

### 令和 JK・保護者による「靴下トレンド調査」

<色>JK は“黒派”、保護者世代は“白派”が圧倒的

<長さ>こだわりの長さ 1位では、ルーズソックス世代の保護者は JK の約 2 倍に

『スタディサプリ進路』が高校生・保護者に“靴下のトレンド”に関するアンケートを実施

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、高校生と高校生の子どもがいる保護者を対象に“靴下のトレンド”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL: <https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220325000008/?vos=scrmt00020>

#### 令和 JK と保護者が選ぶ「靴下トレンド」の上位は、対照的な結果に！

女子高校生にとっての靴下は、制服や校則など制限がかかる中でも、個性を出したりおしゃれができるファッションポイントの一つ。現役女子高生と保護者に対して、こだわりポイントを色と長さに分けて聞くと、世代によって流行が全く異なる様子。女子高校生は黒、12cm のハイカット丈がそれぞれ 1 位、保護者世代は白、26～28cm の短めのハイソックスが 1 位。色は対照的、長さも高校生は保護者世代の約 2 分の 1 という結果となりました。

##### 女子高校生

順位	こだわりの靴下の色 TOP3	割合	順位	こだわりの靴下の長さ TOP3	割合
1	黒	43.3%	1	12cm / ハイカット丈	38.7%
2	ネイビー	25.3%	2	7cm / スニーカー丈	29.3%
3	白	18.0%	3	15cm / ショートソックス	11.7%

(単一回答/女子高校生 n=300)

##### 保護者

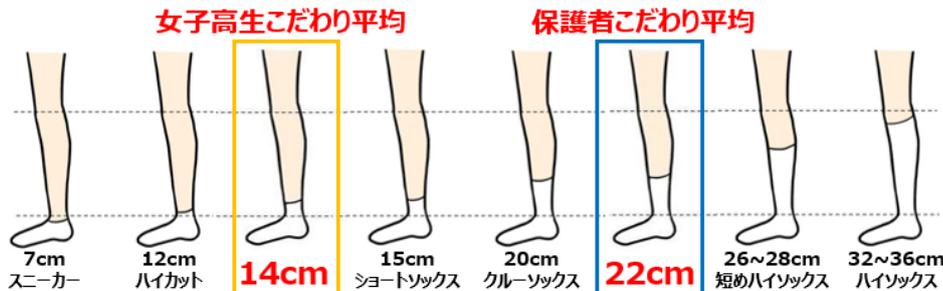
順位	こだわりの靴下の色 TOP3	割合	順位	こだわりの靴下の長さ TOP3	割合
1	白	75.0%	1	26~28cm / 短めのハイソックス	27.9%
2	ネイビー	13.2%	2	20cm / クルーソックス	25.0%
3	黒	7.4%	3	32~36cm / ハイソックス	14.7%

(単一回答/高校時代、靴下にこだわりのあった保護者 n=68)

#### 靴下の長さ平均は、女子高校生が“14cm”、保護者“22cm”

##### 90年代ルーズソックス流行のど真ん中の保護者世代が 8cm ロング！

約 2 倍の差があったこだわりの長さですが、平均値は女子高校生が「14cm」、保護者が「22cm」となりました。今回アンケートに回答した現役高校生の保護者の約 46%が 40 代と、半数近くがまさにルーズソックスが流行した 90 年代に高校生だったど真ん中の世代。こだわりの長さ TOP3 にルーズソックスがランクインしていなくても、全体的に長い物が流行していたことが分かります。



#### 編集長コメント

平成も令和も、女子高生が靴下の長さ求める共通点は「美脚効果」！  
ルーズソックスは「SNS 限定」でイベントありきが再流行のポイント



『スタディサプリ進路ブック』

編集長

仲井 美夏

(なかい みか)

高校生といえば「校則」というルールの中でいかにこだわりを出すかが制服ファッションの見どころ。今回は、マニアックなポイントではありますが、女子高生の流行が表れやすい「靴下」にフォーカスしました。

面白いことに、「こだわりの靴下の長さ」を見てみると、昭和・平成に JK 時代を過ごした保護者も令和 JK も、こだわる理由は共通して同じであることが分かりました。

まず、長さをざっくりと見ると、保護者は「ふくらはぎより上」が約 68%、一方令和 JK は「くるぶし周辺丈」が 68%と、明らかにトレンドが違うことが分かります。(※)しかし、保護者は、当時流行したミニスカートとのバランスが取れ、美脚効果を感じられる丈感を選び、令和 JK のフリーコメントからは、「くるぶしが出るか出ないか位の長さで足の一番細いところを出して、脚長効果と足細効果を狙っている」(高2/広島県)と保護者と同じく“スタイル良く見せる”ことにこだわりの。どんな時代も、JK は「美脚効果」が靴下選びの共通軸となっていました。

また、現役高校生の保護者といえば「ルーズソックス」が大流行した世代ですが、令和 JK にもその波がまた違った形で来ていることも判明。

令和 JK に「ルーズソックスの流行は戻ってきていますか？」と聞くと 51%が「流行している」と回答。(※)数字だけ見ると、街でルーズソックスを見かける頻度と若干かい離があるように感じます。しかし、その理由は「SNS 限定」というところにありました。令和の実態は、“普段から愛用する”のではなく、文化祭や修学旅行、テーマパークに遊びに行くなどイベント事の際には、写真を撮って SNS に投稿し、「平成ギャル気分」を楽しんでいるようです。(※) データは「#高校生なう」の記事を参照

### 【アンケート概要】

- 調査時期：①2022年3月3日（木）～2022年3月6日（日）  
②2022年2月25日（金）～2022年2月28日（月）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：①全国高校生女子（『スタディサプリ進路』の高校生エディター/公式LINE登録者）  
②高校生の子どもがいる保護者女性（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：①300件 ②312件

## ■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020年に50周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校3年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインナップを無料で提供しています。

（詳細：<https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010>）

## ■“スタサブ編集部”について

全国2500人以上の現役高校生からなる「スタサブ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Webサイト「#高校生なう」、年8回発行の雑誌「スタサブ進学マガジン」、アプリ「スタディサプリ for SCHOOL」、会員向けメールマガジン、各種SNSで配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は「#高校生なう」の下記URLにて公開中。

<URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220325000008/?vos=scrmot00020>>

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>