

2018年4月26日
マイナビティーンズ

マイナビティーンズ × ビデオリサーチ わかものラボ 女子高生のインフルエンサー力を共同調査

株式会社マイナビ（本社：東京、代表取締役社長：中川信行）が運営するティーン向けマーケティング支援事業を行う『マイナビティーンズ』は、株式会社ビデオリサーチ（本社：東京、社長：加藤 譲）の若者研究チーム『VR わかものラボ』と共同で、女子高生に関する調査、分析、インタビューを実施しました。その結果流行の発信者として女子高生が持つ影響力に注目し、Instagram を利用する女子高生を7タイプに分類した「JK×Instagram 利用クラスター」を開発しました。

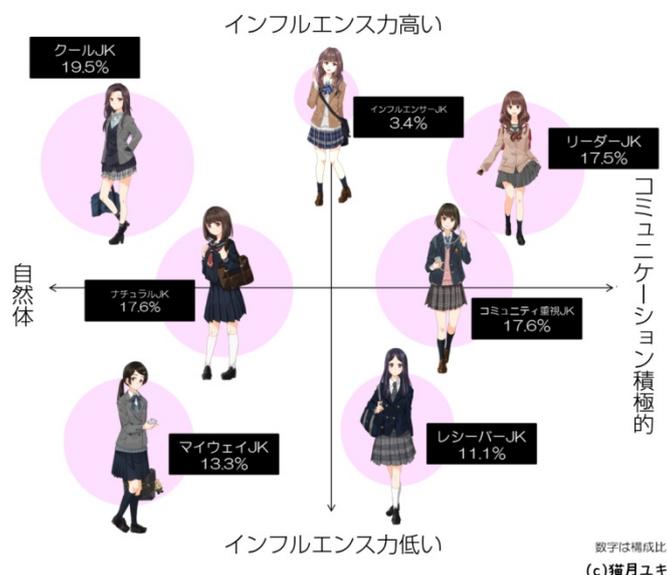
<調査の背景>

SNS 上のティーンの影響力が高くなってきている昨今。新たなマーケティング手法として「インフルエンサーマーケティング」が定着し、流行の最先端を行くティーン存在感が益々増えています。今や女子高生の Instagram 利用率は 75.2%（*本調査調べ）で 4 人に 3 人が利用しており、一日あたり利用時間は 120 分にのぼり、情報の発信、受信のどちらにおいても重要になっています。利用方法も「友だちとのコミュニケーション」「日記」「情報収集」「暇つぶし」など様々あり、利用方法によってインフルエンサー力も異なる事がわかりました。

今回開発したクラスターは Instagram を利用する女子高生を、「インフルエンサー力」に加えて「発信するときの意識」や「日常生活意識」をもとに、7つのタイプに分類しました。7つのタイプは「インフルエンサーJK」「リーダーJK」「クールJK」「コミュニティ重視JK」「ナチュラルJK」「レシーバーJK」「マイウェイJK」と分類でき、それぞれのタイプのデモグラフィックや意識に差があり、Instagram 上の行動に差があることがわかりました。

また、情報発信力の高い女子高生の、Instagram における波及のしくみを示すため、「インフルエンサーJK」の情報発信が「リーダーJK」や「クールJK」を通し、「コミュニティ重視JK」や「レシーバーJK」などへ伝達されていくことを、相関図で表しました。

Instagram を利用する女子高生の
7タイプのクラスター相関図



クラスターの詳細はこちら

https://teenslab.mynavi.jp/column/teen-cluster-2018.html?utm_source=pr&utm_medium=link&utm_campaign=cluster18

■ 調査概要

① 定量調査

2018年2月実施

1都3県在住の女子高校生 979サンプル インターネット調査

② クラスター分析

① 調査のうち Instagram を利用している 1都3県在住の女子高校生 736サンプルを分類

常に新しい流行を生み出す力のある女子高生の情報源として、Instagramの影響が増えています。今後も『マイナビティーンズ』と「ビデオリサーチ わかものラボ」は、さらに加速する女子高生のInstagramの利用普及に注目し、マーケティングに有用な情報を発信してまいります。

わかものラボについて

ビデオリサーチひと研究所の若者研究チーム。若者に関するデータや実際の若者である大学生や若手社会人を中心に組織されたフィールドリサーチャーと協力しいまの若者が「何を考え」「どのようなことをしているのか」といったリアルな姿を明らかにする研究を進めています。世の中を若者にとって、もっとワクワクするものにしたい。その想いを胸に、マーケティングに役立つ若者のインサイトを提供します。

『マイナビティーンズ』とは？

国内最大級の10代女子向け総合メディア。会員数は6万人。原宿の竹下通りのエンターテインメントフードコート『JOL原宿』を活用したプロモーションやイベントを開催しています。

【お問い合わせ先】『マイナビティーンズ』編集部 宇都宮

Tel : 03-6438-9899 Fax : 03-6438-9376 Email : teens-pr@mynavi.jp