情報を持ってくる人は、コアコミュニティの中で一目置かれる存在になりやすいため、アウトサイダーにもアンテナを張り、日々情報収集を行っているのである。

また、彼女たちとの距離が非常に近いSNSも要因の一つとなっており、フォロワー数やいいね数によって自分の価値が可視化されるため、彼女たちはリアルな繋がりだけではなく、SNS上で自分を理解してくれる人に向けても自分を発信している。



要するに、JKがコアコミュニティでの存在価値を高めるためには、コアコミュニティ内だけではなくアソシエイトやアウトサイダーからの評価も必要であり、だからこそリアルでの接点がない人に対しても自分を表現しようとするのである。

そのため、JKの行動の裏には「いいねがほしい」「写真加工して自分をよく見せたい」「発言力・発信力が欲しい」「イケてると思われたい」「自分を見て欲しい」などの欲求が常に纏っている。

欲求を満たすための行動①「質の高い情報の獲得」

ここまでの内容である程度触れているが、JKにとって「情報」はセルフブランディングのために無くてはならないものであるため、周囲の人間よりも早く情報をキャッチして発信したい、という気持ちが強い傾向にある。

JKの情報収集については既に説明している通り、コアコミュニティ全体で情報を追っかけているため、一人で情報収集するよりも効率的に情報を獲得することができる。そんな彼女たちが、いち早く情報獲得をするための重要なツールとして欠かせないものがSNSである。

彼女たちは検索などを行う際のファーストチョイスとして「TwitterやInstagram」を使用するのであるが、理由はSNSの方が投稿内容・系統別にセグメントをかけやすいのに加えて、投稿者本人の目線や思考も理解することができるため、彼女たちが求める質の高い情報をピンポイントで探し出すことができる。

おそらく大人にはわからない感覚であるが、JKにとってGoogleやYahoo!などの検索エンジンは情報が溢れすぎており、自分たちが本当に欲しい情報にたどり着くには時間がかかってしまうのと、誰が発信している情報であるのかということが見えにくいいため、「非効率的」かつ「情報の質が悪い」と感じられている。



セルフブランディングの為の「情報選定」

また彼女たちは、キャッチした情報をすべて吸収するのではなく複数の情報を天秤にかけて、クチコミなどの生の声をもとに情報の取捨選択を行っている。

なぜ「取捨選択」を行っているのかというと、「仕入れる情報=発信する情報」になるため、何を発信するかによって周囲からの共感のされ方も異なってくる。

つまりは、自分のブランディングに大きな影響を与えるため、多くの情報から自分に合った質の高い情報を抜粋したいからこそその情報選定なのである。（もちろん、間違った情報をキャッチして自分が損をしないようにするためでもある。）

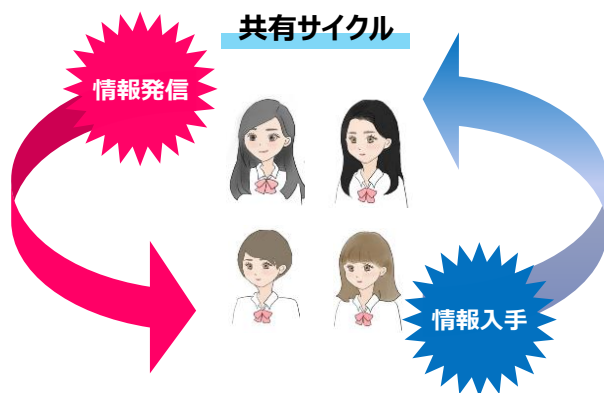
大人が思っている以上に、JKは賢く情報を獲得し、慎重に選定していることがわかる。

欲求を満たすための行動②「共有意識の高さ」

さらにJKの情報獲得が優れているもう一つの理由としては、共有意識が高いことがあげられる。JKは情報を知っていることが自分の存在価値を高めることになるので、積極的に共有を行い、周囲の人に**自分が流行の渦の中にいる人間**であることをアピールしている。

そのため彼女たちのコアコミュニティ内ではこのアピールが当たり前のように行われているが故、「**情報発信→情報入手→情報発信**」という**サイクル**がうまく築かれているのである。
(このアピールが彼女たちのコアコミュニティ内での「共通言語になっている」といっても過言ではない。)

つまり、彼女たちは日々情報交換を繰り返しながら、お互いを高めあい、理想の自分に近づこうとしているのである。



JKの承認欲求は「情報」と「共有」で満たされる

加えて、JKは常に誰かと繋がっていたいという気持ちが非常に強いため、無意識のうちにSNSの閲覧・投稿やLINEでのやりとりを行っている傾向にあり、1日当たりのアクセス時間も他世代に比べて圧倒的に長い結果であった。

彼女たちにとって、こうした無意識にスマホをいじっている瞬間こそ、「**新しい情報を獲得するタイミング**」でもあり、「**友人に情報共有する・されるタイミング**」であったのだ。

彼女たちが「流行の源」と称されるのは、きちんと動機づけられた行動をとっているからであることがわかる。

「スクリーンタイム」JKとJD比較



つまり、「JKの欲求に紐づく行動」を方程式にすると、**承認欲求=情報×共有**という形で表せる。

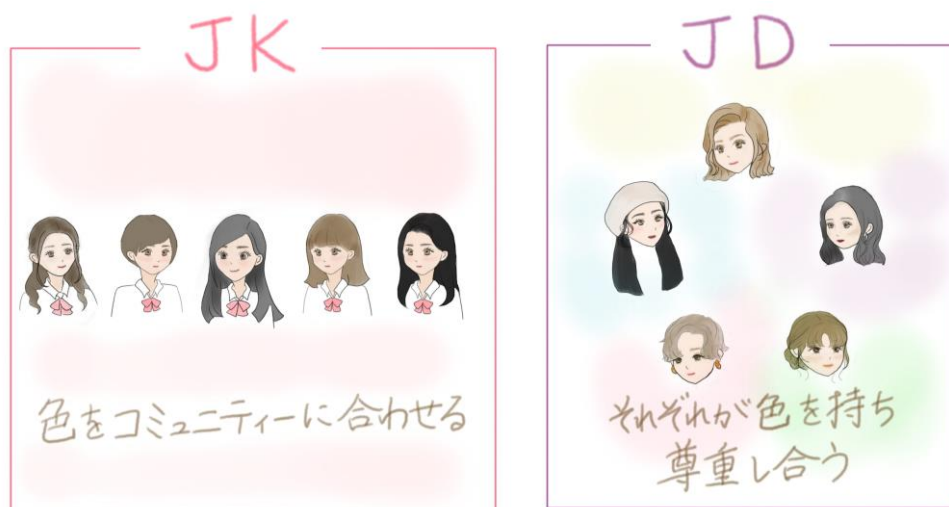
③JDの欲求に紐づく行動

JDの行動の背景には、「社会的欲求を満たしたい」という思いがある

JDの場合は、JKとは違って外部からの見られ方はあまり気にしておらず、「自身が属するコアコミュニティから必要とされたい」という思いが強いため、関わりのある人に向けてアンテナを張っている傾向にある。

では、なぜコアコミュニティから認められたいという思いが強いかというと、「属するコミュニティの多さ」と「コミュニケーションの図り方」が関係している。JDになると「仲間」と言える複数のコアコミュニティに所属するようになるので、JK時代のように「常と一緒にいて、最先端の情報を追いつける」という環境ではなくなる。また、男女ともに様々な属性の人と接するようになり、コアコミュニティ内で各々が個を表現しようとするため、コミュニケーションの取り方も個を尊重するようになっていく。

要するに、JKはコアコミュニティ内の全員が同じ色に染まろうとするのに対して、JDは個々が違う色に染まっているものの、お互いに歩み寄り、違う色であろうとも評価しようとしている。だからこそ、それぞれのコアコミュニティの中で尊重される色であり、必要とされる色でありたいと感じているのである。



自分の居場所を「確立」するとともに、「充実」させたいJD

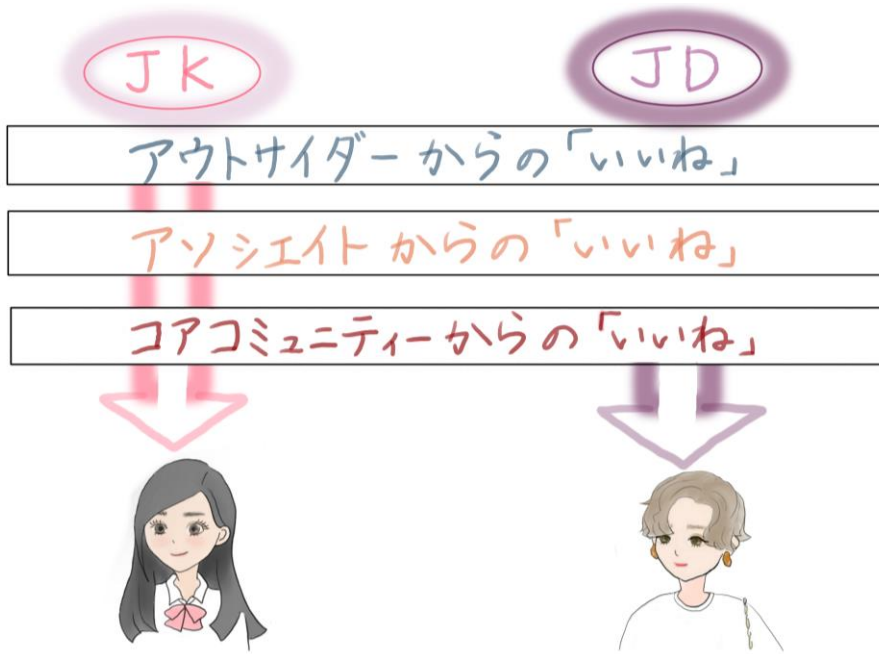
つまり、JDは「本当の自分を受け入れてくれる場所」を探し始めているように感じる。この感覚は大人に置き換えてもあてはまる点があるため、JDは“大人の階段の上り始め”とも言える。

また、そのことは彼女たちも意識的に感じており、これまで接触のなかったタイプの人間と関わるようになるため、自分の知らない領域を知ったり、学んだりしていくことで自分が少しずつ大人になっている、と思っているはずだ。JDが「JKの時とは違う」、「自分たちはもう大人」と答えるのは、環境の変化から多くの影響を受けているためであり、確かに彼女たちは大人の部類に入るのではないかと感じる。

SNSの捉え方についてもJKとは異なり、彼女たちはコアコミュニティ内の人から評価されたいため、距離の近い人からのいいねやフォローを欲していると言える。

そのため、JKのようにSNS上で不特定多数の人へ発信したり、受け入れてもらうための努力はしない傾向にある。

つまり、JDはリアルでの繋がり・接点を非常に大事にしており、自分が所属するコアコミュニティをいかに充実させるかという点に重きを置いているのである。



JDの社会的欲求の裏には「承認欲求」がある

JDにあって、JK・大人にはないもう一つの特徴としては、「コアコミュニティから必要とされたい」という社会的欲求の裏に「自分を見てほしい」という承認欲求があることである。

もちろんここまでの話で述べた通り、環境や付き合いの変化により帰属意識が高くなっているJDがまず求めるものは、自分の居場所があるという安心感であるが、その欲求がある程度満たされることで「自分や自分を取り巻く環境（所属するコアコミュニティ）」を見てほしい・評価してほしいという欲が出てきているのではないかな。

ただし、ここでの承認欲求は所属しているコアコミュニティやそのコアコミュニティに属している人たちと一緒にいる自分を見てほしいというものであり、評価されたい相手も「自分と関わりのある人」であるため JKの承認欲求とは少し異なる。

つまり、JKの場合は「流行などの情報発信をベースとしたセルフブランディング」により自分をよく見せているのに対して、JDは「コアコミュニティや仲良しの友人との繋がりを発信することをベースとしたセルフブランディング」により、自分をよく見せようとしていると考える。

だからこそJDの行動の裏には、「リア友からいいねが欲しい」「多くのコアコミュニティに所属したい」「自分の居場所を充実させたい」「自分の繋がりを見て欲しい」「リア充だと思われたい」といった欲求がある。

欲求を満たすための行動は、「繋がり強化」

JDにとって「コアコミュニティ内での立ち位置」は欲求を満たす上で非常に重要なポイントとなっているため、コアコミュニティの中で自分を表現し、自分の居場所を確立したい、という気持ち強い傾向にある。

では、JDが自分の居場所を確立させるためにどのようなアクションを起こしているのかというと、「SNSでの表現」と「リアルでの密な接触」となる。

ここまでの話で述べた通り、JK時代はコアコミュニティのメンバーと過ごす時間が長く一緒にいるのが当たり前になっていたが、JDになると各々が様々なコアコミュニティに所属するようになるため、コアコミュニティ内のメンバーと一緒に過ごす時間をより大事にするようになる。

SNSは繋がりを深めるための最高のツール

これはJDのInstagramを利用する理由と紐づけて考えると非常にわかりやすい。

JDがInstagramを行う目的は「自分だけのアルバムとして思い出を形にしたいため（JKは、セルフブランディングが目的であり多くの人に承認されたい）」であり、確かに彼女たちの投稿は「毎日の日常や旅行などの非日常体験」が多くあげられている傾向にある。

加えて、写真の内容も複数人・大人数で映っているものが多く、**コアコミュニティ全体のメンバーを記録したい**という思いが強い傾向にある。

つまり、各コアコミュニティでの思い出をインスタ上に発信することによって、そのメンバーとの仲間意識を高めようとするとともに、自分が所属しているコアコミュニティの「リア充感」をフォロワーに対してアピールしている。

だからこそJDは身近な人からのいいねを欲しているのもあって、**いいねの質に対して敏感**であると言える。そう考えると、JDにとってSNSは「**今ある関係を向上させるための最適なツール**」として利用されていると言える。

JK		JD	
セルフブランディング	投稿目的	思い出アルバム	
自分のかわいい写真	投稿内容	毎日の日常 旅行などの非日常	
自分	アピールしたいもの	各コアコミュニティ	
アソシエイト アウトサイダー コアコミュニティ	アピールしたい先	コアコミュニティ全体	

JDの行動に対する思考回路

JDは複数のコアコミュニティを掛け持ちしている状態であるが、リアルでの接触を重視している彼女たちは学校・バイト・サークルなど、各コアコミュニティごとの集まりがあるため、実は忙しいのが特徴である。

事前に先の予定をいれておき多くの人と接触することで、自分の居場所を確立しているのだから、人付き合いや時間の使い方など、**大人以上に効率的に立ち回っている**印象を受ける。

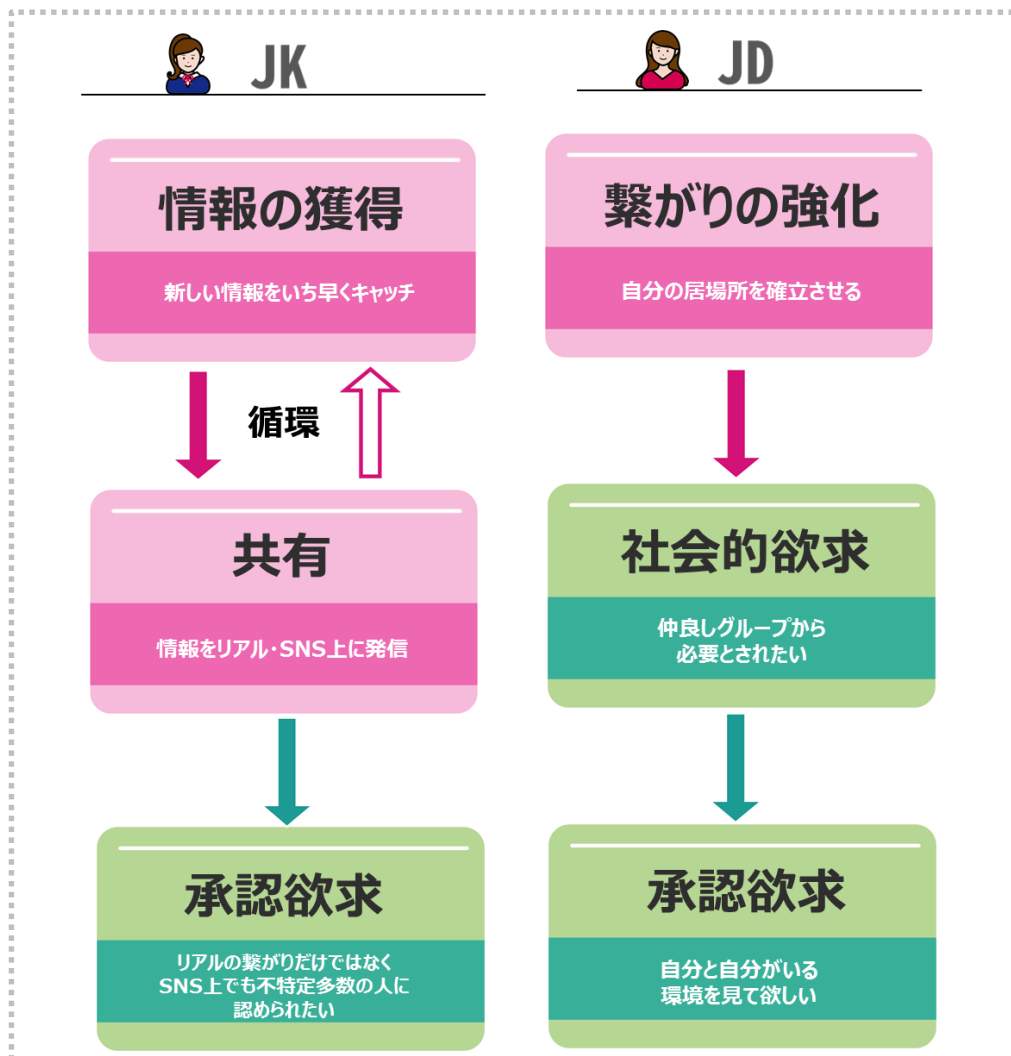
ただし、彼女たちが忙しくしているのは自分の居場所を確立させるためだけではなく、一人ぼっちにならないために**寂しさを紛らわそうとしている**とも考えられる。

どちらかという、自分の居場所を確認するために予定を詰め込んでいると言った方が正しいかもしれない。

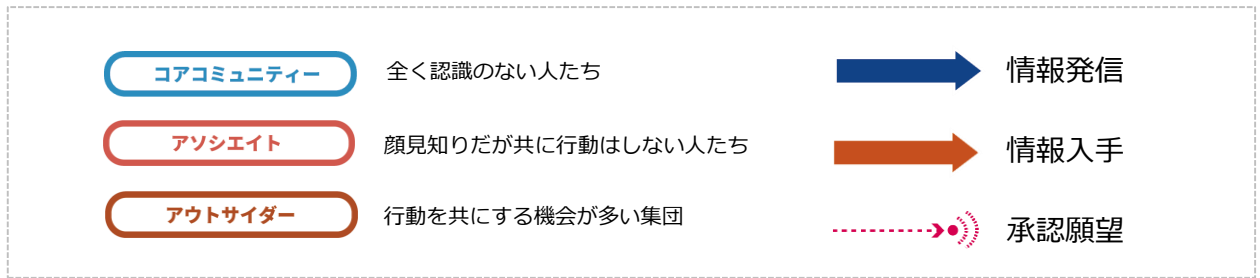
おそらく彼女たちは皆同じような感覚を持っており、だからこそ一緒に過ごす時間がかけがえない、キラキラとした思い出になっているのである。

つまり、JDは「**社会的欲求の裏に承認欲求**」があり、それらを満たすために「**繋がりを強化**」しようとする生き物であるといえる。

〈まとめ〉JKとJDの欲求に紐づく行動図



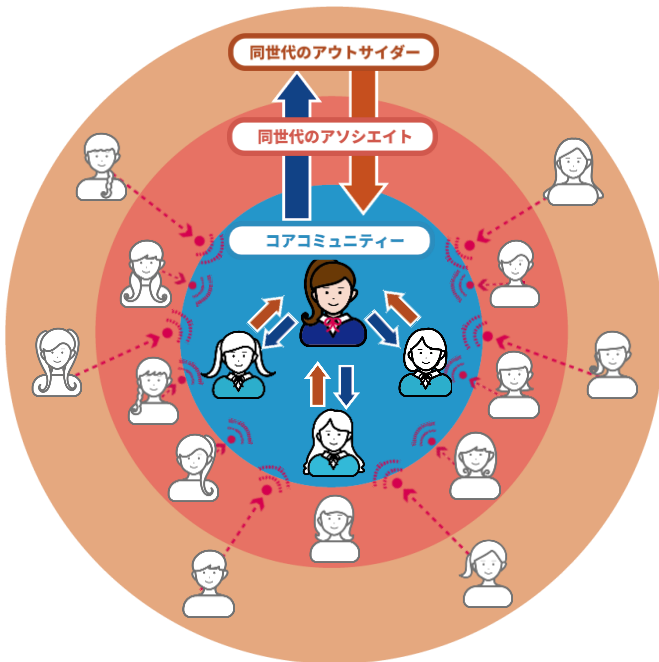
JKとJDの「欲求×行動」の関係図



JK の場合



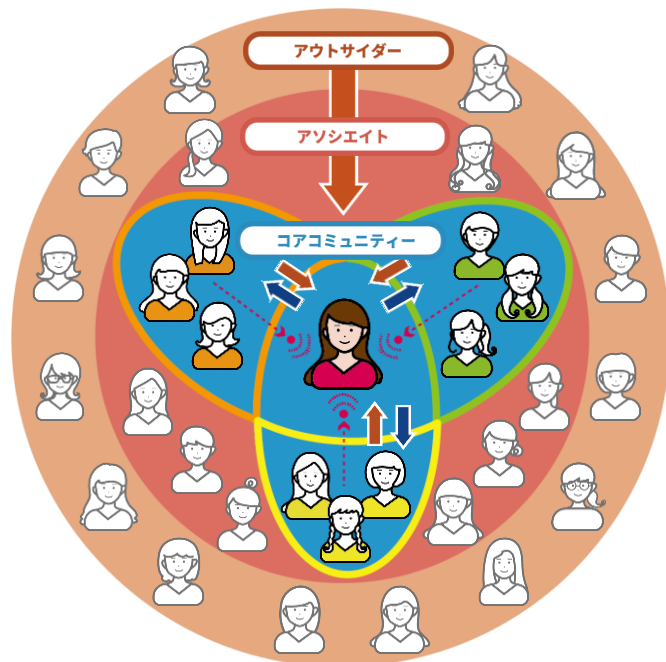
全方位型コミュニティ



JD の場合

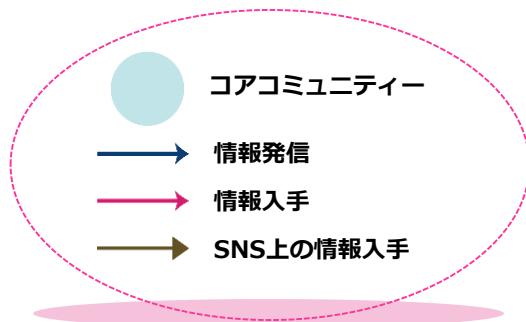


仲間内コミュニティ

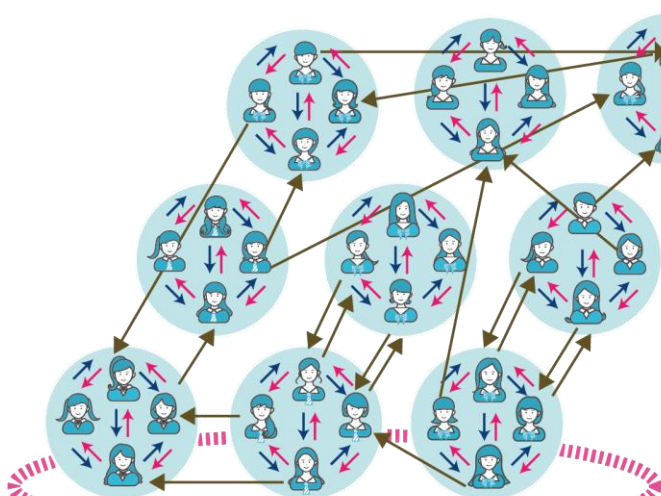


JKによる流行形成のメカニズム

全方位的に情報を拡散する性質とコアコミュニティ全体が情報の色に染まりやすい性質が流行形成の原動力を担うメカニズムといえる。

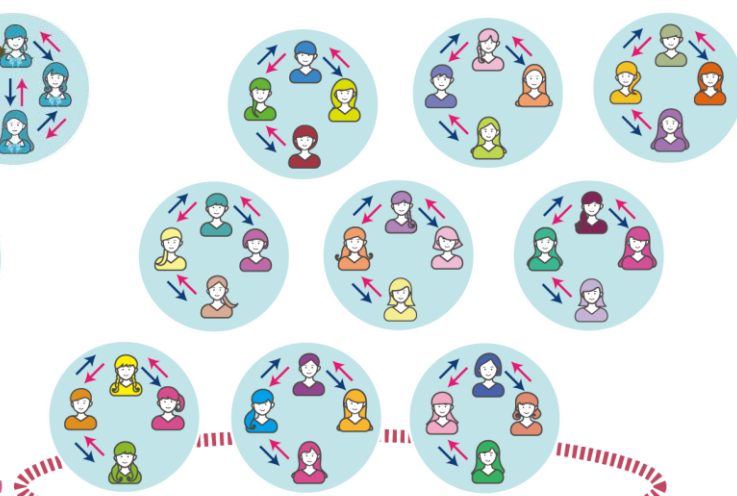


JKの情報伝達イメージ



JK社会

JDの情報伝達イメージ



JD社会

JKは、「新しい情報」が共通言語になっている。これにより距離に関係なく同世代のあらゆるコミュニティの情報を積極的に交換しているので情報が拡がりやすい。

各学校のクラス内での共有から始まり、SNSでの発信で情報が一気に広まるので、世代の色は同じ色に染まりやすい傾向にある。

JDは、情報が共通言語になっていない。仕入れた情報はコアコミュニティ内の全体ではなく、共通の関心事をもつヒトにだけ共有される。JKとは違って周りの人間の色に合わせるということではなく、それぞれ異なった色であることを尊重されているため、全体が一つの色に染まらない傾向にある。

JKとJDの違い一覧

	 JK	 JD
コミュニティの種類	全方位型コミュニティ	仲間内コミュニティ
コアコミュニティ数	少数 (学校のクラスがメイン)	複数 (地元・学校・サークル・バイト・他)
コアコミュニティのメンバー特徴	全員が似た色に染まっている	個々が違う色に染まっている
情報発信先	不特定多数 (コアコミュニティ～同世代のアウトサイダーまで)	コアコミュニティ内のメンバー
コミュニケーションの図り方	情報を交換	個を尊重
欲求タイプ	同世代の多くの人に認められたい (承認欲求)	コアコミュニティから必要とされたい (社会的欲求)
SNSをやる理由	なりたい自分を表現するためのツール	関係値を向上させるためのツール
セルフブランディングの方向性	流行などの情報を発信	コアコミュニティ内の繋がりを発信
SNSでいいねを貰いたい相手	同世代の知らない人からでもいいねされたい	仲の良い友達・グループからいいねされたい

各SNSの総フォロワー数110万人以上
人気インフルエンサー
“佐藤ノア”からみる
「JKとJDの違い」

高校生や大学生から絶大な人気を誇る『佐藤ノア』さん。アーティスト、モデル、動画クリエイターなど様々な顔を持つ彼女は、若年層との接点が非常に多いインフルエンサーである。そんなマルチな分野で活躍している佐藤ノアからみるJKとJDの生態について、日々彼女自身が感じていることなどを聞いてみた。



<佐藤ノア>

1997年7月9日生まれ。北海道出身。アーティスト・モデル・動画クリエイターとマルチに活動。
Twitter:32万以上、Instagram:40万以上、Youtube:30万人以上、TikTok:18万人以上のフォロワー数を抱え、若年層から絶大な人気を誇っている。
最近ではセミナーへの登壇も行っており、「喋れるインフルエンサー」としても活躍中。（※各フォロワー数は3/26時点）

JKにとってSNSは、「通知表みたいなもの」

-本調査の内容でノアさんが感じたことを教えてください。

ノア：この記事を読んですごく共感した点が、JKは毎日同じ子と一緒にいるので狭いコアコミュニティの中で生活しているということですね。例えば、コアコミュニティのメンバーでプリントシールを撮って、各々がSNSにアップしたとすると、その中で誰が一番かわいいか、とかの序列が暗黙の了解で何となくあると思うんです。

さらには、いいねの数によっても人気が目でわかってしまうので、小さなコアコミュニティの中でもちょっとした戦いというか張り合いみたいなものがあって、少しでも自分が「良く見られたい」とか「可愛くみられたい」などの思いがあると思います。

言ってしまうと、**フォロワー数やいいね数は通知表みたいなもの**で、その通知表の評価が周りからでもわかってしまうからこそ、友人よりも良い成績でいたいという気持ちが出てくるのだと思います。

普段から女子高生を見ているからこそ、すごくわかるなと感じました。

SNSを始めたキッカケは、「みんなの“輪”に入るため」

ーノアさんがSNS(当時はTwitter)を本格的に使用し始めた『キッカケ』を覚えてますか。

ノア：今でもはっきり覚えてて、クラスに馴染むためです。

中学の時、ネットに顔を出すと危ないという授業があって、SNSは顔を出してはいけないものという認識だったのですが、高校に入って新しくクラスメイトになった子たちのSNSを見ると、みんな顔を出して投稿をしていたんです。今までの自分の価値観が崩壊したというか、とにかく驚きました。

でも、その輪に入るためにはみんなと同じようにしないと、という危機感が生まれてとりあえずクラスのみんなの真似をするようになったんです。まずはクラスというコアコミュニティの中に馴染もうとしたっていう感じですね。最初の頃はJKの日常みたいな投稿をそのまま真似して、カラコンを買ったとかメイク道具を買ったとか、プリントシールを載せたり、遊びが楽しかったとかを発信していました。そのうち自然とフォローが増えたり、友達よりもいいねが多くつくようになるにつれて、いろんな人に見られているという意識が芽生え始めた、という感じです。だから、**JKのコアコミュニティは同じ色に染まりやすい**というのすごくわかるな、って思ったんです。その頃の私は、周りと同じ方向を向いて同じ色に染まることで、自分の価値を高めようとしていたんだと思いますね。

「JKは、みんながマネしやすく、JDは、世界観を作りこむ」

ーSNSのPR投稿で、『JKに伝えたいとき』と『JDに伝えたいとき』で、何か工夫していることはありますか。



ノア：私の場合は、**JKは伝播力があるのでみんながマネできること**だったり、共有しやすい内容にして発信するようにしています。広く浅くを目的に伝えて、学校とかでの会話の中で「昨日のノアちゃんの動画見た？」っていう感じで広がってほしいな、と。逆に、**JDはブランドとか世界観を作り込んで**、その子がコアコミュニティの中で強くなれるような有益情報を伝えるようにしています。例えば、アイライナーをこういう風に使えばもっと良くなる、など具体的なテクニックというかピンポイントな情報を伝えられるように意識してます。あとは、それぞれの年代に馴染みのあるファッションブランドをきたり、色合いを意識したりとかですね。

「JKこそが、最高のインフルエンサー」

ーJKとJDの拡散力について、ノアさんの意見を教えてください。

ノア：例えば何か商品を広めたいという場合は、JDよりもJKの方が適していると思います。

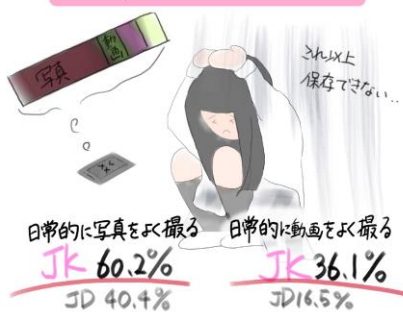
JDはもう既に個々で好きなものが分かれているので、自分の趣味・思考を押し付けたりしないというか、「自分の世界感自分が理解していればよくて、あなたは違っていいよ」という風潮があると思うんです。

逆にJKの場合は、キャッチしたものを全部シェアして、みんなが同じ意識を持とうとする風潮があると思います。例えば、教室で誰かが話している流行情報を、他のクラスメイトが聞いて、その内容がまた他の人に流れていくみたいな感じで。それはきっと「学校のクラス」という毎日一緒にいるコアコミュニティがあるからこそだと思ってます。だからこそ発信力もそうだし伝達力に長けているんだな、と感じますね。一言で言うと、**女子高生は「最高のインフルエンサーになる」**と思っています。

今回の調査内容は、私が普段から話していたり、感じているコトがそのまま形になっていたの、本当に共感できることばかりでした。

JK あるある 8選

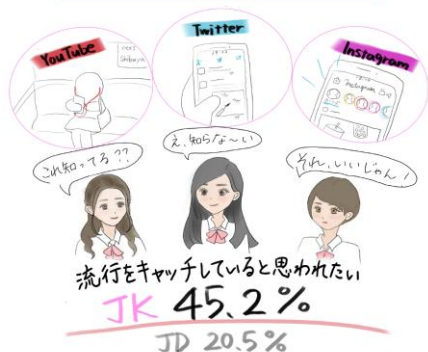
ストレージパンパンJK



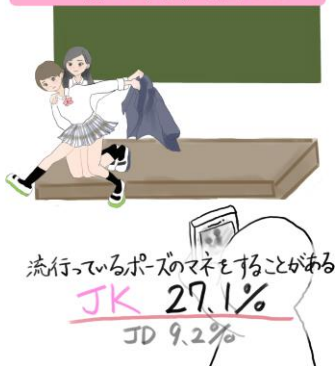
盛れ顔製造JK



トレンドフォローJK



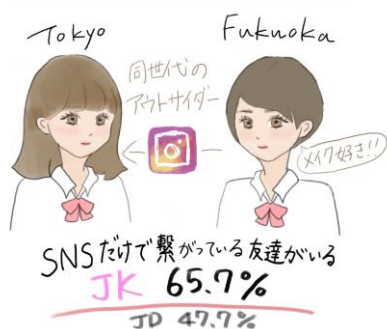
鬼のリズム感JK



三度の飯より加エJK



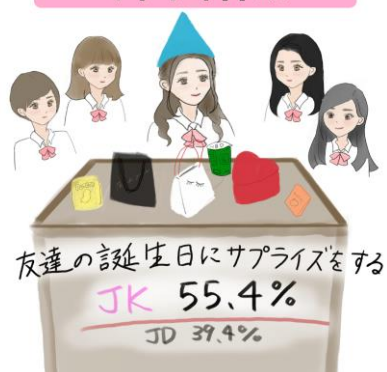
遠距離友達JK



新商品ハンターJK



サプライズJK



イラスト：まやん @oekaki.mayan

(参照データ「アンケート調査② P.23～25」)

世代別比較 ～アンケート概要～

女子高生の価値観を調べるため大学生(大学院含む)と男子高校生に調査を実施(調査①)。その後、インタビュー調査を経て女子高校生の特徴をより明確にするため、追加で調査を実施した(調査②)。

①、②調査では主に価値観、コミュニケーションに関わる行動について聴取しており、「価値観」では5段階評価で「あてはまる」「まああてはまる」と回答した人の割合をランキング化し、「行動」では各項目について「はい」と回答した人の割合でランキング化している。

女子高校生、女子大学生、その差分ランキングの3つの表は調査①と調査②の結果を元に作成、参考として男子高校生については調査①の結果から作成している。

アンケート調査①

調査対象	高校生、大学生(大学院含む)
調査エリア	全国
調査時期	2018年10月
調査方法	モニターへのインターネット調査
サンプル数	女子高校生166s、女子大学生109s 男子高校生166s
調査実施機関	ビデオリサーチ



女子高校生 女子大学生へのインタビュー

調査対象	女子高校生、女子大学生
調査エリア	1都3県
調査時期	2018年12月
調査方法	1対1のデプスインタビュー
サンプル数	女子高校生4名、女子大学生4名
調査実施機関	マイナビティーンズ



アンケート調査②

調査対象	女子高校生、女子大学生(大学院含む)
調査エリア	全国
調査時期	2019年2月
調査方法	モニターへのインターネット調査
サンプル数	女子高校生141s、女子大学生132s
調査実施機関	ビデオリサーチ

世代別比較 ～質問項目抜粋～

価値観

自身の価値観について「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の5段階で回答。全24項目（DKは10項目）からランキング作成

主な質問項目

常にSNSで誰かとやりとりしたい
楽しいことは周りと共有したい
新しいモノやサービスは友達よりも先に購入したい
周りに対して積極的に自分の意見を言うほうだ
表面上の付き合いをしている友達がいる
常に誰かと一緒にいたい
常に流行の先端にいたい
人に注目されたい
SNSで知らない人（友達でない人）からも注目されたい
ふとした時に急に寂しい気分になることがある
最新情報やお得な情報を入手したら友達に教えたい
流行になりそうなコトやモノは自ら試しておきたい
SNSへの投稿は、自分が目立つよりも周りの友達と一緒にいる写真をアップしたい
SNSでの情報発信は、仲の良い人だけに届けばよいと思う

行動

情報取得や共有、コミュニケーションに関する行動を中心に当てはまるものを「はい」「いいえ」で回答。全84項目（DKは61項目）からランキング作成

主な質問項目

LINEのアルバム機能をデータ保存用に使用している
LINEの友達追加するときは人を選ぶ
LINEの既読スルーはしないでしっかり返信する
SNS（TwitterやInstagramなど）でほぼ毎日投稿している
SNS（TwitterやInstagramなど）だけで繋がっている友達がいる
Instagramのストーリーによく投稿している
「インスタ映え」する場所を探して、実際に行ったことがある
YouTubeを毎日見ている
日常的に動画をよく撮る
ファッション雑誌を一月に一回は見ている
行列のできる有名カフェに並ぶことがある
プリントシールをよく撮る
家族・恋人以外で毎日LINEする友達がいる
友達に誕生日のサプライズをする
気がついたらSNSを見ていることが多い
Instagramのおすすめ欄をよく見ている
新しいリアルな友達グループに入ろうとしたことがある
はじめてのグループにもすぐに溶け込める

世代別比較 ～①JKとJDの差ランキング～

価値観ではJDよりもJKのほうが「常に誰かと一緒にいたい(+17.8pt)」「常にSNSで誰かとやりとりしていたい(+16.9pt)」が高く、常時つながっていることを求めている、それが「家族・恋人以外で毎日LINEする友達がいる(+24.1pt)」「休み時間は友達という時間が多い(+18.5pt)」のように行動面にも表れている。

「人に注目されたい(+16.3pt)」「自分がSNSへ投稿したことは他の誰かに真似して欲しい(+11.5pt)」という気持ちが強く、さらに「SNSで知らない人（友達でない人）からも注目されたい(+11.8pt)」「SNSで知らない人（友達でない人）からの「いいね」をもらって嬉しく感じる(+10.0pt)」というように全方位からの注目を集めたい、承認欲求の高さもうかがえ、「SNS（TwitterやInstagramなど）に上げる写真は必ず編集加工をする(+18.7pt)」など自分がより目立つための行動をしている様子がある。

価値観 差分ランキング

 繋がりに関する項目
 承認欲求に関する項目

順位	項目	差分	JK	JD
1	常に誰かと一緒にいたい	17.8	34.3	16.5
2	常にSNSで誰かとやりとりしていたい	16.9	36.1	19.3
3	人に注目されたい	16.3	33.7	17.4
4	常に流行の先端にいたい	13.3	27.1	13.8
4	SNS上だけでつながっている友達に心を打ち明けられる	13.3	30.7	17.4
6	SNSで知らない人（友達でない人）からも注目されたい	11.8	27.0	15.2
7	自分がSNSへ投稿したことは他の誰かに真似して欲しい	11.5	19.1	7.6
8	自分がカワイイと思われたい	10.0	41.8	31.8
8	SNSで知らない人（友達でない人）からの「いいね」をもらって嬉しく感じる	10.0	41.8	31.8
10	友達など周りの人と違うことをするのが好き	8.7	48.2	39.4

行動 差分ランキング

順位	項目	差分	JK	JD
1	アプリをよく撮る	31.4	45.2	13.8
2	ユーチューバーの動画を見ることが多い	29.7	59.0	29.4
3	友達とおそろいのアイテムを買うことがある	27.8	64.5	36.7
4	家族・恋人以外で毎日LINEする友達がいる	24.1	62.7	38.5
5	日常的に写真をよく撮る	19.9	60.2	40.4
6	日常的に動画をよく撮る	19.6	36.1	16.5
7	SNS（TwitterやInstagramなど）に上げる写真は必ず編集加工をする	18.7	57.2	38.5
8	休み時間は友達という時間が多い	18.5	68.1	49.5
8	友達と変顔写真をとることがある	18.5	48.8	30.3
10	SNS（TwitterやInstagramなど）だけで繋がっている友達がいる	18.0	65.7	47.7
11	InstagramやTikTokなどで流行っているポーズのマネをすることがある	17.9	27.1	9.2
12	好きなタレントが出来たら、実際に見に行く	16.5	40.4	23.9
13	友達が使っているアプリを自分もダウンロードしたことがある	16.1	63.9	47.7
14	友達に誕生日のサプライズをする	16.0	55.4	39.4
15	YouTubeを毎日見ている	15.0	57.2	42.2
16	友達とおそろいの格好で外出したことがある（仮装イベント以外で）	13.7	44.0	30.3
17	SNSの投稿は、何かあったその場で（すぐに）投稿している	12.9	33.1	20.2
17	自分が面白いと思った動画を友達に見せたり、SNSにあげる	12.9	54.2	41.3
19	InstagramのDMで友達とやりとりすることが多い	12.5	25.3	12.8
20	SNSに写真をアップするときは、写真加工アプリを使って加工してから投稿する	12.0	58.2	46.2

世代別比較 ～②価値観ランキング～

価値観はJK、JDとも上位項目は重なっており、TOP3は「楽しいことは周りと共有したい(JK:61.4、JD:66.1)」
「表面上の付き合いをしている友達がいる(JK:60.8、JD:58.7)」「SNSでの情報発信は、仲の良い人だけに
届けばよいと思う(JK:48.2.4、JD:54.5)」で順位が同じだった。

JKは10位に「常にSNSで誰かとやりとりしていきたい(36.1)」がランクインしている。(JDは14位)

JK価値観ランキング

順位	項目	JK	JD	(順位)
1	楽しいことは周りと共有したい	61.4	66.1	(1)
2	表面上の付き合いをしている友達がいる	60.8	58.7	(2)
3	SNSでの情報発信は、仲の良い人だけに届けばよいと思う	48.2	54.5	(3)
3	友達など周りの人と違うことをするのが好き	48.2	39.4	(5)
5	SNSへの投稿は、自分が目立つよりも周りの友達と一緒にいる写真をアップしたい	44.7	37.9	(7)
6	ふとした時に急に寂しい気分になることがある	42.6	40.9	(4)
7	自分がカワイイと思われたい	41.8	31.8	(9)
7	SNSで知らない人（友達でない人）からの「いいね」をもらって嬉しく感じる	41.8	31.8	(9)
9	SNSは自分を表現できる場所だと思う	38.3	38.6	(6)
10	常にSNSで誰かとやりとりしていきたい	36.1	19.3	(14)
11	常に誰かと一緒にいたい	34.3	16.5	(18)
12	最新情報やお得な情報を入手したら友達に教えたい	34.0	33.3	(8)
13	人に注目されたい	33.7	17.4	(16)
14	新しいモノやサービスは友達よりも先に購入したい	31.3	23.9	(11)
15	SNS上だけでつながっている友達に心を打ち明けられる	30.7	17.4	(16)
16	流行になりそうなコトやモノは自ら試しておきたい	30.5	22.7	(12)
17	周りに対して積極的に自分の意見を言うほうだ	28.3	22.0	(13)
18	常に流行の先端にいたい	27.1	13.8	(20)
19	SNSで知らない人（友達でない人）からも注目されたい	27.0	15.2	(19)
20	自分がリア充であると思われたい	22.7	18.2	(15)

世代別比較 ～③行動ランキング～

全体的にJKのほうがJDよりもスコアが高い傾向があるが、行動のTOP3は価値観同様、JK、JDとも同じ。JKは「SNS（TwitterやInstagramなど）だけで繋がっている友達がいる（6位:65.7）」が高く、アウトサイダーまでアンテナを張っていることがわかる結果となっている。

JDは「仲のいい友達とは学校以外のときにも直接会って話したい（6位:62.1）」がランクインしており、よりリアルでの接点を大事にしていることがわかる。

JK行動ランキング

JKの注目ポイント
JDの注目ポイント

順位	項目	JK	JD	(順位)
1	クーポンを使用することに抵抗がない	91.0	85.3	(1)
2	LINEの友達追加するときは人を選ぶ	85.5	74.3	(2)
3	ファッションはブランド力よりもコスパがいいものを求める	72.3	68.8	(3)
4	休み時間は友達という時間が多い	68.1	49.5	(10)
5	気がついたらSNSを見ていることが多い	66.7	66.7	(4)
6	SNS（TwitterやInstagramなど）だけで繋がっている友達がいる	65.7	47.7	(12)
7	友達とおそろいのアイテムを買うことがある	64.5	36.7	(28)
8	友達が使っているアプリを自分もダウンロードしたことがある	63.9	47.7	(12)
9	仲のいい友達とは学校以外のときにも直接会って話したい	63.8	62.1	(6)
10	家族・恋人以外で毎日LINEする友達がいる	62.7	38.5	(26)
11	日常的に写真をよく撮る	60.2	40.4	(21)
12	家と外では性格のギャップがある	59.6	63.3	(5)
12	友人との会話の中で新しい情報を知ることが多い	59.6	60.6	(7)
14	ユーチューバーの動画を見ることが多い	59.0	29.4	(36)
15	SNSに写真をアップするときは、写真加工アプリを使って加工してから投稿する	58.2	46.2	(15)
16	SNS（TwitterやInstagramなど）に上げる写真は必ず編集加工をする	57.2	38.5	(26)
16	YouTubeを毎日見ている	57.2	42.2	(18)
18	友達に誕生日のサプライズをする	55.4	39.4	(24)
19	LINEの既読スルーはしないでしっかり返信する	54.2	51.4	(9)
19	自分が面白いと思った動画を友達に見せたり、SNSにあげる	54.2	41.3	(19)
21	LINEの既読を付けずにメッセージを読む機能・アプリを使ったことがある	50.6	44.0	(17)
22	気がついたらYoutubeを見ていることが多い	50.4	53.0	(8)
23	友達と変顔写真をとることがある	48.8	30.3	(34)
24	Twitterは複数アカウントを作るのが当たり前だと思う	48.2	39.4	(24)
24	外国人に対して抵抗がない	48.2	48.6	(11)
26	Instagramのおすすめ欄をよく見ている	45.4	34.8	(31)
27	プリントシールをよく撮る	45.2	13.8	(72)
28	LINEのアルバム機能をデータ保存用に使用している	44.0	41.3	(19)
28	友達とおそろいの格好で外出したことがある（仮装イベント以外で）	44.0	30.3	(34)
30	お洒落や可愛さのために小さなカバンを持つより大きなリュックを持ちたい	43.4	45.0	(16)

世代別比較 ～④DK(男子高生)ランキング～

DKの価値観は4位に「周りに対して積極的に自分の意見を言うほうだ(35.5)」がランクインしており、JKよりもストレートに感情表現している様子が窺える。

DKの行動の11位に「学校に行くのが楽しみだ(44.0)」がランクインしている。(JKは20位圏外)

DK価値観ランキング

順位	項目	スコア	JK
1	楽しいことは周り共有したい	53.0	61.4
2	表面上の付き合いをしている友達がいる	41.6	60.8
3	友達など周りの人と違うことをするのが好き	38.6	48.2
4	周りに対して積極的に自分の意見を言うほうだ	35.5	28.3
5	新しいモノやサービスは友達よりも先に購入したい	30.7	31.3
6	人に注目されたい	28.9	33.7
7	常に誰かと一緒にいたい	28.3	34.3
8	SNS上だけでつながっている友達に心を打ち明けられる	21.7	30.7
8	常に流行の先端にいたい	21.7	27.1
10	常にSNSで誰かとやりとりしていたい	21.1	36.1

DK行動ランキング

順位	項目	スコア	JK
1	クーポンを使用することに抵抗がない	74.1	91.0
2	LINEの友達追加するときは人を選ぶ	69.9	85.5
3	YouTubeを毎日見ている	64.5	57.2
4	LINEの既読スルーはしないでしっかり返信する	57.2	54.2
5	ユーチューバーの動画を見ることが多い	52.4	59.0
6	休み時間は友達という時間が多い	50.0	68.1
7	家と外では性格のギャップがある	48.8	59.6
8	ファッションはブランド力よりもコスバがよいものを求める	48.2	72.3
9	外国人に対して抵抗がない	47.0	48.2
10	家族・恋人以外で毎日LINEする友達がいる	45.8	62.7
11	SNS（TwitterやInstagramなど）だけで繋がっている友達がいる	44.0	65.7
11	学校に行くのが楽しみだ	44.0	42.2
13	お酒落や可愛さのために小さなカバンを持つより大きなリュックを持ちたい	42.8	43.4
14	友達が使っているアプリを自分もダウンロードしたことがある	42.2	63.9
15	自分が面白いと思った動画を友達に見せたり、SNSにあげる	40.4	54.2
15	年上の人と会話するのは正直避けたい	40.4	34.9
17	LINEの既読を付けずにメッセージを読む機能・アプリを使ったことがある	34.9	50.6
17	日常的に写真をよく撮る	34.9	60.2
19	友達に誕生日のサプライズをする	30.7	55.4
20	日常的に動画をよく撮る	30.1	36.1

『エピローグ』

株式会社マイナビ ティーンズ事業推進室

国内最大級の10代女子向け総合メディア。会員数は6万人。
原宿の竹下通りのエンターテインメントフードコート『JOL原宿』を活用した
プロモーションやイベントを開催しています。

また10代インフルエンサーと企業をマッチングさせるプラットフォーム
『SPIRIT TEENS (<https://spirit-teens.com/>) 』やBtoBオウンドメディア
『マイナビティーンズラボ (<https://teenslab.mynavi.jp/>) 』を運営。

株式会社ビデオリサーチ わかものラボ

ビデオリサーチひと研究所の若者研究チーム。若者に関するデータや実際の若者である大学生や若手社会人を中心に組織されたフィールドリサーチャーと協力し、いまの若者のリアルな姿を明らかにする研究を進めています。世の中を若者にとって、もっとワクワクするものにしたい。その想いを胸に、マーケティングに役立つ若者のインサイトを提供します。

プロジェクトメンバー 紹介

〈リーダー〉

宇都宮 広宣（マイナビ）

〈分析・レポートिंग〉

百瀬 賢太郎（マイナビ）

〈アドバイザー〉

石倉 裕大（ビデオリサーチ）

〈デザイン/イラスト〉

大坪 亜由美（マイナビ）
まやん (@oekaki.mayan)

〈PR〉

安倍 惇也（マイナビ）

〈SpecialThanks〉

佐藤ノア
神原 晃平（焚火堂）
マイナビティーンズ会員

【本レポートに関するお問い合わせ】

株式会社マイナビ ティーンズ事業推進室

Mail : teens-lab-info@mynavi.jp

TEL : 03-6438-9899

株式会社ビデオリサーチ わかものラボ

Mail : wakamonoinfo@videor.co.jp

