

**10代女子のhappyを研究する「プリキャンティーンズラボ」
「女子中高生のファッションとショッピングに関する調査」
～『パパのおさがり』を着たことある子が約3割にのぼることが判明！
ファッションアイテムの購入金額は1回あたり平均4,486円～**

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社（代表取締役社長：森 輝幸 以下、GMOメディア）が運営する、10代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ byGMO（<https://lab.prcm.jp/>）」は、「女子中高生のファッションとショッピングに関する調査」を発表いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ 女子中高生のファッションとショッピングに関する調査
- 調査対象 スマホを所有する女子中高生
- 調査期間 2018年12月11日～2019年1月9日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 596名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ byGMO

*本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても100%とならない場合がございます。

【調査サマリー】

- **女子中高生の7割超が「ファッションの流行が気になる」**
↳ 流行の情報源は「TV」が多く、「雑誌」は2018年比で8.8ポイント減少
- **ファッションアイテム1回あたりの購入金額、平均は4,486円**
↳ 購入頻度は「2,3ヶ月に一度」が最多
- **クーポンを活用すると答えた子は約7割！ショップの会員登録は「LINEの友達」が最も多い**
- **『パパのおさがり』は3割の子が「経験があり」と回答**

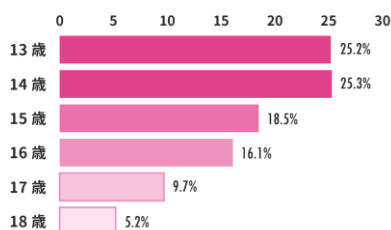
【調査結果】

■ **回答者の属性（図1～図3）**

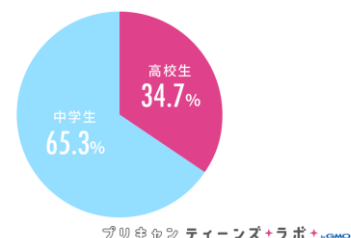
～13歳から16歳がボリュームゾーン、スマホのOSは「iOS」「Android」がほぼ同数～

回答者の年齢は13歳～16歳がボリュームゾーンとなり、うち「13歳（25.2%）」と「14歳（25.3%）」がそれぞれ4分の1ずつを占めました。属性別では「中学生（65.3%）」が「高校生（34.7%）」を上回っています。また、利用しているスマホのOSは「Android（48.5%）」「iOS（48.3%）」がほぼ同数となりました。

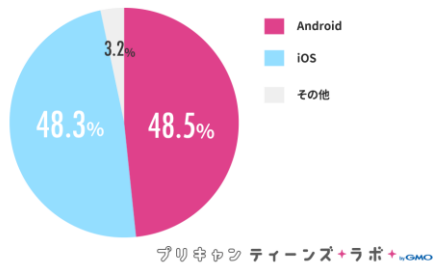
（図1）アンケート参加者の年齢分布 [N=596 単一回答]



（図2）アンケート参加者の属性 [N=596 単一回答]



(図3) 利用しているスマホのOS [N=596 単一回答]



■女子中高生の7割超が「ファッションの流行が気になる」(図4~図6)

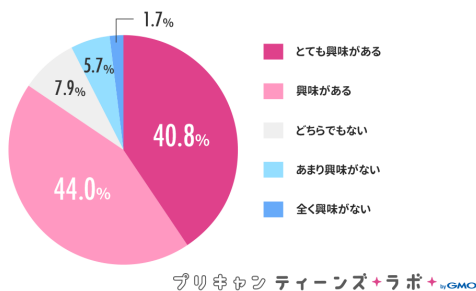
~流行の情報源は「TV」が多く、「雑誌」は2018年比で8.8ポイント減少~

女子中高生への関心度を把握するため、まず「ファッションに興味があるか」を尋ねたところ、「とても興味がある(40.8%)」と「興味がある(44.0%)」を合わせた8割超が「ファッションに興味がある(84.8%)」ことがわかりました。さらに「ファッションの流行は気になるか」という質問には、「すごく気になる(32.2%)」と「気になる(41.4%)」と回答した子を合わせた7割超(73.6%)の女子中高生が流行を気にしていることがわかりました。

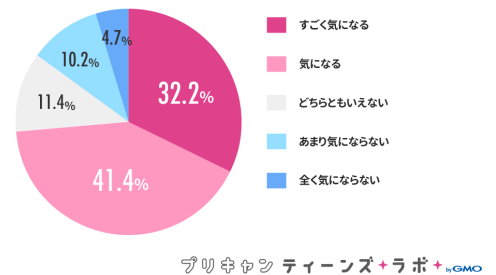
また、女子中高生が参考にする「ファッションの流行の情報源」については、2018年に実施した調査(※1)と比較してみると、最多が「TV(60.7%：前年比0.1ポイント増)」で、次いで「雑誌(54.2%：前年比8.8ポイント減)」「動画アプリ・動画サイト(41.1%：前年比1.2ポイント増)」となり、雑誌を参考にする子が特に減っていることがわかりました。

(※1) 2018年6月29日発表「10代女子のファッションとECに関する調査」

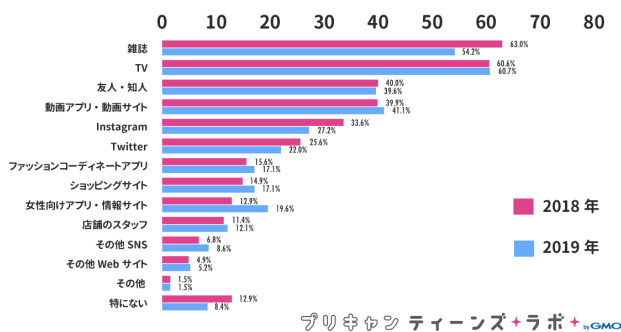
(図4) ファッションに興味があるか [N=596 単一回答]



(図5) ファッションの流行は気になるか [N=596 単一回答]



(図6) ファッションの流行の情報源 [N=596 複数回答]



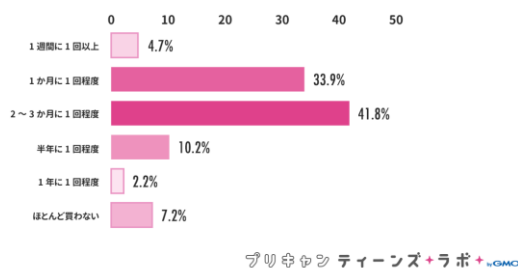
■ファッションアイテム 1 回あたりの購入金額、平均は 4,486 円 (図 7～図 8)

～購入頻度は「2～3 ヶ月に 1 度」～

続いて、女子中高生に「ファッションアイテムの購入頻度」を尋ねると、「2～3 ヶ月に 1 回程度 (41.8%)」が最多で 4 割超、次いで「1 ヶ月に 1 回程度 (33.9%)」が 3 割超という結果となりました。「2～3 ヶ月に 1 回程度」と「1 週間に 1 回以上」を合算すると、3 ヶ月に 1 回以上のペースでファッションアイテムを購入している子は 8 割超 (80.4%) に上ります。

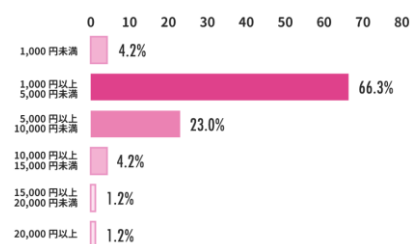
さらに、「ショッピング 1 回あたりのファッションアイテムの購入金額」については、「1,000 円以上 5,000 円未満 (66.3%)」が圧倒的に多く、次いで「5,000 円以上 10,000 円未満 (23.0%)」となりました。この調査から、「10,000 円未満 (93.5%、合算値)」が大多数で、ファッションアイテムの購入金額も 1 回あたりのショッピングで平均金額※「4,486 円」と、5,000 円を下回る事がわかりました。

(図 7) ファッションアイテムの購入頻度 [N=596 単一回答]



(図 8) 1 回あたりのショッピングでの

ファッションアイテムの購入金額 [N=596 単一回答]



平均
約 4,486 円

※平均金額は各選択肢の階級値を用いて算出。

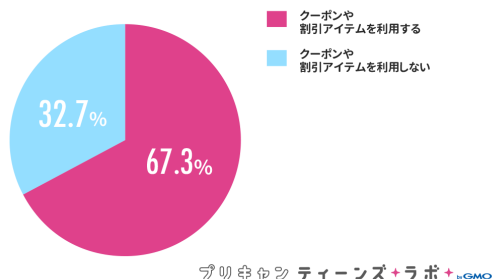
■クーポンの利用は約 7 割！ショップの会員登録は「LINE の友だち」が最も多い (図 9～図 10)

スマホ世代の女子中高生における、「お得なクーポンや割引アイテム」の活用の実態を把握するため、「クーポン・割引アイテムを利用するか」を尋ねました。結果、約 7 割 (67.3%) の子がクーポンや割引アイテムを利用していることがわかりました。

さらに、最近では割り引く代わりに店頭で「LINE の友だち登録」「Instagram の公式アカウントフォロー」「Twitter の公式アカウントフォロー」「メルマガ登録」を促す手法が定着してきていますが、女子中高生の対応を把握するため、「ファッションアイテムを購入する際に、店頭でこれらの登録を行うか」を尋ねました。その結果、「LINE の友だち登録をする (61.2%、合算値)」と答えた子は半数以上に上ったものの、それ以外については「登録しない」が 6～7 割という結果になりました。このことから、女子中高生には「LINE 友だち登録」が受け入れやすい様子がうかがえます。

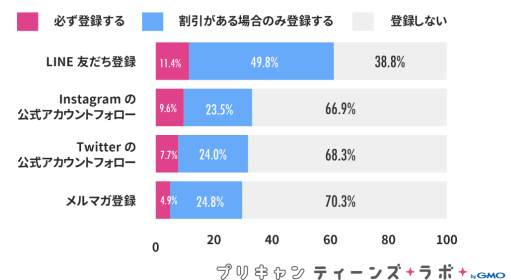
(図 9) クーポン・割引アイテムを利用するか

[N=596 単一回答]



(図 10) それぞれのサービスを登録するかどうか

[N=596 単一回答]



■ 『パパのおさがり』は3割の子が経験があると回答（図11～図12）

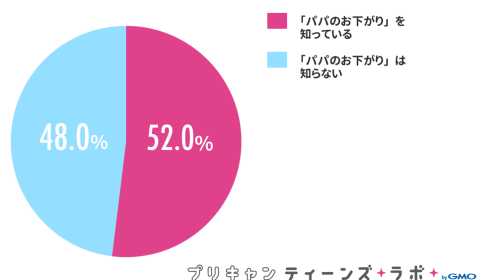
最近、InstagramをはじめとするSNSで、お父さんの着ていたファッションアイテムを身につけて撮影した写真を、『#パパのおさがり』というハッシュタグを付けて投稿する10代女子がいます。

そこで、女子中高生の間での「『パパのおさがり』の認知度」を探るべく質問したところ、過半数が「『パパのおさがり』を知っている（52.0%）」と回答しました。

さらに、「知っている」と答えた子に、「お父さんが着ていたファッションアイテムの着用経験」について尋ねたところ、「実際に着たことがある（29.7%）」と答えた子が3割近くに上ることがわかりました。

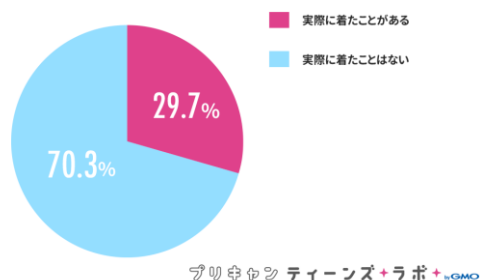
（図11）『パパのおさがり』の認知度

【N=596 単一回答】



（図12）お父さんが着ていたファッションアイテムの

着用経験【N=310 単一回答】



【「プリキャン byGMO」とは】（URL：<https://prcm.jp/>）

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しいhappyのかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャンQA」をはじめとする10代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015年3月からは、記事へのコメントやGOOD/BAD機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

【「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは】（URL：<https://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表するGMOメディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン byGMO」ユーザーの日常生活を研究していきます。

【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ byGMO」及び調査名称「女子中高生のファッションとショッピングに関する調査」とURL（<https://lab.prcm.jp/fashion-shopping/>）の併記をお願いいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 広報担当 森島
TEL：03-5456-2626 FAX：03-5459-6077
E-mail：pr@gmo.media

●GMOインターネット株式会社
グループ広報・IR部 石井
TEL：03-5456-2695 E-mail：pr@gmo.jp

【GMOメディア株式会社】（URL：<https://www.gmo.media/>）

会社名	GMOメディア株式会社（東証マザーズ 証券コード：6180）
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7億6,197万円

【GMO インターネット株式会社】 (URL : <https://www.gmo.jp/>)

会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード : 9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事 業 内 容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■仮想通貨事業
資 本 金	50 億円

Copyright (C) 2019 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.