

「こなれ系」「ぽちゃ☆キラ」「クローンファッションママ」「内助の功」・・・。
女性潮流研究所
「2013 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「2013 女性の気分トレンド」を発表します。



◆2013年のキーワードは「自分を薄盛り」



「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80誌もの見出しを定点観測し分析するユニークな手法を使い、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、2013年の女性の気分トレンドを表す4つのキーワードを発表いたします。

2013年の特徴は「自分を薄盛り」

好感度や健康を重要視するトレンドは2011年から高まり、今年は、さらにそれが加速。整形メイクや詐欺プロフィール写真やSNSの自慢話など、誰もがインスタントに飾れる時代に飽きが見え始め、さらに“素”へ欲求が高まりました。でも、経済面で、アベノミクスと景気回復が叫ばれるようになり、ワンランク上の気分を味わいたい気分も盛り上がり、素の自分をちょっとだけ盛った「薄盛りトレンド」があらゆるジャンルで生まれました。

【2013年 女性の心のキャラトレンド】(女性潮流研究所の調査・分析による)

<p>1</p>	 <p>甘ロモリ系女子 ・辛口大人女子 イマドキ女性図鑑 「こなれ系女子」</p>	<p>「こなれ系女子」・・・わかる人だけわかる内輪受けトレンド 「カワイイ」や「モテ」に代わるトレンドとして、ファッション誌で昨年頃から猛烈にプッシュされた「こなれ系」。消費者にピンとこなかったため、いつまでたっても浸透しませんでした。「カーディガンの肩掛け」によって、晴れて表舞台に。このファッションをバブルファッションの再来と思っているのはマスコミの間で、若者はリバイバルファッションとして飛びついたつもりは全くないという点に要注意です。“わかる人にだけにわかってもらえればいい”という排他的なイマドキの若者価値観が集約されているのが「こなれ」なのです。</p>
<p>2</p>	 <p>イマドキ女性図鑑 「ぽちゃ☆キラ女子」</p>	<p>「ぽちゃ☆キラ女子」・・・いじられ系からヘルシーな色気系へ 永遠の憧れは小顔・美脚。でも、今年は真逆のぽっちゃりに熱い視線が注がれました。女性誌では「ぷに子」「ぽちゃカワ」「マシュマロ女子」などという呼び名が続々と誕生。かつてのぽっちゃり女子は、デザインよりも「まずは体が入ること」「贅肉を隠すこと」を優先して服選びをしていたはず。でも、今のぽっちゃり女子は、もちもちの肌、ふっくら豊かな胸と谷間、ぷにゆぷにゆのこの腕と太ももなど、かつての短所を堂々と見せて長所としてアピールするように。いじられ系からヘルシーな色気系としてモテポジションにキャラ変えができるとあって、ふっくら系専用のブランドや雑誌も好調です。</p>

3		<p>「クローンファッションママ」・・・普段着を制服的に着こなす 冬にはダウンジャケットにスキニージーンズ、足元はムートンブーツ。公園には、同じファッションのママが目立ちます。「おしゃれに見られたい」「可愛く見られたい」といったモチベーションより、ママコミュニティでの実用性と好感度を重視する様子は、まるで縛りのある制服。髪型・髪色など、校則の範疇でどこまでおしゃれに見せられるかの勝負。縛りがある中で、いかに可愛くあるいはかっこよく見せられるか。経済力よりも、センスやスタイルの良し悪しがものを言うのも、制服の着こなすとママファッションに共通したところですよ。</p>
4		<p>「内助の功女子」・・・男性の妄想世界から女性のリアルへ 「半沢直樹」の堺雅人に、マークンこと田中将大。2人の内助の功妻が女性たちの注目を集めました。堺雅人の妻は、菅野美穂。ドラマや映画で主役を張れる人気女優でありながら、夫の服や持ち物をコーディネートし、やや地味なイメージから、スタイリッシュなファッションが似合う俳優へとバージョンアップ。田中選手の妻・里田まいは、夫の健康のためにアスリート向けの食事づくりを勉強し、品数豊富で栄養バランス抜群の食卓でサポート。両者とも、「〇〇の妻」とアピールするわけだけでなく、「夫がベストな状態であることが、自分自身も心地良い」という無理のない姿勢が共感を呼んでいます。</p>

＜トレンド予測のノウハウをはじめて公開！ 商品企画に新たなバイブルが誕生＞

女性潮流研究所の代表で企画コンサルタントの廣瀬知砂子による著書「売れる企画はマイクロヒット戦略で考えなさい！（かんき出版）」が12月18日に全国書店にて発売されます。女性誌見出しからトレンドを読み解く方法をはじめ、ヒット企画をつくるノウハウをわかりやすく解説した書籍です。



AKB、食べるラー油、レッドブル…ここ数年のヒット商品は、小さなヒットから生まれる現象に着目。小さく生んで大きく育てるヒット戦略を「マイクロヒット戦略」と名づけ、ヒット企画の作り方を解説しています。

女性誌見出しを使ってトレンドを読み解く独自の手法をはじめて公開！ “ヒット商品事例” “アイデアをつくるための図表” など情報満載で、パラパラめくるだけでも、最新の現場のマーケティング手法が学べる商品企画専門書の常識を超えたはじめての“商品企画エンタメ本”です。

商品づくりで頭を悩ませている企画マン、マーケター、経営者の方々、さらに、キャッチコピーやセールストークで商品の売れ行きを加速させたい販売員や営業職の方、マーケティングを学びたい学生の方やネット販売をしている方にもおすすめです。

《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

マイクロヒット戦略で検索