

# 月刊 女性潮流研究所

読むだけでトレンド分析力がアップする！  
女性関連ビジネス担当者のためのお仕事サポート情報誌

2019年1月25日発行  
Vol.159



今月のPick Up Magazine ~雑誌数76誌/見出し数1,354本~ 初出誌なし

ar/up plus/anan/andGIRL/&Premium/&ROSY/InRed/25ans/ViVi/with/VERY/  
VOGUE JAPAN/VoCE/eclat/ESSE/ELLE japon/oz magazine/Oggi/大人のおしゃれ手帖/  
オトナMUSE/家庭画報/からだにいいこと/kiitos./CanCam/GINZA/CLASSY./GLITTER/  
CLUEL/CREA/GLOW/クロワッサン/kodomoe/サンキュ!/JJ/GISELe/SPUR/GINGER/  
Sweet/steady./STORY/SPRING/CHANTO/天然生活/Domani/nicethings/NYLON JAPAN/  
ナチュラルラ/日経WOMAN/日経Health/non-no/PERK/HERS/BAILA/Hanako/美人百花/  
美ST/bizmom/美的/FUDGE/FIGARO japon/婦人画報/婦人公論/FRaU/Precious/Mart/  
MAQUIA/Marisol/ミセス/mina/mini/mer/MORE/LOVEgg/LEE/リンネル/Ray

**<かゆいところに手が届く特別企画>**  
**2016～2018年 女性誌創刊／休刊／リニューアルまとめ**  
**(2019.1更新)**

**2016年**

創刊	MERY／LaLaBegin
休刊	AneCan／SEDA／L'OFFICIEL Japon／GOLD ／ROLa／SAKURA／VOGUE girl／ELLE girl ／MERY
発行形態変更・リ ニューアル	Ranzuki…ネット移行 ku:nel…リニューアル

**2017年**

創刊	&ROSY／bis／OWN／my goodies／YOLO style／ihana
休刊	Zipper／oz plus／Como
発行形態変更・リ ニューアル	小悪魔ageha…出版元倒産・ライセンス移譲等 を経て2誌に分裂 KERA…紙媒体休刊 Soup.…紙媒体休刊→ネット移行→Soup.Plus 発行→Soup.再創刊→休刊

**2018年**

創刊	Milk&Honey／LOVEggg／ CR FASHION BOOK／NAVYS／週刊文春 WOMAN
休刊	Vikka／nina's…休刊
発行形態変更・リ ニューアル	bea's up…Up PLUSとしてリニューアル 装苑…月刊から隔月刊に おとなスタイル…季刊から随時刊行に FRaU…ムック&ネット移行→月刊復活 Hanako…隔週刊から月刊に Domani…隔月刊に

## 2019年1月のトレンド分析カチェック問題

解答は次のページ！

Q1：ファッションで求められるのはオシャレじゃない。○○○があること

A：？

Q2：最近のファッションで増えている公式は？

ラグジュアリーやきれいめやフェミニンに○○○○○や○○○○要素を掛け合わせること

A：？

Q3：若い子と年配層のキラキラはまったく違う。それはどう違う？

若い子にとってのキラキラは○○

A：？

Q4：UNIQLOとセットで語られる新顔ブランドは？

ちょっと前は無印良品だったが、今は○○○○○

A：？

Q5：「○が求める」「○に残る」「○を掴んで離さない」

などなど、インサイトをとらえるために最近つかわれるようになった漢字は？

A：？

## 2019年1月のトレンド分析カチェック問題

### 解答

Q1：ファッションで求められるのはオシャレじゃない。○○○があること

A：メリットがあること

Q2：最近のファッションで増えている公式は？  
ラグジュアリーやきれいめやフェミニンに○○○○○や○○○○要素を掛け合わせること

A：ストリートやスポーツ

Q3：若い子と年配層のキラキラはまったく違う。それはどう違う？  
若い子にとってのキラキラは○○

A：ツヤ

Q4：UNIQLOとセットで語られる新顔ブランドは？  
ちょっと前は無印良品、今は○○○○○や○○○○

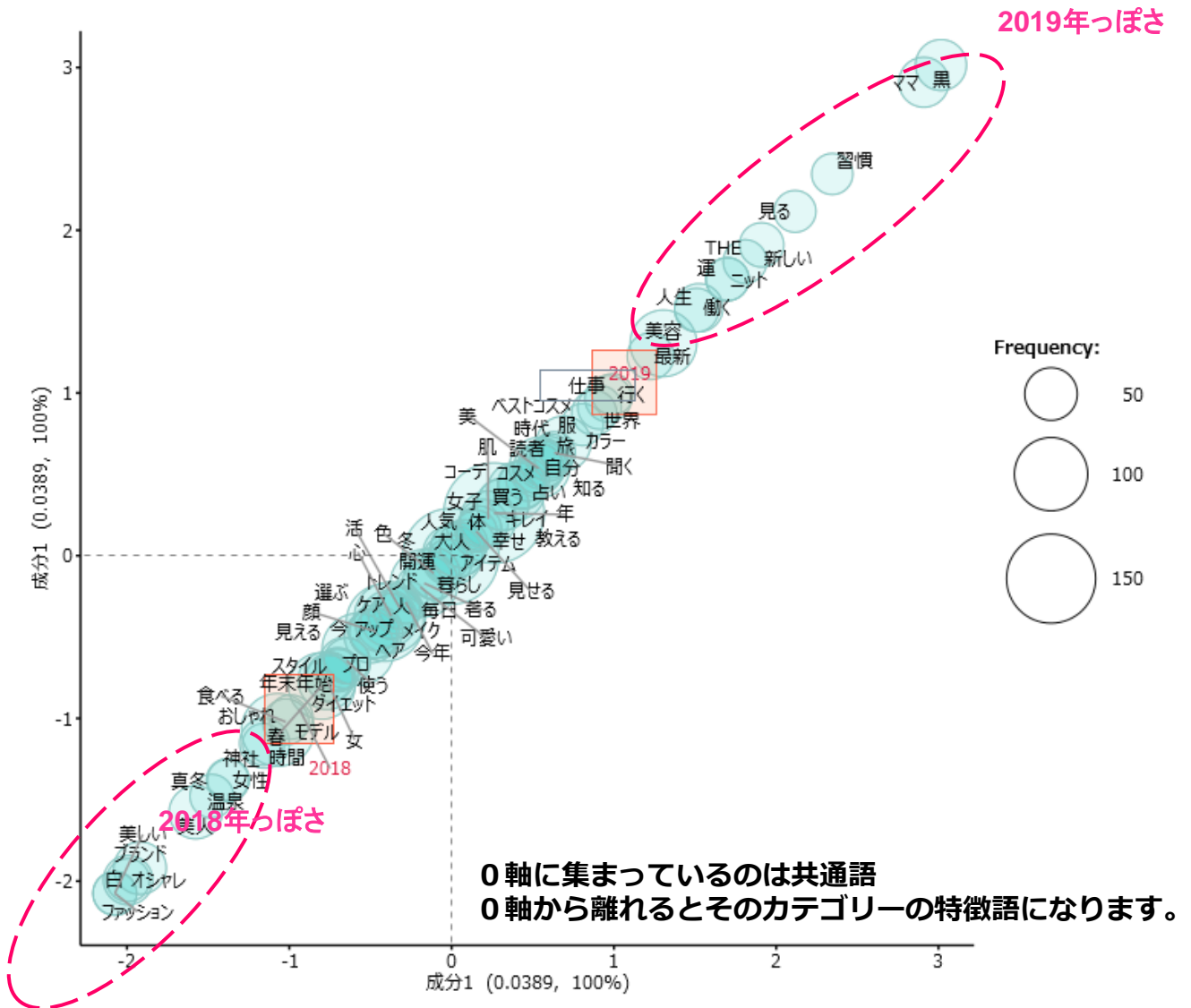
A：ワークマンや韓国通販

Q5：「○が求める」「○に残る」「○を掴んで離さない」  
などなど、インサイトをとらえるために最近つかわれるようになった漢字は？

A：心

# テキスト マイニング編

# 計量分析(KHcorderによる) 前年比較 (201812)

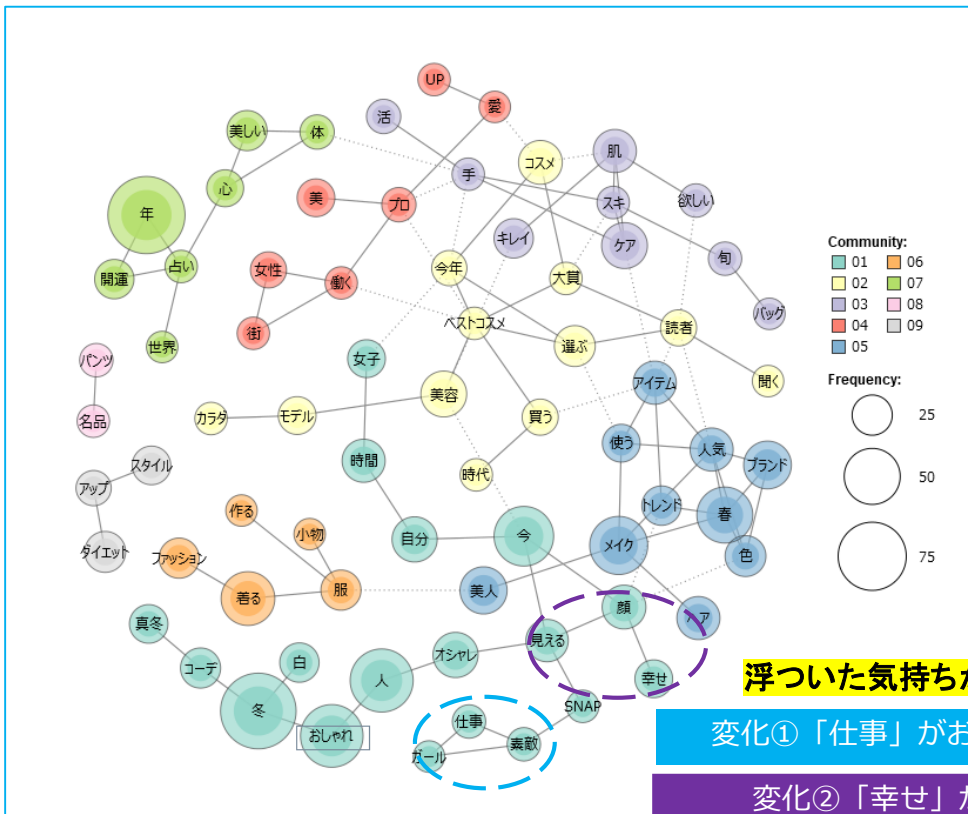


<1月>

2018年は「ファッション」「オシャレ」「ブランド」「美しい」  
2019年は「ママ」「習慣」「運」「人生」「働く」

浮ついた気持ちが落ち着いている

単語ではなく、共起し合うことばを比較  
をすることが出来ます (上位100語)



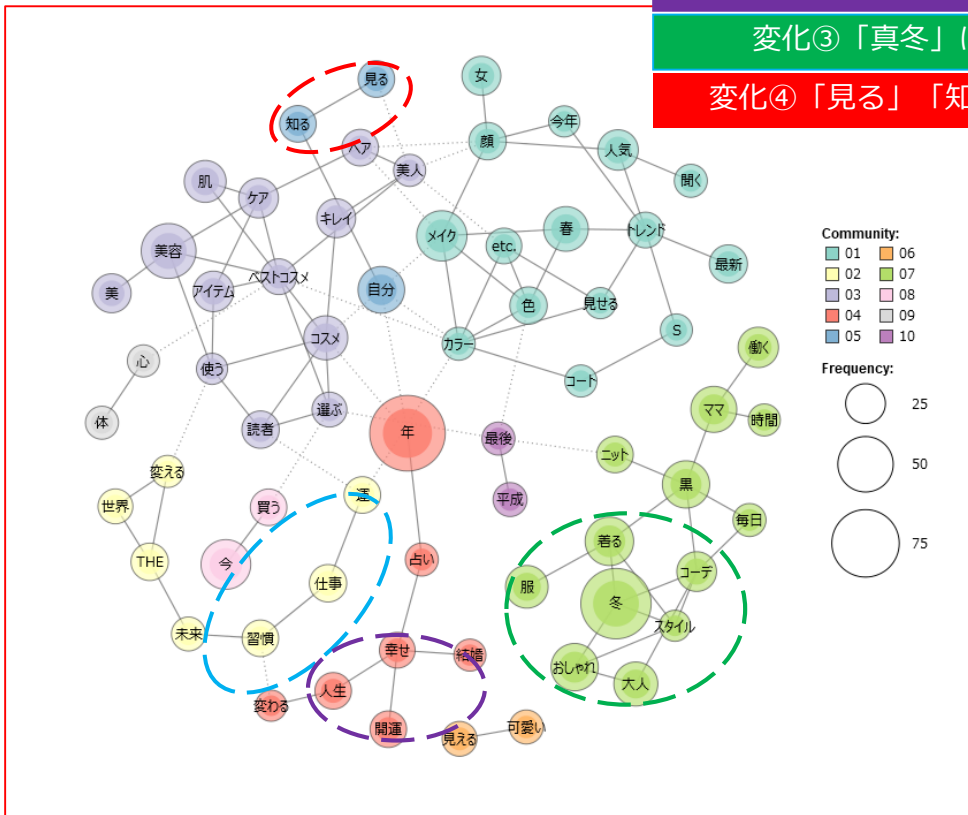
浮ついた気持ちが落ち着いている

変化①「仕事」がおしゃれより真剣に

変化②「幸せ」が現実的に変化

変化③「真冬」は無し (暖冬)

変化④「見る」「知る」という知識欲



## 女性潮流研究所 今回のキーワードまとめ

### キーワード①ファッションのメリット

「広範囲モテ」「好感度上げ」「自分格上げ」

### キーワード②アンビバレント提案

「ストリート×〜〜」 「スポーツ×〜〜」

### キーワード③キラキラ

若い子のキラキラと年上層のキラキラは違う

### キーワード④UNIQLOと××

ユニクロとそれ以外、同じファッションでも違う市場

### キーワード⑤本当に&心から&共感

「流行の〜」「ヒト〜」「神〜」より「

<業界別おすすめ記事はこちら>

- 化粧品業界の方は、キーワード②③⑤
- ファッション業界の方は、キーワード①②③④⑤
- 食業界の方は、キーワード②⑤
- ライフスタイル業界の方は、キーワード②⑤
- すべての業界の方が要チェック キーワード②⑤

## 女性潮流研究所 メンバー



H瀬女性潮流研究所 所長  
総合分析を担当



N松 女性潮流研究所 副所長  
メジャーからマイナー界まで幅広くウォッチ。



P田 女性潮流研究所 客員研究員  
ハイブランドからリアルトレンドまで網羅。女性誌エディター



# 2019年1月

## キーワード①ファッションのメリット



- ◆今田美桜登場！おしゃれで似合ってるって、こういうこと！！ 身長150cm台さんのバランスアップ正解ルール(non-no 2月号)
- ◆服オタ女子の「押し服」ご自慢SNAP(SPRING 2月号)
- ◆可愛らしさが止まらない！ プチプラでトレンド感もおしゃれ感もクリアできるのが最高！ 最新コーデを集めました♪ 韓国っぽスタイル Winter Version！(LOVEggg 2月号)
- ◆「アナベル」伊佐さんの軽い=少ないワードローブでも冬中あったか、やりくり上手(ナチュリラvol.44)
- ◆「着ればそれなり」フィット&フレア そのワンピースに「切り替えアリ」(GISELe 2月号)
- ◆プレゼンは成功するわ、後輩から慕われるわ、昇進はするわ…着るだけでみるみる仕事がかまうくいくオフィス服(CLASSY. 2月号)
- ◆良縁を引き寄せる配色があるんです 出会い&結婚に効くカラーコーデ教えます(CLASSY. 2月号)
- ◆「そもそも地味」「顔色が悪く見える」「白ばかり合わせちゃう」etc. 悩みは多いけど、上品で痩せて見えるから大好きな色♡ ネイビーって実はこんなに華やかに着こなせる！(美人百花1月号)

### 【細見え】

- ◆NOT着膨れ！ NOT地味！ どちらも両立できる着こなしをたっぷりお見せします！ 真冬のレディは「細く華やか」が大テーマ！(美人百花1月号)
- ◆地味見えや着膨れなど、Sサイズさんのネガティブなお悩みにアンサー！ Chayさん流“細く華やか”な冬コーデ教えます♡(美人百花1月号)
- ◆「そもそも地味」「顔色が悪く見える」「白ばかり合わせちゃう」etc. 悩みは多いけど、上品で痩せて見えるから大好きな色♡ ネイビーって実はこんなに華やかに着こなせる！(美人百花1月号)
- ◆真冬こそ絶対盛れて細見え(non-no 2月号)
- ◆みんなの好きな服には、スタイルよく見えるコツが詰まっていた！ 「人気コーデは盛れてて細見え」の真実(non-no 2月号)
- ◆シルエット別必勝ルールで毎日スタイルアップ！ 冬こそ「デニム」で全カヤセ見えコーデ(non-no 2月号)
- ◆“寒い”のはイヤ、“ほっこり着太り”はもっとイヤ！ 「あったかい」と「カッコいい」を両立したい！(JJ 2月号)
- ◆二枚目コートは「3万円以下」で「-3kg見え」(JJ 2月号)
- ◆「ほぼ黒タイツ」で美脚ゲット(JJ 2月号)
- ◆コートの中は「着痩せコスパ服」だけで着回します！(JJ 2月号)
- ◆\ALL口コミ！／「服だけ」で今日痩せる方法20(JJ 2月号)

# 2019年1月

## キーワード①ファッションのメリット



- ◆ - 3kg & + 5℃のあったか着やセプラン(Ray 2月号)
- ◆ 部分痩せの救世主！「クルスカ」を知ってますか？(CLASSY. 2月号)
- ◆ 防寒しながら“神レベル”な細見え服って？ 30問30答(with 2月号)
- ◆ - 3Kg ぽっちゃり補正な着やせコーデ！！(mini 2月号)
- ◆ 本当は誰にも教えたくなかった！？ “予測誤差・黒”で自分だけ着やせする！(Domani 2月号)
- ◆ あなたの体型カバー服、間違っています！(VERY 2月号)

# 2019年1月①ファッションのメリット

「広範囲モテ」「好感度上げ」「自分格上げ」



H瀬●ファッションのメリットについて考えたいと思います。昨年、化粧品市場がアパレル市場を抜いたというのが大ニュースだったように「ファッションを売る」というのが昔と比べて難しい時代、だから語るのも難しいですね。そんな中で面白かったのが、CLASSY. 2月号の「運も気分も上げるオシャレをしよう」というテーマ。

- ◆プレゼンは成功するわ、後輩から慕われるわ、昇進はするわ…着るだけでみるみる仕事がうまくいくオフィス服(CLASSY. 2月号)
- ◆良縁を引き寄せる配色があるんです 出会い&結婚に効くカラーコード教えます(CLASSY. 2月号)

「プレゼンは茶色の服はNG、赤い服で」「ラベンダーの服ではお高くとまって見えてしまうから、ライムグリーンの服で好かれる&慕われる」とか、科学的根拠あるの？エビデンス出せるの？と、トンデモ系のオンパレード…なんだけど、「なるほどなるほど」と読んでしまった。パキッとマニュアル化されると心はスッキリするんです。



N松●こういうの、VERYが大得意ですよ。VERYによくあるのが「ダンナが惚れ直す服」「ママ友ウケする服」「子供の先生ウケする服」「自転車にも公園遊びにも対応できる服」…みたいな。VERYは「いい妻・いい母・いい女でありたい」。そのためのメリットを追求するからブレないんでしょうね。「プレゼン」「後輩」「昇進」とか言い換えているだけで、VERY予備軍として踏襲している。



P田●「そのファッション、私になにしてくれるの？」っていうのがよりストレートになっているんですよ。オンラインで読んだ記事で、鏡リュウジさんとしいたけさんが対談していて、「(占ってこんなに直截的なものではなく、もっと遊びやロマンのあるものだったけれど)今は占いも占いの読者も、より世知辛くなってきているように感じます。占いが『こうすると愛されてお金持ちになります』というのに直結しているみたい」と言っていて、まあおおと思いました。洋服もそういう気分であるのではないのでしょうか？

鏡リュウジ&しいたけが語る「占いとのおつきあい方」って？  
<https://www.vogue.co.jp/horoscope/special-talk/2019-01-21>



H瀬●今の女性たちは「オシャレになれますよ」というのがファッションのすべての答えじゃないんですよ。で、それでどういう風に得するの??って教えてもらいたい。しかも手取り早く。



P田●男子の車と同じように、女子のファッションも、みんなが当たり前のように好きで興味があって、欲しいもの、というとはすっかり違っているなあと改めて思ったりしました。

こういう見出しがSPRINGにあって。

◆服オタ女子の「押し服」ご自慢SNAP(SPRING 2月号)

ああ、純粋に服が好き、おしゃれが好き、となると、「服オタ」という表現になっていくわけですね。

# 2019年1月①ファッションのメリット

「広範囲モテ」「好感度上げ」「自分格上げ」



N松●ファッションで得たいメリットって結局、「**広範囲モテ**」「**好感度上げ**」「**自分格上げ**」ということなのですよ。



H瀬●「自分格上げ」の原始的な欲求として、「**痩せる**」の延長で「**細見え**」がありません。



P田●「細見え」はファッションメリットの横綱ですよ。ボアのコートや長めのスカートなど、なかなか着ぶくれしそうなアイテムがトレンドというのもあるかと思いますが。



N松●しっかり防寒しながらも着ぶくれしたくない…**冬ファッションの最大の悩み**ですね。



P田●そして、細く見えるだけでなく、**細見え×盛れる**とか、**着やせ×コスパ**とか、もう**1つ何かと組み合わせる**ことで、**これは買わねば!**という気分させられるという感じ。



N松●今年の見出しを見ていると、この部分の要求のレベルが上がっていますね。服やインナーの素材の進化に加え、自分自身をあったか体質にする温活もだいぶ浸透しましたもんね。



H瀬●街を見渡すと、若い人は着ぶくれていないのに、年齢が上がると妙に着ぶくれてる!!!昔のデザインと素材の冬物を着ては着ぶくれてしまう。そういう人は多分、**そもそも「冬だから着ぶくれ当たり前でしょ?」**って感じで**着ぶくれちゃいけない**ってことに気づいていない。冬の世代ギャップ凄いです。ここのところ、まだまだビジネスチャンスだと思います。

# 2019年1月

## キーワード②アンビバレント提案



### 【スニーカー】

- ◆スニーカー360°(SPUR 2月号)
- ◆MORE世代のための“OKスニーカー”、考えてみました。(MORE 2月号)
- ◆スニーカーを、冬の鉄板スタイルに合わせてみた! 「かっこいい私」のきれいめコーディネートには ほら、スニーカーがこんなに似合う!(Oggi 2月号)
- ◆「きれいめな服に合わせるスニーカー」…って、この3色のどれかを選んでおけば間違いない、ってことになりました。迷ったら、ここの「白・黒・グレー」のスニーカーを買おう!(Oggi 2月号)
- ◆ボトムがパンツの日とスカートの日、それぞれの「基本」テクニックを考えました! スニーカーの日の、ボトムとソックスとタイツ どうすればいい?(Oggi 2月号)
- ◆憧れブランドの最新スニーカーJOURNAL(Oggi 2月号)
- ◆女優 松井玲奈さん登場! / スニーカー大好きなあのおしゃれさん、スニーカー愛を語る!(Oggi 2月号)
- ◆今行きたい街×コーヒー×スニーカー=最高の休日 次のお休みは、スニーカーでごきげん・お散歩(Oggi 2月号)
- ◆プロがやっているスニーカーのお手入れ(Oggi 2月号)
- ◆重くなりがちな着こなしが、靴のチョイスで見違える! 冬こそ、スニーカーが効く!(eclat 2月号)
- ◆超リアル! なスニーカー大賞(mini 2月号)
- ◆「グレースニーカー」が“女らしいカジュアル”に効く5つの理由(LEE 2月号)
- ◆スニーカー前提で考える「パンツ」「スカート」選び(InRed 2月号)

### 【ブーツ】

- ◆Sサイズ代表/田中みな実 M/Tサイズ代表/愛甲千笑美 ダウンコートの選び方、着こなし方は? ロングブーツ、みんな同じスタイリングでいいの? バランスの取り方次第で印象がガラッとかわります 身長別! 「美人バランスの流儀」(美人百花 1月号)
- ◆時短命心のワー/ママも『毎日着たってバレずにおしゃれ!』いつもの黒タートル×黒ブーツで“しりとりコーデ”!(Domani 2月号)
- ◆ヒールの高さからカラーまで自分好みで選べるから、やってみたいけれど セミオーダーパンプスってどうですか?(VERY 2月号)
- ◆どんな服にもマッチする最小限「靴のワンパターン」をマイナーチェンジ(GISELe 2月号)
- ◆45歳、初物買いの「靴&バッグ」(GLOW 2月号)
- ◆足元事情が激変! アップデートしたい黒、コーデの要を担う華やか色をご紹介 この春は更新しどき! 足元「黒派」vs.「派手派」が狙う靴(STORY 2月号)
- ◆派閥別 一点投入すれば、普段着が一瞬で垢抜ける「バッグと靴」(STORY 2月号)
- ◆選ばれるには理由がある! 今すぐ履ける、価値ある靴(InRed 2月号)
- ◆足もとから春めく靴(ミセス 2月号)
- ◆足がどこも痛くならない「靴の選び方」(からだにいいこと 2月号)

# 2019年1月②アンビバレント提案

## 「ストリートX〜」 「スポーツX〜」



H瀬気のせいでしょうか？「2018年はロングブーツが流行る」と言っていたような気がするのだけど見かけず。そしてスニーカーばかり。



N松●ロングブーツ！流行らなくてすっかり忘れてた（笑）！暖冬のせいかミドルブーツさえもそんなに見ないし、服のトレンドがどう考えてもロングブーツと合わない系ですもんね。ワイドパンツとか。

考えただけでもロングブーツってひと昔・ふた昔のトレンド感が強すぎて（つまりトレンドでも何でもないアイテムよりもずい）、今それを履くならめっちゃめっちゃイマドキでアイコンックな服でフォローするしかない…けど今って服もそんなに主張強くないし。去年、アムラー全盛期を懐古するという流れでのロングブーツフィーチャー、というのがあったぐらいでしょうか。



H瀬●ミニスカートも流行るとか言ってたけど、着ている人はおらず。でも、今年のチェック大ブームがトレンド予測の1年遅れだったので、持ち越しなのかも。スニーカーブームも今更感ある。これも前からの持越し？



N松●今度のスニーカートレンドは、カジュアル化しているというより、オフィスカジュアルに合わせて抜け感コーデを作るみたいな感じ。



P田●スポーツ文脈とか、カジュアル派とかじゃなくて、普通にスニーカーの話が出てきていますね。しかも多分、ちょっとボリューム感があったりするタイプもたくさん見かけます。みんなが履く、というところまではいっていないかもしれませんが、おしゃれコンシャスな人は普通に始めてる、という印象。



N松●スニーカーって、子供からお年寄りまで誰でも履いていていわゆるおしゃれ靴のカテゴリーでは絶対ないのだけれど、働く大人女子がおそらくいちばんスニーカーを履かないクラスタだけに、逆に、履いているだけで新鮮で可愛く見える気がする。もっと言えば、スニーカーというアイテムを（ガチなスポーツの場以外で）おしゃれに見せるには、カジュアルじゃない服に合わせるという使い方しかないかも知れませんね。



P田●今までなら、ペタンコの革靴を合わせていたり、またはパンプスを合わせていたりしたところにスニーカー。バランスが変わっている気がします。



N松●ダッドスニーカーまで行っちゃうとスニーカー自体に主張がありすぎですが、大人女子のスニーカーは服のイメージから大きくはみ出さず、あくまでもちょっとハズす・抜け感を演出する、といったところ。Oggiの提案でも「きれいな服に合わせるスニーカー」「白・黒・グレー」とありますね。

# 2019年1月②アンビバレント提案

## 「ストリート×〜〜」 「スポーツ×〜〜」の公式



P田●いい意味でちょっと浮いて、おしゃれ感を主張することができる。冬の重めの洋服を軽やかに見せてくれたり、少しだけ上げ底できたり、靴のボリュームで案外バランスがとりやすかったり、**メリットもいろいろありそう**。



N松●スニーカーを履いてこなかった女子が、トレンドらしいし1足買ってみるか…となっていると思いますが、スニーカーってブランドやモデルが色々ありすぎて面倒くさいイメージもある（だからこそマニアな男子が食いつく世界だったりする・笑）。でも最近、アディダスならスタンスミスやスーパースター、ニューバランスなら996、あるいはコンバースのオールスター…と、**超定番がおしゃれとされていて、「とりあえずその辺なら間違いない」という感じなので、スニーカーデビューしやすそう**。そして自分自身思うのは、超定番モデルの白を買って履いていると、絶対に黒やグレーも欲しくなる（順番が逆のことも）！そういうのもスニーカーならではのじゃないでしょうか。また、トレンドということでハイブランドもスニーカーを出していますが、スニーカーでブランド物って、なんかオバさんっぽいというか、バブル時代の成金感や水商売女性の休日感があっっておしゃれに見えないのは私だけでしょうか…。若者にはそういう先入観なく受け入れられているようですが、スポーツアイテムであるスニーカーに関しては、「餅は餅屋」だなあと感じます。



P田●スニーカーをはじめ、カンフル剤効果を求めているという感じが。**一瞬で垢抜けるとか、「効かせる」感じが小物の気分**のようです。



H瀬●「きれいめ×スポーツ系」、相反するものを組み合わせるといことで、冒険気分ですよね。「ストリート×きれいめ」ってことですが、「ストリート×〜〜〜」 「スポーツ×〜〜〜」という**アンビバレントな組み合わせ**がここ最近の注目されるニュースの特徴です。

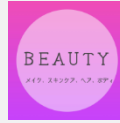
- 「ストリート×ラグジュアリー」（supremeがヴィトンコラボ）
- 「スポーツ×フェミニン」（FILAとスナイデルの別注）

ファッションだけではなく、コスメもその流れがあって、pumaとメイベリンニューヨークのコラボ（日本発売は未予定）もニュースになっていましたね。

**「いきなりストリート」「いきなりスポーツ」にガラッと変わらない層にとっては、「簡単に今っぽくなれる」わかりやすい提案**はかゆいところに手が届くみたいでありがたい。

# 2019年1月

## キーワード③キラキラ



### 【キラキラ】

- ◆気づかれて褒められたい？ 気づかせないで感じさせたい？ 女子に会う日のキラキラアイ、男子に会う日のとけこみアイ(BAILA 1月号)
- ◆「いつもよりキラキラ」「ピンクで女のコッぽく」「赤リップで雰囲気出す！」気合が入る日のメイクをみんなに教えてもらったよ！(LOVEggg 2月号)
- ◆アムロちゃんみたいなキャッチライトEyesで、センシユアルに 中野明海さんの「瞳がキラキラする」メイク(美ST 2月号)
- ◆キラキラ期・敏感期・浄化期 いつも絶好調な髪でいるためには周期に合わせてスイッチ！川村美容・第2弾 40代なら「シャンプーは3ローテーション！」(STORY 2月号)
- ◆ファッション、お財布、インテリアetc. ラッキーアイテムを取り入れて、幸せをぐっと引き寄せ♡ 李家幽竹先生監修 2019年、もっとキラキラできるGIRLな開運風水(andGIRL 1月号)
- ◆2018 今年よくやったメイクRANKING!!(mini 2月号)

### 【透明感】

- ◆今、みんなが憧れる“可愛い”の原点 「透明感」の作り方(mer 2月号)
- ◆ナチュラルでもっと笑顔が輝く肌目指しましょう！ どんな肌色でも大丈夫！ 透明感のある白雪肌への道(mer 2月号)
- ◆透き通るスタイリング&キレイな髪作り ヘアの魔法で透明度グーンとUP！(mer 2月号)
- ◆人とふれ合う時間、優しく労わる美肌ケア、好きなことを楽しむピュアさが原点 憧れモデルが透明感に溢れるワケ(mer 2月号)
- ◆(ベストコスメ・ベースメイク部門) 透明感もカバーカモくずれにくさも潤いも…多くの美的女子の肌を満足させたのは？ 「素肌格上げ」天才ベースメイク！(美的 2月号)
- ◆目ざすは松村沙友理の透明感！ “まちゅマロ肌”の4つの秘密(CanCam 2月号)
- ◆肌育委員会が選んだ お悩み別 透け美肌が叶うスキンケア(SPRiNG 2月号)
- ◆～わたしたちが憧れるファッション～ 透明感のある可愛さはたった3つのポイントで完成(mer 2月号)
- ◆COVER STORY 井川遥、透明感の理由。(&ROSY 2月号)



# 2019年1月③キラキラ

若い子のキラキラと年上層のキラキラは違う



H瀬●「キラキラ」とは若い女性の大好物の言葉だったけれど、「キラキラ女子」が「パバ活」なんかと一緒に語られるようになって、去年くらいからキラキラは若い女性の間でNGワードになってしまったので要注意。今、**キラキラは年齢層が上の雑誌に多い**ですね。



P田●年齢がアッパーな人たちのキラキラは、ちょっと切実だなと思います。自分自身のキラキラが失われてしまうから…。例えば目の輝き、髪の毛のツヤ、放っておいたら若者に比べて失われてしまうものです。だから、リアルなキラキラパウダーをオンするにせよ、髪ツヤをキラキラにするにせよ、**キラキラを求める気持ちが切実**なのだなと。



N松●失われたキラキラを求めて…って**大人世代の永遠の気分**でしょうね。透明感も年齢とともに失われてしまうものだけど、**キラキラならトッピング**できるので、無理なところではなく叶うところで頑張ろう、と。



P田●言葉はキラキラとちょっと派手なだけけれど、**求めているのは、実はとってもシンプル**な若々しさとか、**生命力**とかなんじゃないかなと思ったりした次第です。



N松●見た目のことではなく、恵まれたリア充感みたいなものをキラキラと言ったりもしますね。「**2019年、もっとキラキラできるGIRLな開運風水**」(andGIRL 1月号)なんかはこちらの用法。**大人って、自らキラキラさせないとキラキラできない**んだな…と改めて思います。若者はほっといても勝手に光ってる(笑)。皮脂や水分量に比例するのかな。



H瀬●でも、若い子、ラメメイク大好きなんです。なのにInstagramやTwitterを見ても彼女たちはキラキラってあまり言っていない。「(ラメで)ツヤを出す」って言うているんだよね。そして「**ラメ入りのハイライトものを出せば必ず売れる**」っていう状況もありますよね。「**キラキラ**」が「**ツヤ**」という意味に**変わっている**のかなと思います。年齢層上の人にとっての皮脂やオイル系の艶は「テカリ」で、部分的な光を「ツヤ」と認識しているのかも。あと最近「**美白**」のことを「**透明感**」と認識しているようにも感じる。



N松●「**色素薄い系**」も若い子ならではの**可愛さ・憧れ**って感じですよ。美白スキンケアのトレンドも、とにかく白くという感覚・評価軸しかなかった時代から、明るさ・透け感が求められるように。スマホアプリで即時に美肌に修整できるようになって、**透明感のある肌**というものが(少なくとも画面上では)見慣れたものになり、**理想の透明肌**ってこういうの、と皆が共有することで**一斉に目指すものになった**と思う。merが「今、みんなが憧れる“可愛い”の原点 『透明感』の作り方」(mer 2月号)と総力特集を組んでいるのですが、そうか、可愛いのは透明感なのか…！とちょい膝打ち。透明感を失った世代としては、**透明感イコール若さであり、若さイコール可愛さ**、なので逆に当事者より分かっていることかも知れませんが、失くして初めて価値が分かるってやつですね(笑)。

# 2019年1月

## キーワード④ユニクロと××



- ◆今から冬アイテムを買うなら ユニクロ&ワークマンが正解です！(サンキュ！2月号)
- ◆Stylist池田メグミ×広瀬アリス 「ユニクロ・GU・GAPだけで高見えしたい」 着まわし6問6答(with 2月号)
- ◆色味、素材、シルエットetc. 「お値段以上♡」なものだけ、スタイリストさんと厳選しました 「ユニクロ」「GU」「韓国通販」で最強コスパコーデ20(andGIRL 1月号)

# 2019年1月④UNIQLOと××

ユニクロとそれ以外、同じファッションでも違う市場



H瀬●ユニクロと一緒に紹介されるもの、どんどん変わりますね～。ZARAや無印良品は安定で（昔はしまむらもいたけど消えた？）新しいところでは「ワークマン」と「韓国通販」がin。

- ◆今から冬アイテムを買うなら ユニクロ&ワークマンが正解です！（サンキュ！2月号）
- ◆Stylist池田メグミ×広瀬アリス 「ユニクロ・GU・GAPだけで高見えしたい」着まわし6問6答(with 2月号)
- ◆色味、素材、シルエットetc. 「お値段以上♡」なものだけ、スタイリストさんと厳選しました 「ユニクロ」「GU」「韓国通販」で最強コスパコーデ20(andGIRL1月号)



P田●不動のユニクロ、という感じがすごいですね（意外とGAPが残っているのにも驚きますが。周りでGAPのもの買っている人あんまりいない感じる）。「韓国通販」と「ワークマン」と並んでいるというのは、割と値段の文脈、また、簡単に何も考えずおしゃれているというよりは頭とかセンスを使っている感じを受けます。



N松●ファッションにおいて、ユニクロはもはやインフラと言っていると思う。ベーシックな服やインナーなど、「欲しい」というより「要る」というものはまずユニクロに行くという人、多いと思います。ヒートテックを買ったことない人っているのかな？ぐらいの勢い（笑）。私自身、ベーシックなデザインが好きだし、とりあえずユニクロ、でデザイン性や彩りが欲しければ別のブランドで探す、と気づけば使い分けようになってました。毎年買い足して色違いで10枚、なんて完全にインフラ使いしているものもありますよ（笑）



H瀬●ワークマンは「現場用品」だったものが、今や「アウトドア系のファストファッション」という位置付けで、機能の説明を見るのが楽しい。「魔法瓶効果のある裏アルミ！自分の身体から発する体温を中に閉じ込めてくれる」「縫い目の無いシームレスな溶着加工が冷気の侵入を防ぐ」裏アルミとか溶着加工とか現場感を感じるのかも？無印良品も機能をうたっているけど、ワークマンの方がインパクト大。



N松●そう考えると、無印良品の機能は普通に見えてしまう。今やユニクロの上位互換にしか見えず（ユニクロのをオーガニックコットンで作りました、ぐらいなイメージ）、ファッションブランドとしては存在意義が薄くなってしまっているのかも。



H瀬●まあ、「ナチュラル系」の人は変わらず大好きですけどね。猫も杓子も無印っていうのではなく、平常運転に戻ったのかな。韓国ファッションは「トレンド」「フェミニン」「ガーリー」「セクシー」みたいな文字が踊ってるので、そこはユニクロには絶対じゃないし、ZARAよりも怖くない。中肉中背のアジア人向けっていう安心感。去年まではコスメがガンガン来ていたけど、ファッションも日本市場を圧迫しそうで怖いです。

# 2019年1月④UNIQLOと××

ユニクロとそれ以外、同じファッションでも違う市場



N松●若い子にしたら「大好きな韓国」ということが付加価値だし、キャラ立ちが強いですよね。ZARAも、実は個性的なデザインが多いから、ユニクロが相棒としてあるから着られるというところがあると思います。

特色が強いということは、ターゲットが狭まったり、すぐに飽きられるというリスクも含んでいますが、いい意味で個性のないユニクロがセーフティネット的に存在してくれている。ユニクロにとっても、イマドキアイテムを上手くアシストする「縁の下の力持ち」売れ。それぞれに存在意義があるwin-winな関係ですよね。今は、ユニクロ「みたい」というのが一番ダメで（なんせGUもあるわけだし）、まったく違うからイイorユニクロに足りない部分、というものでないとわざわざ買ってもらえないですね。ユニクロ自体は、自社のPLSTをユニクロっぽくしちゃって残念だったりしますが…。



H瀬●アパレル各社、特徴を強調しようと模索しているみたいですね。フリフリ&リボンバッグのブランド「メゾンドフルール」は根強い人気なんですけど、ついに洋服に参入。

「メゾンドフルール (MAISON DE FLEUR)」から派生したアパレルブランド「メゾンドフルール プチ ローブ (PETIT ROBE、以下プチローブ)」を2019年春夏から立ち上げる。

身長154cm以下の小柄な女性をターゲットに、XS、S、Mの3サイズで展開する。「『欲しい服があっても小さなサイズはすぐにお店からなくなってしまふ』という悩みに寄り添った。(WWD JAPAN 2018/12/23以下略)

身長154cm以下がターゲットというのにびっくりです。そもそも、メゾンドフルールってアースミュージック&エコロジーのストライプがやっているのですが、このシンプル&ミニマムな時代にあんなファンシー&メルヘンなファッション雑貨のお店を当てるってすごい。岡山発というのもあるのかもしれないけど、都市型発想じゃないからこそできる「ちょいダサ発想」なのかも。そこは、韓国コスメやファッションの勢いと通じるかもしれない。市場はベーシックよりも断然に狭いけど、顧客エンゲージメントが高いですからね。ファッションブランドってそういう「私だけ」のもので、UNIQLOは「国民的インフラ」で全然違う市場なんですよね。

# 2019年1月

## キーワード⑤本当に&心から&共感



- ◆本当に映えた冬コーデを教えて！ インスタグラマーの“いいね服”SNAP(ViVi 2月号)
- ◆本当は誰にも教えたくなかった！？ “予測誤差・黒”で自分だけ着やせする！(Domani 2月号)
- ◆本当に長く使える「いいもの」を教えてください(oz magazine 1月号)
- ◆\経験者は語る！／ 本当にあった「結婚」の怖い話(JJ 2月号)
- ◆おしゃれママ12人のリアルコメント付き 本当に喜ばれる出産祝い(Kodomoe 2月号)
- ◆1200人のアラサーレディにガチ調査！！ 2回以上リピ買いした私たちの本気のベストコスメ(美人百花 1月号)
- ◆たまったツケを一発逆転したいんです！！ 年末年始がチャンス！ 美容負債、本気で返済し隊！(BAILA 1月号)
- ◆チーム美STの“リピ買い” “底見え”大公開！(美ST 2月号)
- ◆1000人読者アンケートで分かった！ 共感しかない口コミベスト3 (SPRING 2月号)
- ◆美のエキスパート達の心をグッと掴んだ2018ベストコスメランキング！(Sweet 1月号)
- ◆(ベストコスメ・メイク部門) 全方位モテのメイクをかなえるコスメが大人気！ ベーシックカラーはもちろん、流行のアクセントカラーも積極的に取り入れる、メイク好き女子たちの心を掴んで離さなかったのは…？ ‘18年のキーワードは“赤み”！ “愛されキレイ”を作るメイクコスメの極み！(美的 2月号)
- ◆「今、このとき」だから、心が求める服がある！ H生まれのアラサーが最後の冬に着たい服(GINGER 2月号)
- ◆心温まる本を集めて 冬の読書室(天然生活 2月号)
- ◆大原千鶴 私の心に残る味(家庭画報 2月号)

## 2019年1月⑤本当に&心から&共感

「流行の～」 「ヒト～」 「神～」 よりリアルコメントの数



H瀬●「本当に」「心が求める」「心に残る」「共感しかない」「心を掴んで離さない」などなど、**真実を求める傾向**。「流行の～」 「ヒト～」 「神～」 には**騙されたくない**という**インサイト**があるのかな。



N松●「本当にあった怖い話」みたいですが（笑）、そういう枕詞がつくということは、**本当じゃないのが当たり前、というのが前提**にある。怖い話といえばフィクション、という（怪談というのがそもそも口承文化で、改変が当たり前だし）。



Y田●「本当の」みたいな見出し、多いですね。ほかの情報だって、一応「本当」だろうよ…と思いますが、**つい言いたくなるくらい情報が多い**ってということでしょうか。



N松●ネットはあまりにも情報が多すぎて、といってもその多くは広告なのですが、純広告じゃないカタチのものが雑誌以上に多い。



Y田●インスタとかで、「本当」に触れていそうなのに、**より何か強い「本当」が求められている**んだなあと。



N松●インスタでは猫アカウントや料理アカウントの一般人まで腕時計の宣伝をしている今日この頃。ステマの「ステルス」の控え目さをもはや懐かしんでしまう（笑）。「本当にいいのはどれー!？」ってそりやなりますよね…。



Y田●強い言い切りみたいなものが、雑誌には必要なのかなと思ったりしました。



N松●ネットの情報は不都合なことがあれば改変したり、アカウントごと削除もすぐできる（そして新しいアカウントを改めて作るのも簡単）。印刷物だと内容や発行すること自体への責任の大きさはネットの比ではありません。ネットだとユーザーが自己責任で確認しなければならないところを、発行元が担保してくれているし、情報としての信頼度が高い。もちろん雑誌でも情報操作や広告ありきなところはあるけれど、**「本当に良い」の重みは雑誌ならではだ**と思います。企業広告なしで、「本当に良い」かどうかをテストし客観データを見せる雑誌「LDK」も売れています。

広告もステマもなし！ 出版不況でも売れる雑誌の作り方(NIKKEI STYLE)

<https://style.nikkei.com/article/DGXMZO35302550T10C18A9000000>

## 2019年1月⑤本当に&心から&共感

「流行の～」 「ヒト～」 「神～」 よりリアルコメントの数



N松●信頼度というところで、「万人に受け入れられるベストを知りたい」という心理がある一方で、ここどころ「私に合う」「マイベスト」を知りたい・欲しいというニーズが高まっていることも忘れてはいけません。パーソナル○○、化粧品やファッションではもう顕著なブームです。みんなのベストと私のベスト、どちらも知りたい。違うことのようにですが、どちらも、品質が良くないもの・合わないもの・不要なものに自分の時間や空間やお金を割きたくない、良いもの・合ったものであればむしろ諸コストがかかっても欲しい、という気持ちが表れていると思います。

弊誌でも以前、「今は情報キャパの取り合い」という話がありましたが、自分にとって必要な情報だけが欲しい、それを裏返して、不要なものを削除・フィルタリングするサービスやモノが商材としてさらに増えてきそうです。マッチポンプだなと思いますが。



P田● いったい「誰の本当」なのか、ということになってくるかなあと思うのですが、そこは今のところは数で勝負、リアルコメントの数で勝負、みたいな感じを受けます。



H瀬●リアルコメント、重要。リアルコメントを手取り早く集めるには、質問させることですよね。今回のイマドキ女性図鑑、「コスメレビュー女子」を取り上げたんですが、以前は、「可愛い自分と可愛いコスメ」をあげている人が人気でしたが、今は、実際に塗り倒している画像など、プロのレビュワーになりきってお役立ち情報を発信している人が支持を集めています。しかも、コメント欄を見ると、細かい質問に丁寧に答えている、だからコメント数も膨大。

「映え」ブームの時は主役は自分でしたが、今は「お役立ち」ブームなんですよ。だからこそ、「お役立ち情報」「耳寄り情報」になりうる土台のスペックをきちんと持っている商品が強いと思います。ちょっと前だと「素敵なブランドストーリー」だったけど、今は具体的な話の方がウケるのかもしれない。さっきのワークマンの「裏アルミ」「溶着加工」とか、ビジュアルも見せられるしちょっとツウに見えたりするし。レビューされやすく、質問をコメントしやすい商品っていうのがヒットになりやすい。そこは注意して見ていきたいですね。TwitterやInstagramはもちろん、実は TikTokもお役立ち系は人気。



N松● TikTok といえば、◆スマホでかわいい動画を撮る方法(CanCam 2月号)は、ちゃんと撮影技法とかテクニックを教えてくれている。楽しいノリを撮るミニ動画ではなくおしゃれなイメージビデオとかショートムービー的な(bisあたりの、ソフトフォーカスがかかったガーリーな世界)を作ろうという方向ですね。とはいえ、誰に見てもらいたくて撮るイメージビデオなんだろう…という素朴な疑問を禁じ得ない絵面でしたが。

H瀬● TikTokをInstagramの出張所みたいに使っているインフルエンサーがいて、20投稿くらいなのにフォロワー数が40.8Kになっていてびっくり。ティックトックは、他のSNSよりもフォロワーが増えやすいということに注目しているんだと思う。

参考◆TikTokは、なぜフォロワーが増えやすいのか？

<https://note.mu/horikosu/n/n4f6681461c4e>

インスタの延長で、ピンクのフィルター加工 (Foodieというアプリが雰囲気あるピンクになるから人気) で、ヘアアレンジをわかりやすく解説コメントを入れながら可愛いくアップしていたりするんですよね。そりゃ支持されるなど。今のインフルエンサーは承認欲求のナルシストじゃなくて奉仕の心とホスピタリティがないと人気がない。

「わかりやすく可愛い」って重要なキーワードですね。