

「ハズシファッション」「ふわとろ母性女子」「オシャレエロ」「楽おしゃママ」「おうち健活」  
女性潮流研究所  
「2014年上半期 女性の気分トレンド」発表

商品企画のプロのためのトレンド分析を行う女性潮流研究所(運営会社:株式会社ビューティブレーション、所在地:東京都港区、代表:廣瀬知砂子)は、女性誌見出し分析と独自調査による「2014年上半期 女性の気分トレンド」を発表します。

◆2014年上半期のトレンドは  
「U・R・K(浮かない・楽ちん・感じがいい)」

「女性潮流研究所」は広告・出版・メーカーなどの現役のプランナーを社外研究員に迎え、商品企画のプロに特化したトレンド分析を行っています。毎月、女性誌約90誌(年間5000本)もの見出しを定点観測し分析する独自の手法を使い、さまざまな企業や専門メディアへの情報提供を行っています。毎月発行しているプロ向けの「月刊 女性潮流研究所」の総まとめとして、2014年上半期の女性の気分トレンドを表す5つのキーワードを発表します。

2014年上半期のキーワードは

「ハズシファッション」「ふわとろ母性女子」「オシャレエロ」「楽おしゃママ」「おうち健活」

景気回復が叫ばれ、「プチプレミアム」がトレンドワードになった2014年上期。女性トレンドでは、消費に派手さは見られず、自然体重視の消費行動が目立ちました。女性トレンド全体の鍵は「(他人から)浮かない」「(自分が)楽ちん」「(他人からも自分でも)感じがいい」で、略してU・R・Kの条件に当てはまるものが流行しました。

【2014年上半期 女性の気分トレンド】(女性潮流研究所の独自調査・分析による)

<p>1</p>		<p><b>ユニセックスアイテムで「ハズシファッション」</b> 去年までは見られなかった「トレンチコート」と「靴下」が流行したのが今年上期の特徴です。トラッドへの原点回帰という見方がありますが、それだけでは大ブレイクの説明にはならないでしょう。ユニセックスなアイテムの流行の背景には、これまでのふわふわ・ひらひら「ゆるふわガーリー」なファッションから、アイテムひとつでイマドキオシャレに変身できる手軽さにあります。特に「靴下」は大ブレイク。スニーカーはもちろん、サンダル、ヒールパンプスに合わせる新しい使われ方で、ボーイッシュカジュアルの10代から、こなれモード系の30代・40代に至るまで、年齢もジャンルも実に幅広い層に受けたのです。いつものファッションに靴下を履くと、ミスマッチなコーディネートになります。そのミスマッチ感こそがオシャレの鍵。イマドキオシャレの条件である「ハズし」「こなれ」感が手軽に出せるというわけです。また、身体にやさしいというのも靴下ブームを支えるひとつの理由です。生脚ブームが続いてきましたが、冷えに悩む女性の間では、靴下のメリットが見直されてきています。手軽にイマドキになれる、安く手に入る、健康にもいい、成熟した日本のファッション市場で大ブレイクするアイテムには、必ず「オシャレ」以外の女性に嬉しいメリットあるというのはここ数年間の共通した傾向です。</p>
----------	---	--

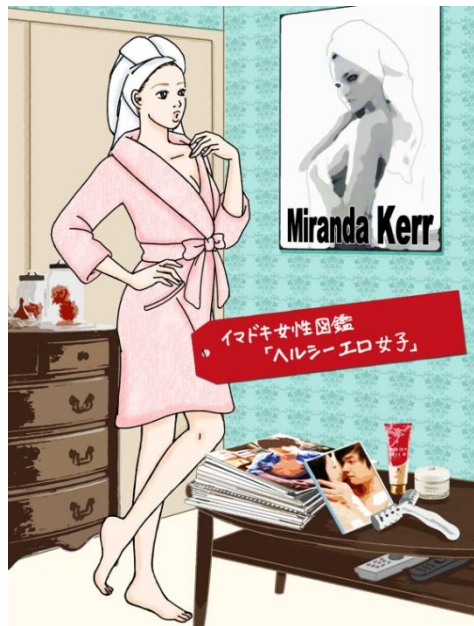
2



## 包容力のある「ふわとろ母性女子」

すっぴん風薄盛りメイクがブーム。目力強調&グロスでボリュームを出したリップのメイクは古く見えます。眉も大きく変化。今までのように細く短く整えすぎない立体的な太眉は大ブームとなっています。今最も求められているのは「ヘルシーな色気」。そのための4大条件は、①自然なツヤ肌②血色を感じるほのかな色味③ナチュラルな眉④つややかな暗髪です。タレントで言えば井川遥・石原さとみがど真ん中のイメージで、結婚してしっとり度が増した上戸彩もこのグループに加わりつつあります。ふんわり柔らかい雰囲気ながら、芯の強さも感じさせる母性美人として、男女問わず人気を集める面々です。モテに貪欲な肉食系女子の“攻め”とも、コンサバ女子の“守り”とも違う、周囲を癒しもすれば元気づけもするような、包容力を感じさせる「ふわとろ母性女子」の人気はまだまだ続くでしょう。

3



## ムツリせず楽しむ「オシャレエロ」

おしゃれなエロが世界的な流れになった2014年。超一流カメラマンマリオ・テストイーノは、スーパーモデルのセミヌードをInstagramで発表。バスローブ姿で髪にタオルを巻いたミランダ・カーやカラ・デルヴィーニョらトップモデルのセミヌードは、いやらしさゼロでおしゃれ！身近なところで、日本女子の憧れも、スレンダーなモデルボディではなく、平子理沙やAKBのこじはるのような、もっちり白肌のほどよくふっくら系が主流。そして、見た目だけではなく、知識欲が目覚めているのが今年風。AV男優（一徹）が“エロメン”と称されてアイドル的な人気になり、“セルフ・プレジャーグッズ”という名称の認知度がアップ、夜オンナ(excite)、MESSY(サイゾー)など、女性限定でエロネタ満載のWEBサイトが人気など、今までムツリと陰の存在だったものがオモテの存在になっています。震災後、婚活ブームや妊活ブームが一気に盛り上がった日本。ファッションやビューティなど、「オシャレ」を磨けばよかったモテブームの時代とは違い、婚活や妊活は「性」とは切っても切れない関係です。今後も、この「オシャレエロ市場」は密かに活性化しそうです。

4



## キメすぎはNG「楽おしゃママ」

ギャル誌が消滅、雑誌全体の売り上げが低迷する中、創刊が相次ぎ元気なのが「ママ雑誌」です。もはや、単なるママ切り口では読者はつかめないため、細分化したファッション志向やライフスタイルのニーズに答えるために増加しているというわけです。どんなママ雑誌でも求められるのは「楽おしゃれ」なファッション。育児や家事に励むために“楽ちゃん”だけではダサい人と思われ、昔のようにブランドの靴とバックや高いヒールの「ママなのにオシャレ」なファッションは、空気が読めない人と思われる。ママ友ライフを平和に過ごすには、「ママだからこそオシャレ」なファッションが必須。ほどよく楽ちゃん、ほどよくおしゃれというバランス感覚が必要です。地域、子供・母自身の年齢、有職か専業か…などによって、ママコミュニティの色は全く違います。細分化されたコミュニティごとに、“おしゃれすぎず、ダサすぎない”、“浮かない、沈まない”という微妙なラインで牽制しあう様子は、まさに、ドラマさながらのマウンティング。子育て中だってオシャレに手を抜けない！が、ママ業界の新常識です。

5



## 意識“ちょい”高め「おうち健活」

「着飾ってキレイ」よりも、「素の姿の美しさや健康美」が称賛される傾向はますます強まっています。インスタントに変身できる「整形メイク」や「詐欺写真」と違い、食事や運動、生活全般が反映されるだけに、「すっぴんがキレイ」「体がすっきりと健康」であることに憧れ感が。健康美のためには、ランニングやダイエットでややストイックに頑張る…というのが定番ですが、過度ながんばりすぎは今の気分とはちょっと違う模様。最近では、生活の一部として意識“ちょい”高めのライフスタイル「健活」をとり入れるのが主流。ショウガのすりおろしを飲み物に入れたり、シルクの五本指ソックスを重ね履きする「温活」、良質な睡眠の手助けをしてくれるグッズを活用した「眠活」、発酵食品を積極的に摂る「菌活」、本やDVDで泣く「涙活」。いずれにも共通するのは、ウェアや靴を揃えたりイベントに出かる手間が無く、大きなお金・時間の投資がいらぬ「おうち」の中で済む気軽なものであること。不景気や震災中にブームになった巣ごもり消費は、定番化し、さらにそのスキルが上がっているのです。

## ヒット連発の大企業・企画チームが続々と採用！ プロ専用流行分析レポート「月刊 女性潮流研究所」が ついに 100 号を達成！



商品企画のプロに特化した、会員制の流行分析レポート「月刊 女性潮流研究所」が 2014 年春に 100 号を達成しました。

2005 年に創刊。女性ビジネス企画のプロ集団が、毎月、女性誌の見出し約 90 誌（年間 5000 本）を定点観測し分析するユニークな手法で、女性の気分トレンド最新情報を企業にお届けしています。

「女性が何を求めているのかわからない！」という悩みをお持ちの様々な企業（ファッション・化粧品・広告・食品・家電・製薬・自動車他）の企画部門に続々と採用されています。

詳しくはこちら → <http://www.beautybrain.co.jp/labo/magazine/>

### 《プレスリリースに関するお問い合わせ》

株式会社ビューティブレン

広報担当：岡田

<http://www.beautybrain.co.jp/>

〒107-0062 東京都港区南青山2-2-8 DFビル5F

TEL: 03-5357-8540 / FAX: 03-5357-8541 / メール: [info@beauty-brain.com](mailto:info@beauty-brain.com)