

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3月25日発行
vol.161

イマドキ女性図鑑No.157 「韓国&中国コンテンツ女子」

日本ではありえない大胆な
中韓女子たちをウォッチ
するのがイマドキ女子たちの
SNS使用シーンでみられる光景

音フェチASMR動画
日本基準ではお行儀悪い
咀嚼音もアリ

耳かきゴリゴリ音

フライドチキン カリカリ・クチャクチャ音

ビフォーアフター
激変メイク

江南にいる整形美人
カンナムオンニ

チャイニーズ+サイボーグ
チャイボーグ

ビフォーアフター変りすぎメイク
化粧品の塗り方がありえないほど雑でも
仕上がりは芸術的だったりする

今月のPick Up Magazine ~雑誌数79誌/ネットメディア2件(初出)/見出し数1,679本

【雑誌】 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/CanCam/GINZA/CLASSY./
GLITTER/CLUEL/CREA/GLOW/クロワッサン/kodomoe/サンキュ!/Gina/JJ/GISELe/
SPUR/GINGER/Sweet/steady./STORY/SPRING/CHANTO/天然生活/Domani/
nicethings/NYLON JAPAN/日経WOMAN/日経Health/Numero TOKYO/non-no/PERK/
HERS/Harper's BAZAAR/BAILA/Hanako/Humming Birds/美人百花/美ST/美的/
FUDGE/FIGARO japon/婦人画報/婦人公論/FRaU/Precious/Mart/MyAge/MAQUIA/
mamagirl/Marisol/ミセス/mina/mini/mer/MORE/LOVEgg/LEE/リンネル/Ray
※【ネットメディア】 BuzzFeed Kawaii/steal me!

2019年3月 トレンド分析力チェック問題

<今月のチェック問題>

Q1：「ファッション重視派」と「コスメ重視派」、2つの人種の違いは？

A：？

Q2：メーカー管理職世代の4, 50代とターゲット層世代の20代とのギャップはどんなことがあるか

A：？

Q3：最近活性化しているファッション重視のママ市場にある二つのジャンルとは？

A：？

Q4：イマドキの賢い消費者は値段が安いものを求めるという時代ではありません。ではどんな消費の仕方が今どきの賢い商品なのでしょう。かファッション美容で教えてください改行

A：？

Q5 病気以前の未病でビジネスチャンスが広がっているのは？

A：〇〇病 〇〇〇病 〇〇秒

<答え>

Q1：ファッション重視派はこだわらない自分が素敵
コスメ重視派はとことん正解を求める

Q2：4, 50代は自分探しネタについて飽きているが、
若者層は自分探しについて深刻に考えているので要注意。

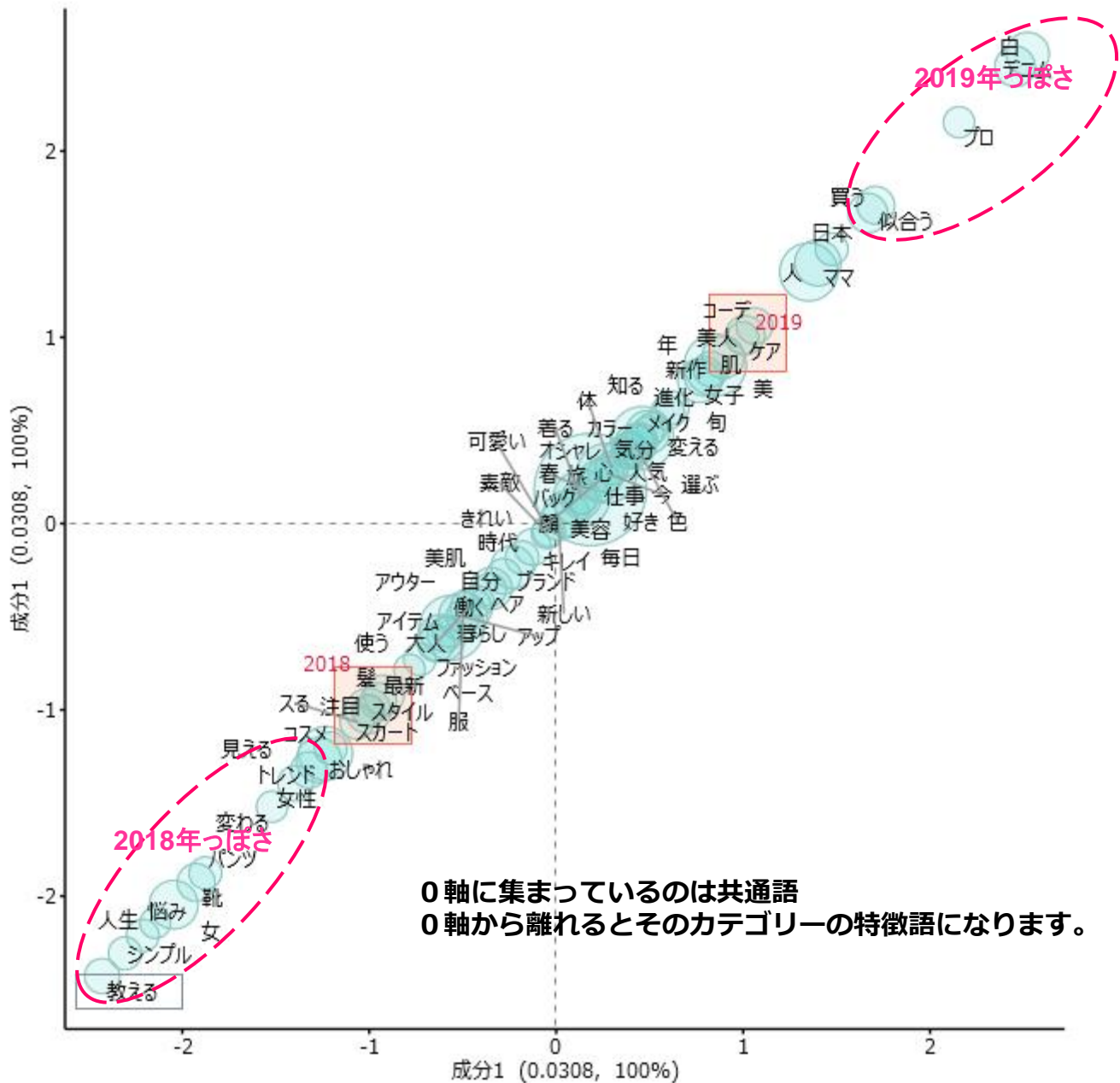
Q3：「自分が主役」のDomani
「自分と家族の幸せが目的」のVERY

Q4：<ファッション>
値段が安くても・時短ができてても・着回しやすくて→似合わないものは買わない
<美容派>
アイテムを増やす・新しいものを買うよりも→「使い方を変える」「習慣を変える」など

Q5：「季節病」「スマホ病」「気象病」

・・・>解説はそれぞれのキーワードをご覧ください

計量分析（KHcorderによる）上位100語の前年比較（2019年2月と2018年2月）



<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」

<2月>

2018年は「女性」「好き」「買う」

2019年は「自分」「変わる」「時間」「人生」

<3月>

2018年は「シンプル」「教える」「悩み」

2019年は「プロ」「似合う」

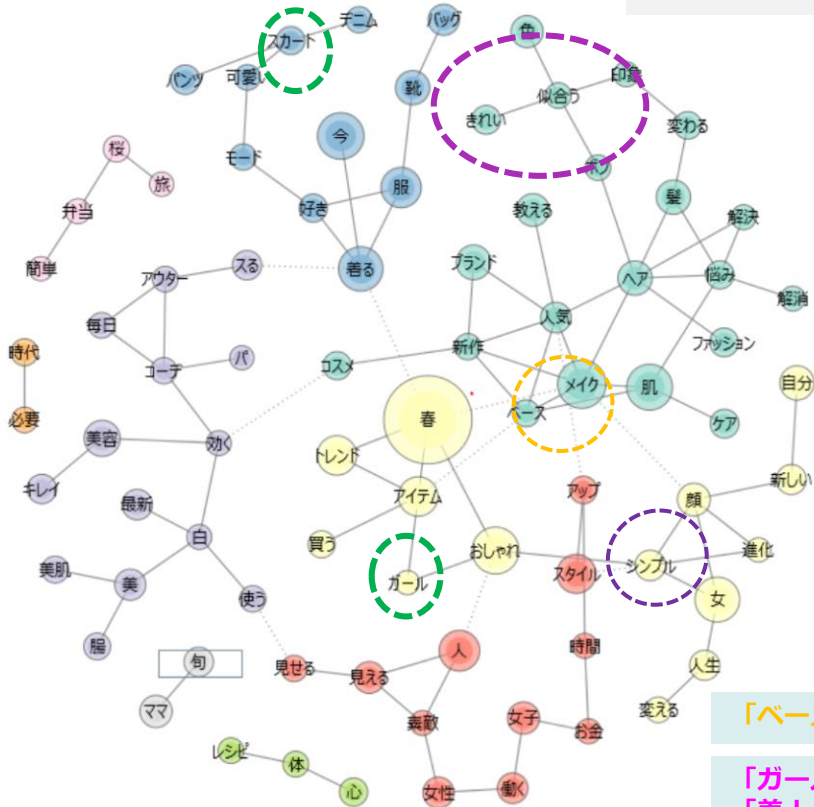
1月、2月

消費よりも自分に目が向いている

3月

「プロ」「似合う」と賢い消費意識

単語ではなく、共起し合うことばを比較
をすところなります(上位100語)



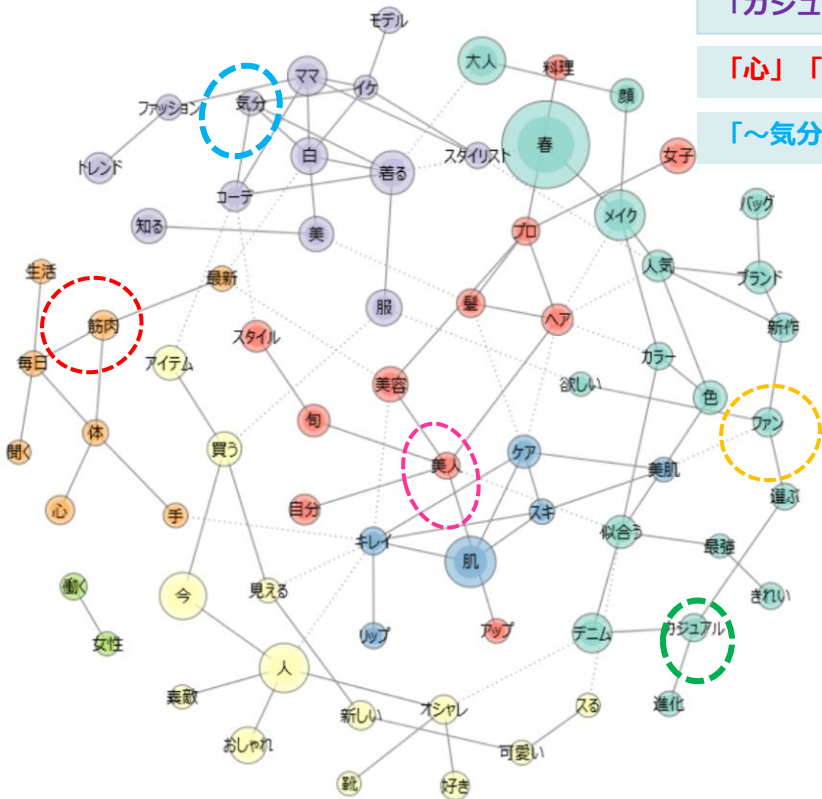
「ベース」から「ファンデ」へ

「ガール」「可愛い」はOUT
「美人」がIN

「シンプル」が消えて
「カジュアル」がin

「心」「体」「筋肉」が加わった

「～気分」が増加



<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
(2019.3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

女性潮流研究所 今回のキーワードまとめ

キーワード①服とメイクのチグハグ化

ファッション派とコスメ派の意識の違い、そしてヘア

キーワード②褒められ・好かれ・好印象の呪縛

若い世代と大人世代にギャップがあるのでは？

キーワード③2つのママ市場&新夫婦関係

自分が主役のカッコいいママ？ 自分と家族が幸せを目指すママ？

キーワード④賢い消費者現象

送り出されるトレンドの全部は受け取りませんよ～というスタンス

キーワード⑤未病ビジネス

不調とゆらぎと気象病と老化

<業界別おススメ記事はこちら>

- 化粧品業界の方は、キーワード①②③④⑤
- ファッション業界の方は、キーワード①②③④
- 食業界の方は、キーワード②③④⑤
- ライフスタイル業界の方は、キーワード②③④⑤
- すべての業界の方が要チェック キーワード②③④⑤

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



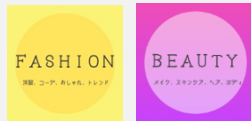
N松 女性潮流研究所 副所長
メジャーからマイナー界まで幅広くウォッチ。



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3月

キーワード①服とメイクのチグハグ化



【服とメイク】

服とメイクがちぐはぐな子、実は多いんです！ “メイク好きは服がダサい”を克服！
(GINGER 4月号)

- ◆服に合わせた髪型やメイクは、どう決めればいいのか？ ヘアメイクのプロが考える、服とのバランス(GINGER 4月号)
- ◆ヘアメイクもファッションの一部として楽しみます 大草直子さん流 「春服を着こなすため」の美容(美ST 4月号)
- ◆『亀恭子さん、実はこう見えて、ほぼ毎日ノーファンデです！』 お手本はスタイリストの亀さん♡ “カンノー美白肌”って！?(Domani 4・5月号)
- ◆デニムが似合う「意志のある顔」メイク(HERS 3月号)
- ◆デニムへの“苦手意識”をやめてみる(with 4月号)
- ◆「デニム美女」はみんな、鍛えてる！(JJ 4月号)
- ◆カジュアルな人こそ「きちんとはく」「デニムをしっかりとさせる」方法(GISELe 4月号)
- ◆税込 ¥ 10000以内で作る、春の旬顔(MAQUIA 4月号)

【ヘア】

- ◆なりたいのは前髪ありで大人っぽヘア(non-no 4月号)
- ◆好印象ヘアはこうしてつくる(Ray 4月号)
- ◆大至急あかぬけ♡ 春のitヘア(ViVi 4月号)
- ◆髪を切るなら、ロマンティックショート(SPUR 4月号)
- ◆服に合わせた髪型やメイクは、どう決めればいいのか？ ヘアメイクのプロが考える、服とのバランス(GINGER 4月号)
- ◆どんな服もおしゃれに変わる魔法 ヘアアレンジで何とかなる！(GINGER 4月号)
- ◆おしゃれな人のヘアサロンがかぶりまくり！ 今、みんなが“WHERE”に通うワケ(SPRiNG 4月号)
- ◆お洒落美人30人に徹底リサーチ こだわりの愛用ヘアケア教えてください！(&ROSY 4月号)
- ◆“ズルい前髪”に変えてみない？(MORE 4月号)
- ◆バツサリ切らなくても「新しい私」に出会える 美人ヘアになれる“ちょこっと変え”アイデア 5 (CLASSY. 4月号)
- ◆この春は“レイヤー”を入れるだけであか抜ける(CLASSY. 4月号)
- ◆そのボブ、“ショート”にすればもっと素敵！(CLASSY. 4月号)

2019年3月

キーワード①服とメイクのチグハグ化



- ◆ボブ派のための大人アレンジ七変化(CLASSY. 4月号)
- ◆前髪だけ変えても別人みたいになれるんです(CLASSY. 4月号)
- ◆脱・OLした美容エディター2年生、このたび、バツサリ30cm髪を切って心機一転！ビジュアルエディター・有田千幸、この春、髪を切りました！(Domani 4・5月号)
- ◆写真映えする「小顔前髪」になりたい！(LEE 4月号)

2019年3月①服とメイクのチグハグ化

ファッション派とコスメ派の意識の違い、そしてヘア



H瀬●私が今回なるほどなと思ったのがこれでした。

◆服とメイクがちぐはぐな子、実は多いんです！ “メイク好きは服がダサい”を克服！
(GINGER 4月号)

服はシンプルなのに顔はこってりっていうちぐはぐな女の子をよく見かけます。もしかして撮影を意識しているようなインフルエンサー系の女の子に多いのかな？モデルだって撮影用メイクはあえての濃いめですし。と思ったけど、それに限らずファッションは薄いのに顔が濃い人多いような気がしますね。



N松●このSNS時代、服よりコスメの方がブツ撮りが生きるし、人との話のネタになりやすい。顔面に力が入り、服も同じように力が入ればそれはそれでバランスがいいのですが、やっぱり顔に偏ると、ますます服とのテンションが乖離していく…。自分も通ってきた道なので分かりますが、確かにメイク好きが高じると、使えるお金を服よりもコスメに注ぎ込みがち（笑）



P田●そしてコスメマニアの人、「私、ファッションがわからない…。」というところから、春夏秋冬の似合うカラーを細分化して学んだりする人は美容側の人という気がします。正解が欲しい、という感じですかね。

ファッションがある程度好きな人からしたら、服を決めておきたいとか、決まった色を着るとかちょっとどうなのか？という感じがあるかと思うのですが、分かりやすく洋服の正解が知りたい、という人はある一定人数いるんだなと思います。

逆にファッション側の人には美容に興味がない、わからない、なんていうことを迷ったりしないのかな？と思ったりします。こだわらない私がステキ、みたいな…。



H瀬●Twitterの姉アゲハの公式アカウントで1.6万いいねがついたのがまさにそれでした。

「イエベとかブルベとかどうでもいい！

こちとら10年以上前から髪染めたりカラコンで瞳の色変えたり肌黒くしたり白くしたりして、着たいものが似合う自分になってきたんじゃー！！👍

好きなものが似合わないなら似合うようにすればいい！

好みじゃない色を「似合いますよ」と言われても気分落ちるわw」

なるほどなと思いました。ちょっと過激だけど。



N松●では過激ではない方の例を。スタイリストさんの美容ネタという珍しい企画がありました。これは今っぽいですね。

◆ヘアメイクもファッションの一部として楽しみます 大草直子さん流 「春服を着こなすため」の美容(美ST 4月号)

◆『亀恭子さん、実はこう見えて、ほぼ毎日ノーファンデです！』 お手本はスタイリストの亀さん♡ “カンノー美白肌”って！?(Domani 4・5月号)

2019年3月①服とメイクのチグハグ化

ファッション派とコスメ派の意識の違い、そしてヘア



N松●他にも、◆デニムが似合う「意志のある顔」メイク(HERS 3月号)。確かにデニムの時のメイクって難しい。ワンピースなど可愛い服や、お仕事メイクばかりの人には特に、でしょうね。そもそも労働者ファッションのデニムに女性性の具現化であるメイクが合うわけがない。



H瀬●今ってファッションのトレンド(シンプル)とメイクのトレンド(赤メイク&キラキラメイク&白肌など派手目)が連動していないんですよね。だから将来振り返ってみると、チグハグに見えるんじゃないかな。昨年、「セルボークのリップの09番」というオレンジ色がバカ売れしていました。美容トレンドの流行りといえば赤リップだったけど、これを今のファッショントレンドに合わせると頑張ってます感が出てこなれ感が台無しになる。そこで「赤よりもくすみ感のあるオレンジがいいよ～、しかもナチュラルでオーガニックだよ～」ということで、ファッションオタクの人に評価されていましたね。シンプルなお服にマッチするナチュラルなメイクの情報ってすっぱり抜け落ちていて市場の穴だったのかもしれない。そして話は変わって、ヘアスタイルチェンジの話題が今年も多めかなと思いました。



N松●去年あたりから、髪を切ること自体がおしゃれ、逆に髪型を変えないことそのものがダサイ…というトレンドになっています。



P田●皆が髪を切ってボブにする！みたいな勢いがあるって、その後あまりこれといった変化はなかったかと思うのですが、ボブからショートに(ってどんどん短くなりますね)。春に向けて髪を変えたい、髪で変わりたい、みたいな気分がきている模様。服がそんなに変わらなかつたり「様子見」だったりするから、ヘアで新鮮味、みたいなところでしょうか。



N松●「変える・変わる」ことそのものがおしゃれに見えるというトレンドです。しかし、それが当てはまらない人もいるんだなあ…と思ったのが、佐々木希のショートカット。切ることがおしゃれという流れのなかで、あんなに「切らない方が良かったのに」と思わせる人はいません…。しかも、切ったのがタイミング悪く出産後。子供を産んでショートにするって、まるで世の一般人じゃないですか。小顔・小頭・美人…それだけ好条件を備えた人であれば、もちろんどんな髪型だって似合うんです。でも、わざわざ凡人の、世間一般のトレンドなんかに降りて来ちゃったことがもう大NG。



P田●佐々木希について聞かれるのはそんな感じの声ですよ。 「(ショートカットにすることは間違いではないかもしれないけれど) 本人の顔立ちに合ったカットじゃないのでは?」「もともとの亀っぼい顔が目立つ」「これは美容師さんが悪い」という評価。女優さんが結婚すると次のステップに行くために髪を短くして美人卒業することは過去にもあるのですが(松嶋菜々子とか、もっと昔だと黒木瞳など)、佐々木希はそういうタイプではないから違和感あるのかも。

2019年3月①服とメイクのチグハグ化

ファッション派とコスメ派の意識の違い、そしてヘア



N松●世間が佐々木希に期待するのは、いつも・いつまでも美人の定型にはまっけてくれることで、世界標準時のグリニッジ天文台が移動しちゃダメなように、そこにずっといてくれないとダメなのです。

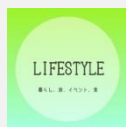


P田●凡人もショートは難しいですよ。そんな訳でスッパリ切らなくてもいい方法もちゃんと提案されています。

- ◆“ズルい前髪”に変えてみない？(MORE 4月号)
- ◆バッサリ切らなくても「新しい私」に出会える 美人ヘアになれる“ちょこっと変え”アイデア5 (CLASSY. 4月号)
- ◆この春は“レイヤー”を入れるだけであか抜ける(CLASSY. 4月号)
- ◆前髪だけ変えても別人みたいになれるんです(CLASSY. 4月号)
- ◆写真映えする「小顔前髪」になりたい！(LEE 4月号)

2019年3月

キーワード②褒められ・好かれ・好印象の呪縛



- ◆言われて嬉しいほめ言葉はこれ！ 1位「キレイ」 2位「肌キレイ」 顔立ち4タイプ別ほめられ春メイク(MAQUIA 4月号)
- ◆\見た目も中身も早く一人前になりたい JJガールの働き方改革第1弾！ / 週5日、私の印象を決める服は“とりあえず”でもう諦めない！ 目指せ、「通勤服」もいい感じな人！(JJ 4月号)
- ◆高橋志津奈さんと考える“友だちできそうな”4月のオシャレ計画(VERY 4月号)
- ◆これを知ったら、幹事がやりたくてたまりません \女子会から仕事飲みまでなんでもこい！ / 業界人お墨付きの“ドヤれるレストラン”で私、プロ幹事！(JJ 4月号)
- ◆簡単すぎるのに歓声上がる！おうち女子会レシピ56(BAILA 3月号)
- ◆“きれいめで好印象”と“旬スタイル”、どちらも諦めたくないから。 出会いの春、5つのルールで清潔感120%の私になる！(LEE 4月号)
- ◆オフィスにいる時だって「あの人、素敵！」って言われたい あなたの通勤服、まだまだオシャレにできるはず(CLASSY. 4月号)
- ◆「ママ友にモテる！」交換ランチコーデ3体(STORY 4月号)
- ◆春っぽメイクでモテ顔デビュー(non-no 4月号)
- ◆出会う季節の好かれ女子メイク会議(non-no 4月号)
- ◆好かれる ベースメイクの基本！(non-no 4月号)
- ◆「理にかなった台所道具」座談会(天然生活 4月号)
- ◆私たちは「自分らしく」働き、生きていく。 働くミレニアルズのリアル(CanCam 4月号)
- ◆本田 翼 なりたいのは、「したいことをしている自分」です！(日経WOMAN 4月号)
- ◆大人っぽくなりしたい20代女子に捧げます！ ギャビーちゃんの脱ギャル大作戦(JJ 4月号)
- ◆LoveなBOBください！(ar 3月号)
- ◆なりたいLOVE肌は美容液でつくる by 堀未央奈(ar 3月号)
- ◆LOVE顔ってこんな！ by 三枝ころこ(ar 3月号)
- ◆あざと毛を仕込んで彼を翻弄(ar 3月号)
- ◆「可愛くて大人っぽい」を叶えるキレイの秘密を丸ごと聞いてきた！ \インスタ発の人気者！ / なれるものなら、伊原葵ちゃんの顔(JJ 4月号)
- ◆起きて25分で、キラキラした私になる方法(美人百花 3月号)
- ◆盛ってこそ女の♡ いつだってキラキラ可愛い宣言！(ViVi 4月号)
- ◆「柄スカート」と「スカーフ」で、オフィスの華になってもいいかもね(with 4月号)
- ◆1パターン女子はつまらない！！ 毎日ちょっと新鮮でいたい(mer 4月号)
- ◆試して発見して、新しい自分と出会う！ もっともっと可愛くなりしたい！ いろんなわたし、どう作る？(mer 4月号)
- ◆初登場から現在そして未来まで、“なりたい私”全公開！！ merモデルのファッション成長遍歴(mer 4月号)
- ◆“ズルい前髪”に変えてみない？(MORE 4月号)

2019年3月②褒められ・好かれ・好印象の呪縛

若い世代と大人世代にギャップがあるのでは？



H瀬●春の出会いの季節に向けて、他の人からどう思われたいか？というのが出てくるタイミングです。



P田●「誰に」「どこで」「いつ」ほめられたいか、かなり細かく分けられていますね。



N松●「ほめられ・認められたい欲求」と、「愛され・モテ欲求」は違うと思うのですが、今は前者が強めな感じ。



P田●華やかでほめられる！みたいなテンションよりも、特に洋服は清潔感とか仕事で好印象みたいなちょっと控えめというカリズさないスタイルという感じ。

- ◆春っぽメイクでモテ顔デビュー(non-no 4月号)
- ◆好かれる ベースメイクの基本！(non-no 4月号)



N松●そうそう。唯一、non-noがモテや好かれることを追求していますが、「デビュー」「出会う季節」というつかみが肝心な限定的機会が前提にあって、ヒトとして女子として新生活でしくじらず安泰に過ごしたいという欲求があらわれていますね



P田●逆に、レストランやおうち女子会ではドヤれる感じ…というどこでドヤっとするか、の絶妙な匙加減ってあるなあと思いました。

- ◆これを知ったら、幹事がやりたくてたまりません \女子会から仕事飲みまでなんでもこい！ / 業界人お墨付きの“ドヤれるレストラン”で私、プロ幹事！(JJ 4月号)
- ◆簡単すぎるのに歓声上がる！おうち女子会レシピ56(BAILA 3月号)



N松●こちらはほんとイマドキのSNSっぽい気分で、「いいね」されたい、ということなんでしょうね。

外見・中身に限らないほめられポイント…例えばセンスの良さとかトータルの好印象などは、はっきりとした模範解答がないだけに、他人にほめられることがつまり正解になっている。自分に自信がないけれど自己承認欲求が強い、という人が増えているのだと思います。いやむしろ自分に自信がないからこそ承認して欲しいのかな。自分で自分を認められないというか。

2019年3月②褒められ・好かれ・好印象の呪縛

若い世代と大人世代にギャップがあるのでは？



P田●

- ◆私たちは「自分らしく」働き、生きていく。働くミレニアルズのリアル(CanCam)
- ◆本田 翼 になりたいのは、「したいことをしている自分」です！(日経WOMAN4月号)
- ◆\見た目も中身も早く一人前になりたい JJガールの働き方改革第1弾！／ 週5日、私の印象を決める服は“とりあえず”でもう諦めない！ 目指せ、「通勤服」もいい感じな人！(JJ4月号)

「したいことをしている自分」「になりたい自分」「一人前」というやる気満々の若者がいることは新鮮でしたね。なんとなく外さず最短距離に行く保守的、みたいな若者たちが多かった中で、ちょっと新鮮です。



N松●若者では経験値も知識も乏しいから、ブランドなど分かりやすい記号であったり、「大きいことはいいことだ」的な単純な物差しで測らざるを得なかったりもするでしょう。そこに**他人軸の介入を許さない「自分らしく」**というワード。今まであまりなかったですね。久しぶり。



P田●少々自分探しばい香りがしないこともないですが。



H瀬●最近思うのは、「自分探しお疲れ様(笑)」みたいな冷めた目線で見てはいけな

いなど。雑誌だと相変わらず「他人からの評価をもらうことがゴール」という提案が多いのですが、**リアルはもうちょっと「自分らしさ欲求」が芽生えている**気がします。ちょっとギャップを感じますね。

長らく静かに売れてる少女漫画の「**凧のお暇**」を20代の子にオススメされたのですが、絵が好みじゃないので気が進まず読んだんですが、すぐに夢中になりました。よくできてる！**普通の女の子の人生断捨離ストーリー**で、共感できるなと思いました。プランナーの方は必読でしたね。食わず嫌いを反省。

周りの人に好かれようと思えばできてしまう人ゆえの疲れ「女子力疲れ」というテーマ増えていますね。新垣結衣主演&逃げ恥脚本家のドラマ「**獣になれない私たち**」もそれでした(こちらは共感されなかったけど)。

凧のお暇

<https://www.akitashoten.co.jp/works/nagi/>



N松●「凧のお暇」、アラサー以上は共感できるよな~と思ったけれど、20代にもハマるんですね。



H瀬●20代といっても後半ですね。ホントの若い子にすすめられたのはゴミ屋敷とトイブドールでしたから(笑)



N松●アラサーぐらいまでは得ること・増やすことが多いけれど、そうやって身に着けた中で、**要らないものもあるかも…と気づいて、早い人は棚おろしにかかる時期**なんだなと。

今の40代後半以上は、時代的にそれに気づくのが遅かった、あるいは未だに気づいていない世代。消費は美徳・ブランド万歳・3高男性と条件優先婚…という価値観で育ってきていますから。

2019年3月②褒められ・好かれ・好印象の呪縛

若い世代と大人世代にギャップがあるのでは？



N松●とはいえ今は、自分自身・生活・環境が充実しているな…と幸せに思えることは人それぞれです。インスタフォロワーが何万人もいることが幸せな人もいれば、SNSアカウントを持たず時間も神経も無駄遣いしないことを幸せに思う人もいます。ハイブランドの限定品を手に入れて幸せな人もいれば、なにもない部屋が幸せを感じるミニマリストも。

大きい・多い・高い・レアであることが幸せ、という一元的な価値観ではなくなって、小さくても安くても幸せと感じたり、そういう価値観も良し、な今。社会全体でも、例えば老舗の大企業ばかりが就活学生に人気なわけでもなく、なんなら就職せずに自らスタートアップする人も増えてますもんね。



H瀬●1月に「#あなたはあなたを走れ」というホンダの広告が話題になっていたのですが、大人の私たちがらすると、「ああ、昔あったよね、こういうの…」っていう既視感と、モノクロなビジュアルも含めてスカしすぎのこっぴどかしさがあった。でも、20代の子は「自分のことわかってくれてる」と感激してたんです。

大人が若者に「自分探しお疲れ様（笑）」っていう姿勢でいると、若い人向けの商品は絶対に作れないと反省しました。

Hondaの「あなたはあなたを、走れ。」の広告がグッとくる！

<https://matome.naver.jp/odai/2154449052852372801>

ところで、先程ご紹介した「凧のお暇」の他に「トクサツガガガ」（NHKでドラマ化）という若い世代に人気の漫画があるんですが、両方とも母親が問題のひとつなんですよね。

おそらく主人公の母親って4,50代なんですよ。2人の母親は揃いも揃って「他人から見てもいいと思われたら娘がかわいそう」という気持ちで育てている。そのピントはずれの愛情ゆえに、自分らしさが出せないことで苦しんでいる…というテーマが一致しています。そこも今の若い女性に支持されている要因のひとつになっています。

人それぞれのゴールは違うのに同じ評価基準で生きてきた母親世代の呪縛、そしてそこから逃げる若い世代という構図。

トクサツガガガ

<https://www.nhk.or.jp/nagoya/gagaga/>

そのお母さん世代の最先端の女性像を描いたドラマは、「セックスアンドザシティ」（1998年～2004年）でした。ところが主人公のキャリアのゴールって「超お金持ちの彼と結婚して豪邸ゲット（映画1）」「浮気しそうになったけど大きな指輪ゲット（映画2）」っていうオチだったのですよ。お母さんたち世代は教えてもらえずに大人になったのだから、正解がわかるわけじゃないですよ。

ここは、4,50代が管理職になっているメーカーと20代消費者との関係にも似てると思うんですよ。だから、親子関係だけではなく消費の送り手と買い手の間でも気をつけなければいけないポイントなのではないでしょうか？気をつけましょう！

2019年3月

キーワード③ 2つのママ市場&新夫婦関係



【ママ市場】

- ◆ママの本気ダイエットは隙間時間がカギ！(VERY 4月号)
- ◆体形カバーとオシャレを両立したい！ 集めました！産後に優しいトレンド服(VERY 4月号)
- ◆“イケ★ママ”的には、かっこよくパール、が春の気分です！ 『本日、モデルのお仕事中心！』の舞台裏に潜入！？ 和田明日香の“白Tと白シャツとパールと…”(Domani 4・5月号)
- ◆究極の一枚を、男前に着回したい！ この春、たった一枚を選ぶなら！？ イケ★ママ的“白T”と“白シャツ” 女前きちんと系vs男前こなれた系、ふたりのワー／ママは「白」をこう着ている！ [子どもが4歳以上フルタイム] = “白トップス”派 [子どもが3歳以下ノマド] = “白ボトム”派(Domani 4・5月号)
- ◆イケ★ママたるもの「うっかり」なんて許されないから…人気スタイリストが実践中！ “白を着る日のあのお悩み、こうして解決！”
- ◆きょうだいのえこひいき アウトとセーフの分かれ道(サンキュ！ 4月号)
- ◆“かっこいいオカン♡”になろう！(Domani 4・5月号)
- ◆ファッションも！ ライフスタイルも！『私たちも“ミーヒム”してます♡』 イケ★ママ的リアル“Mehim！”ライフお見せします♡(Domani 4・5月号)
- ◆みんなの「イマドキPTA」事情(LEE 4月号)
- ◆デジタル意識高めめのママたちはもう取り入れてました なんだか気になる子育てワードNo. 1 “プログラミング”の始めかた(VERY 4月号)
- ◆キャンプしてなさそうなVERYママたちがキャンプしてるこの時代について、語ろう！(VERY 4月号)
- ◆新生活&育休明けをとことん楽しむコツ100(CHANTO 4月号)
- ◆復職直後でも一目置かれる超時短仕事術／アクシデント、どう対応するのが正解？(CHANTO 4月号)
- ◆ママも通うのが楽しくなる、保育園の準備(CHANTO 4月号)
- ◆復職初日から“カッコいい”ママでいこう(CHANTO 4月号)
- ◆たまには“お母さん”を休みませんか？(Kodomoe 4月号)

【新夫婦関係】

- ◆ルールを決めて家族と分担、それだけで家事はずっと楽に。(クロワッサン2/25号)
- ◆読者アンケート結果発表 167人の妻の嘆き、夫のホンネは？ もはやストレスしかありません！ 夫と2人だけの生活なんて(婦人公論2/26号)
- ◆アンケート読み解き鼎談 ガマンばかりは“夫源病”にまっしぐら 1対1で見つめ合ってはダメ。ほかのものに視線を向けて 石蔵文信×黒川伊保子×神津はづき(婦人公論2/26号)
- ◆ルポ 会社の倒産、娘の出戻り、大病……夫婦を再び結びつけた、わが家の「負のかすがい」 武香織(婦人公論2/26号)
- ◆ルポ 家事育児を押しつけられて何十年 妻の積年の恨みは今も消えない 小林美希(婦人公論2/26号)
- ◆そのモヤモヤ、放っておくと深い溝に…！？ 10年後も仲よしでいるため夫婦のトリセツ(ESSE 4月号)
- ◆夫と、家族と、時にはプロに。 家事シェア、我が家の場合。(クロワッサン2/25号)

2019年3月③ 2つのママ市場&新夫婦関係

自分が主役のカッコいいママ？ 自分と家族が幸せを目指すママ？



H瀬●一時期元気だった家事ママですが、最近ではファッションママへ変わってきましたね。ファッションママの新顔がDomaniです。



N松●Domaniについては、3月頭の広告炎上についてやっぱり触れておきたいところ。「働く女は、結局中身、オスである」という文言が問題になった件。ジェンダーについて未曾有の過敏さに取り巻かれている今の世の中で、最初から炎上狙いでないとしたら、よくこれが良識ある広告としてGOになったなあ。昨年末のリニューアルで、ターゲットイングやコピーに私などは勝手にハラハラさせられていたので、やっぱりやっちゃったな…という感想ですが。

PC(Politically Correctness=政治的正しさ)についてはもはやお話にならないので、別の切り口で考えてみました。この「働く女はオス」しかり、ほかにも「カッコいいオカン」とか「ママに見えない」が最高のほめ言葉」といったコピーがドヤ！と並んでいます。

ママに見えないと言われたいのだけど、これってママであることを逆にものすごく利用してますよね。その人自身として勝負ができないから、「ママにしては」「オカンなのに」「女なのに」という属性の下駄を履いて、「おしゃれ」「カッコいい」「仕事を頑張っている」と言ってもらおうとしているような。ママという身分を否定しているように見せて実は姑息に利用しているのが匂っちゃうんです。



H瀬●表紙モデルのビジュアルエディター望月芹名さんがそんな感じ。ショーモデルから編集者になったのが昨年6月で、その後結婚して、12月に出産してその2日後に「私こう見えて、ママで編集者で表紙モデルです！？」と表紙デビューです。働く女性からすると、まだライターとしてのキャリアないよね？だし、ママからすると子供を1日も育ててないのにママとしてのキャリアないよね？だし、インスタント感満載で共感を得ようがない演出で、タキマキのような存在になれる気がしない。



N松●「共感できない」というのは、女性誌、特にママ誌において致命傷だと思う…。



H瀬●VERYをものすごく意識していてVERYよりもカッコいい今時のママというポジショニングなのかなと思うけど…。とはいえ、炎上しなかったらここまで詳しく見ていなかったから、炎上マーケティングは成功なのかもしれない。VERYも「公園デビュー」で炎上したことで知名度アップしたとかそういうの？

2019年3月③ 2つのママ市場&新夫婦関係

自分が主役のカッコいいママ？ 自分と家族が幸せを目指すママ？



N松●といっても「公園デビュー」と違うのが、「イケ★ママ」という呼称が意味不明なところ。真ん中の★もなんか寒いし。

皮肉なことに、「ママ」という属性そのものがメディア上では妙に可燃性を帯びているんですよね。独身vsママ、子なしvsママ、有職ママvs専業ママ、それにパパvsママ…と対立構造がいくつもできてしまいがちな、とても特殊な存在。でもだからこそ、ママであることそのものに、変な修飾語や反語表現をつける冒険はするべきではないんじゃないかと。ママってそれだけで多面的で奥深くてパワーがある素材なわけですからね。

雑誌が読者に微妙なキャッチを押し付けちゃやっぱりダメでしょう。バリバリカッコよく働いている当事者ママにしたなら、「さすがイケ★ママだね！」なんて言われたら巻き込み事故感はんばないと思う（笑）。

ヘンテコな枕詞をつけずに、ただ「～するママ」とだけ言っているVERYは賢かったんだな、と思いましたよ。まあDomaniにしてみればVERYの牙城を崩すための奇策だったんでしょうけど。



H瀬●炎上してますが、コーデとかは洗練されていて好みだなと思いました。VERYはちょいちょいコンサバスタイルを挟んでくるからダサいページもあるんですよね。

◆キャンプしてなさそうなVERYママたちがキャンプしてるこの時代について、語ろう！（VERY 4月号）

とか、やや流行遅れっぽい等身大な感じもあえて出している。そういうのが万人受けのポイントなのかなと思いました。

DomaniとVERYって果たして同じ市場なのかな？ 実は違うんじゃないのか？ というのは疑問ですね。雑誌に限らず、ターゲットマーケティングをする上で勉強になる事例だと思います。皆様もぜひ考えてみていただきたいです。

Domani「ニッポンのワーママはカッコいい！」というキャッチコピー。ちなみにVERYは「基盤がある女性は、強く優しく美しい」で、基盤とは家族のことだそうです。

Domaniは自分が主役で、VERYは自分&家族の幸せ、全然市場が違いますよね？

Domaniって「都心の企業で働く高給取りの高学歴で美人でスタイルがいい正社員ワーママ」っぽさが匂って、ターゲット狭いのかも。編集部の人半径5メートル以内にいるワーキングマザーをターゲットにしている感じ。周囲にいるのはそんな人ばかりだから世の中に多く存在すると錯覚するけど、世の中ではそういう人はかなりの少数派だということに気づいていない…。というのは、ファッションやビューティの会社あるある現象なんですよ。

たとえリアルターゲットが狭くても、「ちょっとその世界をのぞいてみたい」という覗き見ターゲットが多ければ良いのですが（VERYはリアルターゲットよりも覗き見ターゲットが多いと思われる）、ネタではなく真面目に素敵なおことをしている。いじるためのネタ消費もできないんですよ、うーん困った。

2019年3月③ 2つのママ市場&新夫婦関係

自分が主役のカッコいいママ？ 自分と家族が幸せを目指すママ？



N松●「覗き見ターゲット」とは言い得て妙。先ほど、「共感できない」と言ったのですが、憧れとかファンタジーまでいかないからどう読んだらいいかわからない、というのが実情かな。

載っている服などは嫌みのないカッコいいものばかりなので、テキストを読まずに写真だけ見ていれば穏やかに楽しめます（笑）。

昨年末にリニューアルされたDomaniですが、「30代・未婚も既婚も・子ありも子なしも」という幅広いターゲット設定だったのを、先ほどH瀬さんが言われたような激せまクラスタに絞ったことで、「切り捨てられた」「40代独身キャリア女性が読む雑誌がなくなった」という反応があるようです。

「マウントされながら雑誌を読みたくない」というツイートがあったのですが、新しい表紙モデルのビジュアルエディターという人に象徴される、「仕事も夫も子供もお金も美貌も、すべて持っている」女性像には、憧れよりもマウントされてる感を強く感じてしまう人も、確かにいるんだろうなと…。

VERYのタキマキもまさにそんな女性だけど、愛嬌のある顔だし、モデルという仕事と知性というイメージは直結しない。Domaniの望月さんは、エディターだけあって知的そうだし、顔もキツめ。こういう人が読む雑誌なんだなと思うと、まあ手が出しづらいですよ。



H瀬●とはいえ、個人的には、◆ファッションも！ ライフスタイルも！『私たち“ミーヒム”してます♡』 イケ★ママ的リアル“Mehim！”ライフお見せします♡(Domani 4・5月号)とか、ちょっと面白かったですよ。“Mehim！”って私のものMEと彼のものHEで兼用できるもの、という意味らしく、ネーミング的にはわかりにくいんじゃないかなと思いますが。洋服やバッグや化粧品なんかを夫婦兼用にしているのは今の時代っばいなのと思いました。2人でって思うとお得感があるからブランド物を買ってもいいかな？って思えますしね。しかも旦那もカッコいいモデルは使っていなかった。バカリズムにやらせていたりしてリアルでした。Domaniに限らず、ここ最近はこの風に夫婦の打ち出し方も変わってきてますよね。



N松●白物家電のCMの杏×オードリー若林とか、石田ゆり子×ムロツヨシしかり、絶妙なキャスティングですよ。

さて夫婦ネタですが、大きく分けて2種類ありますね。夫への不満と、家事シェア。

<夫への不満>

◆読者アンケート結果発表 167人の妻の嘆き、夫のホンネは？ もはやストレスしかありません！ 夫と2人だけの生活なんて(婦人公論2/26号)

◆アンケート読み解き鼎談 ガマンばかりは“夫源病”にまっしぐら 1対1で見つめ合っはダメ。ほかのものに視線を向けて 石蔵文信×黒川伊保子×神津はづき(婦人公論2/26号)

◆ルポ 会社の倒産、娘の出戻り、大病……夫婦を再び結びつけた、わが家の「負のかすがい」 武 香織(婦人公論2/26号)

◆ルポ 家事育児を押しつけられて何十年 妻の積年の恨みは今も消えない 小林美希(婦人公論2/26号)

2019年3月③ 2つのママ市場&新夫婦関係

自分が主役のカッコいいママ？ 自分と家族が幸せを目指すママ？



<家事シェア>

- ◆ルールを決めて家族と分担、それだけで家事はずっと楽に。(クロワッサン2/25号)
- ◆そのモヤモヤ、放っておくと深い溝に…！？ 10年後も仲よしでいるため夫婦のトリセツ(ESSE 4月号)
- ◆夫と、家族と、時にはプロに。 家事シェア、我が家の場合。(クロワッサン2/25号)

家事シェアについても、突き詰めると妻の負担が重かった家事を夫にもさせようという内容なので、夫への不満という文脈では前者と同じかも。女性誌だからとはいえ、夫に不満がある妻…相当いますね！というよりその在り方が当たり前みたいなの(笑)。

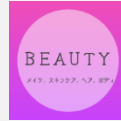
ここの見出しはでももう一つ気づくのは、不満が相当あるけれど、じゃあ離婚に向けてまっしぐら！という見出しはないこと。文句を言いながら、家事シェア作戦を練りながら、不満を飼い慣らそうとする妻。10年後も仲よしでいたいESSEを除いては、ことさら夫婦仲良くななんて望まないから、夫源病にならない程度にストレスない家庭をキープしたい、というのが婦人公論やクロワッサン妻の願いのようです。

婦人公論で鼎談をしている黒川伊保子さんの「妻のトリセツ」がヒットしていて、夫も夫で常に不機嫌な妻にストレスを溜めているみたいですけどね。配偶者への不満について、妻は盛大に愚痴る、夫は対処法を本などで学ぶ…そんな違いも面白い(このこと1つとってもこんなに違うから理解し合えない生き物とも言えるわけですが)。

結婚しない人が増えて、でも相変わらず3分の1の夫婦が離婚する時代、**夫婦という形態を作り、存続させるのは昔よりずっと難しい**ことのような気がします。DVやモラハラなどが社会問題化しているなか、主従関係なんてもってのほかで、**ひと昔前によく言われた「友達夫婦」よりももっと意識的な、バディ・相方・チームメイトという在り方で夫婦を・家庭を運営していくというのがイマドキ**なんでしょうね。

2019年3月

キーワード④賢い消費者現象



- ◆美白って本当に意味あるの？ガチンコ調査！！(with 4月号)
- ◆ALL本人私物 スタイリスト丸林広奈の「乗る流行」「スルーな流行」(CanCam 4月号)
- ◆着回し重視で買ったつまらない服よりも、全身心から好きで買った服を繰り返し着るほうが自分らしいし、気分がいい！「そのまんま真似できる」春コーデ見本帳 「着回し、やめた！」ら、またオシャレが楽しくなってきた！(STORY 4月号)
- ◆様子見シーズンは、淡色ファッションがちょうどいい(VERY 4月号)
- ◆できる人ほど「やめたこと」が多かった！(with 4月号)
- ◆アイテム、テクニック、マインドまで、肌がキレイなあの人がやっていること全部見せます(美人百花 3月号)
- ◆正しくやってる人は美肌率高し メイク直しは、ファンデ3時間後と8時間後が要(美ST 4月号)
- ◆間違いだらけのスキンケアシリーズ 保湿肌を手に入れるための「洗顔・クレンジングの正解」(VoCE 4月号)
- ◆毎日洗う？ 洗わない？ 4人に聞いた、最高の洗髪法。(クロワッサン3/10号)
<メイク塗り方>
- ◆そろそろチークレスに飽きたよね？ 春はチークが復活！！(ViVi 4月号)
- ◆イコール「全行程を完璧にやること」じゃないんです！ 岡田知子さんが指南 失敗しない“フルメイク復帰”の方法 (VERY 4月号)
- ◆濃くても薄くてもいいのです！ 眉で叶える美人顔。(GINZA 3月号)
- ◆ファンデーションの塗り方を見直そう！肌作りは7割を目指せばちょうどいい！(InRed 4月号)
- ◆千吉良恵子さんpresents. 今どきベースメイクは“3分間仕上げ”でうまくいく！(MORE 4月号)

2019年3月④賢い消費者現象

送り出されるトレンドの全部は受け取りませんよ～というスタンス



H瀬●トレンド=取り入れるべきものではないという層が確実にいますね。

◆ALL本人私物 スタイリスト丸林広奈の「乗る流行」「スルーな流行」(CanCam 4月号)

◆着回し重視で買ったつまらない服よりも、全身心から好きで買った服を繰り返し着るほうが自分らしいし、気分がいい！ 「そのまま真似できる」春コーデ見本帳 「着回し、やめた！」ら、またオシャレが楽しくなってきた！(STORY 4月号)

CanCam、STORY、VERY、withとちょっとコンサバめターゲットが多くないですか？



P田●送り出されるトレンドの全部は受け取りませんよ～というスタンスですね。わかりやすくおいしいトレンドじゃなかったら「様子見」という感じ。

◆様子見シーズンは、淡色ファッションがちょうどいい(VERY 4月号)という、今まで通りも嫌だしね。じゃあどうする？という、かなり親切な言い方が増えている。



H瀬●コンサバだから今のトレンドがじっくりこない、自分の好みに合わないものがある…という現象があるのと同時に、賢い消費者かつこいいみたいなインサイトもありそうですね。



N松●「賢い消費者」というと、節約が上手いみたいなイメージですが、買い物の金額とかじゃなく、色んな意味で「ムダがない」というのがイマドキの賢さなんですね。たとえばファッションだと

○パーソナルカラーとか骨格診断などを通して自分をよく知っていて、似合うものだけを買う。

○サイズ感が分かるしポイントが貯まるし出かける時間をセーブできるから、気に入っているネットショップでリピ買い。

○いくら値段が安くてもor時短ができてor着回しやすくて、似合わなかったりときめかないものは買わない。

…といった感じでしょうか？



H瀬●美容もアイテムをどんどん増やしたり変えたりではなく、どう使うか？という方向。

◆できる人ほど「やめたこと」が多かった！(with 4月号)

◆正しくやってる人は美肌率高し メイク直しは、ファンデ3時間後と8時間後が要(美ST 4月号)

◆間違いだらけのスキンケアシリーズ 保湿肌を手に入れるための「洗顔・クレンジングの正解」(VoCE 4月号)

◆毎日洗う？ 洗わない？ 4人に聞いた、最高の洗髪法。(クロワッサン3/10号)

これなんか、アイテムだけでなくテクニックとマインドが入っているのが今っぽい思考。

◆アイテム、テクニック、マインドまで、肌がキレイなあの人がやっていること全部見せます(美人百花3月号)

2019年3月④賢い消費者現象

送り出されるトレンドの全部は受け取りませんよ～というスタンス



N松●InRedの「肌作りは7割を目指せばちょうどいい」やMOREの「ベースメイクは3分間仕上げ」のように、**引き算を提案するものが多い**ですね。

- ◆ファンデーションの塗り方を見直そう！肌作りは7割を目指せばちょうどいい！（InRed 4月号）
- ◆千吉良恵子さんpresents. 今どきベースメイクは“3分間仕上げ”でうまくいく！（MORE 4月号）

「7割でいい」じゃなくて「7割がいい」。10割やるのはむしろダメ。時短というところ本来10であるべきところを7で済ます」イメージだし、抜け感というと「いったん10で完成しているものをひと手間かけて3抜く」ようなイメージ。それらと違って、「**今までの7が今の10**」と**レートが変わった**ような感じですね。化粧品の品質もどんどん変化していつているわけだし、こういったレートの変化はあってしかるべきだと思います。将来は「今までの10が今の7」のように逆の変換が起こる可能性だってあるかも知れませんね。



P田●習慣って無意識だからこそ気を付けたいし、効果も大きい。そして習慣だからこそ意外と人がどうしている？ということがわからなかったり。**何を使うか、も大事だけれど、どう使う、みたいな部分は美容に大きな影響がある**ところ。そこを知りたい！春だから見直したい！みたいな気持ち？

どう使うか、とか、飲むものを塗る裏技とか、そんなことも含めて思わず買ってしまう感じ。あとは、同じ感じをオーガニックものを推薦している人たちのインスタにも感じます。持っていて使わなかったもの、その人たちのインスタみて、改めて使おうと思ったりしました。



H瀬●とはいえ、**断捨離とかストイックな感じじゃない**のもポイント。



P田●そうですね、提案するときも楽しそうな提案を工夫したりします。タオルと歯ブラシを新月ごとに換えるとか。月とか星座とリンクさせてみたり。もちろんこれはあくまでも一例ですが、ルーティーンではなく「あ！今日だ！」みたいに**気分が上がる習慣をいろいろ考えて提案して飽きさせない**ことが今は重要ですね。

2019年3月

キーワード⑤未病ビジネス



【新しい不調】

- ◆その不調、寒暖差疲労かも？(ミセス4月号)
- ◆「名前が出ない」「何しにこの部屋に来たかわからない」はもしかして… どきっ。その物忘れ、スマホ認知症じゃない？(STORY4月号)
- ◆世にも恐ろしき「スマホ首」(BAILA3月号)
- ◆あなたもなってるかも！？「スマホ認知症」「スマホ老眼」(LEE4月号)

【敏感】

- ◆敏感肌レジェンドに学ぶ、ゆらぎ肌サーフィン(BAILA3月号)
- ◆敏感肌ブランドの見つけ方(CREA4月号)
- ◆「ひよっこり敏感肌」にご用心！(InRed4月号)
- ◆かずのすけ流 敏感肌のための洗剤の選び方 衣料用・食器用・ボディ用 毎日使う洗剤が肌の潤いと健康を洗い流しているのかも？！！(日経Health4月号)

【花粉】

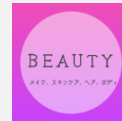
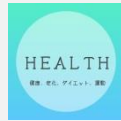
- ◆私に似合うマスクで！ ヨレないメイクで！ 調子のいい肌で！ 花粉の憂鬱にさようなら (andGIRL3月号)
- ◆花粉、PM2.5、春一番、紫外線……+ホルモンの乱れで一年で一番揺らぐから 春先も不調知らずになる「美魔女のお薬箱」スキンケア(美ST4月号)
- ◆ポイントを絞れば、もう諦めなくて大丈夫！ 最小限で最大華やか「花粉に負けない」メイク(JJ4月号)
- ◆賢くケアして“快適”も“キレイ”もキープ！ 今年こそ本気の花粉症ケア！(&ROSY4月号)
- ◆つら～い花粉 症状が出る前、症状の出はじめの対策が大事(からだにいいこと4月号)
- ◆季節の変わり目だし、花粉も例年以上に多く飛んでるし、PM2.5や黄砂もなんだか不安だし、新生活で気持ちも不安定だし、毎日なんだかしんどいよー(涙)。肌・体・髪・心 「ゆらぎ不調」に負けるな！ 誌上クリニック、本日開院(美的4月号)
- ◆正しい対策と早めのケアで、今年こそ花粉に負けない！(美的4月号)
- ◆肌あれ、花粉症、なんかブルーとか大モンダイ！ 春の「なんとなく不調」クリニック(ViVi4月号)
- ◆この春からもう悩まない 花粉症を自力で治す！(Steady.4月号)

【ゆらぎ】

- ◆肌も、心も、ヒリヒリ カサカサが勃発 春先ゆらぎ脱出100問100答(MAQUIA4月号)
- ◆ゆらぎ肌のための日中美容(CREA4月号)
- ◆40代以降の不正出血、自己判断は禁物 病気が隠れていることもその出血は月経のゆらぎ？ それともがんなどの病気？(日経Health4月号)

2019年3月

キーワード⑤未病ビジネス



【表情老け】

- ◆ゆるゆる老け見え顔、どうにかしたいから 本気で表情筋を鍛えたい！(VoCE 4月号)
- ◆ストロー1本でリフトアップ！ 口角アップ！ たるみが気になる人に毎日3分「ストロビクス」が効く(美ST 4月号)
- ◆春チークで、うるおってる感！(MAQUIA 4月号)
- ◆けふる春色が大人の魅力を格上げ 可愛いくすみ、色っぽいくすみ。(MAQUIA 4月号)
- ◆しぼみ、たるみ、不機嫌顔。 ワンアイテムで解決できます イガリメイクなら「目の錯覚」で40代の悩みを一掃(美ST 4月号)
- ◆肌、髪、ボディ、すべて整った業界の重鎮たちの最後の砦は声 美容にうるさい人は今、ボイトレアンチエイジングにハマり中(美ST 4月号)

2019年3月⑤未病ビジネス

不調とゆらぎと気象病と老化



P田●あるある、その感じ！もしかして私それ？と思わせられる「新しい病気」というか新しく名付けられた症状が色々出てきていますね。



N松●スマホ認知症にスマホ首・スマホ老眼。スマホの長時間使用による疾患…。



P田●スマホ××は、特にそうですね。スマホ不眠なんてのも。みんな多かれ少なかれスマホ依存なのはわかりきっているので、ドキッとしますよね。



N松●いまだかつてないものだけに、今挙がっているもの以外にもどんどん出てくるような気がします。かといって、もうスマホのない生活には戻れないし、それだけ多くの人が悩むようになると、スマホというデバイス側、あるいは周辺アイテムで予防対応してくれるものが出てくるだろうな、とも（ブルーライトカット眼鏡みたいな感じで）。



P田●あとは、春なので心も体も肌もゆらぎます。花粉も今年は激しいようですし、肌がゆらぐ人も多いはず。そして、心や体調がゆらぐ人も。肌については、今年冬の乾燥もひどかったところからの花粉や春の揺らぎがはじまって、つらい…という人、まわりでも多いです。

SNSを見ていても、ゆらぎ対策、アレルギー対策、こんな時にこれ使う、どう使う、みたいなのを信頼のできる人を見てマネするとか、私も実際やっていたり、買ったりします。



N松●花粉症も、国民的な季節病ですもんね。女性誌で取り上げられる花粉症ネタも、年々増えている実感があります。今まで、くしゃみ・鼻水でボロボロの肌・顔をメイクでカバーorそんな状態でもできるメイク、という切り口が多かったのが、今年は花粉症そのものへの対策というのが増えています。Steady.に至っては、「自分で治す！」とまで。世間では、「聴けば花粉症がよくなるCD」みたいなのも売られていて、国民病だけにビジネスの種にもなっている。



P田●あと、心身の揺らぎについては、情報が増えてきて、例えば漢方とか中医学、洋ならフィットセラピーとかの情報が増えていて、またその道のプロたちがさまざまなSNSなどで発信していて、春、どうして不調になるのか、そもそもその感じ、病気or不調ですから自覚して！というところから意識させる感じがあるかなと。



N松●寒暖差疲労とありますが、「気象病」というのも話題ですね。「雨が降ると古傷が痛む」「季節の変わり目は体調を崩しやすい」的な、多くの方が経験的に感じているものに気象病という名前がついた。気圧の急激な変化で三半規管がやられて頭痛を起こす…なんてのは、自分もしょっちゅう体感しています。相手が気候だけに、対症療法しかなのがツライところ！三半規管を鍛えればマシになるのか？…ってどう鍛えればいんでしょう？グルグルバット（笑）？

2019年3月⑤未病ビジネス

不調とゆらぎと気象病と老化



H瀬●「頭ツール」っていうアプリが2017年の登場以来、人気です。来る前に頭痛薬を飲めば防げるというもの。薬を飲むのに抵抗感があっても心の準備ができるということで、好評です。

気象病などの気圧の変動が起こす頭痛などの痛みに注目した気圧予報に基づく体調管理アプリ

<https://www.g-mark.org/award/describe/45914?token=PZwG8aQofa>



N松●なんとか病・なんとか症候群といった正式名称はついていない不調や不健康な状態。「未病」という言葉を最近よく聞きます。医療予算を抑えるために、役所や企業が本気でその予防に取り組み始めてますね。健診の充実、プロによる生活（食事・運動・睡眠・飲酒・喫煙など）指導、ストレスチェック、産業カウンセラーの配置、朝食の提供などなど。ガチな病気は医療の範疇ですが、未病って民間療法とか幅広いアプローチができて、ビジネスチャンスでもある。



H瀬●低気圧頭痛は年齢を問わずのお悩みですが、寒暖差疲労には老化のにおいを感じます。こんな風にオブラートに包んだ老化表現増えてますね。たとえば、しみシワタルミではなく表情というワードが増えたみたい。



N松●シワとかシミのように、「それがあって老けて見えるモノ」ではなく、不機嫌顔とかゆるみ顔といった「顔の印象」が老けて見せるという話。最近ちよくちよく見かけるテーマですね。

資生堂が2年前にスタートさせた「表情プロジェクト」。あれは、「シワが気になって思いきり笑えない」などエイジングの不満をフックに、シワを改善する商品売る仕掛けでした。



P田●表情が老けているというのは、とにかく不機嫌そうに見えたり不幸そうに見えたり。どうにかしたいもの。動画を撮ったりするともう本当に現実を突きつけられますよね。



N松●思いきり笑ってシワシワになっちゃっても、口を手で覆って中途半端に笑っても、どっちにしてもオバサンっぽいことには変わりはないのですが（涙）、前者の方が幸せそう。年齢など気にならないかも。若く見えるor老けて見えるにこだわるより、年相応で幸せに見えればそれが一番！という考えも広がっていると思う。年を取ることは誰にでも起きることだから不幸ではなくて、年を取ると顔が下がって不機嫌・不健康に見える、そんな顔を見た人も楽しくないから離れていく…。エイジングの不幸って、そんな二次的なものなのでは。

2019年3月⑤未病ビジネス

不調とゆらぎと気象病と老化



P田●声の老けも表情老けに通じるものがあるかなと。ポイトレ、MINNIE.P先生というのが美容業界ですごく流行っていますよ。



H瀬●ポイトレ、一般的には知られていないけれど、先鋭的な層で流行っているんですね。20年前に筋トレブームやオーガニックブームや神社ブームが美容業界で巻き起こったのと同じ空気を感じますね。当時、この人たちは変わったものに飛びつくと言う印象でしかなかったのに今ではものすごくメジャーなものになっている。一般的に浸透にかかった時間、神社が10年で筋トレやオーガニックで15年くらいかな？それを考えると、声のアンチエイジング市場、長期的に成長するような気がします。



N松●ポイトレは、腹式呼吸とか体幹強化とか、エクササイズ・健康文脈に寄って来ていて、音楽方面のイメージはもはやないですね。



P田●写真を加工して云々、というの反動というか、実際に会ってどうか、みたいなリアルなアンチエイジングに興味を持つ人が出てきているのかなという感じも。



H瀬●そこはアンチエイジングに限らないのかも！Twitterrikaという美容アカウント兼パパ活女子(@rika_r7)がいるのですが、真剣に木嶋佳苗(連続不審死事件で死刑判決)の魅力分析において美声と美文字を熱く語っていました。美容至上主義のパパ活女子×婚活殺人犯という組み合わせは極端すぎるサンプル抽出ですが、「見た目だけではない魅力はあるのか？」という価値に戻ってくるんだなというのがわかる一例でした。「美」を磨きなれている今の若い女性たちに、「見た目以外の美」を磨くビジネスは成長性があると思いました。

とは言え、これは日本だけのものかなと思います。韓国中国などのアジア圏女子はまだまだ外見至上主義の時代が続くと思います。