2013年トレンド予測

美容領域





WEBサイト・情報誌

PCサイト

HOT PEPPER Beauty



モバイルサイト

HOT PEPPER Beauty

スマートフォン/アプリ

ケータイ

フリーペーパー

HOT PEPPER / HOT PEPPER Beauty (※首都圏4版のみ)











『美容情報事業』のご紹介



調査 研究 提言

PCサイト

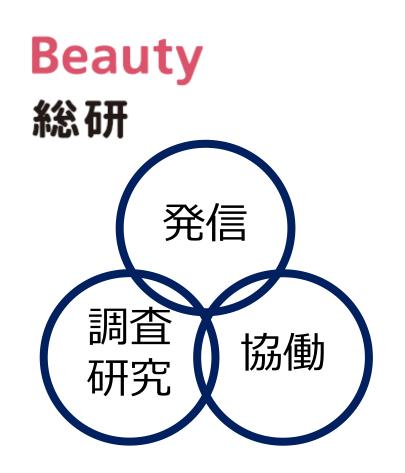
Beauty Market Report Beauty能研 PRODUCT BY RECORDIN



刊行物



総研



美容領域における2013年予測



キーワード:

娘と一緒に「ママも」きれいになりたい!







mamamo-zoku

母娘で一緒にサロンに行く

光景が増えてきている

「ママも一緒にサロン行こうよ」と娘から 「ママもネイル始めてみようかしら」と母から

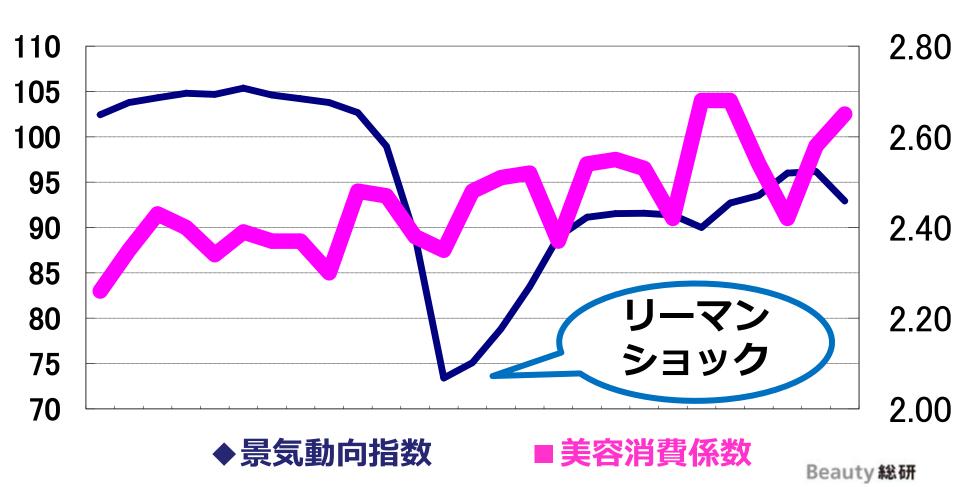
母娘で美容サロンサービスを一緒に体験する**まま**も族は 母娘の友達消費、絆消費といった消費の傾向を表している

そして、団塊ジュニア バブル世代の母たちがもたらす 新たな消費の波でもある

昨今の美容マーケットの概況



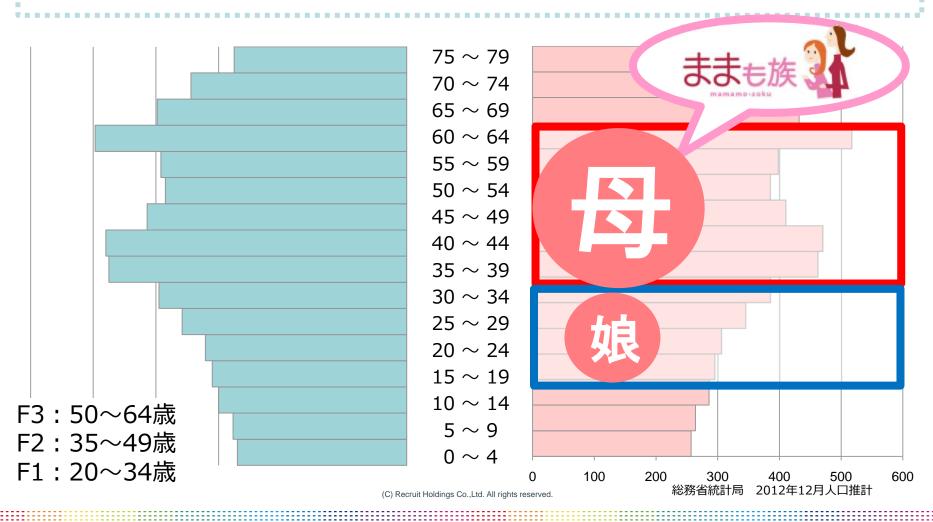
美容の消費は景気に左右されず、堅実







高校生以上の娘と一緒に美容サロン・美容サービスを受ける 美容に積極的なママたち



母娘一体で消費を拡大していく ままも族





- ・新しいメニューを体験したい
- ・娘と友達のようにいたい

娘と一緒ならきれいになる口実ができる



- ・サロンをもっと使いたい
- ・母にもきれいでいてほしい
- ・親孝行したい

自分もきれいになれる &母にも喜んでもらえる

ままも消費

- **1 サロン体験 メニュー体験 娘からの情報や影響**
- 2 娘と一緒という口実
- ③ 娘と一緒に過ごす時間 消費するイベント

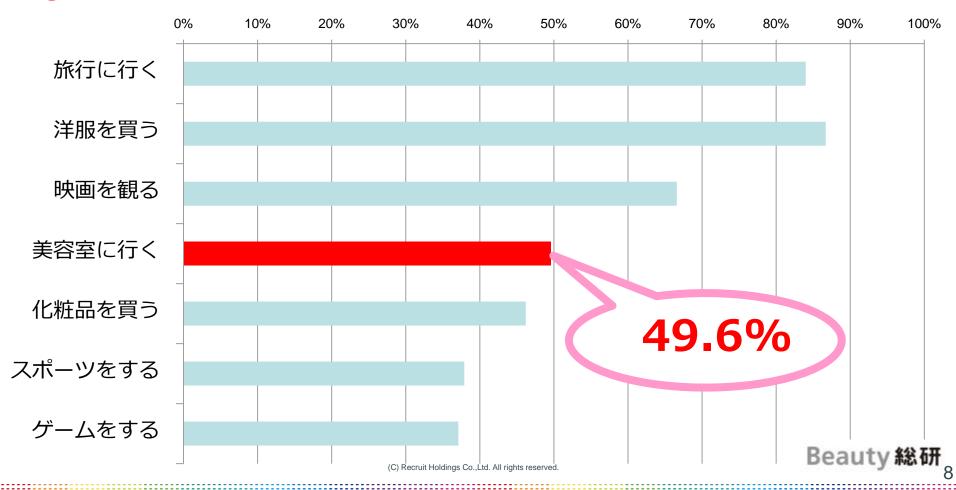




2人に1人は、娘と一緒にヘアサロンへ行ったことがある!

15歳以上のお嬢さまがいらっしゃるお母さまにお伺いします。

Q.これまでお嬢さまと一緒に行ったことがあるものは?



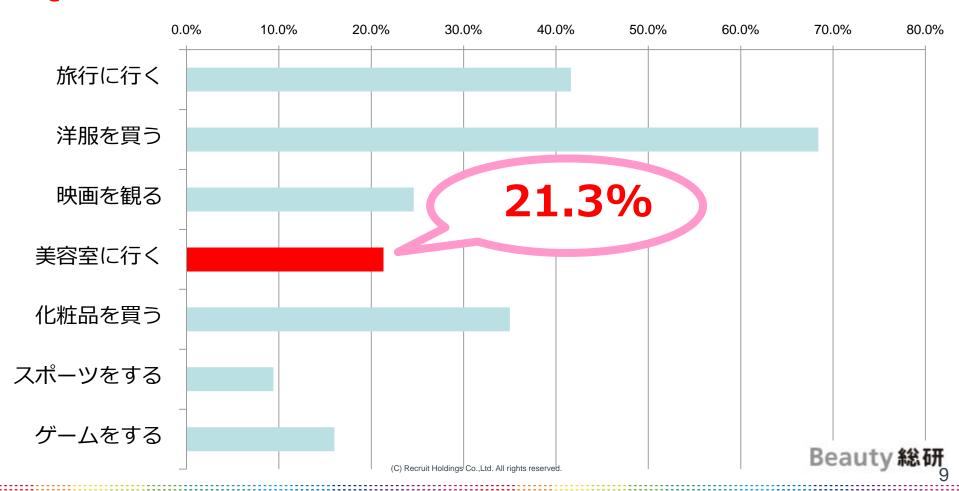




5人に1人は、1年以内に娘とヘアサロンへ!

15歳以上のお嬢さまがいらっしゃるお母さまにお伺いします。

Q.1年以内にお嬢さまと一緒におこなったことがあるものは?



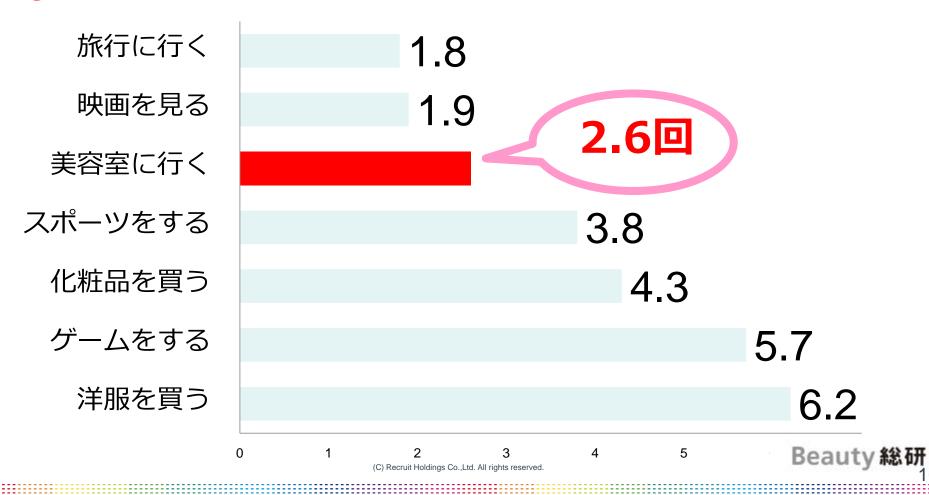




旅行や映画よりも、美容室の頻度が高い!

「お嬢さまと一緒に下記をおこなったことがある」と答えた方にお伺いします。

Q.お嬢さまと1年のうち、下記を一緒に行う頻度は?



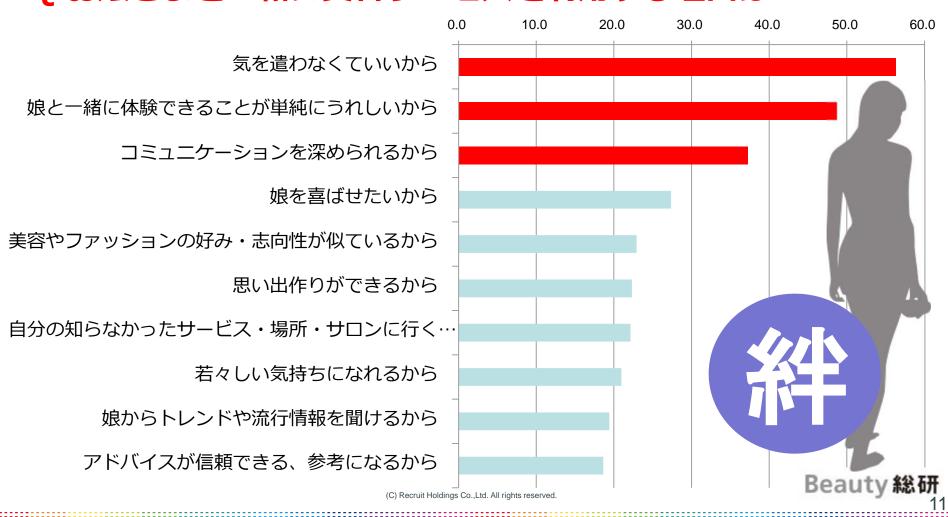




一緒に行く理由

娘との絆

Q.お嬢さまと一緒に美容サービスを利用する理由は?









Q.お嬢さまと一緒に 美容サービスを利用する際 どのような気持ちですか?

- ・娘も嬉しいらしくその笑顔をみてると 嬉しくなります(36歳)
- ・友人になったような気分(51歳)
- ・娘と行動するのはわくわくする(51歳)
- ・家とは違う一面が見える(51歳)
- ・自分も若く見られたいので 娘と美容室に行くときは 刺激が得られ 若くなった気分になります(42歳)







70.0%

80.0%

50.0%



娘の反応

Q.お母さまと一緒に美容サービスを利用する際

どのような気持ちですか?

気を遣わなくていい 経済的メリットがあるから 母と一緒に体験できることが単純にうれしい コミュニケーションが深められる 母を喜ばせたい 親孝行ができる 思い出作りができる アドバイスが信頼できる、参考になる 美容やファッションの好み・志向性が似ている 自分の知らなかったサービス・場所・サロンに行ける

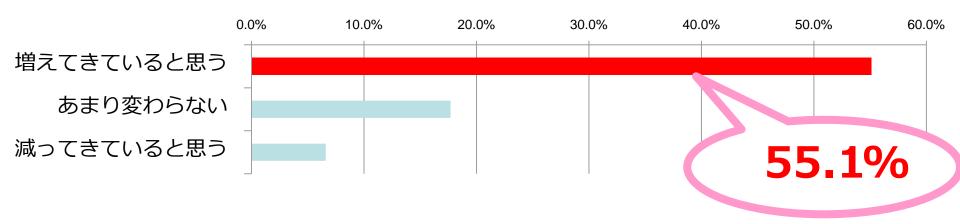
Beauty 総研





10年前より ままも族 🥻 が増えているとの声、多数

Q. 10年前と比べ、世の中一般的に母娘が一緒に美容サロン・ 美容サービスを受けることについて、どう思いますか?







(株式会社流行発信)15

10年前より ままも族 🥻 が増えているとの声、多数

Q.どうして増えていると

思いますか?

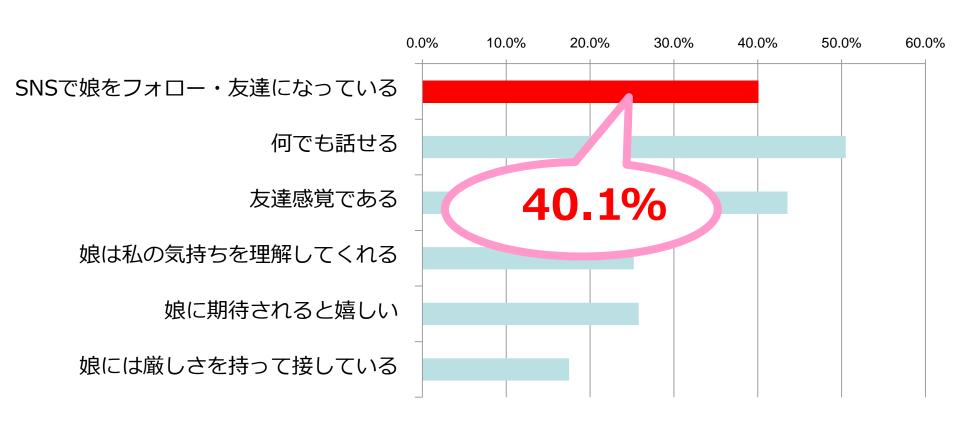
- ・友達感覚の親子関係が増えているから(53歳)
- ・子供の数が減少し子がより親密になったから(56歳)
- ・母親が若くなったから(51歳)
- ・昔はミセス向けと若い子向けのサロンやサービスが分かれていたが今は服も髪型も年齢は関係ない感じ(41歳)







母と娘の友達化・・・娘はフォローしても、夫にはしない

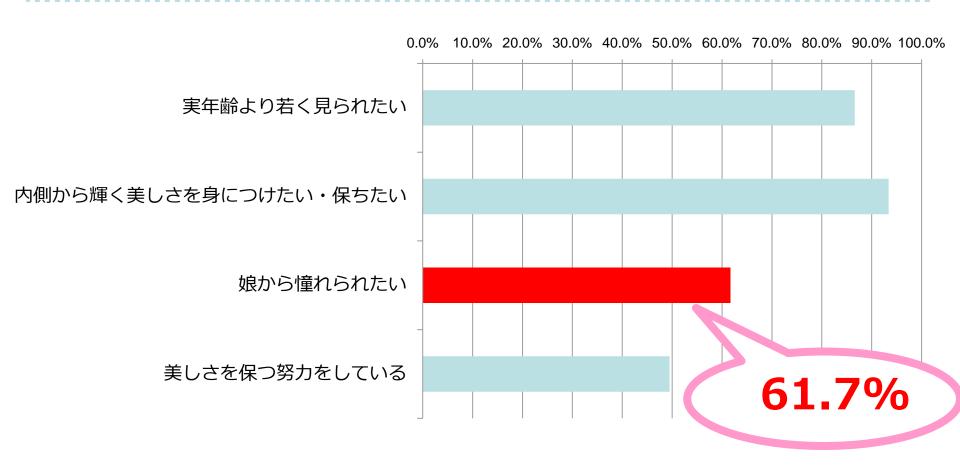


SNSをやっている母のうち 夫をフォローしている・友達になっている 4.9%





インサイト 気になる娘からの目線





背景

- 1. バブル世代 団塊世代の母人口の増加 (F2,F3)と共に 高まるエイジングケアニーズ
- 2. 美容技術の「進化」「多様化」「低価格化」

3. 母娘の美容意識の同質化・・・母も娘も「女子」

4. 消費における母娘の友達化

5. モノ消費⇒コト消費(絆消費)





代官山美容サロン ZACC copain × カット席ペアシート





ZACC 青山、代官山に5店舗展開しているブランドサロン

- ・ZACC copain(代官山店)はカット席がすべてペアシート
- ・親子での来店は多く、時間を合わせていらっしゃるお客様も多い





天神美容サロン SARA× 定期冊子に母娘を採用





SARA

新宮・山口・小倉・春日・徳山・福岡に9店舗展開するブランドサロン

実際に来店している母娘を定期冊子の表紙に





脱毛サロン「エピレ」× 親子特典





脱毛サロン「エピレ」 2011年9月にオープンしたエステティックTBCプロデュースの脱毛サロン

- 「ママもいつまでも若々しく美しい女性でいたい」、「可愛いわが子にもっと可愛くなって欲しい」というママの声からブランドオープン当初から『親子特典』を設定
- ・母娘での来店も



キーワード:

娘と一緒に「ママも」きれいになりたい!





