

【研究背景】

近年、「ヲタク」と呼ばれる人々への関心が強くなっている。若者ならば誰もが一度は使ったことがあるInstagramで検索すると、「#（ハッシュタグ）オタク」というハッシュタグをつけて投稿されている写真はおよそ55万7千件（2021年11月22日現在）である。また、「#ヲタク」というハッシュタグはおよそ17万2千件（2021年11月22日現在）である。そのほかにも「#量産ヲタク」はおよそ152万件、「#隠しきれないヲタク」はおよそ205万件と多くの人がオタク・ヲタクについて発信している。これらのハッシュタグがつけられた投稿の検索上位にはジャニーズのペンライトやうちわを持った女性たちの写真やアプリゲームのキャラクターが描かれた缶バッジをたくさんカバンにつけた女性の写真が出てくる。ジャニーズとアプリゲームの2つのコンテンツを比べてみると多くの人がジャニーズやアプリゲームを応援しプレイしているということがわかる。

ジャニーズファンクラブの会員数 (2021年9月現在)

名称	会員数
嵐	3,045,000
関ジャニ∞	732,000
King & Prince	727,000
合計	4,504,000

(出典) 新世界レポ

アプリゲームのダウンロード数 (2021年10月現在)

名称	ダウンロード数
あんさんぶるスターズ!! Basic	1,217,671
刀剣乱舞	1,216,650
ディズニーツイステッドワンダーランド	1,069,571
合計	3,503,892

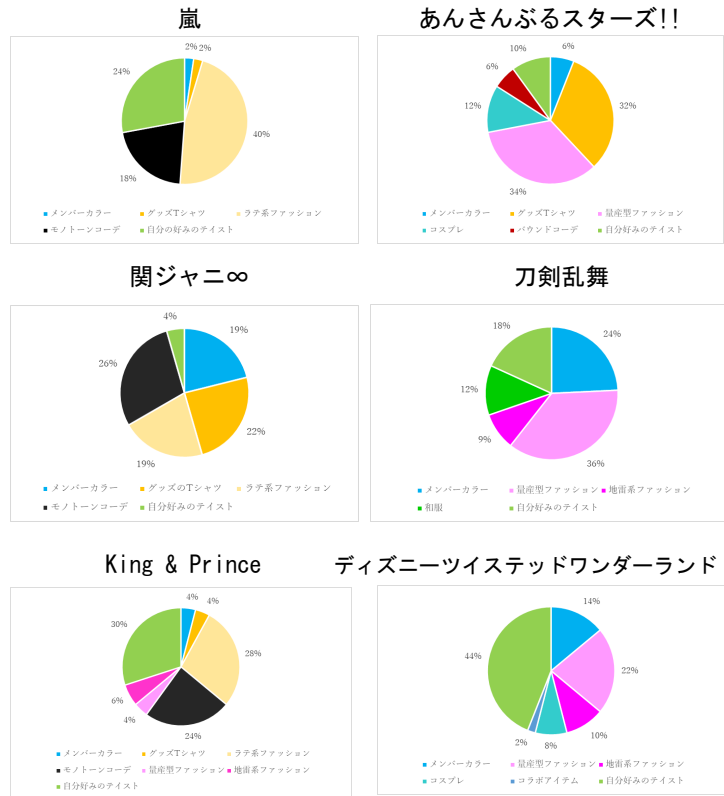
(出典) #セルラン分析/ゲーム株 『Game-i』

【目的】

ジャニーズとアプリゲームを好きな女性を主体としてヲタク特性やそのファッション性の特徴を研究することで、若い女性をターゲットにしている不振なアパレル業界に対して今後の商品企画の示唆を提案する。

【研究内容】

Instagramで無作為に50投稿を抽出し、嵐、関ジャニ∞、King & Prince、あんさんぶるスターズ!!、刀剣乱舞、ディズニーツイステッドワンダーランドのヲタクの服装を以下のグラフにした。



(出典) 筆者作成

【結果】

今回の研究でジャニーズとゲームアプリについてヲタク女子のファッション性が異なることを明らかにした。

ジャニーズヲタクは量産型ファッションの中でもヲタク系ファッションを好む傾向がある。理由としてタレント自身がメンバーカラーをあまり身に着けていないことがあげられる。そのため、アパレル業界やファッション雑貨業界でジャニーズヲタクをターゲットにする場合はナチュラルな普段の生活で着ていても一見ヲタクとわからないような服やアイテムを販売するべきであるといえる。

アプリゲームのヲタクは量産型ファッションの中でも王道の量産型ファッションを好む傾向がある。理由としてゲームの中でプレイヤーがヒロインのようなポジションであることがあげられる。また、メンバーカラーを好んで着用する傾向がある。そのため、アパレル業界やファッション雑貨業界でアプリゲームヲタクをターゲットにする場合は量産型ファッションや色味の多い服やアイテムを販売するべきであるといえる。