



NEWS RELEASE

2021年6月15日

報道関係各位

CCC マーケティング株式会社
株式会社 T ポイント・ジャパン

【“選べる制服”について考えるキャンペーン第一弾 高校生・親・教員の声】

高校生・親・教員いずれも 8 割以上が“選べる制服”の導入に賛成

生徒主導の導入への活動を親・教員の 9 割が応援

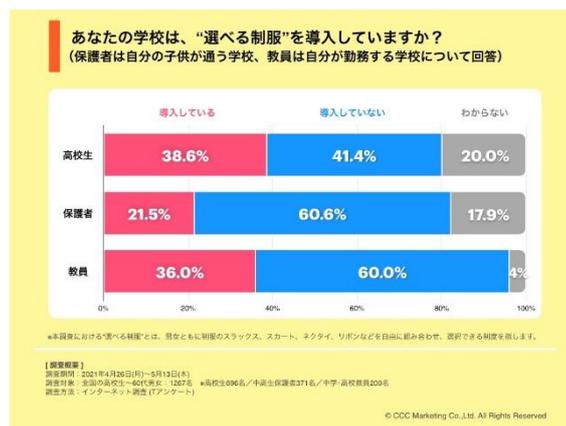
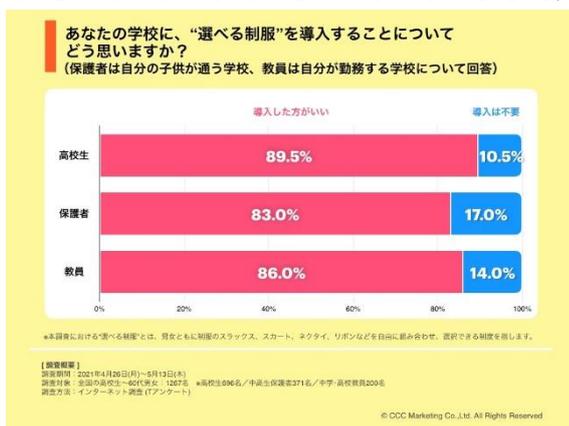
～中高生から 20 代の若者世代と政治・社会をつなぐ「学校総選挙プロジェクト」～

CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）と株式会社 T ポイント・ジャパン（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長島弘明）は、これからの未来を担う中高生から 20 代の若者世代と政治・社会をつなぐソーシャルプロジェクト「学校総選挙プロジェクト」(<https://youthvote.tsite.jp/>) を取り組んでおり、若者世代の声を世の中に届け、社会が動くきっかけ作りをミッションとしています。

このたび「学校総選挙プロジェクト」では、高校生、中学・高校教員、中高校生の子どもを持つ親を対象に、“選べる制服”^{*1} について考えるキャンペーンを実施します。6 月は制服が夏服へと衣替えする季節で、自ずと制服についての意識が高まります。キャンペーンの第一弾として、2021 年 4 月 26 日（月）～5 月 13 日（木）までの間、オンライン調査によって「選べる制服」についての調査を行い、全国の高校生 696 名、中学・高校教員 200 名、中高生保護者 371 名より回答をいただきました。

■ “選べる制服”を導入した方がいい高校生・教員は 9 割、“選べる制服”を導入している学校は 4 割弱

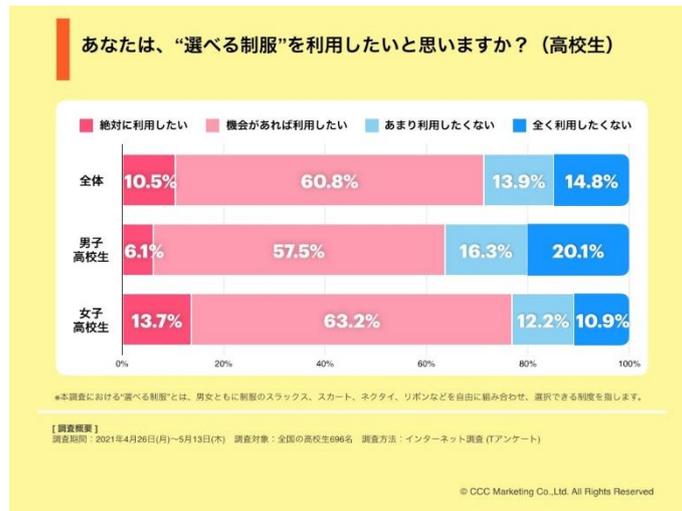
はじめに、自分の学校への“選べる制服”導入について、その意向を聞いたところ、「導入した方がいい」と回答をした高校生は 89.5%、親は 83.0%、教員は 86.0% となり、8 割が“選べる制服”への導入意向があることが分かりました。また、実際に自分の学校で“選べる制服”を導入しているかどうかを聞いたところ、「導入している」と回答をした高校生は 38.6%、教員では 36.0%、親では 21.5% となり、4 割弱の学校で“選べる制服”をすでに導入していることが分かりました。





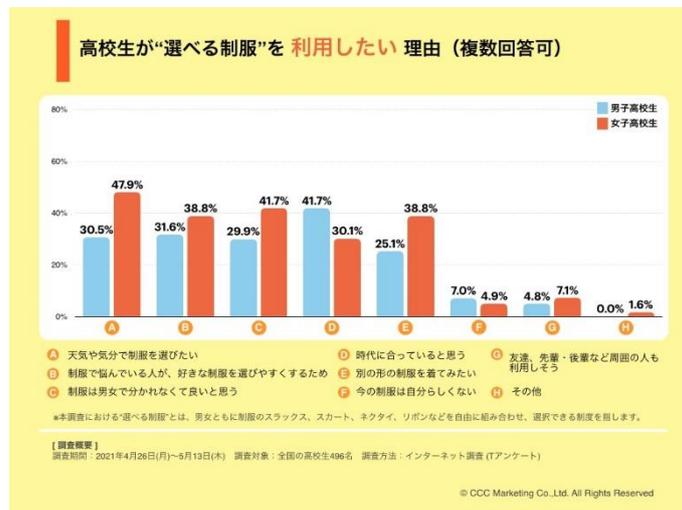
■ ”選べる制服”を利用したい高校生は7割（男子高校生は6割、女子高校生は8割）

続いて”選べる制服”を利用したいかどうかを聞いたところ、「絶対に利用したい」が10.5%、「機会があれば利用したい」60.8%と7割の高校生が”選べる制服”への利用意向がありました。この結果を性別で見ると、男子高校生では「絶対に利用したい」「機会があれば利用したい」の合計が63.6%、女子高校生では76.9%となり、より女子高校生の方が”選べる制服”へのニーズが高いことが分かりました。



■ ”選べる制服”を利用したい理由、女子高校生は「天気や気分」、男子高校生は「時代に合っている」

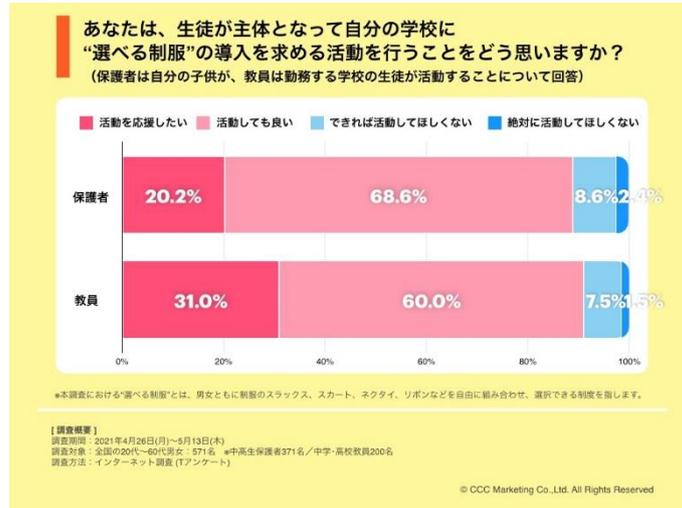
”選べる制服”を利用したいと回答をした高校生にその理由を聞いたところ、女子高校生の理由上位から「天気や気分で制服を選びたい」が47.9%、「制服は男女で分かれなくて良いと思う」が41.7%、「制服で悩んでいる人が、好きな制服を選びやすくするため」「別のカタチの制服を着てみたい」が38.8%となりました。一方の男子高校生の理由上位は「時代に合っていると思う」が41.7%、「制服は男女で分かれなくて良いと思う」が31.6%、「天気や気分で制服を選びたい」30.5%となり、男女で”選べる制服”への理由に差があることが分かりました。





■子どもや教え子の“選べる制服”導入に向けた活動を親・教員の9割が応援

親と教員を対象に、子どもや教え子が“選べる制服”を導入することを求める活動をしたらどう思うかを聞いたところ、「本人の活動を応援したい」が31.0%、「本人が望むらな活動をしていても良い」が60.0%となり、保護者と先生の9割が高校生の“選べる制服”への活動を応援していることが分かりました。



■「学校総選挙プロジェクト」プロジェクトリーダー・石井大樹からのコメント

昨今、世間の認知も高まっている“選べる制服”制度ですが、実際に制度が導入されている学校はまだ決して多いとは言えません。「学校総選挙プロジェクト」は、制服を選びたい生徒も、そうでない生徒も同じように心地よく、快適な学校生活を送れるよう選択の幅が広がることを応援したいと考えています。

今回の調査では、保護者のみなさんや先生方の多くが、“選べる制服”の導入や、生徒が主体となって“選べる制服”の導入に向けた活動を行うことを応援したいという考えをお持ちという実態を明らかにすることができました。

本キャンペーンでは、自分の学校も“選べる制服”の導入に向けて動きたいという生徒に対して具体的なサポートを予定しています。先生方はもちろん、かつて学生だった大人世代のみなさんにも“選べる制服”に関心をもっていただき、行動を起こす若者たちを社会全体で応援するきっかけになればと思っています。

「学校総選挙プロジェクト」ではこの結果を受け、“選べる制服”について考えるキャンペーン第二弾として、“選べる制服”の導入を検討したい高校生に向けた相談会を今後実施するほか、生徒の声を集める署名フォーマットを提供し、高校生の活動を応援していく予定です。また、7月27日(火)に新木場 STUDIO COASTで開催される、東京ガールズコレクション (以下 TGC) がプロデュースする“令和 teen”のためのガールズフェスタ『TGC teen 2021 Summer』とのコラボレーションも予定しています。

CCC マーケティングおよび T ポイント・ジャパンは、「学校総選挙プロジェクト」を通じて、若者が社会課題に主体的に関わり、判断し、実行をしていく「グローバル・シチズンシップ」を育み、SDGs の目標4「すべての人々への、包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する」の達成につながっていくことを目指してまいります。そして、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに、



「T」が「人と社会をつなぐ」存在となることを目指し、引き続き、新たな社会価値創造に取り組んでまいります。

【「学校総選挙」サービス概要】

■プロジェクト名：学校総選挙プロジェクト

■プロジェクトサイト：<https://youthvote.tsite.jp/>

■プロジェクト開始日：2020年10月13日（火）

■プロジェクト内容：「学校総選挙プロジェクト」は、CCCの創業意図「若者に新しい生活スタイルの情報を提供する拠点を提供していく」をアイデンティティに、これからの未来を担う若者が、これからの未来を生きていく糧となる新たな発見や考え方を共創していく「場」です。中高生から20代の若者世代に向けて、政治や社会課題から進学、学校など幅広い領域から、これからの若者世代に関わる課題をテーマアップし、その問題提起した課題についての中立的な情報と同世代が対話を深める場を提供します。WEBサイトで実際に「投票」することで、中高生世代の一人一人が主体的に関わり、意思表示できる機会を作ります。そして、中高生の「声」をまとめた投票結果のレポート記事や、有識者へのインタビュー記事などをnote上で掲載したり、オピニオンリーダーを迎えての企画や対話の場なども提供をしていく予定です。

■Twitterアカウント：学校総選挙プロジェクト【公式】 https://twitter.com/T_gakkou

■noteアカウント：学校総選挙プロジェクト【公式】 https://note.com/t_gakkou

【“選べる制服”に関する調査の概要】

■調査受付期間：2021年4月26日（月）～5月13日（木）

■調査方法：オンラインによる調査

■調査地域：日本全国

■調査対象と調査数：高校生696名、中学・高校教員200名、中高生保護者371名

※1 “選べる制服”とは、男女ともに制服のスラックス、スカート、ネクタイ、リボンなどを自由位に組み合わせ、選択できる制度を指します。

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社／株式会社Tポイント・ジャパン

広報担当：安藤

TEL：03-6800-4464