

文化服装学院生に聞きました！

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

2022.11
株式会社 双葉通信社

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、
文化服装学院の在学生 = ”おしゃれZ世代” を対象に、
コミュニケーションやファッションの「リアル」を知るため企画しました。

弊社では事前に、文化服装学院在学生623名が回答したWEBアンケートも実施しています。
本グループインタビューには、文化服装学院ならではの個性ある学生が集まり、
アンケートに表れなかったホンネも掘り上げています。
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下さい。

- 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プロモーションコースの在学生 計3組11名
 - GROUP 01: 4名 (19歳3名・20歳1名/女子)
 - GROUP 02: 3名 (19歳3名/女子)
 - GROUP 03: 4名 (19歳1名・21歳2名・23歳1名/女子3名・男子1名)

- 調査日
2022年7月19日・21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ファッションプロモーションコース

Insights

👉 情報は「必要十分」しか要らない

- 情報が多すぎるから、好きなコト以外シャットダウン。自分は自分。
- 見たい人物・情報だけ効率よく見るため、アカウントを分けフィルタリング。

👉 ムダなく最適解が欲しい

- だらだらしたインスタライブは興味なし。
- 字幕付きで分かりやすく編集されたYouTube、簡潔でおもしろいユーチューバーが好き。

👉 友達への気遣いに、愛はあるけどムダもない

- 誕プレは予算を決め、相手の欲しいモノを一緒に買うか現金を渡す「合理主義者」。
- 写真は全員を平等に盛ってからストーリーにアップ。抜け駆けNG。

👉 「アーカイブ」で自分の「好き」に立ち戻る

- 非公開の「アーカイブ」こそアイデンティティ。繰り返し見て「自分の好き」を反芻する。
- 日記や気づきのメモが習慣になっている。

Instagram

自分の「好き」を集積するツール

- 情報収集が目的
- 見るのはストーリー中心
- 「検索/発見からのおすすめ」「ストーリー広告」が興味を広げる
- 「ウソ」や「お仕事」も理解した上でのブランディングツール
- アーカイブ＝アイデンティティ
- インスタ中毒は自覚。時々デトックス

YouTube

娯楽、タイマー代わり、 新しい知識のきっかけ

- 時間がある時自宅で視聴
- ながら視聴、ループ動画の流しっ放し
- 専門家の発信で学びも

TikTok

暇つぶしの流し見ツール

- インスタに飽きるとTikTokへ
- シェアされやすい
- 中毒性はインスタ以上

Pinterest

インスタにない変わったイメージや 海外画像を探す情報源

- 詳細はインスタのリンクに飛んで確認

雑誌・ファッションメディア

VOGUE、WWD、fashionsnap、
droptokyoが基本

US・KOREA版や古本もチェック
海外カルチャー誌も好き

紙の雑誌の価値：
推しや好きな人の記事・表紙を目的買い
推しの違う一面を編集・フォトで見られる
アート、誌面デザイン

雑誌離れも多い

👉 「新しさ」は価値じゃない

- 新品の購入には高い付加価値とモチベーションが必要。
- 服を買う＝まず古着やリサイクルショップ。新品は「今しか買えないもの」だけ。
- 新しいコトは時間を取られるだけ。新しさの刺激は続かず、すぐうつろう。

👉 ファッションは「マイ・リバイバル」

- Y2K(彼らの子供時代)をもう一回見つめ直して取り入れるのが好き。
- 親の着ていた服も含めて、“ダサかわ・ちょいレトロ”が気分。
- 同世代のブランドディレクターにも、リバイバルブランドにもチャンスがある。

👉 「スタイルのいいとこどり」で世界観を作る

- インフルエンサーや周りの人の「スタイル」にアンテナを張り、少しずつ取り入れる。
- 特定の人やブランドには頼らない。編集力に長けたおしゃれZ世代だからできること。

👉 お金をかけたいのは「服」。でも買えていない

- 今は「質より量」で「安い古着コーデをたくさん」。でももっと「質」にシフトしたい。
- 「着たい服」はまだ買えていない。「質」を知り、見極めるための情報をいづれ必要とするはず。

今回話を聞いた「おしゃれZ世代」は、ムダを排して「好き」の領域にこもる傾向が見られました。

「アーカイブ」への思い入れについては、
17～19歳前後の多感な時期がコロナ禍で、
友達との遊びやライブなど「体験の思い出」が欠落したり、
ネットの情報過多に疲れたことも影響しているようです。

今年は外出が増えたものの、授業やバイトでとても忙しく、
闇雲にたくさんの情報を入れる気持ちはないようです。

コミュニケーションにおいては、

- 彼らの「好き」に寄り添う
- リアルとSNSの両軸で彼らの「好き」を広げ、アーカイブに残す
がポイントと考えられます。

Communication

非表示の「アーカイブ」はアイデンティティ 好きなコトや思い出を保存(アーカイブ)し、 「その時の自分、感じたことの歴史」を反芻したい

「アーカイブはアイデンティティの形成」 アーカイブを見返す時間が好き

- アーカイブしたストーリーをめっちゃ見返す。
- ヘア、タトゥ、ファッション、ネイルと保存済みファイルを分けている。その時のムードが大事で、この時はド金髪が好きだった、今はバツサリの気分なんだ、が見れる。またそのムードに戻ってきたらそこを見返せばいい。好きなものは変わってないからそれでいい。

大事な思い出をいつでも取り出せるように、 投稿方法やハイライトで工夫

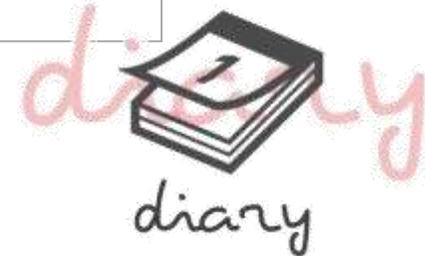
- 写真フォルダの中でずっと見返したいやつを、ストーリーと投稿に載せる。載せたらいいねが来てまた見返すし、不意にインスタ開いた時「この写真お気に入りだったな」と見返せる。備忘録代わり。
- ハイライトをまとめるようになった。前はハイライト自体作ってなかったけど、コロナ終わってから思い出が大事だ、忘れちゃいけないと思い、ちゃんと書くようになった。「ストーリーの方がいっぱい載せるからハイライトにまとめよう、いつでも見れるように」という感じ。

「本当に好きなこと」に立ち戻るため、日記が習慣に Note、Tumblr、ほぼ日手帳が日記代わり

- 「おすすめ」とか「20歳にすべき何々」など外からの声が多すぎて、自分のやりたいことや本当に楽しいことがたまにわからなくなる。そういう時アーカイブや日記を見て、「ああこれ好きだったんだ」って整理する。
- スマホにプリインストールされているNotionをPCと連携。日記、スケジュール、課題のメモで愛用。
- Tumblrで日記やメモがわりに非公開投稿。誰もフォローしてない。
- Noteで気づいたことや日記を発信。小学生時代からスケジューラーに思ったことを書くよう母親に言われていた。
- 「ほぼ日手帳」を毎年買って、寝る前に書くためベッドに置いている。

人目やいいねを気にせず、 お気に入り写真を残したいからアーカイブ投稿

だいたいアーカイブ投稿。アーカイブに入れて1週間くらい経ったらプロフィールに表示し、こっそり投稿。見てほしいわけじゃないけどプロフィールに置きたい写真を載せる時に入れる。いいねの数を気にしちゃうので、それを見たくないものもある。





自分の「好き」を集積するツール 毎日見る、おしゃれ情報収集の基本 「発見/検索からのおすすめ」「ストーリー広告」が興味の扉

投稿・閲覧はストーリーがメイン ストーリーがフィードへの誘導口に

- ・めっちゃストーリー。投稿全然見ない。ストーリーでインスタグラムが完結。
- ・すき間時間にまめに見るのはストーリー。投稿はまとめた時間に見る。
- ・投稿はストーリー9、フィード1。
- ・ストーリーはよくあげる。食べたもの、行った場所、散歩、おすすめの映画など。
- ・ストーリーで「投稿したよ」って載せる人は、投稿に飛んでちょっと見る。

フィード投稿はあまりしない よく撮れたコーデやメイクだけ厳選して載せる

- ・自分のファッション、きれいな写真や景色
- ・めっちゃいい、見せたいと思ったやつだけ。
- ・コーデネートもメイクも全部上手くいった、調子良くなって思った時投稿。
- ・コーデ単体ではなくライフスタイルとして載せる。
- ・毎日投稿したい気持ちはあるけど追いつかない。

「虫眼鏡マークのおすすめはめっちゃ見る」 ブランドはタグ付けで知る 次のヘアメイク・着こなしのヒントも見つける

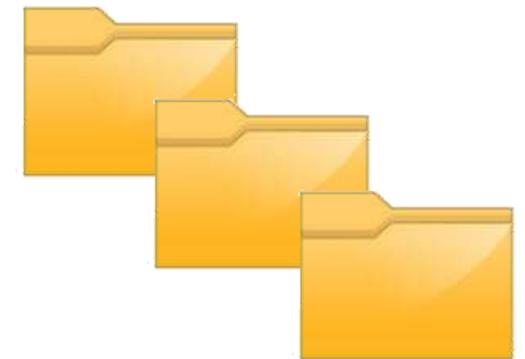
- ・韓国のアパレルブランドを探すのが好きで、有名どころからおすすめ欄で探すか、好きなインスタグラマーのタグ付けから探す。フォローしてる人の中から探す。
- ・カップルチャンネルの董がタグ付けしている服からブランドを知る。フォローすると似た系統のフォロワーが出てくるから、どんどん探って、派生して他のブランドも知る。
- ・検索機能でおすすめがいっぱい出てくるから、次こんなネイルや髪型しよう、古着で見つけられそう、と。

ストーリー広告から飛ぶことが増えた。広告商品を1回買ったらとてもよくて、ずっとインスタの広告を気にしてる。



見たい情報はアカウントで分けて フィルタリング

- ・ブランドをフォローするアカウントを作って、好きな服の情報を集める。
- ・アカウントは使い分け。情報収集や好きな人のフォローはメインアカウント。好きな人がつながってる人をフォローするアカウントもある。流行りや新しい発見は別のアカウント。
- ・私生活のストーリーを見たい人しかフォローバックしない。投稿してない人はフォローしない。





「映え」はブランディング。自分が映えてる写真しか共有したくない
「盛り」は公平に。同じ画像を全員盛って共有するのがルール
ありのままじゃない「映え」や「盛り」へのジレンマも

人生、「映え」ですね。なんでも映え。

- どの角度でも私は可愛いし、食べてる物はすべて美味しいし、美味しい物しか食べないし、周りの子達はみんないけてるし、いつ何時でも可愛いから。



「映え」は気にしない。

- 自分の肌は気になるけど、加工したら負けちゃう気がする。

- 投稿しなくても映えてる写真しか共有しない。無意識で。
- 無意識なんかじゃない。みんな自分が盛れてるのしかほんとは共有したくない。ブランディングの一部なので。ありのままなんて届けられない。

- みんな盛れてるやつしかインスタに載せない。
- それぞれ盛れてるのも違うし、目つぶるのも仕方ないから、とりあえず全部共有していったん全員加工。
- 友達と撮って「この子盛れてる」と思っても、本人は「盛れてない」と食い違う。でも自分が見返したい方の写真を載せる。





インスタ中毒なのに、実は要らなかった？ 依存の怖さ、虚しさも実はわかっている

「空虚な時間を埋める方法がない」のが怖くて依存
病むからデトックスも

・何も考えずインスタ開いて指が動いてる。怖い。
することないのに吸い込まれていく。
・地元の子とよくLINEはするけど、インスタ見て悪い気持ちになる時もある。
「自分がずっと家にいるのにみんなで遊んでる」って。インスタを
ホーム画面の一番後ろに隠して開かない時期が
あった。病みすぎて。

・インスタは本物と思ってない、信じ切ってない。
・今恋人とうまくいってなくて「インスタも恋人も一緒だ」と思う。
インスタやLINEのアカウントもトークも実体がないし、恋人との思い出もそ
う。でも一時の喪失感が惜しくて、惰性で付き合ってるところが似ている。
時間をつぶす方法を見失ってるから今の関係を
維持しようとする。自分のままで100なのに、誰かがいることで
100になってる自分がデフォルトなのがほんとに良くない。もう全部いらな
い！みたいなマインドでいたい。

自分の守り方：
いいねや他人の評価に依存しすぎない

・いいねを狙って投稿はしない。
・1回上げなくなってから投稿をやめた。前は人からのいいねで満足
してたのが、いいねや人の評価がなくても満足だと思った時に。
・めんどくさいだけかも。投稿すれば関係が広がり、いいこともいっ
ぱいある。初対面でも趣味や好きなことがわかるから。でも希薄な
感じが好きじゃなくて、投稿しなくなった。



娯楽・タイマー代わり・新しい知識のきっかけ。かつてのテレビの役割 時間がある時や自宅で視聴

視聴のタイミング:

「時間があるとき」「家で作業中」「ながら視聴」

- ・動画が長いのでまったり、すごい時間あるとき。
- ・家でずっとYouTubeは流れてる。一人でさみしいから。
- ・作業しながら聞き流し。長尺の動画を1時間流し、その間に洗濯と掃除を終わらせる。
- ・家でパソコンでYouTubeを流しながらインスタずっと触ってる。YouTubeは娯楽。
- ・ラジオ感覚で見るが、ポッドキャストのほうが家事しながら聞くことが多い。

好きなコンテンツ:

趣味のジャンルで、簡潔さも重視

- ・バンドのMV
- ・LDH
- ・お笑い芸人、霜降り明星、粗品、中川家
- ・唯音と董のカップル。おしゃれでこの人たちしか見ない。
- ・推しの情報。MVや出演番組
- ・ゲーム実況
- ・美容系、メイク、渡辺直美のメイク動画
- ・韓国のPONY。美人でメイクもうまくてだらだら喋らず、「次これやります、ポイントはこうです」「これで完成しました。さようなら」で終わる。簡潔で見やすい。
- ・VOGUEやGQ JAPANのYouTubeは毎日見る。GQの10 Essentialsがおもしろい。ラッパーやモデルの持ち物で、良さそう、おもしろそうという情報を得ています。

時事・教養コンテンツで未知のコトを学ぶ

音楽プレイリスト動画はループ再生で終わりが無い。逆に終わりが決まっている「中田敦彦のYouTube大学」が好きで、天文学の話聞きながら洗濯する。自分がおもしろいものは凝り固まっているから、新しい知識をと思って、知らないことを見る。

信頼できる専門家の発信を見る

美容ユーチューバーより皮膚科の先生のYouTubeを見る。正しい知識がすごくよくて、肌の治療を決めています。

まとめアカウントに頼りすぎない

肌荒れで高校の時から悩み、まとめアカウントを見過ぎて試したけど、広告のものが合わない経験をした。あまりハウツーは取り入れず、自分がやってみる方に重きを置いている。



暇つぶしの流し見メディア インスタに飽きるとTikTokへ インスタ以上の中毒性

- ちょっと時間があるとき、短時間空いたときに意識せず流し見。
- YouTubeチャンネルの董はTikTokで知った。たまたま出てきてフォローしたのが始まり。
- ずっと見ちゃう、終わりが無い
- 僕は怖くてTikTok1回消しました。でもその分インスタを見てます。
- インスタを開いてみんなのストーリー見て飽きたら消してTikTokに移る。インスタは飽きるけどTikTokはずっと見る。
- TikTok、YouTubeのショート、インスタのリールのアルゴリズムは、見ちゃう。
- 学校でTikTokを運営しているから毎日見るけど、それまでインストールもしてなかった。まわりはあまり見ていない。見るのは高校生。



インスタにない個性的なイメージや、 海外の画像を探すのに最適 学校では必須のSNS

- 授業、作品撮り用の素材集めに使う
- インスタで#成人式ヘアを探すと、トップに可愛いのはんまりした人たちが出てくる。ハイトーンをやる美容師さんのヘアセットは変わったものが多く、美容室から探すのは難しいからPinterestで見る。「変わってるな」と思ったら大体インスタのリンクがあるから、飛んで調べる。
- ネイルやヘアはPinterestで調べる。派手なのが好きで海外の写真の方が理想に近く、Pinterestの方が出てきやすい。



「見る・見ない」が分れる ファッションメディアもフォロー 趣味のニュースを知るSNS

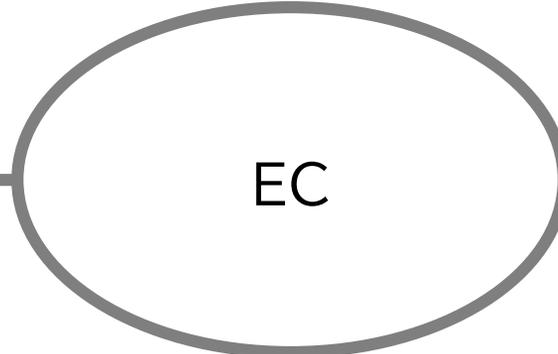
- アーティスト、バンド、仲の良い友達と繋がってる。ファッションメディアをフォローして、ファッション情報やニュースは見ます。
- fashionsnapやWWDをよく見る。
- ゲーム情報に強い。

Fashion

金欠だから古着屋+通販が多数
新品は買わない
古着こそ目で確かめたい

ECは好きなブランドから購入
失敗も多いから”成功体験”が大事

実店舗派は
「ちゃんと見たい」「出会いたい」
「失敗回避」



- 新品を買わないので古着かシーイン。古着は店でもサイトでも買う
- デザイナーブランドは高い。行っても流行りの情報収集くらいで、古着屋やリサイクルショップで探す。
- 友達と一緒に洋服屋見てご飯食べて、リサイクルショップやBOOK・OFFに行く。
- 古着こそ試着して感じを見たい。
- たまたま入った店で運命的に出会ったのが好き。最近出会ったのはKINJIで買ったリュック。

- シーイン
- ZOZO
- SHOPLIST
- ブランド公式
- RUNWAY channel
- 韓国EC「60%」
(日本未上陸ブランドを扱う)
- ZOZOUSUED
- メルカリ、ラクマ
- HARD・OFFオンライン

- 新品は全部ネット。ZOZOはブランドをお気に入りに入れているからブランドで見える。
- インスタでブランドを探して公式サイトを見る。
- バイトの後店に行く気力もなくネットで買う。
- セールしてたら通販で買います。
- 圧倒的に通販だけど失敗も多い。
- 1回失敗するとしばらく通販しなくなる。失敗は重い。成功体験は大事。

- 実店舗の方が多い。アクセサリも店で見える。
- 通販で比較することもある。
- ちゃんと見るなら、店舗がいっぱいあるルミネエストにまとめて行く。
- 靴はちゃんとお店で見えるようになった。
- amazonで家電は買うけど、服はチャレンジできない。服は「あ、これいい!」と思って買いたい、生で見てから。
- セレクトも百貨店も行く。「このバランス感のクローゼットだからこれが足りない」と日々思っていて、アイテムごとに許せないポイントをクリアして可愛ければ、新品を買う。

新品は「今しか買えないモノ」しか買わない

- Jouetieが大好き。新作をチェックして「これは買わなきゃ」「買いかも」と思ったら買う。
- グラフィックデザイナーさんのコラボで、その時しかない、受注販売しかないものは絶対買う。そういうのでしか新品は買わない。

ポップアップは「インスタでたまたま見て、気分で」

- インスタでたまたまフォローしてて流れてきて、時間があれば行こうと思ったり思わなかったり。
- わざわざポップアップを探さない。好きなブランドがたまたまやってたら、行けたら行く。
- ポップアップは行かない

「一点もの・限定」はちょっと興味あり

- 皆が手に届くものよりは魅かれます。
- 「限定」って言われると、見てみようかな。

プチプラのシーンは冒険できる。失敗しても許せる

- 安い、種類が豊富、早く届く。
- あわよくば安くて質がよくあってほしい。
- 変なものがいっぱい売ってるので、そこから新しいものを。
- 失敗しても安いからオッケー。
- レビューやサイズも表記してあるので、私は失敗しない。

店のショッパーも目印になる

最近入口にお店の袋を貼ってある古着屋さんが多くていい。下北沢でお店がありすぎて、どこに行けばいいかわからない時、まわりの人が持っている袋を見て「あの袋ここだ」と見つけていた。

“服欲”は自分で高める

- タイプのお店に行く時は「今日何か買うかもな」と思う。そろそろ服欲しいな、新しい刺激が欲しいなって時に”どタイプ”の店に行くと「ああこれこれ！」みたいなのが見つかる。自分から買うタイミングを作ってるのかもしれませんが。
- 疲れてる時や、頑張ったご褒美みたいな気持ちでは買わない。もっとベストなタイミングにこそ、いつでもいくらでも買えるようにしたい。ご褒美なら甘いものや友達と旅行でいい。

特定の人やブランドに頼らず、 いいとこどりで世界観を作る 誰かのマネはしたくない

- ・ブランドはめっちゃフォローしてるけど、「このブランドだけが良くて」より、「このブランドのこういうところが好き」をかき集めて、自分の世界観が成り立ってる。特定の誰かではない。
- ・真似したら自分のものになってないから嫌。自分を主張したい。
- ・おしゃれな人の組み合わせを自分のクローゼットでできるかは考えるけど、「この人のこのスタイリングがしたいからこのアイテムを買わなきゃ」とはならない。

街で見た人や身近な人を参考に、 インスタも照合しながら、スタイルを取り入れる

- ・街を歩きながら、お洒落な人を見て取り入れるほうが多い。それとインスタで得たものをミックスし、自分らしく着こなす。
- ・歩いてていいと思った人、実際の人で真似する。携帯だと全くない。
- ・歩いてる子を見て「ああいうのが可愛いんだな」というポイントがあるけど、そうなるうとは思わない。
- ・古着屋の先輩を見たり、自分で服を組み合わせて開発。
- ・入学して価値感が変わった。いろんなブランドやコーディネートがあり、人の着こなしを見て「あの子がこんな感じで着てたのはこんな感じなのか」って思ったり。

好きな服と実際に着る服は必ずしも一致しない まだ冒険できていない

- ・自分が可愛いと思うものは露出度が高いけど、日常的に心地よく着れないから挑戦できない。
- ・欲しい服と似合う服が一致しないのが悩み。欲しい服は色使いがはっきりしてるもの。いざ着ると似合わない。顔が浮いて見える。