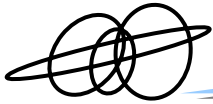


MDR 消費者情報



特集：シリーズ「渋谷ギャル」① - イメージの中の渋谷ギャル -

調査の概要

- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2010年6月30日～7月5日
- 調査対象：MDRインターネット調査モニター
全国の20～39才 女性
- 調査数 : 186

平成22年7月16日発行(第18号)隔月刊
 発行者：坂上眞介 編集長：石津佑侑子
 所在：渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビル
 株式会社市場開発研究所
 連絡先：Tel : 03-3498-1561
 Fax : 03-3498-7342

調査の背景と目的

物があふれている現代。ヒットを生むことが難しいと言われていた一方で、「ドンキのつけま(つけまつげ)」や「JEWNAIL」、益若つばさのような読者モデルプロデュース商品など、「ギャル」発のヒット商品が何億円も動かすというニュースを耳にします。弊社がある渋谷は、「ギャル」のメッカ・流行の発信地としてメディアに盛んに取り上げられています。平成不況に世界同時不況と長期間の不景気にあえぐ中でも、「コギャル」「ヤマンバ」から、最近では農ギャルが自分たちで作った米に「シブヤ米」と名づけるなど、数々の流行と話題を世に送り出しており、活気が絶えません。

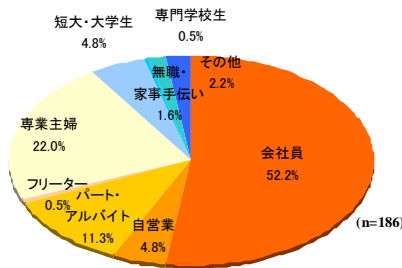
「ギャル」という言葉は独り歩きして独自の世界を生み出し、「ギャルメイク」「ギャル服」「ギャル語」「ギャルサー(ギャルサークル)」などジャンル名としても成立しています。それは、「ギャル」と聞いて、多くの人に想起される共通した「ギャル」像があるということです。しかしながら、いざ「ギャル」について説明しようとする、曖昧・漠然としたイメージしか思い浮かばず、実のところ、彼女たちについて、その生活行動や実態をあまりよくわかっていないと痛感しました。

そこで、シリーズ「渋谷ギャル」と銘打ち、第1回目は「ギャル」が一般的に“どんな人たち”とイメージされているのかを顕在化し、第2回目は「ギャル」本人の実像に迫りたいと思います。

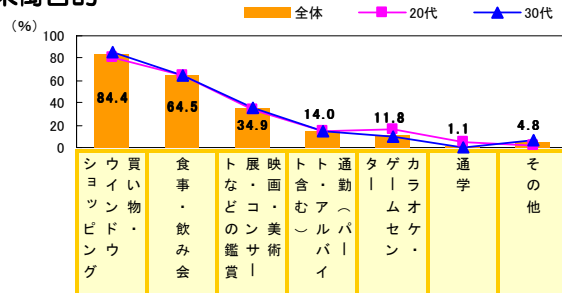
◆「渋谷ギャル」調査① 回答者プロフィール

- 渋谷に月1回以上来街している女性(20代：48名、30代：138名)
- 「あなたは自分のことを渋谷ギャルだと思いませんか」との問いにNOと答えた人
※YESと答えたのは全回答者中2人

■職業



■渋谷来街目的



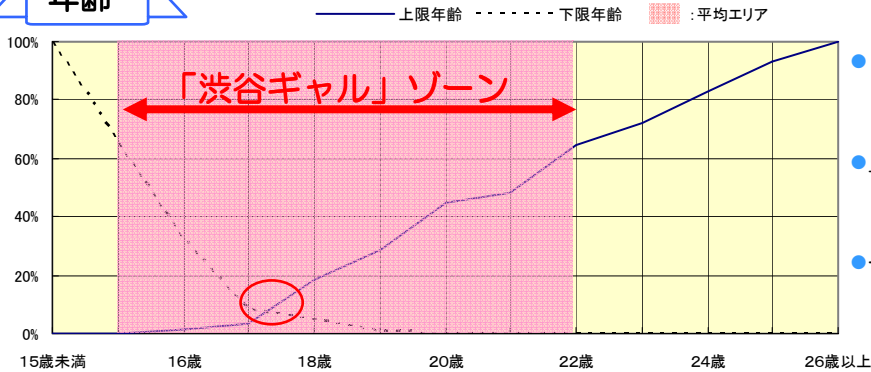
■自分は「渋谷ギャル」だと思わないのはなぜ？

- 年齢・メイク・ファッションが「ギャルじゃないから」という理由が多数。特に30代では「年齢」を理由に挙げる人が多かった。
- ギャルっぽい派手な服を着たり、つけまつげなど派手なメイクはしないから。(20代 短大・大学生)
- 渋谷ギャルは結構強めギャルのことで、定期的に日サロに通っていると思う。自分は焼いてないから。(20代 専門学校生)
- メイクが派手ではなく、金髪&肌が黒くないし、ギャルといえる年齢ではないから。(20代 会社員)
- 年齢的にギャルではないから。(30代 専業主婦)
- 社会人だし、一応、メイク・髪型・服装に気を使っているから。(30代 会社員)
- まじめだから。(30代 会社員) ● もうギャルは年齢的に卒業した。(30代 専業主婦)
- いわゆるギャルと呼ばれる格好やメイクはしていないし、年齢的にもギャルという年齢ではないから。(30代 会社員)

自由回答一部を抜粋

●「渋谷ギャル」のイメージ〈デモグラフィック情報〉

年齢



- 「渋谷ギャル」の年齢について上限年齢・下限年齢を聞いてみたところ、年齢ゾーンは15~22歳となった。
- 上限年齢と下限年齢が交わる17.3歳は、誰もが「渋谷ギャル」をイメージする年齢と言える。
- 一方、『「渋谷ギャル」に年齢は関係ない』との意見もあった(19.4%)。

未婚

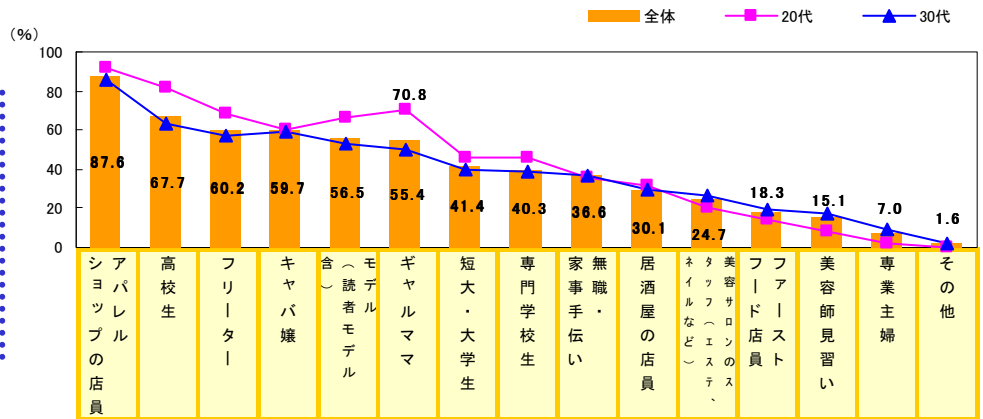
- 未婚イメージ(55.4%)が半数を超える。『「渋谷ギャル」に未婚は関係ない(43.5%)』というイメージも強い。

職業

- ベスト5以外では、20代は『ギャルママ』イメージが高く7割に達する。

ベスト5

- 1位 アパレルショップの店員
- 2位 高校生
- 3位 フリーター
- 4位 キャバ嬢
- 5位 モデル(読者モデル含)



居住地

- 最も多いのは『東京都下』で66.7%。次に『東京23区内』の64.0%。南の『神奈川県』、東の『千葉県』よりも、北の『埼玉県』から渋谷に来るイメージが強い様子。
- はるばる『北関東エリア』から来ているイメージもある(25.3%)。

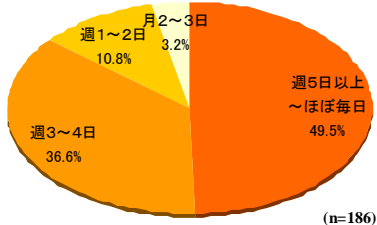


➤「15~22歳」、「未婚(未婚は関係ない?)」、「アパレルショップの店員」「高校生」「フリーター」が、「渋谷ギャル」のデモグラフィックイメージ。

●「渋谷ギャル」のイメージ〈渋谷出没情報〉

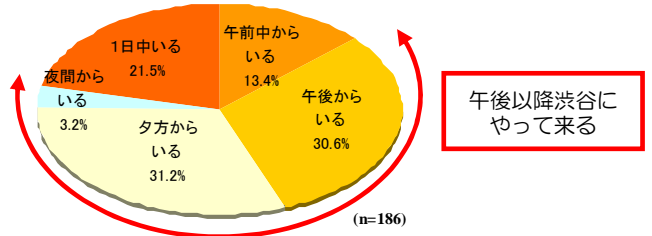
頻度

- 『週5日以上～ほぼ毎日』が約5割。『週3～4日』と合わせると“2日に1回”は渋谷に来ているイメージ。



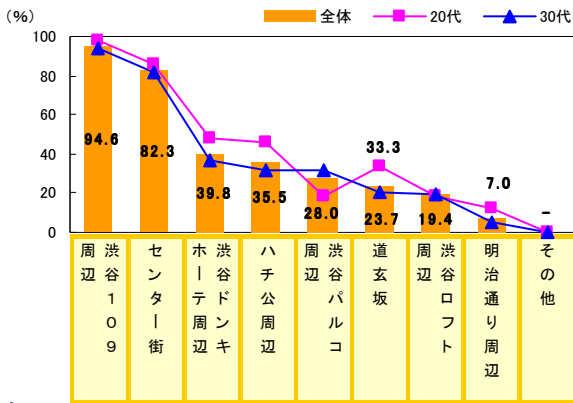
時間帯

- 『午後からいる』『夕方からいる』を足すと6割を占める。「渋谷ギャル」の活動時間は昼時に降ゆっくり開始されるようだ。『1日中いる』イメージもある。



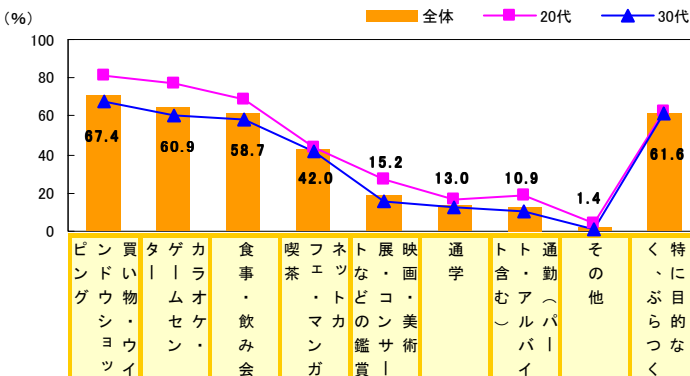
エリア

- 『渋谷109周辺』がダントツ9割超え。次いで『センター街』が8割強。
- 20代では、『道玄坂』が3割を超えている。



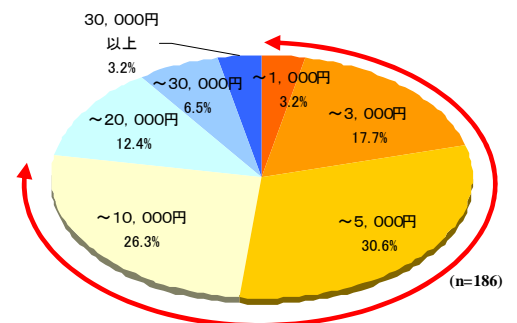
目的

- 『買い物・ウィンドウショッピング』が第一目的。『特に目的はなく、ぶらつく』も6割と高い。



所持金額

- 総額10,000円以下が7割強。



所持金が10,000円以下



➢「渋谷ギャル」は、2日に1回、お昼過ぎから、「渋谷109周辺」や「センター街」にやって来て、「買い物」などを楽しんでいるイメージ。ただし、所持金は10,000円以下。

●「渋谷ギャル」のイメージ <御用達ブランド>

Q「渋谷ギャル」の<御用達ブランド>について、純粹想起（FA）、助成想起（MA）の順で聞いてみました。
 ※助成想起は、109に入っている代表的なブランドを選択肢として提示

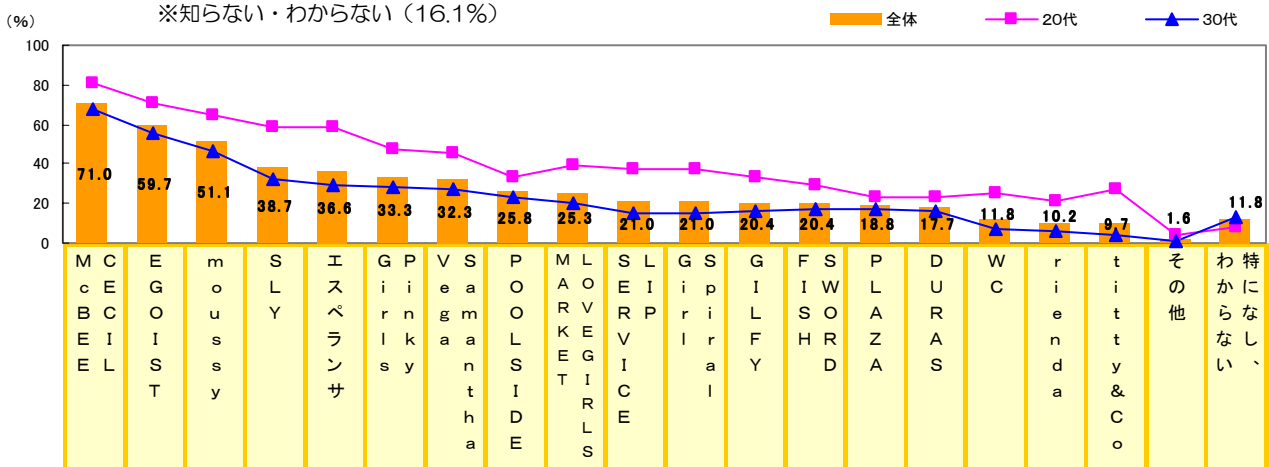
▶御用達ブランド（純粹想起） ベスト5

- 1位 CECIL McBEE (43.0%)
- 2位 moussy (20.4%)
- 3位 EGOIST (14.0%)
- 4位 SLY (9.1%)
- 5位 ALBA ROSA (8.1%)

109 (24.7%)

▶御用達ブランド（助成想起） ベスト5

- 1位 CECIL McBEE (71.0%)
- 2位 EGOIST (59.7%)
- 3位 moussy (51.1%)
- 4位 SLY (38.7%)
- 5位 エスペランサ (36.6%)



- 純粹想起では、具体的なブランド名の他に『109』という回答が2割強から挙げられた。また、かつて<ギャルのカリスマブランド>と呼ばれた『ALBA ROSA』が5位に入っている。
- 助成想起では『CECIL McBEE』『EGOIST』『moussy』『SLY』が上位に挙がる。これらのブランドは純粹想起でも多く挙げられている。
- 助成想起を年代別にみると、20代では、いずれのブランドも、「渋谷ギャル」御用達ブランドとしてのイメージが強い。

▶「渋谷ギャル」ブランド=「109」という短絡的なイメージを持ち、ギャルの定番ブランドとかつてのカリスマブランドしか挙がっていないことから、「渋谷ギャル」の御用達ブランドに対して曖昧で漠然とした知識しかなく、興味もない様子。



CECIL McBEE



SLY



EGOIST

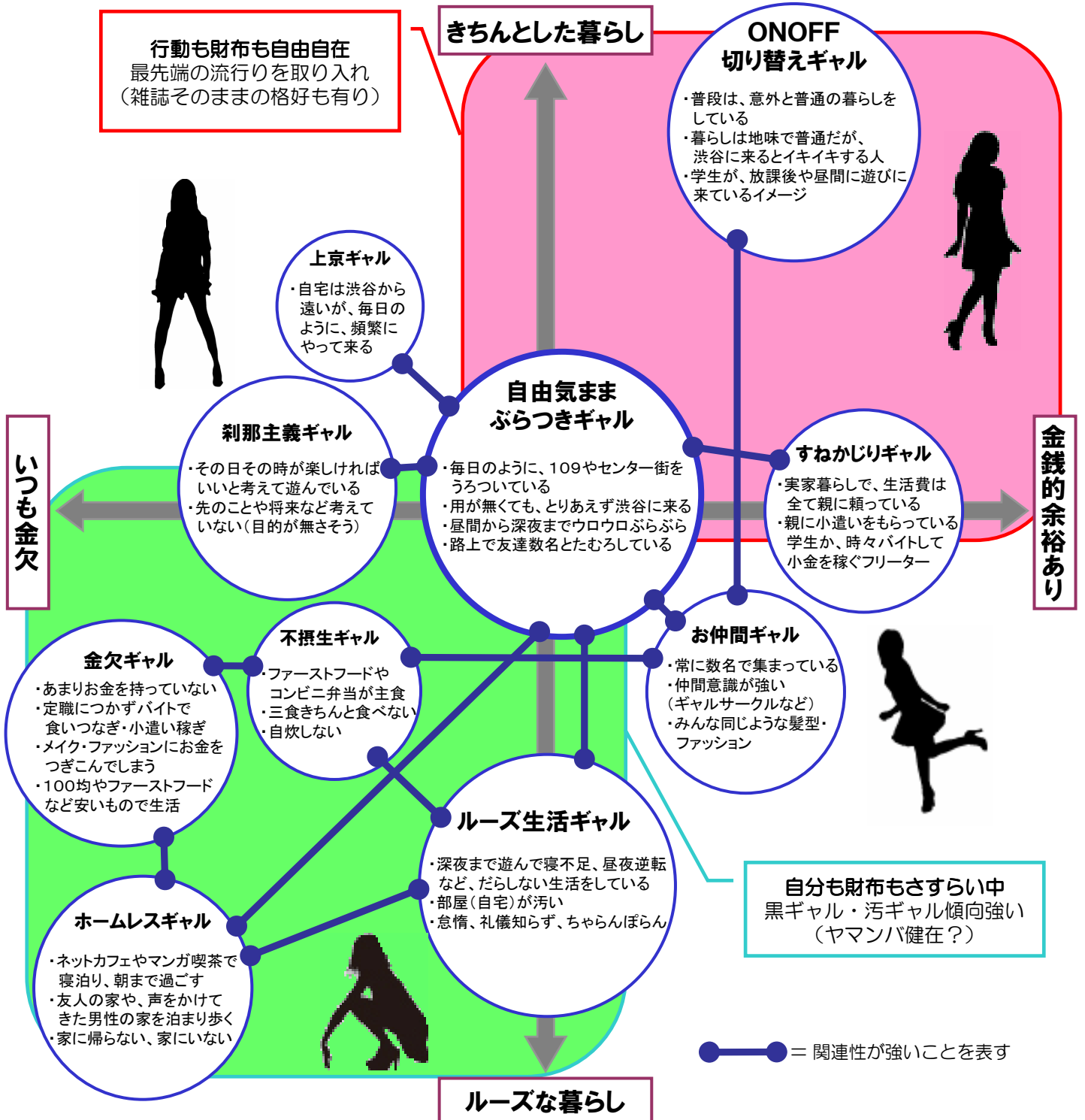


moussy



●「渋谷ギャル」のイメージ〈暮らし・生活〉

Q「渋谷ギャル」はどんな暮らし・生活をしている人だと思うか、自由に回答してもらい、イメージされている生活・行動・価値観によって特徴別に分類し『〇〇ギャル』と命名しました。

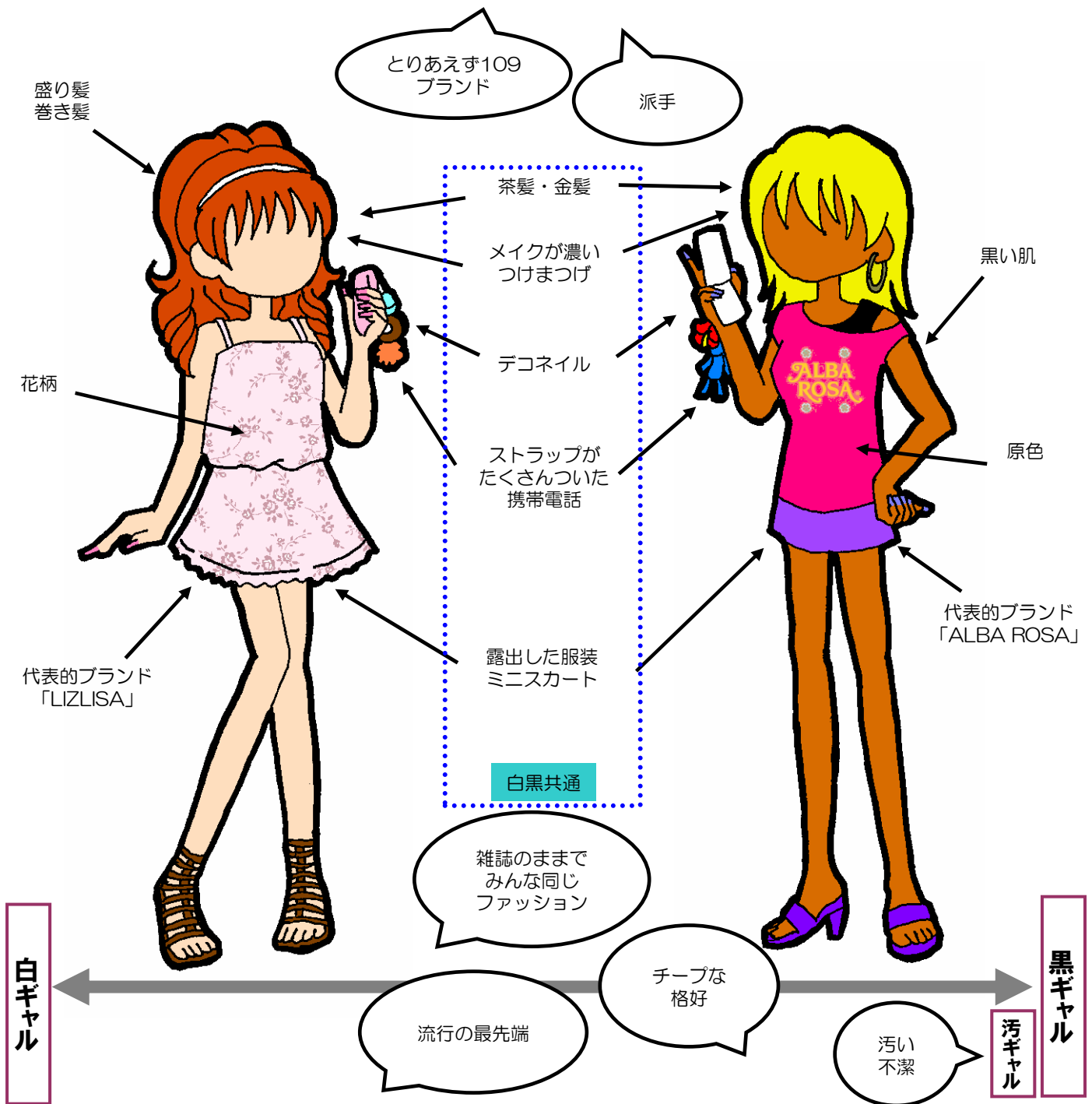


➢最も多かったのは「自由気ままにぶらつきギャル」。用も無く、ぶらぶら歩いている・あちこちにたむろしている印象が強いようである。

➢「ルールズ生活ギャル」、「ONOFF切り替えギャル」のイメージも強い。お財布事情と価値観の相違から「渋谷ギャル」のイメージが大きく2つに分かれている様子がうかがえる。

●「渋谷ギャル」のイメージ <ファッション>

Q「渋谷ギャル」はどんなファッション・外見をしている人だと思うか、自由に回答してもらい、ヘア・メイク・洋服・アイテムなどのイメージを以下にまとめました。



>「渋谷ギャル」ファッションのイメージとして多く挙げられたのは、
 『派手で露出度の高い服装』『流行を追い、109に入っているブランドを愛用』
 『茶髪や金髪など髪を染めている』『メイクが濃く、特にアイメイクに力を入れている』
 『携帯電話にストラップをたくさんつけている』など。

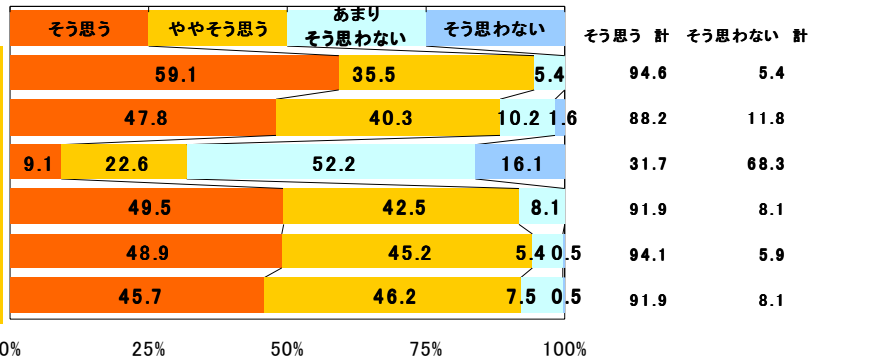
>さらに、盛り髪や巻き髪をしている<白ギャル>、日焼けした黒い肌の<黒ギャル>の2方向のギャルが
 イメージされている。『汚い』『不潔』など、<汚ギャル>のイメージも、少数だが挙げられている。

●「渋谷ギャル」のイメージ <行動・意識・価値観>

Q次に挙げる項目（＝「渋谷ギャル」の興味関心・行動、買い物行動・金銭感覚、ファッション傾向・意識）について、あてはまると思うかどうかを聞いてみました。

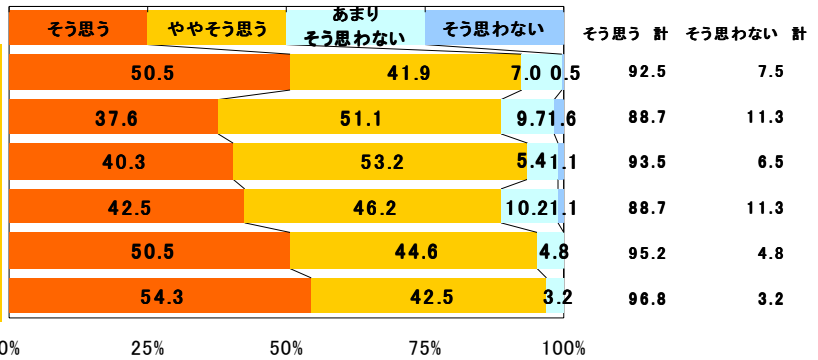
興味関心・行動

1. 今、自分が楽しく過ごせることが一番大切
2. 1人で外出や行動することは少なそう
3. 自分から話すより、人の話を聞くほうが多そう
4. 渋谷に来たらず109へ行く
5. 今年の流行りは何か、聞かれたらすぐ答えられそう
6. 外食は「マック」等ファストフードやファミレスが中心



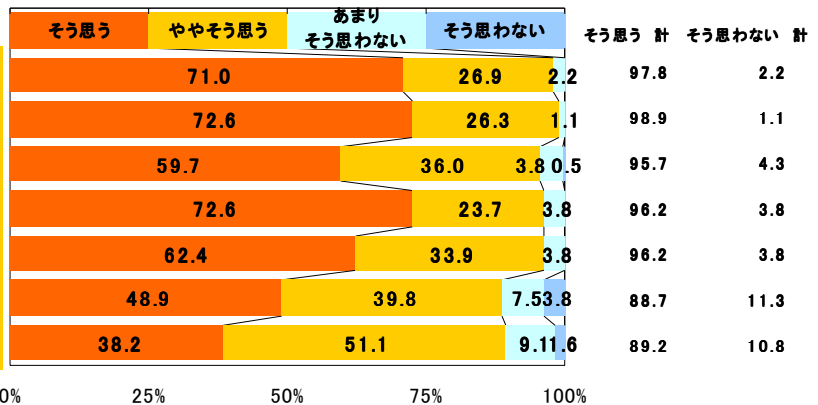
買い物行動・金銭感覚

7. 自由になるお金はほとんどが携帯代と洋服代に消えている
8. 他(食費など)を削ってでもオシャレにお金をかけていそう
9. 雑誌や携帯サイトに載っているものを買うことが多そう
10. 洋服は女友達と買いに行くことが多そう
11. 素材や着心地よりも、デザインや色・柄を重視している
12. 流行しているものにはすぐ飛びつきそう



ファッション傾向・意識

13. つけまっげは必ずしていそう
14. スキンケアより、アイメイク重視
15. 手も足もネイルが欠かせない
16. 茶髪、巻き髪、盛り髪をしていそう
17. 雑誌のモデルをお手本にしていそう
18. 人からどう見られているのか気になっていそう
19. シーンを問わず常にファッションに力を入れていそう



「渋谷ギャル」行動・意識・価値観は以下のとおり。

- 「今、自分が楽しく過ごせることが一番大切」という価値観を持ち、「自分から話すより、人の話はあまり聞かない」と思われている。
- 渋谷に来たらず109へ行くが、1人で外出・行動することは少なく、洋服は女友達と買いに行くことが多い。雑誌や携帯サイトで「今年の流行りは何か」をいち早く知り、すぐに飛びつく。素材や着心地よりもデザインや色・柄を重視し、人からどう見られているかを常に気にしている様子。
- 食費など他を削ってでも、ファッション代と携帯代にお金をつぎ込んでいて、外食といったらファストフードやファミレスが中心。
- 「つけまっげ」は必須アイテムで、アイメイク重視。ネイル、茶髪・巻き髪・盛り髪は欠かせない。

まとめ

さて、これまで一般的にイメージされている「渋谷ギャル」は“どんな人たち”なのかを様々な視点から見てまいりました。その結果、下記のようなパーソナリティイメージを顕在化することができました。

「渋谷の中でも『109』『センター街』に集中して出現」	「目的なくぶらぶらしていて、所持金は少ない」
「今を楽しむあまり、ルーズになりがちな生活」	「自由きままだが群れたがる行動パターン」
「派手で流行に乗った外見」	「質より“盛り”重視（見た目だけ飾り立てればそれでいい）」

また、一般の人たちが自分を「渋谷ギャル」と思わない理由として、「年齢」を挙げる人が多いことから、“若さ”が「渋谷ギャル」の大きな要素として捉えられていることがわかりました。

「メイクやファッションの違い」も、自分は「渋谷ギャル」ではないと否定する要素です。「チープ」「みんな同じような格好」と眉をひそめて見ている様子がかげえ、「憧れる」「自分もやってみたい」といった意見は皆無でした。

生活・行動・価値観においては、「人の話を聞かない」「不摂生でルーズな生活」「今は楽しければそれでいい」など、決して長所ではない面が挙げられており、冷たい視線をひしひしと感じます。

ギャルサークルなど仲間内だけで固まっているイメージもあり、相容れない存在とも思われているようです。

どうやら、「渋谷ギャル」は、世間一般の人たちからあまり良いイメージを持たれていない、むしろ“上から目線”で見下されているように感じました。

このようなマイナスイメージゆえに、一般の人たちは「渋谷ギャル」と距離を置いてしまい、うわべだけしか見ておらず、本当は“どんな人たち”なのかまでは具体的にわかっていない、というのが私たちの結論です。

では実際の「渋谷ギャル」たちは、自分たちをどういう存在だと考えているのでしょうか？ また、周囲からこのように思われていることについて、どんな反応をするのでしょうか？ 第2回目は、実際に街にいる「渋谷ギャル」にアプローチして、その実像に迫りたいと考えております。もしかしたら、私たちの想像を覆す実態が判明するかもしれません。

シリーズ「渋谷ギャル」調査にご期待下さい。

(白石・岡田・石津)



身近にあるモノ・ヒト・コトについてリサーチャーの眼で見てみました。

第2回：普通のB型

近年、血液型による性格特性の書籍が多数出版されている。多いのは「B型」に関するもので、B型人間がどんなふうに変わり者で「マイペース」で“つきあいにくい”かといった特性だけでなく、B型人間との付き合い方まで指南しているものもある。

私は学生時代、認知発達心理学を専攻していた。恩師の1人はこの種の「血液型による性格の分類」が大嫌いで、「人の性格がたった4種類の血液型で説明できるなら、心理学も統計学もいらぬ」とよくぶつつか言っていた。今となっては全く同感で、定性調査に携わるたび、対象者個々の性格のみならず生活や人生まで、実に多様性があると実感している。没個性と言われるが、個性の無い対象者なんていない、と断言できる。対象者リクルート条件など、数少ない共通点のひとつに過ぎない。同じ時代に生き、同じモノ・サービスを購入・利用し、同じような計画を立てたり夢を持っていても、そこに至る「過程」は人それぞれで、一様ではないのである。

しかしながら、世の人々は、「分類」する・されるのが好きだと思う。血液型のみならず、星座、干支、出身地など、様々な切り口で人を分類し、何がしかの特性を見つけ、“だからこういうタイプはこうなんだ”と理由づけをする。マイペースなB型、執念深さそり座、猪突猛進な亥年、頑固徹な九州人などがよい例である。いや、気配りするB型だって慎重な亥年だっているはずなのだが、なぜか「B型はマイペース」と言われるとうなずいてしまう。しかも、当人がその特性を受け入れており、「オレってB型だから」「私は亥年だから」と言い訳のように使うことも少なくない。彼らがそうするのは、開き直りもあるだろうが、おそらく、自分の性格について部分的でも説明しやすいからだろう。言われた周囲も、(何だか言いくるめられているような気がしないでもないが)「ああ、あなたってそうよね」と妙に納得させられるし、相手の人となりが若干でもわかることで、コミュニケーションが取りやすくなる。

定性調査では、対象者の性格特性や生活・人生の一部を通し、行動や欲求に対する理由や要因を探っていく。先述したように、その行動や欲求に至る「過程」は人それぞれで、理由や要因もばらばらに見えるが、様々な切り口で分析していくと、つながりや共通点、普遍的傾向(と言えるもの)が見えてくる。それは、「B型だから」「亥年だから」といった根拠が曖昧なものでなく、きちんと論理立てて説明できるものでなければならない。また、誰もが「ああ、そうだね」と理解できるものでなくてはならない。一様ではない対象者に影響されがちな部分も多いが、より研鑽し、的確な分析結果が得られるよう努めていきたいと思う。

(定性調査部／白石敦子 siraisi@mdr-j.co.jp)

編集後記

初めまして、今回編集長を務めさせていただきました石津です。先日、白金・麻布・六本木を散策しました。白金で見つけたお店は、安くてボリュームのあるオシャレなベーグル専門店と自家製パスタを提供するイタリアンレストランです。広島出身の私にとっては白金高輪駅にそびえ立つ高層マンションのふもとにこれらのオシャレなお店が散在し、そこに住む人々の生活に溶け込んでいるこの雰囲気、東京の魅力を感じました。次は中目黒周辺を散策するので、新たな出会いが今から楽しみです。(石津佑侑子 ishizu@mdr-j.co.jp)

ご希望の方には、今回調査した全ての集計データをお渡しします。お気軽に営業担当までお問い合わせください。