

トンボ学生服が、「各世代」に聞きました！

制服は時代を映す鏡！？世代間の差に見る制服文化

制服に関する世代間の意識格差を探る調査結果を公開

明治9年に創業し、学校の制服や体育着を中心とした衣料品の製造販売を行ってきた株式会社トンボ（本社：岡山県岡山市北区厚生町二丁目2番9号 代表：近藤 知之）は、学生服ブランドが行う活動の一環として、世代間の制服に関する意識の違いを探る「学生服に関する意識調査」を実施いたしました。昨年度の親子間の意識格差を受け、今回は、世代ごとの「着用制服のタイプ」や「満足度」「着こなし」など、さまざまな角度から、制服に関する世代の意識を調査し、結果としてまとめました。

【調査概要】

- 調査手法：インターネット調査（2018年1月26日～28日）
- 調査対象：全国男女 2,000名（各世代男女各100名）

【調査結果ダイジェスト】

- 1：男女とも高校でブレザーが増加。制服の満足度は、女性より男性、中学より高校の方が高い。
 - －男性では『氷河期世代』を境に、ブレザーが増加！近年は、学ランも復活の兆し！
 - －女性では『バブル世代』『団塊ジュニア世代』で、制服の「気に入り度」が低い。
- 2：シニア層と若者は学校が好き!! 団塊ジュニアは学校が苦手だった!?
 - －制服の「気に入り度」と学校の「好き度」は、相関関係。
- 3：制服の着こなしは世相が反映!?! 「変形」☞「着崩し」☞「自分らしい多様な着こなし」へ
 - －「制服ユニバ」や「制服デイズニー」には、全世代が好意的！
- 4：「制服のイメージ」は、「青春」「統一感」「清楚」「朝の準備が楽」。
 - －世代によって、時代や世相を反映した特徴的なイメージも。

◆◆◆ 本件に関する報道関係者様のお問合せ先 ◆◆◆

『トンボ学生服による意識調査』PR事務局 担当：佐藤（070-3621-8689）右田（070-3667-4313）

TEL:06-6456-4960/FAX:06-6456-4961/Mail: osaka@materialpr.jp

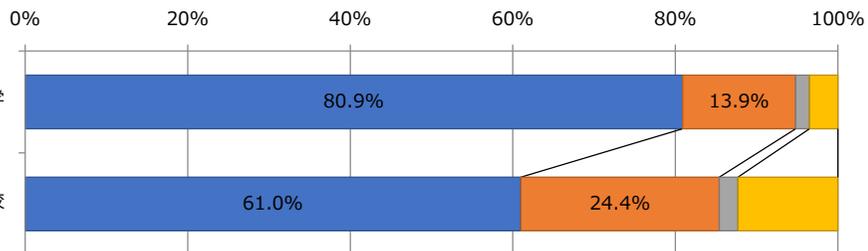
1 男女とも高校でブレザーが増加。制服の満足度は、女性より男性、中学より高校の方が高い。

着用している（していた）制服の種類を、性別で比較すると、男性では中高通じて「学ラン（詰襟）」が多いものの、高校では「ブレザー」が増加。女性では、「中学」と「高校」で着用タイプが逆転。高校では「ブレザー（65.8%）」が「セーラー服（21.5%）」の3倍の着用率となった。また、制服の「気に入り度」では、男性の方が高く、「高校」では7割以上が満足。男女ともに、中学より高校の方が満足度が高い結果となりました。

中学・高校時代に着ていた制服

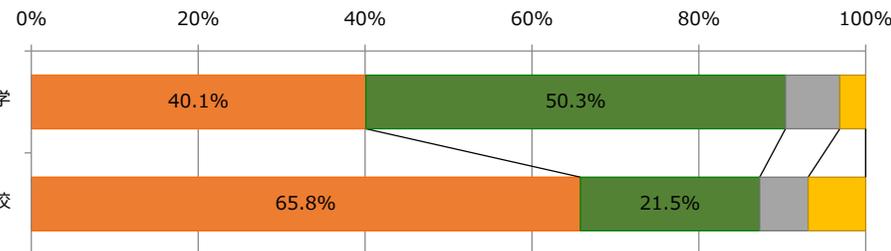
男性 (n=1,000)

■学ラン（詰襟） ■ブレザー ■その他 ■制服はない



女性 (n=1,000)

■ブレザー ■セーラー服 ■その他 ■制服はない



制服の気に入り度 (n=2,000)

※気に入り度 = 「気に入っていた」「やや気に入っていた」 合計

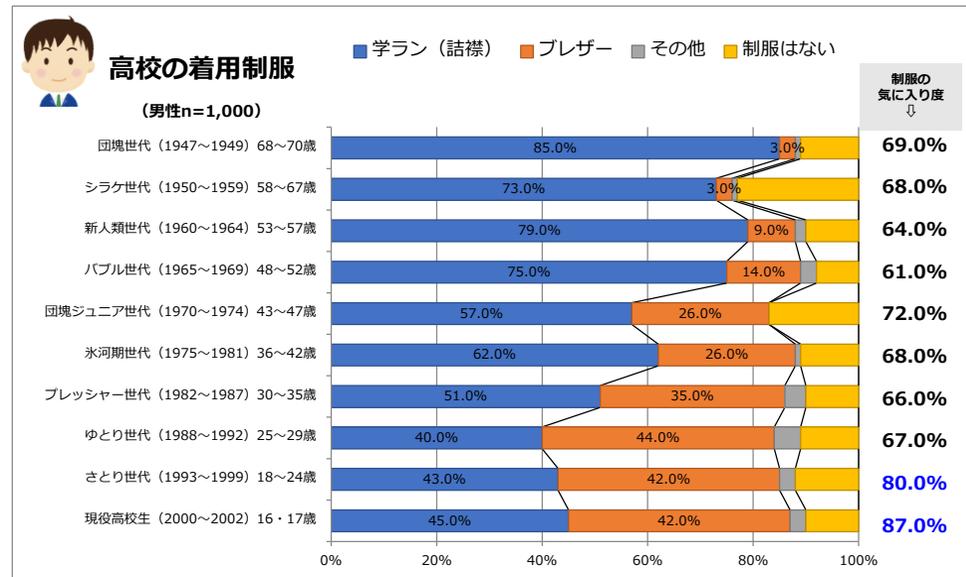
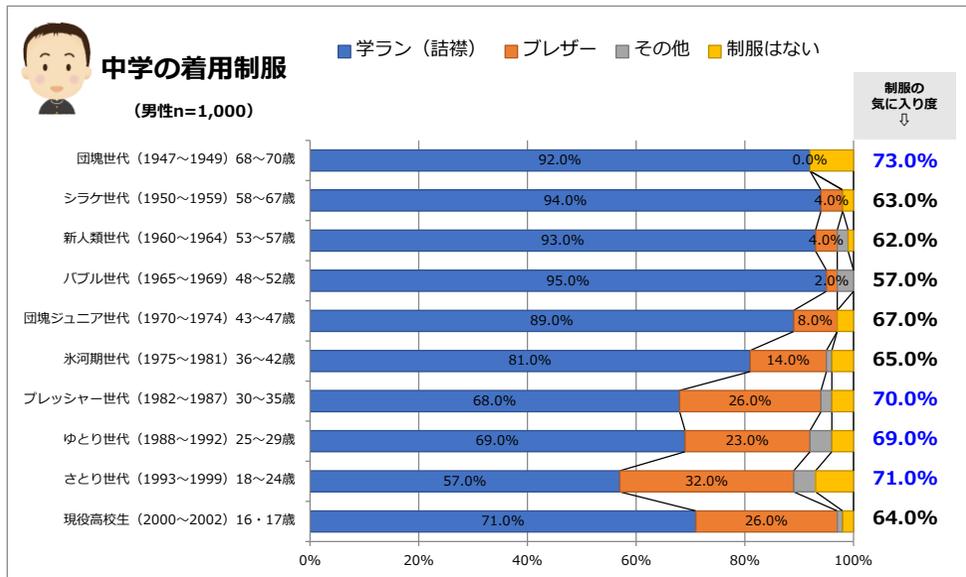
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%



【考察】

- ・中学より高校で「ブレザー」率が高い背景としては、ブレザーの方がよりその学校らしさ「S.I（スクールアイデンティティ）」を表現しやすい事、また高校の方が、「S.I」で差別化する必要性があり、「S.Iを反映した制服」を重視する傾向が高い事が窺えます。その結果、自分に合う「S.I（校風や制服）」を選んで進学している高校の方が「制服の気に入り度」にも反映されているようです。
- ・男性の方が制服に対する「気に入り度」が高いが、制服の気に入っている理由については、「シンプル」や「何となく」「楽しかった」などの意見が多く、制服には無頓着な事が窺えました。
- 一方、女性は「かわいさ」や「機能性」など制服に求める事が多く、こだわりが強い傾向が見受けられ、そのニーズを満たしていたかどうか、気に入り度に反映されていると考えられます。

男性の着用していた（している）制服の種類を、世代別で比較すると、いずれの世代も中学では「学ラン（詰襟）」が多く、高校では「ブレザー」が増加傾向。中高ともに『シラケ世代』以降、徐々に「ブレザー」率が高まるものの、『プレッシャー世代』から「ブレザー」率が大きく拡大。高校では『ゆとり世代』以降、約半数が「ブレザー」を着用。制服の「気に入り度」は、『バブル世代』が、やや低めなものの全体的に高く、特に若年層では「気に入り度」が高い。



世代別！中学の制服が満足・不満だった理由 (男性)

制服を気に入っていた『団塊の世代』では「みんなと一緒にだから」「当たり前だから」「兄弟が多かったので経済的に助かった」など、その時代ならではの回答が多く、『さとり世代』では「動きやすい」「デザインが好み」などの回答が目立った。

制服を気に入っていないかった『バブル世代』『新人類世代』では、「ブレザーが良かった」「動きづらい」「窮屈」「封建的」などの回答が多く、時代の変化に制服が対応していなかったことが伺えました。

世代別！高校の制服が満足・不満だった理由 (男性)

制服を気に入っている『現役高校生』『さとり世代』では、「着心地が良かった」「ブレザーだから」「着こなしが自由だった」「シンプルで好み」など、デザイン・機能性を気に入っている回答と自由な校則についての回答が目立った。

高校でも制服を気に入っていないかった『バブル世代』『新人類世代』は中学と同じく「動きづらい」「ださい」「堅苦しい」など、デザイン性・機能性ともに不満の声が目立ちました。

【考察】

制服は「学ラン」「セーラー服」が主流でしたが、1970年代、トンボが提唱した「S・I (スクール・アイデンティティ)」を機に、学校ごとのオリジナルデザインのブレザースタイルが広まり、『新人類世代』以降、「ブレザー」タイプが徐々に増加したと思われます。

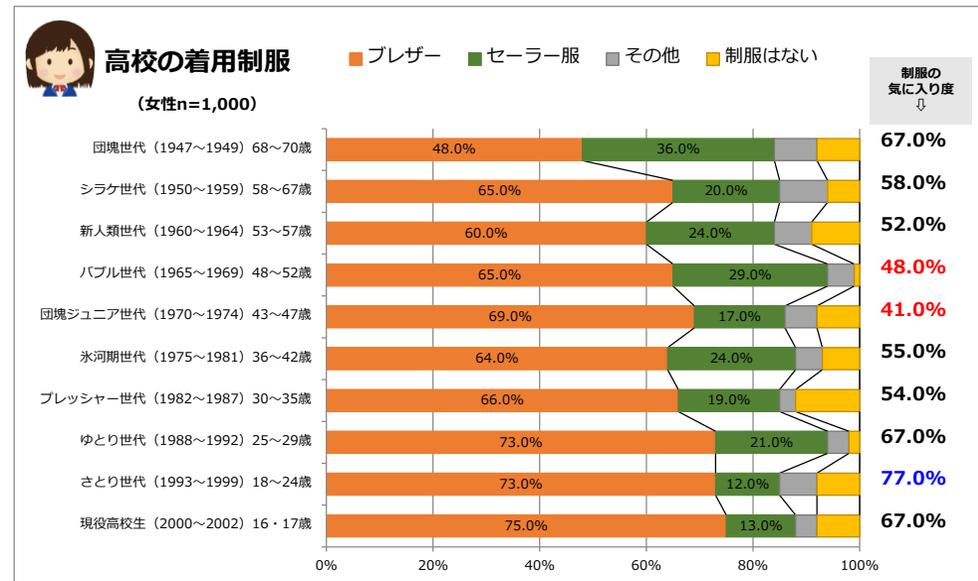
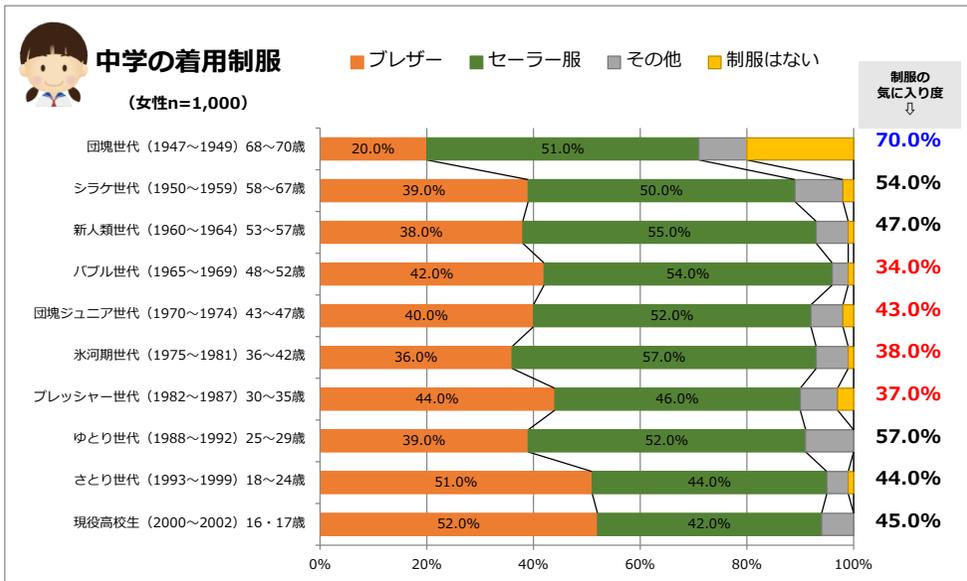
男性ならではの世代別の特徴として、「氷河期世代」を境にブレザー率が増加した背景には、「バブル世代」「団塊のジュニア世代」による「ボンタン」「短ラン」などといった変形制服、いわゆる「服装の乱れ」が問題視され、改造されにくい機能性のある「ブレザー」が学校に受け入れられたとも考えられます。

また、「現役高校生」で「学ラン」が増加しており、近年、紺・グレーなど新たな「学ラン (詰襟) タイプ」への需要が増していることから、今後は学ランの着用率が増加するかもしれません。

「学ラン (詰襟) タイプ」へのニーズは、「ブレザーの着崩し」への対応に加えて、「学ラン (詰襟) タイプ」が登場するアニメ人気なども背景として考えられます。

1 女性では『バブル世代』『団塊ジュニア世代』で、制服の「気に入り度」が低い。

女性の着用していた（している）制服の種類を世代別で比較すると、男性同様、中高ともに『シラケ世代』以降、年々ゆるやかに「ブレザー」率が増加。中学では『団塊世代』から「ゆとり世代」まで、「セーラー服」の方が多数だが、『さとり世代』からは逆転し、「ブレザー」派が多数となっている。高校では、全世代通じて「ブレザー」派が多く、『ゆとり世代』以降、着用率は7割を超え、制服の「気に入り度」も7割近くまで、高まる。制服の「気に入り度」は、特に中学の『バブル世代』から『プレッシャー世代』が全体的に低めで、全体としては中学より高校の方が「気に入り度」が高い傾向。



世代別！ 中学の制服が満足・不満だった理由 (女性)

制服を気に入っていた『団塊の世代』では、「セーラー服が可愛かった」とセーラー服を支持する回答が多く、また「そういうものだと思っていたから」など、団塊世代ならではの回答が目立った。制服を気に入っていなかった『バブル世代』は「夏は暑く、冬は寒かった」「重い」「ダサい」など機能性、デザイン性ともに不満が目立った。『氷河期世代』では改善されたおかげか、機能性に対する不満はなかったものの、「ダサい」「地味」など、デザインに対する不満が多く見受けられました。

世代別！ 高校の制服が満足・不満だった理由 (女性)

制服を気に入っていた『さとり世代』では、「可愛い」「アレンジが自在だった」「組合せが豊富だった」と本来のデザイン性と多様化した制服文化を気に入っている回答が目立ち、「楽に着ることができた」など機能性にも満足しているようだった。制服を気に入っていなかった『団塊ジュニア世代』では、「スカートが長かった」「ダサい」というデザイン性への不満に加え、「ネクタイを締めるのが面倒」「規則が厳しかった」と機能性と校風に対する不満も多く伺え、制服文化・時代背景どちらへも不満を持っていたことがわかりました。

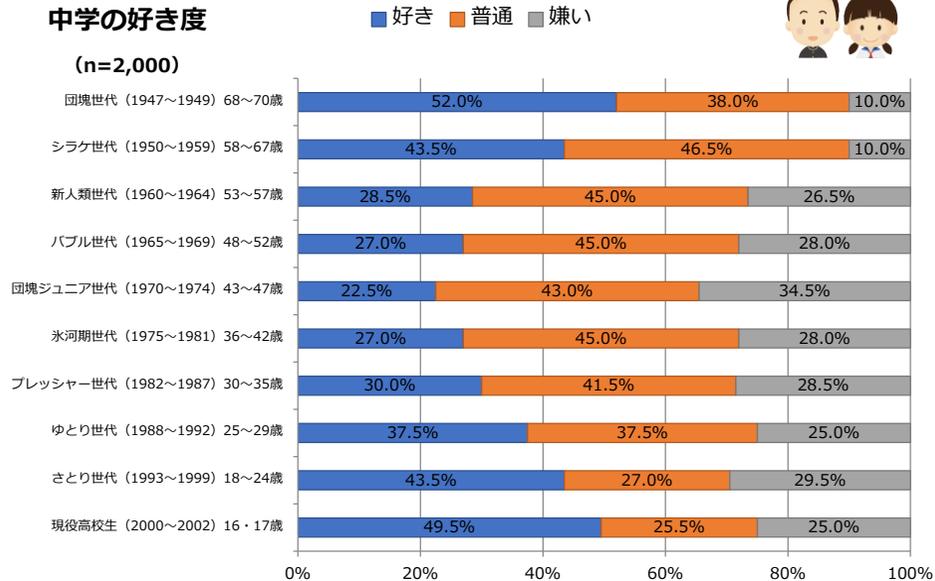
【考察】

シラケ世代の学生期にブレザーが急増したことから、男性に比べ、「S・I (スクール・アイデンティティ)」を機に変化した、学校ごとのオリジナルデザインのブレザースタイルの広がりが女性の制服に早く反映されたことが窺えました。また男性が、機能性を重視した回答が多いことに比べ、女性は制服に対する「こだわり」が強く、デザイン性・機能性ともに気に入る“基準”が高いようです。伝統校のセーラー服が人気、かつセーラー服が多い時代から、ブレザーが多い時代になり、ブレザー過渡期に入ったため、お気に入り度が低下した可能性も考えられますが、その後、時代と共に、多様性を重視した学校による制服に対する自由度が変化し、「一般的なブレザー」から「かわいいデザイン性と機能性のあるブレザー」へ進化を遂げた事で、満足度が向上したように見受けられます。

「学校の好き度」を世代別で比較すると、中学では『団塊世代』『シラケ世代』では「好き」が4割を超えているのに比べ、『新人類世代』～『氷河期世代』では2割台に落ち込む。高校でも、『新人類世代』～『氷河期世代』の「好き」は、他の世代に比べて低めで3割半ばとなっており、特に『団塊ジュニア世代』で低い傾向。『プレッシャー世代』から『さとり世代』『現役高校生』では、再び「好き」が増加し、『さとり世代』『現役高校生』では「好き」が「5割」を超えている。

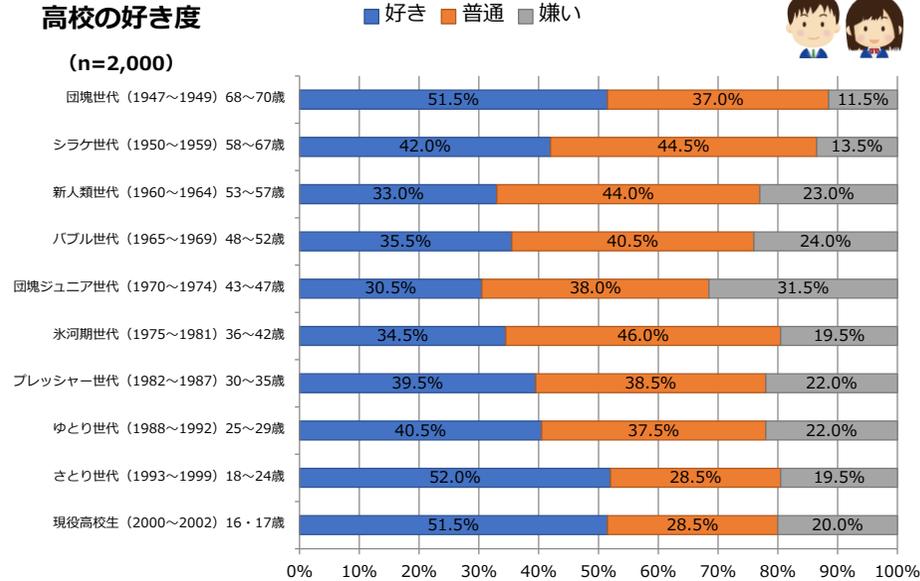
中学の好き度

(n=2,000)



高校の好き度

(n=2,000)



世代別！中学が好き・嫌いの理由

中学が好きだった人の割合が高い『団塊世代』では、「勉強が楽しかった」「部活が楽しかった」「成績が良かった」「友達が多く楽しかった」など活気にあふれていた当時代が伺えた。『現役世代』は単純に「楽しかった」という回答が多く、団塊世代の方が充実していた印象であった。

中学が嫌いだった人の割合が高い『団塊ジュニア世代』は「不良が多かった」「学校が荒れていた」「校則や勉強が厳しかった」「いじめが多かった」など、受験戦争が最も厳しかった世代ならではのとも言える回答が多く、『さとり世代』では、「つまらない」「自分に合っていない」という回答が目立ちました。

世代別！高校が好き・嫌いの理由

高校が好きだった人の割合が高い『現役世代』『さとり世代』では、「やりたいことができた」「気の合う友人が多かった」「部活や勉強が楽しかった」「校風が自分に合っていた」「自由さがちょうど良かった」という回答が多く見られ、自分に合った高校を選んでいるよう人が多いように伺えました。

高校が嫌いだった人の割合が多かったのは、ここでも『団塊ジュニア世代』で、高校では「先輩後輩の上下関係が厳しかった」「勉強が大変だった」「校則が厳しかった」などの回答が目立ちました。

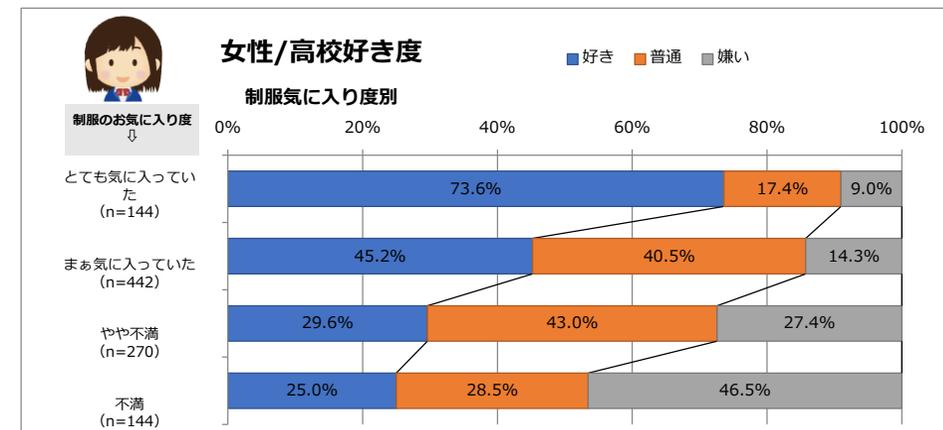
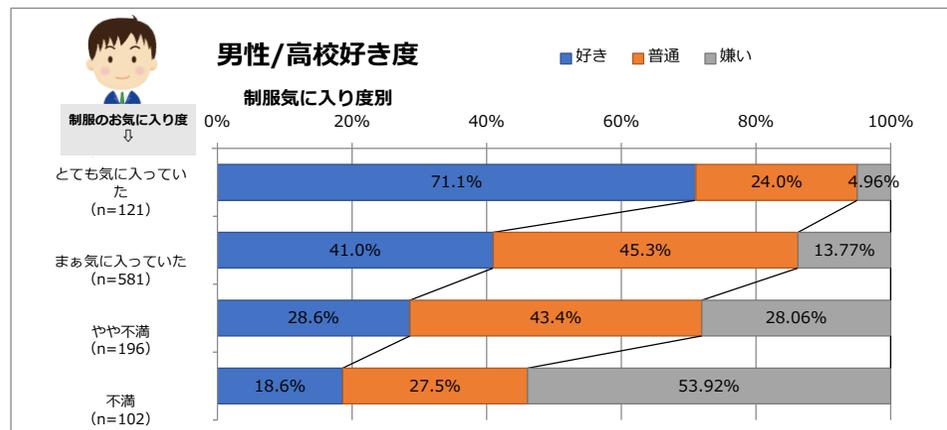
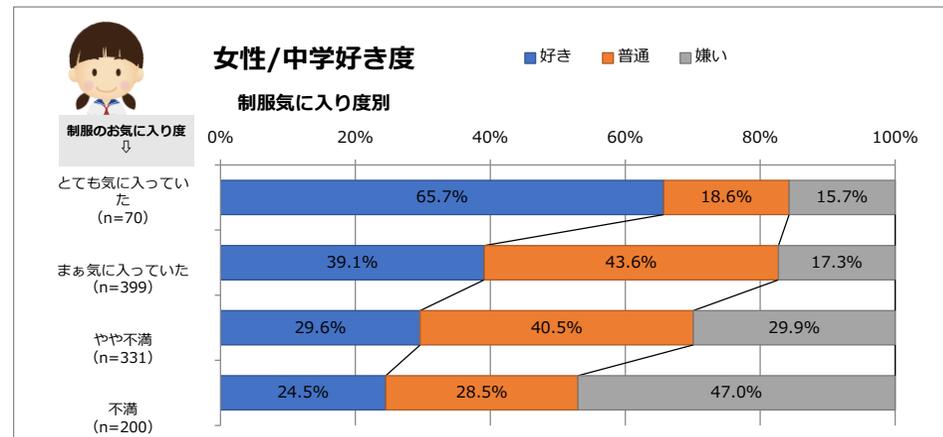
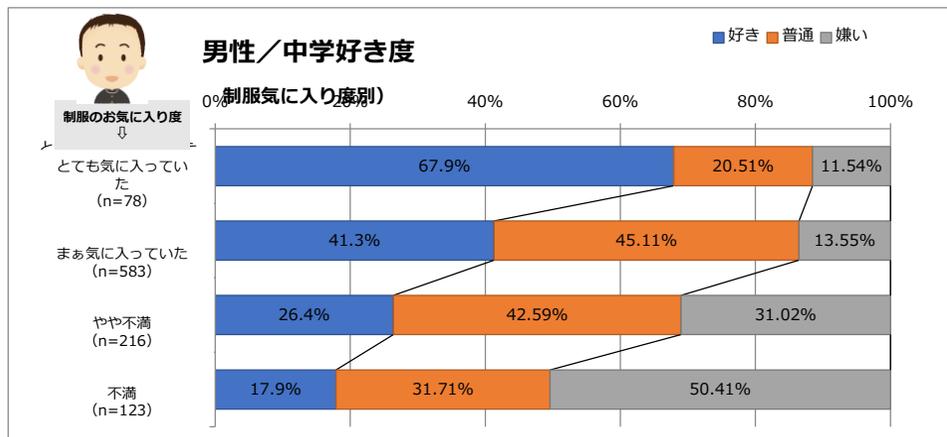
【考察】

中学・高校とも「好き度」が高いのは『団塊世代』。具体的な「楽しかった」が多く、活気に溢れた時代だったこと様子が窺える一方で、「学校が荒れていた」等の回答が多く、良くも悪くも活発だった世代だった事が推察されます。中学・高校ともに「嫌い」だった人が多かった『団塊ジュニア世代』は、第二次ベビーブームで、最も受験戦争が厳しかった時代であり、校風・人間関係・教育方針全ての規律が厳しかった時代であった事が回答からも見受けられました。

近年で特徴的なのは、中学と高校で、大きく「好き度」が分れた『さとり世代』。「欲が無い」「恋愛に興味が無い」「旅行に行かない」世代と言われ、合理性を重視する傾向があると見られているが、どの世代よりも“自身に合うかどうか”を一番に重要視し、高校選びに反映していることが、「好き度」の差に現れた様に思われます。

また多様な価値観に対応している学校が多くなったことも、『さとり世代』をはじめ、若年層で「好き」が増加傾向にある一因と考えられるのではないのでしょうか。

「学校の好き度」を「制服の気に入り度」別で比べると、男女・中高問わず、いずれも「制服を気に入っている」層ほど「学校が好き」と答えた人が多かった。特に高校では、「制服をととても気に入っていた」層で、「学校が好き」と回答した人は7割を超える。



【考察】

「制服の気に入り度」と「学校好き度」には相関関係が見られ、「制服を気に入っている人は、学校も好き」「学校を好きな人は、制服も気に入っている」という傾向が見られました。学校生活の満足度と制服とは強くイメージとして結びつくものであること。学校が、時代と学生の嗜好に対応していることが制服にも現れたこと。この2点が相関する理由なのではないかと考えられます。近年の制服作りから見ても、様々な視点で、その学校らしさ=「SI（スクール・アイデンティティ）」を大切にしている学校が増えてきたように感じます。

3 制服の着こなしは世相が反映!? 「変形」 → 「着崩し」 → 「自分らしい多様な着こなし」へ

「自分なりのこだわりで、制服を着こなしした経験」は、男性より女性の方が多く、特に『ゆとり世代』～『現役高校生』『氷河期世代』『新人類世代』で高い傾向。一方で「着こなし方」も、世相や時代を反映する形で、世代により特徴がみられた。

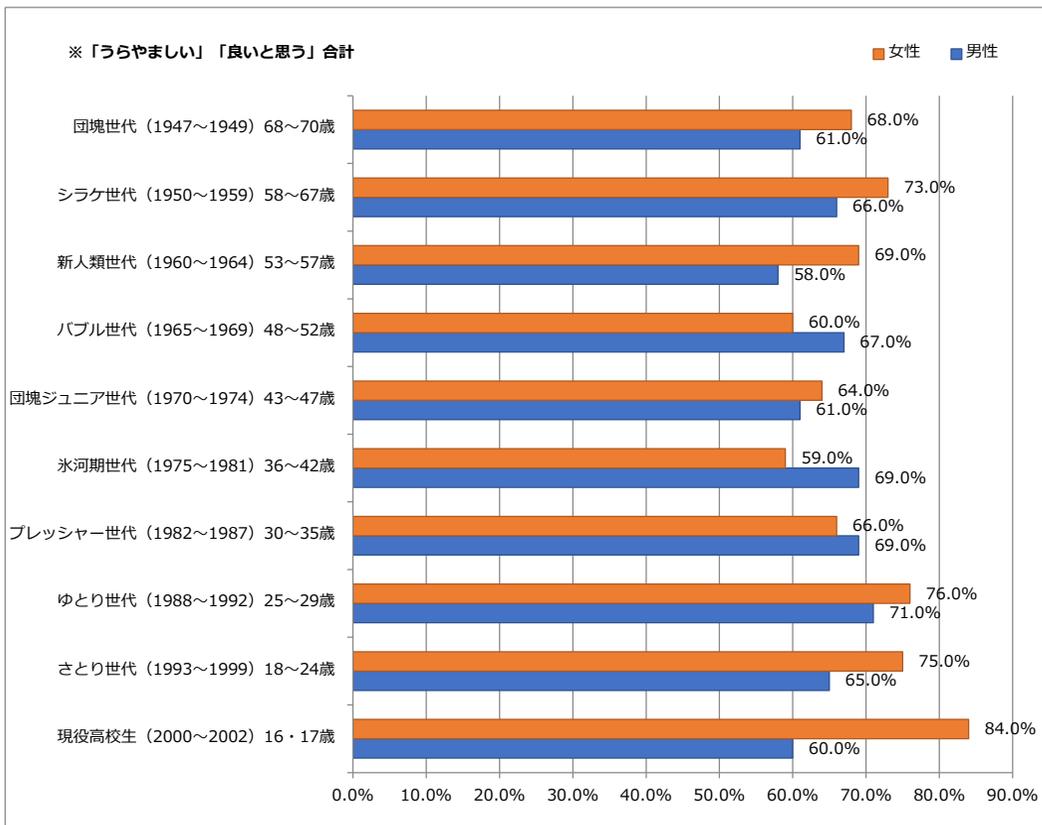


【考察】

「ルールを破る事がカッコいい」変形制服時代から、「流行を追う」着崩し時代を経て、「自分らしさ」「その制服らしさ」を大切にした「多様な」着こなしへ変化していることが、「着こなし方」の回答から見受けられました。またその時代に流行したドラマや漫画、アニメなども、制服の着こなしにダイレクトに影響を与えているようです。近年の「なんちゃって制服」の定着や「何かをプラスして楽しむ」着こなしは、サブウェイやスターバックス、携帯ケースなどの「ちょい足しカスタム」な世相とも通じ、「ルーズソックス」や「ロングスカート」などの一辺倒な流行から、「スカート丈と靴下のバランス」も多様化しており、「自分流」を重要視する現代世相が浮き彫りとなりました。

近年多い「制服ユニバ」や「制服ディズニー」に関しては、『現役高校生』では8割以上が「好意的」に考えており、『ゆとり世代』『さとり世代』でも7割を超える。男女別では、女性の方が肯定的な層が多いが、『バブル世代』～『氷河期世代』では、やや低めの結果となった。全世代平均では、7割近くが「好意的に」受け止めている。

Q.現役高校生がテーマパークに制服で行くことについてどう思うか？



参考資料：昨年度調査結果

トンボで2017年に実施した「制服写真」投稿キャンペーンでも、お揃いの制服でテーマパークを楽しむ写真が多く寄せられました。

学校制服写真投稿キャンペーン



【考察】

青春の思い出づくりとして「ほほえましく」みているのか、意外にも、全世代において好意的な回答となりました。

『現役高校生』では「男性」と「女性」で大きく差があり、女性は制服をオシャレと捉え、友達と揃える事で、テーマパークをより一層楽しんでいるのに対し、そもそも制服に女性ほど関心が高くない男性は、制服を揃えてテーマパークに行く事に、気恥ずかしさを伴うのかもしれない。

近年は、制服テーマパークに加え、体育着テーマパークや体育着フェスなども増加傾向にあり、「グループコーデができるオシャレ」として、制服を多様に楽しむ層が増えているようです。

制服に対するイメージでは、全体では「青春」がもっとも多く、「統一感」「清楚」「朝の準備が楽」と続いた。昨年に行った「親世代」「子供世代」と比較しても、「青春」が大きく台頭。男女別では、男性が「伝統」「日本の文化」[シンプル]という回答が目立ち、女性では、男性に比べても「青春」「清楚」「朝の準備が楽」が多く、また「若々しい」というイメージもランクイン。

全体 (n=2,000)		
1位	青春	30.1%
2位	統一感	24.4%
3位	清楚	18.2%
4位	朝の準備が楽	18.2%
5位	伝統	16.7%
6位	若々しい	15.8%
7位	日本の文化	14.9%
8位	キリッとする	12.2%
9位	シンプル	12.1%
10位	個性がない	11.4%

男性 (n=1,000)		
1位	青春	27.1%
2位	統一感	26.2%
3位	伝統	18.8%
4位	日本の文化	16.8%
5位	朝の準備が楽 シンプル	14.6% 14.6%

女性 (n=1,000)		
1位	青春	33.1%
2位	清楚	23.9%
3位	統一感	22.5%
4位	朝の準備が楽	21.7%
5位	若々しい	18.3%

参考資料：昨年度調査結果

親世代が選んだ
制服に対するイメージ

子供世代が選んだ
制服に対するイメージ

順位	イメージ	回数	順位	イメージ	回数
1位	清楚	271	1位	可愛い	203
2位	朝の準備が楽	202	2位	統一感	198
3位	青春	186	3位	朝の準備が楽	192
4位	統一感	184	4位	シンプル	184
5位	可愛い	168	5位	キリッとする	172
6位	シンプル	159	6位	清楚	171
7位	若々しい	140	7位	オシャレ	164
8位	知的	120	8位	伝統	137
9位	日本の文化	120	9位	青春	126
10位	オシャレ	108	10位	若々しい	117

【考察】

全世代共通して一番多かった制服のイメージは「青春」。昨年度は母親世代で3位、子供世代では9位でしたが、今年は「シラク世代」をのぞく、全世代で1位となりました。男女で比べると、女性は、より「青春」「清楚」「若々しい」イメージを強く持っており、また世代別では、若年層で「青春」イメージが強い傾向にあり、「若々しい」や「カワイイ」もランクインしていることから、インスタグラムをはじめとする SNSで、制服ダンスや制服テーマパークなど「制服で青春を謳歌している」姿を目にする機会が増えている事が影響しているかもしれません。

【世代別考察】※次ページ参照

『団塊の世代』は、活気のある集団世代らしく、他の世代にはない「キリッとする」が上位に。『新人類世代』では、唯一「個性がない」がランクインし、元祖サブカル世代とも言われる傾向が見受けられました。『団塊のジュニア世代』『氷河期世代』は、過ごしてきた教育や時代の厳しさ受け、古き良き「日本の伝統・文化」の象徴として制服を捉えているのもしれません。また、全世代1位の「青春」が『シラク世代』だけは4位になったほか、全世代に見られる「統一感」が『ゆとり世代』だけランクインしないなど、各世代、特徴が窺える結果となりましたが、全体として、「制服」は「学校生活」「青春」の象徴であり、「統一感」があって「清楚」な「日本の伝統・文化」だとイメージされているようです。

『団塊の世代』で「キリッとする」が高く、『新人類世代』で「は個性がない」もランクイン。『団塊のジュニア世代』『氷河期世代』で「日本の文化」が高く、『氷河期世代』～『さとり世代』では「若々しい」がランクイン。『プレッシャー世代』～『現役高校生』では、他の世代と比べても、特に「青春」「若々しい」のイメージが高い。昨年調査で子供世代に高かった「カワイイ」は、やはり『ゆとり世代』『さとり世代』の若年層で高く、「学ぶ雰囲気を作る」という『現役高校生』ならではの回答も見られた。



団塊の世代 (n=200) 70歳～68歳		
1位	青春	26.0%
2位	統一感	24.0%
3位	伝統	23.0%
4位	キリッとする	19.0%
5位	清楚	16.5%



シラク世代 (n=200) 67歳～58歳		
1位	統一感	33.0%
2位	清楚	20.0%
3位	伝統	19.0%
	朝の準備が楽	
4位	青春	18.5%



新人類世代 (n=200) 57歳～53歳		
1位	青春	28.0%
2位	統一感	24.5%
3位	清楚	22.5%
4位	若々しい	14.5%
	個性がない	
	伝統	



バブル世代 (n=200) 52歳～48歳		
1位	青春	27.0%
2位	統一感	22.5%
3位	伝統	19.5%
4位	朝の準備が楽	19.0%
5位	清楚	18.5%



団塊ジュニア世代 (n=200) 47歳～43歳		
1位	青春	29.0%
2位	統一感	21.5%
3位	伝統	20.5%
4位	日本の文化	20.0%
5位	清楚	18.5%



氷河期世代 (n=200) 42歳～36歳		
1位	青春	25.0%
2位	統一感	24.5%
3位	日本の文化	22.5%
4位	朝の準備が楽	21.0%
5位	若々しい	20.0%



プレッシャー世代 (n=200) 35歳～30歳		
1位	青春	34.5%
2位	統一感	28.0%
3位	若々しい	23.5%
4位	清楚	18.0%
5位	朝の準備が楽	18.0%



ゆとり世代 (n=200) 29歳～25歳		
1位	青春	37.5%
2位	朝の準備が楽	18.0%
	若々しい	
3位	カワイイ	16.5%
4位	伝統	16.0%



さとり世代 (n=200) 24歳～18歳		
1位	青春	38.5%
2位	統一感	24.5%
3位	朝の準備が楽	21.5%
4位	若々しい	17.5%
5位	カワイイ	17.0%



現役高校生 (n=200) 17歳・16歳		
1位	青春	37.0%
2位	統一感	25.5%
3位	清楚	22.5%
4位	朝の準備が楽	19.0%
5位	学ぶ雰囲気をつくる	15.0%

【総論】

今回の世代別の意識調査で、制服はその世代・世相を反映し、
着用タイプも満足度も、またその着こなし方も、
時代とともに移り変わり、
その世代の思い出やイメージを形作るものである事が伺えました。

一方「学校の好き度」と「制服の気に入る度」の相関関係も見られ、
時代によって、制服の機能・デザインは多様化、進化しても、
「制服」は「学校生活」「青春」の象徴であり、
「統一感」があって「清楚」な「日本の伝統・文化」だと
イメージされているようです。

【トンボの制服作り】

学校制服は学生時代にしか着用できません。
友達や先輩、先生と関わり、学び、笑い、しゃべり、
部活や趣味にも思いきり打ち込む。
制服とともに過ごす毎日は、はつらつとまぶしく
輝く青春そのものです。

TOMBOWブランドの原点は、「生徒の成長を見守る」こと。
人と交わり、喜び、悲しみ、悩む、
そんなかけがえのない時を快適に後悔することなく
過ごして欲しいと私達は想っています。
いつの時代も「制服」も「学校」も好きになって、
思いっきり「青春」を楽しんでほしい。

そして、その想いをカタチにする時。
「制服文化」を守り、伝えていくという使命が生まれました。

「制服は美しい」からこそ「良い制服を正しく着る」
という精神を伝え、制服に関わるすべての方が満足し、
その学校に誇りをもって、学生生活を楽しんでもらえる
制服づくりを目指しています。

◇◆◇ 本件に関する報道関係者様のお問合せ先 ◇◆◇

『トンボ学生服による意識調査』PR事務局 担当：佐藤（070-3621-8689）右田（070-3667-4313）

[TEL:06-6456-4960](tel:06-6456-4960) / [FAX:06-6456-4961](tel:06-6456-4961) / Mail: osaka@materialpr.jp