女子高生の「インフルエンス力」に注目！

～マイナビティーンズ×ビデオリサーチ　「JK×Instagram 利用クラスター」を開発～

ビデオリサーチひと研究所の若者研究チーム『VR わかものラボ』は株式会社マイナビが運営する、ティーンマーケティング支援事業を行う『マイナビティーンズ』と共同で、女子高生の「インフルエンス力」に着目した「JK×Instagram 利用クラスター」を開発しました。

『マイナビティーンズ』と『VR わかものラボ』では、かねてより若者の流行の拡散源であり、未来のユーザーにつながる存在でもある女子高生に注目しており、彼女たちへの理解を深めることで企業のマーケティングへの活用、支援に取り組んできました。

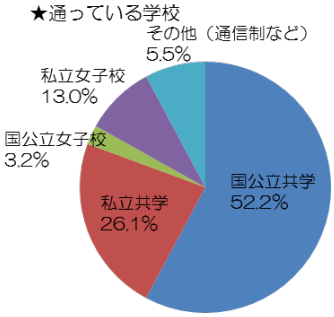
女子高生ひとりひとりが周囲に与える影響力を「インフルエンス力」と定義しました。その上で、この「インフルエンス力」と彼女たちの重要な情報受発信ツールとなっている Instagram で発信する時の意識や日常生活の意識を掛け合わせることで、クラスターを作成しました。このクラスターは「インフルエンサーJK」「リーダーJK」「クール JK」「コミュニティ重視 JK」「ナチュラル JK」「レシーバーJK」「マイウェイ JK」の計 7 タイプに分類でき、それぞれのタイプのデモグラフィックや意識、また Instagram 上の行動にも差があることがわかりました。ここでは『マイナビティーンズ』と『VR わかものラボ』がクラスターを開発したプロセスやそれぞれのクラスターの特徴などをご紹介します。

1．今の女子高生とは

マイナビティーンズとＶＲわかものラボはJKクラスターを開発するにあたって、まずは“今の女子高生がどのような人たちなのか”を把握すべく、定量調査と定性調査を実施、改めて彼女たちのプロフィールを整理しました。

学校

★通っている学校



★休み時間にすること

1　友だちとおしゃべり　84.4%
2　SNSの閲覧　42.8%
3　睡眠　24.6%

★部活動をやっている人

75.1%

運動部→　42.7%
文科部→　42.2%

★学校の校則について

厳しいと思う　46.9%

校則を守っている人→70.7%

★学校が終わってからすること

1　部活動・サークル　55.3%
2　友だちとおしゃべり　53.9%
3　買い物　32.6%

★つきあう相手によって使い分ける自分のキャラの数（平均）

平均2.4個

★卒業後の進路の希望

大学進学　68.4%

短期大学・専門学校　16.5%

スマートフォン

★スマートフォン所有率（家族との共用も含む）

95.7%

★スマートフォンの種類

iPhone　78.3%

★スマートフォンの支払い（1ヶ月）

平均　6,158円

親が支払い者　94.8%

★スマートフォンをはじめて持った年齢

14歳

いま使っているのは通算2台目のスマホ　41.0%

★スマートフォンの利用時間（1日）

平日　237分
休日　288分

★スマートフォンに入れているアプリの数

平均　26個

★アプリを整理する頻度

1ヶ月に一回　39.6%

お金

★自由に使えるお金（1ヶ月）

平均　10,112円

★貯金額

平均　152,538円

1万円未満の人→28.5%

★アルバイト代（1ヶ月）
（※アルバイトをやっている人）

平均　40,860円

恋愛

★いま彼氏がいる人

17.0%

★はじめて恋人ができた年齢

平均　13.7歳

いままで恋人ができたことのない人→38.3%

★結婚願望がある人

62.2%

★浮気経験がある人

4.2%

注目はスマートフォンの利用についてです。インターネット調査の結果ではありますが、

女子高生のスマートフォン所有率は 95.7%となっており、所有者の利用時間は平日で 237 分（約 4 時間）、休日 288 分と一日のうち多くの時間をスマートフォン利用に費やしていることがわかります。

２．女子高生の SNS 利用について

女子高生のスマートフォン利用は一日うちのの長時間を占めていますが、その多くの部分は SNS 利用になっています。女子高生はコミュニケーションや情報収集など、SNS を使って様々なことをしています（図１）。女子高生の SNS 利用率は Twitter が 87.0%、Instagram が 75.2%となっており、スマートフォン所有者の大多数がこの二つの SNS を利用しています。利用率では Twitter が Instagram よりも高いですが、女子高生にふだん使っている SNS についてインタビューすると、「今はインスタがメイン」、「どちらも使っているけど、先に見るのはインスタ」といった意見が聞かれ、Instagram に対する距離が近くなっていることがわかりました。調査（図２）でも SNS のイメージについて、「流行っている」、「若者向けな」、「おしゃれな」といった項目のスコアが Twitter よりも Instagram のほうが高くなっており、今の女子高生の SNS 利用の中心は Instagram となっています。

図１　女子高生の SNS の利用率

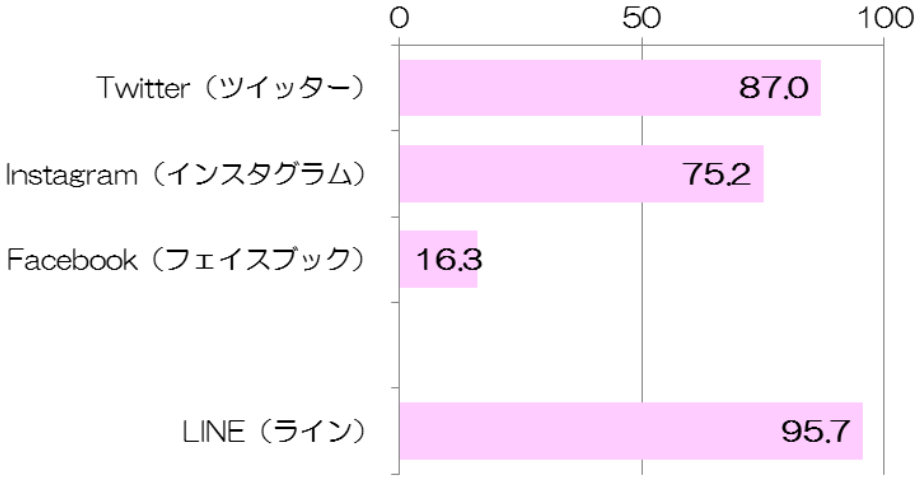
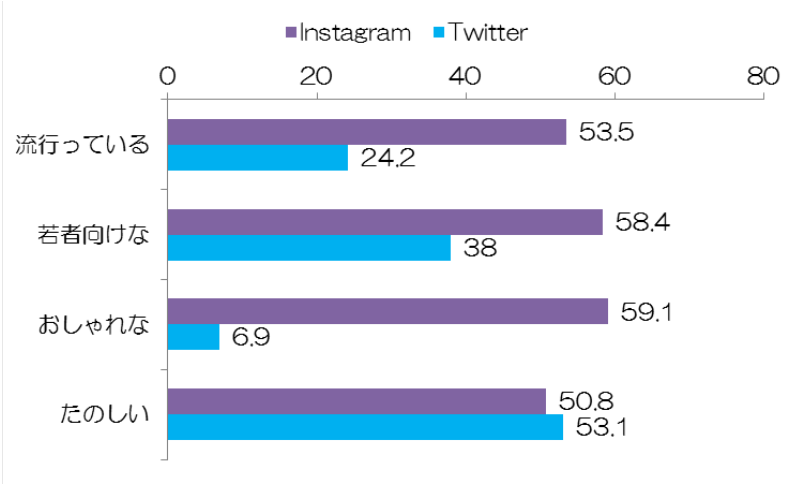


図２　SNS のイメージ（各サービス利用者）

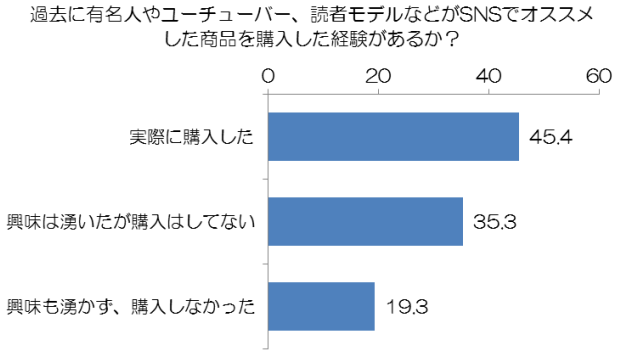


３．女子高生の「インフルエンス力」に注目

クラスター開発にあたり、私たちが注目したのは女子高生個々人が持つ影響力＝「インフルエンス力」です。「インフルエンス力」とは、その人が周囲に対してどれだけ自分の持つ情報や考えを発信でき、他者にどれだけ影響を与えているかのパワーを指しています。情報発信ツールは、2000 年代前半の「ブログ」から、「mixi」、「Twitter」、「Instagram」などと変わってきているものの、いつの時代も情報は発信者となる人がいて、それをフォロワーが受け取り広がっていくという構図は変わらないという点に着目しました。情報を受け取り行動する、という点も以前と変わりません。（図３）のように、女子高生のうち SNS でオススメされた商品を見て、実際に購入したことがあると答えた人は 45.4%と 5 割近くになっており、SNS が購買行動にも影響を与えていることがわかります。

そこで、現在、女子高生に最も影響を与えている情報発信ツールである Instagram において、個々人の発信がどれだけ影響力を持っているのか、フォロワーとフォローの数から算出し、これを「インフルエンス力」としてクラスター分類の軸のひとつに活用いたしました。

図３　SNS を見て商品を購入した経験の有無



※マイナビティーンズの調査より　2018 年　3 月　全国

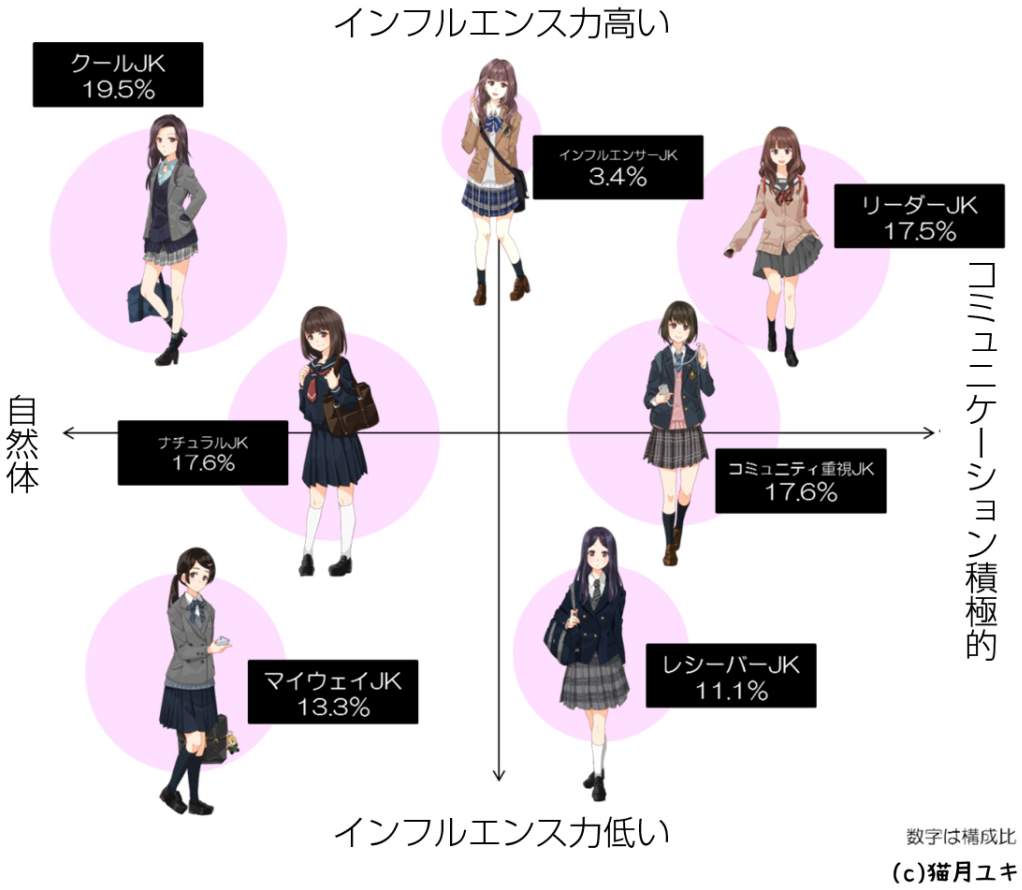
$$\boxed{\text{インフルエンス力}} = \text{Instagramのフォロワー数} \times \frac{\text{Instagramのフォロワー数}}{\text{Instagramのフォロー数}}$$

インフルエンス力はフォロワー数（一度の発信をどれだけ多くの人に届けられるか）をベースに、フォロー数とフォロワー数の比率を掛け合わせて算出しています。純粋なフォロワー数ではなく、フォロー数、フォロワー数の比率を加味したのは、女子高生のインタビュー時に、「インスタグラマーのような発信力のある人は、自分はあまりフォローをしておらず、フォロワー数の多い人をフォローすることが多い」という発言をよく耳にしたことに起因しています。つまり、フォロー数よりフォロワー数が多い人は、自分の身近な友だち（お互いフォローしあっている人）以外にも情報を伝えられることができる人、つまりは発信力があり影響力がある人であるという点から設定しています。

1.　4．今の JK を表現する「JK×Instagram 利用クラスター」

クラスターは Instagram を利用する女子高生が持つ「インフルエンス力」と Instagram における発信や日常生活の意識を掛け合わせて、7 つのタイプに分類しています。分類はまず Instagram を利用する女子高生の中でも特にインフルエンス力の高い人（全方位に対して影響力を持っている人）を「インフルエンサーJK」として抽出し、それ以外の Instagram 利用者をインフルエンス力と意識でクラスター分類しました。それぞれのタイプの特徴を出るようにしながらも、ひとつ、ひとつをある程度の塊として見られるように分類した結果、6 つのタイプに分かれ、それぞれ「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」となっています。各タイプの特徴を簡単にご紹介します（図４）。

図４　「JK×　Instagram」クラスター


インフルエンス力高い
クールJK
19.5%
インフルエンサーJK
3.4%
リーダーJK
17.5%
コミュニケーション積極的
自然体
ナチュラルJK
17.6%
コミュニティ重視JK
17.6%
マイウェイJK
13.3%
レシーバーJK
11.1%
インフルエンス力低い
数字は構成比
(c)猫月ユキ

７つのクラスターの特徴

すべてのJKに影響力を与えるカリスマ

インフルエンサーJK

インスタ利用JKの

3.4%

特徴

インフルエンス力がJKの中で突出して高く、まわりを引っ張る存在。情報感度が高く、購買意欲もあり、さまざまな範囲で女子高生に影響を与える。自分の考えをはっきり持っており、上昇志向も高い。

基本データ

インフルエンス力	★★★★★
コミュニケーション力	★★★★
学校	私立共学が多い
おもな部活	ダンス部
1ヶ月に自由に使えるお金	14,240円
Instagram利用 （1日の平均）	【閲覧】 166分 【投稿】 通常の投稿：0.97回 ストーリーズ：1.98回

特徴的なInstagramの使いかた

- 自分の意見や近況の発信
- 動画の加工
- 日記代わり
- 話題の情報を集める

Instagramに関する意識

いいねをたくさんもらうための自分なりのテクニックがある	251
投稿の世界観を大切にしている	186
知らない人（フォロワーではない人）に自分の投稿が見られるのは嫌だ	68

※全体のスコアを100として指数化

トレンド押さえて、周りを引っ張る

リーダーJK

インスタ利用JKの

17.5%

特徴

集団を引っ張るリーダー的存在で、コミュニティ内でのインフルエンス力も高い。流行に敏感で、ファッション、メイクなどの意識も高く持っている。

基本データ

インフルエンス力	★★★★
コミュニケーション力	★★★★
学校	私立共学、公立共学が多い
おもな部活	ダンス部
1ヶ月に自由に使えるお金	10,667円
Instagram利用（1日の平均）	【閲覧】126分 【投稿】通常の投稿：0.79回 ストーリーズ：1.97回

特徴的なInstagramの使いかた

- 学校の友達とのコミュニケーション
- 話題の情報を集める

Instagramに関する意識

SNSの投稿は周りの人から良く見られたいと思う	131
いいねをたくさんもらうための自分なりのテクニックがある	226
フォロワーを増やしたい	159

※全体のスコアを100として指数化

自然体がカッコいい
クールJK

インスタ利用JKの
19.5%

特徴

自分の芯を持っており、誰に対しても自然体にふるまうタイプ。コミュニケーションはそれほど積極的ではないものの、友だちは多く、意識せずとも周りを引っ張っており、インフルエンス力は高い。

基本データ

インフルエンス力	★★★★
コミュニケーション力	★★★
学校	私立共学、私立女子高が多い
おもな部活	バスケ部
1ヶ月に自由に使えるお金	12,427円
Instagram利用 （1日の平均）	【閲覧】 129分 【投稿】 通常の投稿：0.50回 ストーリーズ：0.94回

特徴的なInstagramの使いかた

- 学校以外の友達とのコミュニケーション
- 有名人の情報を見る

Instagramに関する意識

SNSの投稿は周りの人から良く見られたいと思う	107
投稿するときのこだわりは特にない	102
フォロワーを増やしたい	99

※全体のスコアを100として指数化

まわりを盛り上げ、明るくする

コミュニティ重視JK

インスタ利用JKの

17.6%

特徴

影響力はリーダーほどではないものの、積極的に周りとかかわりを持つタイプ。リーダーとともに集団を盛り上げ、影響を与える。流行もきちんとチェックし、取り入れる。

基本データ

インフルエンス力	★★★
コミュニケーション力	★★★★
学校	公立共学、公立女子高が多い
おもな部活	テニス部
1ヶ月に自由に使えるお金	11,288円
Instagram利用（1日の平均）	【閲覧】 164分 【投稿】 通常の投稿：0.76回 ストーリーズ：0.76回

特徴的なInstagramの使いかた

・友人・知人の意見や近況を読んだり、写真を見る

Instagramに関する意識

いいねをたくさんもらえると嬉しい	131
周りの人がどのような投稿をしているか気になる	135
友だちの投稿にいいねなどリアクションをよくする	131

※全体のスコアを100として指数化

普通が一番

ナチュラルJK

インスタ利用JKの

17.6%

特徴

いわゆる普通の女子高生。何事にもガツガツせず、コミュニケーション力も高くもなければ、低くもない。インフルエンス力も普通。情報感度も高くはないもののきちんとチェックして取り入れている。

基本データ

インフルエンス力	★★★
コミュニケーション力	★★★
学校	公立女子校、私立女子校が多い
おもな部活	帰宅部
1ヶ月に自由に使えるお金	11,600円
Instagram利用 （1日の平均）	【閲覧】 143分 【投稿】 通常の投稿：2.30回 ストーリーズ：1.97回

特徴的なInstagramの使いかた

・家族とのコミュニケーション

Instagramに関する意識

SNSの投稿は周りの人から良く見られたいと思う	83
フォロワーを増やしたい	75
周りの人がどのような投稿をしているか気になる	64

※全体のスコアを100として指数化

自己主張はせずおとなしい

レシーバーJK

インスタ利用JKの

11.1%

特徴

自己主張はあまりせず、周りに着いていくタイプ。コミュニケーションも積極的ではないものの、輪を乱すようなことはしない。流行の情報を知らないわけではないが、発信したり、話題にすることにはあまり興味がない。

基本データ

インフルエンス力	★
コミュニケーション力	★★
学校	私立共学、私立女子高が多い
おもな部活	テニス部、軽音楽部
1ヶ月に自由に使えるお金	9,500円
Instagram利用 （1日の平均）	【閲覧】 66分 【投稿】 通常の投稿：0.25回 ストーリーズ：0.8回

特徴的なInstagramの使いかた

・友人・知人の意見や近況を読んだり、写真を見る
・暇つぶし

Instagramに関する意識

周りの人がどのような投稿をしているか気になる	117
投稿の世界観を大切にしている	54
いいねをたくさんもらうための自分なりのテクニックがある	11

※全体のスコアを100として指数化

淡々とわが道をゆく

マイウェイJK

インスタ利用JKの

13.3%

特徴

周りをあまり気にせず、自分の思ったように進むタイプ。周りに影響を与えるということに興味がない。自分のこだわりがあり、周囲に対する不満も特に持っていないタイプ。

基本データ

インフルエンス力	★
コミュニケーション力	★
学校	私立共学が多い
おもな部活	文科系
1ヶ月に自由に使えるお金	12,230円
Instagram利用 （1日の平均）	【閲覧】 84分 【投稿】 通常の投稿：1.27回 ストーリーズ：1.06回

特徴的なInstagramの使いかた

・特徴的な使いかたはない

Instagramに関する意識

SNSの投稿は周りの人から良く見られたいと思う	36
いいねをたくさんもらえると嬉しい	37
フォロワーを増やしたい	29

※全体のスコアを100として指数化

インフルエンス力を軸に女子高生を分類することで、女子高生のコミュニケーションや情報拡散のメカニズムを理解する助けになると考えています。「女子高生の理解」や「女子高生の Instagram の使い方」また、「女子高生にどのようにコミュケーションするのがいいのか」などのマーケティング課題に対して、クラスターを活用することでよりよいアプローチ方法を見出すことが可能になります。今後はこのクラスターを元に女子高生をさらに分析し、女子高生に対するマーケティングを支援していきます。

■調査概要
①定量調査「女子高生の生態調査」
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の調査のうち 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

■マイナビティーンズについて
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。なお、「トレンドランキング」は 2015 年から行い、今年で 3 年目となります。BtoB オウンドメディア「マイナビティーンズラボ（https://teenslab.mynavi.jp/）」。

■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。

■お問い合わせ先
マイナビティーンズラボ担当宛
Tel：03-6438-9899
Email：teens-lab-info@mynavi.jp
URL：https://teenslab.mynavi.jp/info.php