

Press Release

2020年7月29日

トレンダーズ株式会社

現役女子高生のトレンド予測&東西ランキング発表

「NiziU」、「I-LAND」、「ツイステ」、「フィルターメイク」… ポイントは“SNS ミーム”を生むキャッチーさと素材力 流行スポット TOP5 はバーチャル空間!?

Z世代のトレンドやインサイトを分析するマーケティング研究機関「TT 総研 -Teens Trend 総研-」（ティーティー ソウケン）は、この度「現役女子高生の2020年下半期トレンド予測および2020年上半期トレンド」に関する調査をおこないました。

「ワンチーム」が流行語大賞を獲得したラグビーW杯など、スポーツを中心に明るい話題が多かった2019年下半期から一転、2020年上半期は新型コロナウイルスの感染拡大によって人々の生活やマインドが大きく変化しました。その影響は女子高校生たちにも及んでおり、この半年間ならではのトレンドが誕生しました。今回は、半期ごとに実施している東西別の女子高生トレンドに関する調査をおこない、過去3回の女子高生トレンド調査*の結果と比較した上で、2020年のトレンドを予測しました。

※第1回調査（2018年）女子高生トレンド・東西ランキング…<https://tt-soken.jp/article/778>

※第2回調査（2019年上半期）女子高生トレンド・東西ランキング…<https://tt-soken.jp/article/789>

※第3回調査（2019年下半期）女子高生トレンド・東西ランキング…<https://tt-soken.jp/article/916>

調査概要

- ・調査対象：15歳～19歳 事前調査で「高校生」と回答した関東地方および近畿地方在住の女性 303名
（関東地方：195名、近畿地方：108名）
- ・調査期間：2020年7月10日（金）～7月12日（日）
- ・調査方法：インターネット調査

◆2020 年下半期の女子高生トレンドキーワードを予測 & 選出～「人」部門～

2020 年の女子高生トレンドとなるキーワードを予測するにあたり、女子高生が予測する「2020 年下半期に流行しそうな人・アイテム」の中から特に注目すべきものを TT 総研で選出しました。

まず、「人」部門で選出したのは、アイドルグループの「NiziU」と「TOMORROW X TOGETHER」です。



「NiziU」は、後述する上半期トレンドでランクインしたオーディションプロジェクト「Nizi Project」から誕生した女性グループです。2020 年 6 月 30 日にプレデビューしたばかりで、今秋メジャーデビュー予定。公式 SNS を多角的に開設しており、Instagram141 万人・TikTok90 万人・YouTube90 万人・Twitter55 万人ものフォロワーが国内外から集まっています。また、プレデビュー曲「Make you happy」はミュージックビデオ公開からわずか 16 日間で 5000 万回再生を突破。曲の中でメンバーが躍る“縄跳びダンス”は「SNS ミーム」（ビジュアル型 SNS におけるインターネット・ミームのこと、TT 総研による造語）として流行し、TikTok での楽曲使用数は 4.8 万投稿にのぼります。

「TOMORROW X TOGETHER」は、略して「TXT」とも呼ばれ、人気グループ「防弾少年団（BTS）」の弟分として 2019 年 3 月にデビューした韓国の男性グループ。日本では 2020 年 1 月にデビューし、8 月には日本での 2nd シングルをリリース予定。Instagram では AR フィルターや IGTV などを積極的に活用しており、日本のファンコミュニティ「#moa と繋がりたい」はすでに 7.3 万投稿にのぼります。

次に、ジャニーズ Jr.の「Travis Japan」と関西ジャニーズ Jr.の「なにわ男子」を選出。デビュー前からジャニーズ Jr.として長く活動しているため、デビュー未定の段階ではありながらも、熱量の高いファンが急激に増加しています。Instagram 上のファンコミュニティ「#トラジャ担と繋がりたい」が 19 万投稿、「#なにわ男子担と繋がりたい」は 27 万投稿という熱狂ぶりです。

また、俳優では「杉野遥亮」さんに注目。これまでのトレンド調査でも、日本テレビ系ドラマの「あな番」こと「あなたの番です-反撃編-」ブームと Instagram での人気を重ね、2019 年下半期トレンドとしてランクインした「横浜流星」さんや、話題のドラマ「恋つづ（TBS テレビ系ドラマ「恋はつづくよどこまでも）」と LINE での人気相乗効果をもたらし、2020 年上半期トレンドにランクインした「佐藤健」さんなど、ドラマ+SNS によって注目を集めた俳優がいます。「杉野遥亮」さんも、現在、日本テレビ系で放送中の「ハケン品格」に出演しており、Twitter での人気とともに、下半期のトレンド俳優となるのか注目されます。

最後に、2020 年 4 月に結婚と妊娠を発表し話題となった現役高校生カップル「しゅんまや」です。「しゅんまや」は ABEMA「今日、好きになりました。」ハワイ編での共演をきっかけに交際をスタートし、2020 年 4 月に結婚と妊娠を発表、7 月に無事出産を終えました。家族となった 3 人の微笑ましい様子を Instagram で発信し、同世代の女子高生たちが応援しているという、新しいファミリー・インフルエンサーです。

2020 年下半期にトレンドとなるには、「独自性のある SNS 戦略」によって人気を加速させ続けることができるかどうかだと考えられます。

◆2020 年下半期の女子高生トレンドキーワードを予測&選出〜「アイテム」部門〜

次に、「アイテム」部門のトレンドとなりそうなキーワードを予測&選出しました。



まず、アプリゲームの「キメロワ」と「ツイステ」に注目。「キメロワ」は「鬼滅の刃 血風剣戟ロワイアル」の略称で、**2020 年中にリリース予定のアプリゲーム**。公式 Twitter には既に 19 万人のフォロワーがつくほど期待が寄せられています。「ツイステ」とは「ディズニー ツイステッドワンダーランド」のことで、**2020 年 3 月にリリースされたアプリゲーム**。公式 Twitter は 80 万フォロワーを超え、Instagram ではファンコミュニティ「#ツイステ好きさんと繋がりたい」が 2.8 万投稿と、早くも盛り上がりを見せています。リリース間もないゲームからこれだけの投稿が発生している理由として、「SNS ミーム」として楽しめるだけの**キャッチーさと素材力**が挙げられます。『黒執事』の作者である「枢やな」さんが、ディズニー作品から着想を得て描いたというキャラクターの素材力、思わず考察したくなるストーリーのキャッチーさが、その理由だと考えられます。また、中国コスメブランド「ZESEA」は本作の「概念コスメ」（配色やデザインが推しのイメージに当てはまるコスメのこと）であることによって話題となっており、これもある種の「SNS ミーム」といえそうです。

そして、「Nizi Project」に続くオーディションプロジェクトとして話題を集め始めている「I-LAND」。「I-LAND」は「BTS」や「TXT」が所属する「Big Hit Entertainment」と、「PRODUCE」シリーズを企画した「CJ ENM」によって共同開催されるオーディションプロジェクトです。2020 年 6 月 26 日、日本では ABEMA にて放送を開始。深夜放送に関わらず、Twitter では韓国トレンド 1 位、世界トレンド 7 位、日本トレンド 10 位を獲得するほどの盛り上がりを見せています。

メイク・コスメ関連では、「地雷メイク」に続くトレンドとして「フィルターメイク」、ブランドとしては「rom&nd」に注目です。2020 年上半期アイテム編において 8 位にランクインした「雲メイク」の他、「虹メイク」、「桜メイク」、「ハートチーク」、「顔面シール」など、「アプリのフィルター加工のようなメイク」＝「フィルターメイク」（TT 総研による造語）は「SNS ミーム」としてますます流行する兆しが。これに伴い、カラーアイライナーやラメマスカラといった派手なコスメの人气が予想されます。一方、マスクメイク需要も続く中で**マスク落ちしない最強ティントとして、韓国のコスメブランド「rom&nd」が支持を集めそうです**。韓国の YouTuber「민새롬（ミン・セロム）」さんが 2016 年に立ち上げたブランドで、2020 年上半期から動画で紹介する日本の YouTuber も増えはじめており、流行の予感です。

最後に、スイーツ分野としては、「豆花」（豆乳で作ったヘルシーな台湾スイーツ）をはじめとする「ヴィーガンスイーツ」に着目。外出機会の減少や、マスク着用機会の増加によってタピオカの飲み歩きやクレープの食べ歩きができないことや、ステイホーム期間を経て健康志向が高まっていることが要因となり、店内や持ち帰りでヴィーガンスイーツを食べることがトレンドになりそうです。また、7 月 21 日には「豆花」が食べられる台湾カフェ「春水堂」が京都に初進出。食べる前に透明色のシロップをかけるという「SNS ミーム」として機能するポイントを備えているため、特に西の女子高生の間でトレンド化しそうです。

いずれのアイテムも「SNS ミームとして楽しめるキャッチーさと素材力」があり、その有無が、2020 年下半期に女子高生の間でトレンドとなるポイントといえそうです。

◆2020年上半期の女子高生トレンド東西ランキング～アイテム編～

続いて、2020年の上半期トレンドを調査するとともに、過去の調査結果との比較分析をおこないました。

「2020年上半期に流行ったアイテム（フード、コスメ、エンタメなど）」については、**東西ともに1位「あつ森」（東80.5%・西89.8%）、2位「地雷メイク」（東45.6%・西55.6%）**という結果に。



1位の「あつ森」とは、任天堂が2020年3月に発売したNintendo Switch用のゲームソフト『あつまれ どうぶつの森』のこと。Nintendo Switch用のパッケージソフトとしては過去最高の売り上げとなる人気ぶり、発売から約3か月で国内累計500万本を突破しています。女子高生の間でも圧倒的な人気を集めた理由は大きく2つあります。

1点目は「**コロナ禍のバーチャル空間需要**」です。リア友（クラスメイトなどリアルで繋がっている友達のこと）とバーチャル空間で会う際に、あるいはオフ会（オタクコミュニティなどSNSで繋がっている友達と共通の趣味を楽しむ集会のこと）をバーチャル空間で開催する際に重宝されました。また、女子高生が支持するインフルエンサーの中には、誕生日会を「あつ森」上で開催し、ゲーム上でプレゼントを受け取るようなケースも多く見られました。

2点目に挙げられるのが、「**クリエイティブ欲求の充足需要**」です。「どうぶつの森」シリーズには「マイデザイン」という自分でデザインを作れる機能があります。前作の「とび森（とびだせ どうぶつの森）」の時点で既に、マイデザインをSNSに投稿することが可能でしたが、ここでは「デザイン情報」のみ。一方で「あつ森」では、「作者情報」も一枚絵で表示されます。**女子高生のクリエイティブ欲求が高まり、「買う映え」から「作る映え」へとシフトしている今日**。これまでひとり歩きしていたコンテンツが、「あつ森」では自分自身が「作者」としてコンテンツと一緒に拡散されるのです。その結果、Instagramでの投稿数は「#とび森」が4.2万投稿であるのに対し、「#あつ森」は48.2万投稿と10倍以上に。さらにTikTokでは「#あつ森」投稿の累計再生数はなんと12億回となっています。

また、**東の4位・西の5位にランクインした「ちゃちゃまる」**は「あつ森」で初登場したキャラクターです。「ちゃちゃまる」は「ぴえん」を象徴する絵文字を連想させるような、潤んだ目と困った表情である「ぴえん顔」の持ち主であることから人気キャラクターとなりました。TikTokでは「ちゃちゃまる」が登場する歌詞動画や面白動画、Instagramでは「ちゃちゃまる」の加工画像や「ちゃちゃまる」を模したカップケーキなど、様々な創作のネタとなり、「SNSミーム」として流行しました。

東西ともに2位となった「地雷メイク」は「**病みメイク**」とも呼ばれる、**赤いアイシャドウが印象的な「病みかわいい」メイク**です。前回、2020年トレンドとして予想していた「病み系トレンドの全方位化」が、上半期はメイク領域において最も盛り上がる結果となりました。もともと「地雷メイク」を日常的にしている女性は一定数いましたが、「藤田ニコル」さんがYouTubeで動画を公開して以降「地雷メイク」のハウツー動画が急増し、**これまで「地雷メイク」をしたことのない層が「SNSミーム」として楽しむことでトレンド化**しました。同じく、病み系トレンドとして予想していた「病み加工」は全体で7位（22.8%）、「チャイボーグ」も全体で9位（20.5%）にランクインしました。

東の3位「虹プロ」（45.1%）は、西では6位（25.9%）という結果に。「虹プロ（Nizi Projectの略）」は、ソニーミュージックと、韓国のJYPエンターテインメントによって共同開催されたオーディションプロジェクトです。2020年1月から6月にかけて、前半は

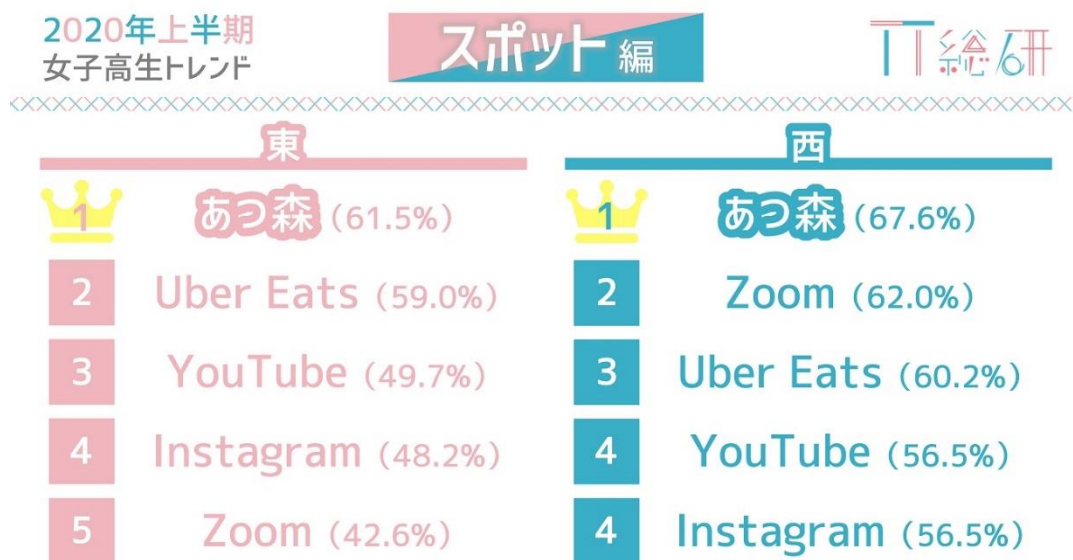
Hulu で配信され、後半は日本テレビ系の深夜枠で放送されました。同時に YouTube や日本テレビ系の「スッキリ」でも特集を展開。また、ファンによる SNS を活用した熱狂的な応援はもちろんのこと、プロデューサーである J.Y.Park さんの愛情あふれる表情や言葉が「SNS ミーム」化したことも「虹プロ」の話題化に繋がりました。下半期のトレンド予測でもピックアップしたように、「虹プロ」から結成された新グループ「NiziU」は下半期も引き続き大注目のトレンドです。

東の 5 位 (39.0%) ・西の 3 位 (54.6%) となった「恋つづ」は、TBS テレビ系列で 2020 年 1 月から 3 月にかけて放送されたドラマ「恋はつづくよどこまでも」のこと。毎週火曜日は「恋つづ」の関連ワードが Twitter でトレンド入りする盛り上がりでした。人気を後押ししたのは、ツンデレな恋人を演じた佐藤健さんによる公式 LINE と、双方向ライブ配信アプリ「SUGAR」での生電話です。日常的に恋人のようなメッセージを公式 LINE から送り、ドラマの放送 30 分前に「SUGAR」でテレビ電話をすることで、これらが「**SNS ミーム**」として拡散され、ヒロインへの共感を高める効果を生みました。

今回ランクインしたアイテムを過去のランキングと比較すると、「あつ森」のようにゲームがランクインしたのは「荒野行動」以来、「地雷メイク」のようにメイク関連の事象がランクインしたのは「ティント」以来。「恋つづ」は、「あな番」に続く女子高生の人気ドラマとなりました。テレビ番組やゲームだけでなく、メイクも「**SNS ミーム**」として楽しむことが共通の特徴となっています。

◆2020 年上半期の女子高生トレンド東西ランキング～スポット編～

「2020 年上半期に流行ったスポット」については、バーチャル空間がトップ 5 を占める結果となりました。コロナ禍で外出を自粛しているにもかかわらず、女子高生はネットを通じて外出している感覚を得ていたことがこの調査結果からうかがえます。



アイテム編で東西ともに 1 位となった「あつ森」はスポット編でも 1 位 (東 61.5%・西 67.6%)。コロナ禍のバーチャル空間需要とマッチしたことが要因として考えられます。特徴的なのが、**東の 2 位・西の 3 位となった「Uber Eats」 (東 59.0%・西 60.2%)**と、**東の 5 位・西の 2 位となった「Zoom」 (東 42.6%・西 62.0%)**です。外出自粛期間中、「Uber Eats」で友人と同じものを注文し、「Zoom」を繋いでバーチャルなフードコートで一緒に食事をする気分を味わうという、新たな楽しみ方が誕生。こうした女子高生たちによる「バーチャルでの空間づくり」がランキングを押し上げる要因となったようです。また、「Zoom」は友達や恋人と過ごす場所としてのみならず、高校の授業やホームルームの教室としても多く使われました。

そして**東の 3 位・西の 4 位に「YouTube」 (東 49.7%・西 56.5%)**、**東の 4 位・西の同率 4 位に「Instagram」 (東 48.2%・西 56.5%)**と、SNS も「場所」としてランクイン。4 月に TT 総研が実施した「10 代女性への新型コロナウイルスの影響」に関する調査^{*}でも、コロナ禍の生活において「増えた時間」として約 8 割が「SNS」と回答。内訳としては「YouTube を今まで以上に見るようになった」が約 8 割、「Instagram を今まで以上に見るようになった」が約 6 割でした。

^{*}「10 代女性への新型コロナウイルスの影響」に関する調査：<https://tt-soken.jp/article/992>

◆2020年上半期の女子高生トレンド東西ランキング～流行語編～

「2020年上半期に流行った言葉」については、「**ぴえん**」が**東西ともに1位（東85.6%・西85.2%）**に。これは2019年上半期から徐々に流行し、下半期終盤にかけて急激にトレンド化して東西2位にランクインした言葉で、この半年間でさらに人気を増して1位となりました。過去の調査では、**女子高生の流行語は半年周期で総入れ替え状態でしたが、「ぴえん」は1年間続いた流行語となりました**。「ぴえんクッキー」、「ぴえんゲーム」、「ぴえん系女子」、「ぴえん顔」、「ぴえんアイ」といった「SNSミーム」が続々と派生したことが特徴です。また、ネガティブな出来事をポジティブに転換する言葉であるため、コロナ禍の状況を乗り越える合言葉にもなりました。そして何より、うるんだ目で何かを訴えるような顔の「ぴえんを表す絵文字」と一緒に認知され愛用されていることが、息の長い流行語となった要因といえそうです。

流行語編もコロナの影響を大きく受け、**コロナ関連ワードがTOP10のうち半分を占めました**。これらの言葉に関して、6月にTT総研が実施した「外出自粛による10代女性とSNSへの影響」に関する調査※では、SNS投稿で「作る映え」を重視する理由として「**おうち時間を楽しむ工夫が必要だと思うから**」、「**ステイホームの呼びかけになるから**」といった前向き、かつ、社会貢献を意識した声が多く寄せられました。

※「外出自粛による10代女性とSNSへの影響」に関する調査：<https://tt-soken.jp/article/1003>

そして2019年下半期の東西1位「それなー」に続いて、**オタク用語からランクインしたのは東西ともに3位の「〇〇しか勝たん」（東69.7%・西72.2%）、東の4位・西の8位の「推しがしんどい」（東53.3%・西49.1%）**です。「しか勝たん」は推し（好きな有名人）をはじめ、好きなヒト・モノ・コトに対して使う言葉で、Twitterでは平均で1日に約1万ものツイートが。「推しがしんどい」は推しが好きすぎてしんどい状態を表し、「〇〇しか勝たん」と同じく「〇〇がしんどい」としても使われています。

2020年上半期 女子高生トレンド		流行語編		TT総研	
東			西		
1	ぴえん (85.6%)	1	ぴえん (85.2%)		
2	密です (82.6%)	2	密です (75.0%)		
3	〇〇しか勝たん (69.7%)	3	〇〇しか勝たん (72.2%)		
4	Stay Home (53.3%)	4	Stay Home (58.3%)		
4	推しがしんどい (53.3%)	5	自粛 (53.7%)		
6	自粛 (51.3%)	6	きゅんです (51.9%)		
7	きゅんです (44.6%)	7	おうち時間 (50.0%)		
8	濃厚接触 (44.1%)	8	推しがしんどい (49.1%)		
9	おうち時間 (43.6%)	9	濃厚接触 (45.4%)		
10	ぴえんこえてばおん (38.5%)	10	ぴえんこえてばおん (42.6%)		

◆2020 年上半期の女子高生トレンド東西ランキング～有名人編～

「2020 年上半期に話題となった人」については、2019 年下半期に引き続き、「Official 髭男dism」が東西ともに 1 位となりました（東 49.2%・西 53.7%）。アイテム編にランクインした「恋つづ」の主題歌である「I LOVE...」はオリコンのデジタルシングルランキングにて 17 週にわたって TOP 3 入りし、歌詞検索サイト『歌ネット』の 2020 年上半期アクセスランキングでは 1 位を獲得しました。

東西ともに 2 位の「フワちゃん」（東 42.1%・西 44.4%）、東の 6 位・西の 4 位の「佐藤健」さん（東 34.4%・西 42.6%）、東の 5 位・西の 8 位の「手越祐也」さん（東 36.4%・西 38.0%）に共通する特徴は、目が離せない SNS の使い方です。「フワちゃん」はテレビ出演した際に、SNS を活用していない芸能人とも自撮りをして投稿。「佐藤健」さんはアイテム編でも紹介したように、ドラマ「恋つづ」とリンクさせた没入感とリアルタイム感のある SNS 活用を繰り広げました。「手越祐也」さんは 2020 年 6 月 19 日、ジャニーズ事務所との契約を解除した当日に Twitter アカウントをスピード開設。2019 年下半期に俳優で唯一ランクインした「横浜流星」さんが Instagram を上手く活用していたのと同様に、女子高生人気には SNS の使い方が大きく影響していることがうかがえます。

そして、前回 2020 年トレンドとして予測していた「Snow Man」は東西ともに 3 位（東 39.5%・西 43.5%）、「SixTONES」は東で同率の 3 位・西の 5 位（東 39.5%・西 41.7%）にランクイン。両グループともに YouTube・Instagram・Weibo といった SNS を活用しています。



◆2020 年上半期の女子高生トレンド東西ランキング～アプリ編～

最後に「2020 年上半期に流行したアプリ」については、東西ともに「YouTube」が 1 位（東 58.5%・西 61.1%）となり、TT 総研が調査をはじめて以来、初めて 1 位が入れ替わる結果となりました。4 月に TT 総研が実施した調査※では、コロナ禍で「YouTube を今まで以上に見るようになった」と約 8 割が回答しています。こうした意識を反映するように、2018 年、2019 年下半期で 1 位だった「Instagram」と「TikTok」の利用状況に変化が現れたようです。

※「10 代女性への新型コロナウイルスの影響」に関する調査：<https://tt-soken.jp/article/992>

SNS 以外で唯一ランクインしたのが「Zoom」で、東の 2 位（53.3%）・西の 3 位（56.5%）という結果になりました。スポット編でもランクインした「Zoom」は、体験を共有する場所や登校できない期間の教室として重宝されました。そして、アプリ編にランクインしたことから分かるように、多くの女子高生が「Zoom」を PC ではなくスマホから利用していました。

2020年上半期
女子高生トレンド

アプリ編

TT総研

東		西	
1	YouTube (58.5%)	1	YouTube (61.1%)
2	Zoom (53.3%)	2	Instagram (60.2%)
3	Instagram (51.3%)	3	Zoom (56.5%)
4	Twitter (50.3%)	4	Twitter (52.8%)
5	TikTok (43.1%)	5	TikTok (51.9%)

※SNSでのUGC数やフォロワー数、再生回数は7月26日時点のものです。

※本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

- ・YouTubeは、Google LLCの商標です。
- ・Twitterは、Twitter,Inc.の商標または登録商標です。
- ・Instagramは、Instagram,Inc.の商標または登録商標です。
- ・HuluおよびHuluロゴはHulu,LLCの登録商標です。
- ・ABEMA及びABEMAロゴは株式会社ABEMAの商標です。
- ・LINEは、LINE株式会社の商標または登録商標です。
- ・Nintendo Switchは、任天堂の商標です。
- ・Zoomは、Zoom Video Communications, Inc.の商標または登録商標です。



とは…

TT総研は、Z世代のトレンドやインサイトを分析するマーケティング研究機関です。SNS分析、座談会、街頭調査、定量調査を定期的に実施し、Z世代マーケティングの支援を行っています。長年女性マーケティングに携わり、インフルエンサーマーケティングやマイクロマーケティングといった次世代型のソリューションを提供するトレンドーズならではの観点で、分析レポートを発信していきます。

■WEBサイト：<http://tt-soken.jp/>

お問い合わせ

TT総研（トレンドーズ株式会社） 担当：山口 夕依（やまぐち ゆい）

mail: tt_soken@trenders.co.jp