



中国、日本発ロリータ服にはまる若者 中華風に独自進化も グローバルウオッチ

[エンタメ](#)[フォローする](#)

2026年8月8日 5:00 [会員限定記事]

保存



上海で開かれた「二次元」のイベントにロリータ服で参加した四川省の女性（7月）

中国の若い女性の間でフリルやレースをあしらった「ロリータファッション」が広がっている。主要通販サイトでの関連販売額は1～6月に前年同期比6割増となった。アニメや映画の影響で日本発の「カワイイ」文化が浸透してきた。

「今日生まれて初めてこれを着て外出した。楽しいし、テンションが上がる」。7月下旬、上海市の商業施設で水色のチェック柄のロリータ服姿で買い物をしていた李さん（23）はこう話した。

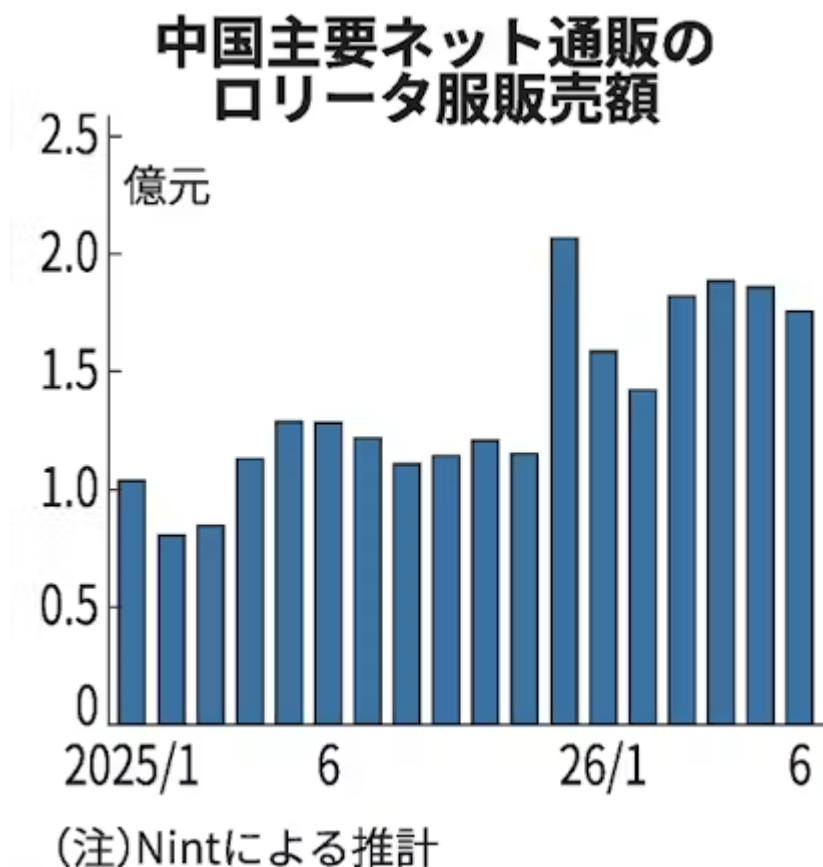
この日のコーディネートは、ロリータ服歴3年という友人の張さん（20）と選んだもの。張さんは中国版「TikTok（ティックトック）」の動画共有アプリ「抖音（ドウイン）」でロリータ服の存在を知ったという。

「子どもの頃夢見たお姫様のようなかわいい服が現実にあると知って、『沼』にはまった」と明かす。「家に数え切れないほどの服を持っている」と語る。

ロリータファッションはフリルやレース、リボンをあしらった西洋人形の衣装のようなデザインを取り入れた服装を指す。たっぷりと膨らんだスカートなどが特徴で、日本の原宿で、若者たちによるストリートカルチャーから生まれたとされる。

1990年代には「ビジュアル系」と呼ばれるバンドなどの影響で、黒など暗い色を基調とした「ゴシック&ロリータ（ゴスロリ）」が生まれ、時代とともに発展してきた。それが今、中国で広がり始めている。

通販データ解析のNint（東京・新宿）の推計によると、現地の通販サイト「淘宝网（タオバオ）」や通販機能も持つ抖音など主要通販サイトで、ロリータ服ブランドの販売額は1～6月に前年同期比61%増の10億元（約240億円）を超えた。



「中国市場の成長の勢いはすさまじい」。ロリータ服を手がける日本のアパレル企業、[夢展望](#)の津田茂寿社長は中国事業が急成長していると明かす。同社は2025年に中国でリアル店舗の出店を始めたばかりだ。

中国での主要顧客は18～25歳で、大学生が多い。成長する市場の需要を取り込もうと、中国人デザイナーを採用し、中国人の好みに合わせた商品開発にも乗り出した。

日本の漫画の影響もあり、「量産型」や「地雷系」と呼ばれる日本の若者の間で流行する服装の要素を取り入れた商品の売れ行きがいいという。

中国で広がるきっかけとなったのは、映画など日本のコンテンツだ。インフルエンサーとして中国のSNSなどで活動するPOPOさんは、高校時代に、俳優の深田恭子さんがロリータ服姿で出演した日本の映画「下妻物語」を見て魅力にとりつかれた。



ロリータ服のインフルエンサーとして活動するPOPOさん（6月、上海市）

POPOさんはロリータ服が流行する背景について、SNSの影響を指摘する。「（チャットアプリ）『微信（ウィーチャット）』や抖音などSNSの推薦機能によってマイナー文化が広がる素地ができた」という。

夢展望の津田氏は「『二次元モール』が寄与している」と分析する。個人消費が振るわないなか、数少ない成長分野が中国語で「二次元」と呼ぶアニメや漫画、ゲームなどのコンテンツ関連の消費だ。

「推し活」需要でグッズ販売は好調で、これに目をつけた商業施設がキャラグッズ店が集積する二次元モールへの転換を競い合う。漫画や映画の影響で興味を持つ人がいることから、モール店にグッズ店とあわせてロリータ服の店が相次ぎ新設されている。

こうした市場環境を背景に、日本貿易振興機構（ジェトロ）は日本の関連企業の中国事業開拓を支援する。6月から8月下旬まで上海で日本のロリータ服ブランドの商品を集めたポップアップストアを開いている。

ゴスロリに大きな影響を与えたロックバンドの「マリスミゼル」のメンバーが設立したブランド「モワ・メーム・モワティエ」などが参加している。



上海市の商業施設にあるロリータ服売り場（7月）

一方で、中国ブランドも価格競争力を武器に販売を伸ばしている。中国の愛好家からは品質では日本ブランドに軍配が上がるものの、日本のものよりも多くのサイズを用意している点を評価する声も聞かれた。

中国ブランドでは、ネット通販では中国の伝統的な衣装の「漢服」やひだ入りスカート「馬面裙（マミアン・スカート）」の要素を取り入れて独自発展した「中華風ロリータ」も売られている。珍しいデザインだとして、日本にも逆輸入されている。

日中関係は25年11月の高市早苗首相の台湾有事に関する国会答弁以降冷え込む。映画が上映されないなど日本コンテンツは中国市場から締め出されている。それでもロリータ服を通じて双方の流行が影響しあうなど、消費者による文化交流は続く。

（上海＝若杉朋子）

【関連記事】

- ・ [スポンジ・ボブ脇役、中国で脚光 人間味ある表情に若者共感](#)
- ・ [中国、3Dプリンター人気勃興 「デジタルキッズ」主役](#)

保存



関連トピック

トピックをフォローすると、新着情報のチェックやまとめ読みがしやすくなります。