

オンナゴコロ♥レポート

みなさんこんにちは。タカラ印刷(株)伝わるデザイン研究所 オンナゴコロ♥ユニットです。今どきの女性消費者の志向や購買動向などをお届けします。みなさんのオシゴトにプライベートに活かしていただければウレシイです。

「オンナゴコロ♥レポート」は、新聞・雑誌等に公表された情報を加工してお届けしております。

No.1
2015年2月号

しっかりオンナ よくばりオヤジ

男性に比べて消費意欲が旺盛とされる女性だが、2014年に目立ったのは堅実な消費だ。「時短」や「簡便」など、自分にとっての実利をしっかりと見極めた買い物が主流になった。

仕事や家事で日々忙しい現代女性の心をつかんだのが「ジェルボール洗剤」。水溶性のフィルムに濃縮したジェル状で洗濯1回分が入っており、洗濯前の面倒な計量が不要な点が高評価。手間のかかる髪の毛のカールを簡単な操作でつくれるヘアアイロン「ミラカール」も「忙しい朝の味方」と女性の時短ニーズに合致した。制汗剤「Ban汗ブロックロールオン」は、「汗染み」を目立たせない点を受けた。

ファッションでも賢く消費する傾向が目立った。人気を集めたのが「バーバリーのトレンチコート」。三陽商会とのライセンス契約が今年6月で終了するのに伴い今後価格が上がり、とみられ、駆け込み需要が発生した。

久々にオヤジの復権が目立ったのも昨年の個人消費だ。けん引役となったのが中高年の男性会社員。懐事情に合わせて、ファミレスや牛丼店で少しだけお酒を飲む「ちょい飲み」を楽しむ一方、プリン体と糖質をゼロに抑えた発泡酒を選ぶなど健康にも配慮する。「飲みたいけど、健康でいたい」と揺れ動くオヤジ心をつかんだ商品やサービスがヒットにつながった。清涼飲料でも、脂肪と血糖値に関する2つの効果売り出したトクホ茶などの販売が好調だ。

昭和生まれのオヤジたちは健康志向を併せ持ち、平成風に飲食を楽しむ。とても「器用」な消費者たちだ。
(2014年12月3日 日経MJ)

女性性はワガママに 男性はスマートに

[賢く]



道楽王子と堅実姫

可処分所得に余裕がある独身者の消費意欲が旺盛だ。浮かびあがったのは、時計やアニメなど自分の趣味に惜しみなくお金をつぎ込む「道楽王子」と、マンションを購入し自分の城をコツコツと築き始めた「堅実姫」の姿。

東京都の男性会社員(40)はアニメフィギュアから戦艦まで幅広く関連グッズを収集。これまで100万円以上を投じ、千体を超えるアイテムを所有する。結婚を機にフィギュア収集など趣味をやめるケースもあるが、結婚をしない独身男性は一段と自分の趣味に入っていく傾向がある。

高級ブランド品の1点にこだわる独身男性も多い。宇都宮市の男性会社員(45)はスイスのブライトリングの時計を計10本(約50~100万円)所有する。「パイロット向けの腕時計であるブライトリングの世界観が好きで、限定品が出るとつい買ってしまおう」という。

「賃貸だと自分好みの部屋を作れないし、軽い気持ちで探していて気に入った。いいコートないかなあとショッピングするのに近い感覚」。会社員の女性(39)は、武蔵野市のマンションを購入後、自分好みの部屋にリノベーションして住み始めた。

単身女性の住宅の購入が増えている。決断も早い。「男性は将来を考えだすと妄想が広がりがちだが、女性は条件がぶれず3~4週間で決めることが多い」(不動産関係者)。「結婚したときはしたとき。売るなり貸すなり、そのとき考える」と将来もフレキシブル。女性のあこがれの対象が外見などではなく、生き方や暮らし方にシフトしている。
(2014年11月17日 日経MJ)



オンナゴコロのマーケット



店舗でみてネットで購入

店舗で商品を品定めして、実際の購入はインターネットで「ショールーミング」の存在感が高まっている。一般に安値での購入が目的とみられるが、「楽しさ」「面白さ」といった快樂的な価値が重視されていることが分かった。

ショールーミングは高額な商品カテゴリー特有のものではない。数百円の本から数十万円の家電製品まで対象になる。全国20～69歳の男女6万5千人を対象にした調査によると、最近1年間にショールーミングの経験がある人は16.3%。どの年代でも男性より女性の方が多かった。ショールーミングの頻度の高い人ほど「楽しさ」「面白さ」「喜び」を認識する割合が高く、「楽しさ」を認識する人の割合はどの年代でも女性の方が高い。ショールーミングが楽しいと思っている女性が、この買い方を他の人に直接伝えたい(口コミ発信意向)と思っているのも特徴だ。

(2014年12月1日 日経MJ)

若い女性「服は後回し」

婦人服業界に異変が起きている。百貨店アパレルやカジュアル衣料専門店の20～30歳代向けの大型ブランドの苦戦が目立つ。若い世代ほど「服にかかる費用を減らした」という女性が多いが、理由は「節約」だけでなく、服に対する優先順位が低くなっていることもみてとれる。

ブランドの服を着たり、高級車に乗ったりする「モノありき」の価値観が通用しなくなってきている。いい服よりいい「暮らし」。満足度の高い暮らしのワンシーンを提案できる売り方が今年の課題だ。

ストレス発散になるので服を買うのは好きだが、友達との旅行を優先する。(22歳 学生)

昔は服にお金をかけたけど、もう間に合っている。食とか趣味にはこだわるけど… (36歳 ダンス講師)

特定のブランドにこだわって買わない。バッグはある程度良いモノを買う。(34歳 会社員)

1か月に服にかかるお金は5000円くらい。節約のため減らしている。(22歳 学生)

ネットのアプリで安く買うことが多く、お店には行かない。(22歳 販売員)

(2014年12月17日 日経MJ)

オンナゴコロ DATA

Woman's feelings

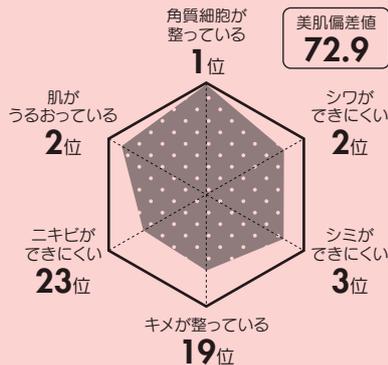
ニッポン美肌県グランプリ2014

- ①位 島根県
- ②位 高知県
- ③位 愛媛県
- ④位 富山県
- ⑤位 石川県
- ...
- ②1位 福島県

Shimane Data

美肌を決める4大要素

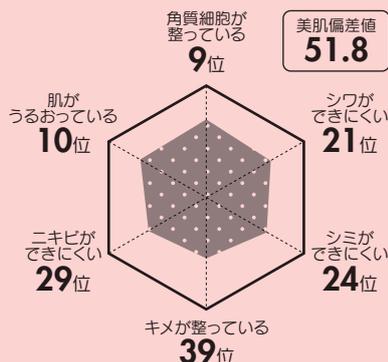
- 水蒸気密度 9位
- 日照時間 4位
- 生活習慣 38位
- 肌荒風影響なし



Fukushima Data

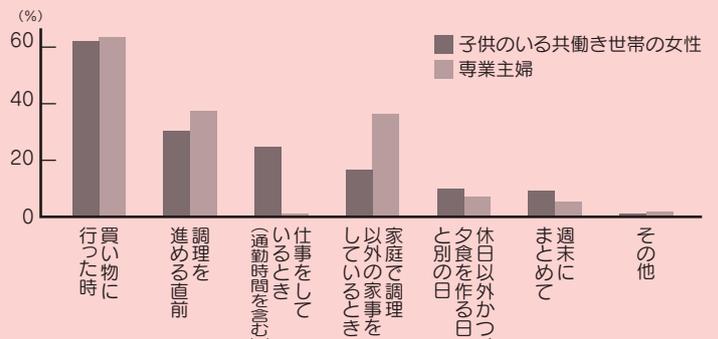
美肌を決める4大要素

- 水蒸気密度 39位
- 日照時間 15位
- 生活習慣 44位
- 肌荒風影響なし



ポーラ調べ(2013年9月～2014年8月、約60万件のスキンチェックデータをもとに分析)

平日の献立を決めるとき (複数回答)



楽天リサーチ調べ(2014年8～9月、全国20～59歳の女性 有効回答1602人)

伝わるデザイン研究室

オンナゴコロ♥ユニット



消費の主役は女性。オンナゴコロを知らずして、販売・サービスは語れません。女性活躍企業ならではの視点で、お客様の販促を支援します。

オンナゴコロに関するご相談は
TEL 024-526-4303

オンナゴコロ♥ユニット または
E-mail onnagocoro@inaka.co.jp まで

オンナゴコロ♥レポート 好評発行中!

ワタシのココロ

キレイになりたいけれど、めんどくさがりなアラフィフのワタシ。週一のシートパックも貼ったまじつのかウトウト…、ひっからびた状態で目覚めて逆効果。貼ったまま寝られて朝起きたらお顔ピカピカってパックシート、だれか開発してくれませんか?(M)