

トレンド 語り

平成のトレンドを読むとき「JK(女子高生)」は欠かせない存在だ。この世代よりも好奇心が旺盛で常にアンテナを張り、情報交換に余念がない。JKが流行を生み続けた30年を振り返ると、単なるはやり廃りより、新たなトレンドの発信源として興味深い。

中村 泰子

JK(女子高生)

ガングロに象徴される「JKバブル期」の1990年代後半から2000年代は、バッグやケータイに「はやりもの」をたくさん付けた「歩くトレンド」さながらで、見た目にもわかりやすかった。
ところが2010年代から最近では、黒髪が主流となり、制服をキチンと着こな

流行を生み続けて30年



すナチュラル志向に変貌した。持ち物も大きく変わった。流行をつかむにはスマートフォン(スマホ)の画面やアプリを見せてもらうのが一番だ。インスタグラムやユーチューブで最新情報に触れ、新しいものを見つけたらアップデート世代である。トレンドよりは自分

の世界観を見せたい傾向が強い。
彼らのインスタには流行が反映される。例えば、最近の高校生に人気のケータイバイトル写真。充電時、動物やキャラクターがスマホをくわえているような姿に見えて癒やされるうえ、友人と大勢で充電しているのも、一目でそれが誰のものかわかりやすいという。昔も今もJKは流行に極めて敏感だ。ただし、「新しいもの」だけが一番だ。分には合うか一どづかを厳しく吟味する。おのおの評価の仕方が違うから、みんなが目指す共通の人やモノがあまりないとも言えるだろう。企業や大人の世代から見れば、JKの新しい感性は分かりにくい。そんなときは、多趣味でコミュニケーション(部活や習い事)や友達が多い子に直接会って話を聞いたり、スマホを見せてもらうのが一番だ。
「自(ブームプランニング社長)