

平成 24 年 12 月 12 日

**電通ギャルラボとマイナビの「JOL（ジョル）」が「原宿可愛研」を発足**  
— 今の10代女子に“愛されているもの”を探る共同調査チーム —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）の「DENTSU GAL LABO（電通ギャルラボ）」と株式会社マイナビ（本社：東京都千代田区、社長：中川 信行）の「JOL（ジョル）」は、12月13日付で、今の10代女子の嗜好や流行を調査する共同チーム「原宿可愛研（はらじゅくかわいいけん）」を発足させます。

ギャルを中心に女子のインサイトを研究する電通の社内横断プランニングチーム「電通ギャルラボ」と、10代女子会員（主に中高生）7.7万人を擁するマイナビのティーンズクロスメディア「JOL」が、日本有数の「可愛い」の発信地である原宿を拠点に、全国の10代女子から愛されている“モノ”や“コト”を調査していきます。またその調査結果を、企業の商品開発を含むマーケティング活動に広くご活用いただくためのサービスを提供してまいります。

近年、ギャルマインドを持った女子は多様化が進み、もはや年齢や見た目だけで判断することはできなくなってきました。「真ギャル（見た目も心もギャルである女の子）」ではなく、ギャル発のファッションや生き方を部分的に取り入れる“普通の女の子”がいまやマジョリティであり、女子の約6割\*を占めています。\*2011年電通ギャルラボ調べ

今回、そんな女子たちに着目し、彼女らがつくる流行をいち早く捉えていくために、この共同チームを発足させることにしました。

「原宿可愛研」は「電通ギャルラボ」の今までの知見と女子インサイト、および「JOL」の持つティーン女子会員（主に中高生）のネットワークを掛け合わせることで、10代女子が世の中をどのように感じ取り、どのようなものを愛し、「可愛い」と思っているのか、その流行を追求していきます。

原宿  
可愛研

HARAJUKU  
KAWAII・KEN

### ■原宿可愛研（はらじゅくかわいいけん）の概要

原宿可愛研（はらじゅくかわいいけん）は「電通ギャルラボ」と「JOL」が共同で立ち上げた調査チームです。日本有数の「可愛い」の発信地・原宿を拠点に女の子たちが世の中をどのように感じ取り、どのようなものを愛し、「可愛い」と思っているのか、その流行を研究していきます。

- ・チーフプランナー：阿佐見 綾香・山口 美里（電通ギャルラボ）
- ・チーフリサーチャー：安藤 美香・金 炯仙（JOL）

### ■「DENTSU GAL LABO（電通ギャルラボ）」の概要

電通ギャルラボ（代表：並河 進）は、ギャルのマインドとパワフルな生き方を活かし、企業だけでなく日本社会の活性化までを目指す社内横断プランニングチームとして、2010年3月に発足。ギャルを中心とした女子に対する深い知見をもとに、事業・商品開発、マーケティング、広告コミュニケーション、プロモーション、テレビ番組や雑誌企画等のプランニングを手掛けています。 <http://www.dentsu.co.jp/marketing/gallabo/>



### ■「JOL（ジョル）」の概要

“Joy Of Life”をテーマに、ティーンの子の「夢の発見と実現」を応援し、日本の未来を元気にするプロジェクト。ウェブ、マガジン、フードコートなど複合的なメディアで展開する日本最大級の読者参加型ティーンズクロスメディアです。全国に7.7万人の10代女子会員（主に中高生）を有しています。

☆「ドリーム＊ステーション ジョル原宿」：原宿・竹下通りの「ソラド竹下通り2階」に2012年4月にオープンした、次世代を担う若者たちの“夢活”を応援する新スタイルのエンターテインメントフードコートです。夢の発見や実現のための「夢の聖地」として、さまざまなチャレンジの場を創出しています。

☆「JOL magazine（ジョルマガジン）」シリーズ：フリーマガジンおよびムック本などを発行。

☆「JOL online（ジョルオンライン）」：公式サイト <http://jol.me>（PC・スマホ・モバイル共通）

☆「JOL live（ジョルライブ）」：「ドリーム＊ステーション ジョル原宿」を中心に、読者が定期的に集い、編集会議や取材、商品開発やイベント運営などを行っています。



※「JOL®」は株式会社マイナビの登録商標です。

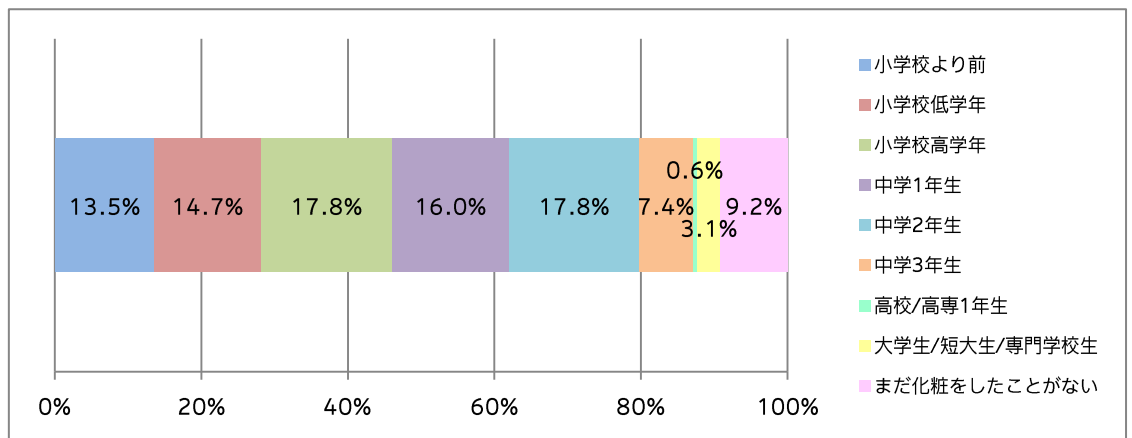
【ご参考】

共同チームでは「原宿可愛研」の発足に先立ち、「JOL」会員を対象に、多岐にわたる設問からなる2種類の「10代女子調査」を実施しました。ここでは、それらの調査から得られた「化粧」と「バレンタインデー」の2つのテーマについて、その主なトピックスをご紹介します。

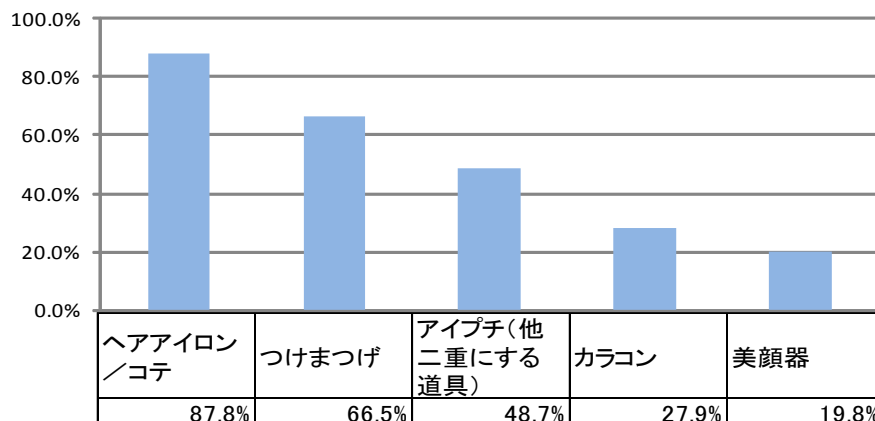
1. 化粧に対して興味を持ち始める時期について

10代女子は化粧に対して興味を持ち始める時期が非常に早く、小学6年生までに46%が化粧を経験済みで、これに1年足して中学1年生までを含めると3人に2人の割合へと急増することが分かりました。また、中学3年生までを含めると、80%以上という数字に達します。使用経験のある化粧道具については、“つけまつげ”66.5%、“アイプチ（まぶたを一重から人工的に二重にするための化粧品）”48.7%、“カラコン（カラーコンタクトレンズ）”27.9%などの活用が多く、10代女子には自分を変えたいという変身願望が強いことが分かりました。こうした実態把握は、企業のマーケティング活動に重要な示唆を与えるものと考えられます。

【初めて化粧を経験した学年】



【使用したことのある化粧道具・美容グッズ】

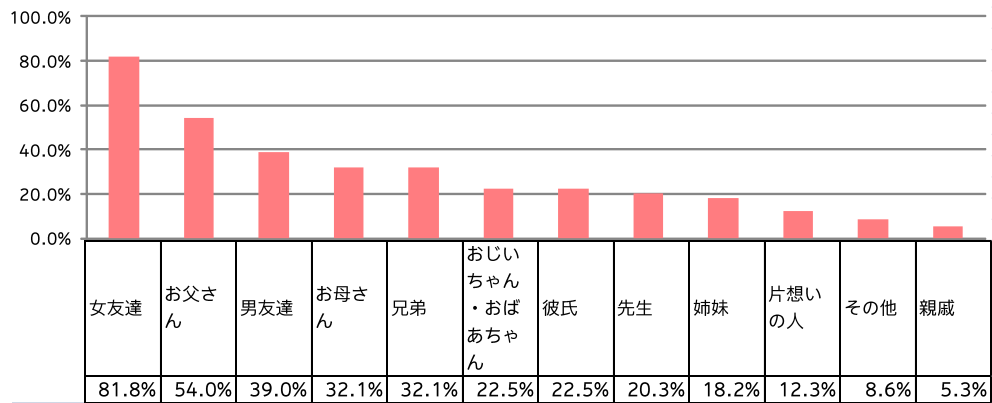


## 2. バレンタインデーについて

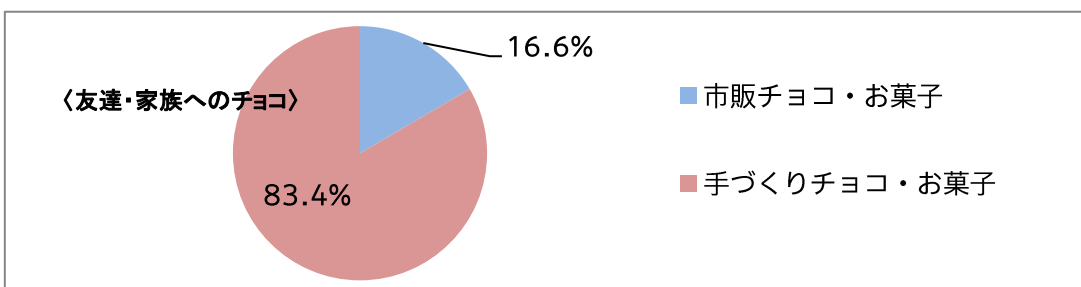
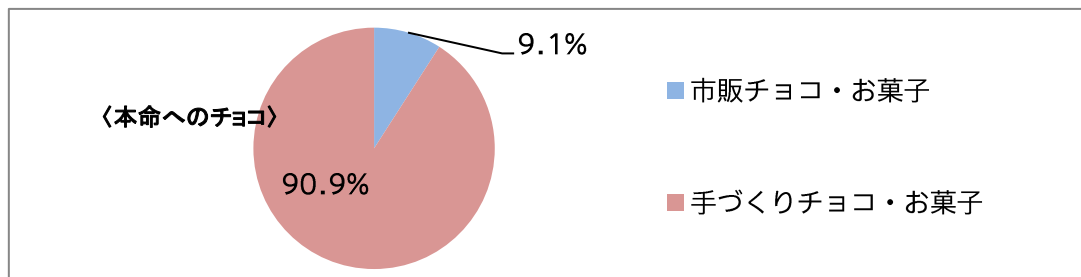
①バレンタインに対する意識は「女の子⇒男の子」より「女の子⇒女の子」、そして手づくり志向がさらに強まっている。

- ・女友達にあげる予定の子が 81.8%なのに対して、男友達へあげる予定はわずか 39.0%。また、バレンタイン自体を「女の子同士でプレゼントしあうのが楽しい」という回答が半数を超えたことから、女の子たちがバレンタインを告白、好きな人と過ごすためのイベントとは違う別の捉え方をしていることが分かる。

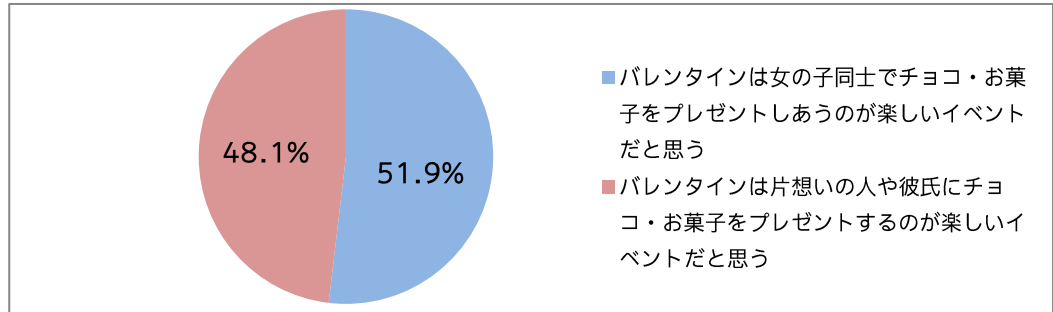
### 【バレンタインギフトをあげる予定の人】



### 【バレンタインは手づくりか市販のものを買うか】



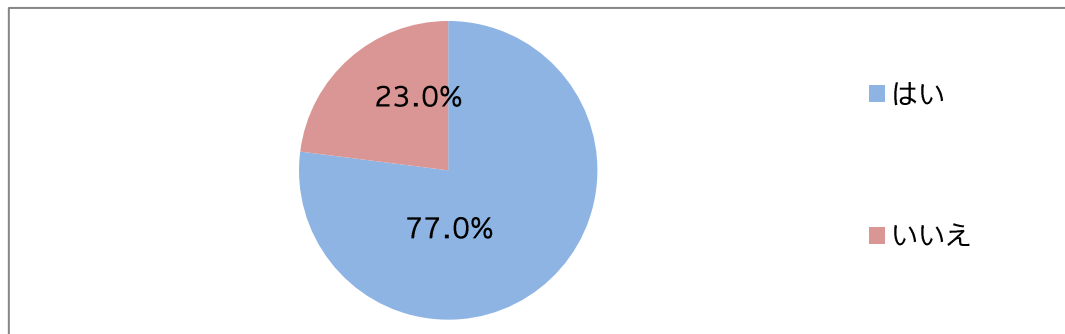
## 【バレンタインに対する意識】



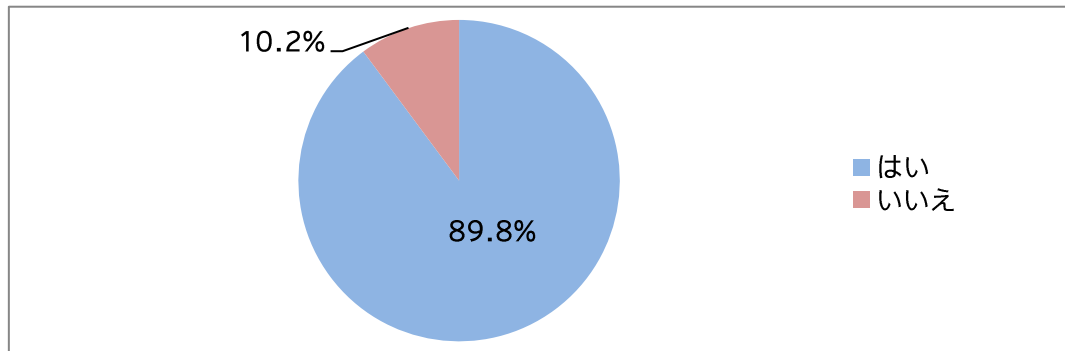
## ②バレンタインに「男の子⇒女の子」を求める子も増えている。

- ・海外ドラマや、インターネットで気軽に情報がとれるようになり、海外ではバレンタインは男の子から女の子にプレゼントや愛の告白をする方が主流であることを知っている女の子が増えた（77.0%）。そのためか、男の子からチョコやプレゼントをもらいたい、と感じている女の子が非常に多いことが分かった。

## 【海外では男の子から女の子へプレゼントする方が主流であることを知っている】



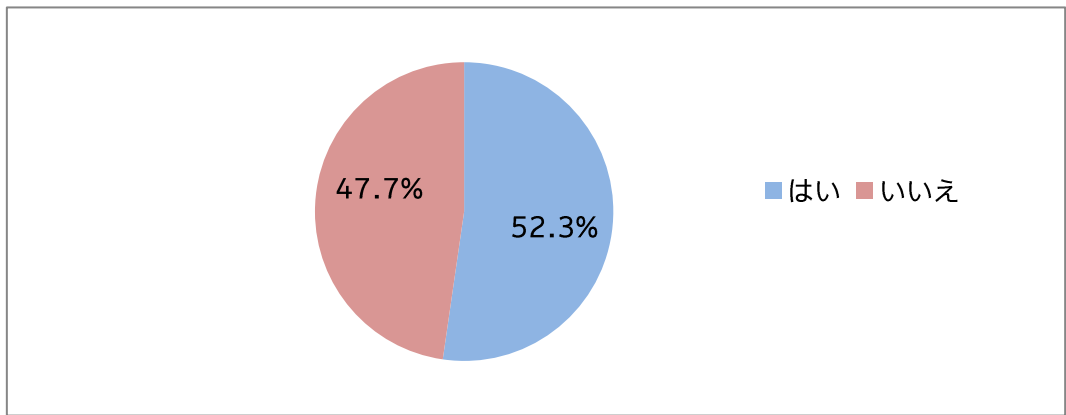
## 【男の子からチョコ・お菓子をもらえたら嬉しい】



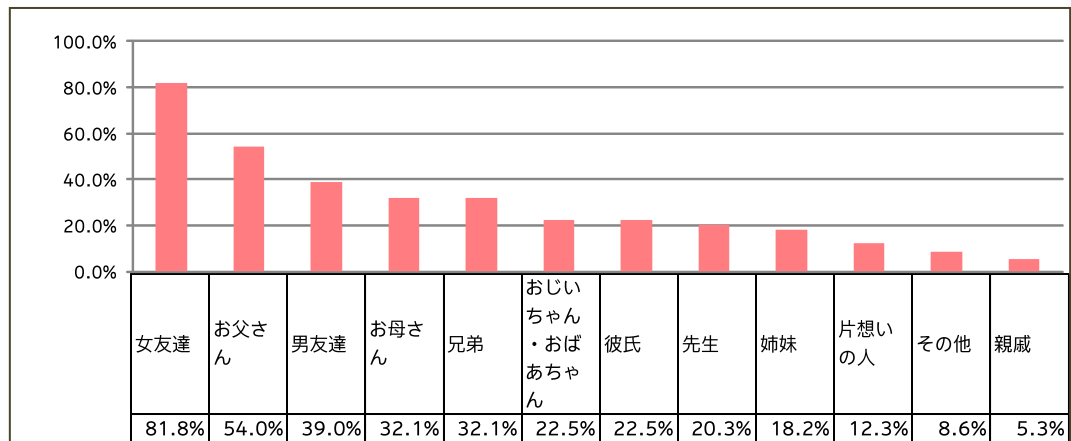
③「友達親子」が増えている。3人に1人はバレンタインにお母さんにチョコをあげるほど仲良し。

・「友達親子」という言葉が出てきているように、母親とも友達のように、恋愛や学校のことなど、何でも話せる関係になっている親子が半数を超えた（52.3%）。また、バレンタインにはお母さんにもプレゼントをする予定という結果が、男友達（39.0%）の次に高くなった（32.1%）。

【お母さんとはなんでも話せる友達のような関係である】



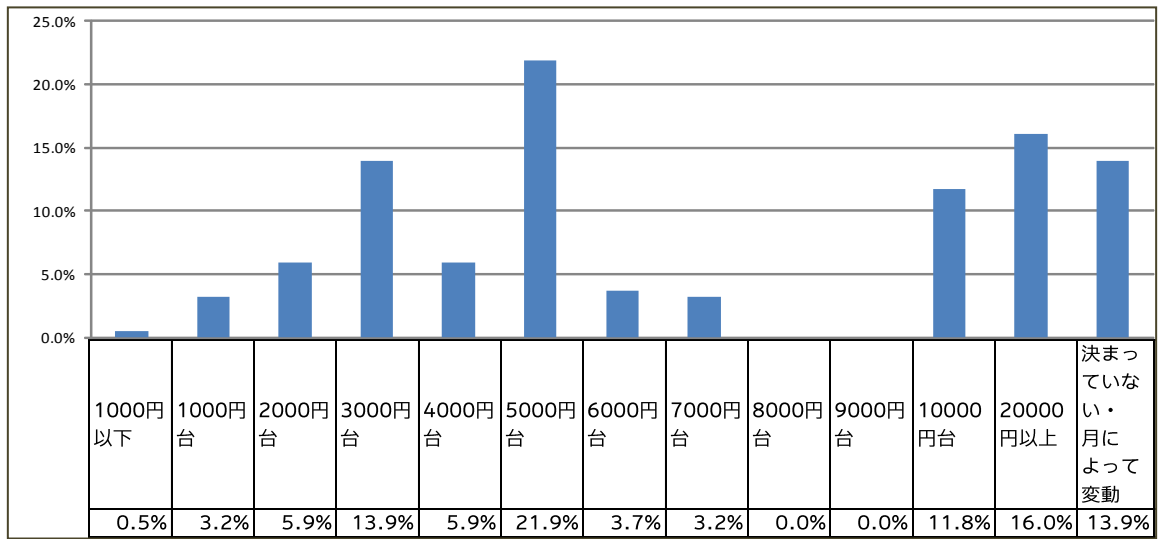
【バレンタインギフトをあげる予定の人】



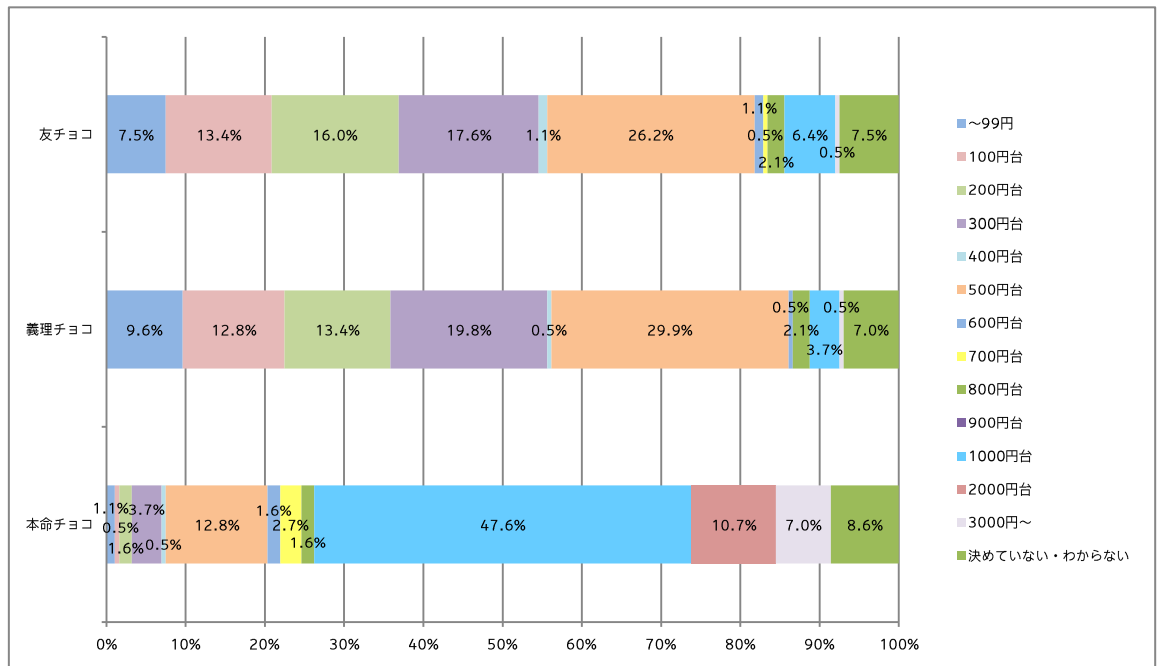
④バレンタインに使う予定のお金は、月に自由に使えるお金の割合からすると高い。

・月に自由に使える金額は「5000円台」(21.9%)が最も多く、5000円台以下が51.3%であるにも関わらず、本命チョコに対する予算は1000円台が最も多い。また、義理・友チョコ共に、1人にあげるための予算は500円台が最も多く(義理チョコ29.9%、友チョコ26.2%)、女の子のバレンタインに対する気合いの入れ方が見える結果となった。

【月に自由に使える金額】



【バレンタインにかける予定の金額 (1人当たり)】



以上

■ 「10代女子調査」の概要

調査手法：インターネット調査

調査対象：13歳～19歳の「JOL」会員女子 197名と 187名（2種類の調査を実施）

実施日程：2012年10月26日（金）～11月4日（日）

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局  
広報1部 山田、広報2部 小林 TEL：03-6216-8041

【原宿可愛研および調査結果に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通ギャルラボ 阿佐見・山口 TEL：03-6216-8514

【「JOL」に関する問い合わせ先】

株式会社マイナビ ライフデザイン事業部 ジョル編集部  
TEL：03-6438-9899 FAX：03-6438-9376 e-mail：info@jol.me

【株式会社マイナビに関する問い合わせ先】

株式会社マイナビ 社長室 広報部  
TEL：03-6267-4155 FAX：03-6267-4050 e-mail：koho@mynavi.jp