2020 年 11 月 24 日
トレンダーズ株式会社

「ママトレンド2021予測＆2020トレンドランキング」を発表
2021年のおうち時間は「充実志向」から「ストイック化」!?
「教育系YouTuber」、「楽ちんホムパ」などに注目

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」をミッションに掲げるトレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）は、トレンダーズが独自に抱えるインフルエンサーネットワーク「LIN（Life-Influencers Network）」のうち、小学生以下のお子さんを持つママ会員 156 名に、「2021 年のトレンド予測」および「2020 年のトレンドランキング」に関する調査を実施いたしました。

[調査概要]
・調査対象：小学生以下のお子さんを持つ「LIN」のママ会員 156 名
・調査期間：2020 年 10 月 30 日～11 月 4 日
・調査方法：インターネット調査

◆ 2021 年は「おうち時間のストイック化」と、「外時間のウェルネス化」へ！

調査対象のママたちが回答した「2021 年に流行しそうなもの」の中から特に注目すべきものを選出し、「ママトレンド予測 2021」を作成いたしました。2020 年のトレンドランキングを踏まえて、見えてきたキーワードは**「おうち時間のストイック化と、外時間のウェルネス化」**です。

新型コロナウイルスの影響により、ママや子どもたちのライフスタイルが激変した 2020 年。トレンドを振り返ると、**「いつもと違う状況下でも子どもたちがストレスを感じないよう、なんとかおうち時間を充実させたい！」というママたちの想い**から、**「おうちカフェ」**や**「おうちキャンプ」**といった、家の中を遊び場に変

えるアイテムやサービスが流行しました。また、おうち時間の急増も影響し、「鬼滅の刃」、「Nizi Project」など、エンタメコンテンツを親子一緒に楽しむ傾向も顕著です。

調査を行う中で、様々なものが急速にオンラインに移行する中、試行錯誤を重ね、変えた方がいいもの、代替の利かないものが明確になり、おうち時間と外出先とで求める価値観が変わったというママの声が多く聞かれました。

2021 年は新しい生活様式を試してみた段階から、必要なものを取捨選択し、より洗練した段階へ移行していくと考えられます。おうち時間は「充実志向」から「＋ストイック」に。外時間は「自粛志向」から「＋ウェルネス」へ変化すると予想されます。各項目の詳細は以下の通りです。

おうち時間のストイック化

ウイルス対策も兼ねた健康志向の高まりから、食に関しては「発酵食品」や「腸活」といった免疫力アップが期待されるもののブームが再燃の兆しです。また、子どもたちの自宅学習は今後も上手く取り入れたいと考えるママが多く、楽しく学べる「教育系 YouTuber」や「知育お菓子づくり」の人気が高まりそうです。これまではおうち時間の充実は子ども主体であることが多かったですが、今後は「おうちエクササイズ」や「オンラインレッスン」といった、ママ自身のための時間を充実させるコンテンツも広がりをみせています。また、従来のおうち時間は「休息」、「リラックス」という位置づけでしたが、2021 年は「健康」や「学び」という意味合いを増し、適度にストイック化していくと予想されます。

外時間のウェルネス化

反対に、外出先での時間がママたちにとって「ウェルネス」（輝くように生き生きしている状態）となる傾向が見受けられます。多くの人がオンラインママ会を試してみた結果、やはり「リアルの方が楽しい」という思いが募った様子。家族のおうち時間が増えたことでママひとりの時間の確保が難しくなる中、外出することで得られるものの価値が浮き彫りになり、**今まで以上に「息抜き」、「自分らしさ」という意味合いを持つようになった**と考えられます。一方で、感染への不安から、不特定多数の人が集まる場所は避けたいという意見も挙がっています。こうしたことをうけて、**「お取り寄せ」**や**「シェフ出張サービス」**、**「レンタルスペース」**を活用した**「楽ちんホムパ」**への注目が高まりそうです。また、**「ハイフ」**、**「ダーマペン」**、**「ピコレーザー」**といった**「美容医療」**が流行りそうという意見も複数見られました。以前は高額で、なんとなく怖そうというイメージがありましたが、徐々に一般的な美容ケアとして受け入れられていることがうかがえます。ゆっくりスキンケア時間を取りづらいママも多い中、家の外で得られる自分へのご褒美的な立ち位置で、広まっていくかもしれません。

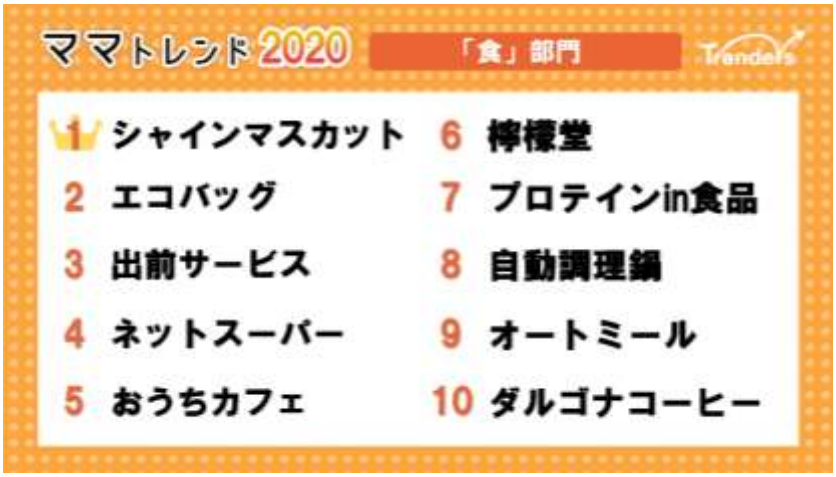
親子でハマれるコンテンツ

エンタメについては引き続き、**「親子でハマれるコンテンツ」**が話題になると予想。**「鬼滅の刃」**熱はまだしばらく続くと見られ、その影響から**「和柄グッズ」**の人気が様々な面に波及していきそうです。その他、若年層を中心に熱狂的なファンを抱える 6 人組エンタメユニット**「すとぷり（Strawberry Prince）」**は、人気テレビアニメのテーマソングを担当している他、2021 年 1 月には初の武道館ライブが決定しており、ママや子どもにも人気が広まると予想。第 4 次韓流ブームとも呼ばれる今、2021 年も**「韓国コンテンツ」**は引き続き様々な分野で話題の中心となりそうです。準備中とされる**「男性版 Nizi Project」**への期待の声も寄せられました。

◆「鬼滅の刃」がママ・キッズ・小学生で 3 冠！ ママトレンドランキング 2020

続いて、2020 年のママトレンドについて、「食」、「美容・健康」、「サービス・雑貨」、「エンタメ」、「有名人」の 5 つの部門別でランキングをまとめました。

「食」部門



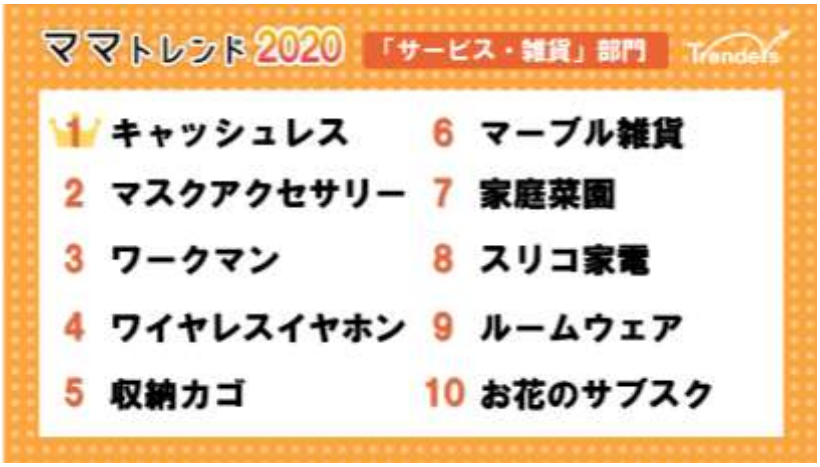
1 位の**「シャインマスカット」**は今年、スーパーやコンビニで特設コーナーが設けられ、手軽に入手できるようになったことで、贈答品やご褒美スイーツの新定番となりました。2 位は**「エコバッグ」**がランクイン。いまやママファッションの一部ともいえるほど、お洒落なデザインが増えています。3 位の**「出前サービス」**と 4 位の**「ネットスーパー」**は、コロナ禍の影響から急速に浸透しました。5 位には**「おうちカフェ」**が入っていますが、自粛期間中に親子で手作りするスイーツやパンが爆発的に人気を博したことで、一時はスーパー

からバターやクリームチーズが姿を消すという騒ぎになりました。その他、「プロテイン in 食品」や「オートミール」といった健康を意識した食品がランクインしています。

「美容・健康」部門

「手作りマスク」が 1 位に。子どもたちが嫌がらずに毎日着けられるよう、キャラクターの布で作ったり、サイズを微調整したりと、ママたちの工夫が凝らしたママもいたようです。その他、「SOFINA iP 土台美容液」、「ラロッシュポゼ プロテクショントーンアップ」、「エリクシール つや玉ミスト」、「IPSA ザ・タイム R アクア」といった、SNS で話題になった化粧品が多くランクインしています。また、コロナ禍でマスク着用が常態化したことで、アイメイクへの関心が高まっていることから、発色のいいアイテムが多い海外コスメを安く買える通販サイト「Qoo10」や、プチプラながらトレンドを押さえたカラバリで高評価の「キャンメイク アイシャドウ」がランクインしたと考えられます。

「サービス・雑貨」部門



非接触で会計ができるというメリットから急速に広まった「キャッシュレス」が 1 位に。3 位の「ワークマン」は、悪天候に強く着脱も楽なアウターや靴が、子どもたちの送り迎えに奔走するママたちから高い支持を得ています。その他、テレワークの普及で需要が増したと考えられる「ワイヤレスイヤホン」が 4 位に。おうち時間が増えたことで、「収納カゴ」や「マーブル（大理石）雑貨」、「お花のサブスク」といったインテリアアイテムがトレンドとなりました。また、100 円ショップや 300 円ショップのアイデア商品をシェアするアカウントがママたちの間で人気になっており、8 位には 300 円とは思えないクオリティと可愛さで話題になった「スリコ（3COINS）家電」が入っています。

「エンタメ」部門

社会現象にもなっている「鬼滅の刃」が 1 位に輝きました。残虐なシーンも多い作品ながら、主人公・炭治郎のまっすぐな性格に胸を打たれたというママも多かったようです。後半で紹介する「キッズ部門」、「小学生部門」でも「鬼滅の刃」は 1 位になっており、見事 3 冠という結果になりました。2 位は「あつ森（あつまれ どうぶつの森）」。親子で楽しめるほのぼのとした世界観が人気で、子どもたちを寝かしつけた後、夜な夜な家族みんなの分も雑草の手入れをしていたというママもいました。4 位はオーディション番組「Nizi Project」がランクイン。情報番組『スッキリ』で放送されたこともあり、まるで娘の成長を見守るような気持ちで応援していたママたちが多かったようです。保育園や幼稚園、小学校でも大人気で、歌やダンスだけでなく、メンバーのセリフまで完コピする子もいるのだとか。その他、「半沢直樹」、「恋つづ（恋はつづくよどこまでも）」、「ナギサさん（私の家政夫ナギサさん）」と、TBS 系ドラマ 3 つがトップ 10 にランクイン。「恋つづ」でド S ドクターを演じた佐藤健さんはママの間でも人気が上昇し、まるで恋人のような感覚を味わえると話題になった「佐藤健の LINE」が 11 位に入っています。

「有名人」部門

1 位は「Nizi Project」発の 9 人組ガールズグループ「NiziU」がランクイン。続く 2 位は、「田中みな実」さんとなりました。「美容・健康」部門で 4 位に入っていた「エリクシール つや玉ミスト」は彼女のインスタ LIVE が起爆剤となって品薄状態になったと言われており、ママたちの間で高い影響力を誇っていることがわかります。8 位には Twitter で簡単なのにやみつきになるレシピを発信している「バズレシピ リュウジ」さんがランクイン。今年に入り、テレビ出演が増えたことでママたちの間で知名度がアップしたようです。9 位に入った「よしお兄さん」(11 代目たいそうのおにいさん)は、体操やてあそび動画を中心に配信している YouTube チャンネルが好評で、「ステイホーム期間中の子どもの運動不足解消になった」との声も聞かれました。

◆ キッズは「自宅レジャー」、小学生は「オンラインゲーム」が人気に

最後に、子どもたちの間で流行ったものについても、ママたちに調査いたしました。

「キッズ」部門

0～6 歳の未就学児「キッズ」部門では、「鬼滅の刃」が 1 位に。ハロウィンの時期には、作品関連のコスプレをした子どもたちを街で見かけることも多くありました。4 位に「ビニールプール」、5 位に「トランポリン」、8 位に「自宅用アスレチック」が入っており、コロナ禍でなかなか外出できない中、元気のありあまる子どもたちを、何とか遊ばせてあげたいというママの思いが見てとれます。

「小学生」部門

「小学生」部門でも、「鬼滅の刃」と「あつ森」がワンツーフィニッシュを飾りました。3 位の「フォートナイト」はオンラインで本格的なバトルロイヤルを楽しめるゲームで、男子を中心に大人気に。4 位に入った「マインクラフト」は、低学年から高学年まで楽しむことができ、知育の要素もあることからママの間でもポジティブに受け入れられているようです。また、10 位に入った「有吉の壁」は、放送翌日、教室でキャラクターの真似をするのが、子どもたちの定番となっているようです。

・YouTube は、Google LLC の商標です。
・LINE は、LINE 株式会社の商標または登録商標です。

【トレンダーズについて】

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」のミッションのもと、独自のノウハウによりトレンド予測・分析を行いながら、生活者の多様化・細分化に対応したプランニングで、次世代型の「マイクロマーケティング」を提供しています。（HP：https://www.trenders.co.jp/ ）

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■
トレンダーズ株式会社 https://www.trenders.co.jp 東京都渋谷区東 3-16-3　エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F
担当：佐藤由紀奈（さとうゆきな）/ お問い合わせメールアドレス　press@trenders.co.jp