文化服装学院生に聞きました！

October 2026
FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD.

おしゃれZ世代のホンネ

グループインタビューレポート｜2026



FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026

調査の目的

本グループインタビューは、
文化服装学院ファッション流通科ファッションプロモーションコースのご協力のもと、
在学生＝“おしゃれZ世代”のファッションや生活、コミュニケーションの実態を把握し、
彼らを通して「トレンドの芽」を見つけるために企画しました。

本インタビューはコロナ禍の2021年にスタートし、今回が6回目となります。
2026年7月には、文化服装学院の在学生960名が回答した
WEBアンケートも実施し、レポートを作成しています。

本グループインタビューでは、個性豊かな学生たちの嗜好や行動を掘り下げ、
アンケートだけでは見えない動機やホンネを探りました。

おしゃれZ世代を知る一助として、このレポートをぜひお役立てください。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

調査概要

調査方法	グループインタビュー
調査対象	文化服装学院 ファッション流通科2年 ファッションプロモーションコースの在学生 ※留学生を含む 計4組25名（19～20歳:16名　21～24歳:5名 25歳以上:4名） GROUP01:7名　GROUP02:5名 GROUP03:6名　GROUP04:7名
調査日	2026年7月8日･10日
調査企画･実査	株式会社双葉通信社
協力	文化服装学院 ファッション流通科2年 ファッションプロモーションコース

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

STUDENTS

01



02



03



04



FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

COORDINATE SNAP



FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

INSIGHTS

インタビューから見えた6つの発見

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

01

AIに「好き」と「センス」は任せない。
旬な情報はAIよりインスタ

02

「アルチザン」に熱視線 ――
替えのきかないモノ・コトに、
価値がある

03

POP UPは「ハレの場」。
デザイナーやスタッフに認められたい

04

懐かしくて、新しい。
「tumblr時代」に注目

05

「欲しい！」には投資する。
そのために、賢く買う

06

SNS起点の「私物フリマ」が熱い。
個人のセンスが、新たなブランド接点に

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

INSIGHTS｜01–03

01　AIに「好き」と「センス」は任せない。旬な情報はAIよりインスタ

AIは、学校の課題や調べものに欠かせないツールとして使いこなしている。一方、服やギフトを選ぶときや、創作活動ではAIに頼らない。感度の高いファッション情報は、AIからは出にくいと感じているためだ。
何をAIに任せ、何を自分で決めるか、線引きがはっきりしている。その線引きには、自分たちのセンスへの自負もにじむ。

02　「アルチザン」に熱視線 ――替えのきかないモノ・コトに、価値がある

スマホやAIを使えば、写真も情報もすぐ手に入る。一方で学生たちは、時間や手間のかかるモノ・コトに惹かれている。なかでも「アルチザン」は、複数の学生から挙がったキーワード。量産品やAIでは置き換えられない職人技をリスペクトしている。日常では、あえてフィルムカメラや紙の日記帳も使う。フィルムの「エモさ」や、手書きの実感に「味」を感じている。

03　POP UPは「ハレの場」。デザイナーやスタッフに認められたい

インタビュー中、POP UPの話題が出ると、急に前のめりになる学生たち。
POP UPに行くときは「一軍の服」で気合いを入れ、憧れのデザイナーやショップスタッフに自分の存在を認めてもらいたい。服好き同士の交流や、作り手と直接話せることも大きな楽しみ。モノの購入だけでなく、ブランド側の「人」との相互交流が、POP UPに行く価値となっている。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

INSIGHTS｜04–06

04　懐かしくて、新しい。「tumblr時代」に注目

SNSや動画がきっかけで、過去の音楽・モノ・カルチャーが「今おもしろいもの」になっている。学生たちは親世代のヒット曲を聴き、小学生の頃流行った「スクイーズ」やキャラクターグッズを再び集めている。
注目は、2016年前後にアメリカのSNS「tumblr」で盛り上がったカルチャー。当時の音楽・ファッション・世界観が、日本にも波及し始めているようだ。
海外のSNSや報道でも、“2026 is the new 2016” というトレンドが登場している。

05　「欲しいモノ」には投資する。そのために、賢く買う

欲しいモノへの熱量は高く、支出の意欲もある。「ひとくせあるデザイン」に反応する一方、使える年数や修理の可否、リセールバリューなど、買った後の価値も見越して判断する。
買うときは購入先や価格、タイミングを比べ、お得な方法を選ぶことが習慣化。高額な買い物の前には、安い代替品で「お試し」することも。損しないための工夫が、欲しいモノへの投資を支えている。

06　SNS起点の「私物フリマ」が熱い。個人のセンスが、新たなブランド接点に

個人による私物フリマは、告知がインスタのストーリーだけの不定期開催でも、行列ができてすぐに売り切れる。目あては、売り手のセンスで選ばれたモノだ。
学生も出品側に回り、買い手と売り手の境目はなくなりつつある。
価格や検索ワードで探すフリマアプリと異なり、ここではセンスが人とモノをつなぐ。私物フリマは、新しいブランドと出会う場にもなり得ている。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

WHAT THEY LOVE

最近買ったお気に入りアイテムと、その購入理由
［インタビュー事前アンケートより。写真・コメントは学生提供］

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

SHOES｜定番への憧れ、好みの形、長く使える一足



adidas Superstar Vintage

購入先 atmos 新宿店

昔から愛されている定番モデルで、一足持っておきたかった。ヴィンテージらしい雰囲気とレザーの質感も好み。



Alden 9901

購入先 SHIPS アトレ恵比寿店

メンズドレスの仕事に就くので、長く履ける靴を一足持ちたかった。



BELTED MIDDLE ブーツ／LAGUA GEM

購入先 LAGUA GEM 新宿店

LAGUA GEMが好きで、普段からInstagramや公式アプリをチェック。新作を見て一目惚れした。



ASICS × KIKO KOSTADINOV／LYASA FF

購入先 ZOZOTOWN

TABIの靴が欲しかった。ASICSが好きで、KIKO KOSTADINOVとのコラボも気になっていた。



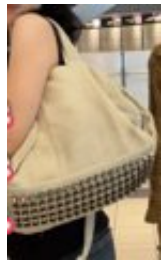
フラットシューズ／Balenciaga

購入先 メルカリ

ヒールのないフラットシューズを探していた。好みの形と値段のものをメルカリで見つけた。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

BAGS & APPAREL｜形・素材・ディテールの「ひとクセ」が買う理由に



バッグ／Alexander Wang

購入先　メルカリ

写真を見て「可愛すぎる」と思った。高くて迷ったが、ずっと頭から離れなかった。



リュック／Comme des Garçons Homme Plus

購入先　トレーディング ミュージアム・コム デ ギャルソン

学校の荷物が増えてリュックが欲しかった。毎日使えて、長く使えそうだった。



イルカのTee／高円寺「川」

購入先　高円寺「川」

イルカが好きで、イルカのアイテムを集めていた。店で見つけて一目惚れした。



D.W.W.W NOTCH PUFFY／dinoworks

購入先　PLOOF_TOKYO

青いシャツが欲しかった。襟がずれたデザインも好み。



junya watanabe 2006aw 再構築パンツ

購入先　kakko

ボンテージや再構築の雰囲気が好き。左右で太さが違う形にも惹かれた。



Omar Afridi CAROL TROUSERS

購入先　Omar Afridi 高輪店

ブラックデニムが欲しかった。ワイドなシルエットとコーティングした素材の光沢感が好み。



COTTON NAPOLEON ジャケット／LAGUA GEM

購入先　ZOZOTOWN

TikTokやInstagramで着ている人をよく見かけて、可愛いと思った。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

LIFESTYLE & CULTURE｜好きなものを、持つ・集める・飾る



香りのオーバル／Diptyque

購入先　ディプティック 渋谷店

部屋の湿気っぽいにおいが気になっていた。強すぎず、長く続く香りも好み。



お皿／薛沢ワシュ

購入先　ANGERS ravissant アトレ吉祥寺店

おつまみ用のお皿が欲しかった。素材と色の組み合わせが面白く、好きな青もきれいだった。



辛みそきん・ONICHA

購入先　セブンイレブン

HIKAKINを尊敬しているから。味とビジュアルも気に入った。



ENSUE（香水）

購入先　エストネーション六本木ヒルズ店

20歳になるので香水が欲しかった。POP UPで見たコンセプトやブランドの表現が印象に残った。



はなまるおばけ シークレットマスコット

購入先　サンリオピューロランド

好きなキャラクター、スクイーズ、ブラインド商品のわくわく感が全部そろっていた。



Petra Collins展 公式グッズ キーチェーン

購入先　대림(テリム)美術館

高1から好きで憧れているPetra Collinsの作品をいつも持ち歩きたかった。見ると落ち着くし励まされる。韓国での初展示を見に行った。



ぬいぐるみ

購入先　東京ディズニーシー

大きな耳のピンク色とふわふわ感が好み。店で目が合って、一度持ったら手放せなくなった。



CUTiE

購入先　rhythms & books

ヴィンテージ雑誌を集めていて、昔の雑誌のグラフィックデザインから刺激を受けている。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

TOOLS & MOBILITY｜「やりたいこと」を広げる道具が、お気に入りになる



MacBook Air

購入先　Apple

新しいPCが必要だった。Adobeソフトが使いやすく、イラストや動画制作がしやすい。



自撮り棒

購入先　3COINS新宿ルミネエスト店

動画を撮る機会があり、固定して撮影したかった。磁石で付けられるところも便利。



Kawasaki ゼファー1100

購入先　シイナモータース

周りにバイク乗りが多く、ずっと憧れていた。空冷4気筒の乾いた排気音も好き。「バイクを通して人生が変わりました」

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

HOW THEY LIVE

生活・遊び・創作のリアル

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

ハマるものは食から音楽まで幅広い。20歳前後で「整え願望」の芽生え

今ハマっていること

食・店

麻辣湯／油そば／パンチェッタ／ポンデケージョ／コーヒー／うどん／せいろ／パンづくり／喫茶店／ジャズ喫茶
アップルパイ目当てに名古屋の喫茶店で行列



名古屋の有名店、
ヴァンサンヌドゥ

見る・集める・調べる

海洋動物・イルカ／1970～80年代のプロダクトデザイン・グラフィックデザイン／カメラ／古着／アニメ／街にある変なもの／クラシック音楽／TOWA TEI／日本のアイドル／生成AIを使ったバイブコーディング

出かける・遊ぶ

ハイキング・山登り／四国旅行・海外旅行／映画／ライブ／展示／サウナ／カラオケ／スノーボード／バイクで行ける店を探す

この夏・これから

インターン／就職活動／運転免許・合宿免許

日常のひとこま

朝いちでiPadの「デジタルのウーパールーパー」に餌をやる

20歳前後で変わりはじめたこと

身体を整える

体力不足を感じてランニング
スマホの見すぎを意識してプランク
（※SNSで話題の体幹トレーニング）



環境を整える

20歳になったことをきっかけに、服で散らかりがちな部屋をきれいにしたい。

大人になるために意志とメンタルを整える

18～19歳の頃よりも、言いたいことを我慢せず伝えられるようになった。
社会に出るため、自分の気持ちを伝える時すぐ泣いてしまう癖を克服したい。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

「人を見に」街へ出る。街歩きそのものがエンタメ

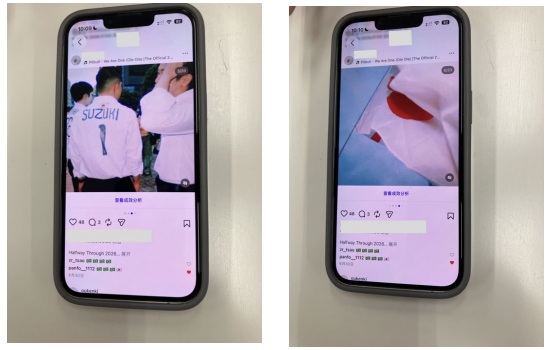
友達と「イケメンを噛みしめに」出かける

“ 友達と「イケメンを見に行こう」って原宿に行って、表参道や青山まで歩きました。
途中でお互いおすすめのセレクトショップや古着屋、展示を教え合って、2万歩くらい。
イケメンを見つけても喋りかけられないし、写真も撮れないので、結局「イケメンを噛みしめて終わる」んです。



街で気になったヒト・コトをフィルムカメラでスナップ

“ 街中で人のファッションとか、「こういうの持ってるんだ」とか観察します。気になったら声をかけて撮ることも多いです。スナップショットが好きで、フィルムカメラで撮ります。



サッカーW杯・日本戦の日に撮影（スマホ）

ファッションは「場」と一体化するための「装置」

“ 友達とマイケル・ジャクソンの映画を見るんですけど、「マイケル見るからドレスコードをレイヤードジャケットにしようか」って。こりゃ着るっしょ、みたいな。



FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

好きなモノ・コトを、撮る・創る・動かす

「ファッションの中の人」となり、企画、撮影、スタイリング、販売、発信まで手がける。
すでにビジネス視点も身に着けている。

同窓会報誌「すみれ会」の企画から撮影まで



“ 77回発行されている、歴史のある雑誌です。ブランドの方から衣装をお借りして。学校のモデルを使って撮影する予定があります。

ファッションビジネスアワードに挑戦。賞を逃した悔しさも糧にする

“ ファッションビジネスアワードで、私たちはエプロンを企画して、商品やアプリを作ってプレゼンしました。3か月くらいかけてみんなで頑張ったんですけど賞が取れなくて、悔しくて泣きました。みんな逃げたんですけど、「逃げるな」ってなって、何がダメだったか先生に聞こうって戻って、みんなで聞いて。学びにもなったし、楽しかったし、仲良くなったと思います。

ZINEのイベント企画に参加

友達が運営するZINE「Radical Tokyo」（日本のポップカルチャーを紹介するメディア）のポップアップに関わる予定。
撮影やスタイリングにも興味あり。

クリエイターと近い距離で、ブランドの現場に入る

MIKAGE SHINのコンセプトストアで、デザイナーと2人で販売を担当。

友人のアートとコラボ

自分のカメラと、友人のスプレーペイントを組み合わせた撮影を企画。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

思い出を、あえて手間のかかる形で残す

写真は、残したい「エモさ」でデバイスを選ぶ

デジカメ／フィルムカメラ／古いiPhone（5・6）

- “エモさ・なつかしさ”を出すため、あえて古い端末を使う。
- 光の入り方や粗い画質が、思い出をより”エモく”してくれる。
- お出かけ・カフェに行くときに使う。

“ フィルムカメラは雰囲気を持たせた写真を撮りたいとか、ちょっとエモい感じにしたい時に使います。

“ デジカメは画質が少し粗いから、顔のアラも目立たなくて、可愛く写るんです。

スマホ管理から、あえて紙に戻る

紙の日記／紙のスケジュール帳

“ 書いた方が頭に入る感じがあるし、自分やってんな、みたいな。1周回ってアナログに戻る感じ。結局それが一番しっくりくる。

自分のために残し、見返したい

自分用Vlog

イベントを撮って編集。SNSには出さず、自分の記録として保存。

20年前のデジカメ

実家から掘り出すと、自分が5歳の時の写真が残っていた。今はそのカメラで日常を撮る。

昔の雑誌

捨てずに残し、数年後に「当時何が好きだったか」を見返したい。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

SNSを通じて、過去のコンテンツが今の「好き」に変わる

SNSで、過去の曲と出会う





山下達郎／石川さゆり／槇原敬之／クラシック音楽

入口はSNS、TikTokのバズ、SoundCloudのリミックス、K-POPのサンプリング

“ 中国のSNSで石川さゆりを知って、ライブにも行きました。芸術的にすごくいいと感じました。

“ TikTokで「槇原ドリル」みたいなのが流行ったんです。『もう恋なんてしない』を、違うビートに乗せたようなもので。

“ K-POPのサンプリングから、元のクラシック曲をクレジットで調べました。そういう曲が跳ねてるんです。

子供時代の「好き」を、また集める・懐かしむ







メゾピアノ／エンジェルブルー・ナカムラくん／サンエックス／スクイーズのメロジョイ／子供時代に食べたお菓子／卒業した小学校の展覧会に毎年行く

“ 小学校の時にすごく流行ったスクイーズを、家から引っ張り出した。／ 違う感じのを新しく買いました。小学校の時はただの低反発のパンだったけど、今のは袋入りで、その上から触るのが流行ってます。「袋に満ちるメロジョイ」。癒される。

2016年前後のカルチャーに再注目 ―― tumblr全盛期の音楽・ファッション・世界観

スキニーデニム／Justin Bieber／Charli XCX／宇多田ヒカル／紫やピンクのサイバーカラー

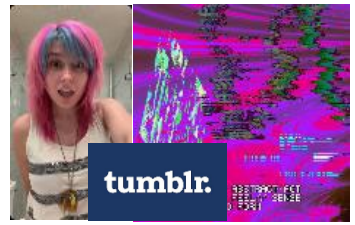
※宇多田ヒカルの大ヒットは90年代末だが、活動休止を経て2016年に再始動
※2016年当時、学生たちは小中学生

“ 2016年のカルチャーを感じる音楽、最近聞くことが多いです。宇多田ヒカルとか。

“ アメリカでは2016年のことを「tumblr時代」と言うんですけど、それが今日本、アジアに影響が来てて。ジャスティンビーバーとか昔のチャーリーXCXとか、その時代にめっちゃ流行った音楽。紫、ピンク系の色とか。







“ 懐かしいけど、新しい。どっちでもある。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

HOW THEY USE MEDIA & AI

SNS・動画・AIの使い分け

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

SNS・動画アプリは、目的と場面で使い分けている

探す

Instagram ／ Pinterest ／ RED(小紅書)

ブランド、ショップ、POP UP、スタイリング、
コーディネート、デザインを探す

確かめる

Threads ／ X

カフェの口コミ、ニュース、美容情報、人の本音、
アルバイトやカメラマン募集などの求人

“ Threadsはsmall talkが多い印象／40代くらいのおじさんおばさんがずっと喧嘩してる／Threadsはきれいな X。Xが汚すぎる

流す

YouTube ／ Podcast ／ TikTok ／ NETFLIX

朝の支度(歯磨き、メイク、ドライヤー)、食事・家事・
入浴中、就寝前などに「ながら視聴」
1人暮らしで「音が欲しい」から流す

“ TikTokずっと見てる。歯磨いてる時も洗面台にこうやってかけて。やばいよ。

むくえな／PKA／ひよごん／kemio／ルス・グアダルーペ／ジャルジャル／ジェラードン／ラランドの「声溜めラジオ」／ゲーム配信

無心に見る

TikTok ／ Instagramリール ／ YouTubeショート

通学中や夜など、短い時間に次々見る

発信する

Instagram｜日常や作品をまとめた「自己紹介」

コーデ／行った場所／普段の生活／制作した作品

きちんと見せたい意識が強く、こだわるほど
投稿しづらくなることも

TikTok｜服・コーデ・顔・雰囲気を気軽に出す

Instagramほど完成度を意識しない
「撮ってみた」感覚で投稿

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

Setlog vs BeReal ｜「思い出の残し方」と「つながりの範囲」が違う

Setlog｜近い相手とだけ「今」を共有、vlog人気が後押し

- 恋人・家族・親しい友人などごく近い相手とだけ近況交換できて気楽。
- 旅行や1日の記録を残す。
- 編集なしでvlog風の記録が残せるところがいい。
- 1時間に1回の撮影が面倒で、使わない学生も。

“ 遠距離恋愛の彼女と2人で1つのグループに入ってて。投稿を忘れちゃったら絶対怒られる。義務です。

“ 最近、ファッションに関心ない友達までvlog撮って投稿してる。Setlogは編集がいらない。1日頑張って1時間ごとにやろうと思えば、その日のvlogはできる。

BeReal｜離れる／続ける

- 一時のブームでつながりが広がってしまい、それが負担に。
- 通知が気になる、撮影が面倒、飽きたことで離脱。
- 過去の同じ日の投稿を振り返ったり、記録として連続投稿を続ける学生も。

“ BeRealは、流行った時に「繋ごうよ」って言われて、いわゆるヨッ友とも繋がっちゃってるから、あげるのも気にしちゃう。Setlogは身内でしかやらないからこそ、いい意味ですべてをあげれる。

“ 909日連続で投稿してて、1000は行きたい。目標って感じ。意地だね。

“「2年前の今日の投稿」が表示されるので、過去の投稿を見ると、ノスタルジックな気分になれます。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

スマホ依存を自覚し、自分で距離を取り直す

朝｜見ない／最低限の連絡だけ／見ちゃう

「朝は見ない・最低限」派

- 朝は時間がない（多数）
- SNSは見ずLINEなどメッセージだけ確認。
- Instagramなどを見るのは、電車内か学校に着いてから。
- 電車の混雑のため音楽だけ聴く学生も

「朝から見ちゃう」派

- 時間がなくても、起きてすぐInstagramやXを開く。
- スマホのブルーライトで目を覚ます。

> “ 朝一でインスタを開いちゃう。よくないなと分かってるんですけど、ブルーライトで目を覚ますんです。起きてすぐやるのは、とらわれちゃってるなって思います。

自覚と罪悪感｜見すぎ・比較疲れ

- 休日はTikTok、YouTube、飽きたらインスタのリール、通知確認をループ
- 「見すぎ」と分かっていても手が伸びる。
- TikTokを消しても、リールやショート動画を見てしまう。
- SNSのキラキラした投稿と自分を比べ、疲れてしまう。

> “ TikTok見てると萎えてきちゃう。まじ何してんだろうみたいな。もったいな、みたいな。

> “ 何か大変なことがあった時に、SNSにはキラキラしたものが映る。そういうものと自分を比べてしまうのも、要因の1つ。

距離を取る工夫｜通知OFF・スマホを離す・あえての単機能デバイス

- おやすみモードにする／アプリごと削除
- 友達といる時はSNSを見ず、投稿や編集は別れた後で。
- デジカメ、フィルムカメラ、ウォークマンなどの単機能デバイスは、一つのことしかできない不自由さ＋プロダクト自体の可愛さも好き。

> “ 地元の友達とスマホを宝箱みたいなところに入れて、公園で過ごしました。「SNS見すぎたから浄化しよう」って。

> “ デジカメで撮る理由は、カメラ機能しかないものや、音楽しか聴けない瞬間の不自由を大切にしたいからです。携帯を触りたくない時、ありません？

> “ ウォークマンは小さくて、画面にCDジャケットが出る感じが可愛いです。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

AIに「好き」と「センス」は任せない

AIを活用する

学校の課題や資料準備／検索しにくい疑問／煮詰まった時のお助け／翻訳／言い回しの案出し／ソフトの使い方調べ／家計簿やカレンダーアプリを自作

“ 単語として調べられるものはYahooとかで行けるけど、「これがこうでこうなるんだけど」みたいな答えが欲しい時はAI。

“ 頭を使えない時というか、『もうこれ以上考えられない』って時にAIを使います。課題で行き詰まった時や、日常で困った時とか。

“ 資料に使う画像やイラストはAIに用意してもらったりします。自分の作品にはあまり組み込みたくないけど、説明に必要なものには使います。

AIに任せない

服選び／ファッション情報探し／贈り物・モノ選び／創作活動

“ AIってInstagramやTikTokの動画までは介入できないじゃないですか。いい意味で、すごく最先端の情報は出にくい。だから服を調べる時は、よりフレッシュな情報が入ってくるInstagramで調べがちです。

“ 誕生日プレゼントとか、人にあげるものはAIにあまり相談しない。その人との関係性まで全部理解してくれるわけではないから。

“ グラフィックには組み込みたくない。だめ、だめ。

“ 文化に来るような服好きは、AIに服を任せないって。

「線引き」の基準

鮮度の高い最先端情報はSNSで探す

ファッションなどの最新・最先端情報は、AIでは出にくいと認識。

センス・関係性は自分で判断

作品・服・贈り物など、自分の「好き」や相手との関係性が関わる領域はAIに預けない。自分のセンスへの自負もある。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

WHO MOVES THEM

誰が興味・選択・行動を動かすのか

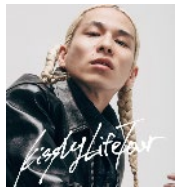
FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

「好きな人」が行動のきっかけになる

推す・足を運ぶ｜ライブ・イベント・店舗へ



P1Harmony・ギホに大課金
CD特典のトレカ、
限定アクスタキーホルダー（学生所有）



ラッパー・
AOTO



SHIROSE
（WHITE JAM）



格闘家・大井すず



ポムポムプリン
ピューロランド、大分
ハーモニーランドの
グリーティングへ

バリスタ・粕谷哲（PHILOCOFFEA）



“ 日本一のバリスタの手掛けるコーヒー屋に行って、新しいコーヒー買います。前々から淹れ方の動画を見ていて、その人が原宿、表参道で店を出してるって知った時から気になってました。

買う



エガちゃん（YouTuber）｜
美容知識・レビューを信頼

“ 自分でスキンケアを試してて成分にも詳しくて、レビューに説得力がある。Qoo10のメガ割でも、エガちゃんがおすすめするまで買わない。



HIKAKIN｜尊敬の思いから
「辛みそきん」「ONICHA」を購入

“ 僕19歳ですけど、HIKAKINさんはめっちゃ世代。子供の時から見てて、SEIKINとかPDS株式会社も全員尊敬してます。YouTuberという職業を確立させた、稼げるって分からせてくれた人たちなので。

クリークトーキョーの店員

“ 服はほぼ固定のお店（クリークトーキョー）でしか買わないので、そこの人に「これ買えよ」って言われたら、「はい」って買います。

やってみる

kemio｜言葉に共感して散歩に目覚める。



“ kemioが、散歩がすごくいいと言ってて。もともと散歩好きだったんですけど、「だよね」って共感して、やっぱり散歩は大事なんだと思いました。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

好きな人の服・髪・生き方まで追う。取り入れるかどうかは自分で決める



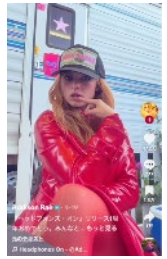
岡山天音（俳優）

“ 岡山天音さんはSNSをやってないので、記事をめっちゃ見ます。出演作品のスタイリングも見て、「これTOGAなんだ」とか、古着が好きだと知るとそのお店に行ってみようと思います。



在原みゆ紀（モデル）

“ REDで知りました。格好いいなと思って、写真集も買ったしPOP UPも行きます。中国でもけっこう有名で、アジアでも影響力があると思います。



アディソン・レイ（インフルエンサー・シンガー）

“もともとTikTokで有名だったけど、「センスがない」みたいなコメントも多かった。歌手を始めてからイメージやブランディングを全部変えて、すごくかっこよくなった。そこから好きになって、ライフスタイルも含めて尊敬しています。



MAIMAI（美容師）

高校時代から好きで
メイクや髪色をチェック



深水光太（モデル・クリエイター）

服を追い、ぶっちゃけ兄弟トークのPodcastも聴く



JURK（ファッション＆ヘアショップ）｜咲良・りよん

着ている服のタグから
ブランドをチェック

セレクトショップKAKKOのスタッフ

髪型やコーディネートをトータルで
ウォッチ

推しの着ている服を着る



TREASURE

“ 推しが着てた服をGoogle Lensで調べて、同じ服をライブに着て行きました。トロッコで近くに来た時に指差されて、認知された！って思いました。

全部をまねするわけではない



川西拓実（JO1）

“ 好きだけど、服は趣味が違うので買わないです。川西さんには似合うし、着たらかっこいいけど、私には似合わない。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

親・友達の『好き』が、自分の『好き』になる

親はいちばん身近なメンター

- 親の感性をすなおに信頼。服選びの判断基準を教わる。
- 音楽やカルチャーの好み、生活習慣を受け継ぐ。
- 親に誘われて”デート”もする。
- 服やアクセサリーを共有／もらう／あげる
    - 親から子へ→ KEENの靴、入学式のジャケットやバッグ
    - 子から親へ→ COMME des GARÇONS PLAY

“ 親はけっこうおしゃれで、例えば「その服はなしだわ」みたいに言われて、それでわりと正解不正解が分かってきた。

“ お母さんからはアクセサリーもらうし、お父さんと好みが合うんですよ。服も合うし、音楽も合うから、よくもらってます。

“ 親がいいって言ったものは、やっぱりいいと思う。親がBIGBANG好きで、僕もすごいハマりました。

“ 父がサザン好きで、車に乗るとよく流れてたんです。そこから自分でも聴くようになって、1年前くらいにライブも行きました。それからめっちゃ聴いてます。

“ 母が「白湯大事」っていう人で。ヨガもめっちゃやってたんです。それも今、習慣になってます。

友達から教わる／自分も伝道する

化粧品や麻辣湯―友達間で好きなものが広がる

“ 化粧品のことは全然わからないんです。塩揉み込んどけ系なので、友達が教えてくれるんです。それで前に化粧品を買いました。

“ 麻辣湯はパイオニアがいます。連れてってくれます。

友達から影響を受け、自分もバイクの楽しさを伝道する

“ 僕の影響でバイクの免許を取り始めた人が多いです。身近なだけで3、4人くらい。僕が乗っている姿を見て、いいなと思ってもらえる。インフルエンサーですね。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

WHAT MOVES THEM

好きな服・ブランド／何に価値を感じるか／気になるトレンド

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

ファッションへの高い熱量——　買えても買えなくても、「欲しい」「着てみたい」「もっと知りたい」

HOUGA｜強烈な憧れ

約30万円のドレスに強く惹かれ、「お金を得たら爆買いしたい」



Dokka Vivid｜試着で感動

業界向けプレスルーム「SPICE ROOM」でド派手な衣装を試着。最近いちばん感動した。



Maison Margiela｜2か国の展覧会へ

TABIをきっかけに興味が深まり、東京と中国の展覧会にも足を運んだ。



<マルジェラ展>

「アルチザン」が「キテる」—— オリジナリティと「真似できない職人技」に惹かれる

“ 手仕事とか、職人さんとか、アルチザンみたいな。流行ってる。キテる。

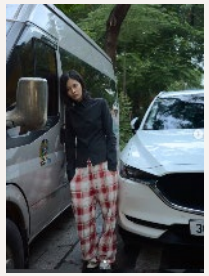
その作り手だけの背景・オリジナルなこだわりに惹かれる



Demna Gvasalia

自らの体験を服作りに生かすリアルさに惹かれる。

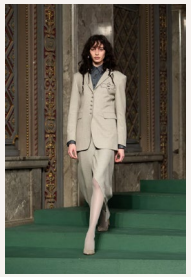
“ デムナー生好きです。デムナキッズ。オーバーサイズのシルエットから始まってバレンシアガ行って、幼少期の戦争体験とかデザインに入れてて。本当に自分の体験したことを服に生かせる人がいい。リアルじゃないですか。そういう人の服は欲しい。



RANDY

文化服装学院OBの相川龍之介がデザイナー。
流行に囚われず、街のディテールを服に落とし込むこだわりが好き。

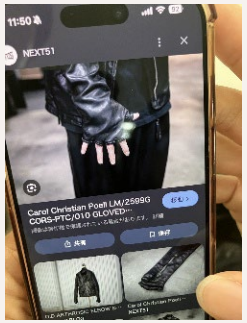
“ 買えないけど、ドンピシャのブランドのひとつ。



タナカダイスケ

展示会・取材でデザイナー本人から制作の理由やコンセプトを聞き、服の見方が変わった。

真似できない手仕事・技術に価値を感じる



Carol Christian Poell

ブランド古着のニセモノが増えているけど、レザーの作り込みは真似できない。



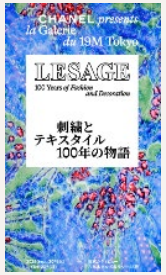
Omar Afridi

素材と加工に惹かれる。ちゃんとしたところで生産されたデニムに、さらにコーティングを施している。



ZIGGY CHEN

東西文化を融合したデザインや職人らしさ、昔の雰囲気に惹かれる。代官山のグラムトーキョーで取り扱い、店自体も職人らしさのあるブランドや家具を扱う。



CHANELの刺繍展

刺繍やツイードの手仕事を実際に見て、価格の理由と価値がわかった。



NORI ENOMOTO

デザイナー本人が一つ一つ作る動画を見ると、工場生産の商品以上に気になり、価値を感じる。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

POP UPは「ハレの場」。「一軍の服」で行き、認められたい

「一軍の服」で、存在を認めてもらう

- 「その時しかない」一回性が後押しになる。
- 初めてのPOP UPほど、お気に入りの「一軍の服」で装い、自信をもちたい。
- 憧れのデザイナーやショップスタッフに覚えられたい。印象を残したい。

“ 初めてならお気に入りで固めて。一番気合い入れて行きますね。知り合いじゃないから、なめられないようにしないと。「おっ」となる、ちょっと癖のあるやつを着ていこうと。「一軍の服」ですね。

“ テンションが上がるので、気持ちも上げて。「来ました」みたいなのが大事です。おしゃれして可愛い服を着たい。おしゃれな人も店員さんもいるので、気に入ってない服だと恥ずかしい。自信を持って行きたいです。

“ 覚えてもらえるし、その人のブランドの服を着てストーリーあげたら、それをまたあげてくれたり。やっぱり嬉しいです。憧れだから、嬉しい。

通って関係を深める

- POP UPに繰り返し足を運ぶことで、店やデザイナーとの距離が縮まる。
- 未公開情報や次のイベント情報が直接届く関係へ。

“ DOMICILE TOKYOは、海外や国内の最近キテるブランドのPOP UPをほぼ毎週金曜にやってて。インスタで見て行きます。デザイナーさんがいることもあって、話を聞けるのが楽しい。やっぱいろんな体験ができます。インスタも繋がってもらって、まだインスタに出ない情報とか、POP UP情報も教えて頂けることが多いです。



買わなくても、人との交流が楽しい

- 人と会う・話す・新しくつながることもPOP UPの楽しみ。
- 同じ熱量の人との交流機会になっている。

“ NUBIANの中国ブランドのPOP UPは、買っても買わなくても楽しいイベント。行くだけで友達になれて。知り合いとしゃべって、時間を過ごすのも楽しい。





FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

コレクション・SNS・EC・リアルな場から、次のトレンドをキャッチ

コレクションで捉えた変化

ファーづかい ／ 細身パンツ

ファーのルックが増え、パンツは細身へ。
パリコレやPRADAのコレクションから翌年のトレンドを予測。

韓国ファッションのトレンド

黒・グレーの無彩色

注目ブランド
OJOS／SANSAN GEAR／CHOJOE
HONKYO／COYSEIO／BOKUBOKU

情報源：MUSINSA／60%／韓国のおしゃれな友人



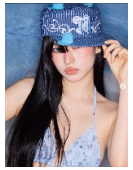
“ ドンピシャのブランドがCHOJOE（チョジュ）。

SNSで流行りの兆しを察知



ナポレオンジャケット

SNSで繰り返し見かけ、「流行っている」と感じた
→好きなLAGUA GEMで購入

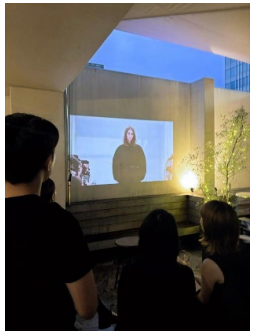


Pinterestで「可愛い子がだいたい着ている服」

→取扱店を探す

“ 日本じゃ買えないブランドがあって、海外のネット通販になるんですけど。セレクトショップの愛トーキョーで取り扱いが最近スタートして、見に行こうかなと。Pinterestで服を検索した時、だいたい可愛い子が着てるんです。

コレクションのパブリックビューイング「Open Runway」



スクリーンでショーを見るイベントを楽しむ。
主催者がパリでの体験をもとに企画

“ パリ・ファッションウィークのショーをカフェバーのスクリーンに映して、みんなで見るんです。すごい楽しくて、また行きたいです。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

HOW THEY BUY

投資基準／支出の優先順位／購入チャネル・購買行動

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

学ぶほど、経験するほど、「お金のかけどころ」が変わる

もの選びの視点が、少しずつ広がっている

- 高校時代 → SHEINなど価格優先
- 文化で学ぶ→ 授業でサステナブル・生産背景を意識。SHEIN離れ
- 現在 →
  - 東京で実物を見る機会が増え、「いい服」が分かってきた
  - 機能・素材・加工に目が向いてきた
  - 品質・デザインと価格のバランスを気にする
  - 購入アイテムの価格が上がる

“ バイクを買ってから、見た目より中身や機能で選ぶことが増えました。カメラは機能、服はデザインだけでなく素材を見るようになった。

“ FRONT11201は日本製で質がよく形がきれい。1枚約4,500円で手頃。Tシャツ・ロンTの8割がこのブランドです。



今のお金のかけどころ

お金をかける

外から見えるもの、毎日使うもの、長く使えるもの優先
靴／バッグ／ボトムス（パンツ・スカート）

お金を抑える

トップス／アクセサリー／小物／靴下
UNIQLO、古着、メルカリ、Taobao、TEMU、SHEINを使い分け

アイウェアは「毎日使う投資対象」

PRADA

4万円でも、度入りにできて毎日使える。
メガネっ子としては、忙しい朝もかけるだけで雰囲気を出せる。

American Optical

YouTube「僕らの別荘」でヴィンテージメガネを知り、形や、価格に見合う品質かを調べた。



CHARMANT

ヴィンテージサングラスを購入。鯖江の長く続くブランドで、高価でも素材がいい。値段が下がらない。

“ アイウェアも資産になる時代が来るんじゃないかって思ってて、それで買いました。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

長く使う・直す・売る。買った後の価値まで考える

生涯コストで見る｜Alden

元値21万円、割引で12万円。何十年も履けるなら、3万の
靴がすぐ雨でダメになるより、一生で見れば安い。



長く使える安心感｜CITIZEN

大井競馬場のフリマで1万円で購入。CITIZENという
信頼できるブランドなので、長く使えそう。

直せる構造で選ぶ｜Dr.Martens

マーチンはグッドイヤーウェルト製法。
ソール交換できる構造だから、直しながら一生大切にしたい。

リセール価値まで考える｜MASU

ポップコーンシャツを流行前に購入し、3万5千円で売った。
購入時からリセール価値を判断材料にしている。



「いい大人」への意識

上司など持ち物にこだわる大人が「かっこいい」。
値段をかけたものへの愛着や、「自分がどういう大人になりたいか」という意識が
芽生えた。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

「通い詰める派」と「一期一会派」。店との距離は、自分で決める

実店舗とECの割合は多様

- 高価なものは実物を見て店舗で買う。
- 割合は「ほぼ店舗」「ほぼメルカリ」「店舗4割・EC6割」など。
- 古着店やリサイクルショップには、月1で通う。

“ 高いものは、実物を見ないとちょっと買えない。

“ 今日着てる服も全部、古着やリサイクルショップで買いました。セカンドストリートとか、タンポポハウスが大好きです。

「巡回ルートをもち、通い詰める」派

- お気に入りの店を「巡回」し、新作を見に行く
- 決まった店で、店員の薦めに従って買う。

「巡回ルート」に入っているショップ

- LAGUA GEM（新宿）
- International Gallery BEAMS（原宿）
- BEAUTY&YOUTH UNITED ARROWS（原宿）
- DOMICILE TOKYO（原宿）
- LIFT（代官山）
- GULLAM（代官山）
- CLIQUE TOKYO（渋谷）
- KAKKO（下北沢）
- FIGURE（静岡）

“ インスタフォローして、新作が出て気になったら見に行く。買い物するときはとりあえず行っとこうかなって。巡回ルートにもう入ってます。あんまりECには行かない。

「決まった店はなく一期一会」派

- 決まった店に行くのも、店員に覚えられるのも好きではない。
- 一つのブランドを好きであり続けることがない。
- 出先で店を探し、出会いがあれば買う。

“ 出かけた先で、インスタとかでお店を探して、ふらっと入って、いいのがあったら買う。なかったらさようなら。一期一会です。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

高価な買い物ほど「試す・比べる・待つ」

試して失敗を避ける

- 高価なモノが欲しい時は、まずSHEINで似た形を「試し買い」。

“ SHEINで同じような形の安いやつを買って、しばらく使って「いいな」ってなったら、Gentle Monsterで似た形を買う。高い買い物をする時のワンクッションです。

- 服を試着したら、店の外に出て自然光で色を見る。
- 香水はトップノート／ミドルノートの時間変化を確かめたい。

“ お店は暗いところが多いし、外に出た時にまったく違う色だったら嫌だし。「ちょっと日光で見ていいですか」って見て、戻って「じゃあこれで」って。

購入先・タイミングを見極める

- 公式ECと通販サイトを比較し、割安な買い方を選ぶ。
- BUYMAなど海外通販は、関税や代理店マージンまで含めて判断。
- 現地購入も選択肢のうち。
- SSENSE／FARFETCHはセールを待つ。買わない時でも新作やスタイリングは見て楽しむ。

“（KIKOのコラボシューズは）ASICSオンラインでも買おうと思ったけど、ZOZOだとセールで10%オフとか1000円オフをやっていたので、そちらで買いました。

“ 好きな韓国ブランドはセレクトショップだと高いのが嫌で、現地に行けたら行くか、BUYMAで原価で売ってくれる人がいればそれで。

“ SSENSEで買うのはほぼセール商品。シーズンがちょっと経っても、気に入ったら買う。セールの始まっていないSSは、見るだけで楽しくて。そういうのが趣味です。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.

SNS起点の「私物フリマ」にハマる。自らも出品する

Instagram発の突発的個人フリマに通う

名前を知らない個人相手でも、
ストーリーを頼りに足を運ぶ。

“ インスタのストーリーで告知して、ぽっと出のフリマをする人がいて、その人のところには毎回行くようにしてます。友達に誘われて。ただ、ぽっと出過ぎて、何か月に1回とか。ストーリー見ないといつかわかんない。

「インフルエンサー私物フリマ」に行列 短時間で完売

フォローしていなくても行く。

“ ファッション系インフルエンサーが着なくなった服を売るリアルフリマは、よく行きます。フォローしてないんですけど。30分くらいで全部売り切れてて無駄足だったり。よくあるし、とんでもない価格で売ってたりする。だいたい行列できてます。

「PICKYOU」に出品

「PICKYOU」はインフルエンサーが私物を出品するフリマ型ECプラットフォーム。
運営側から声がかかり、出品者の費用負担はない。

“ PICKYOUはもう使ってます。出品してて、めっちゃ売れる。「撮影するからアカウント作って」みたいなDMが来ました。

FUTABA TSUSHINSHA CO.,LTD. ©2026 ALL RIGHTS RESERVED.