

パギアル消費

著者 電通ギャルラボ 西井美保子氏にインタビュー

「なぜ「ギャル」に着目したのですか
ギャルといえば、かつては「コギャル」や「ヤマンバ」と呼ばれる人たちがいて、彼等らはファッションもライフスタイルも、自他共に認める「ギャル」でした。しかし最近では、109系ブランドを全身にまとった女の子に「あなたはギャル？」と聞いても「ギャルじゃないし」と蹴されたり、逆に、外見はすごくおとなしい子が中身はギャルそのものだったり、見た目と内面が一致しない女の子が本当に増えました。そこで、現代のギャルは見た目でなく「マインド」だと考えることにしました。「泣ける歌詞が好き」「都心より地元」「安くてかわいいうのが好き」といった特徴を「ギャルマインド」と設定してみると、それは思いのほか広く浸透していました。真性のギャルではないけれど、ギャルのマインドをもつ人(パギアル)がたくさんいたのです。」

「どうして今の若者は、外見と内面が一致しなくなったのでしょうか」
大きな理由のひとつは、所属するグループが増えたことだと思います。小社は15〜22歳の若者が何グループに所属しているのか定期的に調査していますが、昨年9月の結果は平均6グループ。4年前の4グループから急増しています。スマホやSNSの普及・進化が大きく影響して

いるのでしょうか。「空気を読む」のが常識である今の若者は、グループに合わせて自分をカメレオンのように変えるのですが、所属するグループが増えれば、自分のキアラも増やさなければならぬ。ファッションも、いろんなジャンルのいろんなパーツ

パギアル消費
～女子の7割が隠し持つ「ギャルマインド」研究
日経BP社 1575円

ファッション性以外に「家族や友人との絆を大切に」「地元を愛する」「体当たりで生きる」などのマインドや行動を愛する人を幅広く「ギャル」と定義。すると女子の7割はギャルマインドをもつ＝パギアル(半端なギャル)であることが判明。そんな新たな消費層の消費行動を分析。(2011年11月初版発行)



を取り入れて、見せ方を少しずつ工夫して、なるべく浮かないようにする。そんな背景から、見た目と内面とのギャップが生まれてきたと考えられます。」
「そういう傾向は、今後どうなっていくのでしょうか」

「空気を読む」世代より下の子たちは、生まれた時から国が下り坂だし、望まなくともケータイを与えられるジェネレーションなので、これまでとはまた違った世代になっていくだろうと見えています。事実、年代も性別も国境も超えて発信し、認められる人たちが芸能やスポーツの世界で出てきている一方、コミュニケーションに疲れた若者も増えている。小社の調査では、「携帯電話のなかった時代がうらやましい」という高校生・大学生が4割もいました。今後は、すごく発信する人と、あえてコミュニケーションしない人とに二極化するのではないのでしょうか。」

「高校の先生に伝えたいことは？」

「モニター調査などで高校生と接して思うのは、所属するグループ数が増えたために、「学校単位」や「クラス単位」という意識が昔より薄れているということですね。実際、商品のキャンペーンをする際も、「学校の友達と○○しよう!」といった企画では応募が集まりづらく、「好きな友達と3人で」とするほうが断然集まります。高校の先生方も、今の子は学校のネットワークがものすごく広がっているということを理解できると、高校生の真意も汲み取りやすくなるのではないのでしょうか。」

西井美保子氏

にしい みほこ ●1986年生まれ。慶應義塾大学商学部卒業後、2009年電通入社。10〜20代の若者を対象としたプロジェクトに携わる。10年3月より「ギャルラボ」の立ち上げに参加。リサーチからブランニングまで幅広く担当。家電メーカーの若い女性向け商品開発や化粧品の新商品コミュニケーション戦略立案などを手がける。

