

7
JULY
2022
VOL.60

購買8割の影響者、女性の最新リアルレポート

HERSTORY REVIEW

CONSUMER REPORTS OF WOMEN

女性DATA 3点セット

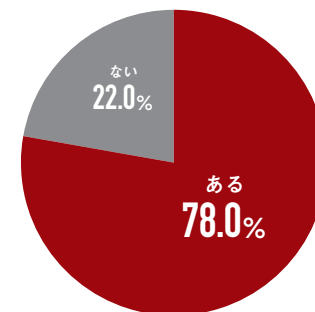
- 1 HERSTORY REVIEW本誌(PDF)
- 2 10分でわかる女性トレンド解説動画
- 3 女性WEBアンケート調査結果(PDF)

共働き家庭「家事育児は8割妻、2割夫」 家庭支援ビジネスを 掘り起こせ!

今月の注目データ

Q1 家庭内での悩みはありますか。
高校生以下の子どもがいる女性406人に「家庭内の悩みはあるか」と聞いたところ全体は72.2%、中でも6~15歳の子どもを持つ母親は78%という回答になった。

児童・思春期ママ



事例 取材

10人に1人発症の産後うつを解消する
日本最大の産後ケアホテル
「マームガーデンHAYAMA」 株式会社マムズ

夫婦の睡眠時間ギャップを埋める
子育て管理アプリ誕生秘話
「我が家のトリセツ」 ピジョン株式会社



女性視点マーケティング最前線

Marke-Jinに聞く

医療と地域をつなぐNPO法人「ReMind」

1万人ママの悩みを国に伝える
”おせっかいママ”が取り組む
母子手帳改革のねらい

NPO法人ReMind 代表理事
河合 麻美

HERTREND

女性10タイプ別トレンドワード 【食・美容・ファッション・健康運動・住まい暮らし・マネー仕事・ファミリーキッズ・学び余暇】

目次

CONTENTS

7月のキーワード

共働き家庭「家事育児は8割妻、2割夫」

家庭支援ビジネスを掘り起こせ!

事例
取材

- 12 CASE 1 株式会社マムズ
10人に1人発症の産後うつを解消する日本最大の産後ケアホテル「マームガーデンHAYAMA」
- 14 CASE 2 ピジョン株式会社
夫婦の睡眠時間ギャップを埋める子育て管理アプリ誕生秘話「我が家のトリセツ」
- 16 女性視点マーケティング最前線 Marke-Jinに聞く VOL.44
医療と地域をつなぐNPO法人「ReMind」
1万人ママの悩みを国に伝える
”おせっかいママ”が取り組む母子手帳改革のねらい
NPO法人ReMind 代表理事
河合 麻美

04 家事・育児ストレス解消3つのキーワードは
「男女シェア率」「育休の取得差」
「金銭的負担」

08 オンラインインタビュー
その手があったか! 家事育児を助ける
ヒト・モノ・SNS最新事情

18 7月キーワードと考察

19 STAFF TREND

20 女性10タイプ別トレンドワード

22 ① プレ社会人層 (青年期 15~24歳)

24 ③ 中堅シングル層 (中年期 40~49歳)

26 ⑤ ベビ待ち夫婦層 (壮年期~中年期 25~49歳)

28 ⑦ 乳・幼児期ママ層 (壮年期~中年期 25~44歳)

30 ⑨ 青年・成人期ママ層 (中年期~高年期 45~64歳)

32 HER TREND 考察

34 国内ローカルNEWS

36 編集部発掘の商品・サービス

38 今後の予定・イベント

HERTREND

23 ② 若手シングル層 (壮年期 25~39歳)

25 ④ ベテランシングル層 (高年期 50~64歳)

27 ⑥ ベビなし夫婦層 (壮年期~高年期 30~64歳)

29 ⑧ 児童・思春期ママ層 (壮年期~高年期 35~54歳)

31 ⑩ セカンドライフ層 (老年期 65~89歳)

33 クラスターが異なると選択基準はこんなに違う!

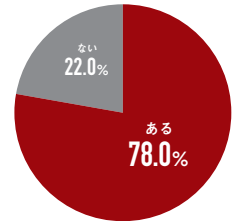
35 海外フード最前線 from FOODIAL

37 HERSTORY REVIEWの活用法

今月の注目データ

Q1 家庭内での悩みはありますか。
高校生以下の子どもがいる女性406人に「家庭内の悩みはあるか」と聞いたところ全体は72.2%、中でも6~15歳の子どもを持つ母親は78%という回答になった。

児童・思春期ママ



HERSTORY REVIEW とは 女性たちのリアルから“あした”を予測する女性消費者動向レポートです。

HERSTORYは、女性消費者の購買力に着目しています。SDGsの「目標5.ジェンダー平等を実現しよう」を柱に、全ての目標解決には、女性視点が重要と考えています。女性視点が暮らしに大きく影響するという理由は、次の3つの調査をもとにしています。持続可能な社会の実現のために、HERSTORYは、女性視点マーケティングの普及を目指していきます。

米国ゴールドマンサックス 「Giving credit where it is due」

女性は収入の8割を家族や子どもなどの身近な対象のために消費する。中でも教育やヘルスケア、栄養などの分野が高い。これは男性の倍の数字である。労働生産そのもの以上に「将来の人材への投資」として社会にもたらす影響は絶大である。

ハーバードビジネスレビュー 「The Female Economy」

【女性は男性に比べ、より社会的責任性の強い企業の商品やサービスを購入する傾向にある】と報告。SDGsの実現のためには、女性消費者の目利きを活用することは有効である。

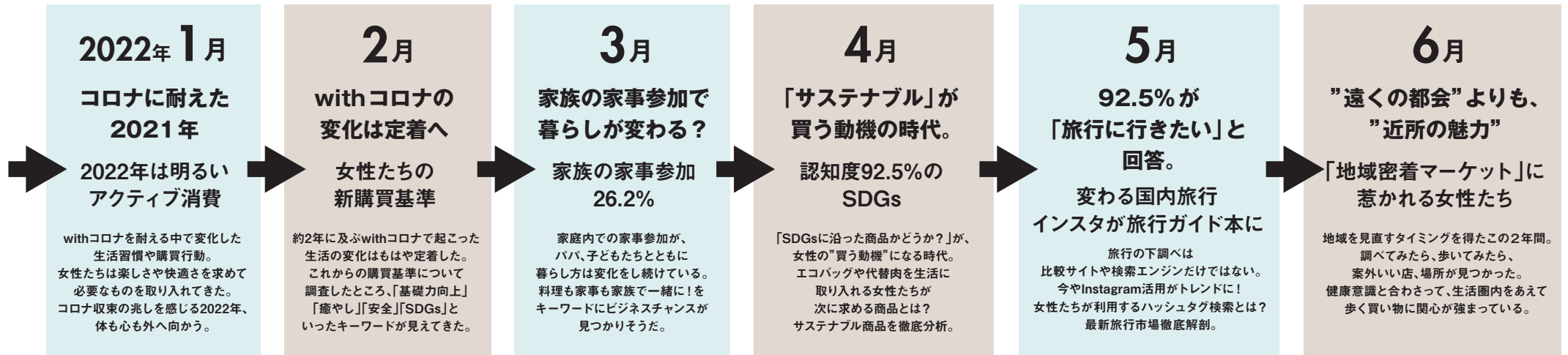
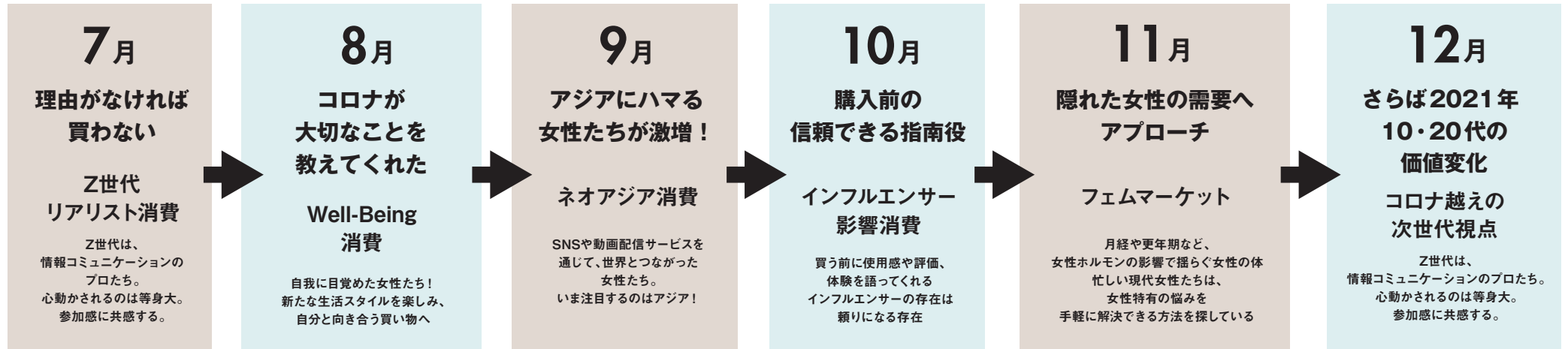
HERSTORY調査

女性は世帯消費の89.9%に影響を及ぼす。冠婚葬祭、季節・ライフイベントにおいて男性より女性が気にして消費行動をとる。上記より「女性視点マーケティング」を取り入れることは、持続可能な社会を実現するための最短最速の道との思いを込めている。



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

お金・教育・しつけ——。これが、アンケート調査で分かった家事・育児に取り組むママたちの3大悩みだ。その悩みを解決する彼女たちの情報感性は高く、「家事代行を利用してみたい」という声は実に6割にも及ぶ。今号では、家事・育児負担の実態と、それらを解決に導く商品・サービスの最新事情を徹底的に紹介する。



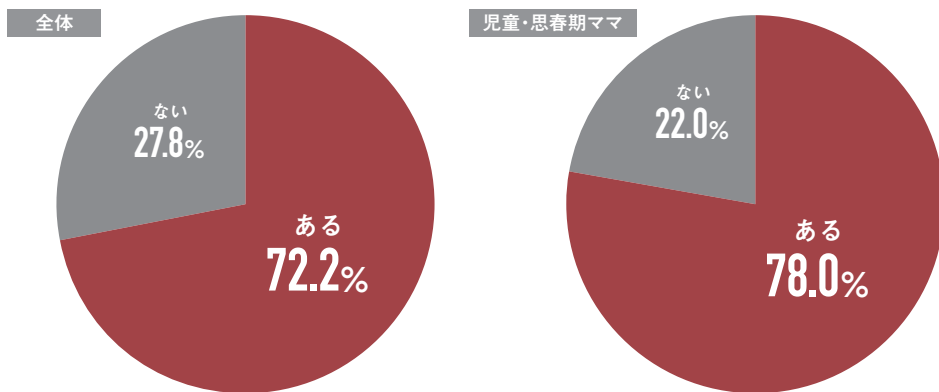
共働き家庭「家事育児は8割妻、2割夫」
2022年7月 家庭支援ビジネスを掘り起こせ！
ママに偏る家事・育児の分担。仕事で忙しく時間がとれないパパたちは、高機能家電や家事代行サービスの利用で妻をサポートする。しかし、妻たちからは家事代行を利用したいとの声も強く、女性の負担を減らすための商品・サービスの需要は大きい。

家事・育児ストレス解消3つのキーワードは 「男女シェア率」「育休の取得差」 「金銭的負担」

72.2%のママが家事や育児など家庭内での悩みを抱えていることが分かった。
育児中のママたちが本当に必要としている商品やサービス展開が必要であるとともに、
育休制度の推進や育休取得に関する理解や知識向上のための情報発信が求められている。

今月の注目データ

Q.1 家庭内での悩みはありますか？



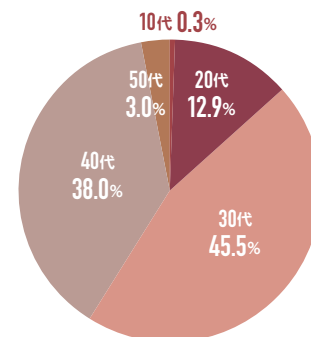
調査で72.2%のママが、家事や育児など家庭内での悩みを抱えていることが分かった。
中でも、6～15歳の子どもを持つ児童思春期ママは約8割にのぼる。子育て中のママたちに対する
手厚いサービスやフォローが必要だ。

※アンケート結果の詳細データは、トレンドセット「女性WEBアンケート調査結果」をご参照ください。



■ 調査概要

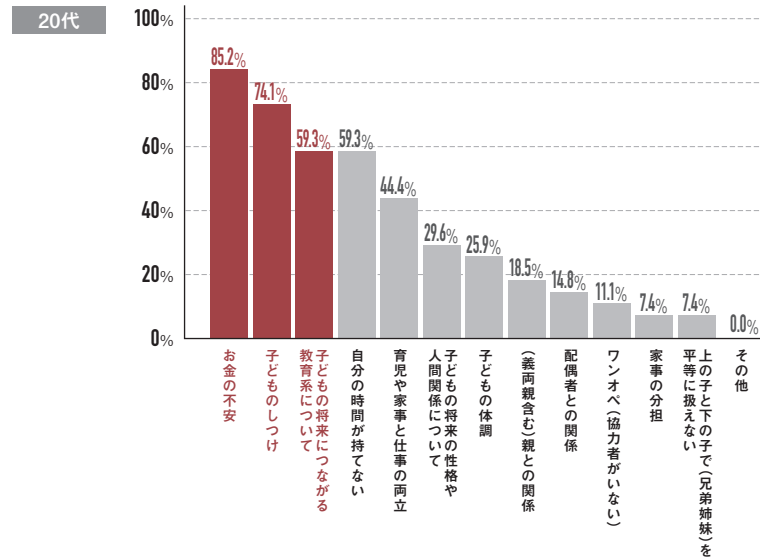
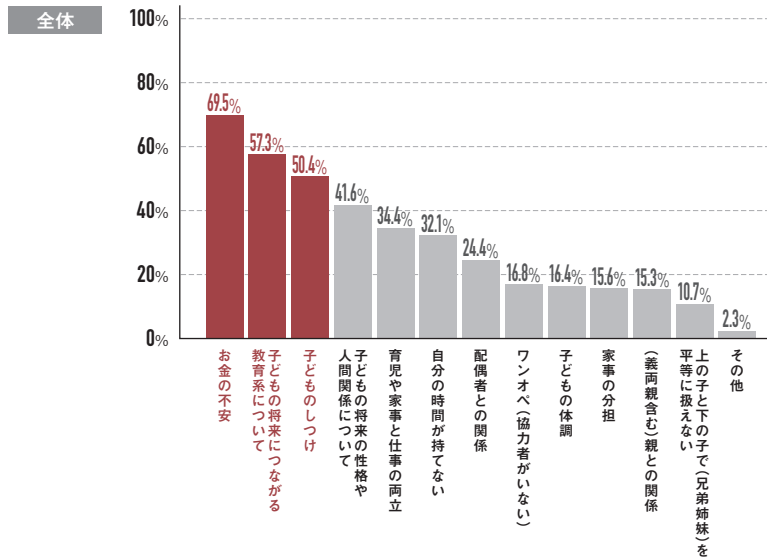
調査期間：2022年4月28日～2022年5月8日
調査方法：インターネット調査
調査対象：高校生以下のお子さまがいらっしゃる女性406人
調査会社：株式会社ハー・ストーリー <https://herstory.co.jp>



本調査のローデータ(税込33,000円)を販売中 ▶



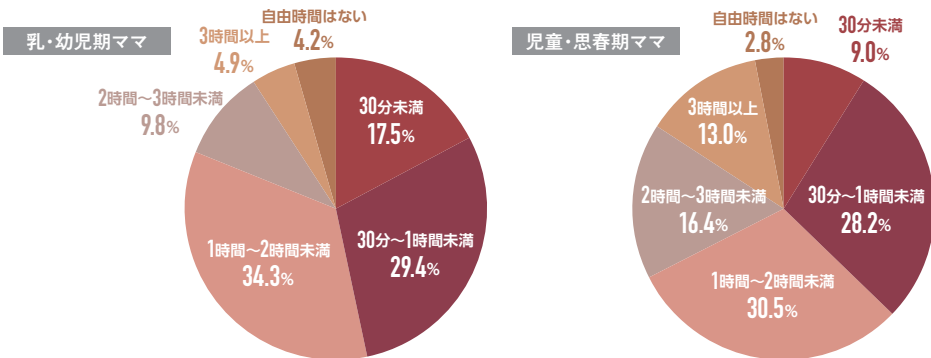
Q.2 どういったことに悩んでいますか？当てはまるものを全てお選びください。



お金に関する悩みがどの年代でも第1位に。そのうち20代では実に85.2%の人がお金の悩みを抱えていることが分かった。ついで子どもの将来につながる教育系について、子どものしつけが2～3位を占めている。お金、子どもの教育やしつけなど、お金と子どもの将来の教育に関する悩みを持っているため、学校や民間企業が連携し、教育関連にかかる費用の情報提供やサービスの充実が望まれる。

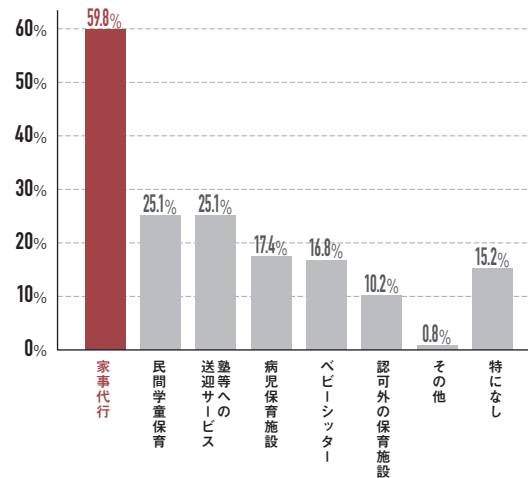
Q.3 平日自分のために使える自由時間はどのくらいありますか？

※「自由時間」…身支度、睡眠、食事時間は除きます



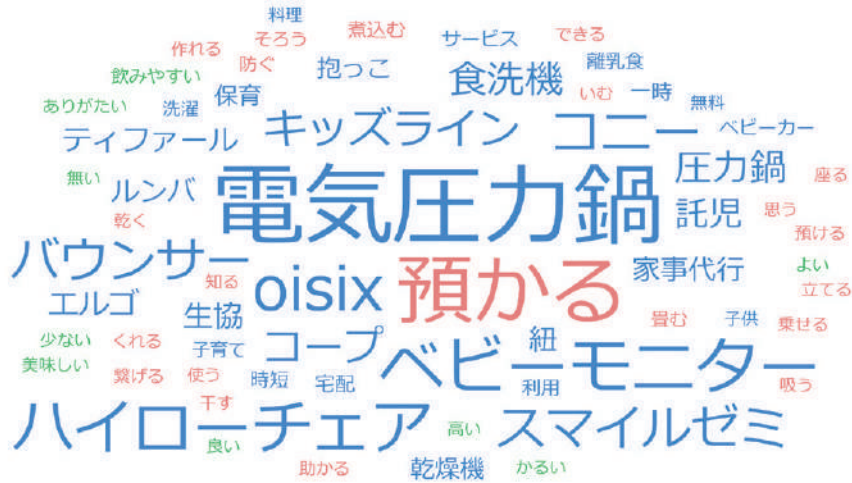
小さな子どもがいる世代では2時間未満が多い。クラスター別にみると、乳・幼児期ママの81.2%が自分に使える時間は2時間未満と回答。児童・思春期ママで67.7%と割合は下がるものの、子どもの年齢が低いほど自分の時間が取れていないようだ。特に平日は、仕事に加え幼稚園や保育園や保育園、学童クラブなどのお迎えが必要なママもいるため、自分の時間は取りにくい状況であると推測される。

Q.4 もしあなたが子育てと仕事を両立させなければならない場合、（補助等で金銭負担を考慮しなくて済むとしたら）、利用してみたい民間サービスはありますか？



家事代行サービスという回答が全体で1位に。結果からママたちが家事に割く時間が多く、負担も大きいことが分かる。実際に家事代行サービスを使ったことがある人もいて、今後も需要が高い状態が続くと予想されるため、各家庭にあった豊富なプランがそろった家事代行サービスが展開できるとよさそうだ。

Q.5 今まで購入した育児家事関連アイテムやサービスでよかったもの、おすすめしたいと思えるものがあれば教えてください。

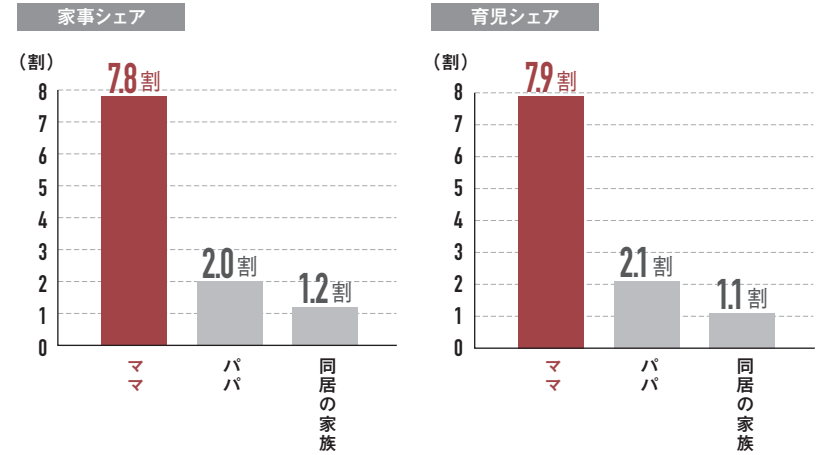


購入してよかったアイテムとして挙げたのは、電気圧力鍋や食洗器、ルンバといった家事時短系アイテム。また、ハイローチェアやバウンサー、ベビーモニターなど、ママの負担軽減につながる育児のお助けアイテムも人気だ。さらに、家事や育児代行サービスを行っている「キッズライン」や自宅でタブレット学習ができるスマイルゼミなど、子どもの育児や教育関連サービスも、自分が使ってみて人にもおすすめしたいと感じているようだ。

※ユーザーローカル テキストマイニングツール(https://textmining.userlocal.jp/)による分析 ※ワードクラウド:スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさと色で表示しています。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています

Q.6 おおよその「家事シェア」「育児シェア」の割合を教えてください。

※シェアの比率をそれぞれ0~10までの数字で示した割合



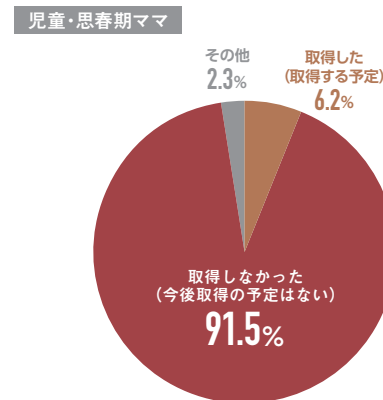
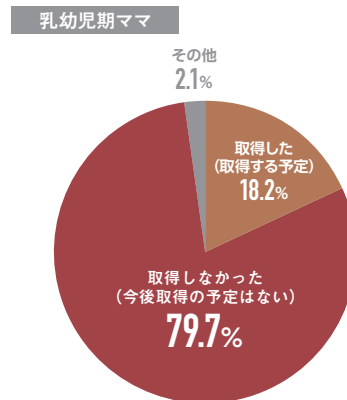
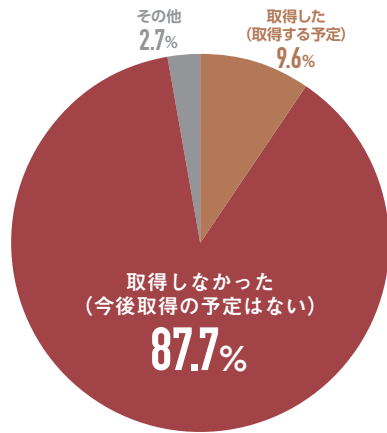
グラフを見ると家事も育児もママが担当している割合が高いことが分かる。日常的にママの負担が多いことから、心身のバランスを保つためにも、家事や育児の負担を軽減するようなサポートが必要であると言える。例えば、パートナーが自ら家事・育児をやりたい!と主体的な意識に変化させられるような商品やサービスへの需要がありそうだ。

Q.7 現在、負担だと思う家事・育児を、「特に負担だと思うものを5つまで」教えてください。

負担を感じている家事・育児は、夕食の準備が全体で1位となった。また、クラスター別でみると、乳・幼児期ママは、子どもにご飯を食べさせることや入浴、寝かしつけなど、子どものお世話に関する部分で主に負担を感じているようだ。子どものお世話に時間がかかる分、できるだけ短時間でバランスの良い食事が作れるような食材の宅配や食事作りの家事代行などもますます需要が高まりそうだ。

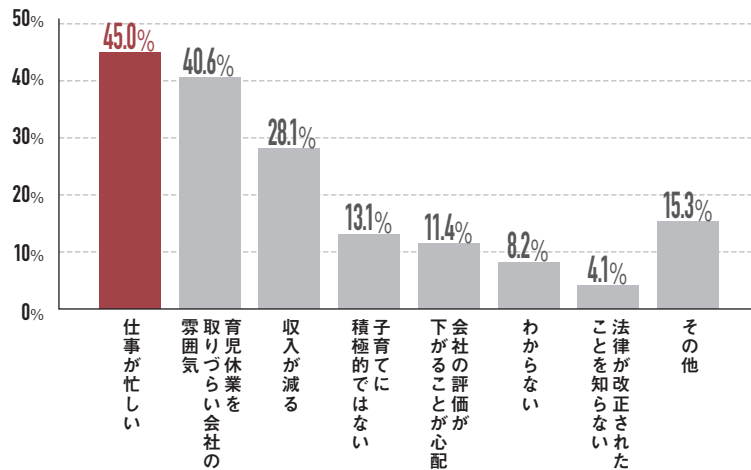
全体	乳・幼児期ママ	児童・思春期ママ	青年・成人期ママ
1. 食事の準備(夜)・・・65.2%	1. 食事の準備(夜)・・・62.9%	1. 食事の準備(夜)・・・65.5%	1. 食事の準備(夜)・・・67.7%
2. 家の掃除・・・54.7%	2. 家の掃除・・・48.3%	2. 家の掃除・・・56.5%	2. 家の掃除・・・60.6%
3. お皿洗い・・・35.3%	3. 子どもの寝かしつけ・・・37.1%	3. お皿洗い・・・39.5%	3. お皿洗い・・・42.4%
4. 洗濯・・・32.7%	4. 子どもにご飯を食べさせる(日中)・・・30.8%	4. 洗濯・・・31.1%	4. 洗濯・・・41.4%
5. 食事の準備(朝)・・・28.2%	5. 洗濯・・・28.7%	5. 食事の準備(朝)・・・29.9%	5. 食事の準備(朝)・・・28.3%

Q.8 夫・パートナーは育児休業を取得しましたか？



全体の87.7%が取得しなかったと回答。現時点で育児休業を取得する可能性が高い乳幼児期ママ層をみても、79.7%にとどまった。そのほか、児童思春期ママでは91.5%、青年・成人期ママ93.9%と、パートナーが育児休業を取得していない家庭が多いことがわかった。年齢層が高くなるほどパートナーの育児取得ができていないようだ。今後は育児休業を取得するパートナーも増えると予想される。そのため、パパも使いやすい家事・育児アイテムに需要が高まりそうだ。

Q.9 夫・パートナーが育児休業を取得しなかった理由を教えてください。



仕事が忙しいが全体で1位に。育児取得はまとまった期間休業となるため、社内での引き継ぎや業務調整が難しいということが推測される。また、直近で育児取得の機会があったと思われる乳幼児期ママ層では、51.3%が育児が取りづらい会社の雰囲気をあげている。法改正に伴い、企業でのパパの育児取得率を上げていく施策が急務となっている。

Q.10 今後、家事や育児のに関して「あったらいいな」と思える商品やサービスがあれば教えてください。

<p>専業主婦でも気軽に子どもを預けることができるサービス (茨城 30代 乳幼児期ママ)</p>	<p>勉強も運動もどの家庭でも平等に学べる放課後のクラブがあれば良いと思う (埼玉 30代 児童・思春期ママ)</p>	<p>ママの心のSOSを24時間受け止めてくれるような場所やサービス (東京 50代 青年・成人期ママ)</p>
<p>サービス業の仕事なので、日曜日も子どもを預かってくれる施設があれば良いと思う (岩手 50代 青年・成人期ママ)</p>	<p>夫(パパ)を家事や育児に対して主体的な意識に変化させるようなサービス (福岡 40代 児童・思春期ママ)</p>	<p>短時間で安く家事代行などしてくれるサービス (東京 20代 乳幼児期ママ)</p>

その手があったか！家事育児を助ける ヒト・モノ・SNS最新事情

ママたちに偏りがちな家事・育児の分担。ただ、掃除や洗濯干しなどの得意分野はパパが行う傾向もみえる。
家族でコミュニケーションをとり、協力することでママの負担が減るのではないだろうか。
また、パパたちは時間がとれない代わりに、食器洗い乾燥機やロボット掃除機を購入して家事・育児を助けている。

Question

01 家族での家事・育児の分担を教えてください。

あさこ

出産前からお互いが得意な家事をやる習慣になっていました。私が料理を作り夫が食器を洗ったり、私が掃除機をかけて夫がトイレやお風呂を洗ったりしています。育児に関しては、私が在宅勤務で夫が**出社をしているので、朝の子どもの保育園準備は夫がやり、その後は私がワンオペで行います。**夫が帰宅してからは、子どものお風呂を手伝ってくれますね。



大阪よどがわ市民生活協同組合の商品(揚げるだけ、焼くだけの商品は、忙しい夕飯やお弁当に便利)

私の両親が歩いて10分ほどの近所に住んでいます。2人ともまだ働いているのですが、2~3カ月に1回ほど休日に子どもを預かってくれることがあります。また、2~3週間に1回ほど、両親と一緒に家族で買い物に出掛けたり食事をしたりします。

ひろみ

家事・育児はほぼ私のワンオペですね。夫は1人目が生まれた時は本当に何もやらなかったのですが、2人目が生まれて私が限界になったので、1カ月に2回くらいは次男の面倒をみてくれるようになりました。長男を習い事に連れていく時や病院に行く時に、1時間ほど次男と一緒にいてくれます。2人で公園に出掛けることもあります。

次男のお世話をお願いしたい時は、1週間ほど前に夫に話して予定を空けておいてもらいます。家族のスケジュールは部屋のカレンダーに記入することで共有するようにしています。

そら

家事は私と夫で9:1、育児は7:3ほどで、どちらも私が多く担当しています。夫は家事をほとんど行いませんが、頼めばお風呂掃除や洗濯物干し、スーパーでの買い物などをしてくれます。育児に関しては、休日に子どもと一緒に風呂に入ったり、寝かしつけをしたり、病院に連れて行ったりしてくれます。あと、子どもの髪を切りに行く時は、夫と2人分予約を取り一緒に行っています。

2020年に家を建てた時、夫と相談してビルトイン食器洗い乾燥機を付けました。食器洗いが格段に楽になりましたし、乾燥させる場所も取らないですし、スイッチを押すだけで全てしてくれるので最高です。



LIXILのビルトイン食器洗い乾燥機

おてんとさん

料理は全て私がしていますが、掃除は夫もしてくれます。夫がお掃除ロボットを2台、合計50,000~60,000円ほどで購入してくれたので、お掃除ロボット担当は夫です。長女は気分が乗るとお菓子やパンを作ってくれることがあります。次女はお小遣い稼ぎとして時々1回数十円でお風呂掃除などをしてくれます。

私の実家が車で10分ほど、夫の実家が車で25分ほどのところにあります。子どもが小さかった頃は、仕事はどうしても休めない日に子どもが風邪をひいた時など、実母に預かってもらうこともありました。



長女が作ったお菓子とパン

Question

02 家事・育児の悩みを解決してくれるグッズ・サービスを教えてください。

あさこ

3歳の長女は元気で恐怖心をあまり持たないタイプなので、外出時に迷子になってしまうことがあり心配です。そのため、**2021年の秋頃に手首をつなぐ1,000円くらいのハーネスをAmazonで購入しました。以前、ハーネスを使用しているお子さんを見かけたことがあったので、娘が迷子になったことをきっかけにGoogle検索で調べました。**



子ども用のハーネス
(クマのイラストが娘のお気に入り)

お金の不安はファイナンシャルプランナーさんに相談しています。押し売りではなく、本当に私たちに合う情報を提供してください方なので信頼しています。学資保険や家を買う時の火災保険などを見てもらいました。

ひろみ

次男が生まれて3カ月くらいは、家事代行&ベビーシッターサービスのキッズラインを隔週で利用していました。費用はお願いする内容によりますが、5,000~10,000円ほどでしたね。赤ちゃんのお世話で家事まで手が回らなかったのが、掃除やお料理の作り置きしてくれる家事代行はとても助かりました。それに、長男の遊び相手をしてくれる先生もお願いできたので、子どものストレスを防ぐことができました。

おてんとさん

最近、料理の質を意識するようになったので、モチベーションアップのために約30,000円のSTAUB(ストウブ)の鍋や約7,500円の料理家栗原はるみさんのまな板、約9,000円の鉄製フライパンなどのキッチングッズを購入しました。良い製品を長く使いたいと夫婦で話して、夫も一緒に探してくれました。鍋、まな板、フライパンはどれも楽天で購入しました。楽天お買い物マラソンの開催日は、ポイント還元率が高いので。

子どもたちが思春期の真っ只中なので、子どもとの向き合い方が悩みです。家族で出掛ける時間も減りましたね。ただ、今年のゴールデンウィークは数年ぶりに家族で日帰り旅行に行きました。国営ひたち海浜公園に行ったのですが、ネモフィラなどの花がきれいで子どもたちも写真を撮り喜んでいました。



家族で出かけた国営ひたち海浜公園



STAUB(ストウブ)の鍋/栗原はるみさんのまな板

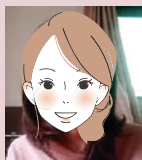
そら

もうすぐ1年生になるので、保育園から小学校への進学に漠然とした不安がありますね。小学生になると環境も変わりますし、保育園と差があると周りの人から聞いているので、**今は熊本県の子育てネットワーク「縁側moyai」に参加して、子育て情報を見聞きしています。また、縁側moyaiの運営側としてInstagram投稿も担当し、月に1~2時間ほど活動しています。**

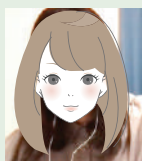
EPARKお薬手帳アプリは便利なので、家族で登録して使用しています。いつどんな薬を処方されたのか出先でも見られるので、子どもが小さなときから役立っています。



答えてくれたのは



あさこ 20代
 就業形態 / フリーランス・個人事業主
 婚姻状況 / 既婚 居住地域 / 大阪府
 属性 / 乳・幼児期ママ (3歳娘・1歳娘)



そら 30代
 就業形態 / アルバイト・パートタイム
 婚姻状況 / 既婚 居住地域 / 熊本県
 属性 / 乳・幼児期ママ (4歳息子)



ひろみ 30代
 就業形態 / 専業主婦
 婚姻状況 / 既婚 居住地域 / 東京都
 属性 / 児童・思春期ママ (10歳息子・1歳息子)



おてんとさん 40代
 就業形態 / アルバイト・パートタイム
 婚姻状況 / 既婚 居住地域 / 福島県
 属性 / 児童・思春期ママ (15歳娘・13歳娘)

Question

03 今後使ってみたい家事・育児グッズ・サービスを教えてください。

あさこ

在宅で働いているので、仕事が終わると息をつく暇もなく保育園へお迎えに行きっぱなしで育児です。休日も自分だけの時間を持つことは難しく、**疲労を癒やすことができないので、休憩時間に出張でマッサージに来てくれるサービスがあればいいと思っています。5,000円以下でマッサージやリラクゼーションが受けられるなら使ってみたいです。**

出産前は定期的に3,000円くらいのマッサージに通っていましたが、今は行っていません。ホットベッパビューティーやEPARK(イーパーク)でも調べましたが、ちょうど良いものがなくて。

そら

ウォーターサーバーの契約を検討しています。今はクリクラのウォーターサーバーをお試しで使用しています。実際に使用してみると本当に便利ですが、費用がかさむのが少し心配です。他のメーカーも試してから契約しようかと考えています。



試用中のクリクラのウォーターサーバー

ひろみ

ウォーターサーバーの利用を考えています。今の家へ引っ越す前は使用していたので、もう一度使ってみようかと思っています。子どもたちが成長して飲み物の消費量が増えたことや、健康面や防災面を考えたことが理由です。メーカーがたくさんあるので、どれにするかネットで見ているところです。



ネットレシピを参考にして作ったお料理 (鉄製フライパンのまま食卓へ)

おてんとさん

キッチングッズが好きで、料理動画やInstagramを見て塩こしょうの電動ミルが欲しいと思っています。あとは、毎日献立に悩んでいるので、1週間の献立が載っているアプリがあればうれしいです。いつもはクックパッドを見たりネット検索でレシピを調べたりして料理するのですが、作るものを探すのが大変です。

Question 04 家事・育児の参考にしているものを教えてください。

あさこ

Twitterでママたちとつながって2,000人くらいのフォロワーがいます。そこで主に子育てやお得情報について情報共有をしています。また、長女が生まれた頃はまだコロナ禍ではなかったので、よく子育て支援センターに遊びに連れて行っていました。その時にしりあったママ友が5人くらいいます。普段は主にLINEでやりとりをしています。2人目の育休もちょうど同じ時期になったので、職場復帰前は週に1~2回ほど集まっていた。今も月に1度は会っていますね。

長女妊娠中に訪れた「たまひよ」のイベントで知ったディズニー英語システム（ワールド・ファミリー）の教材を100万円ほどで購入し、子どもの英語教育として使用しています。そのイベントは、コロナ前だったので会場で参加したのですが、生協やファイナンシャルプランナーさんとの出会いもこの時でした。



ディズニー英語システムのDVDは、食事を待っているときなどに視聴

そら

料理が苦手なので、作り置きや離乳食の本を買って参考にしました。子育て本を図書館で借りたり、書店で買ったりもしました。また、子どもが低月齢の時は、育児について気になることが多かったので、よくGoogle検索で調べていました。今も、**育児情報を調べたい時はGoogle検索が多いですね。**Instagramは、フィードに流れてきた投稿を見るくらいです。

町内会の回覧板や、市の広報誌もチェックしています。夫が土日祝に仕事なので、息子と2人で楽しめるイベントや、地域の方と交流できる催しを探して参加しています。今年のお正月には息子と山登りイベントに参加しました。

料理の参考にしている書籍



年始に参加した山登りイベント（息子は最年少ながら2時間の登山を頑張りました）

ひろみ

辻希美さんやクワバタオハラの小原さん、ブロガーの桃さんのブログを読みます。また、YouTubeは杏さんのチャンネルを見てお料理を真似て作ることがあります。その他に、パン作りの動画を見ることもあります。ブログやYouTubeでは、次男と同じくらい年齢のお子さんがある方のライフスタイルや育児の様子を見て、みんなこんな風に行っているんだと参考にします。

『かぞくのじかん』『kodomoe』といった子育て雑誌を図書館で借りてきて読んでいます。また、長男の趣味が将棋なので、Twitterでプロ棋士の方をフォローしています。



杏さんのレシピで作った
こんにゃく炒め



育児の参考にしている雑誌
『かぞくのじかん』



長男の趣味の将棋セット

おてんとさん

健康に関する書籍を読み、料理の際にも参考にしています。あと、Instagramでは、レシピを投稿しているRINATY（りなてい）さんや、ちゃんちーさんをフォローして見えています。



長女が作ってくれたケーキ

飲食店で調理補助の仕事をしていて、家でも料理をよく作ります。私が子どもの頃に母が手作りケーキを作ってくれた思い出があるので、料理好きは母ゆずりですね。娘たちからは「外食がしたい」「お店のケーキが食べたい」と言われることもありますが、長女は自分でもケーキを作ってくれるので、料理好きを引き継いでくれたのかなと思ううれしいです。

マームガーデンHAYAMA / 株式会社マムズ

10人に1人発症の産後うつを解消する 日本最大の産後ケアホテル

「マームガーデンHAYAMA」

女性にとって、人生最大イベントの1つである出産。10カ月余りの妊娠期間と、つらい陣痛を乗り越えて果たす赤ちゃんとの対面は、何物にも代えがたい瞬間だ。しかし一方で、10人に1人の女性が産後うつに悩まされているという。そんな中、産後の不調と慣れない育児に奮闘する母親たちを支えたいと生まれたのが、カラオケパセラグループが始めた「産後ケアホテル®」だ。

COMPANY DATA

社名:株式会社マムズ(ホールディングス:NSグループ)
住所:東京都新宿区大久保1-8-8
事業内容:50ブランド120店舗を運営
飲食(カラオケパセラ・ウエディング・レストラン)、
宿泊(アンダリゾート・アンダの森・愛犬お宿・パリアン・安心お宿)、
保育(あんしんつぼみ保育園)
年商:67億1,000万円(NSグループ 2021年8月期)
創業(西暦年月):2015年10月5日(グループ設立 1986年9月19日)

<https://www.mom-garden.jp/>



取締役社長
斎藤睦美 様



産後のサポートが足りない日本

「マームガーデンHAYAMA」は、神奈川県逗子駅からバスで20分ほど走った所にある産後ケアホテルだ。美しい相模湾を一望できる小高い丘の上に建ち、リゾートホテルさながらの洗練された外観が目を引き。

「ゆっくり”ママ”になれる場所」というコンセプトを掲げ、2021年12月に開業。以来、300人以上の女性やその家族が休息に訪れ、赤ちゃんとの新しい生活をじっくり育んできた。

そもそも「産後ケアという言葉さえ、まだまだあまり浸透していない日本で、なぜこのような施設が誕生したのだろうか? 「きっかけは姉の出産」と語るのは、同施設を運営する株式会社マムズの取締役社長・斎藤睦美さんだ。

「もともとメンタル面で強かった姉が、出産時のトラブルや不安で涙が止まらなくなってしまったんです。その後過ごした産後ケア施設で、順調に回復する姿を見て、出産直後の母親にはサポートが必要だと強く感じました」(斎藤さん)。幼稚園教諭と保育士の資格を持つ斎藤さんは、以前から子どもたちと触れ合うたびに、育児の現場では「親へのサポートが圧倒的に足りない」と痛感してきた。特に日本では、これまで産後ケアの分野はほとんど重視されてこなかった。しかし斎藤さんいわく、「出産は、全治2カ月の交通事故に遭ったのと同じぐらい体に負担がかかります。にもかかわらず、



美しい相模湾を一望できる小高い丘の上に建つ「マームガーデンHAYAMA」

お母さんたちは満身創痍の中、24時間育児生活に追われ、睡眠不足に陥るんです」と指摘する。事実、体や心への過度なストレスのために、産後の女性のうち10人に1人が産後うつを発症するとも言われている。

そんな中、産後ケアに力を入れている台湾や韓国を視察。現地の産後ケアセンターで、回復をゆったりと楽しむ女性たちを見て、日本でも同じような施設を作りたいと強く思った。

「ゆっくりママになれる場所」で 体と心のケアを行う

もともと同社では、企業主導型の保育園も運営しており、乳幼児ケアについてのノウハウがあった。また、グループ会社でカラオケパセラを始め、レストランやウエディング、ホテル業などさまざまな事業を展開していたため、「宿泊」「飲食」についてもノウハウがあったから実現できた。「産後ケア以外にも、『非日常のリゾートステイ』という感覚を取り入れようと思いました。出産・育児がもっとハッピーな思い出になるよう、『産後に受けられたらうれしいサービス』を目指して取り組みました」と齋藤さん。

その言葉通り、「マームガーデンHAYAMA」では、赤ちゃんとお母さんのための魅力的なサービスが数多く用意されている。なかでも一番うれしいのが、24時間赤ちゃんを預けられるベビールームだ。ここでは、専任スタッフが赤ちゃんの沐浴やミルクを代わりにこなしてくれるため、頻繁な授乳で眠れなかったお母さんでも、1人でゆっくり休むことができる。

もちろん、1日5回(おやつ・夜食含む)提供される食事にも、手を抜かない。心がけたのは、産後に不足しがちな栄養素をふんだんに

取り入れたメニューだ。特に、産後ケアが進んでいる中国で、「スープ」を大事にしている点を取り入れ、栄養満点の具たくさん「スープ」をおかわり自由にした。

さらに、助産師や出産経験のあるスタッフの意見を取り入れて実現したのが、海が見える足湯や、むくみ改善のための岩盤浴、体の回復を促進するためのエステ、そしてスチーム状の薬効成分をゆったり吸収できるハーブテントなどだ。そのどれもが、体を温めてほぐすことで、出産から続く体中の痛みを和らげてくれる。専門スタッフが、24時間待機しているのも心強い。最初はコツがつかみにくい授乳や沐浴も、丁寧な指導を受けるうちに、焦らず、段々と慣れていくことができる。まさに「ゆっくり“ママ”になれる」場所である。



栄養満点の食事

産後ケアを「当たり前」のものにしていく

「宿泊型の産後ケアは、今まで日本にほとんどありませんでした。あっても緊急避難的な要素が強く、そこにリラクゼーションや楽しさはありませんでした。そんな中、産後のつらさが思い出になるのではなく、家族と過ごしたかけがえのない時間が思い出になってくれればと思っています」と齋藤さん。

確かに、同施設は産後の女性だけでなく、家族も宿泊できるようになっている。非日常的な空間で快適に過ごしながら、家族全員で新しく生まれた赤ちゃんに触れ合う。「ゆっくり家族になれる」場所でもあるわけだ。

こうした齋藤さんたちの取り組みは、利用客からも好評だ。「睡眠不足が解消された」「2人目で利用したが、1人目育児のときに感じた『孤独』を全く感じず、『産後革命』だと感じた」など、

- 1 産後ケアに「リゾートステイ」の要素を取り入れ、旅行にきたかのような癒やしを提供する
- 2 産後の女性に適した食事メニュー、リラクスマニエールを豊富にそろえる
- 3 赤ちゃんを安心して任せられる、助産師・保育士などの専門家を常駐させる

産後の不安やつらさから解放され、喜ぶ様子が伝わってくる。

ホテル開業からそろそろ半年。まだスタートを切ったばかりだが、齋藤さんの目指す目標は高い。「『産後ケア』を日本の当たり前にしていきたいですね。そうすることが、日本で増え続けている産後うつの減少につながって、“出産”という新たな命の誕生に、希望が持てる人が増えていくと、強く感じています。」(齋藤さん)

つらく孤独だった産後が、幸せで楽しい時間になる。日本版「産後ケア」の今後に、期待せずにはられない。



助産師から授乳・沐浴指導を受けられる



リゾートホテルのような客室



我が家のトリセツ／ピジョン株式会社

夫婦の睡眠時間ギャップを埋める 子育て管理アプリ誕生秘話

「我が家のトリセツ」

生まれたばかりの赤ちゃんを抱えるパパ・ママは、大忙しだ。ここで着目したいのは、乳児を持つ母親の連続睡眠時間は3.9時間なのに対し、父親は6.1時間という点だ(ピジョン株式会社調べ)。どうしても女性に偏りがちな家事・育児。この負担を減らしたいと開発されたのが、家事・育児の共有サポートアプリ「我が家のトリセツ」。一体どのような機能で、夫婦間の負担のバランスを整えるのだろうか？

COMPANY DATA

社名: ピジョン株式会社
住所: 〒103-8480 東京都中央区日本橋久松町4-4
事業内容: 育児・マタニティ・女性ケア・ホームヘルスケア・介護用品等の製造、販売および輸出入、ならびに保育事業
年商: 2021年12月期 売上高930億80百万円

<https://www.pigeon.co.jp/> (コーポレートサイト)

<https://torisetsu.family/> (我が家のトリセツ特設サイト)



ベビーケア事業本部
販売戦略部
コミュニケーショングループ
幸路歩美 様



家事・育児の共有サポートアプリ「我が家のトリセツ」

母親の負担がまだまだ大きい家事・育児

アプリを開発したピジョン株式会社は、育児やマタニティを含む女性の健康や、介護に関わる商品を製造・販売している。そんな同社が2021年12月にリリースしたのが「我が家のトリセツ」だ。赤ちゃんとの新しい生活をスタートした家族が、アプリを通じて家事・育児のやり方をシェアしたり依頼し合ったりする仕組みになっている。

開発のきっかけになったのは、夫婦の睡眠時間の違いだったという。「生まれて間もない赤ちゃんは、3時間に1度の授乳が必要と言われています。0～3カ月のお子さんを持つママたちに行った自社調査では、ママの1日の連続睡眠時間は3.9時間なのに比べ、パパは6.1時間でした」と説明するのは、ベビーケア事業本部販売戦略部コミュニケーショングループの幸路歩美さんだ。幸路さんいわく、母親たちは「母乳だから代わってもらえない」「仕事をしている夫を気遣いたい」と我慢し、家事・育児を1人で抱え込んでいることが多いという。

一方、父親側から見ると、何かしたいと思っていても「具体的にどうすればいいのか分からない」という戸惑いがあり、積極的に参加できない様子が見えたりする。こうした夫婦の距離を近づけ、一方だけが我慢を強いられることのないようにと考えられたのが、アプリを使用した家事・育児の分担だった。

開発にあたっては、社外の子育て経験のある母親15名にインタビューを実施。家事・育児で感じている悩みに耳を傾けながら、さらに開発メンバーの実体験も参考にした。アプリのテスト版では、妊婦および生後5カ月までの子どもがいる37組の夫婦が参加し、それぞれ10日間アプリを使用してもらった。結果、上がってきた意見数は70件あまり。そこから見えてきた改善点を意識しながら、1年半かけてリリース版へと近づけていった。

心がけたのは「シンプルな使い心地」

しかし、ただでさえ多忙な育児の合間に、わざわざアプリを操作するのは手間ではないのだろうか？「その点でもっとも重視したのは、機能をシンプルにすることで使いやすくすることでした」と幸路さんは語る。

その言葉を裏付けるかのように、「我が家のトリセツ」は、実に分かりやすい仕組みになっている。使用する機能は、「トリセツ一覧」と「ヘルプ」の2種類のみ。「トリセツ一覧」のページでは、パートナーにお願いしたいタスクの内容を打ち込む。テキストはもちろん、画像や動画でも登録できるため、文字を打つ時間がどうしても取れないときは、画像や動画を通じて、タスクの詳しいやり方を伝えることが可能だ。

一方「ヘルプ」のページでは、あらかじめ登録しておいた家族に向けて、「誰に」「何を」「いつまでにしてもらいたいか」を記入していく。例えば、「パパへ おむつ替えをお願い」というメモを記入した後に、「お願いしたい時間」をプルダウン形式で選択できるようになっている。口頭とは違い、アプリを通じてタスク内容を正確に把握することができるため、依頼された側も安心してタスクに臨むことができる。

実際、アプリを利用した男性からは、「同じことを何回も聞いてしまい、段々聞きづらくなって結局やらなくなることが多かったが、トリセツは見返せるので安心だし間違いがなくなった」と喜ぶ様子も伝わってきている。また、女性側からも「おむつ替えをパパにお願いする際、全体の工程をトリセツとして可視化することで、パパが準備から片付けまで1人でできるようになった」、「アプリで依頼したことは完了してもらえる確率が高かった。お願いした記録が残るので相手に感謝することができた」と評判も高い。

夫婦の認識のズレを解決する

もう1点、同アプリで注目したいのは、夫婦間の認識のズレを修正できる点だ。「例えば『子どものお風呂』といっても、お風呂で体を洗うことだけでなく、着替えの準備からお風呂後のスキン

- 1 アプリ開発のために乳児のいる現役ママと開発スタッフの意見に耳を傾けヒントを得る。
- 2 機能は2つのみ。とにかくシンプルな使い勝手にこだわる。
- 3 記録方法として、文字入力、画像、動画の3種類を使用可能に。多忙な合間でも記録を残しやすくする。

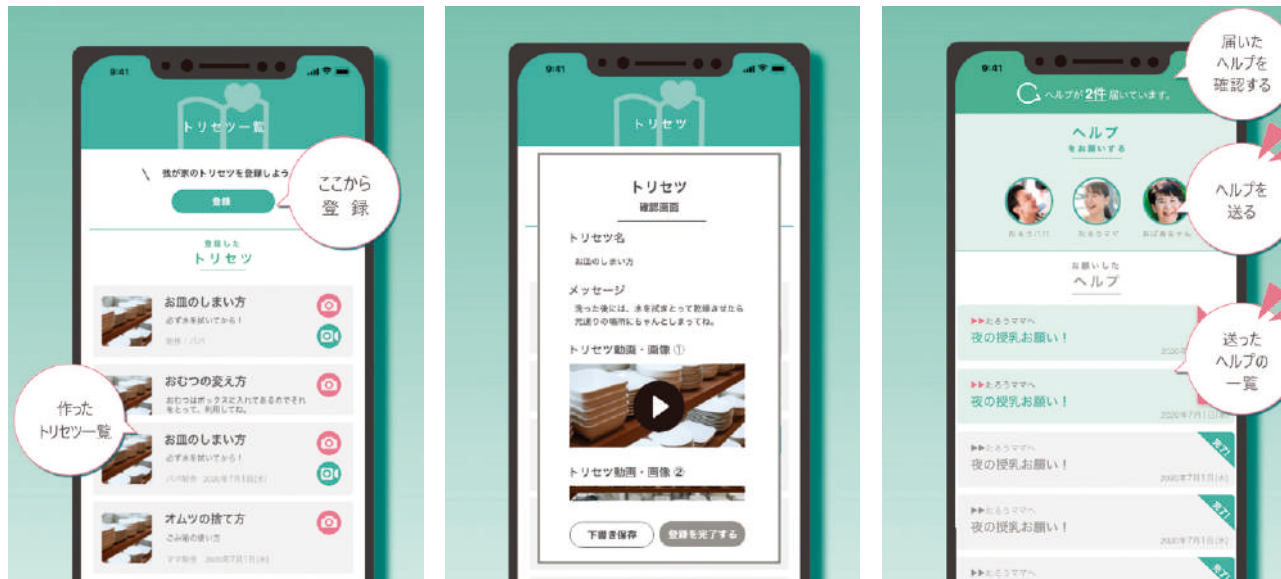
ケア・服を着せるまでの一連の工程が必要なんです」と幸路さん。しかし、父親によっては「体を洗う」ことだけをタスクと捉えてしまい、お風呂から出た後の子どもの着替えは、結局母親が慌てて探すことも。

こうしたズレが、お互いへの不満を生んでしまうが、トリセツがあればそれも防げる。「認識のズレが生まれやすい家事・育児の目線を、夫婦できちんと合わせる意味でも、アプリの活用は有効だと思います。その後は、より効率的なやり方を相互に提案していきながら、日常的にアプリを使っていただけたらうれしいですね。」(幸路さん)

昨今、男女とも仕事と育児を両立できるように、国でも新しい動きが始まり、出生時育児休業(産後パパ育休)が創設。それでも、職場によっては休みを取りにくい男性もあり、育児に関われない不安を募らせているだろう。そんなときはぜひ「我が家のトリセツ」を活用してみてほしい。たとえ時間がなくても、できることが限られていても、夫婦二人で赤ちゃんを育てること。そんな貴重な経験も、「我が家のトリセツ」があれば十分実現できるだろう。



家族で家事・育児をシェアできる



シンプルな機能のアプリ操作画面

医療と地域をつなぐNPO法人「ReMind」

1万人ママの悩みを国に伝える
”おせっかいママ”が取り組む
母子手帳改革のねらい

産後に体トラブルを抱えるママの実情をリアルな数字と声で示して国に届け、ママを支援する輪を広げたい。誰もが安心して暮らせる包括社会を目指すNPO法人「ReMind(リマインド)」が4月30日から実施したアンケート「1万人ママの声を聞かせて」には4週間で6,000件を超える回答が寄せられ、ママたちの“見えなかった姿”が浮き彫りになりつつあるという。ReMind代表理事の河合麻美さんに、取り組みの背景と、目指す未来などについて伺った。

育休で感じた孤独感がきっかけ
NPO法人ReMindの立ち上げ

私はさいたま赤十字病院リハビリテーション科で2018年まで25年間、理学療法士として勤める中で、医療と地域を分断する壁を感じてきました。理学療法士とは、病気やけが、交通事故などで体が不自由になった方が病院に運ばれると、起き上がり、座り、立って歩くといったことを寄り添ってサポートする体の専門家です。でも、長く勤めるうち、リハビリを担当した車いすの患者さんが退院後に地域でのつながりを取り戻せなかったり、人に手伝ってもらうのは申し訳ないと引きこもったり、孤独に過ごす方とも出会いました。

私は4人の子どもがおり、3回目の妊娠で双子の男子を産んだときに育児の壁にぶつかりました。育休期間は社会と分断されたような孤独感があり、職場復帰の際もスキルアップできていないことで不安を感じました。「誰かと話したい」という思いで、SNSで理学療法士(PT)が集まるコミュニティ「PTママの会(現・リハビリママ&パパの会)」を立ち上げ、いろいろな話をしたことが今に

つながります。地域に住む誰もが入院前から、そして退院後も何らかの形で生活を支えあえる仕組みをつくり、より密接に医療の現場と地域社会をつなげていきたいという思いが仲間の中で高まったのです。そこで2019年6月に立ち上げたのが、「みんながって、みんないい」をコンセプトとするNPO法人ReMindです。



2019年に開催したNPO法人ReMind設立記念イベントの様子

NPO法人ReMind 代表理事

か わ い ま み

河合麻美

リハビリママ&パパの会代表、理学療法士、コーチ。さいたま赤十字病院リハビリテーション科勤務(1993年4月~2018年12月)、2008年10月にリハビリママ&パパの会(旧PTママの会)設立。2019年6月、医療と地域をつなぐNPO法人ReMind設立。プライベートでは4人の母。

共働き家庭「家事育児は8割妻、2割夫」 家庭支援ビジネスを 掘り起こせ！

定量調査・定性調査・事例取材のまとめ

●アンケート406人から見えるキーワード

高校生以下の子どもを持つママの**7割以上が家事や育児など家庭内での悩みがあると回答**。利用したい民間サービスとして**約6割が「家事代行」をあげている**。また、**パートナーの育休取得は、全体の87.7%が取得していなかったが**、今後パートナーが育休取得する可能性もあるため、**男性も利用しやすい家事・育児代行サービスが必要だ**。

●インタビュー4人から見えるポイント

30代パートタイマーの女性は「家事の分担は私と夫で9:1、育児は7:3」と語った。日本ではこのように女性の家事・育児負担が大きいのではないだろうか。しかし**「夫がロボット掃除機を購入した」「夫と相談して食器洗い乾燥機を取り付けた」という話も出てきた**。男性は家事・育児の時間がとれない分、妻のために便利な高機能家電の購入に積極的だ。

●事例取材「女性視点」から見えるポイント

産後ケアホテル「マームガーデンHAYAMA」は、専門スタッフによる豊富なメニューで産後女性の心身をケアしてくれる。家事・育児共有アプリ「我が家のトリセツ」は、忙しいパパママも使いやすいシンプルな機能で、夫婦間の家事・育児のバランスを整えてくれる。**今まで見過ごされてきた家事・育児の悩みに対してサービス提供することで、男女双方から喜ばれている**。



女性視点マーケティング考察

今回の調査で明白になったのは、家庭内における仕事は、女性8割という現実だ。男女が共に働く社会になって久しいが、家庭内での家事育児負担が女性に大きく偏っていることがはっきりとした。感覚的にはイクメンパパは増加していると感じるが、育休の取得も夫は約10%と回答。今後、費用が出れば一番、欲しいサービスは「家事代行」という回答と、悩みの第一位が「お金」という両面から見ると、家庭内労働支援は、夫など男性に向けての市場拡大と、社会や企業からの支援拡大へと移りそうだ。「子ども家庭庁」など国の動きも含めて、女性に偏っている労働の分散に向けて新たな市場が増えそうだ。

「共カジ・共イク」は、妻・夫・地域・企業・国の包括支援へ

- 1 夫の家事・育児市場の拡大
- 2 企業内の社員への家事・育児支援市場の拡大
- 3 地域での家事・育児支援市場の拡大

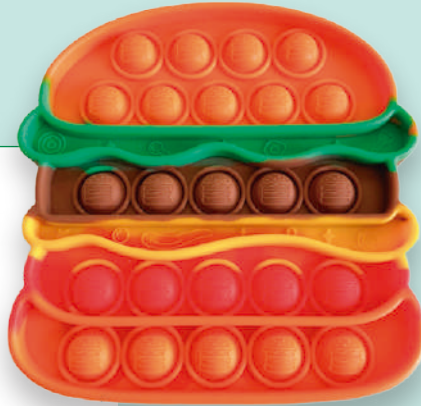
STAFF TREND

買ってよかった！トレンド商品

普段からトレンドを追いかけているHERSTORYスタッフが実際購入した商品をご紹介します。

- ① ニックネーム
- ② 属するクラスター
- ③ 商品名
- ④ 商品概要
- ⑤ 購入したきっかけ、購入した感想

- ① SN
- ② 児童・思春期ママ 40代
- ③ ブッシュボッシュ
- ④ 知育玩具。
- ⑤ YouTubeで見たことがあり、ディスカウント店で買い物をしていたときに子どもが見つけたので購入。触り心地が良くプチプチと押して遊んでいる。



- ① HM
- ② 若手シングル 20代
- ③ まるごともちりいも
- ④ 干し芋。
- ⑤ テレビで干し芋がスーパーフードになっていると見たのがきっかけ。皮の栄養が良いらしく皮付きのものを成城石井で見つけて購入。



- ① nini
- ② 若手シングル 20代
- ③ NARS ザ マルティプル[1517N]
- ④ マルチに使えるカラースティック。
- ⑤ 目元、頬、唇からボディーまでマルチに使い、メイクを楽しめる。リップスティックのような繰り出し式で使いやすいアイテム。



- ① nini
- ② 若手シングル 20代
- ③ アネッサ ブライトニングUVジェル N
- ④ 日焼け止めジェル。
- ⑤ 紫外線が強くなり、UVケアをしながら、美白・トーンアップ効果のある日焼け止めを購入。薬用美白成分配合でうれしい。



- ① アミ
- ② 児童・思春期ママ 30代
- ③ NIKE ランニングシューズ
- ④ レディース ランニングシューズ。
- ⑤ 運動不足と体力低下を感じて、5月から週2〜3回のランニングを開始。慣れない運動につらさを感じるが、シューズのカラフルな色が気分を上げてくれるので気に入っている。



女性10タイプ別トレンドワード

HERTREND

女性消費者のトレンドを把握しやすくするためにハー・ストーリーが独自で作成したクラスター別10タイプのトレンドワードです。
 イラストはクラスターを包括して作成したイメージです。実際のクラスター内には多数のペルソナが存在します。
 クラスター内の詳細なペルソナは、全29存在し、重要な全21は別冊レポート「HERFACE2021」として販売しています。詳細希望の場合はお求めください。

クラスター定義

	青年期 15~24歳	壮年期 25~39歳	中年期 40~49歳	高年期 50~64歳	老年期 65~89歳
① Single 働く単身・ 子なし	プレ社会人層	若手 シングル層	中堅 シングル層	ベテラン シングル層	セカンド ライフ層
② DINKs 共働き夫婦・ 子なし		ベビ待ち夫婦層		ベビなし夫婦層	戦後ベビー シニア
③ SINKs 専業主婦・ 子なし		乳・幼児期 ママ層	児童・思春期 ママ層		
④ Single mother 働く単身・ 子あり				青年・成人期 ママ層	戦時経験 シニア
⑤ DEWKs 共働き夫婦・ 子あり					
⑥ Sahm'ers 専業主婦・ 子あり					

各ページの見方

各クラスターの属性・価値観

① プレ社会人層 (青年期 15~24歳)

15~24歳 (新卒と若手) 独居シングル、女性としての成長期を迎え、SNSを使いこなし、好きな人との繋がりを重視。恋愛観が「安定志向」。

キーワード

- 自分主導型
- 副業志向
- 学生生活
- トレンド敏感
- 就職活動

トレンドを選考した、このクラスターに類似の編集員のリアルボイス

このクラスターでこれから強まっていきそうなトレンドや意識

今月のトレンド(本ページ左上に記載の8カテゴリ)から特に顕著な4カテゴリをピックアップ

女性ペルソナ年鑑2022
 「HERFACE21ペルソナ」(約150ページ相当)
 定価 88,000円(税込)

「HERFACE統計データ」(約150ページ相当)
 定価 55,000円(税込)

▶ <https://herstory.co.jp/persona>

8 CATEGORY

食	ファッション	住まい・暮らし	ファミリー・キッズ
美容	健康・運動	マネー・仕事	学び・余暇

HER TREND 10タイプのライフスタイル紹介

クラスターとは、ライフコース(職業・家族構成を加味した人生コース)と
ライフステージ(年齢・年代という人生の立ち位置)の交点における特徴的な集合体を指します。
10タイプのクラスターのトレンド・マイブーム・予報をお届けします。



① プレ社会人層 (青年期 15～24歳)

Generation Z 世代、ソーシャル・ネイティブ、ゆとり世代(さとり)、つくし世代

15～24歳(家族と暮らす)独身シングル。女性としての成長期を迎える世代。SNSを使いこなし、好きな人や物と繋がる合理主義。衝突を避けたい安定思考。



② 若手シングル層 (壮年期 25～39歳)

Millennial / Generation Y 世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代(さとり)、つくし世代

25～39歳を中心に働く独身女性。女性としての成熟期を迎える層。
戦後最大級の不況時代に大規模な災害やテロ、ネットの激動社会にもまれて育った世代。



③ 中堅シングル層 (中年期 40～49歳)

Generation X 世代、アーリーアダプター、氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)

40～49歳を中心に働く独身女性。閉経を迎え心身の不調(更年期初期)が現れ始める。
バブル崩壊後、激しい競争社会に揉まれた世代。他人や制度を信用していないが活用はする。



④ ベテランシングル層 (高年期 50～64歳)

Generation X 世代、アーリーアダプター、バブル世代、ベビーブーマー世代、デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらけ世代

50～64歳を中心に働く独身女性。更年期の症状が本格化し、心身ともに不安定。バブル絶頂期とバブル崩壊を
両方経験。男尊女卑の激しい競争時代を生きてきた。見た目にお金をかける消費欲の強い層。



⑤ ベビ待ち夫婦層 (壮年期～中年期 25～49歳)

Millennial / Generation Y 世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代(さとり)、つくし世代、
Generation X 世代、アーリーアダプター、氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)

結婚したての夫婦。女性としての成熟期を迎え妊活中。妊活に向けて情報収集、
場合によっては不妊治療開始。結婚、新居、不妊治療とお金がかかる世帯層。



⑥ ベビなし夫婦層 (壮年期～高年期 30～64歳)

Millennial / Generation Y 世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、Generation X 世代、アーリーアダプター、
氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)、バブル世代、ベビーブーマー世代、デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらけ世代

結婚後落ち着いた夫婦。現在のライフスタイルに満足している。
子どもがいない代わりにペットを飼ったり、夫婦共通の趣味や自己投資をする夫婦円満層。



⑦ 乳・幼児期ママ層 (壮年期～中年期 25～44歳)

Millennial / Generation Y 世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代(さとり)、
つくし世代、氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)

(働きながら)子育てをするママ。授乳、夜泣き、離乳食、いやいや期など手がかかり子育てが大変な時期。
ワークライフバランスや育児に自分のことについて悩み揺れ動く。



⑧ 児童・思春期ママ層 (壮年期～高年期 35～54歳)

Millennial / Generation Y 世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、Generation X 世代、
アーリーアダプター、氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)、バブル世代

(働きながら)子育てをするママ。見た目と体力が衰え始め、更年期初期が現れ始める。
子育ての価値観が変わる中で夫に頼れずワンオペで子育てしてきた。



⑨ 青年・成人期ママ層 (中年期～高年期 45～64歳)

Generation X 世代、アーリーアダプター、氷河期世代(団塊ジュニア・ロスジェネ)、
バブル世代、ベビーブーマー世代、デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらけ世代

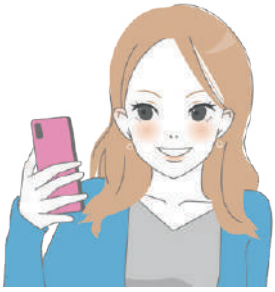
(働きながら/主婦)子育てをするママ。閉経を迎え更年期が本格的に現れ始める。
働き始めて自分の稼ぎは自分のために使う。専業主婦の延長で家事全般は妻の仕事化世代。



⑩ セカンドライフ層 (老年期 65～89歳)

ベビーブーマー世代、デジタル移民、ポパイJJ世代、しらけ世代、団塊世代、
Traditionalist(サイレント世代)、アナログ、全共闘世代、焼け跡世代、昭和一桁世代

定年退職を迎え、年金生活を始めるシニア。個よりも集団生活。
「男性は仕事、女性は家庭」の価値観の強い世代。貧しさの経験から大切にモノを使う。



① プレ社会人層（青年期 15～24歳）

15～24歳（家族と暮らす）独身シングル。女性としての成長期を迎える世代。
SNSを使いこなし、好きな人やものと繋がる合理主義。衝突避けたい安定思考。

世代

Generation Z 世代、ソーシャル・ネイティブ、ゆとり世代（さとり）、つくし世代

特徴

インターネット、SNSが当たり前の環境。ぜいたく消費が少なくエコ意識や、社会貢献欲が強い。
争いや衝突を避ける安定志向。

響くフレーズ

- ・〇〇で誰よりも垢抜ける
- ・キャラを極めて個性を出す
- ・最新！令和ギャルスタイル
- ・かわいいもカッコいいも自分らしく
- ・なりたい自分になれる7ルール

Trend

キーワード

モッパン（食べる系動画）を見ると今流行っている食べ物がわかるし、好きなYouTuberやTikToker、アイドルなどがモグモグしている姿も尊い♡
見た目がかわいい生理用ナプキンだと、そのままカバンに入れられて、取り出すときに見ても気にならない。もっといろんなデザインが増えてほしい。

食



はつみつゼリー：オープン価格

SNSで食べる様子が話題！ 「ハニーゼリー」

チューブ型透明容器に入った韓国発祥のハチミツ味のお菓子「ハニーゼリー」。若い世代を中心に、モッパン（飲食する動画）やASMR（食べてる音を聞かせる動画）で、チュルっと出して食べる様子が話題に。冷蔵庫で冷やしてアイスにしたり、お湯に溶かして温かいドリンクにしたり、パンに塗ったりと、アレンジ豊富。友だちへのちょっとしたプレゼントにも喜ばれている。
[掲載誌・サイト/ニコラ、Yahoo!]

ファッション



写真はイメージ

足元に女らしい甘さをプラス 「華奢ストラップサンダル」

足首や足先に細めのストラップが付いた「華奢ストラップサンダル」。昨年からじわじわと来ていたが、今年は特にカラーバリエーションが豊富。肌が見える面積が多く、高めのヒールのもので選ぶと女性らしい足元に。メンズっぽいボトムスに合わせると、可愛らしさが加わりメリハリのあるコーデに。Z世代には靴下を合わせるのも人気で、程よいボリュームがカジュアル感をアップ。
[掲載誌・サイト/mini、non-no、VIVI]

ファッション



写真はイメージ

Y2Kファッションブームで 注目の「プリーツミニ」

2000年代風のY2Kファッションブームを背景に、10～20代前半女性に人気のミニ丈スカート。中でも「プリーツミニ」が注目だ。韓国アイドルが愛用したり、韓国のプチプラブランドで数多く登場したことでピックアップされるように。見た目はスカートでありながら、中にショートパンツがセットされているものも多く、手軽に着用しやすいのも人気の理由の一つ。
[掲載誌・サイト/ニコラ、Popteen、VIVI]

健康・運動



The Week Sanitary Pad:198円(PLAZA)

まるでお菓子のようなパッケージ 「かわいい生理用ナプキン」

使い心地が良いだけでなく、デザインにこだわった「かわいい生理用ナプキン」が続々登場。見た目がおしゃれでそのまま持ち運びやすい、カバンから出しても生理用品に見えず恥ずかしくない、使うのが毎回楽しくなると、若い世代が注目。ドラッグストアやスーパー以外に雑貨ショップなどでも販売され、コスメやお菓子を買うように購入できるのもうれしいポイント。
[掲載誌・サイト/ニコラ]

こうちゃん(19歳)
大学2年生



♡ ◻ ◻ ◻

ガツンといちご

YouTubeのエガチャンネルで推していたアイス「ガツンとみかん」が食べたくなりました。チャンネルの中で赤城乳業からCMオファーがあった経緯も知り、ますますアイスを探しちゃいました。新しくいちご味が出ていたのでこちらも早速購入！

新社会人「貯蓄」平均62万円、昨対106%

ソニー生命保険によれば、社会人1年目に初任給の使いみちを聞いたところ「貯蓄」が半数を超え、実際に貯蓄した金額を聞いたところ、「50万円～100万円未満」(30.2%)に回答が集まり、平均は62万円で、昨年より4万円アップ。コロナ明け、新社会人のリベンジ消費が期待できる。

これきてる！

マイブーム

トレンド
予報



② 若手シングル層（壮年期 25～39歳）

25～39歳を中心に働く独身女性。女性としての成熟期を迎える層。
戦後最大級の不況時代に大規模な災害やテロ、ネットの激動社会にもまれて育った世代。

世代 Millenial /GenerationY世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代（さとり）、つくし世代

特徴 現実主義（現実の厳しさを知る）儉約傾向、ぜいたく消費少なくエコ。
プライベート重視、合理主義、自由とフレキシビリティを求める。

Trend キーワード

手軽に食べられるダイエットフードとして、オートミールがキてる。最近ではプラスαの栄養が取れる商品もSNSによく出ているので注目。
月経前のつらい症状の緩和にピルを飲んでいる。仕事をしながら通院するのは大変だったので、オンラインでピルを処方してもらえると助かる。

響くフレーズ

- ・素のきれいさを底上げする
- ・美肌になるハイスベック〇〇
- ・プラスαでアプデするメイク術
- ・おしゃれのテンション上がる〇〇
- ・毎日使いたい“神推し”〇〇

食



プロテイン オートミール：オープン価格（ケロッグ）

ダイエットも健康も叶える 「プロテインオートミール」

オートミールにプロテインを配合した「プロテインオートミール」が登場。オートミールは食物繊維が豊富で糖質が米や小麦に比べて少ないが、それだけでは栄養バランス的に不十分。プロテインが加わることで、ダイエット食品でありながら栄養も手軽に取れると、若い女性に注目されている。オートミールと同様、主食だけでなく料理の材料としてアレンジできるのも魅力だ。

[掲載誌・サイト/GetNavi]

美容



クレンジングタオル：657円（ITO）

肌に優しく万能ペーパー 「クレンジングタオル」

拭き取り専用の使い捨てペーパー「クレンジングタオル」。ロール状でミシン目が入った見た目はキッチンペーパーのようだが、ふわふわの肌触りで厚地のタオルを思わせる質感。布タオルよりも摩擦が少なく、繊維が残らないため肌に優しいと、美容に気をを使う若い女子から注目されている。濡れても破れにくく、顔を拭いた後は洗面台の掃除用として使えて便利との声も多い。

[掲載誌・サイト/Pouch, MAQUIA]

健康・運動



スマルナ サイト

通院なしで手軽に診察・処方 「オンラインピル処方サービス」

ピルはパートナーとの避妊や生理不順・PMS改善目的以外にも、旅行などの目的で生理日をコントロールできる薬剤。近年、スマホアプリで医師がピルの相談・診察・処方まで行う「オンラインピル処方サービス」が登場し、話題に。学校や仕事などで時間がなく、通院が難しい人でも手軽に処方を受けられる。PMS症状に悩みがちな若い女性にも、ピルがより身近になったと好評だ。

[掲載誌・サイト/anan]

学び・余暇



アニメ「ちいかわ」サイト

アニメスタートでますます注目 新癒やし系キャラ「ちいかわ」

2020年にTwitterで漫画投稿が始まり、丸っこくかわいらしいキャラクターのいじらしく切ない世界観が話題となった「ちいかわ」。2021年には講談社から単行本シリーズ化。書籍以外にも、LINEスタンプやグッズ、コラボカフェが展開され、2022年はテレビアニメにも進出。特別な能力がなくても、ささやかな幸せを探して生きるキャラに共感する若者が続出している。

[掲載誌・サイト/anan]



固形シャンコン

最近、シャンプー&コンディショナーを固形タイプ（バー）に変えました。プラゴミが削減されるし、成分が濃縮されているので液体のものより長持ちします。バサついたり、きしんだりせず、液体タイプと同じように使えています。

「筋トレ」「チームスポーツ」趣味、年収高

ソコ経済・文化研究所による「オタク趣味別年収中央値ランキング」で、「筋トレ」「チームスポーツ」「野球・サッカーチームの応援」「読書」を趣味に持つ20～30代未婚女性の年収高が顕著。趣味そのものよりも、交通費や宿泊費にお金を使う。旅行や宿泊業界とのコラボに期待。

これきてる！

マイブーム

トレンド
予報

③ 中堅シングル層（中年期 40～49歳）

40～49歳を中心に働く独身女性。閉経を迎え心身の不調（更年期初期）が現れ始める。バブル崩壊後、激しい競争社会に揉まれた世代。他人や制度を信用していないが活用はする。

世代 Generation X世代、アーリーアダプター、氷河期世代（団塊ジュニア・ロスジェネ）

特徴 情報発信源がテレビや雑誌から、ネット社会へ順応した世代。
仕事と生活の調和重視（ワークライフバランス）。自分の市場価値を高める活動に積極的（自己啓発）。

響くフレーズ

- ・お洒落も暮らしも体が基本
- ・目元が顔の時代
- ・自分にぴったりが見つかる
- ・つらい更年期のお悩み解決

Trend

キーワード

室内の日焼けは気になるけど、休みの日やテレワーク時は日焼け止めをつけるのが面倒。保湿や美肌効果があって、つけ心地がいいものなら使いたい。ネットショッピングは商品の質感や味、機能性がいまひとつわからないのが残念。購入前にチェックできるお試し店舗があるといい。

美容



アネッサ デイセラム:3,850円(資生堂)

日焼け止め防止&美肌が叶う ラクチン「スキンケアUV」

今年の日焼け止めは、紫外線から肌を守るだけでなく、保湿や美肌効果、着け心地にこだわった「スキンケアUV」が数多く登場。乳液やクリームへのケアが減らせ、長時間つけていてもきしみ感やベタつきがないと評判だ。色つきのものはトーンアップやくすみカバー効果も期待できる。マスク出勤の定着やテレワークの増加で、メイクやケアを簡略化したい大人女性も大注目。
[掲載誌・サイト/GLOW、Oggi]

美容



Instagramで#セリアジェルネイルで検索

100均で自分好みの手元に! 「セリアのジェルネイル」

コロナ禍でセルフネイル派が増加。そんな人たちに「コスパ最強」と人気を呼んでいるのが「セリアのジェルネイル」だ。1本110円で60色以上をそろえ、スモーキーカラーやニュアンスカラーなどのトレンド色も充実。ジェルネイル専用のLEDライトやUVライトがあればいつでも簡単にオリジナルのネイルが楽しめる話題。冒険が苦手な大人シングルも新しい色を何色も試せる。
[掲載誌・サイト/美ST]

健康・運動



Menopause Check:19,800円(canvas)

進化する更年期対策サービス 「メノテック」の活用に注目

「メノテック」とは、メノポーズ（更年期）とテクノロジーを合わせた造語。更年期女性の不調や健康上の問題を解決するさまざまな商品やサービスを指す。近年は、女性ホルモンや骨粗しょう症危険度を自宅で検査できるキットや、更年期の代表的な症状であるホットフラッシュ対応インナーウェアなど、続々と新商品が登場。自己管理必須の更年期シングルには心強い味方だ。
[掲載誌・サイト/GLOW]

学び・余暇



新宿高島屋「Meetz STORE」サイト

購入前にしっかり吟味できる 「ショールーミングストア」

商品を買わずに見てさわって確認できる「ショールーミングストア」が増加している。産直食品の試食専門店や、試着可能なアパレルショップなど幅広く浸透。2022年3月には百貨店の高島屋が参入し、目利きのキュレーターが商品をセレクトし、オンラインで販売するスタイルが話題に。購入前に商品の特性をしっかり吟味したり、お試したい堅実なシングル女性に人気だ。
[掲載誌・サイト/からだにいいこと]

久美子(44歳)
会社員



薬用中性重炭酸泉

SNSで評判の入浴剤。1回3錠をお風呂に入れると重炭酸イオンが発生して、約24時間濃度が続くそう。湯舟に浸かっているといつもよりポカポカしてきて、湯上りも芯から温まる感じ。やや高価なので、冷えが気になるときに使いたいです。

3人に1人「健康的な生活送れていない」

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の健康意識調査で、「健康的な生活を送れていない」と40代女性の33%が回答。約8割が勤務先の女性の健康支援について「不満」とし、支援策に「健診の費用負担」を望む。女性の健康維持を訴求した、40代のマネープランが必要。

トレンド
予報

④ ベテランシングル層（高年期 50～64歳）

50～64歳を中心に働く独身女性。更年期の症状が本格化し、心身ともに不安定。
バブル絶頂期とバブル崩壊を両方経験。男尊女卑の激しい競争時代を生きてきた。見た目にお金をかける消費欲の強い層。

世代

Generation X世代、アーリーアダプター、バブル世代、ベビーブーマー世代、
デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらけ世代

特徴

バブル絶頂期を体験、とにかく働けば稼げる労働市場世代を生きてきた。
年功序列、上下関係を重んじる。ブランド志向、ステータス重視。

響くフレーズ

- ・大人の肌を守り抜く
- ・年齢を理由にあきらめない
- ・老化を防止するレシピ
- ・これまでの常識は非常識？

Trend

キーワード

街中でよく見かけるスマホポーチ。気になるものの、若い人向けのもが多くて手がのびなかった。最近では上質なものが出てきて注目。アンチエイジングに食事は重要だと思う。最新情報を常にアップデートして、最適な食事法や食品を選ぶようにしている。

食



写真はイメージ

水太り解消ですっきりボディに「あずき紅茶」でダイエット

毎日飲むだけで、むくみが取れると話題の「あずき紅茶」。抗酸化や中性脂肪抑制など豊富な作用を持つあずきと、体を温める効果がある紅茶を組み合わせると、余分な水分の排出効果が倍増するという。作り方は、あずきのゆで汁にティーバッグの紅茶を入れるだけ。朝晩カップ2杯でダイエット効果が期待でき、水太りに悩む50代シングル女性も手軽にできると注目している。

[掲載誌・サイト/美ST]

ファッション



写真はイメージ

デザイン性も機能性も◎「大人仕様のスマホポーチ」

スマホやカード決済の浸透で「大人仕様のスマホポーチ」が注目されている。若い世代にはすでに人気のスマホポーチだが、今期は機能性もデザイン性も兼ね備えたハイブリッドな商品が高級ブランドから数多く登場。ゴージャスな金具やリッチなレザーをあしらったもの、メンズ感覚で風格あるデザインものなど、大人女性の着こなしに合い、通勤や外出時に映えるものが人気だ。

[掲載誌・サイト/ Precious]

美容



イノア サイト

ストレスフリーで好みの髪色にオイルで染める「イノアカラー」

「イノアカラー」とは、カラー剤の約60%がオイルで、オイルカラーとも呼ばれる新しいヘアカラー法。髪や頭皮のダメージを減らし、特有の刺激臭がないことから、「髪にやさしいヘアカラー」として人気上昇中だ。約50色の豊富なカラーとなめらかな髪の質感も魅力。白髪も染められるので、頭皮が敏感になってくる50代以上の女性もストレスフリーで好みの髪色を実現できる。

[掲載誌・サイト/eclat]

健康・運動



写真はイメージ

老化を防ぐ新食事法「抗AGEs食」が注目

老化や不調の原因物質とされる「AGEs（エージーーズ：終末糖化産物）」。アンチエイジングのために近年注目なのが「抗AGEs食」だ。調理法は「生」がベストで、加熱は「煮る」「蒸す」「ゆでる」を推奨。AGEsの生成を抑える食物繊維豊富な食品、外食ならかけうどんや刺身が優良メニュー。カロリー基準でない新食事法として、ミドルエイジの女性にも浸透しそう。

[掲載誌・サイト/日経トレンド]

雅子 (53歳)
会社員



♡ 〇 〓

ダイソーのスパイラルハンガー

テレビで見て、近くのダイソー巡りをしたくらい欲しかったハンガー。シーツを干す場所がいつも足りなくて1枚ずつしか洗えないのがストレスでしたが、このぐるぐるハンガーで省スペースが実現!これからシーツ洗いがはかどりそうです。

同好会感覚の「大人の趣味活」が熱い!

株式会社ファジー・アド・オフィスによる調査で、3人に1人が「コロナ禍自宅でもできる趣味を始めた」と回答。シニア女性向け雑誌「クーネル」7月号では「大人の趣味活」として、「同好会」感覚でつながる女性を特集。キャンプ、音楽、サーフィン、K-POPダンス等、新しい青春が開花。

これきてる!

マイブーム

トレンド
予報

⑤ ベビ待ち夫婦層 (壮年期～中年期 25～49歳)

結婚したての夫婦。女性としての成熟期を迎え妊活中。妊活に向けて情報収集、場合によっては不妊治療開始。結婚、新居、不妊治療とお金がかかる世帯層。

世代

Millennial / Generation Y世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代 (さとり)、つくし世代、Generation X世代、アーリーアダプター、氷河期世代 (団塊ジュニア・ロスジェネ)

特徴

プライベート重視。夫の育休取得に前向き。不妊治療にも積極的 (特に晩婚夫婦)。教育資金や貯蓄などのお金の不安強い。ネット通販の活用、妊活における情報検索魔。

響くフレーズ

- ・〇〇徹底対策メソッド
- ・肌状態を見極める最適ケア
- ・カジュアルすぎず大人っぽく
- ・一日を気分良く過ごす
- ・女性ホルモンの満たし方

Trend

キーワード

それだけで味が決まる万能調味料は時短料理にお役立ち。材料がオーガニックだったり、動物性フリーだとヘルシーで、よりいい。妊娠前の体づくり「プレコンセプションケア」の大切さを知って、体や心を整えることに関心が出てきた。ケアに関する情報をもっと知りたい。

食

人気万能調味料が多様性に配慮 話題の「ヴィーガン味覇」

2022年4月発売の「ヴィーガン味覇 (ウェイバー)」が話題。万能スープの素でおなじみの「味覇」をヴィーガン仕様にした動物性原料不使用の商品だ。世界的権威の「英国ヴィーガン協会」からペースト状調味料として世界初のヴィーガン認証も取得。従来品 (赤缶) とほぼ変わらない風味ながら、緑の缶がインパクト抜群。SDGsに関心の高い若いカップルにも選ばれそう。

ヴィーガン味覇250g:860円 (廣記商行)

[掲載誌・サイト/マイナビニュース、macaroni、ロケットニュース24]

美容

薄づき感と抜け感で今どき指先 「シアーネイル (透けネイル)」



キャンメイク ファンデーションカラーズ:396円 (井田ラボトリー)

今期のファッションはカラフルなカラーがトレンド。ネイルも軽やかで透明感のあるカラーが人気だ。中でも注目は「シアーネイル (透けネイル)」。薄づきの質感や抜けのある光沢でムラになりにくく、失敗が少ないのが魅力。イエローやグリーンなど、やや派手めなトレンド色も気軽に挑戦できる。仕事で忙しくても旬のファッションを楽しみたい若い主婦が注目している。

[掲載誌・サイト/LEE]

住まい・暮らし

環境にやさしく家庭ゴミを処理 「エシカルゴミ処理グッズ」

家庭ゴミを環境に配慮しながら処理できる「エシカルゴミ処理グッズ」が増えている。廃棄米を原料にしたプラスチック素材のゴミ袋や、コーヒーかすを紙フィルターごとセットするだけで消臭剤をつくれる商品など、さまざまに登場。どれもゴミを再利用して活用できるようにしたもので、シンプルなデザインが特徴。気負わずエコな暮らしをしたい若い夫婦に人気が出そう。

お米のごみ袋 (45ℓ) 100枚:4,250円 (バイオマスレジホールディングス)

[掲載誌・サイト/からだにいいこと]

健康・運動

ママになる前の体づくり 「妊活プロテイン」が注目



妊活プロテイン motocul14日分:4,320円 (TORIKO)

女性の健康をサポートするフェムケア市場が活況の中、話題となっているのが「妊活プロテイン」。不妊治療中の女性が管理栄養士の協力で開発した妊活に必要なビタミンやミネラルを配合した商品、妊活前ケアを考慮しママの基礎的な体づくりに必要な栄養成分を配合した商品が登場。ダイエットやハードワークで後回しにされがちな、若いプレママの栄養補助として注目だ。

[掲載誌・サイト/anant]

いちか (35歳)
会社員



♡ 〇 〓

きのとや 福かしわ

知人から北海道土産でもらった、福かしわのサブレーに夢中です! バターのいい香りとこんがりとした味わい、食べ応え十分な大きさが魅力。縁起の良い「柏の葉」を模っていることから、自分でも購入して親戚に配っています。

少子化対策には夫婦の時間「1日45分」

コネヒト株式会社の調査によれば、コロナ禍で子どもが欲しい気持ちが「強くなった」と回答した家族が17%で、1日の夫婦時間が平均45分以上の家族は理想の子どもの数が叶えられている割合が高い。SDGsの時代、「45min夫婦の時間」をテーマにしたライフスタイル提案に商機。

トレンド
予報

⑥ ベビなし夫婦層（壮年期～高年期 30～64歳）

結婚後落ち着いた夫婦。現在のライフスタイルに満足している。

子どもがいない代わりにペットを飼ったり、夫婦共通の趣味や自己投資をする夫婦円満層。

世代

Millennial / Generation Y世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、Generation X世代、アーリーアダプター、氷河期世代（団塊ジュニア・ロスジェネ）、バブル世代、ベビーブーマー世代、デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらせ世代

特徴

お互いの趣味や共通の趣味にお金を使う。自由とフレキシビリティを求める。他人より自分大事。堅実消費、海外志向。多様性に寛容で多趣味。

響くフレーズ

- ・トレンドコーデに即マッチ
- ・今年のトレンド大本命！
- ・高栄養価の個性派
- ・おうちで気軽にアウトドア

Trend

キーワード

人気のスポーティファッションは、上品な雰囲気ミックスするのが今年流。女性らしいトップスにスポーツアイテムを合わせて楽しみたい。キャンプが好きすぎてアウトドアグッズが増える一方。家でも便利に使える一石二鳥な商品がもっとあるといいのに。

食

健康的に卵のおいしさを楽しむ
「プラントベースエッグ」



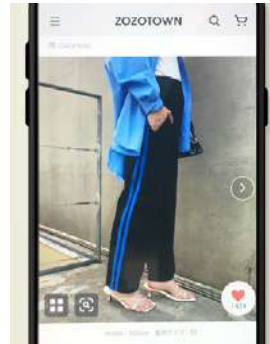
HOBOTAMA スクラブルエッグ風60g:
214円(キュービー)

環境や健康意識の高まりで植物性由来原料のみのプラントベースフードが人気。今年に入って続々と登場しているのが「プラントベースエッグ」だ。卵液や半熟状のスクランブルエッグ風の商品や、豆乳と混ぜて加熱すると卵の見た目と風味になる商品、卵のふわとろ感を再現したオムライスと種類はさまざま。価格は卵より割高なので、健康志向のベビなし夫婦は恰好のターゲット。

[掲載誌・サイト/anant]

ファッション

今風コーデの抜け感アイテム
「トラックパンツ」



ZOZOTOWNサイト

陸上競技のトラックで着用されることから名付けられた「トラックパンツ」。ジャージやナイロン素材で主にサイドにラインの入ったデザインが多い。今期はハイブランドから数多く登場し、トレンドの本命といわれている。エレガントなトップスと合わせてドレスダウンするのが今風。こなれたファッション好きのベビなし夫婦層なら、共に楽しめるアイテムだ。

[掲載誌・サイト/エル・ジャポン]

美容

郵送キット診断で生活習慣改善
人気の「体内美容検査」



おいく腸活 サイト

腸内細菌や体内物質の状態を知り、生活習慣を改善できる「体内美容検査」が人気。採尿または採便キットを郵送すると、腸内環境や必要物質の状態を解析し、取るべき食品や生活習慣のアドバイスがもらえる。パナソニックの「おいく腸活」は献立提案や発酵食品のクーポンがつくサブスク形式が話題。エビデンスに基づき腸活をしたいと考える大人夫婦層も注目している。

[掲載誌・サイト/anant]

住まい・暮らし

便利に使えてアウトドア気分
話題の「ダブルパンクッカー」



ダブルパンクッカー:4,580円(コルマン)

2022年4月発売のアウトドアグッズ「ダブルパンクッカー」が、おうち調理にも便利と話題。ミニフライパンが2枚合わさったもので、ギョーザや蒸し焼きにぴったり。2つに分解して取っ手ははずせるので、熱々の皿替わりに使える。蓋をしてホットケーキを焼くとランタンの焼き印がつくのも楽しい。いつでもキャンプ気分を味わいたいアウトドア夫婦に人気が出そう。

[掲載誌・サイト/レタスクラブ]



アヤカ(40歳)
会社員



これきてる！
マイブーム

『ジェイソン流 お金の増やし方』

書店のベストセラーコーナーで見つけて気になっていた本。投資を始めたばかりなので参考書がわりに買ってみました。厚切りジェイソン氏の実践に基づく内容がとにかくわかりやすい！聞けば周囲にもかなり買っている人がいてびっくり。

トレンド
予報

植物・花、若者層「ドライフラワー」人気

LINE 株式会社によれば、10～60代女性が自宅で楽しむ植物や花は、「観葉植物」が1番人気で、「庭植えの花」「鉢植えの花」と続く。一方「ドライフラワー」は20代で2位、30代女性では3位にランクイン。インテリアとしての楽しみ方が浸透。「飾る」を楽しむ植物・花の商品提案が旬。

⑦ 乳・幼児期ママ層（壮年期～中年期 25～44歳）



（動きながら）子育てをするママ。授乳、夜泣き、離乳食、いやいや期など手がかかり子育てが大変な時期。ワークライフバランスや育児に自分のことについて悩み揺れ動く。

世代

Millennial / Generation Y世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、ゆとり世代（さとり）、つくし世代、氷河期世代（団塊ジュニア・ロスジェネ）

特徴

時短勤務。家事、育児、仕事と忙しい。宅配サービス、時短料理系サービスへの感度高い。子どもの寝かしつけや気を紛らすためにデジタルコンテンツをフル活用。子どもの育児記録、ママ友との繋がりのためにSNSの利用高い。

Trend
キーワード

テレビで取り上げられたり、SNSで話題になったりした調味料は気になって買ってしまふ。「万能」「やみつき」というワードに弱い。子どもを連れて外出することが多く、ファッションは汚れてもOKで動きやすいものが必須だが、トレンド感のある着こなしも重要。

響くフレーズ

- ・もっと節約できる冷蔵庫術
- ・食材全部使い切りレシピ
- ・今が狙い目！買うべき〇〇
- ・見た目と身体が整う
- ・安く大容量！コスパ最強

食



トポチコ ハードセルツァー355ml:165円
（日本コカ・コーラ）

炭酸水感覚のアルコール飲料 「ハードセルツァー」が注目

「ハードセルツァー」とは、サトウキビ由来のアルコールを使用した炭酸ドリンク。アメリカで大流行しており、日本でも近年大手飲料メーカーが参入し、注目されている。原料は水・アルコール・フルーツフレーバーで、一般的な缶チューハイなどに比べてカロリーや糖質は控えめ。炭酸水感覚で気軽に飲め、ヘルシー志向の乳幼児ママにも癒やしドリンクとして人気が出そう。

【掲載誌・サイト／からだにいいこと】

食



焦葱醬90g:388円(カルディ)

あっという間に本格中華の味に 万能調味料「焦葱醬」が人気

ちょい足しするだけで味が決まるため、発売のたびに話題になる瓶入り万能調味料。最近の人気はカルディの中華風調味料「焦葱醬（ジャオツォンジャン）」だ。材料は焦がしネギと生姜、にんにくなどの香味食材で、ご飯のお供や、豆腐、納豆などの薬味、炒めものの味付けと用途は幅広い。手間がかかる本格中華の味がひとさじで完成すると、時短を目指す主婦層にSNSで大人気。

【掲載誌・サイト／macaroni、ヨムーン】

ファッション



写真はイメージ

体型をカバーして動きやすい 「極太カジュアルパンツ」

ワークスタイルパンツの中で今年大注目は「極太カジュアルパンツ」。ゆるめのシルエットと大きなポケットが特徴のベーカーパンツや、ふっくらとした丸みあるシルエットで裾すばまりのバレルパンツなど、種類豊富に登場している。ワイドシルエットで体型カバーができ、トレンドなスタイルでかわいらしく見えるのが魅力。子ども連れでも動きやすいと乳幼児ママも注目だ。

【掲載誌・サイト／LEE、VERY】

住まい・暮らし



写真はイメージ

おしゃれに食材の風味をキープ 「アルミストックバッグ」

チャック付きアルミ製保存袋「アルミストックバッグ（アルミジップバッグ）」が主婦の間で話題。光を遮るため、透明タイプより食材を新鮮な状態で長くキープできる。風味が落ちやすいコーヒー豆やお茶パック、お菓子などの保存に適し、SNSでは「食パンの冷凍保存に便利」と評判に。デザインがおしゃれなものも多く、ママ友用のギフトバックにも活用できる。

【掲載誌・サイト／LDK、ヨムーン、レタスクラブ】



パビコ(39歳)
年長女児・小6女子のママ
パート

麻薬たまご

SNSで話題の味付け卵。半熟のゆで卵をみじん切りのタマネギや長ネギ、調味料、唐辛子を加えた醤油ダレに漬け込むだけで簡単に作れちゃいます。とろーり半熟の黄身が濃厚でご飯にもぴったり。おかげで物足りないときでも満足感あり。

孤独減「オンラインママ友のお陰」約8割

株式会社MAMATALKによる調査で、「面識のないママとオンラインで交流」したことがある人が8割、79%のママが「育児不安や孤独が軽減」と回答。さらに71%が「リアルな繋がりに発展させたい」と希望。オンラインママ友との新しいコミュニケーション作りやコンテンツが注目される。

トレンド
予報

⑧ 児童・思春期ママ層 (壮年期～高年期 35～54歳)

(働きながら) 子育てをするママ。見た目と体力が衰え始め、更年期初期が現れ始める。子育ての価値観が変わる中で夫に頼れずワンオペで子育てしてきた。

世代

Millennial / Generation Y世代、デジタルネイティブ、プレッシャー世代、Generation X世代、アーリーアダプター、氷河期世代 (団塊ジュニア・ロスジェネ)、バブル世代

特徴

小・中学生の子どもを育てるママ。育児に少しゆとりが出てくる。子どもの教育資金を見据えて仕事を増やすか検討し始める。子どもの教育にお金をかける意識が強い。宅配サービス、時短料理系サービスに感度高い。

響くフレーズ

- ・きれいにラクやせ
- ・もっと食費が減る冷蔵庫
- ・楽しみながらお金がたまる
“おうち〇〇沼”
- ・親子で楽しみいっぱい〇仕事

Trend

キーワード

最近、冷凍食品は種類も増え、味もぐんとおいしくなった。どうせ買うなら素材にこだわったものを選びたいから、冷蔵専門店で足を運ぶことも多い。在宅時間が長くなり、自分好みに家をリメイクしたいと思うように。道具や作り方を細かく説明してくれる動画はすごく役立つ。

食

高級冷凍の新定番

「無印の素材を生かしたアイス」

2021年4月の発売以来、大人気の無印良品「素材を生かしたアイス・ソルベ」。牧場の新鮮なミルクを使ったジャージー牛乳や新潟県産の「板酒粕」「ねり粕」の2種類を使った酒粕のアイス、ニュージーランド産のキウイを使ったソルベなど全7種。どれも濃厚で本格派なのに食べやすいと好評。ハーゲンダッツのように、家族で時々食べる高級冷凍として定着しよう。

【掲載誌・サイト/サンキュ!】

素材を生かしたアイス:290円(無印良品)

健康・運動

安全性や有効性は確認済

注目の「HPVワクチン再開」

子宮頸がんの原因となるヒトパピローマウイルスの感染を予防する「HPVワクチン」。2022年4月から12～16歳女子への積極的勧奨が再開され、話題だ。かつて接種後の副反応が問題となり積極的勧奨は中断されていたが、その後、安全性と有効性の高さが確認された。再開によって12～16歳女子は無料定期接種の対象に。30～40代も有効性が高いため、親子接種が増える可能性も。

【掲載誌・サイト/美的】

写真はイメージ

住まい・暮らし

本格派の“おいしい冷蔵”がそろそろ「冷凍食品専門店」が人気

外食しにくい状況の中、家庭用冷凍食品は大幅増加。スーパー新規店の冷蔵売り場も拡大の傾向で、存在感は増す一方だ。中でも注目は「冷凍食品専門店」。2021年に冷凍機器メーカーがオープンした「トーミン・フローズ」は、握りたてのような味わいの「冷凍握りずし」など、こだわりのオリジナル商品が話題。忙しいママにとっての冷蔵も時短+おいしさが選ぶ基準に。

【掲載誌・サイト/Oggi】

トーミン・フローズ サイト

住まい・暮らし

「やってみたい」を後押し「DIY系インフルエンサー」

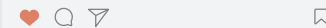
おうち時間を有効利用しようと、DIYを始める人が増加中。以前は“お父さんの日曜大工”が中心だったが、簡便なツールの発達で女性にも拡大。近年はわかりやすくレクチャーしてくれる「DIY系インフルエンサー」が人気を後押ししている。100均アイテムを活用した、トイレなど身近なスペースのリノベが好評。手軽にスキルアップできると子育てママも注目している。

【掲載誌・サイト/DIME】

Chiko (DIYクリエイター) Instagram



さら (40歳)
小3女子のママ パート



マルチグリドルパン

キャンプでも家でも使えるフライパン。素材はアルミなのでとても軽く、子どもと一緒に料理を作って楽しんでいます。中央が少し窪んだ形状になっているので煮込み料理もOK。キャンプでの料理のレパートリーも広がっています!

令和母「小学校以外での勉強必要」7割

C Channelの調査で、中学受験に関わらず「小学校以外での勉強は必要」と考える母親は約7割。学校での勉強だけでは不足と考える傾向が顕著。8割が学校以外に「月3000円以上」支出し、4割が「8000円以上かけても良い」と回答。情報源は35%が「SNS」とし、コンテンツに商機。

トレンド
予報

⑨ 青年・成人期ママ層 (中年期～高年期 45～64歳)

(働きながら/主婦) 子育てをするママ。閉経を迎え更年期が本格的に現れ始める。
働き始めて自分の稼ぎは自分のために使う。専業主婦の延長で家事全般は妻の仕事化世代。

世代

Generation X世代、アーリーアダプター、氷河期世代 (団塊ジュニア・ロスジェネ)、バブル世代、ベビーブーマー世代、デジタル移民、新人類世代、ポパイJJ世代、しらせ世代

特徴

子どもが高校、大学生、社会人を迎えたママ。親の介護が本格化。老後資金や自分が介護状態になったときが不安。バブル絶頂期、崩壊後の社会も経験。元々消費欲強い。

響くフレーズ

- ・カラダにうれしい
- ・おなかも心も満足
- ・かゆいところに手が届く
- ・毎日通いたくなる〇〇

Trend
キーワード

健康やダイエットが気になるけれど、味気ない食品や料理ばかりだと続かない。ヘルシーだけど満足感がある商品はうれしい。流行りのソロ活だが、カフェやレストランで1人はやはり寂しい。おしゃれで心地いい図書館なら、1人を気にせず頻繁に通えそう。

食



ナチュラルブラン320g:432円
(日清製粉ウェルナ)

腸活をサポートする
「発酵性食物繊維」が話題

腸内の善玉菌のエサとなり腸内環境を改善する働きがある「発酵性食物繊維」。腸活のサポート成分として話題だ。玄米や全粒小麦、海藻、大豆製品に含まれ、特に押麦や大麦など茶色の穀物に多い。近年人気のオートミール(オーツ麦)もそのひとつ。2022年2月には発酵性食物繊維が豊富な小麦粉ブランが新発売され、話題に。健康を気遣う大人主婦が料理やお菓子に活用しよう。

[掲載誌・サイト/日経トレンドイ、あさイチ]

食



ディーツ Instagram

ヘルシーなのに濃厚味で満足
「ガッツリゆるベジ」食品続々

動物性食品の摂取を減らし、ゆるくベジタリアンの食生活を送る「ゆるベジ」が欧米で浸透。日本でも週1回取り入れるスタイルが広がる中、注目は「ガッツリゆるベジ」の動きだ。ヘルシーかつ濃厚な味わいでB級のガッツリ感も満足できる食品が続々登場。おからとこんにゃくを材料に肉の食感を出した惣菜などが注目。我慢が苦手な大人主婦も罪悪感なしで楽しめる。

[掲載誌・サイト/日経トレンドイ]

住まい・暮らし



noma ミニポケット/ラップホルダー:各110円
(デザイン)

身近に集めてすっきり見え
便利な「マグネット収納」

片付け過ぎてしまうと、すぐに取り出せないもの。すっきり見せながら便利な「マグネット収納」が忙しい主婦に大人気だ。キッチンまわりは冷蔵庫を利用して、クリップが入るケースや調理器具などが掛けられるフック、タオルハンガーが大活躍。玄関ドアには、出かける前の忘れ物を減らすマルチ棚やマスク掛けフックなど。100均商品が多く、手軽なのも人気の理由。

[掲載誌・サイト/サンキュ!]

学び・余暇



新石川県立図書館 サイト

心地よく自分時間を過ごせる
「複合型図書館」が急増中

図書館だけでなく公民館や生涯施設などの役割を合わせ持つ「複合型図書館」が続々登場。東京「武蔵野プレイス」はカフェ常設などで快適性が高まり、年間来館者が想定を超える195万人を達成。2022年7月開館の「石川県立図書館」も円形劇場のような閲覧スペースや体験施設、デザインチェアの導入が話題。自分時間が増える大人主婦も新たな憩いの場として注目している。

[掲載誌・サイト/DIME]



sam (50歳)
大4女子のママ 会社員

トラネキサム酸入り美容液

日差しが強くなってきてシミ対策を本格化しました。マスクで頬が擦れることもあり肝斑も気になります。美容系YouTuberの動画を見てコスバもよく、効果も高そうなトランシーノを購入。近所のドラッグストアで気軽に買えるのもうれしいです。

50代健康・美容「発酵食品で腸活」首位

ハナマルキによる調査で、「免疫力アップ」「美肌づくり」「アンチエイジング」のために心掛けていることを質問。50代女性のトップは、全ての項目で「発酵食品による腸活」。発酵食品は継続人気で、コロナ後のライフスタイルに合わせたレシピや運動との組み合わせなど伸び代あり。

トレンド
予報

⑩ セカンドライフ層 (老年期 65～89歳)

定年退職を迎え、年金生活を始めるシニア。個よりも集団生活。
「男性は仕事、女性は家庭」の価値観の強い世代。貧しさの経験から大切にモノを使う。

世代

ベビーブーマー世代、デジタル移民、ポパイJJ世代、しらせ世代、団塊世代、
Traditionalist (サイレント世代)、アナログ、全共闘世代、焼け跡世代、昭和一桁世代

特徴

多くが年金生活者。配偶者との死別も多くなっていく。人口が多いため、経済活動や政策などに大きな影響力を持つ。
テレビや新聞が情報収集の中心。趣味や習い事で付き合い拡大。孫消費も活発。

響くフレーズ

- ・がんばらないですっきり
- ・リノベーション最前線
- ・健やかに生きる
- ・自分に合った養生法

Trend

キーワード

先が見えないコロナ禍でジムに行けず、体力低下が不安。自宅でも簡単にできて効果のあるトレーニング法をテレビや雑誌で探している。
コロナ禍前は、旅行や映画、博物館などシニア割引を利用して楽しんでた。終息したらまた利用したいし、新しいサービスも知りたい。

健康・運動



著書「60歳からはじめるエクセントリック体操」：1,480円(東洋館出版社)

ラクに続けられる老化対策 「エクセントリック運動」

老化防止のトレーニング法として近年注目されている「エクセントリック運動」。筋肉を伸ばしながら力を発揮する方法で、筋肉を縮めながら行うコンセントリック運動よりもラクに続けやすい。さらに筋肉への刺激が大きく、認知機能への好影響が期待できるメリットもある。椅子座りやかかと下げなど日常で簡単にできる動作が多く、高齢者も簡単に取り入れられそう。

[掲載誌・サイト/日経トレンドイ]

住まい・暮らし



スチームクリーナー SC MINI: 10,780円 (ケルヒャー)

蒸気で汚れも菌も落とす 便利な「スチームクリーナー」

加齢とともにつらくなっていく掃除。湿気の多い夏場はカビやダニが発生しやすく、健康上の心配もある。そんな悩みを解決する「スチームクリーナー」が好評だ。高温の蒸気が汚れだけでなく菌も除去するため、カビやダニ対策にも効果的。水だけで洗剤を使わずに、キッチンの油污れ落とし、ソファや畳などの除菌ができる。コンパクトサイズでシニアが使いやすいのも魅力。

[掲載誌・サイト/ゆうゆう]

学び・余暇



写真はイメージ

健全な環境で頭脳ゲーム 社交を楽しむ「健康麻雀」

飲酒やタバコ、賭博(お金を賭けて競う遊戯)といった要素を排除した「健康麻雀」が、シニアの間で人気だ。麻雀はコミュニケーションをとる頭脳ゲームで、認知症予防や脳トレにつながるのが魅力。近年は公民館や民間が運営する教室やクラブに定期的に通う人が増えている。コロナ禍でシニアの孤立化が問題視される中、気軽に楽しめる社交の場として注目だ。

[掲載誌・サイト/おとなの住む旅]

学び・余暇



ジバング倶楽部 サイト

アクティブな高齢者を後押し 「シニア向け優待サービス」

人生100年時代に入り、増えているのが「シニア向け優待サービス」。女性は60歳以上が対象の「ジバング倶楽部」は全国のJR線に201キロ以上乗ると、運賃が2割引または3割引に。ほかにも、公衆浴場やカラオケ、映画館、美術館などでさまざまな割引やサービスがある。近年はシニア専用のeスポーツ施設も登場し話題に。アクティブシニア向けサービスは今後も活況の見込み。

[掲載誌・サイト/婦人公論]



京子(65歳)
シングル パート



台湾まぜそば

友だちからおいしいと聞き、近所のドラッグストアで買ってみました。ピリ辛風味でニラとひき肉が入っていて、モチモチした平打ち麺がよくからんで美味。1人分の冷凍食品なので、調理が面倒なときに手軽に食べられて重宝しています。

シニア、通販商品「ネットで認知」7割超

株式会社東通メディアによれば、シニア世代の7割以上が、通販・EC商品を認知するきっかけが「インターネット」で、全く参考にしないのは「TikTok」「Instagram」「ライブ配信」。都度購入したいシニア層には、定期的に欲しくなるような「変化」と、サイト内の「充実」がヒットの生命線。

これきてる！
マイブーム

トレンド
予報

HER TREND > 7月のキーワードと考察

人気加速中！
注目のフードトレンド

植物性食品

代替肉や植物性ミルクなどフードトレンドをけん引している植物性食品。いま、代替卵の「プラントベースエッグ」は続々と新商品が登場している。人気調味料の味覇（ウェイパー）は今年「ヴィーガン味覇」を発売し、SNSで話題に。動物性食品を減らしゆるくベジタリアンの食生活を送る「ゆるベジ」向けに、B級グルメのガッツリ感も味わえる商品も多くなってきた。まだまだ植物性食品は加速し伸びていく傾向だ。

ポジティブに
手に入りやすくなってきた

フェムケア商品

SNSでZ世代の話題になっているのは、見た目が海外のお菓子パッケージのように「かわいい生理用ナプキン」や、アプリなどの利用で広がりつつある「オンライン処方サービス」。また妊活用の「妊活プロテイン」や、更年期対応サービス「メノテック」などが、今後注目のキーワードだ。フェムテックという言葉が流通し始めた当時より、商品開発やサービスが進み消費者が手に入れやすくなったことで、今年はより一層フェムケアに対する関心が高まるだろう。

アウトドアでも
普段使いでも活用できる

日常キャンプスタイル

キャンプ用品で人気のミニフライパンが2枚合わさって分解して使える「ダブルパンクッカー」は、普段の料理でも活躍すると話題に。また、ファッションではジャージやナイロン素材を使った「トラックパンツ」、太いゆるめの「極太カジュアルパンツ」が流行。コロナ禍でのキャンプブームにより、アウトドア用品を暮らしの普段使いやファッションに取り入れて楽しむ傾向に。カジュアルかつ機能性の高い商品が伸びている。



クラスターが異なると選択基準はこんなに違う！

マーケティングに欠かせないペルソナの設定はなぜ必要なのでしょう？ 消費者は、年齢や家族構成、趣味、生活パターンが異なると購買までの選択基準も異なってきます。各クラスターがどのような選択基準を経て購買に至ったのか、具体例と併せてご紹介いたします。

theme 飲料

若手シングル



27歳 フルタイム勤務
未婚女性
1人暮らし

クラスター課題

- 友人とのホームパーティーでおしゃれなお酒を飲みたい。
- ボトルワインはコルクを抜くのが面倒だし、そもそもコルク抜きを持っていない。それに、保存も難しい。



SUNTORY ポリチーニ
スパークリング 白・ロゼ

クチコミ度※

★★★★★



コルク抜き不要で、保存に気を遣わず気軽に飲めるのがうれしい。テーブルに置くとかわいいパッケージが、おうちの食事を楽しんでくれる。

青年・成人期ママ



64歳 自営業
既婚女性
夫、息子、義両親と暮らす

クラスター課題

- 年を取るにつれて、アルコールに弱くなってきた。時々晩酌をする夫や義両親の健康も心配。
- 気分を上げたい日に、おいしいノンアルコール飲料を飲みたい。



SUNTORY オールフリー
SUNTORY ノンアルでワインの休日 赤

クチコミ度※

★★★★★



推しの芸能人がCMに起用されたことをきっかけに購入。ビールなどのお酒よりも体に良さそうなので、今ではノンアルコール飲料を飲むことが増えた。

theme 余暇

乳・幼児期ママ



35歳 フルタイム勤務
既婚女性
夫、3歳の息子と暮らす

クラスター課題

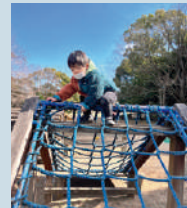
- 子どもの体力がありあまっているので、しっかり体を使って遊ばせたい。
- 親もショッピングなどをして休日を楽しみたい。



港区 さくら坂公園など、
ショッピングセンター近くの公園

クチコミ度※

★★★★☆



休日の7割は子どもを中心に過ごしていて、公園に行くことが多い。さくら坂公園は六本木ヒルズに近く、親もショッピングなどを楽しむことができるのが良い。

児童・思春期ママ



38歳 フルタイム勤務
シングルマザー
中学生の息子と暮らす

クラスター課題

- 思春期の息子が一緒に外出してくれなくなり、休日の過ごし方を悩んでいる。
- アートに興味があるが、初心者なのでどの美術館に行けばいいのかわからない。



東京・ミュージアム
ぐるっとバス 2022

クチコミ度※

★★★★☆



101の美術館などの入場券や割引券がセットになったQRコードチケット。アート鑑賞の楽しみができた。利用期限の2カ月間がもう少し延びるとうれしい。

若手シングル層では、ホームパーティーで手軽に飲めるおしゃれなワインを求めている。そのため、ネットスーパーで見つけたコルク抜き不要でかわいいパッケージの缶ワインを購入。青年・成人期ママ層では、若い頃よりアルコールに弱くなった、夫や義両親の健康が心配という課題を抱えていた。そんなとき、推しのCMをきっかけにノンアルコール飲料を購入。これまでのノンアルコール飲料よりおいしくなっていたので、健康のために家族でリピートして飲むようになった。

乳・幼児期ママ層では、子どもも大人も楽しめる休日の過ごし方に課題を抱えていた。商業施設に近く、遊具が充実した公園は、公園で遊ぶこともショッピングをすることもできるのでベスト。児童・思春期ママ層では、子どもとの外出が減り休日の過ごし方を悩んでいた。美術館や博物館のセットチケットを購入することで、行ってみたい施設や企画展を見つけて新しい楽しみができた。

※「どのくらい人にすすめたい商品・サービスか」を星の数で表したものです。



国内回一カル NEWS

国内各地で活躍する情報パートナーから
地元の最新情報をレポート



愛知

AICHI



ふるかわ かずみ
愛知県在住。楽しい・面白い情報の
アンテナを常に張り巡らしています。
現在は旅行サイトや地域のWEB
サイトで、主に神社仏閣やグルメ情報
など発信中
<https://www.kzm-trip.com/>

「チョコレート」×「SDGs」

やさしい社会への取り組み

上質なカカオを使用した手作りチョコレート専門店として、2014年のオープン以来、全国に34店舗・52拠点を展開する「久遠(クオン)チョコレート」。世界各国のカカオと、ドライフルーツやナッツ・国内各地の素材を掛け合わせた「QUONテリーヌ」は、ラインナップも豊富で店の主力商品だ。女性にとどまらず幅広い世代からも支持されている人気の背景には、商品の魅力はもちろん、創業者・夏目浩次氏の強い想いが込められていることも大きい。障害者やLGBTQ、シングルマザーといった方たちの雇用を担い、「笑顔あふれるやさしい社会をつくる」という想いにも多くの共感を得ている。

開業のきっかけは、障害者の賃金の低さに衝撃を受けた経験からだ。愛知県豊橋市で、脱サラして障害者のスタッフ3名とともに2003年にパン屋を開業。2014年にチョコレート専門店へ業態変更するが、一貫しているのは、社会的に低い評価や生きづらさを抱えている人たちが、自分ができる業務を分担して就業できるという店づくりだ。持続可能な社会の取り組みとして、SDGsの5つの項目もクリア。チョコレートを通して「笑顔でやさしい社会」の実現に向けた勢いはまだまだ続く。



見た目もカラフルな約150種類を取りそろえる「QUONテリーヌ」。新潟や京都、九州などの国産素材が使われている／愛知県豊橋市の本店



広島

HIROSHIMA



上野 律子
女性視点を生かしたブランディング
コンサルティングや、自立的人
財育成の講演・研修・セミナー、
女性活躍支援、マーケティング関
連の企画や取材・ライティングも
行っている
<https://longlife-brand.com/>

地元産の茶葉を楽しむ

宿坊を修復したお茶カフェが人気

今や、神社やお寺は全国的にも癒やしの人気スポットとなっている。尾道道・世羅ICより車で約10分。「雪月風花 福智院」は、822年、紀州高野山の分院として弘法大師が開基したとされる今高野山12寺(分院)の一つ、築170年の宿坊を修復して造られたお茶カフェだ。ここでは桜・若葉・紅葉・雪景色など四季折々の景色を楽しみながら、地元で採れた世羅在来茶の煎茶・ほうじ茶などをゆったり味わえると、クチコミやSNSなどで話題となっている。お茶はお湯を継ぎ足しながら二煎、三煎も味わえ、最近、特に人気なのは和紅茶だ。

ジェラートや豆腐入り白玉の入ったお茶パフェ、期間限定の世羅米パンケーキ・黒蜜きなこパフェ・かき氷といったスイーツも充実。食事は、元宿坊ということで精進料理が中心で、世羅精進おむすびカレー・精進おでん・汲み上げゆばなど季節に合わせて味わえる。

歴史が醸し出す落ち着いた空間。季節によっては、こたつでくつろぐことができ、キャンドルサービスといった季節イベントもあり、思わず写真におさめる人が多い。さらに、特別な空間としてウエディングや撮影場所としても利用されている。



どこか懐かしさを感じる空間。グループも多いが、1人でゆったりお茶を楽しむ人も増えている



海外フード事情 最前線

from FOODIAL



このページは海外の食潮流・フードトレンドレポート「FOODIAL」からご提供いただいています。

FOODIALとは…株式会社TNCが主宰する世界70カ国100地域、約600人の海外在住日本人女性のネットワークで、現地に5年以上在住し現地のライフスタイルに精通した「ライフスタイル・リサーチャー®」が世界各地の最新動向をウォッチし、収集した情報を集約・分析したレポートです。

FOODIAL <http://www.tenace.co.jp/foodial/>



中国
China

飲酒しないZ世代向け飲料がヒット ノンアルコール米酒ドリンク「TOT」

中国でも若者のアルコール離れが進んでおり、白酒など伝統的な中国酒メーカーも若者の嗜好性にあわせて変化してきている。会社などの飲み会の場でも、体質ではなく「苦いから嫌い」など味が理由でお酒を飲まない人が増えている。そんな中で登場した「TOT 米酒風味(380ml、約5元)」は、飲料水メーカーの「農夫山水」がZ世代向けに発売したノンアルコールドリンク。中国の伝統酒・米酒をノンアルコールの炭酸水にしたもので、アルコール度数は0.5%。天然のもち米を自然発酵させており、しっかりとしたお酒の風味(マッコリや甘口の日本酒に似た風味)を味わうことができる。「1分18秒だけほろよい気分」「ライチ3つ分のアルコール度数(ライチは食べ過ぎると飲酒運転の検査に引っかかる」といわれている)」「京都で飲んだ、甘い日本酒みたい」など、若い女性に受けそうな広告コピーも話題になった。TOTは他にも「ゆず緑茶」と「レモンティー」も発売しているが、コンビニなどでは米酒風味の販売面積が最も広くとられていた。



@農夫山泉



ドイツ
Germany

ビタミン、色合い、食感を残す蒸し製法 高品質なアジア風蒸し料理の インスタント食品

せいろの形を模したパッケージの高品質なアジア風蒸し料理のインスタント食品「Hilcona Asia Meals」が話題。2018年頃から餃子がトレンドとなっており、スーパーの冷蔵コーナーやインスタント食品コーナーで餃子が購入できるようになった。ドイツにはシュヴァーベン地方の郷土料理にマウルタッシュェという「大きなラビオリ」が存在するため、一般消費者にも受け入れられやすかったと考えられる。

鶏肉入りアジア風麺(パプリカ、ニンジン、枝豆、ブロッコリー、玉ねぎ入り)、餃子照り焼き味(野菜餃子、バスマティ米、ニンジン、枝豆、キャベツ、パプリカ、もやし入り)、餃子スイートチリ味(野菜餃子、バスマティ米、ニンジン、ブロッコリー、パプリカ、枝豆、きくらげ入り)の3種類を展開。餃子2種類はベジタリアン対応メニュー。パッケージのままレンジで4分温めるか、中身を出して水を少量加え、フライパンで温めて食べる。せいろで調理したかのような蒸し製法によりビタミン・色合い・歯ごたえなどが残っているのが特徴で、その色を見せるために側面および上面一部が透明なパッケージとなっている。保存料や人工香料は不使用。手軽に野菜が摂れるヘルシーな加工食品への需要が高まっている。



@hilcona.de

STAFF PICKS

item & service

編集部発掘の商品・サービス

編集部がちまたのネタ・ニュースリリースを読み込み、女性に広がってほしい商品やサービスを発掘・ご紹介します。

働く女性の1日を応援するデカフェ カフェイン99.9%カットで午後2時に飲んでも安心



PICKS item

選考者の目

絵本から飛び出てきたような明るいデザインは、ギフトにもおすすめしたい商品。カフェインアレルギーを持つ人、妊娠を機にカフェインを控えなければいけない人などにリフレッシュを届けられる。

デカフェドリップバッグ 10袋セット 2,500円(パインワークス・<https://decaferia.jp/>)

ある人材派遣会社のアンケート調査ではミスの多い時間帯は午後(14時~17時)が40%。目を覚まし、集中するために飲むコーヒーだが、カフェインは体外に排出されるのが5~7時間かかると言われており、午後2時あたりに飲んでしまうと寝つきが悪くなり眠りが浅くなってしまいます。また、女性に必要な鉄分不足を引き起こしてしまい、貧血を促すことも

ある。当製品は、働く女性の1日をイメージし、午後の気分転換にコーヒーを飲めるようカフェインを99.9%カット。豆にもこだわり、最高級コロンビア豆を専属焙煎士が丁寧に焙煎している。パッケージはリサイクルしやすい「紙」をチョイス。人にも環境にも優しいサステナブルなデカフェ。

りんごの絞りかすを再利用したアップルレザー ファッション性と機能性を持つサステナブルなバッグ



選考者の目

PICKS item

フラットな形状だが見た目以上の収納力があり、長財布も無理なく出し入れ可能。普段はショルダーバッグ、クロスボディバッグとして、ストラップを外すとハンドバッグとして、と3wayで使用できるのもうれしいポイント。

メリンダカメラバッグ 17,050円(アイファーマッサージ・<https://ifarmbrands.jp/>)

りんごの果汁を絞ったあとの絞りかすをアップサイクルした、新素材の「アップルレザー」。植物由来のビーガンレザーは近年、生産時に使用する水の量やCO₂の排出量を抑えられるので、環境や動物、人にも優しい素材として注目されている。そんな新素材を使用した当製品は、軽くてやわらかい質感と、発色の良さが自慢。その上、通気性や耐水性に

も優れており、水に濡れたらサッと拭くだけなのでお手入れも簡単。ヴィーガンやリサイクルといったことだけでなく、製造工程のCO₂削減や動物の革を使わないエシカルな行動指針にも取り組んでおり、環境、人、動物に優しいだけでなく、ファッション性と機能性をも兼ね備えたサステナブルなカバンを実現。

掲載費無料

女性、ファミリー向け商品・サービス・イベント情報をお寄せください

review.info@herstory.co.jp (担当:佐々木)

※頂いた情報は全て採用されるわけではありません。ご了承ください。

HERSTORY REVIEWの活用法

お問い合わせ ▶ store@herstory.co.jp

HERSTORY REVIEWとは

HERSTORY REVIEWは、女性視点マーケティングの「トレンドレポート」です。クラスター別女性のリアルな声と多数のメディアから集めた情報を集約して編集しています。女性たちのリアルな状態、ニーズ、インサイトが見えてきます。ヒントやアイデアにご活用ください。

HERSTORYの社名そして強みである「個々の女性たちの人生」を具体的にクラスター別に女性視点で分析しています。そのため、女性コミュニティから多くの生の声を収集、取り扱う情報は多くの女性たちのリアルな思いや声、生活様式を生々しく捉えた内容となっています。加えて、SNSやアプリ、テレビ、雑誌など多数のメディアからの膨大な情報を収集し、今、流行っているトレンド情報や、なぜ流行っているのかなどを掘り下げ、具体的に女性視点での購買行動の分析、調査などを行っています。

情報ソース 女性視点マーケティング／トレンドレポート



HERSTORY REVIEWをご購読の皆様へ

年間一括払い **54,000円(税込)**
1年間12部 (1部あたり4,500円)

月払い **5,000円(税込) / 1部**

バックナンバーも単体でお求めいただけます。

※号外「女性消費者7つのwithコロナ様式」はストアにて無料公開中！

▶ herstory.stores.jp



本誌PDF



女性トレンド研修動画



女性消費者調査データ



※3点セットでの提供は2020年8月号からとなっています。ご了承ください。

3点
セット

- 1 HERSTORY REVIEW本誌 (PDF)
- 2 10分でわかる女性トレンド解説動画 (オンデマンド配信)
- 3 女性WEBアンケート調査結果 (PDF)

女性マーケット動向が
これ1冊でよくわかる!

女性消費者像を徹底解剖!

女性ペルソナ年鑑2022

2022年を代表する
女性消費者像21選を徹底解説!

「HERFACE21ペルソナ」
(約150ページ相当)

定価 88,000円(税込)

「HERFACE21ペルソナ」で使用した
国勢調査データや弊社調査データを公開!

「HERFACE統計データ」
(約150ページ相当)

定価 55,000円(税込)



詳細・お申込み

<https://herstory.co.jp/persona>

WELLWOMAN

ウェルウーマン第2期プロジェクト 特別講義開催

女性の生涯にわたる健康課題を知り、組織・事業に活かすことが学べる

- 開催日時 7月6日(水) 13:00~15:00
- テーマ 商品・サービスのアイデアの種を見つける方法
- 講師 キリンホールディングス株式会社
Kirin Well-being Design Lab シニアフェロー
太田 恵理子 氏

開催形式: オンラインプロジェクト(ツール: Zoom)
参加費: 11,000円(税込) ※ウェルウーマン第2期プロジェクト受講生は無料
主催: 株式会社ハー・ストーリィ



詳細・お申込み ▶ <https://herstory.co.jp/wwp-speciallecture>

HERSTORYからのお知らせ

トレンドをキャッチする今後の計画です。
購読会員は優先的にレポート配信メールでお知らせします。
またはreview@herstory.co.jpにお問い合わせください。

日野佳恵子 新刊発売!

「女性たちが見ている10年後の消費社会」



書籍のお申込みは、
Amazon等書籍ECにて

同館出版
本体 2,750円(税込)

好評
発売中!

無料お試し受講受付中!

女性リーダーを育成する「女性の実学塾」

ハー・ストーリィ日野が代表理事を務める、
女性のための経営感覚を学ぶ場です。
毎月1回、オンライン開催。見逃し配信あり。



月 5,500円(税込)
年一括 60,000円(一括特別価格・税込)

お申込みはサイトから ▶ <https://www.j-jitsugaku.org/>

7月9日(土) 10:00~11:30

子育てとマネジメントスキル
リーダー職が持つべきマネジメントスキルのBeからのHow to

8月20日(土) 10:00~11:30

女性がビジネスシーンで価値を上げる伝え方、プレゼン力
回りくどい言い方を簡潔にする語彙力トレーニング

HERSTORY
REVIEW

JULY
2022
VOL.60

7

ハー・ストーリィ レビュー 2022年6月10日発行(毎月10日発行)第6巻 第7号 通巻60号
発行人/日野佳恵子 編集人/加藤沙貴子 発行/株式会社ハー・ストーリィ
〒106-0032 東京都港区六本木5-11-25 鳥居坂アネックス5F TEL 03-5775-1581