

＼現役高校生の流行語のルーツや浸透の過程も明らかに…！／

「終わった流行語ランキング2022」、1位「僕最強だから」「わっぴーわっぴー」 高校生が思う流行語の“賞味期限”は3ヵ月以内、“流行の発端”はTikTok！

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、スタディサプリ編集部の高中生エディター＆公式LINE登録者を対象に“流行語”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/20221017000002/?vos=scrmot00027>

■高校生が選ぶ「終わった流行語ランキング2022」TOP5

1位は、人気アニメのセリフ「僕最強だから」／アイドル発端の「わっぴーわっぴー」が同時ランクイン

毎年、さまざまな流行語が生まれては消えていきますが、「終わった流行語」を高校生に聞くと、2022年の1位はアニメの登場人物のセリフ「僕最強だから」、アイドルが発端の「わっぴーわっぴー」がランクイン。2021年の同ランキングTOP5を振り返ると、YouTuberやお笑い芸人が発端になったものが主でしたが、それらは高校生の予想通り“終わり”、ランキングも短サイクルで総入れ替えされる結果に。

<Q.もう使っていない言葉は？（複数回答/n=703）>

順位	「終わった流行語ランキング2022」TOP5	流行の発端
1	僕最強だから	アニメ
	わっぴーわっぴー	アイドル
3	もみあげ手裏剣	アイドル
4	動脈ピース	アイドル
5	美味しいヤミー	YouTuber

参考：昨年のアンケート結果

<Q.もう使っていない言葉は？（複数回答/n=500）>

順位	「完全に終わった流行語ランキング2021」TOP5	流行の発端
1	きまZ	YouTuber
2	おはようでやんす	YouTuber
3	おつかれサマンサ	アニメ
4	状態いいね	お笑い芸人
5	一切ない	YouTuber

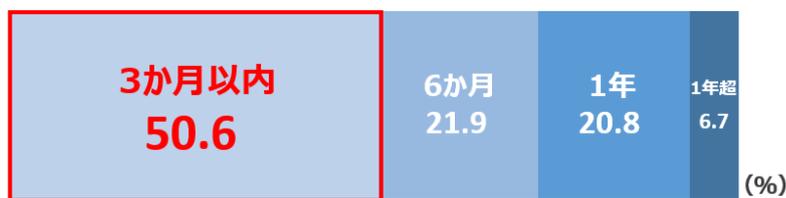
■流行語の“賞味期限”は3ヵ月以内が圧倒的。高校生の流行語は1年以内に入れ替わる感覚

1シーズンのアニメが発端となり、SNS上のインフルエンサーを通じて浸透していく流れが主流に

流行語の始まりと終わりは、肌感覚で判断されることが多いですが、高校生に流行語のいわゆる“賞味期限”を聞くと、3ヵ月以内が半数以上と圧倒的で、約9割が1年以内だと感じていることが判明。さらに流行語のルーツを聞くと、上位はSNSが占め、特に「TikTok」が7割超、またSNS以外では5位にアニメがランクインという結果に。

これらの期間と発端を見ていると、3ヵ月で1クールが終わるアニメの中のキーワードを、SNSを通じてインフルエンサーたちが発信していくことによって、高校生の中で流行語が生まれていると感じ取れます。

<Q.流行語の賞味期限は？（単一回答/n=703）>



<Q.多いと感じる流行語のルーツは？（複数回答/n=703）>

順位	「流行語のルーツ」TOP5	割合
1	TikTok	74.0%
2	Instagram	36.3%
3	YouTube	34.0%
4	Twitter	18.9%
5	アニメ	17.9%

■編集長コメント

入れ替わりサイクルの早い流行語を使いこなすのは、現役高校生でも大変!?
“大人が使い始めたら”、“若者文化と紹介されたら”が、流行終わりの合図に



『スタディサプリ進路』
編集長
仲井 美夏 (なかい みか)

もはや大人からすると、日常でどう使えば良いのか分からない「アーニャ、ピーナッツが好き」をはじめ個性豊かな言葉が流行した2022年。高校生の約半数が流行語の終わりは「3ヵ月以内」と感じている、そのサイクルの早さも印象的でした。

流行語は、同じカテゴリー内(アニメ/芸人/インフルエンサーetc)で、次の人気の言葉が生まれると衣替えのように入れ替わりがちですが、それとは別軸で流行の終わりに拍車をかけるのが、“大人が使い始めたら”、“テレビが使い始めたら”。“大人が使っているのを見てダサイ”と思い、私もそんな目で見られているのかと思うと使えなくなった(高3女子/愛媛県)、「テレビで若者文化と紹介されるころには旬が終わったなと思う」(高3女子/兵庫県)と、上の世代が使うことで「もしかしてダサイ?」と気づく。

実は、現役高校生たちも流行のサイクルが早いだけに目安が必要となっていて、流行の発信源であるインフルエンサーとSNSの“今っぽさ”と対極の“大人”や“テレビ”が使い始めたらダサイよね”を共通認識に、次の流行語へシフトしているようです。

【アンケート概要】

- 調査時期：①2022年9月19日（月）～2022年9月22日（木）
②2022年9月30日（金）～2022年10月2日（日）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国高校生男女
 - ①『スタディサプリ進路』の高校生エディター
 - ②『スタディサプリ進路』の高校生エディター／公式LINE登録者
- 有効回答数：①255件（男子50件、女子205件）②703件（男子211件、女子492件）
- 調査実施機関：株式会社リクルート

■『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ア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3,000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/20221017000002/?vos=scrmot00027>>

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、一人ひとり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、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。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、一人ひとり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/>