



2014年のトレンド予測

2013年12月10日 (火)



2014年トレンド予測

住まい領域

WEBサイト・情報誌・対面相談

PCサイト

SUUMO



モバイル・タブレット

ケータイ・スマートフォン



情報誌

フリーペーパー



無料相談所

スーモカウンター
新築マンション
注文住宅



タブレット



市販誌



定年を迎えた団塊世代が求める暮らしは
「隠居」から「新たな縁を創る」スタイルへ

縁居

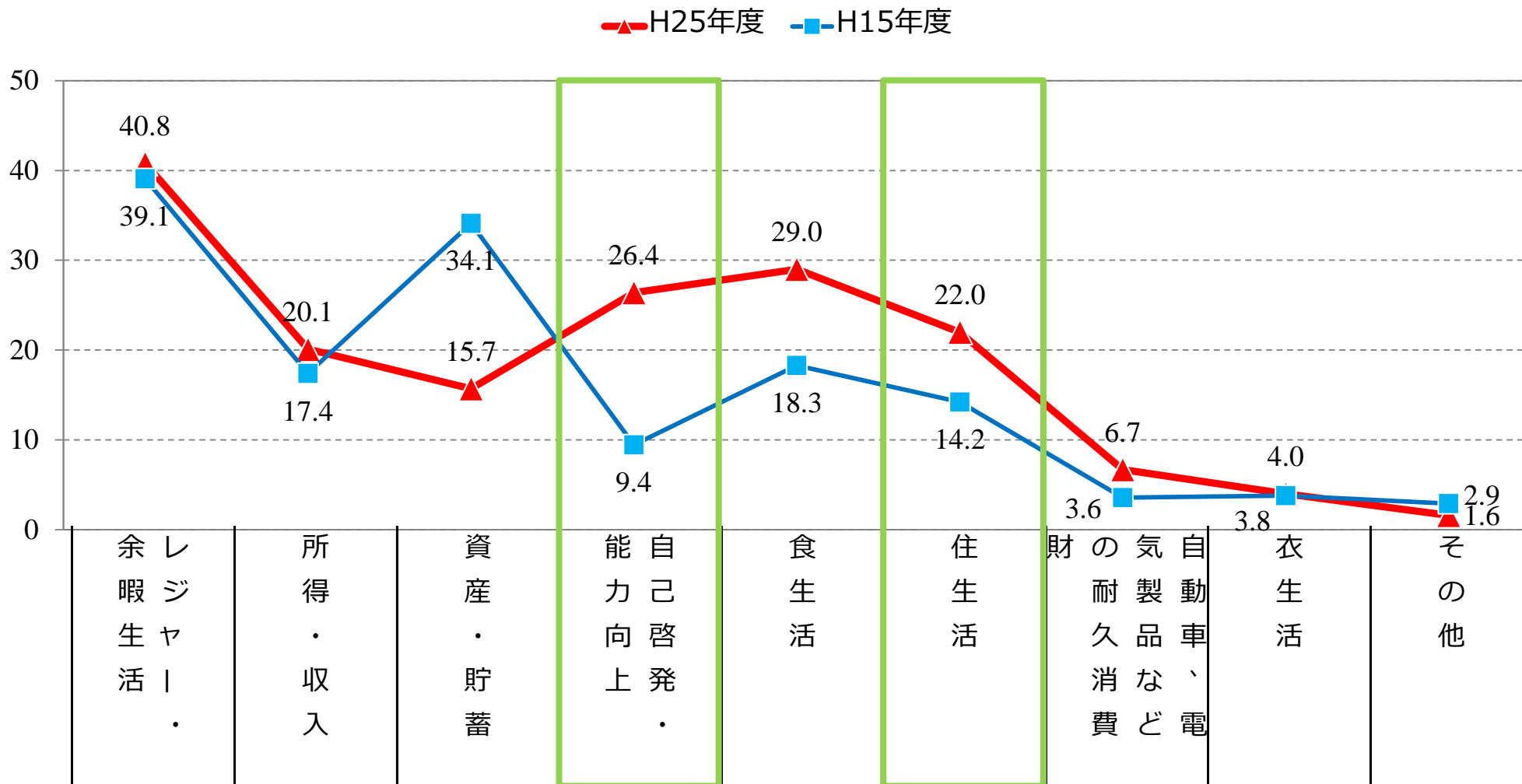
アクティブな**団塊世代**が、いよいよ定年後の生活にはいつてきたが、この世代が今後の暮らしに求めるものは、その上の世代とは異なるようだ。

「**健康なうちに自らの意思**で、住み替え、リフォームなどを行うことにより、地域やコミュニティに**新たな縁や居場所**を創る」という動きが生まれている。

彼らが求める暮らしは、従来の「**健康・安心**」に加え、「**趣味・学び・役割を通じた交流**」であり、住まいの変化をきっかけ（=縁）として活用している。

自分の意志で最適な住まいを選ぶことは、健康寿命を伸ばすことにつながり、超高齢化社会の解決の一助ともなる可能性がある。

◆今後の生活の力点をおきたい項目（H15年とH25年の60代を比較）

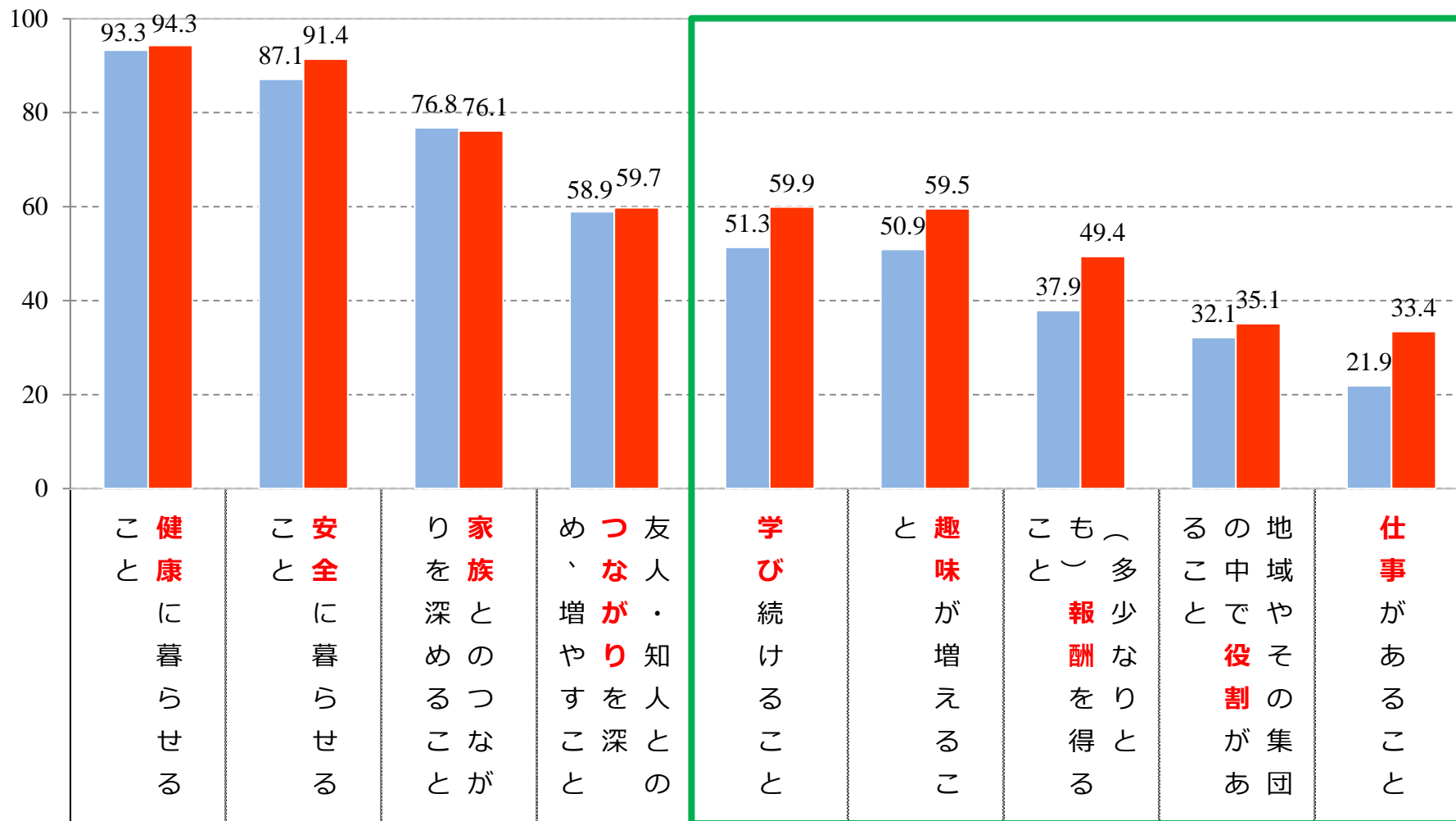


(内閣府「国民生活に関する世論調査」より)

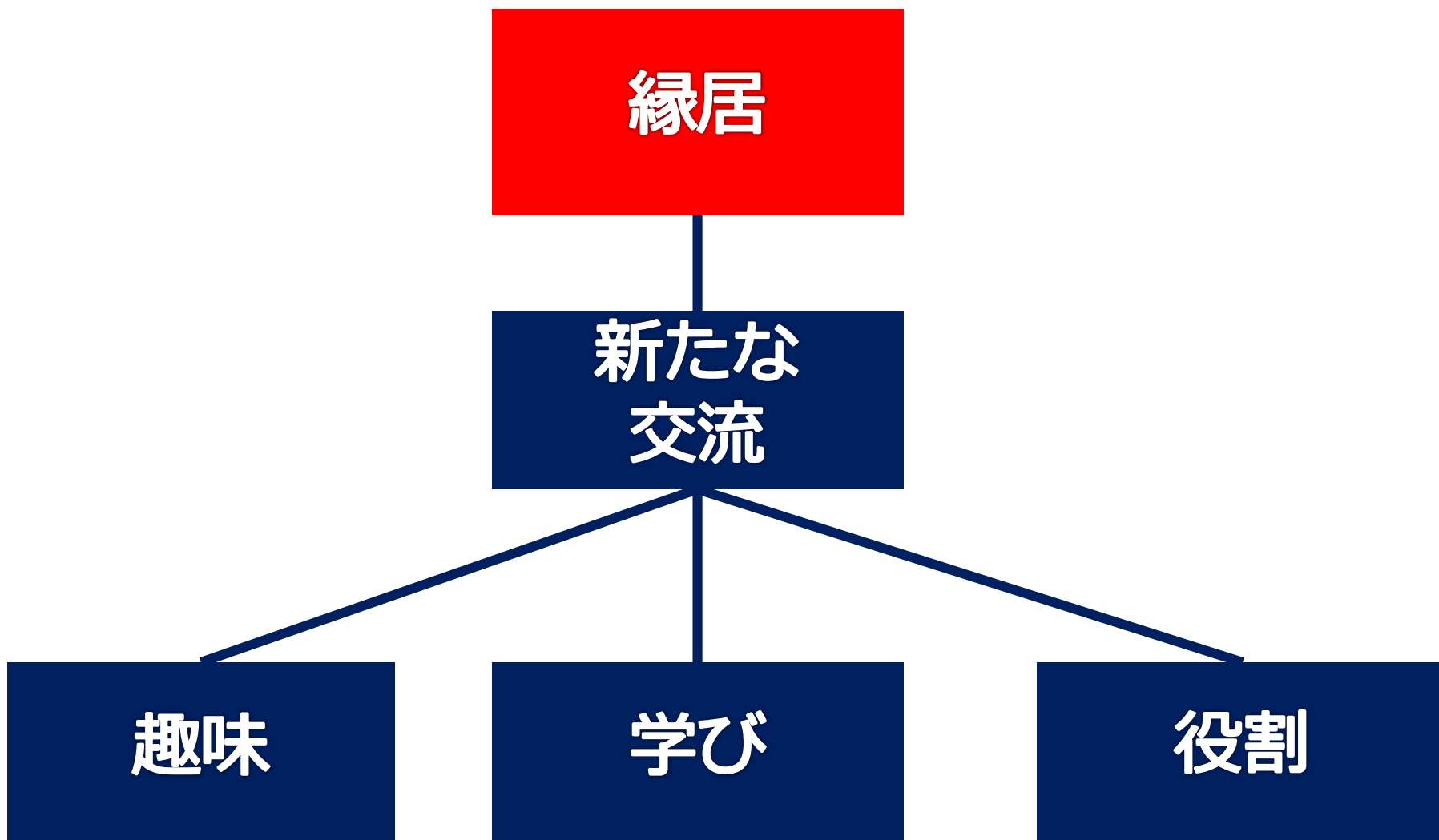
◆ 住み替え、リフォームをする際に、どんなことを実現したいか

※ 「ぜひ実現したい」と「出来れば実現したい」のスコアを合計

■ その前の世代（73歳以上） ■ 団塊の世代（63歳以上～67歳以下）



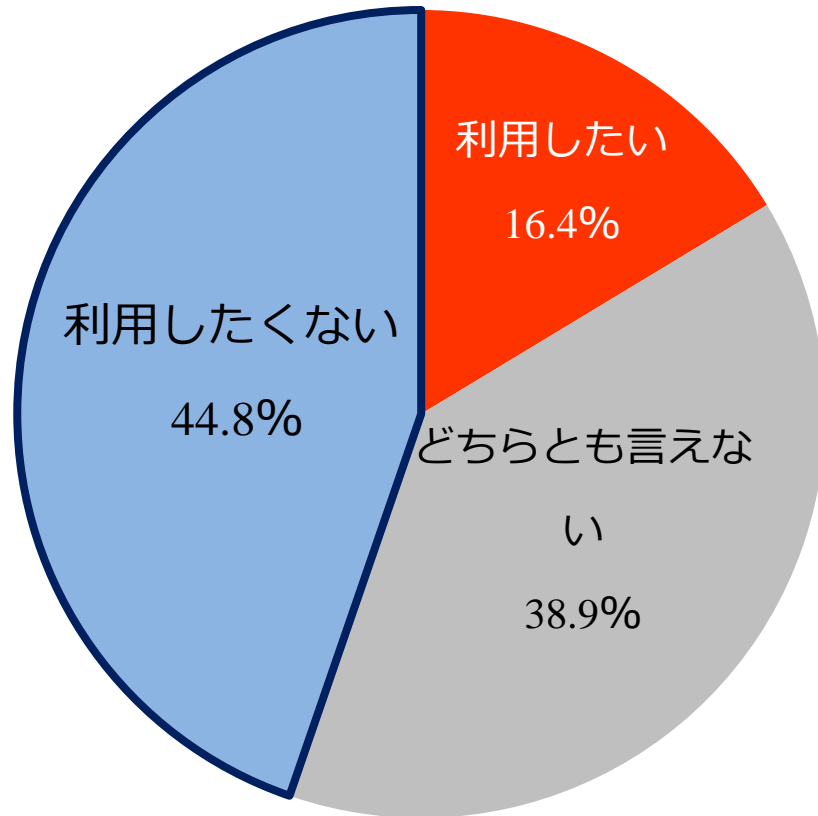
（RSC「団塊世代の住み替え意向に関するアンケート」より）



現状の有料老人ホームへの利用意向は低い

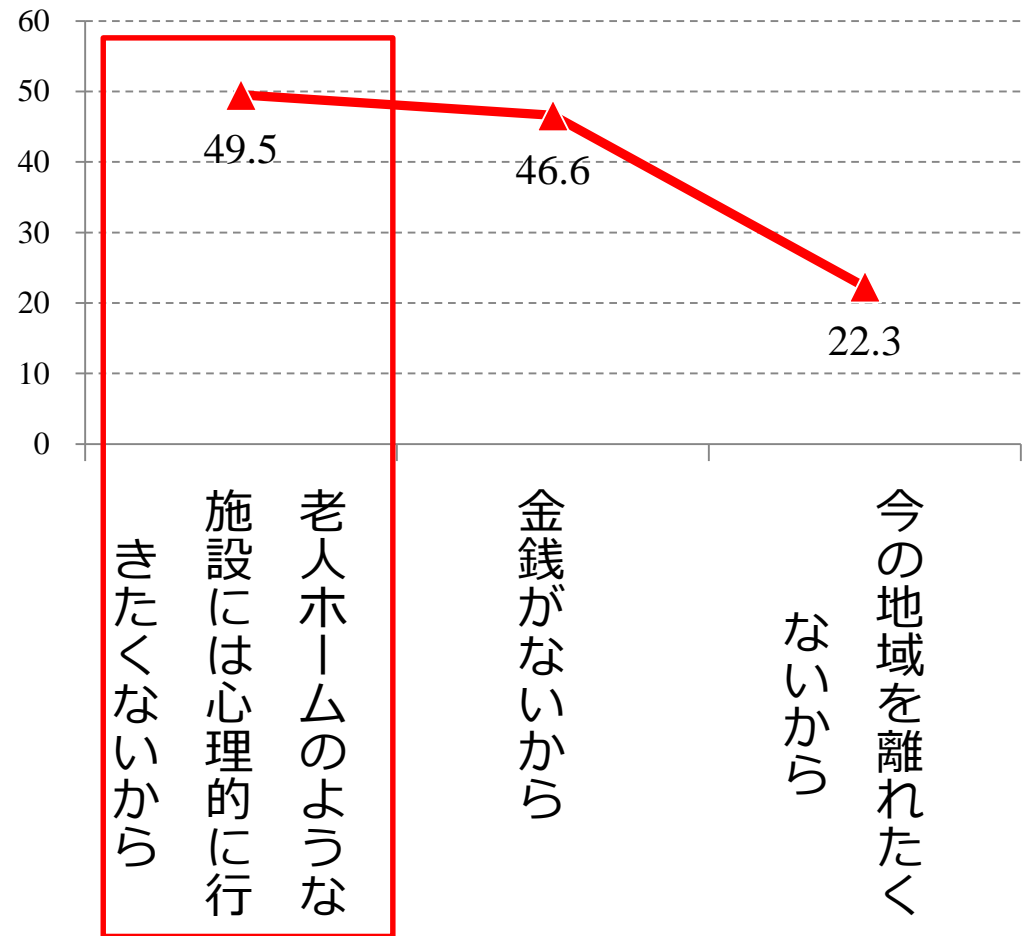
◆介護付き有料老人ホームの利用意向

※団塊の世代（63歳以上～67歳以下）



◆介護付き有料老人ホームを利用したくない理由（上位3位）

※団塊の世代（63歳以上～67歳以下）



（RSC「団塊世代の住み替え意向に関するアンケート」より）

千葉市稲毛区

交流

趣味

学び

元気なうちから入居。充実の共用施設で、
新たな趣味を新たな仲間と
楽しむ “コミュニティ型分譲住宅”



定年後の生活を満喫するためのシニア向け分譲住宅「スマートコミュニティ稲毛」。50歳から入居可能で、現在は**60歳代を中心**に、契約者は530名を超える。

30㎡台～70㎡台を中心とする住居棟と、多彩なレクリエーション、生涯学習、サークル活動などを行う共有のコミュニティ棟や広大なグラウンドがある。

新たな知人、新たな趣味、やりがいが得られる**同世代コミュニティ**に価値を感じている。供給サイドが用意したサークル活動だけでなく、**入居者によって生み出されたサークル**もあわせると、のべ200種を超える。

購入費	33㎡～	約1400万円～
初期費用	施設利用 権利金 + 入会金	約200万円
+		
月額費用	サービス費 + 食費 (2食)	約9万円



ゴルフ練習場

70ヤードのうち放しが楽しめる屋外ゴルフ練習場(8打席)。バンカーやアプローチショットも可能です。定期開催されるスマートコミュニティ杯に向け、皆さん練習に励んでいます。

テニスコート

テニスコートを6面完備(初期は4面)。オムニコートとクレイコートが各2面。オムニコートにはナイター照明も完備しています。定期開催にコミュニティの仲間たちとの大会も開催も予定しています。

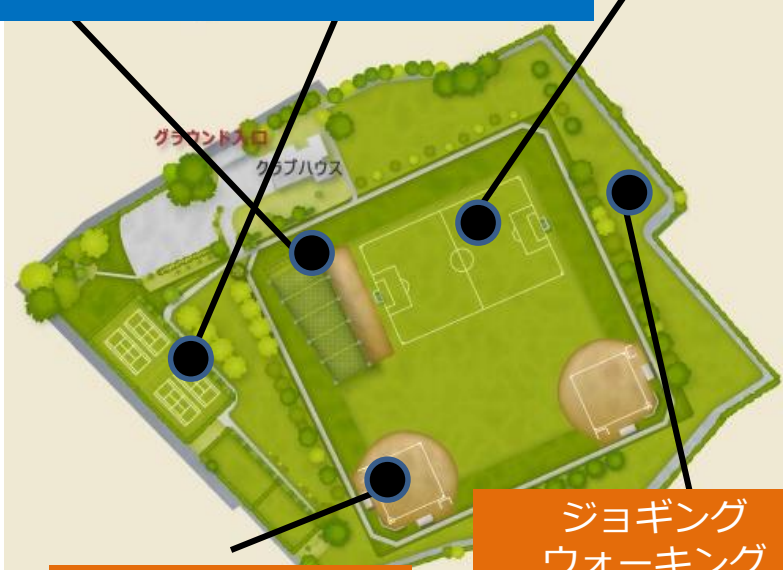
サッカーグラウンド

天然芝を敷き詰めたサッカーフィールド。グラウンドの管理人による芝の手入れも行き届き、コンディションは抜群です。

クラブハウス 施設配置図



グラウンド 施設配置図



野球場

外野に天然芝を敷き詰めた両翼75mの野球場を2面完備。練習だけでなく、大会も開催可能です。仲間を集めて、チームを作りましょう。

ジョギングウォーキングゾーン

1周700mのジョギング・ウォーキングゾーン。身体を動かしながら、敷地内に植えられた四季折々の木々・草花を楽しめます。

東京都日野市

開かれた住環境の中で、イベント等を通じて **多世代がゆるやかにつながる**団地

交流

学び

役割



若者向け
シェアハウス

ファミリー向け
菜園付き共同住宅

高齢者向け住宅

昭和30年代につくられた**多摩平団地**。
高齢化が進んでいたが、
既存のインフラを活用した取り組みで
若者から高齢者までがともに暮らす
コミュニティとして再生。
多世代が同じ場所で生活することで、
相互に活力を与え合う。



以前に染物教室を開いていた
高齢者向け住宅の居住者が
地域の住人に**藍染**を教える。
他に**編物教室**やお花見、**夏祭り**、**もちつき**
など、文化や季節のイベントを通じて自然
な形で交流している。

栃木県那須町

特技を活かしてコミュニティ内で 役割を担い、生きがいを見出す

交流

役割

サービス付き高齢者向け住宅の
一般的条件

専有部面積

25m²以上（原則）

設備

バリアフリー

サービス

安否確認
生活相談

契約

家賃支払い型

これらに加え……

「ゆいま～る那須」では
「役割」「仕事」「つながり」が持てる

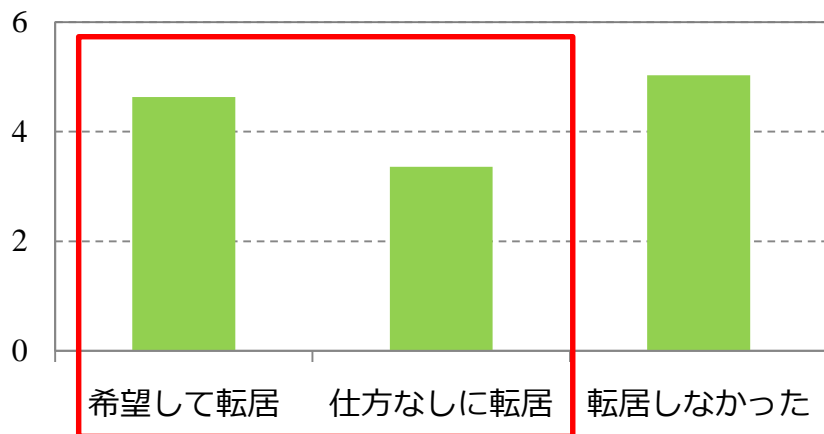


そば打ちして、ランチで皆さんに振る舞っています。人に喜ばれる仕事ができる嬉しいよ。（元そば職人・70歳代）

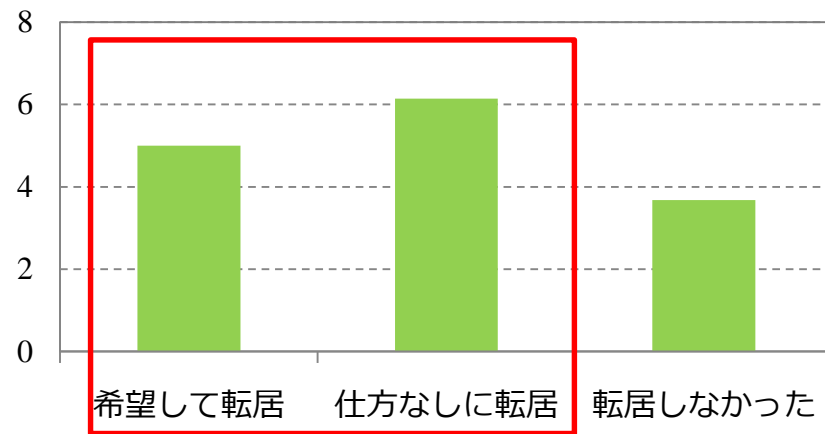


ご要望いただければ、ま～る券2枚（1000円相当）でカットします。仲間をキレイする仕事ができる、充実感がありますね。（元美容師・70歳代）

◆高齢者の転居後の生活満足度



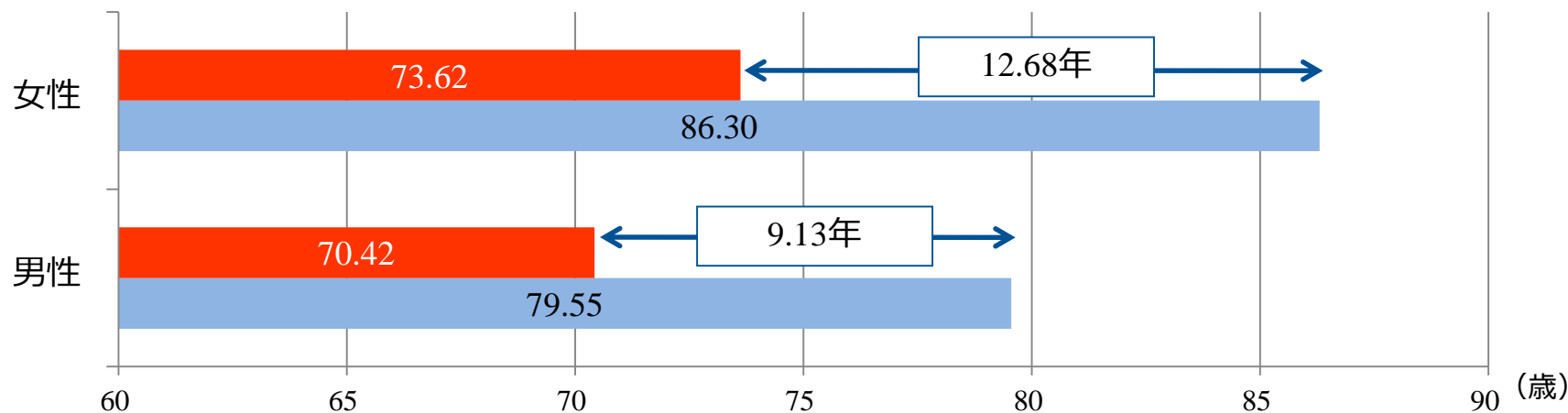
◆高齢者の転居後の抑うつ状態



(東京都老人総合研究所「中年からの老化防止・総合的長期追跡研究」より)

◆平均寿命と健康寿命

■ 健康寿命 (歳) ■ 平均寿命 (歳)



(厚生労働省「健康日本21」より)

定年を迎えた団塊世代が求める暮らしは
「隠居」から「新たな縁を創る」スタイルへ

縁居

アクティブな**団塊世代**が、いよいよ定年後の生活にはいつてきたが、この世代が今後の暮らしに求めるものは、その上の世代とは異なるようだ。

「**健康なうちに自らの意思**で、住み替え、リフォームなどを行うことにより、地域やコミュニティに**新たな縁や居場所**を創る」という動きが生まれている。

彼らが求める暮らしは、従来の「**健康・安心**」に加え、「**趣味・学び・役割を通じた交流**」であり、住まいの変化をきっかけ（=縁）として活用している。

自分の意志で最適な住まいを選ぶことは、健康寿命を伸ばすことにつながり、超高齢化社会の解決の一助ともなる可能性がある。



2014年トレンド予測

中途採用領域



ホワイトカラー・エンジニアを中心とした転職支援サービス

転職情報サイト



PCサイト



スマートフォンサイト・アプリ



転職エージェントサービス

RECRUIT AGENT

キャリアアドバイス



求人のご紹介



※サービスお申し込みはサイトから実施



笑顔の転職者、48歳

キーワード

40代・50代ミドルのキャリアに脚光の兆し

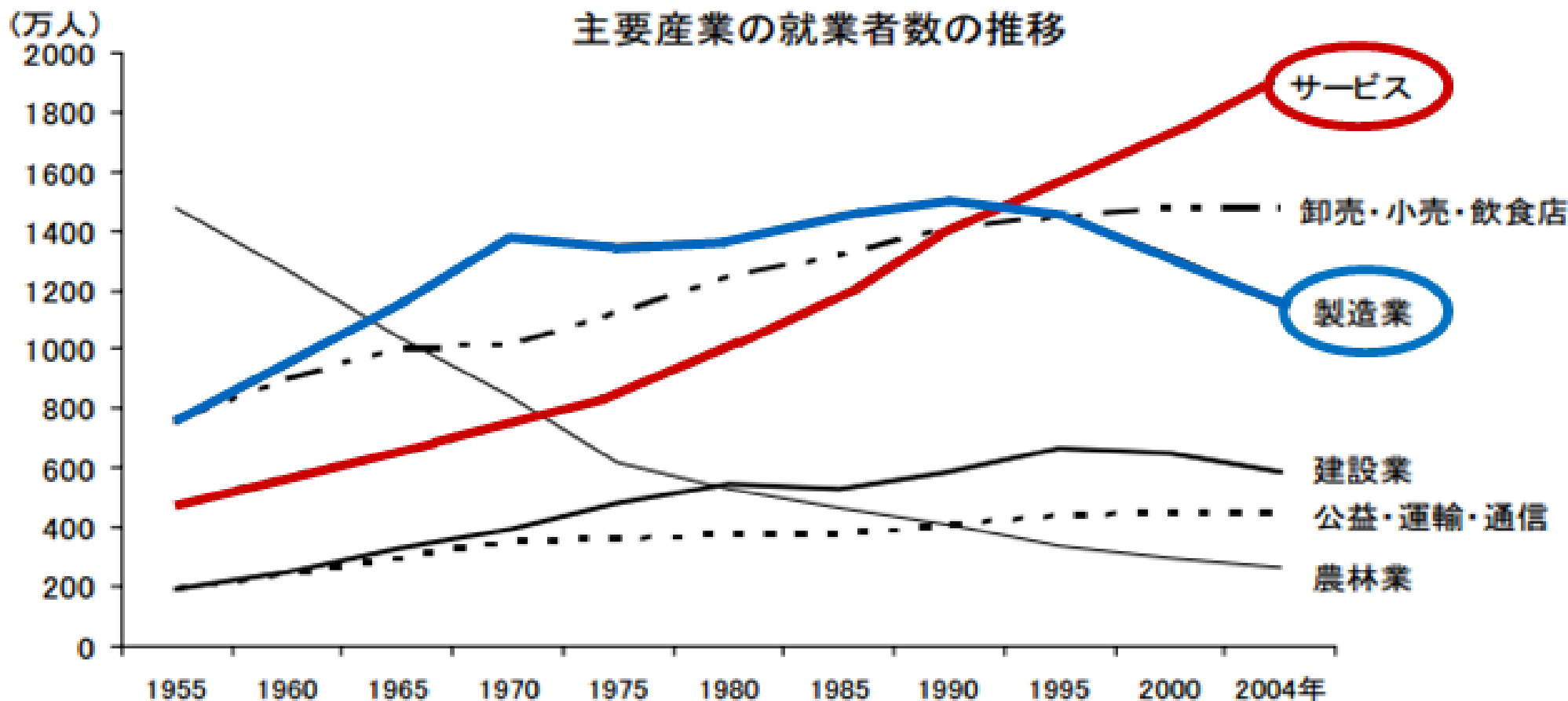
銀たま採用

40代・50代ミドル×いぶし銀スキル(※)を評価する人材採用により、業種や職種を超えたマッチングが生まれ始めている。

高度成長期の1964年の流行語、中卒・高卒の若者たちを表した「金の卵」から半世紀を経て、2014年は**銀のたまご(銀たま)**採用が注目される。

(※)業界・職種経験をもとにした専門スキルではなく、社会人経験で培われる高度な能力。
いぶし銀スキル=利害交渉能力/変革推進能力/コーチング能力/問題解決能力

過去50年間で産業別就業人口が大きく変化



【出典】
データ/労働力調査(総務省)
<http://www.stat.go.jp/data/roudou/>
グラフ/2006 我が国の工業～さらなる発展をめざす製造業～(経済産業省)
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/wagakuni/2006.html> 19

産業構造の変化により、雇用の「不」が発生

	20世紀型産業	21世紀型産業
主な業種	製造業など	IT/サービス/介護など
雇用課題	社内失業者465万人 早期定年制度の定着	慢性的人材不足 育成体制が不十分
個人状況	雇用不安 潜在能力の非活用	長時間労働

ミドル採用のホンネを人事1,000人に直撃

Q.貴社では**今後どのような能力を持つ人材が必要**になりますか？

順位	求める能力	回答割合
1	高いコミュニケーション能力があり、社外との交渉を有利に進めることができる	54.9
2	物事に対し常に問題意識をもって、目標や課題を自ら設定し、解決策を考えられる	54.1
3	顧客・社外関係者に難しい内容を的確に納得感高く伝えることができる	48.4
4	日々の判断を自分で行い、その結果、しっかり責任を負うことができる	46.0
5	予測しない状況の変化に直面しても、臨機応変にご対応することができる	39.9
6	能力や専門の異なる部下・メンバーの動機づけ・育成・指導を行うことができる	38.7
7	価値観の異なる利害の対立する顧客・社外関係者と調整し、合意を獲得できる	37.2
8	課題の優先順位をつけ、具体的な実行計画を立てる	36.4
9	仕事関連動向を抑えるため、コンスタントにスピード感を持って情報を収集できる	35.4
10	価値観・役割が異なる関係者と利害を調整し支持を獲得しながら業務を遂行できる	35.2

【調査名】ミドル層(40代・50代)の採用実績と意向
 【調査対象】人事担当者・採用決裁者
 【回答者数】1000人
 【調査期間】2013年10月
 【実査機関】楽天リサーチ
 【調査主体】リクルートキャリア

企業が必要とする能力は高度化・多様化

1

利害交渉能力

2

変革推進能力

3

コーチング能力

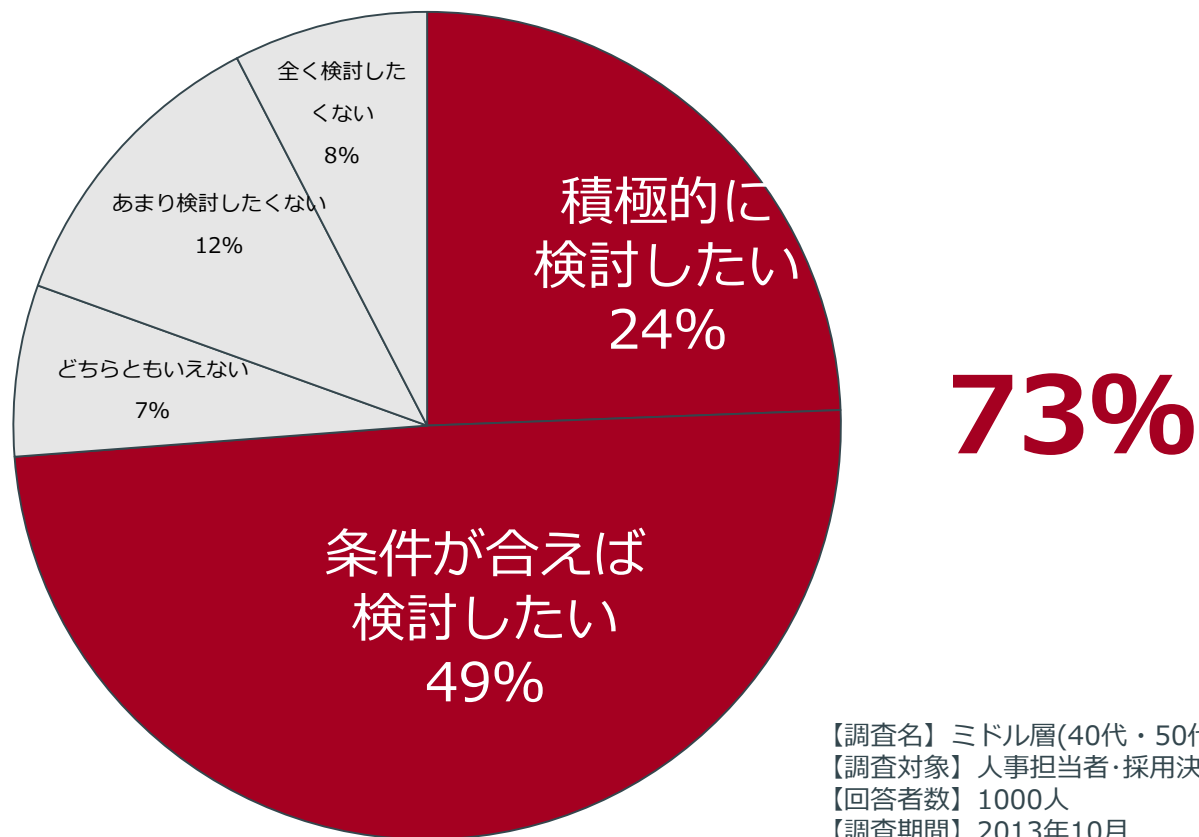
4

問題解決能力

社会人経験で培われる高度な能力 = **いぶし銀スキル**

いぶし銀スキルをもつ40代・50代を積極的に採用したいと考える企業は**7割超**

Q.前問の能力を持つ40代・50代の採用を検討しますか？



【調査名】ミドル層(40代・50代)の採用実績と意向
【調査対象】人事担当者・採用決裁者
【回答者数】1000人
【調査期間】2013年10月
【実査機関】楽天リサーチ
【調査主体】リクルートキャリア

介護施設 ホーム長に採用されたのは…

【前職】

レジャー業界・営業部長職



グランダ多摩川・大田 ホーム長
渡邊 昭彦氏 (48歳)

【採用責任者の話】

ホスピタリティ志向の強い傾向のある介護の世界に、ビジネスで鍛えられた渡邊さんの**問題解決能力**を吹き込んでもらいたかった。結果は大正解でした。



常務執行役員
人財基盤本部 本部長
保坂 享子氏

自動車部品メーカー 品質保証課長に採用されたのは…

【前職】
半導体業界・生産管理職



品質保証部 課長
木下 誠司氏 (49歳)

【採用責任者の話】

同業出身で高い専門スキルを持った候補者は他にいましたが、グローバル化に向けた**変革推進能力**を買いました。たった1年で、会社の空気を変えてくれました。



経営企画室
アジア事業開発室 室長
小寺 一輝氏

キーワード

40代・50代ミドルのキャリアに脚光の兆し

銀たま採用

40代・50代ミドル×いぶし銀スキル(※)を評価する人材採用により、業種や職種を超えたマッチングが生まれ始めている。

高度成長期の1964年の流行語、中卒・高卒の若者たちを表した「金の卵」から半世紀を経て、2014年は**銀のたまご(銀たま)**採用が注目される。

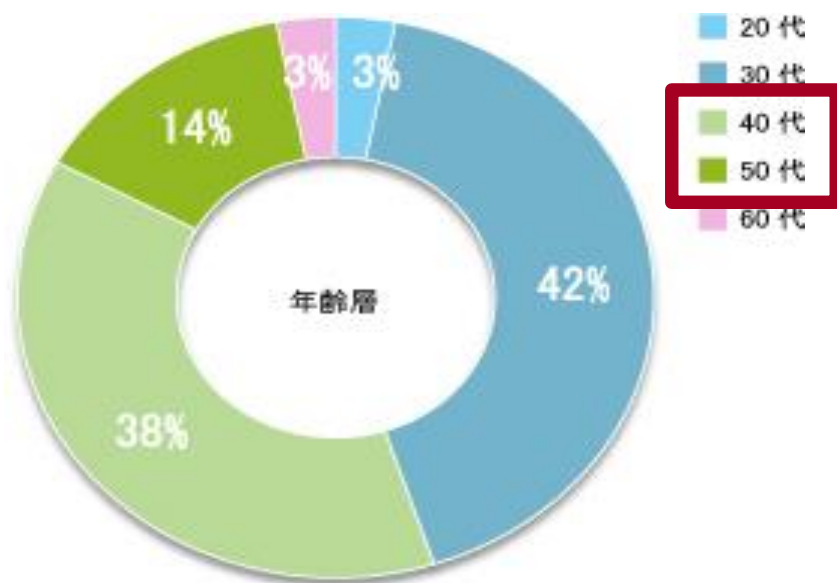
(※)業界・職種経験をもとにした専門スキルではなく、社会人経験で培われる高度な能力。
いぶし銀スキル=利害交渉能力/変革推進能力/コーチング能力/問題解決能力

Appendix

(株)ベネッセスタイルケア

- 介護施設ホーム長候補の採用を積極化
- 年間約20名の採用実績がある
- 採用された方の**約5割**が40代・50代
- 前職を問わず、幅広い業界から採用を行う

介護施設ホーム長候補採用者の年齢層



【参考】(株)ベネッセスタイルケア 中途採用ホームページより
<http://saiyo.benesse-style-care.co.jp/office/human/data.html>

ナゴヤパッキング製造(株)

- グローバルカンパニーに転換していくために、専門スキル・業種職種などにこだわらず、変革リーダーとなりえる人材の採用を強化している。
- 現時点で**2名の銀たま採用実績あり**

【採用実績】

(1)日本/品質保証部・課長 (49歳)
 半導体業界・生産管理職
 →現職 (2012年より)
 養老工場にて品質管理の進化を担う

(2)タイ現地法人/生産管理部・GM(42歳)
 OA業界・生産管理職
 →現職 (2013より)
 タイ現地法人工場の管理全般を担う



2014年トレンド予測

アルバイト・パート領域

『アルバイト・パート事業』のご紹介

アルバイト・パート探しのサイト・情報誌

PCサイト

タウンワーク



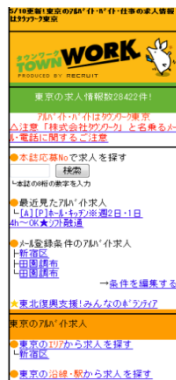
モバイルサイト

タウンワーク

スマホサイト・アプリ



ケータイサイト



情報誌

タウンワーク



FROM・エーナビ

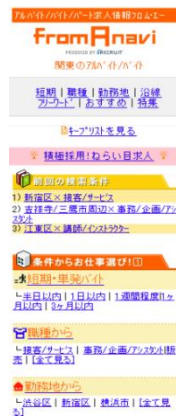


FROM・エーナビ

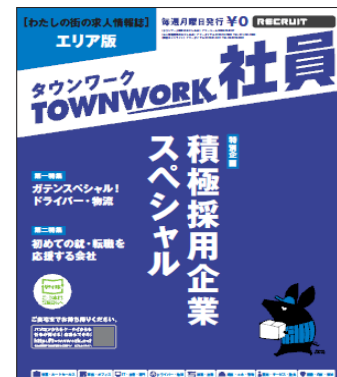
スマホアプリ



ケータイサイト

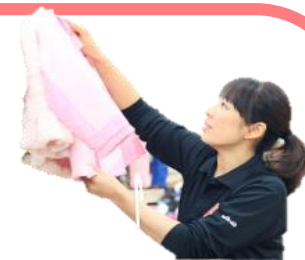


タウンワーク社員



キーワード

均等法世代が社会復帰してきた今がチャンス！
ありのままの“ママのチカラ”を企業のチカラに！



ありのママ採用



これまで**若者の採用**が中心だった、
接客サービスのアルバイト現場に**大きな課題**
(採用難・顧客の高年齢化・サービス力向上)

男女雇用機会均等法施行後に働きはじめた
ポジティブな女性の子育てがひと段落、
社会復帰の機運が高まる

- ①**熟のチカラ** (家事や子育てなどの人生経験で養われてきたママのスキル) に加え、
- ②**若のチカラ** (今どきミドル層ならではの若々しいコミュニケーション力) を備えた
「**今どきのミドル層女性**」の活躍が目立ってきた！

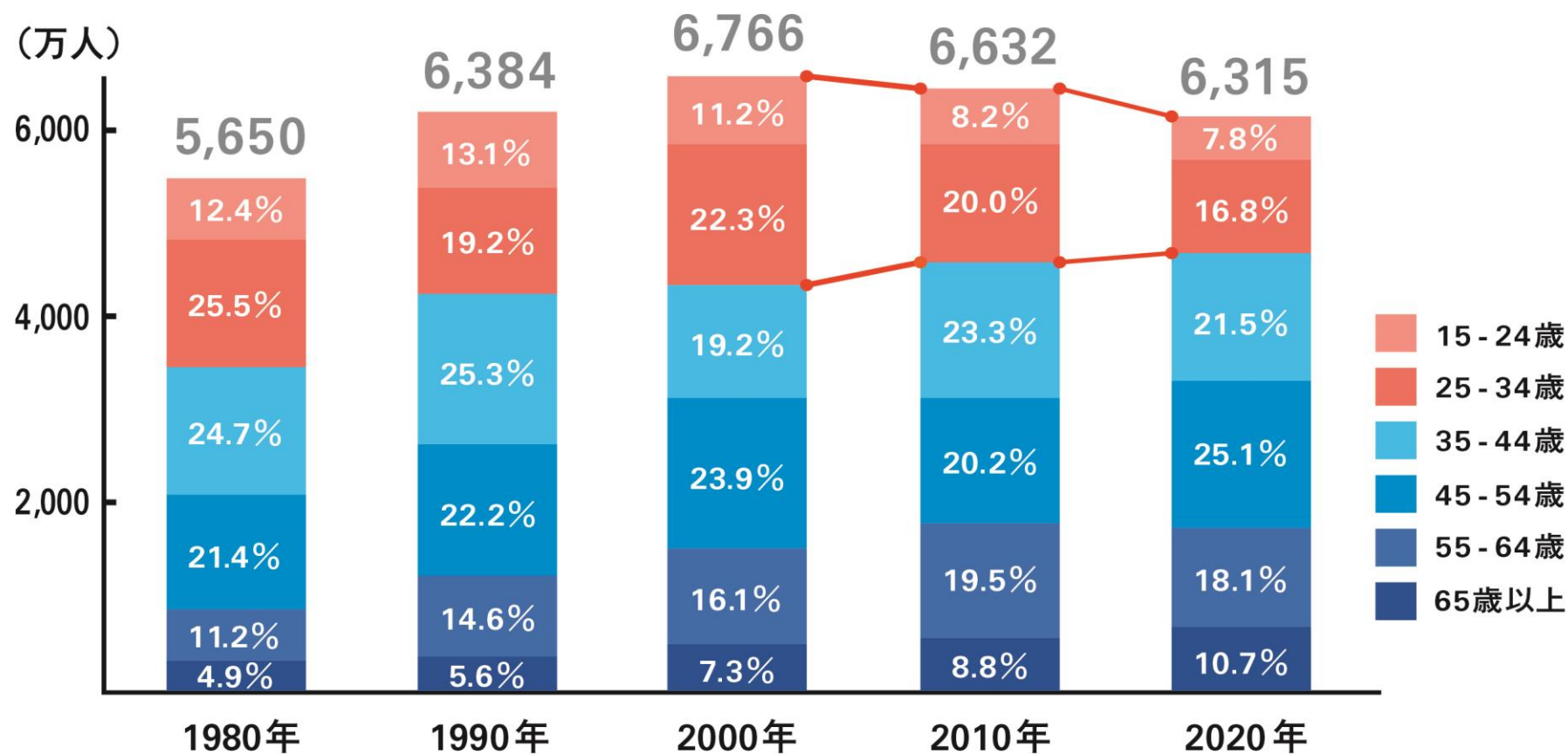
「働くのが久しぶりで不安」という方も大丈夫、ママの経験は十分スキルになる。
企業は、彼女たちの**ありのままのチカラ**に着目し始めている。
そんな「**ありのママ採用**」が、企業の飛躍の鍵を握る！

なぜ、今
「ありのまま採用」が、
注目されているのか？

34歳以下の若年層労働人口は減少の一途、 2020年には労働人口の1/4にまで減少する見込み

34歳以下労働人口

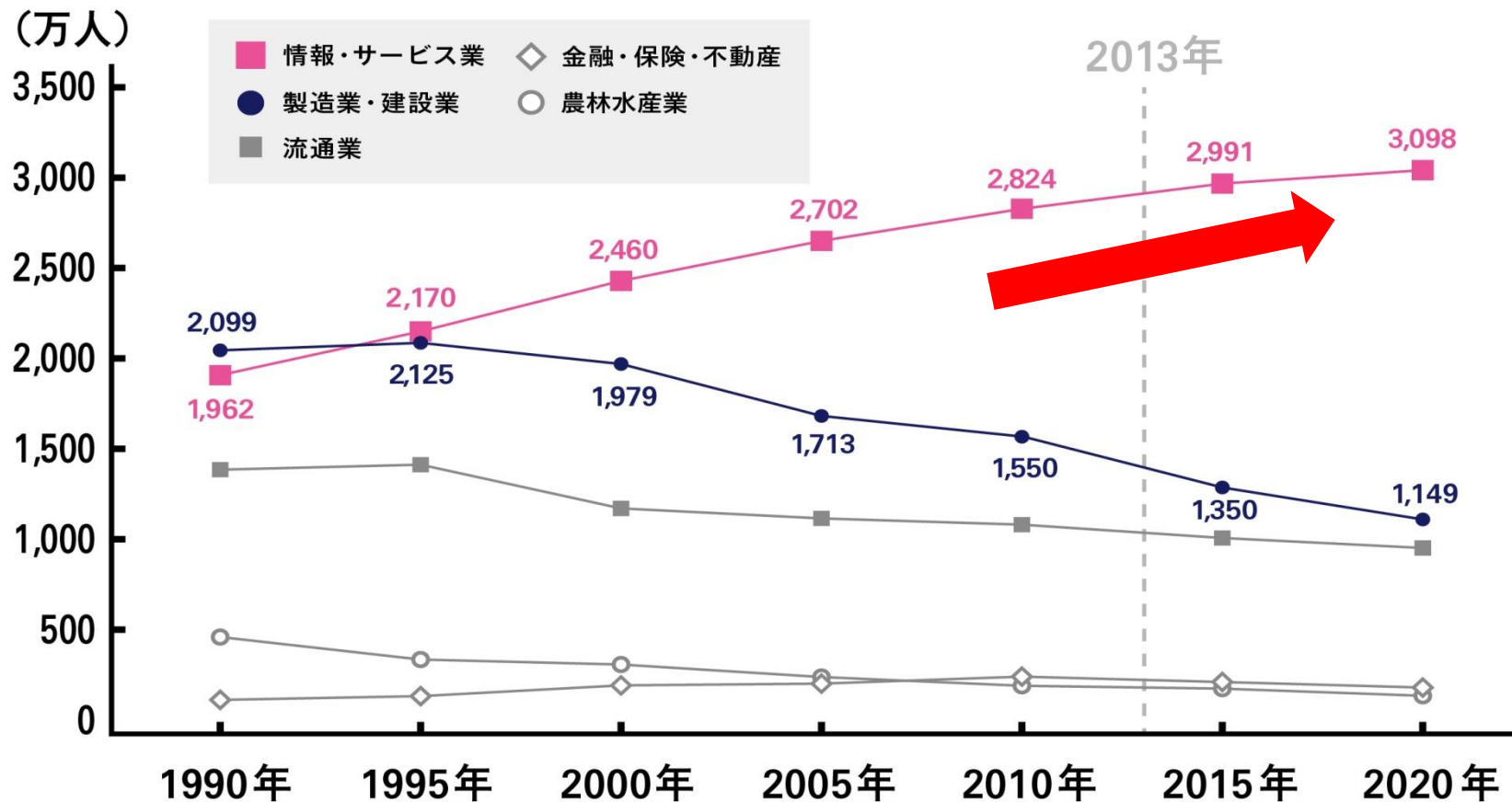
33.5% → **28.2%** → **24.6%**



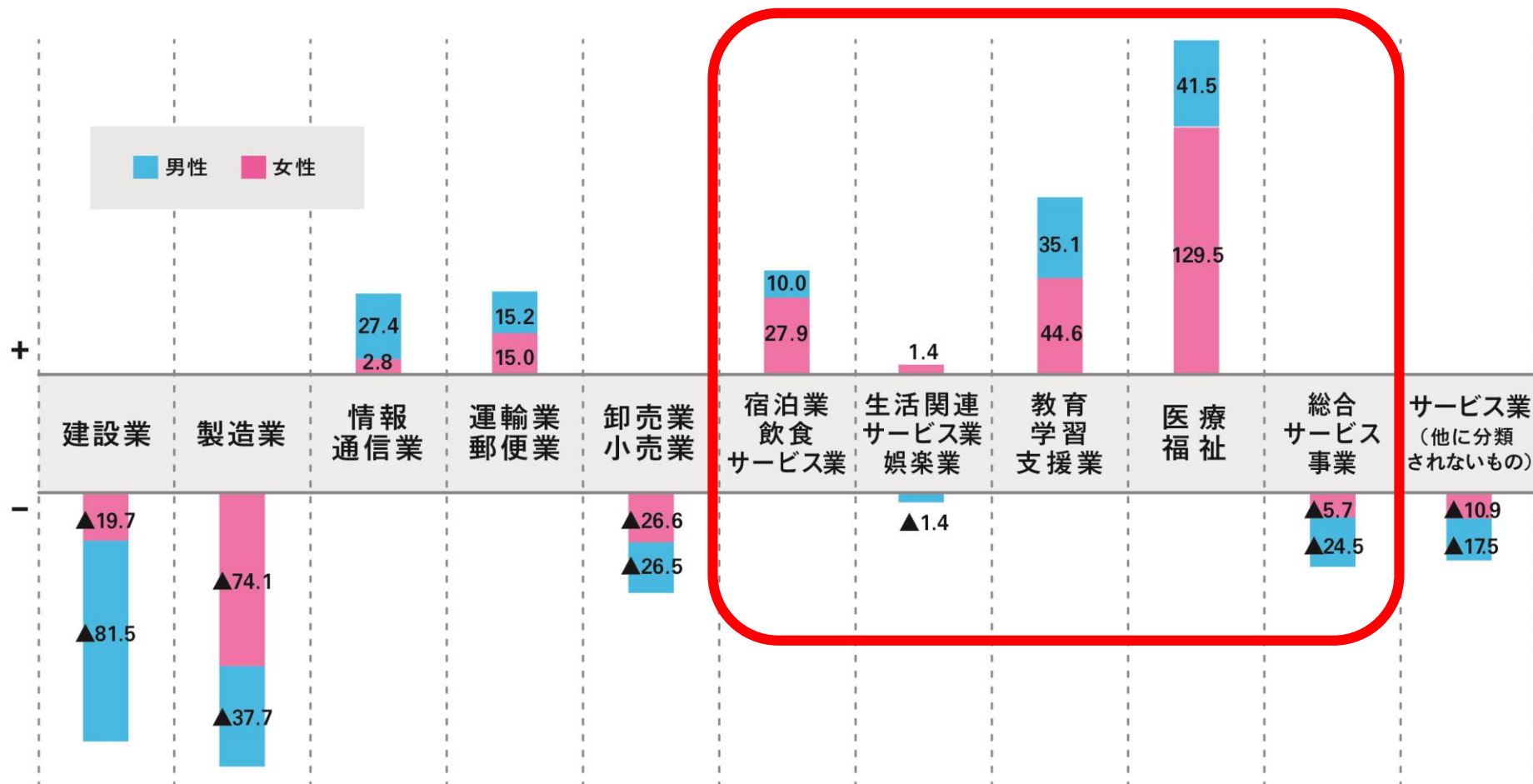
出所: 「労働力調査」総務省(年平均値)

※2020年のみ、右記推計値: 2011年「2020年の「働く」を展望する成熟期のパラダイムシフト」リクルートワークス研究所)

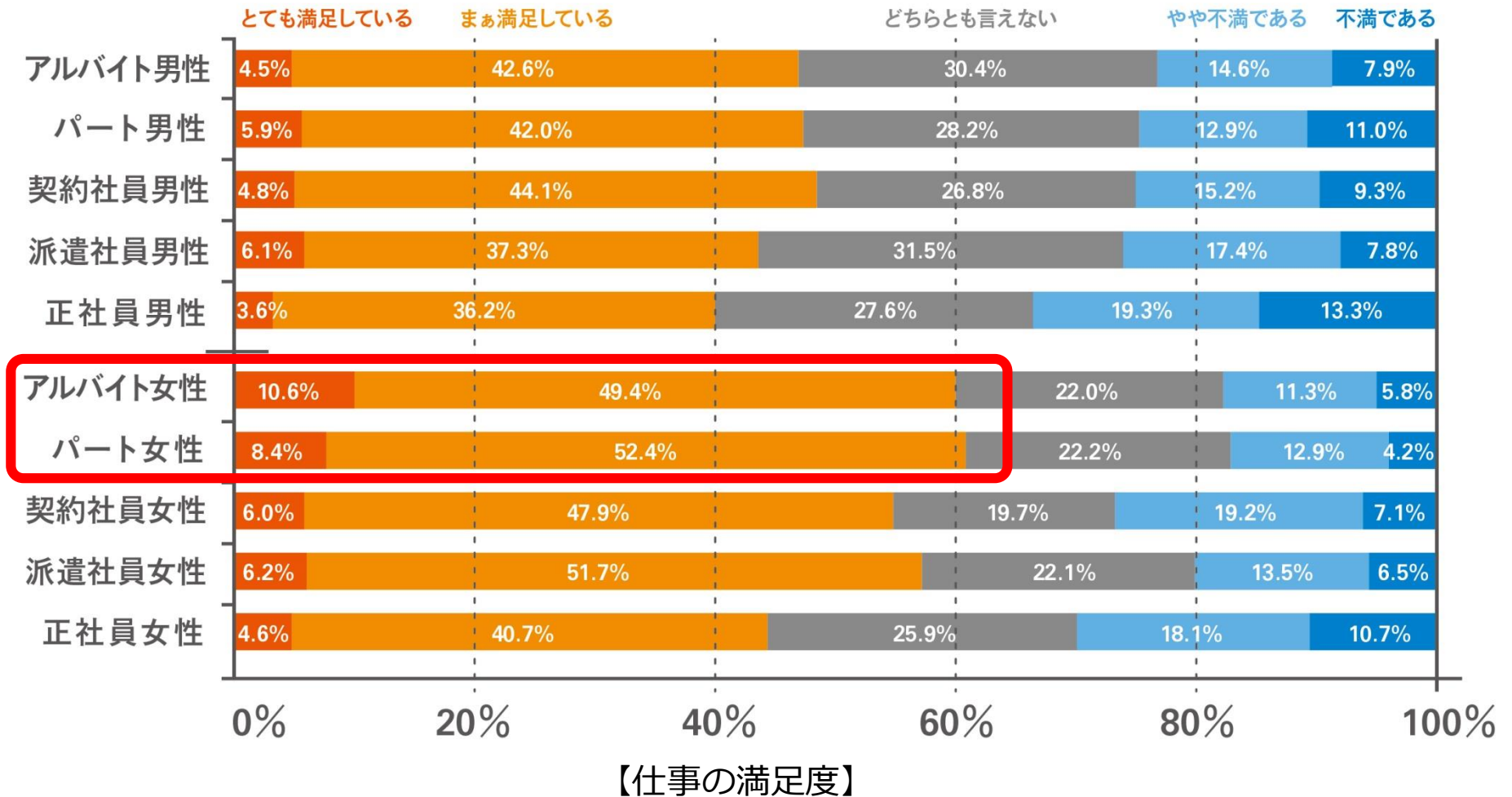
サービス業の就業者数は一貫して増加 2020年に向けてさらにその傾向が継続



サービス業への従事者は、女性の方が伸び率が高い。



モチベーションの面でも女性のパートタイマーは仕事満足度が高く、男性よりもポジティブ。



均等法世代ママの社会復帰が増加

45歳のミドル層女性の例



1986年 男女雇用機会均等法施行 18歳

社会人経験

1996年 結婚 寿退社 28歳

1998年 第一子出産 30歳

2000年 第二子出産 32歳

ママのチカラを養う

2013年 第二子中学入学 45歳

子育て一段落で社会復帰意欲

ありのママのチカラは「熟」と「若」で構成

「熟」のチカラ

家事・育児経験から得た
おもてなし力

母親的思いやりあふれる
マネジメント力

主婦業務で鍛えた
テキパキ力

「若」のチカラ

若者ともフランクに接する
コミュニケーション力

均等法世代

女性が働くのは当たり前！

社会経験があるため
安心して即戦力に

助かる～！



「ありのママ」のマネジメントで、職場活性。

子育て経験を活かし
きちんと注意し
思いきり褒める

持ち前の包容力で
店長とスタッフの
パイプ役に



渡辺佳子さん（39歳）
ブックオフスーパーバザー勤務
総合リユース担当
家族構成：夫と息子（高校生）



お店の雰囲気がいいのは渡辺さんのおかげ。たとえば朝礼を変える等、私が新しい方針を打ち出すとき、率先して浸透させたり、スタッフの意見を私に知らせてくれ、職場の潤滑油になってくれています。（店長/松下氏）

「ありのママ」のおもてなしで、サービスの質向上。

育児経験を活かし ファミリーのゲストをケア

- ・ベビーカーや子供イスの扱い
- ・お子様の歩くペースでご案内
- ・ぐずる子への上手な対応

リピーターの 名前を覚えて接客

名前を読んで自然と
コミュニケーション



京子さんのおかげで、サービスの質が向上しています。

育児経験、人生経験から自然に身につけたホスピタリティが素晴らしい。

接客へのプロ意識はお手本です。（アシスタントマネージャー/杉村氏）

さまざまな業態で、職場のモチベーションアップから 売上拡大まで貢献する兆しが広がってきた。

① 職場のモチベーションUP

「お母さん」と呼ばれているクルーがおり、
人望も厚く、顧客クレームなども対応。

20代の店長以上に頼れる存在に。

(コンビニエンスストア)

ママ店長のお店でスタッフ定着が進み、

2年間採用費ゼロを実現。

(飲食チェーン)

② 店舗の売上UP

料理の試食、売場の配置で

主婦の知恵を活かした提案

→売場活性化

(スーパー)

主婦を店長候補として戦略採用。

主婦ならではの視点で店舗運営。

ついで買いなどで客単価を上げ

男性店長の店舗より売上拡大。

(デリカ販売)

ママのチカラを戦略的に活用。復帰を仕組み化。

ミキハウスリンク

- 退職者が入会するサークル
- ・社長が毎年年賀状を送る
- ・会報誌と求人情報を送り、
復帰したいママとの
マッチングを図る

復帰

子育てキャリアアドバイザー制度

新米パパ・ママのお客様に
自身の子育ての体験等を
踏まえながら
アドバイスする販売員



主婦やママだからこそ、できる仕事がある。主婦である、ママである、ありのままの自分に自信を持って社会に飛び出してほしい。弊社の地道な取り組みが、女性の働き方を考えるヒントになれば幸いです。



人事部長
藤原裕史氏



ありのままの“ママのチカラ”を、企業のチカラに！

ありのママ採用





2014年トレンド予測

社会人学習領域

社会人がスキルアップ、転身・転職するための講座や
趣味のレッスンを発見できる
スクール情報誌、資料請求&レッスン予約サイトです。

月刊情報誌



首都圏・東海・関西エリア
にて毎月25日発売中
特別定価100円



※シリーズムックも発行

PCサイト

ケイコとマナブ.net
(<http://www.keikotomanabu.net/>)



モバイルサイト

モバイル用サイト



アプリ



キーワード

2020年に向けて
「**語学力**」で訪日外国人を「**もてなす**」

語もてなし

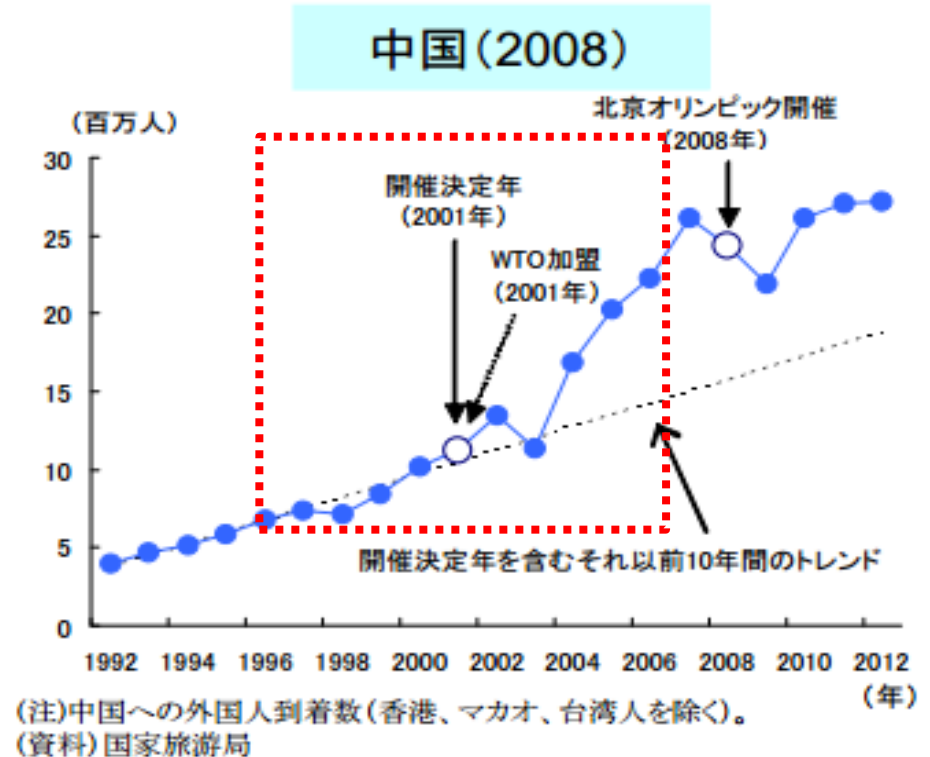
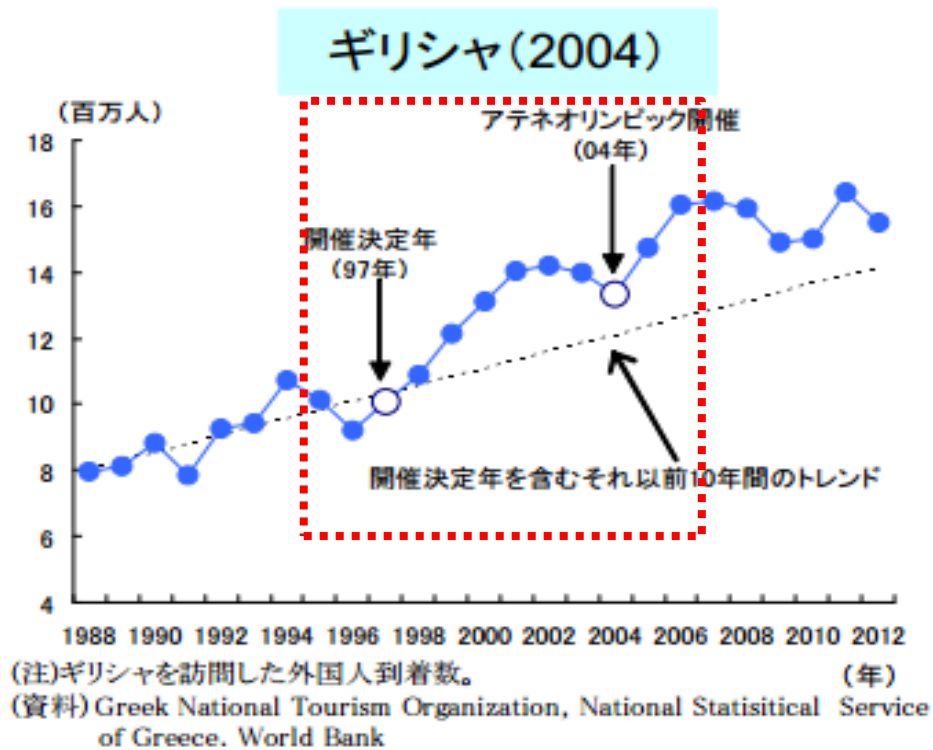
サービス業、特に従来から意識の高い観光業にとどまらず、美容や販売業、医療業の現場でも、訪日外国人へサービスを提供する機会が増えている。五輪決定を機に、その傾向がますます高まることは必至。

現場のサービス業従事者は、語学力を向させることで、より行き届いた「おもてなし」をしたいと考えている

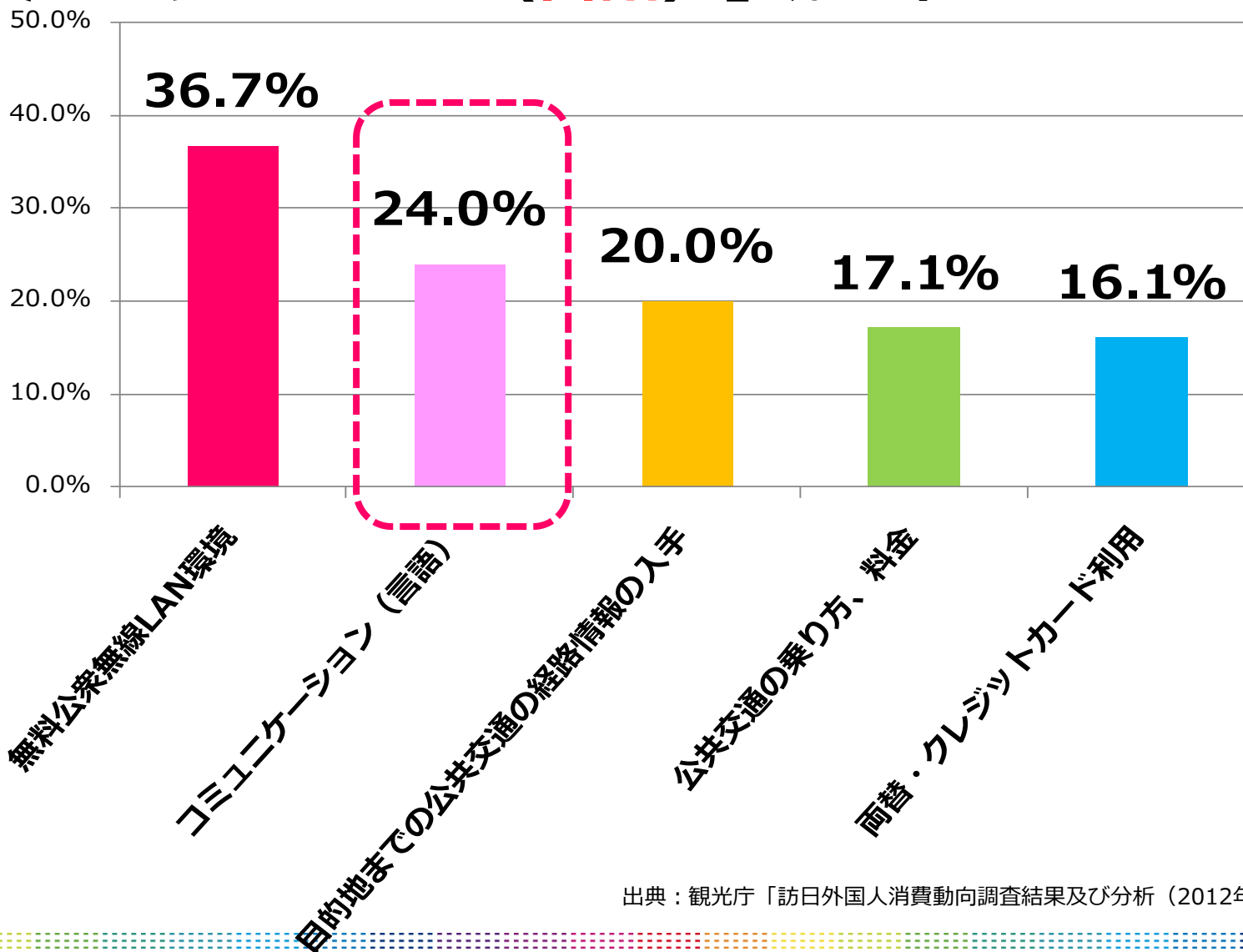
そんな中、それぞれの業界の特徴に合わせて、業務上必要な語学力を身につけられる民間スクールが出始めている。今後は、個人のみならず、企業研修として取り組む店舗や業種が増えていくと予想される。

五輪決定はインバウンド観光客数に大きく影響する。 日本も2020年には**現在の3倍の2500万人**を見込む。

オリンピック前後のインバウンド観光客数



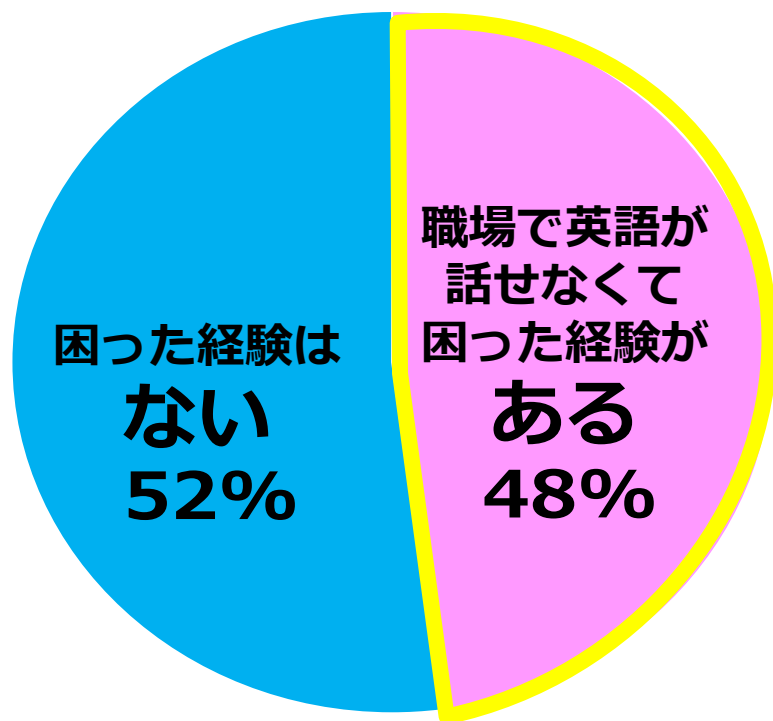
旅行中に最も困ったことは 「コミュニケーション（言語）」が上位



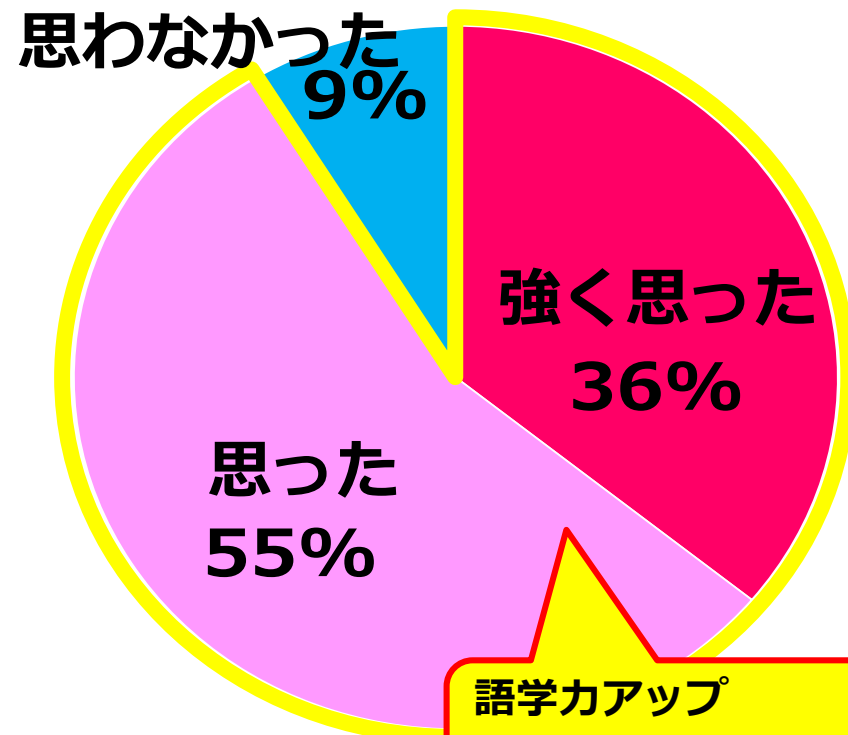
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査結果及び分析（2012年12月）」より上位抜粋

サービス業従事者の9割近くが、 業務のために語学力をアップさせたいと考えている

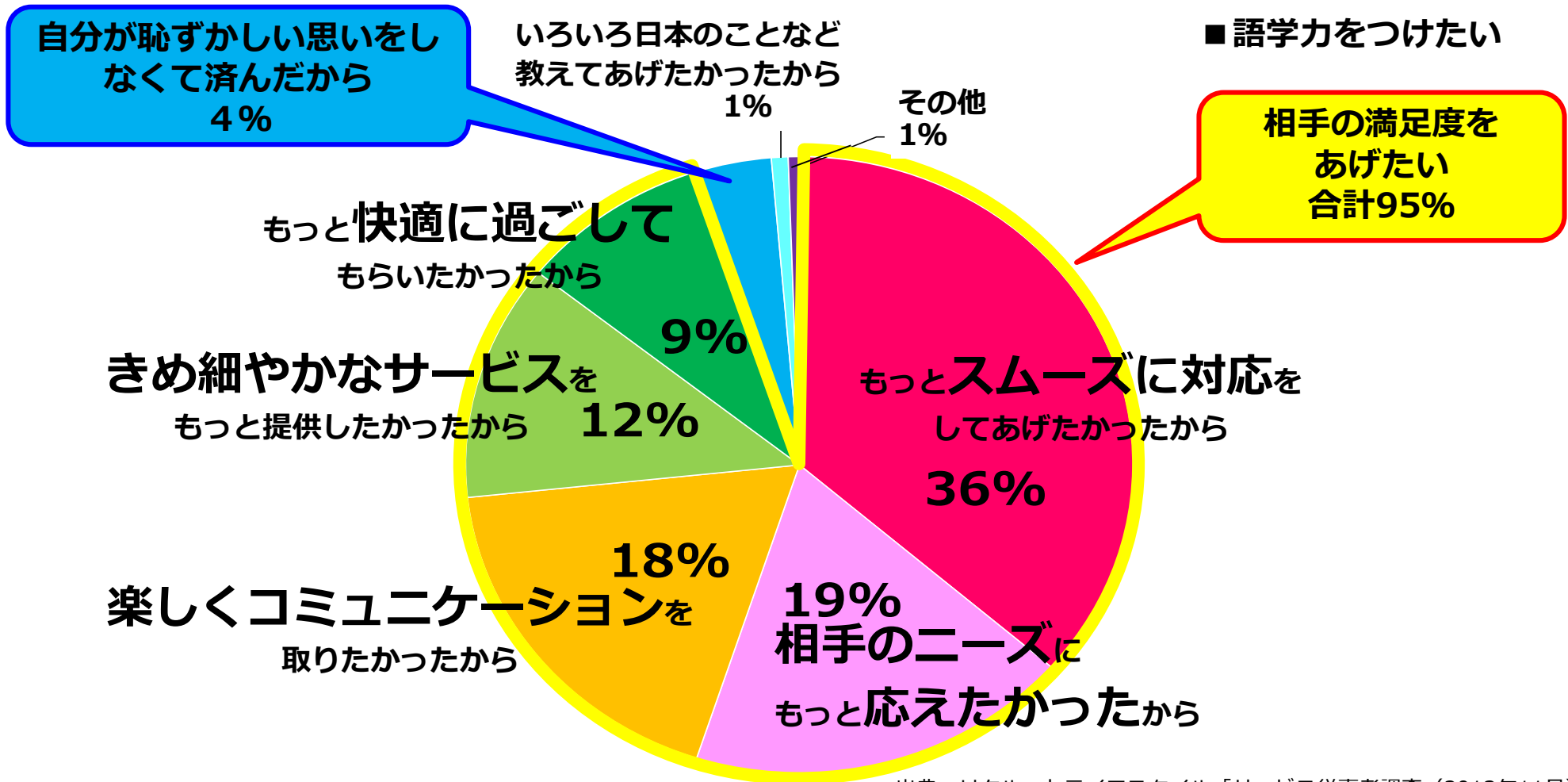
■ 職場で英語が話せなくて困った経験は？



■ その時、自分の語学力をアップさせたいと思いましたが？



語学力をつけたい理由は、「訪日外国人の満足度をあげるおもてなしのため」が9割近くを占める



サービス業従事者からの問い合わせは、 ここ5年間で他職業と比較して**顕著に増加**している

職業（業界）	2009年	2013年	5年間伸び率
サービス	21%	27%	6pt
クリエイティブ・マスコミ系	10%	14%	4pt
各種専門	10%	12%	2pt
建築・土木	6%	5%	1pt
技術	10%	8%	-2pt
営業	19%	10%	-9pt
管理・企画・事務	14%	14%	0pt
その他（公務員 etc.）	10%	10%	0pt



業務に則したフレーズの習得を希望しているため、 各職種ごとにその内容は全く異なる。

販売業

「海外仕様のクレジットカードが使用できない時の説明」
「すそ上げがあるかどうかなどをきいてあげたい」
「洋服のコーディネートアドバイス」

医療業

「服薬の指導説明」 「診察室への案内時の呼び方」
「院内のルート案内くらいは簡単にできるようにしたい。」

飲食業

「食物アレルギーがあるかの質問と食材の説明」
「掘りごたつ、禁煙は満席だが喫煙ならすぐに案内可能等」
「ドリンクバーの説明 お一人様ワンオーダー制の説明」

美容業

「マッサージをする力加減や好み」
「日本で流行っているメイクをおしえてあげたい」
「今日セットしたヘアケアの薬剤や技術、今後のセットの仕方」

企業として訪日外国人の獲得を積極的に行うために 従業員へ英会話教育を実施するサービス業も

D-Heartman (ハートマン) バー (銀座)

D-Heart man



週2回・開店前に1時間“ていねい”英語の研修

- 訪日外国人を迎えるスキルの必要性を強く感じ、今年度9月から開店前に研修開始
- ホテルマンが使うレベルの“ていねい”な表現、言い回しに絞った内容

Willbe ウィルビー 英会話学校 (池袋)

Willbe



百貨店と協働して仕掛ける“商店街”の英語力up

- 百貨店内のスペースを利用した、浅草・仲見世など地元商店街の老舗店舗の従業員（老若男女）用の英会話講座相談案件が増加中

日本人の高度な技術・丁寧な接客が特に支持される “美容業”では語学力UPがビジネスチャンスに！

ネイルクイック ネイルサロン（全国）

NAIL QUICK



毎月&随時、従業員に英語研修を実施

- 毎月の店長会議で希望者、また現場の希望従業員にも接客英語の研修を無料で実施中。
- 特に広尾や成田空港の店舗では飛び込み客が多い。デザイン要望、爪の形、オフの方法を説明できる接客用英語を学ばせている。

美容院HAYATO ヘアサロン（六本木）

HAYATO
S A L O N



スタッフ全員をバイリンガルにしてから配属

- 顧客の40%を外国人が占める
- すべてのスタイリストが2年以上、NYで外国人の髪質理解などの美容技術と語学研修を受けてから東京店舗に配属となる。
(インターナショナル育成プログラム)

「日常英会話」や「ビジネス英会話」ではない、
第三のカテゴリー「**語もてなし英会話**」の確立が必須。

	日常英会話	ビジネス英会話	語もてなし英会話
学ぶ内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 文法 ● 語彙 ● 発音 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商談・交渉 ● プレゼン ● 資料作成 	<ul style="list-style-type: none"> ● メニュー案内 ● システム紹介 ● 電話予約の受け答え
受講料	10万円～	20万円～	～5万円
受講期間	3カ月～	1年～	～3カ月
具体的フレーズ	「私の趣味はゴルフと映画鑑賞です」	「今回の製品の特長は3つあります」	「洗髪のお湯加減は、お熱くないですか？」

カスタマイズ 英会話 We (渋谷)

We



- 「販売員」「接客・飲食」など業種ごとに必要な英語を学ぶ「**ジョビングリッシュ**」を展開。（5回・2万円前後）

＜「美容師イングリッシュ！」の例文＞

「Please come here to the shampoo station.」

⇒シャンプー台にご案内致します。

「Is there any place you feel itchy?」

⇒かゆいところはございませんか？

- 五輪開催決定以降、問い合わせが増加し「**美容師、アパレル販売、レセプション**」等の**サービス業従業員**からの問い合わせが半数を占める。
- ビジネス英語全体の問い合わせも**昨年比120%**に。

販売員 ジョビングリッシュ



アパレル店の英語を学ぶ。
随時受付中

申込み
受付中!

COCO塾 (全国)

COCO塾 Communication Competence

“医療関連コース（初級・中級）”

- 看護師や医療関連スタッフを対象とした、英語コースを設置。全48回で約25万円。
- 初級では看護師や医療関連スタッフとして、患者と接するための基本的な英語力を身につけ、中級では専門用語を盛り込みながら、具体的なメディカルシーンで使える実践的英語。



百貨店 ワインショップ^o店長 I さん (37歳)

- ◆勤務地：横浜（以前は銀座、千葉等）
- ◆仕事：ワイン・チーズ商品接客
- ◆通い始め：2年前から
- ◆受講料：40万円/週2～3回
- ◆スクール：Gabaマンツーマン英会話



gaba

Q.きっかけ

A.場所柄もあり、**1日に5組程度の外国人のお客様が来店**。語学ができる後輩に任せていたが、店舗責任者の自分こそ語学対応ができた方が良く、と思うようになった。

Q.「語もてなし」したいこと

A.扱っているチーズやワインの魅力に加え、日本の食文化、食事との相性、商品誕生のストーリーを伝えたい

Q.実際に使っているサービス英語

A.「(ワイン瓶を) **パツキンで巻きますか?**」

「保冷剤をおつけしますか?」 「100gはこれ位です」

「横浜名物の**シューマイにはこのワインがおすすめ**です」

Q.周囲の「語もてなし」への取り組み広がり

A. せっかく来日してくださったお客様に、自信をもって**笑顔で接客し、日本を好きになってもらいたい。**

キーワード

2020年に向けて
「**語**学力」で訪日外国人を「**もてなす**」

語もてなし

接客業従事者は、そもそも人と接することが好きだからこそ、その仕事を選んだ人が多い。

そんな中、日本人だけではなく、海外からのお客様を接客するシーンが増える中で、彼らに満足してもらえるサービスを提供したいと思っている。

そのためのツールが「語学力」であり、安心して、さらにきめ細やかな接客＝「おもてなし」することを可能にする。

その動きに供給者側も対応を始め、2014年は「語もてなし」元年として2020年に向けて大きな節目の年になるであろう。



2014年トレンド予測

進学領域



進学情報サイト・情報誌

情報誌

リクナビ進学ブック



高校生の進路選択をサポートするサービス

PCサイト

リクナビ進学

<http://shingakunet.com>



モバイルサイト



受験サプリ

<http://jyukensapuri.jp/>



大学経営層対象

カレッジマネジメント



高校教員対象

キャリアガイダンス



進学総研サイト

<http://souken.shingakunet.com/>



ステークホルダーへの情報発信

キーワード

いつでも、どこでも、何度でも。
スマホで、スマートに勉強！

スマ勉



- ・ **スマートフォンを使って、勉強をする高校生が増加**している。
- ・ **海外では**、大学教育のオープン化や単位認定、高校生の受験勉強への**活用が進んでいる**。
日本では、これまで社会人の活用が進んできたが、今後は高校生にも波及。
- ・ 高校生が受験勉強で活用するようになった背景としては、
①デバイスの普及 ②デバイスへの親和性 に加え、
③受験勉強に対する4つの「不」（①距離、②時間、③価格、④品質）
- ・ スマ勉のメリットとしては、いつでもどこでも（即時性）、
何度でも（反復性）低料金で高品質な授業を、利用できること。
ここ1～2年でサービスも増加し、高校単位で授業として導入する例も出てきている。

大学の講義のオープン化が受験勉強に拡大。
海外の先行事例が日本にも波及している。

大学講義のオープン化 (MOOC) の登場

- 世界の大学550以上の講義を、無料で受講できる大規模公開オンライン講座。すでに700万人以上が受講。
- 2013年2月に東京大学がcourseraに、同年5月に京都大学がedXに参加表明。
- 日本版MOOC (JMOOC)の発足

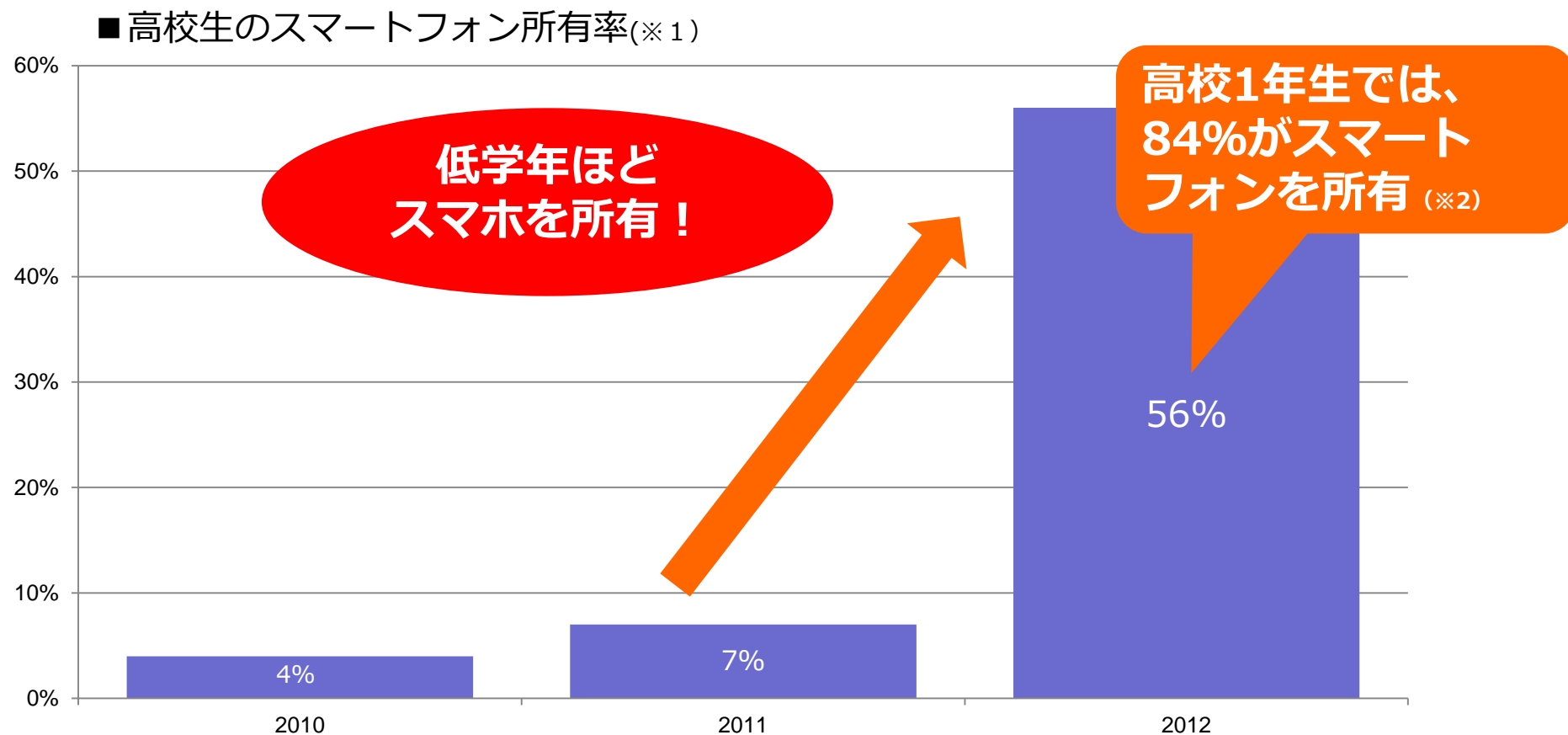


韓国ではオンライン予備校 Megastudy が業界No.1に

- 成功の要因は、タブレット端末が普及したことに加え、有名講師人の授業が低価格で受けられること



高校生のスマートフォン所有率は6割弱。
経年で大幅に増加している。



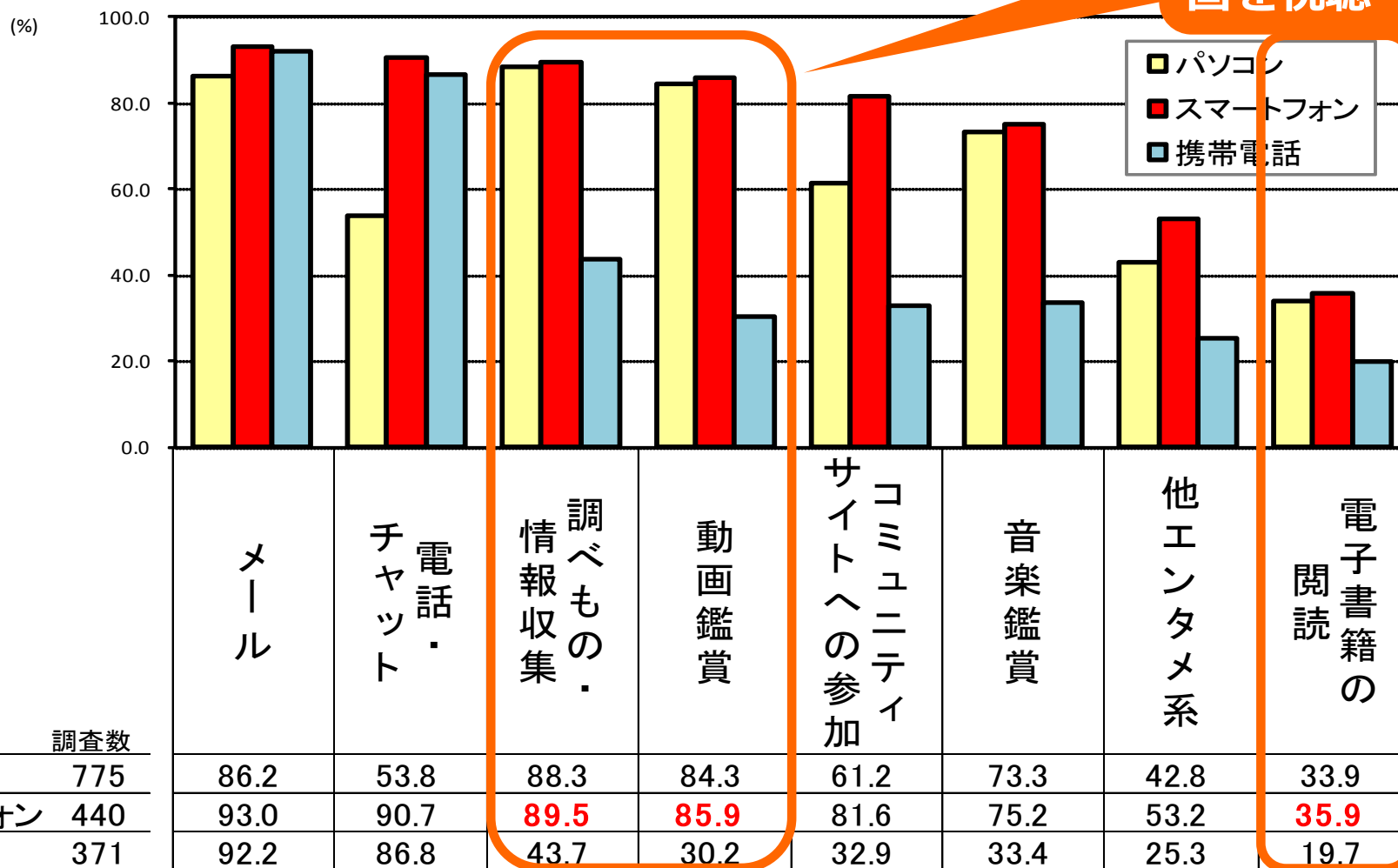
※1 内閣府調べ (2012年11月時点)

※2 総務省調べ (2013年6~7月時点)

高校生にとってのスマートフォンは「手の中のパソコン」であり、使いこなす世代

■パソコン、スマートフォン、携帯電話の利用目的

86%の高校生がスマートフォンで動画を視聴



調査数

パソコン	775
スマートフォン	440
携帯電話	371

受験勉強には、4つの「不」が存在する。

受験勉強の4つの「不」

①
距離

近くに
塾・予備校
がない

②
時間

時間がない
忙しい
(部活など)

③
価格

お金が
かかる

④
品質

いい講師が
いない、
教材がない



「スマ勉」のメリットは、
低価格で高品質な授業を、効率的に利用できること。

即時性

いつでも
どこでも

低価格

低価格で

反復性

何度でも
繰り返し

高品質

良質の
講師や教材



オンライン予備校「受験サプリ」でも、約7割がスマートフォンからの利用。

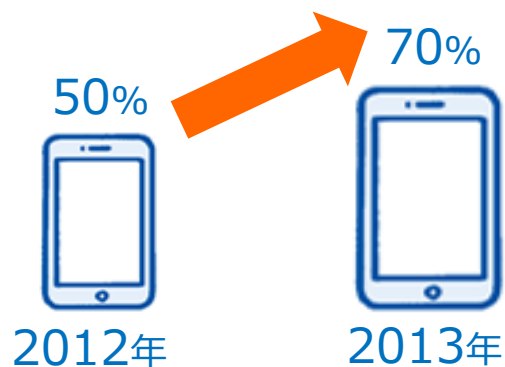
- ・ 受験生20万人が利用している
オンライン予備校「受験サプリ」(リクルート)の例



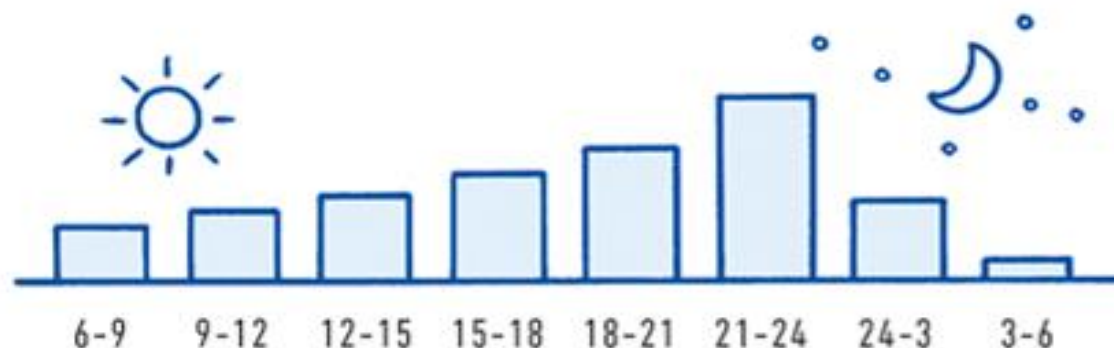
スマートフォンからの
利用が約7割 (昨年は5割)

家だけでなく通学時間や昼休み、
放課後にも利用されている

利用環境



利用時間



この1～2年でスマートフォン向けサービスが急増。
無料あるいは低価格で提供されるものが多い。

オンライン授業（講師）



manavee
大学受験まなぞう
受験サプリ、
大学受験倶楽部
エブリディゼミナール…



勉強アプリ（教材）

英単語、
古文単語、漢字
数学公式集、
物理公式集、
日本史・世界史一問一答
…



勉強SNS（つながり）

Quipper
STUDYPLUS
ednity…



事例①

スマホのアプリで「すきま時間」 + 「ながら時間」も勉強

ナオさん（宮城県：私立高校2年生）

スマホ
ネイティブ世代
の勉強法！



- 勉強アプリは15個ほどダウンロード。
- バスでの通学時間などの「すきま時間」に加え、テレビを見ながら、ご飯を食べながらの「ながら時間」に利用。

■ よく使う勉強アプリ

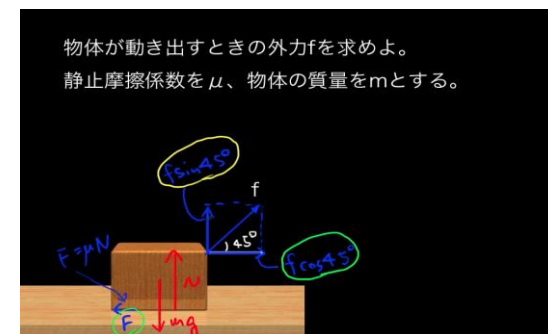
『英単語1800』（無料）

- 発音が音声で聞ける英単語アプリ
- 間違ったところだけ何度も確認テストできるのがよい



『ロバスト物理』（無料）

- 物理の公式や問題を、実験の動画や運動シミュレーションの解説付きで学べるアプリ



- 実際の動画で見ると動きがわかりやすく、公式を丸暗記するよりも理解が深まる

事例②

授業の補習・自習教材として、 オンライン予備校を導入する高校

岡山龍谷高等学校（岡山県）

【導入概要】

- ・新設された「R(龍谷)アカデミア室」にiPadを設置。
- ・オンライン予備校「受験サプリ」を、
授業の補習・自主教材として利用。

【導入の目的・狙い】

授業の補助教材として利用することで、
先生の発想や生徒のペースに合った授業展開が可能に。

「教師が英文を書く時間などは短縮。講義の重要な箇所は、
教師による二重解説を行ったり、大学の過去問を映し出して、
比較検討したりしています。教師自身が新しい発想で
活用法を考えており、生徒の発想力も伸ばすことができます」
（先生）

【導入後の変化】

「習慣化しやすく、生徒の学習サイクルの一部として自然と
組み込まれていると思います」（先生）



事例③

予習でオンライン講義を視聴、 授業ではグループ学習などを実践 (反転授業)

近畿大学附属高等学校 (大阪府)



【導入概要】

- ・ 2013年4月より、iPadを新入生1,048人全員に導入。
- ・ 数学と英語の一部授業では、予習として家で講義のビデオを視聴させ、授業中にはグループ学習などを行う「反転授業」を実施。

【導入の目的・狙い】

- ・ 単なる知識伝達はネットで効率化。授業時間はグループ学習を通じて、自主的に学ぶ力を育む。
「生徒には単なる学力ではなく、自主的に学ぶ力やコミュニケーション能力など、社会で必要な力をつけてほしい。基礎的な知識は自宅で学び、授業ではグループで議論や発表をして、理解を深めています」 (先生)

【導入後の変化】

- 「生徒からも自主的に質問が出るようになるなど、意識が変わったように感じます」 (先生)
- 「皆で教えあうので、普通の授業だと質問しにくい所が聞けて、苦手意識がなくなった」 (生徒)
- 「他のグループに聞きに行ったりして疑問を解決しています。一方的に教えてもらうより記憶に残っています」 (生徒)

キーワード

いつでも、どこでも、何度でも。
スマホで、スマートに勉強！

スマ勉



- ・ **スマートフォンを使って、勉強をする高校生が増加**している。
- ・ **海外では**、大学教育のオープン化や単位認定、高校生の受験勉強への**活用が進んでいる**。
日本では、**これまで社会人の活用が進んできたが、今後は高校生にも波及**。
- ・ 高校生が受験勉強で活用するようになった背景としては、
①デバイスの普及 ②デバイスへの親和性 に加え、
③受験勉強に対する4つの「不」（①距離、②時間、③価格、④品質）
- ・ スマ勉のメリットとしては、いつでもどこでも（即時性）、
何度でも（反復性）低料金で高品質な授業を、利用できること。
ここ1～2年でサービスも増加し、高校単位で授業として導入する例も出てきている。



2014年トレンド予測

自動車領域

1984年創刊 中古車情報を軸にカスタマーのカーライフをサポート

PCサイト

情報誌

カーセンサー-net

カーセンサー-EDGEnet

カーセンサー

カーセンサー-EDGE



モバイルサイト

フリーペーパー

スマートフォン版

携帯版



KURUMAG.



キーワード

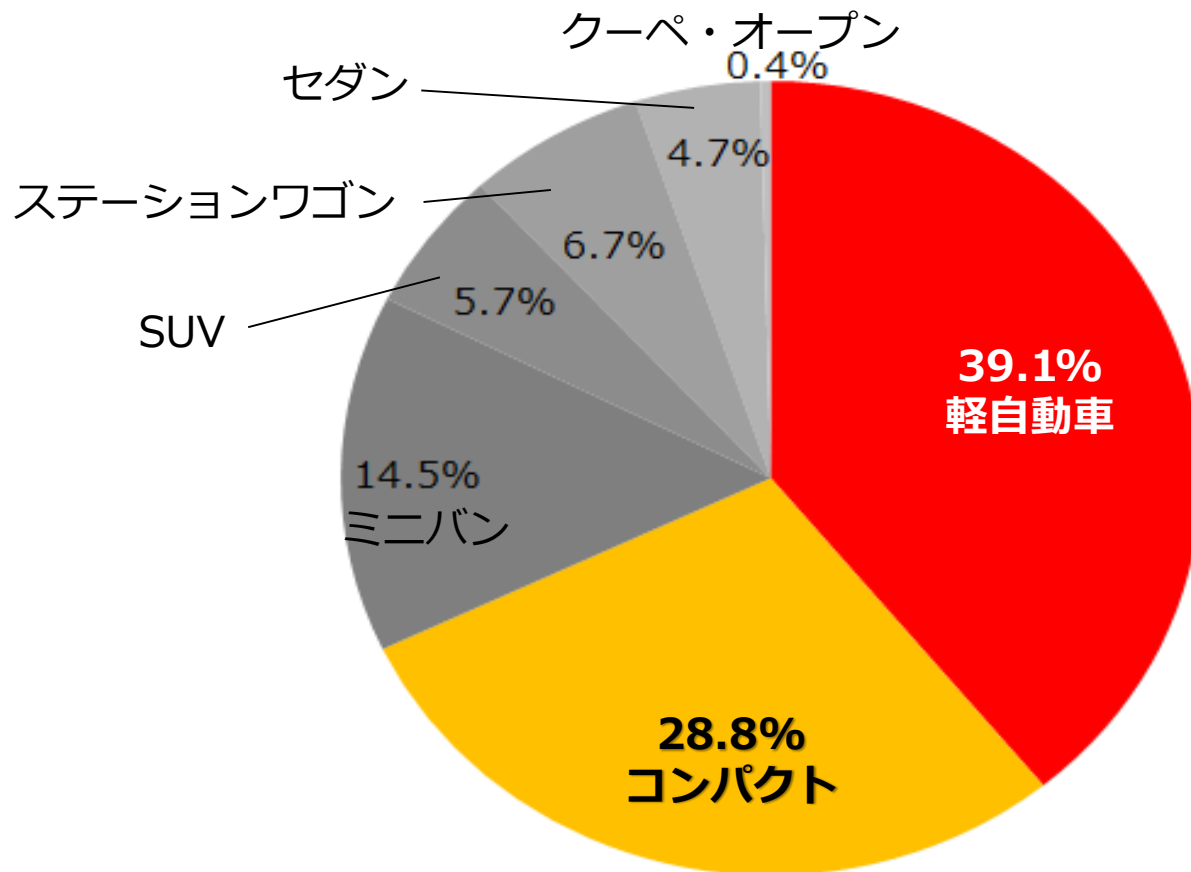
団塊世代が家族の時間を挽回 バン買い世代

環境意識の高まりや、高品質で低燃費な軽自動車、コンパクトカーが多く登場したこともあり、自動車のトレンドは**ダウンサイジング**が主流。

しかしながら、特定の世代で独自の動きの兆しが見られる。**団塊世代**の男性を中心に、ダウンサイジングの流れから外れ、ドライバーとして現役の彼らが買うのがミニバン。3列シートの**ミニバンを買って**、孫との時間、子供家族との時間を積極的に過ごす傾向が見られる。

自らの子育てに十分関われなかった彼らは、孫との関係を通し、家族との時間を大切に過ごしている。**団塊世代が、ミニバンを買って、家族の時間を挽回！**

クルマはダウンサイジングが主流です。
販売台数の半分以上が、軽自動車、コンパクトカーです。



2013年9月の
新車販売販売台数TOP10

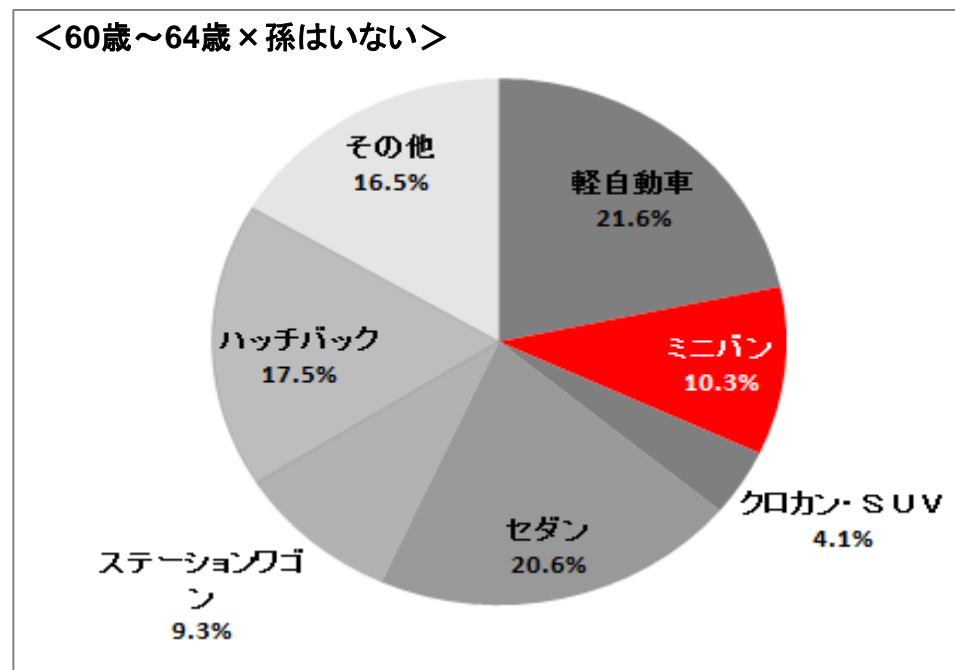
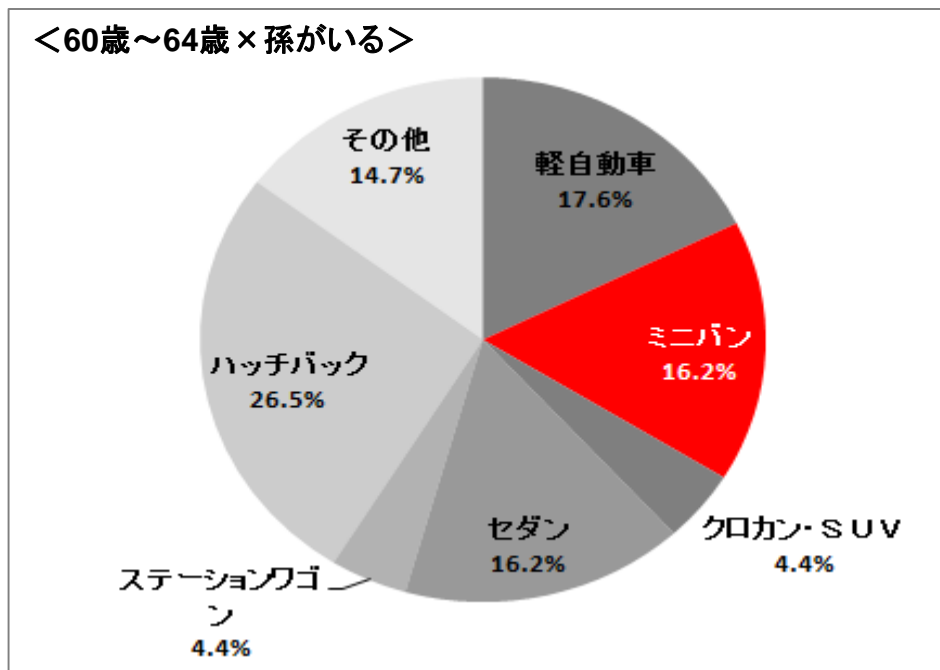
- 1 トヨタ アクア
- 2 ホンダ N-BOX
- 3 トヨタ プリウス
- 4 ホンダ フィット
- 5 ダイハツ ムーヴ
- 6 ダイハツ ミラ
- 7 日産 ノート
- 8 スズキ ワゴンR
- 9 日産 デイズ
- 10 スズキ スペーシア

**TOP10は
全て軽&コンパクト**

※日本自動車販売協会連合会および全国軽自動車協会連合会調べ（2013年9月）

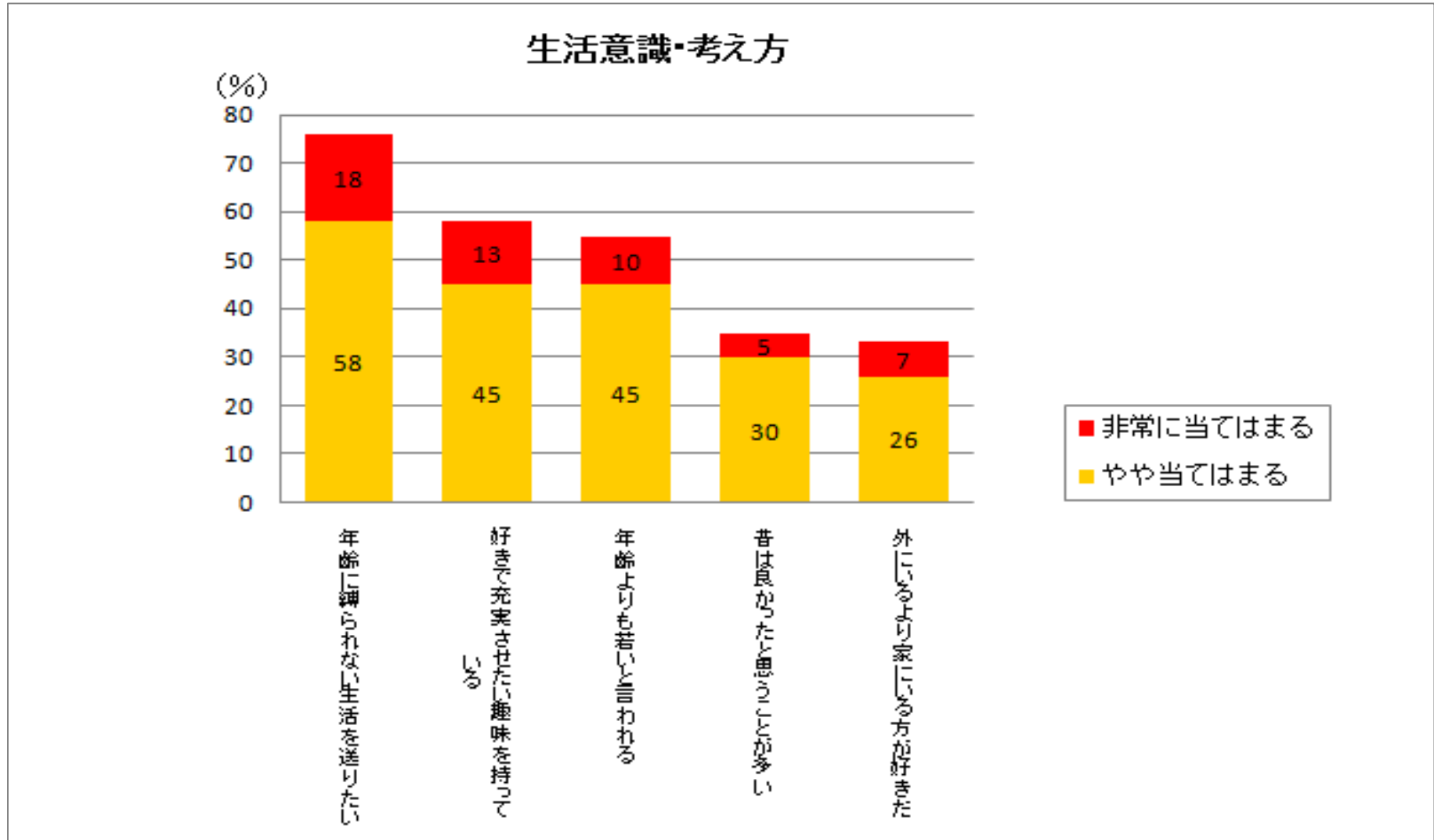
しかし、「孫がいる」「60歳以上」の方で、ミニバンの購入意欲が高まっている動きが見られます。

Q.次に欲しいクルマのボディタイプをお選びください。



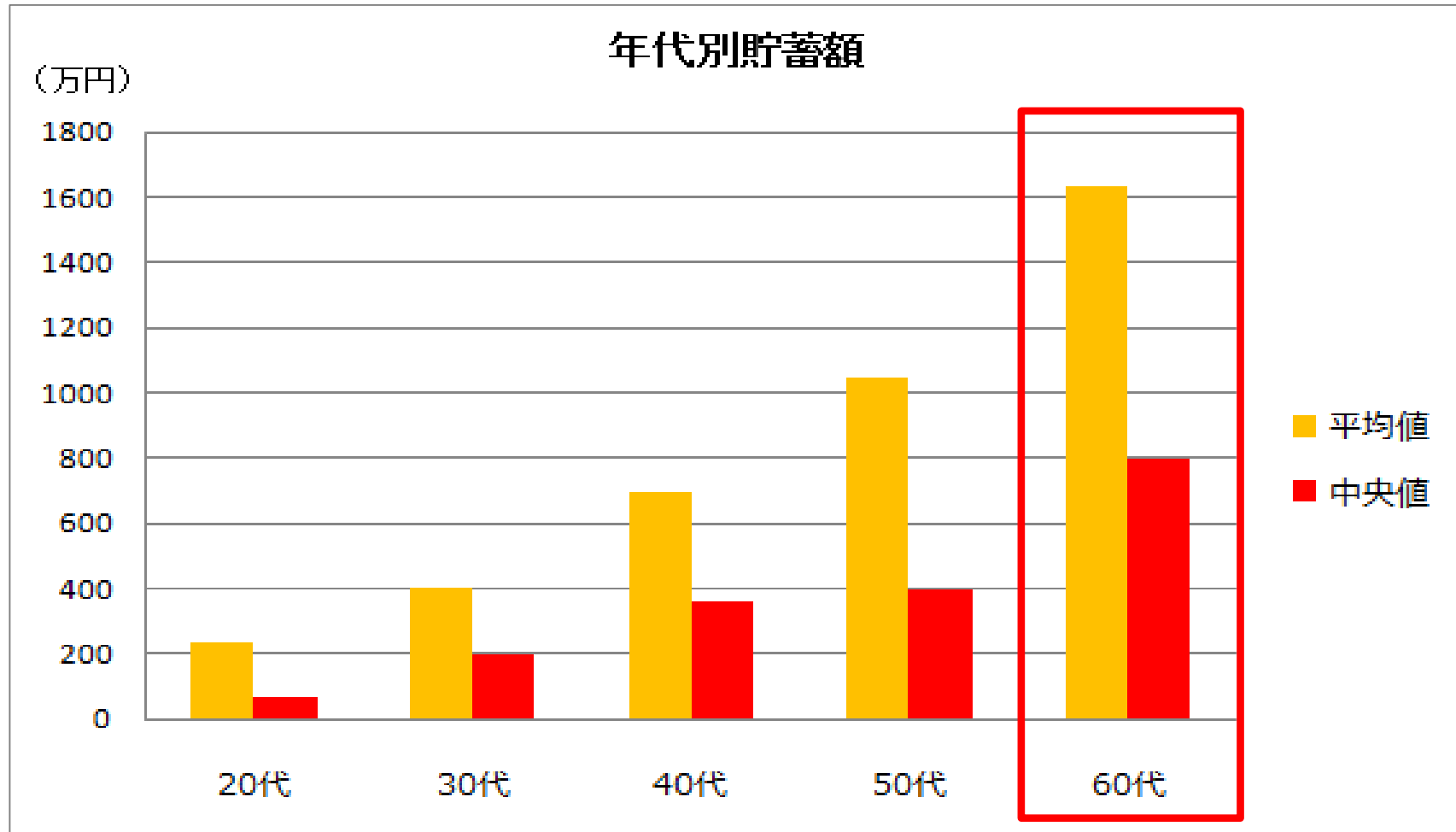
孫がいる人は、孫がいない人に比べ
次のクルマとしてミニバンを選ぶ人が5.9%多い
(今のクルマが「ミニバン」の方は13.3%)

団塊世代は、「行動的」で「多趣味」です。



※ジャパン・マーケティング・エージェンシー調べ（55歳以上の男女対象 | 2013年）

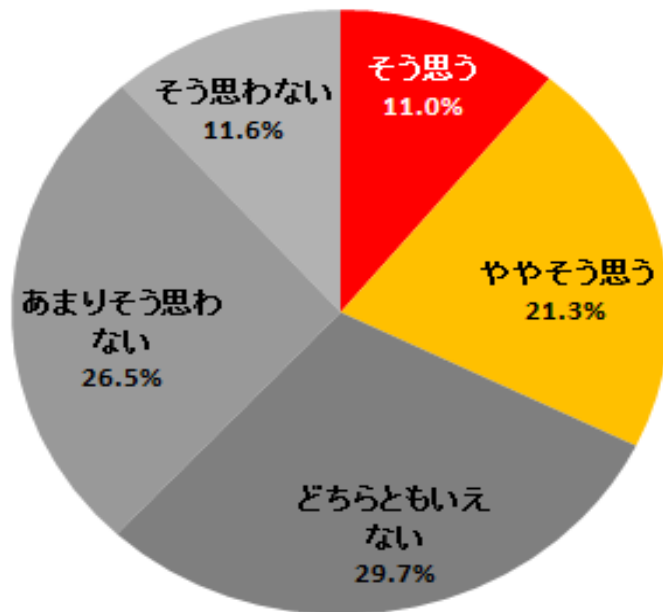
団塊世代には「金銭的な余裕」もあります。



※ 金融広報中央委員会調べ (2012年)

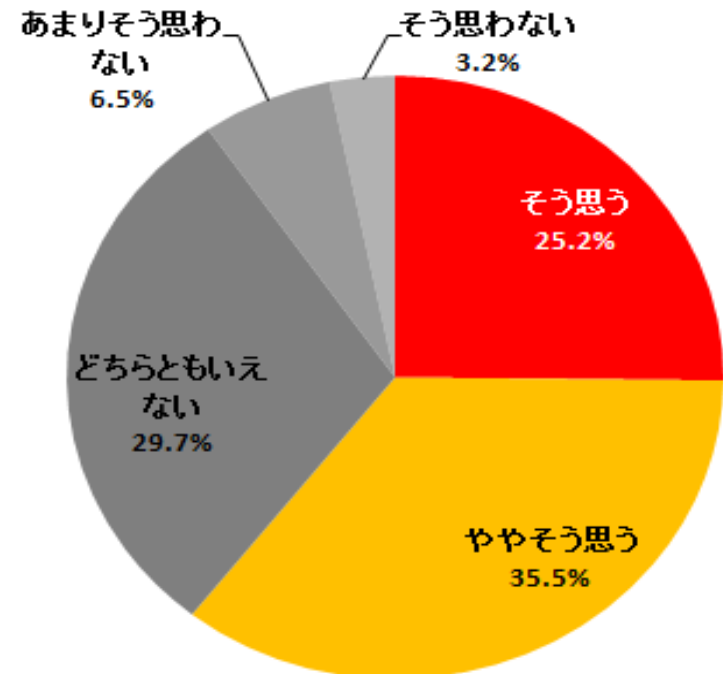
子育てに十分な時間が取れなかったと**思っている人が多く、一方で、孫との時間を持つことに意欲的な方が多い。**

Q.お子さんと接する十分な機会や時間が取れていたと思いますか？



Q.お孫さんと過ごす機会や時間を、たくさん取りたいと思いますか？

※お孫さんがいない場合、今後生まれたと仮定して回答



※カーセンサー調べ（60～64歳男性のクルマ保有者対象 | 2013年11月）

クルマの安全性能が大幅に進化！ 高齢者でも安全に運転できるクルマがより普及する！

すでに一般化した機能

- ・バックモニター
- ・全周囲モニター
- ・ブラインドモニター
- ・全周囲アラーム



これから一般化する機能

- ・衝突回避ブレーキ
- ・誤発進防止ブレーキ
- ・自動駐車装置
- ・後方死角アラーム



孫・子家族との時間を楽しく過ごすためミニバンを買う！



ミニバンがほしい理由



「孫家族とみんなで乗って出かけられる車がほしい」 (北海道／69歳)

「良い"じーじ"になれると思うし、なりたい」 (埼玉県／65歳)

「5人目の孫が誕生しミニバンがあればなあと思う」 (奈良県／59歳)

ミニバンを選んだ理由・感想



「別居子供家族とのレジャーで7人乗りが必要」 (東京都／68歳)

「アイサイトが搭載されているから安心」 (奈良県／66歳)

「懸念していたバックモニターがあるのでOK」 (兵庫県／60歳)

販売の現場では？



「フリードやステップワゴンをお孫さんのために買われる方がいますね」 (ホンダカーズ東京中央／東京都)

「アクティブなシニアの方で、孫のためということでミニバンを買われる方が増えているように思います」 (オートステップファミリーカー専門店／埼玉県)



■ 子家族のためにミニバンを買ったN.I.さん

- ・ 神奈川県在住の2人暮らし
- ・ 子家族も神奈川県内に在住
- ・ 孫は1人
- ・ 子家族はクルマを所有していない
- ・ 孫のためにミニバン（ホンダ フリード）を購入
- ・ フリードを買ったのは3列シートだから



娘が生まれた時は最も忙しい時だった。自分なりに土日には、娘の面倒をみていたつもり。孫にも同様に時間をかけてやりたい。
最近では、娘夫婦と一緒に朝市に出かけたりしている。まだ幼いので言葉をしゃべれないが、年々かわいくなっていくと思う

私（奥様）から見ると、昔は忙しく、娘の面倒はみれてなかった。でも、孫に対してはすごい優しい顔で面倒をみていて、できなかつた分を取り返そうとしているみたい





子供に対しては「育ての責任」があったから大変だった。
孫との関係は肩肘はらなくてよくゆとりがある。とにかく可愛がってます。甘やかしているつもりはないが、つついおもちゃを買ってプレゼントしている。
孫を連れて公園に行ったり旅行に行くのが楽しい



- 子家族のためにミニバンを買ったS.K.さん
- ・ 神奈川県在住の2人暮らし
- ・ 子家族は東京都内に在住
- ・ 孫は2人
- ・ 子家族もミニバンを所有
- ・ 孫のためにミニバン（ホンダ ストリーム）を購入
- ・ ストリームを買ったのは子家族が乗れるから

60代には、こんなミニバンが人気です



1位
ホンダ
フリード
同ハイブリッド



2位
トヨタ
ヴォクシー
ノア



3位
日産
セレナ



4位
ホンダ
ステップワゴン

5位 トヨタ アルファード／ヴェルファイア／同ハイブリッド
6位 マツダ プレマシー

一般的に人気のミニバンが選ばれていますが
運転支援機能や安全装備に関して関心が高いようです

9位 スバル エクシーガ

※カーセンサー調べ（新車購入者対象 | 2013年9月）

キーワード

団塊世代が家族の時間を挽回 バン買い世代

環境意識の高まりや、高品質で低燃費な軽自動車、コンパクトカーが多く登場したこともあり、自動車のトレンドは**ダウンサイジング**が主流。

しかしながら、特定の世代で独自の動きの兆しが見られる。**団塊世代**の男性を中心に、ダウンサイジングの流れから外れ、ドライバーとして現役の彼らが買うのがミニバン。3列シートの**ミニバンを買って**、孫との時間、子供家族との時間を積極的に過ごす傾向が見られる。

自らの子育てに十分関われなかった彼らは、孫との関係を通し、家族との時間を大切に過ごしている。**団塊世代が、ミニバンを買って、家族の時間を挽回！**

APPENDIX

「ミニバン」とは3列シートの子の車のことです。



ホンダ オデッセイ



トヨタ エスティマ



日産 セレナ



マツダ プレマシー

Q：ミニバンって名前なのに、
ぜんぜん小さく見えないけど？

A：そもそも英語で、アメリカの普通のバン（相当
大きい）と比べて時に、
小さいバンという意味なんです

Q：何人乗れたらミニバンなの？

A：一般的には、3列シートを備えた
定員6人以上のクルマをミニバンと言います



2014年トレンド予測

美容領域

美容サイト・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



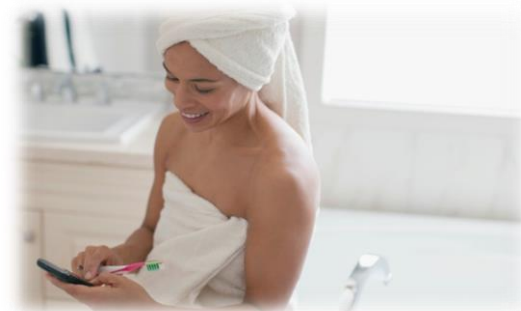
フリーペーパー

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



「すきまと間際の活用」で、ますますきれいになっていく！
かしこく効率的にきれいになりたい

サク美



「すきまと間際の活用」で、ますますきれいになっていく！
かしこく効率的にきれいになりたい

サク美



生活のなかで美容時間を創出し、
これまでなかった美容行動をとっている女性が増えている。

スマホや予約機能の進化により
検討からアクションへのインターバルが短縮化。

どこでもサクサクと間際にサロン予約。
会社帰りや空き時間での美容行動が増加し、
就寝時間にも美容家電でサクッと効率的にキレイになったりと
時間のかかった美容時間をサクッと自分磨きに使いたい
という傾向が高まっている。

美容サービス・サロンなど

■ 技術環境の進化

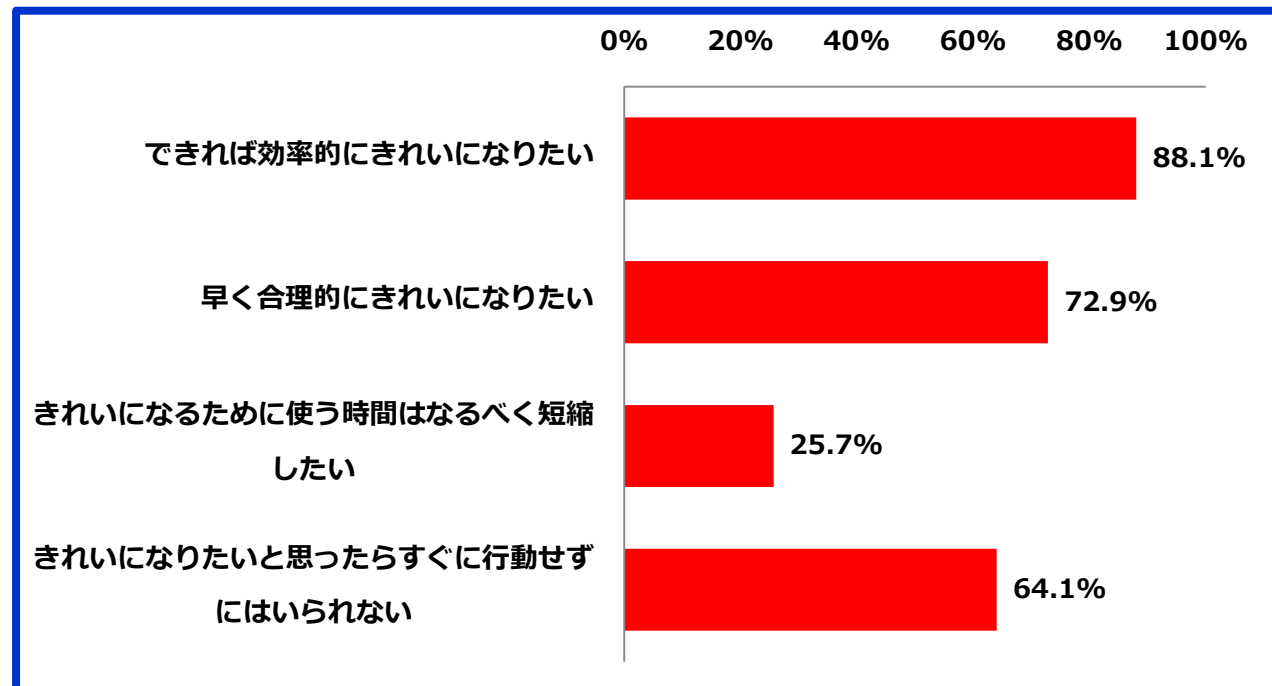
- 施術技術進化で時短化
- 美容家電24H自宅で美容
- 予約のオンライン化



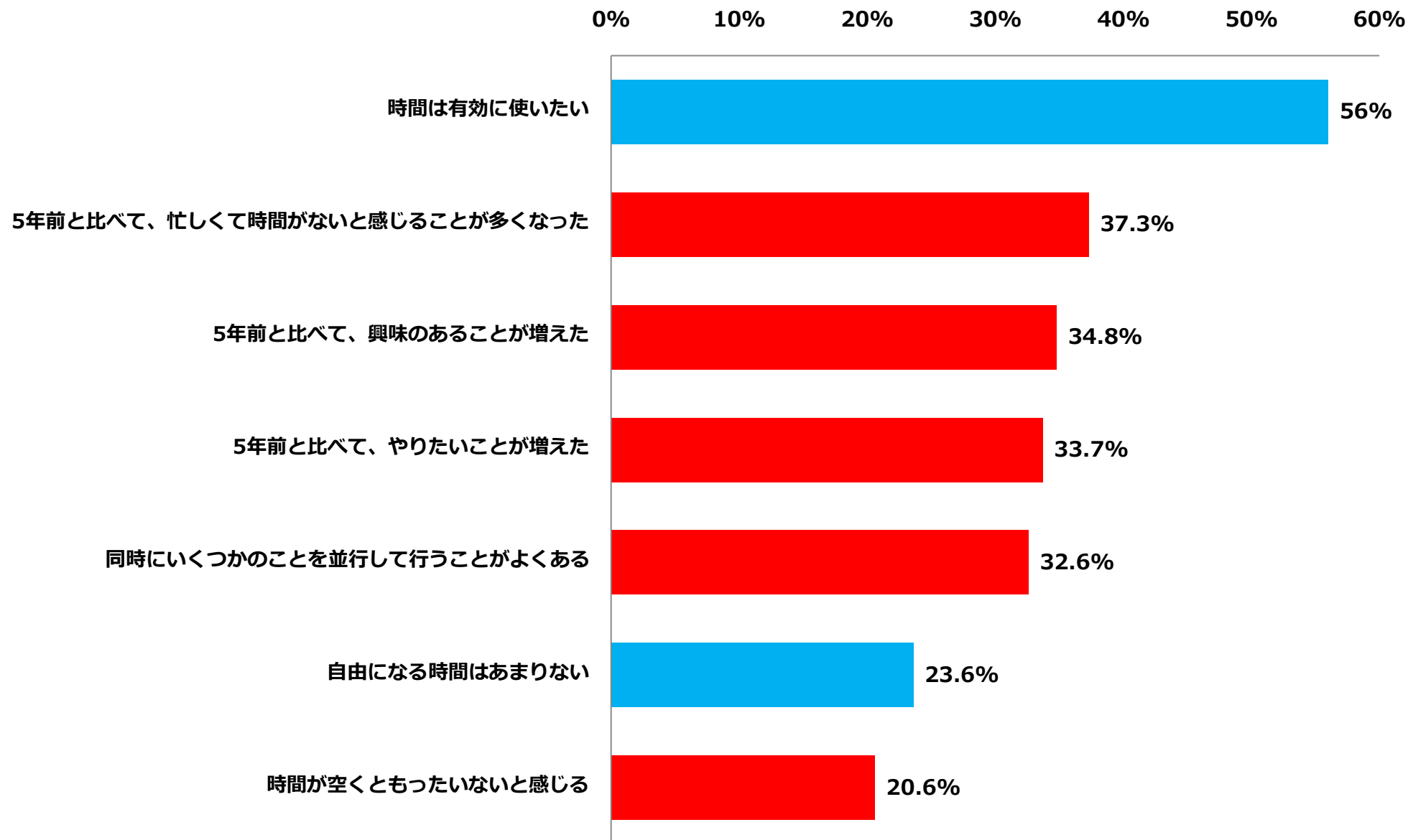
カスタマー

■ 効率意識の高まり

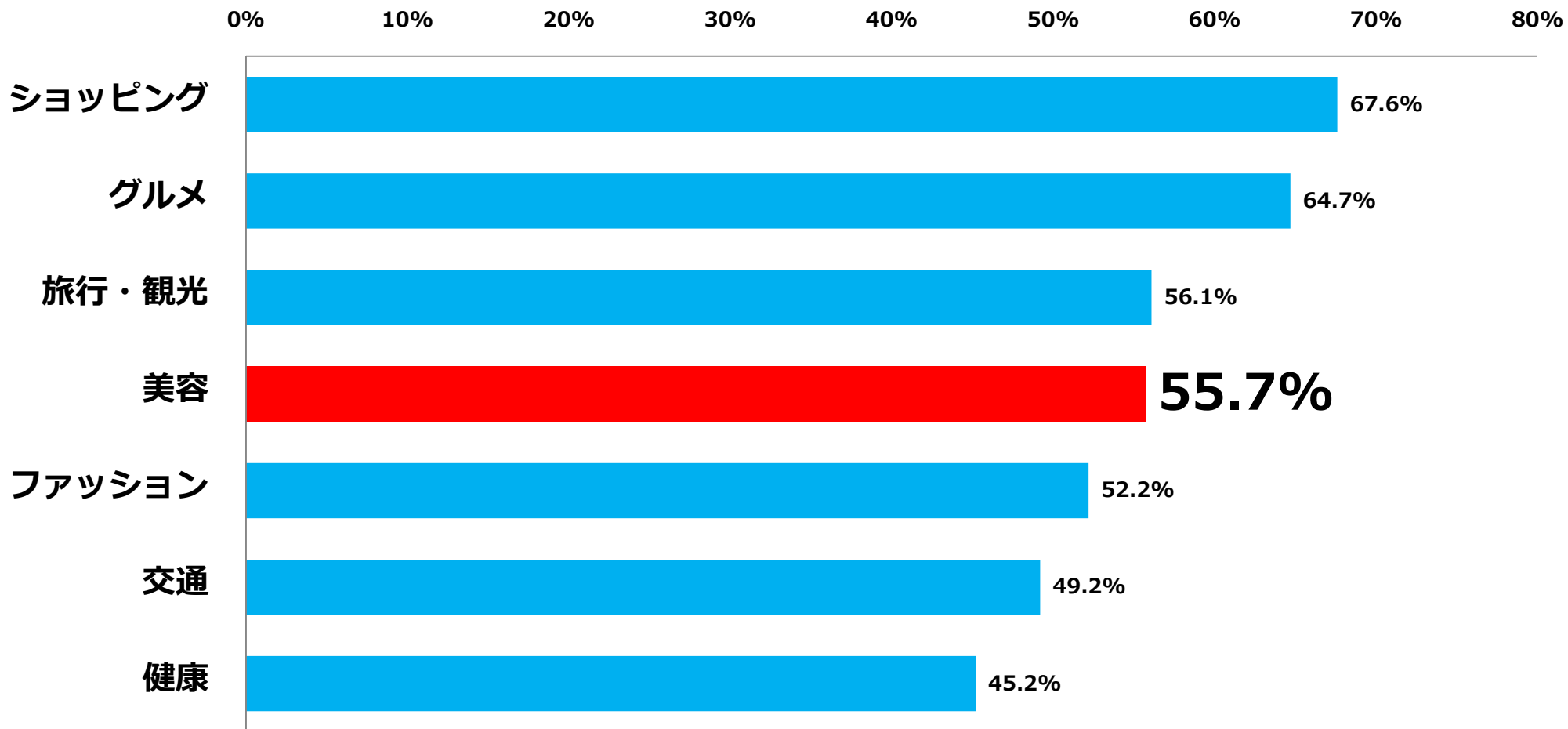
- スマホ利用増加に伴う行動変化
- すきま時間活用の意識UP



やりたいことが増えた。時間は有効に使いたい。

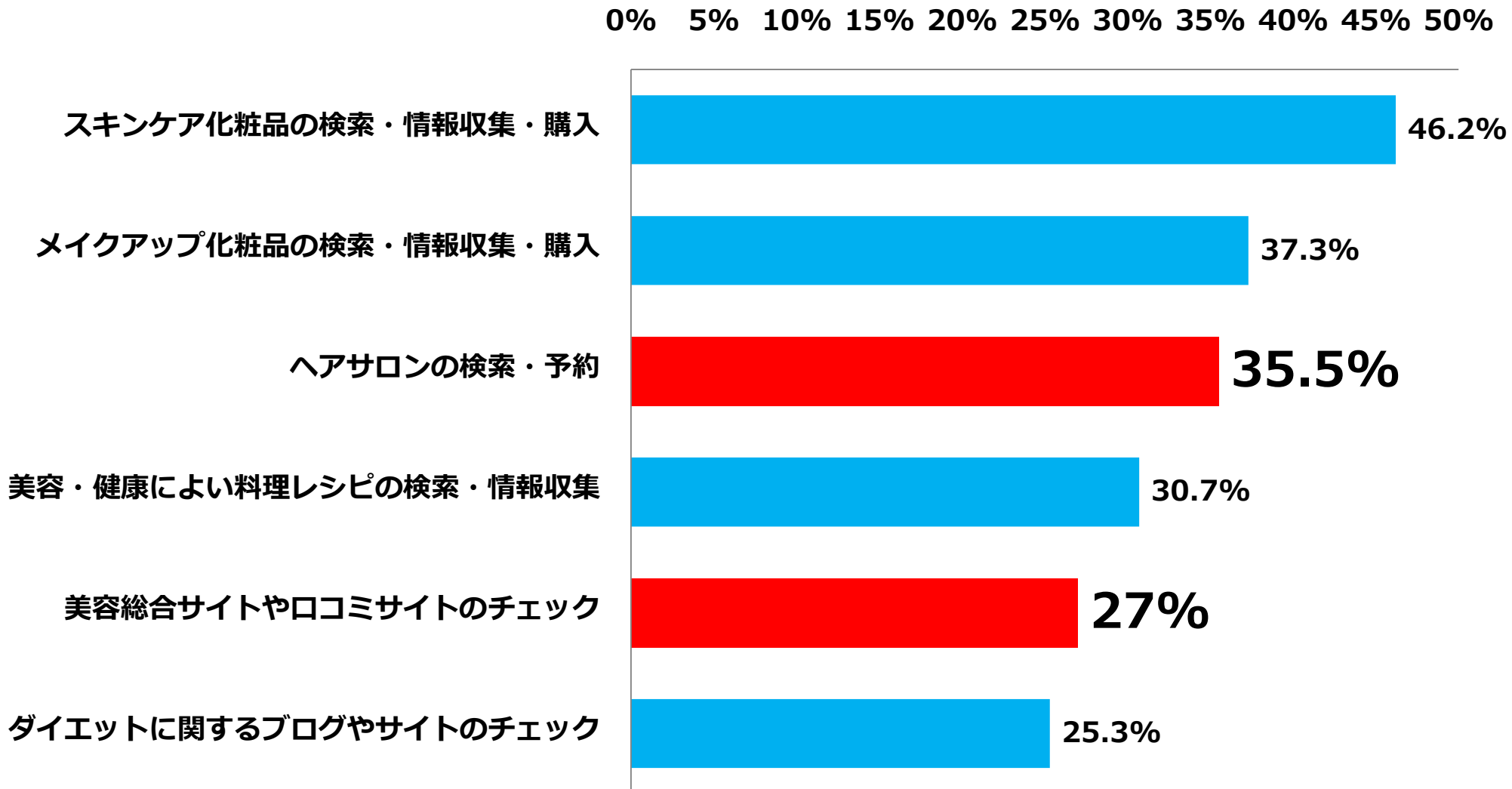




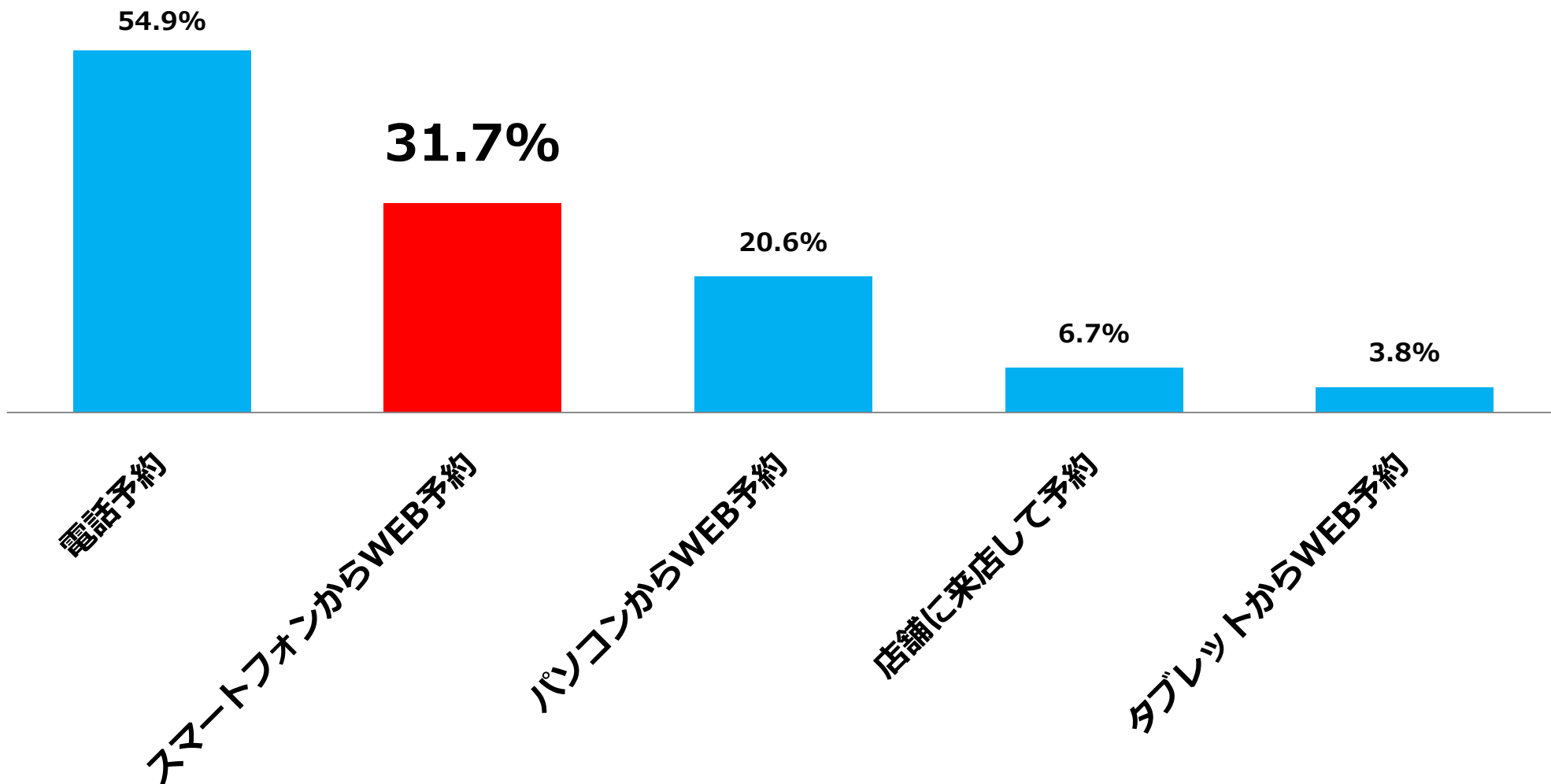


ショッピング グルメに旅行に
美容 ファッション！

■美容のどんなサイトを見ているのか？

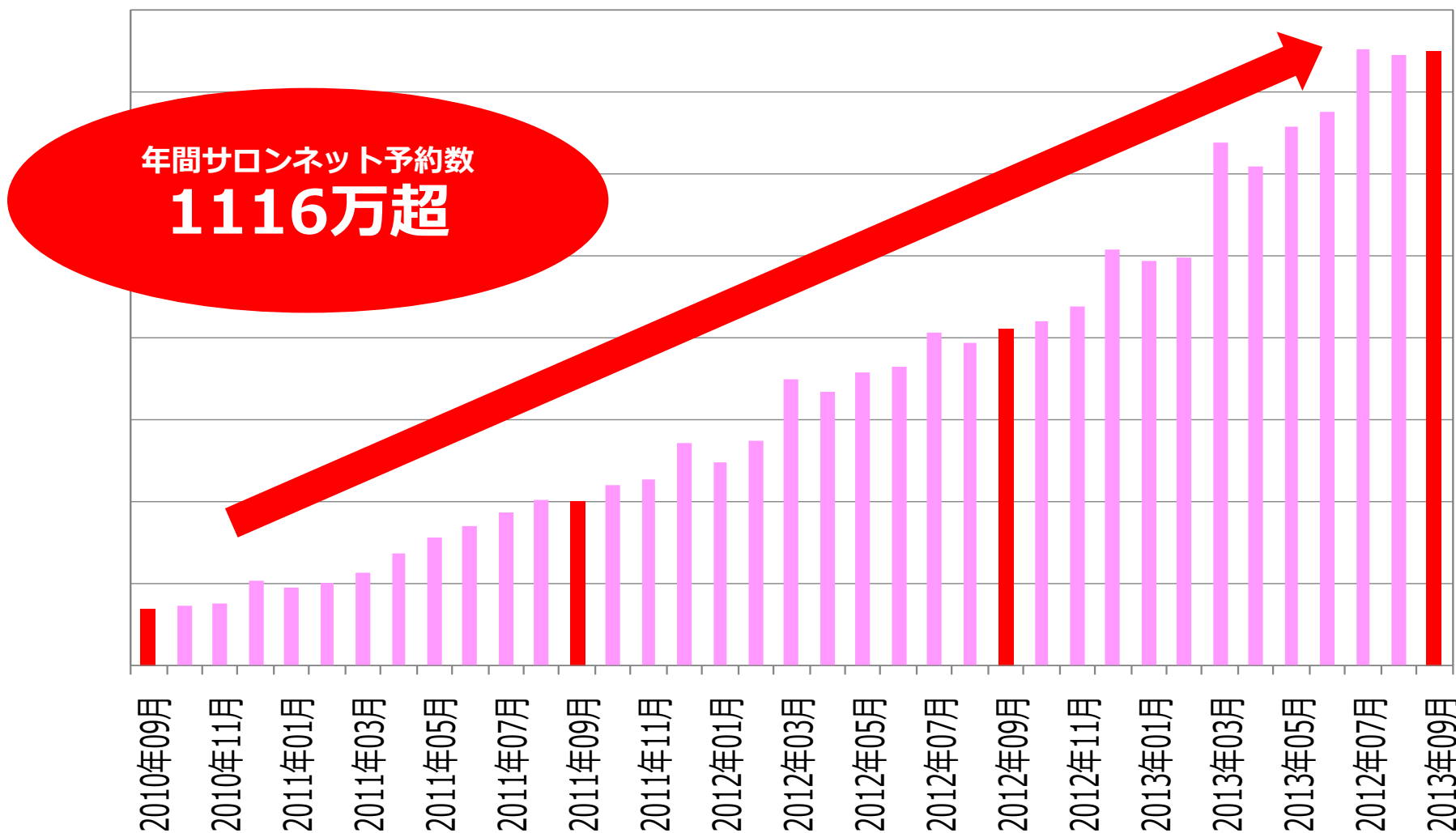


■ 20代のネイルサロン予約方法



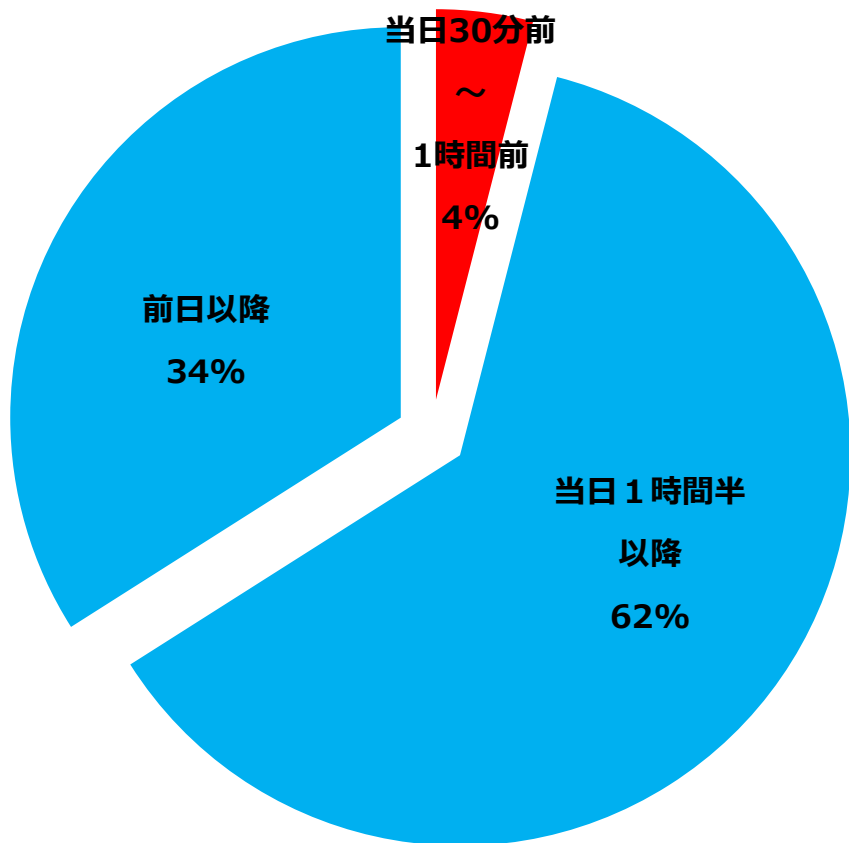


ネット予約年間予約数推移

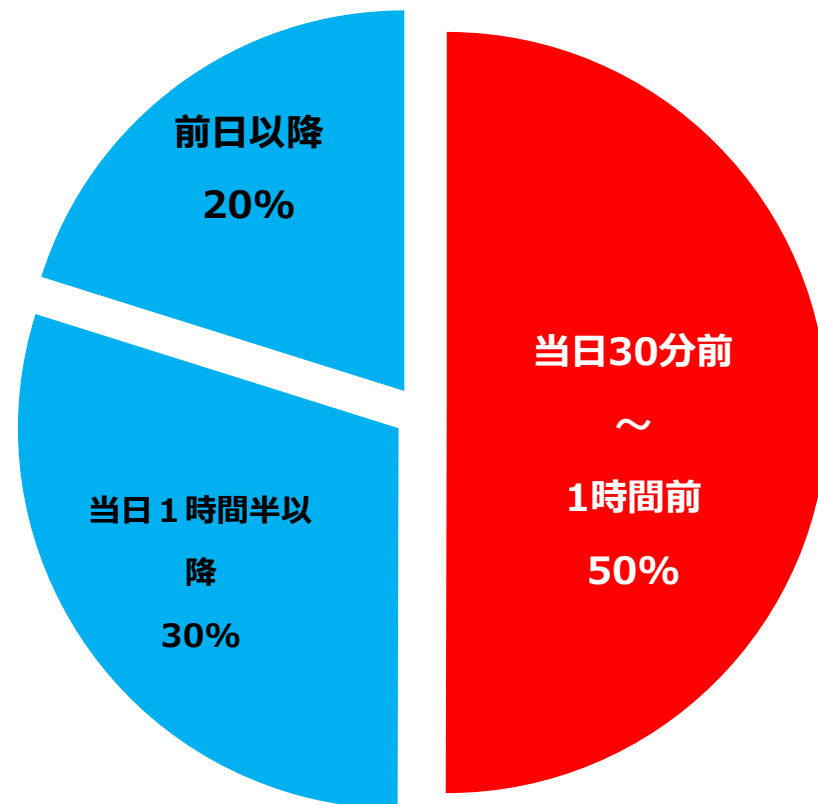


※予約申し込みベース

2013年春



2013年11月



サロン側の予約可能な最終時間帯を見ると、今年に入って直前1時間前まで予約できるサロンが大幅に増加
映画も飛行機もヘアサロンも、事前にネットで予約

美容もサクッと出来る時代に

間際に

サクっ！

手短かに

隙間に

ネットで予約し

なるべく短く

空き時間に

サク 待ち合わせ 早めについて サロンでセット 大学3年 東京都

す 電車の中 つま先立ちして エクササイズ 大学3年 東京都

す 岩盤浴 遊びに行く前 出かける前 大学3年 東京都

す ドライヤーしパックしながらスクワット 48歳東京都 会社員

サク 半身浴 あまちゃんみながらコロコロしつつのトリートメント
44歳東京都 編集者



- 25万のデザインからPCで選択
- 用具の定位置が決められたツールスタンド
どの店でも、どのネイリストでも迷わず素早く施術が可能
- 施術は**サクッ**と平均30~40分
(施術平均時間68.5分 当社調べ)

FAST
ファストネイル
NAIL



パソコン上で
デザインを選択



デザインカルテ
(材料・写真)を印刷



カルテから施術





3NAILS @3NAILSEbisu
ただいま30分待ちでございます。
開く

11月20日

←返信 リツイート ★お気に入りに登録 ...その他



3NAILS @3NAILSEbisu
只今、すぐにご案内できます
H & F同時施術も可能です。
ご来店、お待ちしております。
開く

11月20日

←返信 リツイート ★お気に入りに登録 ...その他



3NAILS @3NAILSEbisu
只今、すぐにご案内できます。
開く

11月20日

←返信 リツイート ★お気に入りに登録 ...その他



- **コンセプト** 30分 3000円 3週間持続
所要時間は半分以下
- **混雑状況をタイムリーにツイッターで配信**
カスタマーの「サクッと行きたい気持ち」をキャッチ
- **予約制の廃止**
サクッと行きたい顧客がターゲット



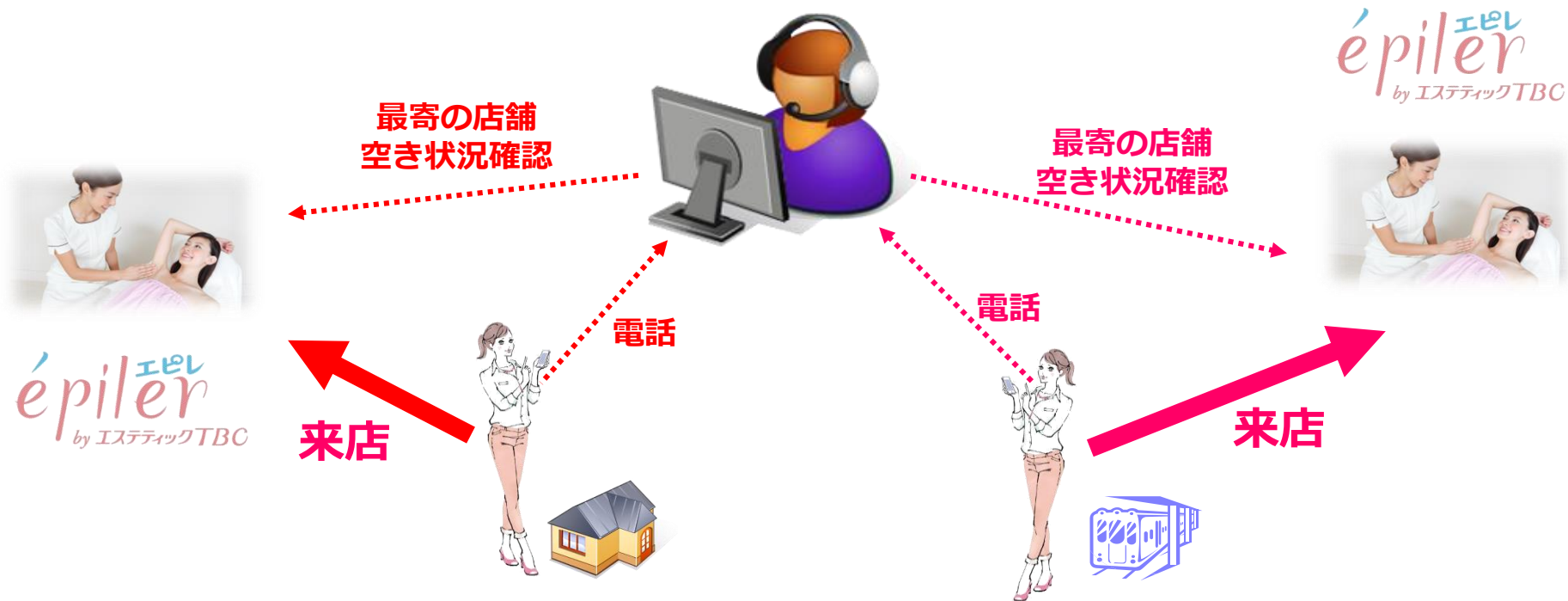
- ・ 予約なしで、いつでも気軽に QBNETが展開する20~40代 男女向けヘアサロン
- ・ カット&スタイリング 20分 2100円
- ・ オープン以来 (2011年) 来店客数増加中



- ・ シャンプーは行わず、カット後の髪をドライヤーの風で飛ばし時間短縮
- ・ 順番待ち自動受付サービスで待ち時間も有効活用



- ・ 買い物ついでに、お出かけ前に、**サクッ**と立ち寄り、気軽にヘアアレンジ



- **movable サロン移動が可能**

会社の近くや自宅の近く等、予定に合わせて店舗移動が可能

- **代理search 今、行ける場所を教えてくれる**

インフォメーションセンターに問い合わせると
近くで今、施術の受けられる店舗を教えてもらえる。

「すきまと間際の活用」で、ますますきれいになっていく！
かしこく効率的にきれいになりたい

サク美





2014年トレンド予測

飲食領域

日本最大級のグルメ・クーポン情報サイト、情報誌

PCサイト

HOT PEPPERグルメ



総掲載店舗数：70万店
詳細情報掲載店舗数：7.2万店
※2013年10月現在

モバイルサイト

HOT PEPPERグルメ ケータイ スマートフォンアプリ



グルメアプリ
DL数ナンバーワン！！

フリーペーパー

HOT PEPPER



全国50版+1タブロイド誌
※首都圏4版は美容情報のみ掲載
月刊発行部数：380万部以上

キーワード

メニューや設備が進化した居酒屋に、
「家庭の団らん」を求める団塊Jr.世代。

いざか族

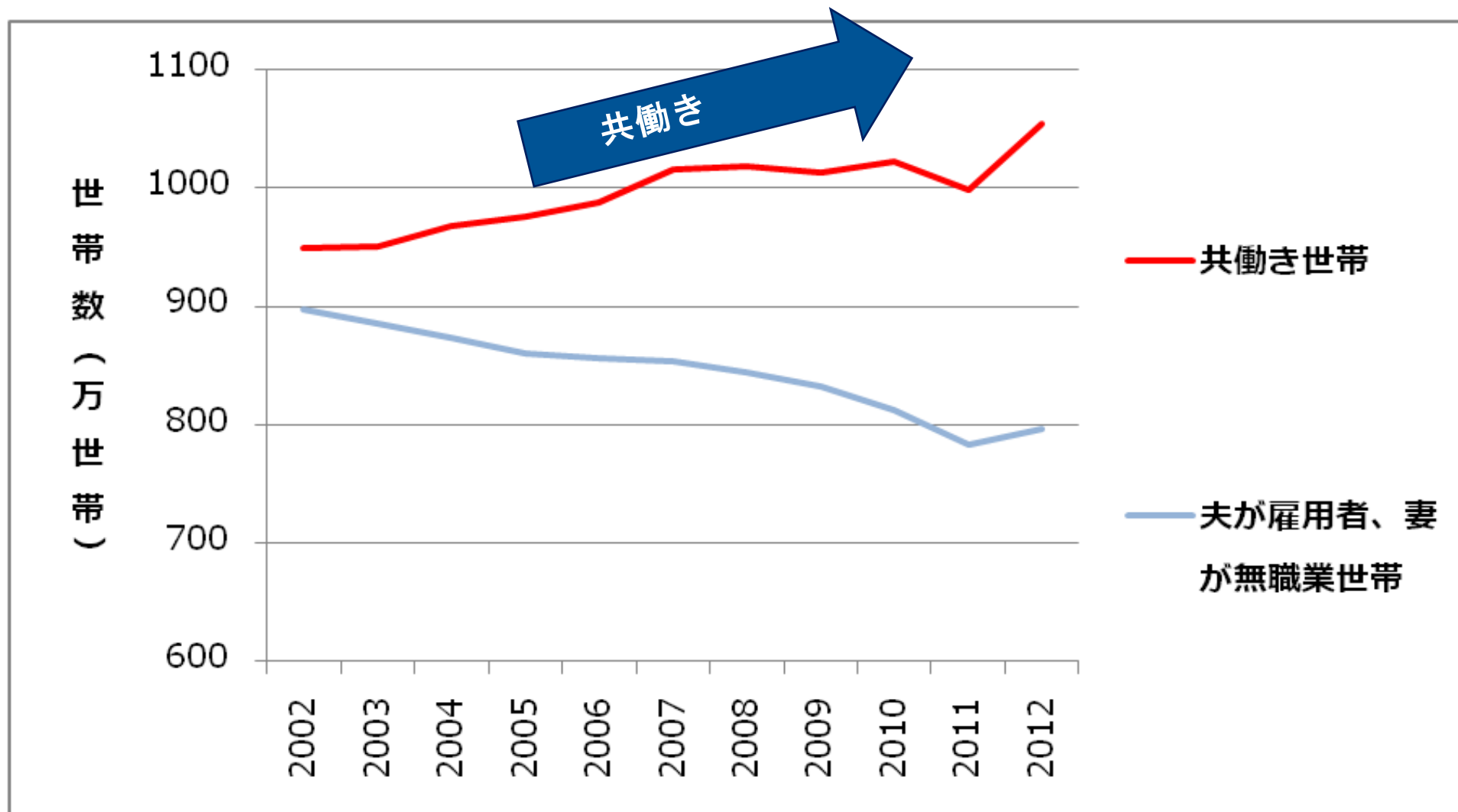


休日早い時間での居酒屋の家族利用が増加している。
けん引しているのは90年代居酒屋ブームで育った**団塊Jr.世代**。

- ①共働き、子供の塾・部活などによる**「家庭内孤食化」**
- ②個室の整備やメニューの充実など**「居酒屋側の進化」**
を背景に

居酒屋での家族揃っての夕食に、**新しい団らんの形**を見出そうとしている。

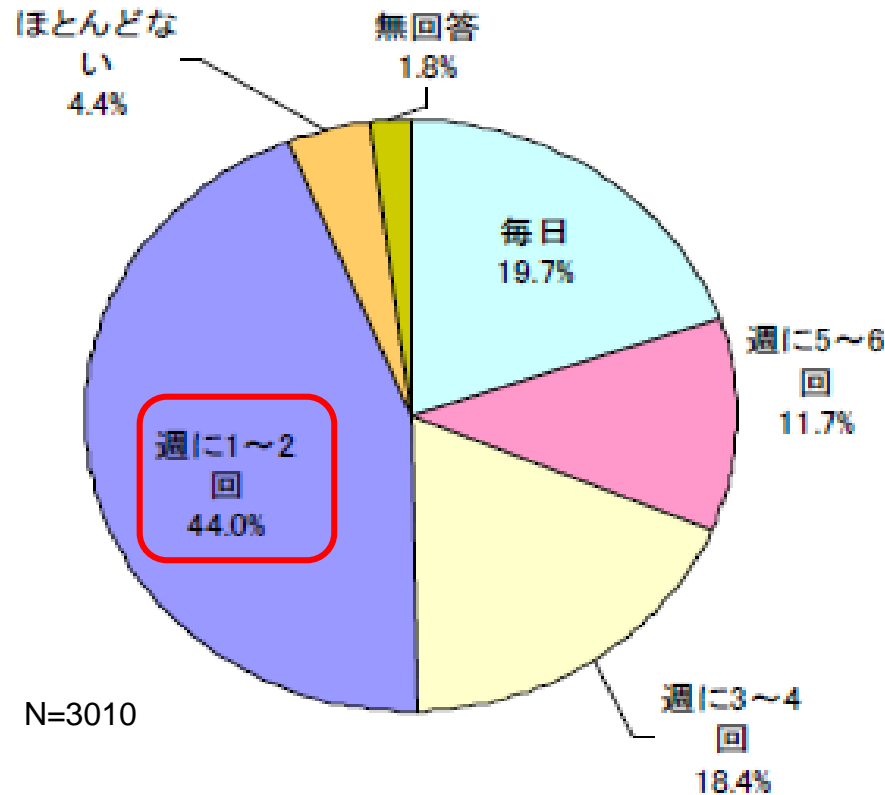
消費に影響の大きい**団塊Jr.世代（1971~1974年生まれ）**が**子育て世代化（現在39~42歳）**したことと**共働きの急増**が2大背景。



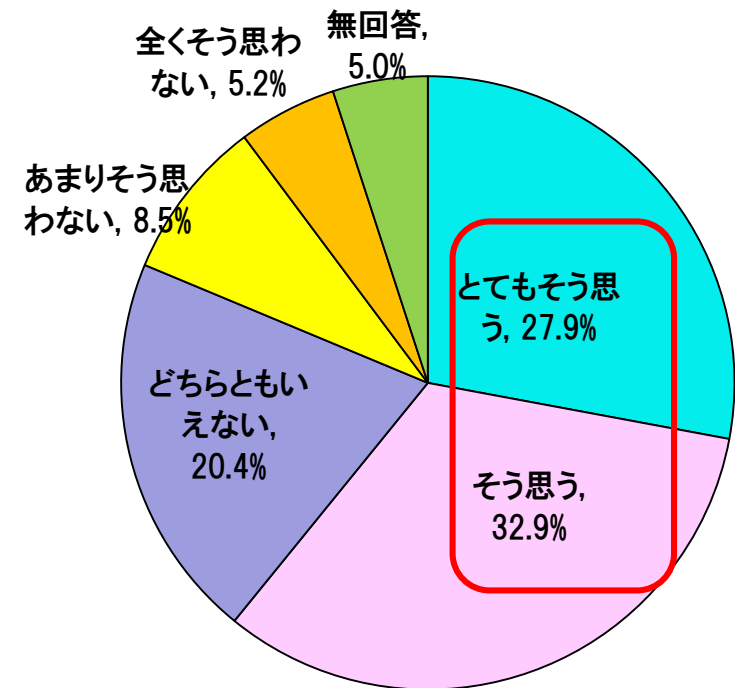
■ 家庭内孤食 = 家族揃っての夕食を増やしたい！

共働き、子供の塾・部活、など**時間が合わせづら**くなり、
家でもスマホ、パソコンの普及などもあり、
一堂に会して「せーの」で夕食を共にしない**「家庭内孤食」が進行**。

■ 夕食時に家族全員がそろう回数
「週に1~2回」が最多

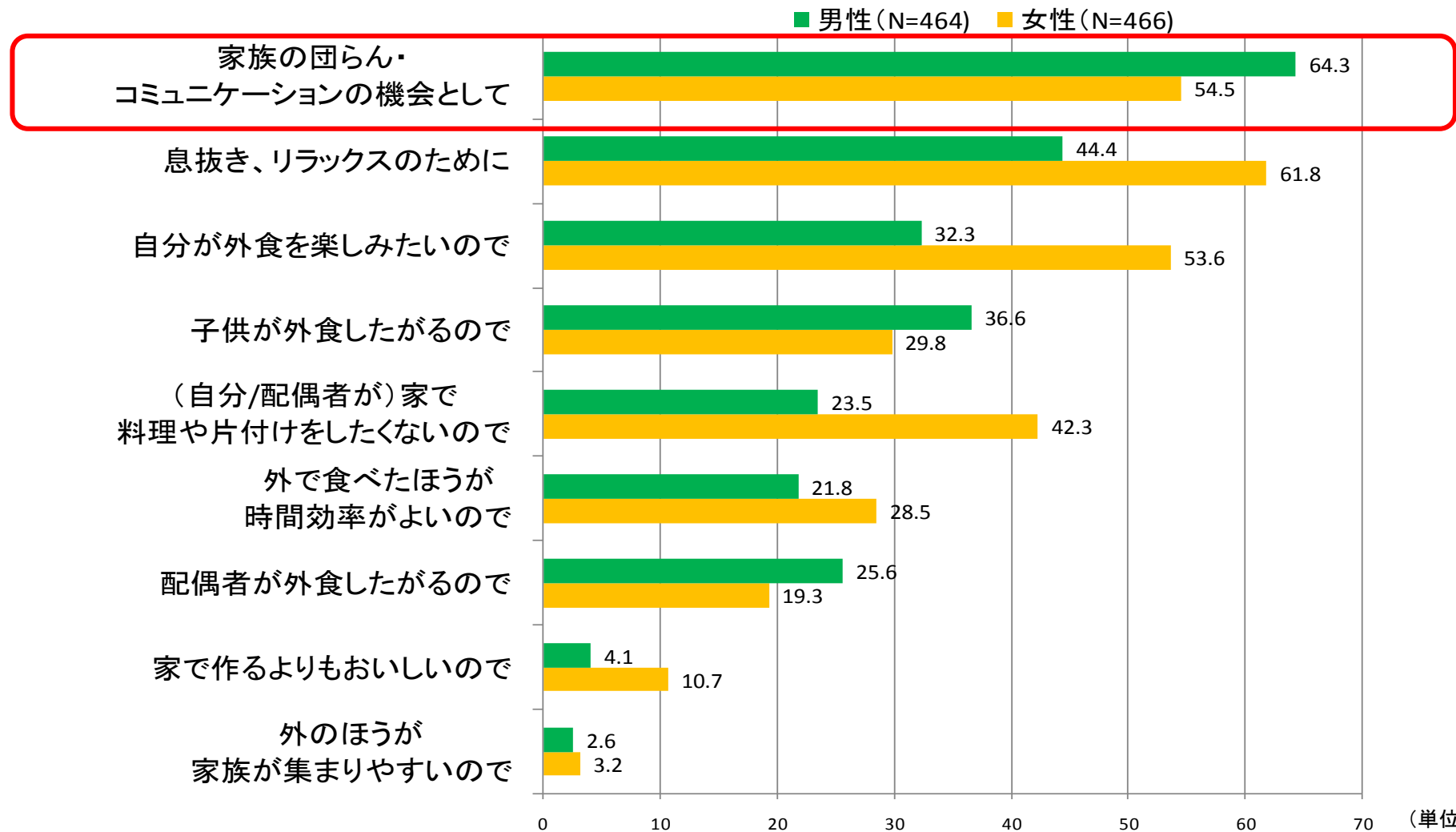


■ 家族と一緒に食事をする回数
「増やしたい」人が**約6割**



■ 外食が家族の団らんニーズを満たす手段として重要に

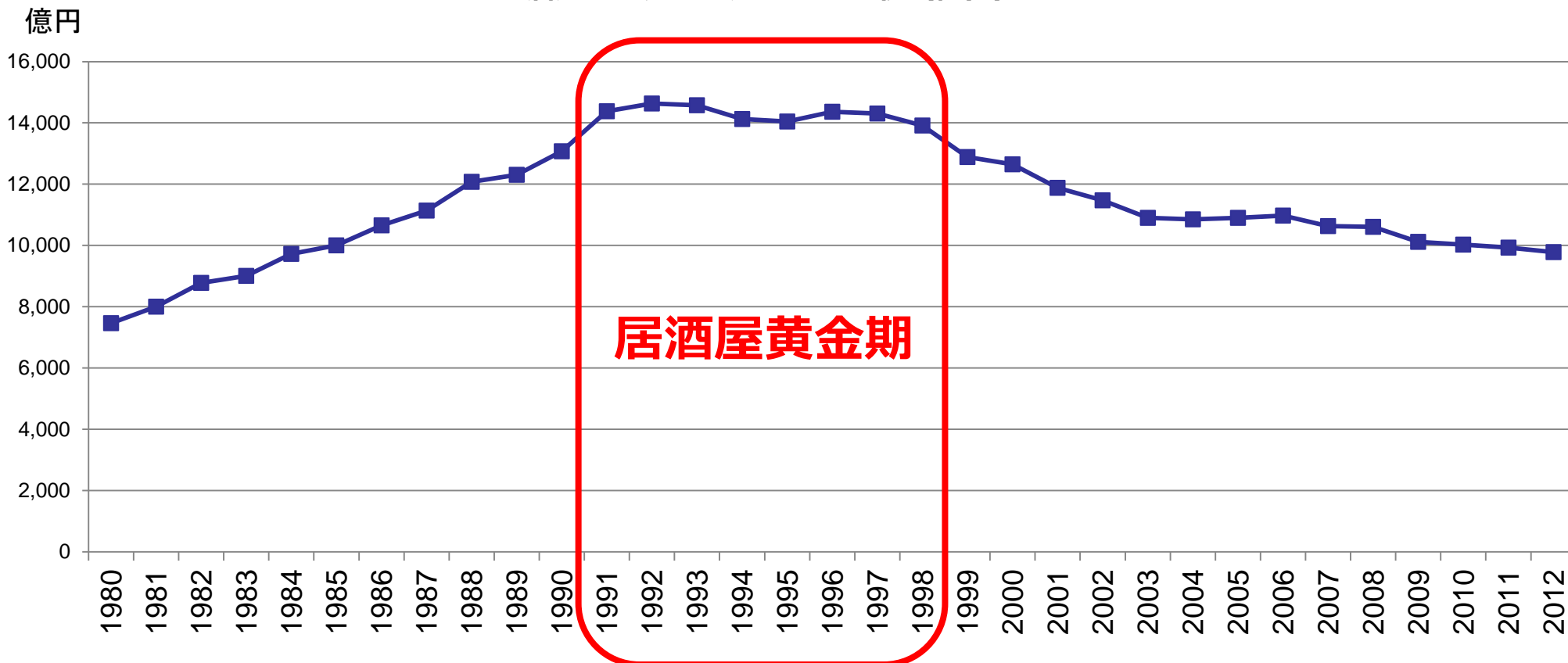
子連れで外食する理由を複数回答で聴取（20-40代計）。
男女ともに**外食理由として「家族の団らん・コミュニケーション」**が高い。



居酒屋の売上ピークは1992年。

団塊Jr.は今につながる居酒屋チェーン黄金期の90年代に青春時代（最多の1973年生まれは1993年に20歳）を過ごした**居酒屋慣れ世代**。

居酒屋・ビアホール等売上推移（億円）



年	出来事	居酒屋の進化
2003	健康増進法施行	分煙 の開始
2008	リーマンショック	業態の多様化 (全個室 化など)
2009	女子会ブーム	ノンアルコールドリンク、デザートメニューの充実
2010	ママ会ブーム	子連れ のお母さんをターゲットに
2013	いざか族の登場	家族連れ向け打ち手 が続々

分煙、個室、ノンアルコール・デザートメニュー充実など、
家族団らんに使える居酒屋の**利便性**に消費者が気付く・・・



2013年：いざか族の顕在化
子連れの外食で居酒屋を利用する：**15.6%**
(2013年弊社独自調査)



▶九州居酒屋 無法松 (大阪府高槻市)

■ 「いざか族」 はこんな家族

利用は、
土日の早い時間帯。
子供に**夜更かしはさせません。**

ソフトドリンク飲み放題
が嬉しい♡

分煙は当たり前！

普段の夕食として
居酒屋を利用しますが、
時には誕生日など、**特別な機会でも**
使います。

平日は仕事でクタクタ。
休日くらい**家事から離れて**
リラックス～。

あれこれ頼んでみんなでシェア



■実際に居酒屋は家族の「団らん」ニーズを満たしている

家族で居酒屋を利用する目的は「**団らん**」と「**会話**」。
スコアは**ファミレスよりも高い**。



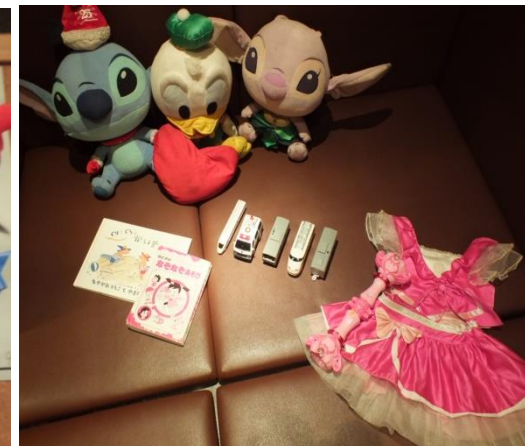
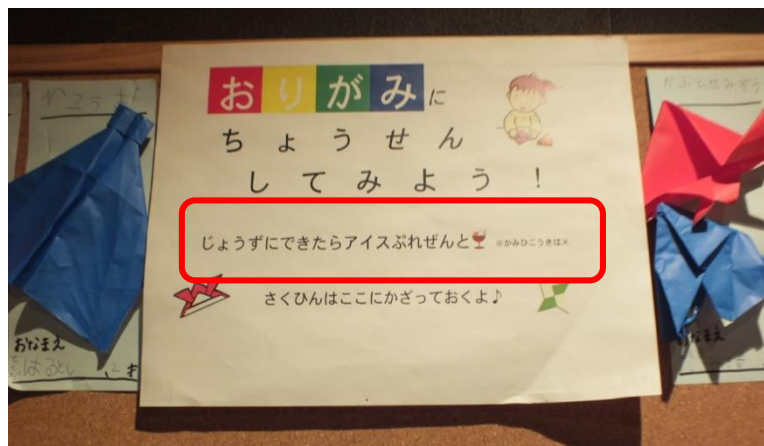
■居酒屋の進化実例 1 (団らんを意識した店づくり)

わん 葛西店 (東京都江戸川区)

2012年よりキッズルームを設置。「親が飲み放題注文で、子供も飲み放題」
「誕生日ケーキ持ち込みOK」など、**家族団らんを意識した打ち手**を実施。



▲親の席の横にキッズルームがあるから、安心して食事を楽しめる



▲絵本やおもちゃの用意、折り紙でアイスクリームをプレゼントなど、**子供を飽きさせない工夫が多数**

◀お店の入口でも、立て看板でキッズルームをアピール

居酒屋てんでん (大阪市北区)

2012年から**親子体験イベント**を多数用意するなど対応を強化。
「お子様とお父様でハンバーグ作り！お母さんにサプライズ！」など。



▼店内のボードにずらり張られた親子イベントの告知



▲キッズスペースも準備



家族連れは**主に週末**で、土曜・日曜はコンスタントに**15組**は来ます。土曜は**複数家族での宴会**、日曜は一家族だけのご来店が多いですね。**おじいちゃん、おばあちゃんと一緒に**来られることもありますよ。**毎月400~500名のキッズが来店**されるので、**DVDプレイヤー**の設置など、さらなる打ち手を検討中です！

◀わん 葛西店 中屋店長

月に1回は家族で来ます。子供連れに、あまり**抵抗はない**ですね。**早い時間**であれば、酔っ払いに出くわすこともないですし（笑）。ファミレスがガヤガヤしていて落ち着かないけど、居酒屋は**個室でゆったりくつろいで、家族で食事を楽しめる**ところが魅力です。「わん」のように、子供が遊べる環境だと助かります！（41歳・父親）



▲週末の早い時間に居酒屋で夕食を楽しむ家族の光景

キーワード

メニューや設備が進化した居酒屋に、
「家庭の団らん」を求める団塊Jr.世代。

いざか族



休日早い時間での居酒屋の家族利用が増加している。
けん引しているのは90年代居酒屋ブームで育った**団塊Jr.世代**。

- ①共働き、子供の塾・部活などによる**「家庭内孤食化」**
- ②個室の整備やメニューの充実など**「居酒屋側の進化」**
を背景に

居酒屋での家族揃っての夕食に、**新しい団らんの形**を見出そうとしている。



2014年トレンド予測

ベビー・マタニティ領域

マタニティ&ベビー用品の通販事業

『赤ちゃんのためにすぐ使う本』としてスタートし、2014年1月に創刊20周年を迎える「赤すぐ」シリーズは、妊娠・出産・育児をもっと楽しくするための情報と商品を提供しています。世界中からセレクトした、便利でおしゃれな育児グッズ&ウェアを通販するとともに、「ママ隊」「もうすぐママ隊」と呼ばれるモニター組織や、メルマガ会員、購入者の声を生かして独自の商品開発も行っています。

ECサイト

赤すぐnet



赤すぐ
出産祝い
 MITSUKOSHI ISETAN
赤すぐ内祝い

通販誌/情報誌

赤すぐ (隔月刊)



妊すぐ (季刊)



産院向けフリーペーパー



内祝いフリーペーパー



キーワード

イクメン2.0と働き女子の「チーム育児」

ヨザル夫婦



2010年に流行語大賞を取ったイクメンが一般化し、イクメン2.0へと進化。

2014年は、共働き夫婦が家事や育児を分かち合い、**チーム**で子育てする時代に。授乳は母親、抱っこや毛づくろいは父親が担当する**ヨザル**にちなんで、**ヨザル夫婦**と命名！



ヨザルとは…

『動物界のベストファーザー』

父親：ベビーの抱っこ&毛づくろい

母親：授乳

決まったパートナーと生涯を共にする。

ちなみに、オシドリは…

オスが寄り添うのはメスが卵を産むまで。

ヒナの世話はメスの専業。

さらに、毎年違う相手とカップリング。



2010年 『イクメン』

育児に参加し始めた「父」
の姿にフォーカスした言葉。

男が育児参加することそのものに
目新しさがあった時代。

夫 = **あくまでお手伝い**、共働き
では妻の負担が大きかった



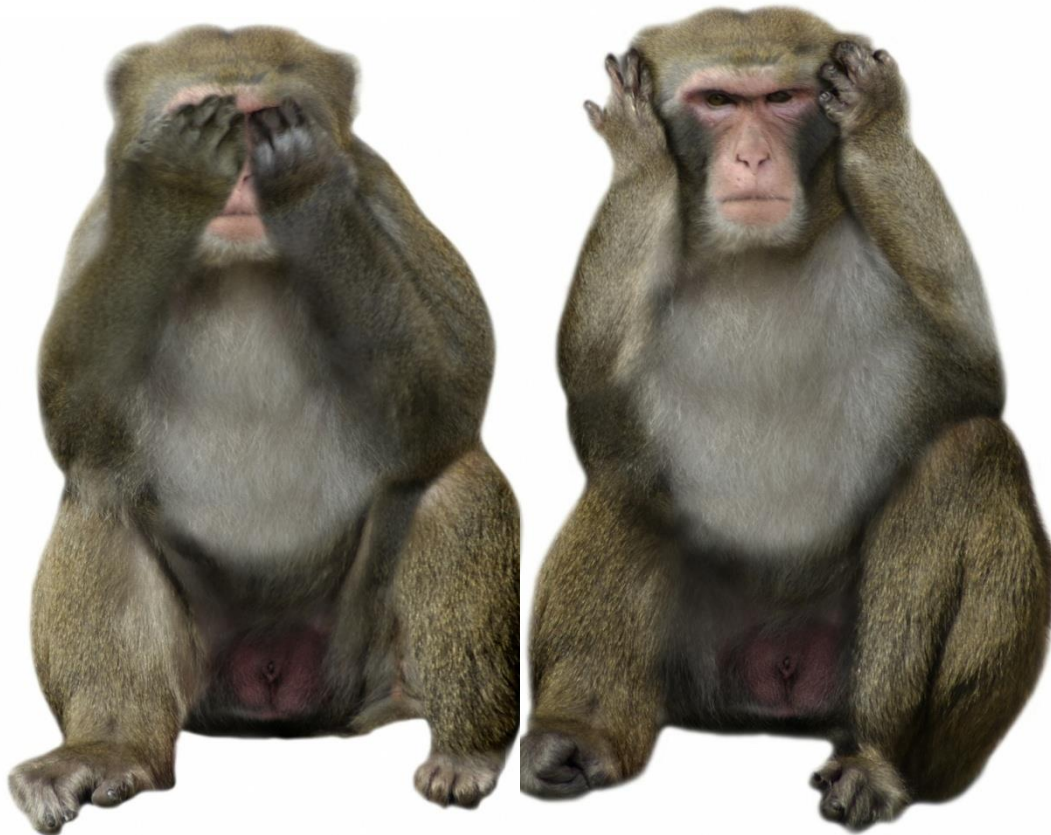
2014年 『ヨザル夫婦』

共働きでチーム育児をする「夫
婦」の姿にフォーカス。

男が育児に「参加」「手伝い」
するのではなく、夫婦が同じ立
場で、共に主体的に育児をする
時代へ。

夫 = **母乳以外はすべてできる**。
寝かしつけ、病時対応も

ひとりよがりイクメンには
こんな傾向も…



泣く子は**見ざる**

妻の話を**聞かざる**

ヨザル夫婦



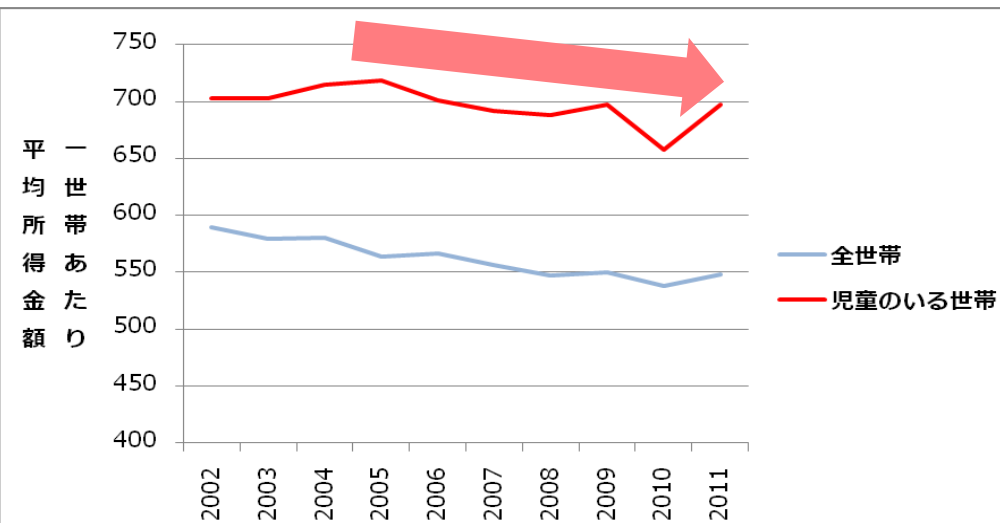
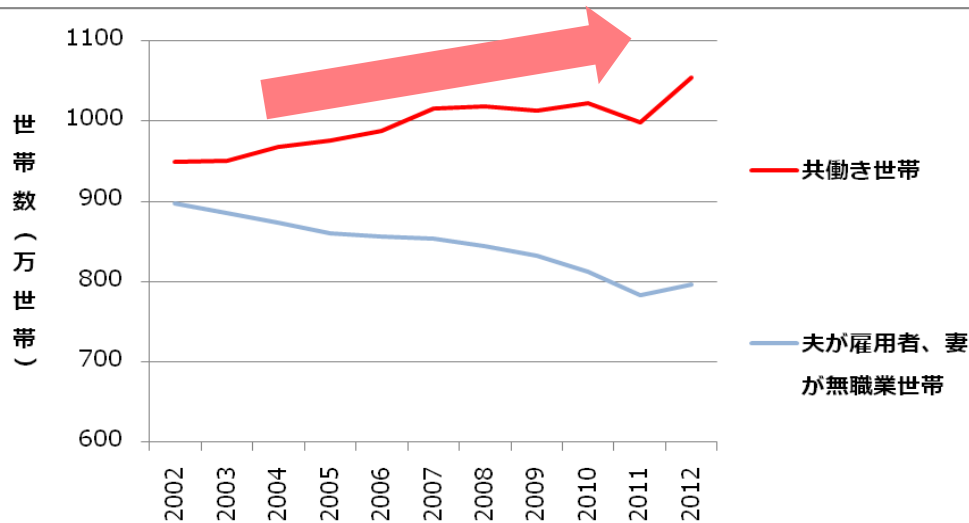
ヨザル！

共働き世帯の増加とともに女性が働くことへの考え方も変化

共働き世帯は右肩上がり増加、一方で世帯年収は微減。
女性が働く必要性と女性が働くことへの受容性が高まっている。

共働き世帯数は増加

世帯所得は微減



共働き等世帯数の推移

(参照元) 総務省 労働力調査

一世帯あたり平均所得金額の推移

(参照元) 厚生労働省 国民生活基礎調査

共働き世帯の増加とともに女性が働くことへの考え方も変化

共働き世帯は右肩上がり増加、一方で世帯年収は微減。
女性が働く必要性と女性が働くことへの受容性が高まっている。

『子どもができて、ずっと職業を続ける方がよい』
とする考え方が増加

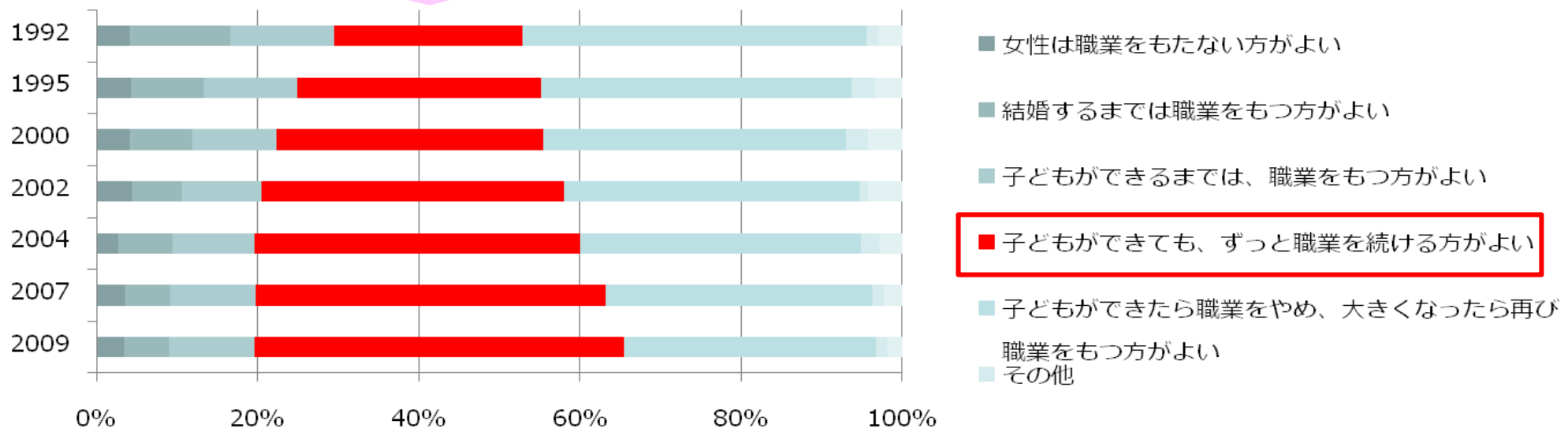


図. 女性が職業をもつことについての考え方の推移

不景気しか知らない若い世代は『等身大』の幸せを求める傾向

今の20～30代男性は、仕事での成功よりも『幸せな家庭をつくること』に幸せの価値を見出している。

20代、30代ほど、仕事よりも家庭に
男の幸せを見出す傾向

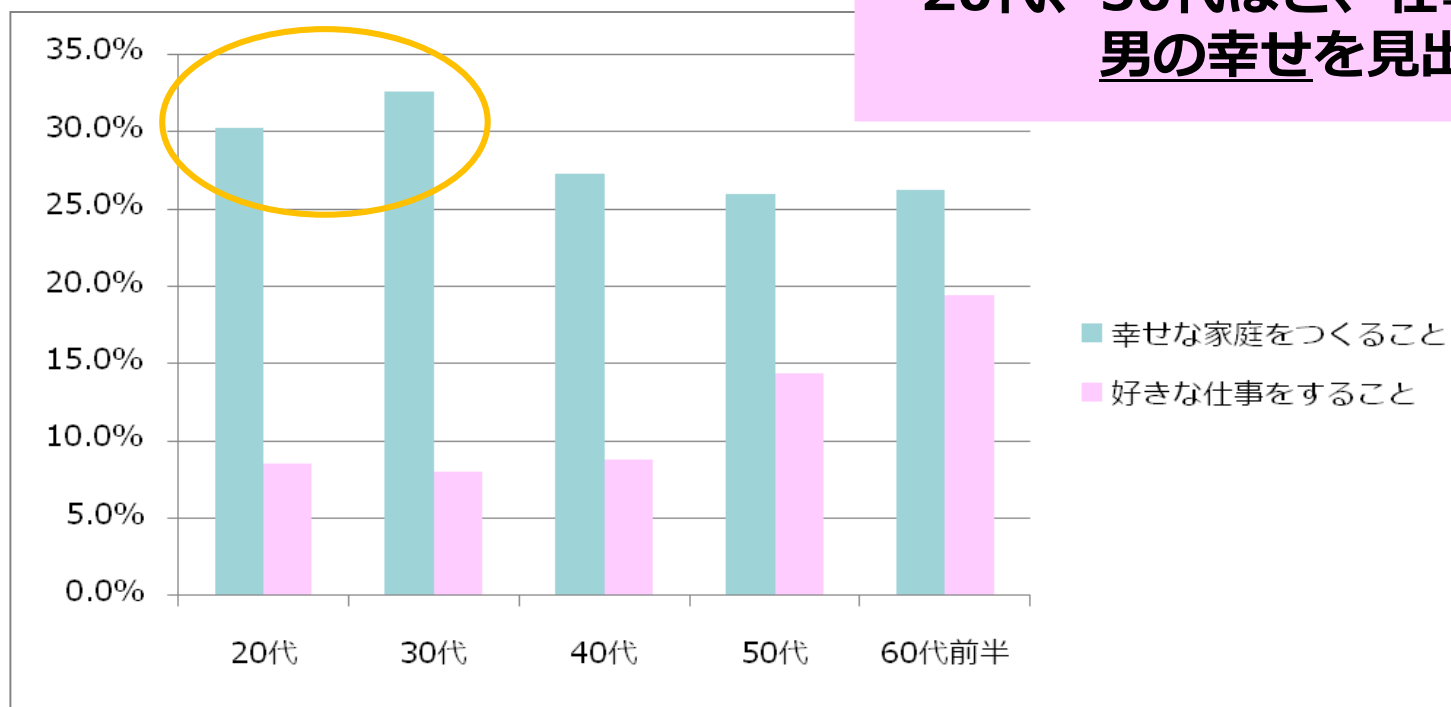


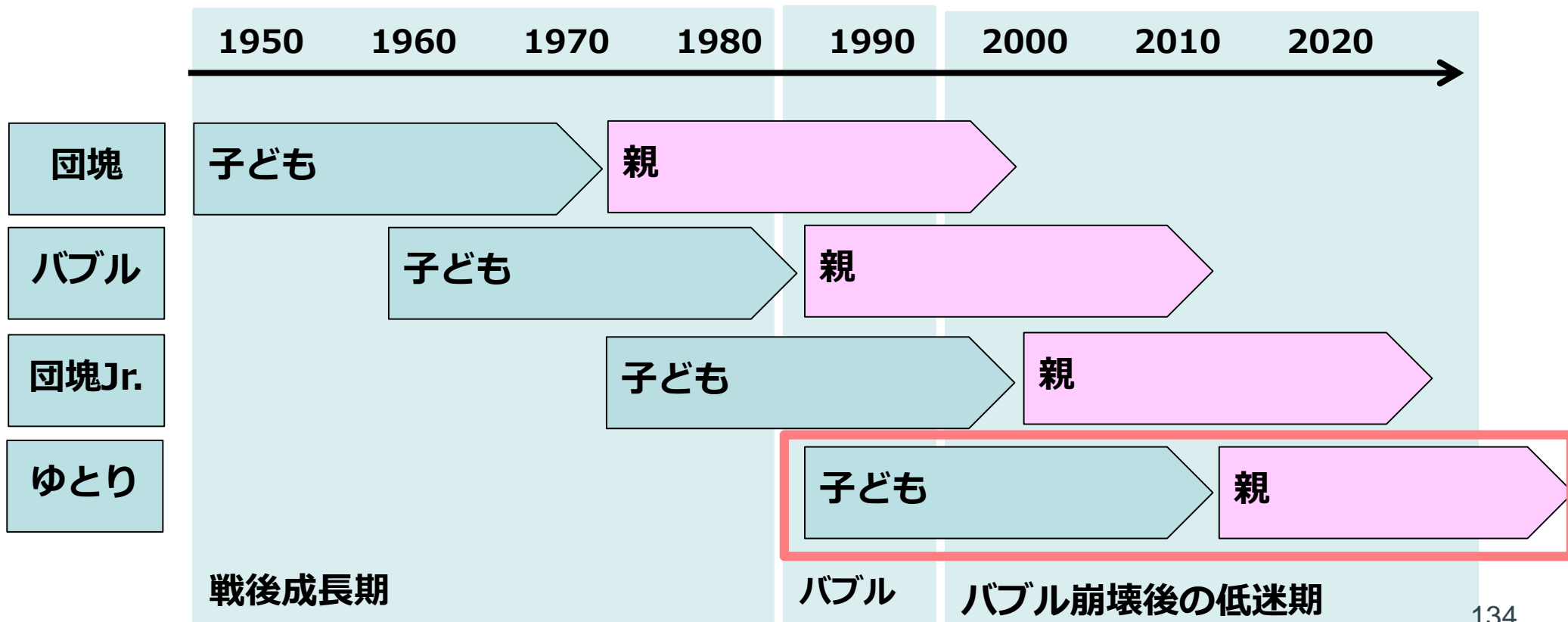
図. 「男の幸せ」とは

(参照元) 明治安田生活福祉研究所 「2012年 男性の幸せに関する意識調査」

「ゆとり世代」が親になり始めるのが2014年

物心ついた頃からバブル崩壊後の低迷期を生きてきた世代。

『さとり世代』とも言われ、過度に夢を持ったりせず、浪費せず合理的に行動する世代と言われている。そんな世代だからこそ、家庭に幸せを求め、夫婦で助け合う形が自然に増加していくのでは。



イクメンの認知度も上がり、父親の育児支援も強化されつつある

厚生労働省は男性の育児休業取得率を現状の1.89%から2020年度には13%に上げるなどを目標に掲げ、ワーク・ライフ・バランスの実現に取り組むイクメンプロジェクトを組織。

2013年からは男性の育児参加を積極的に促進しつつ、業務改善を図る企業を表彰する『イクメン企業アワード』を実施。

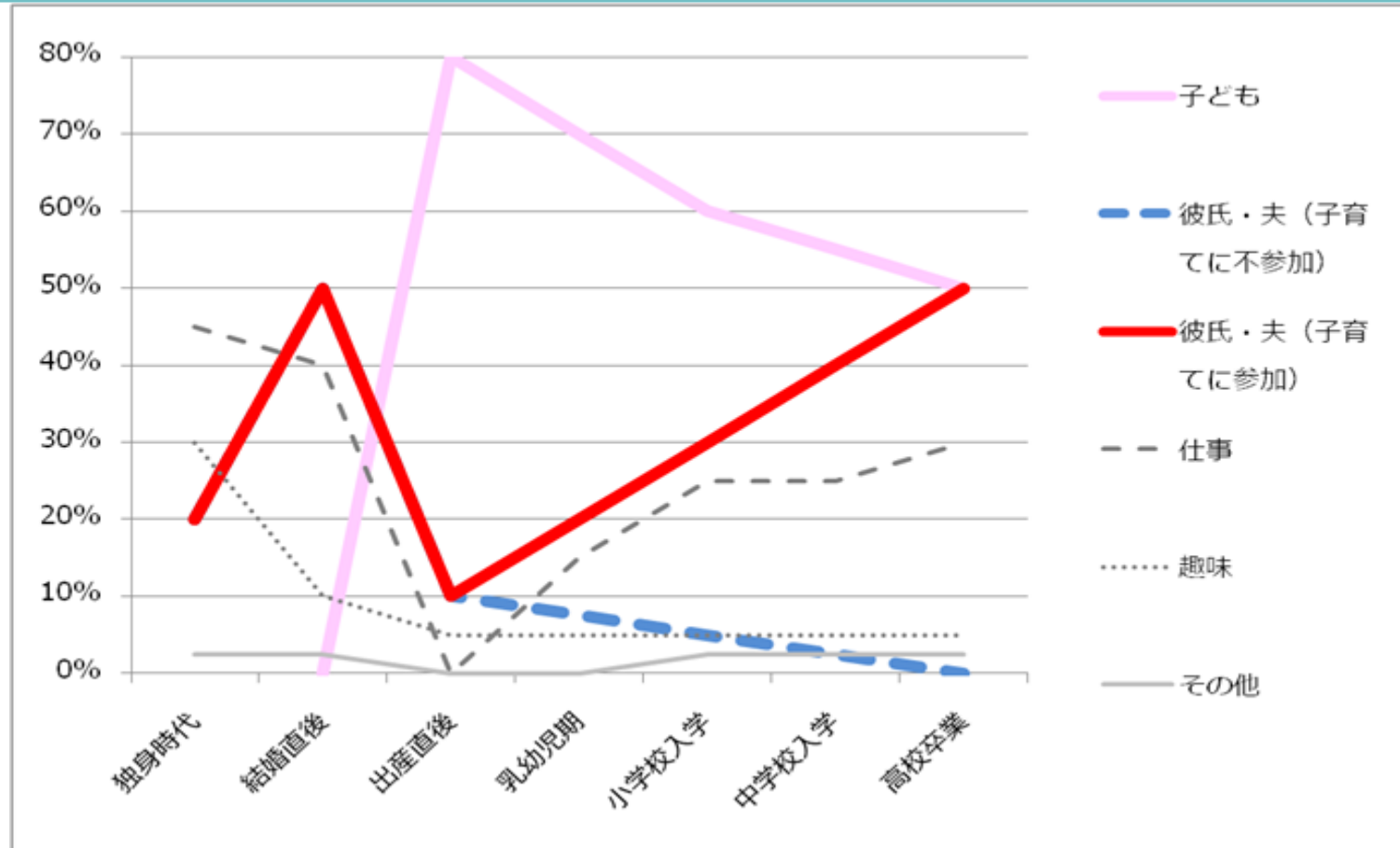
育てる男が、家族を変える。社会が動く。



**イクメンプロジェクトが
育児を積極的に行い、
業務改善を図る企業を
応援します。**

父親の子育て参加と夫婦の円満度は相関する

女性の夫に対する愛情曲線は、夫が子育てに参加した場合は回復していくが、参加しないと低迷したまま。「子育てはかすがい」であることがわかる。

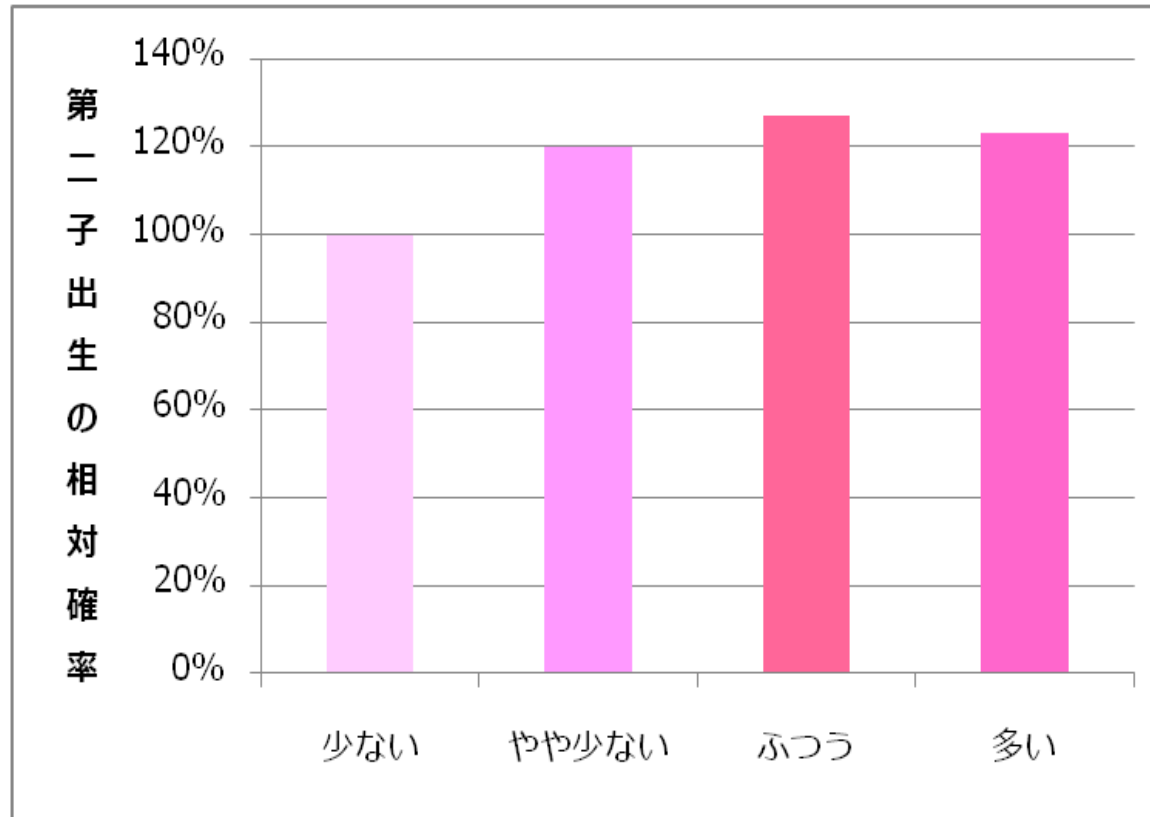


女性の愛情曲線

(参照元) 株式会社東レ経営研究所

父親の子育て参加と夫婦の円満度は相関する

夫の子育て参加度は第二子出生率とも相関。



夫の育児頻度と第2子出生の関係

【小田原在住 Oさん】

	妻	夫
年収バランス	50%	50%
育児・家事バランス	30%	70%

エピソード

- ・ 夫は老人ホーム相談員、休みは日月
 - ・ 妻は老人ホームの調理師
 - ・ 子ども3人の大家族（2人目が双子）
 - ・ 長女は保育園、双子も来春から保育園
-
- ・ 夫は保育園の送り迎え週5回。お風呂掃除、ゴミ捨て、長女のお風呂などなど。
2人目妊娠中から職場に相談の上、基本的に定時に帰るように。
-
- ・ 妻の育休中も食事作りなど自分から家事を担う。朝ごはん、お昼のお弁当、夕食すべて夫。

自分のなかでは、
当たり前前を当たり前
前にやってる感覚

【足立区在住 Oさん】

	妻	夫
年収バランス	50%	50%
育児・家事バランス	50%	50%



エピソード

- ・夫は左官工、休みは日曜のみ
- ・妻は某通信会社にて経理（フルタイム）
- ・授かり婚で、ともに25歳
- ・長男は1歳3ヶ月、8ヶ月から保育園へ
- ・夫は保育園の迎え週5回。お風呂掃除、洗濯。子どもの病時は、交代で仕事を休む。
- ・妻は時短勤務ではなく、フルタイム勤務。繁忙期は帰宅が深夜になることも。その時は夫が夜遅くまで一人で育児を担当。
- ・二人も忙しい時は夫方の祖母に手伝ってもらうことも。

もともとパパは亭主関白タイプだったけど、わたしが仕事を続けたいから変わってもらいました！

キーワード

イクメン2.0と働き女子の「チーム育児」

ヨザル夫婦



2010年に流行語大賞を取ったイクメンが一般化し、イクメン2.0へと進化。

2014年は、共働き夫婦が家事や育児を分かち合い、**チームで子育て**する時代に。授乳は母親、抱っこや毛づくろいは父親が担当する**ヨザル**にちなんで、**ヨザル夫婦**と命名！



2014年トレンド予測

ブライダル領域

結婚情報サイト・情報誌

市販誌

ゼクシィ



- ・ゼクシィPremier
- ・ゼクシィ海外ウエディング完全ガイド
- ・ゼクシィ国内リゾートウエディング完全ガイド

PC・携帯・スマホサイト

ゼクシィnet



カウンター

ゼクシィなび



ゼクシィの保険ショップ

幸せな結婚と人生に、ふたりの保険の相談を。
ゼクシィの保険ショップ

ゼクシィONLINE STORE



イベント

ゼクシィブライダルフェスタ



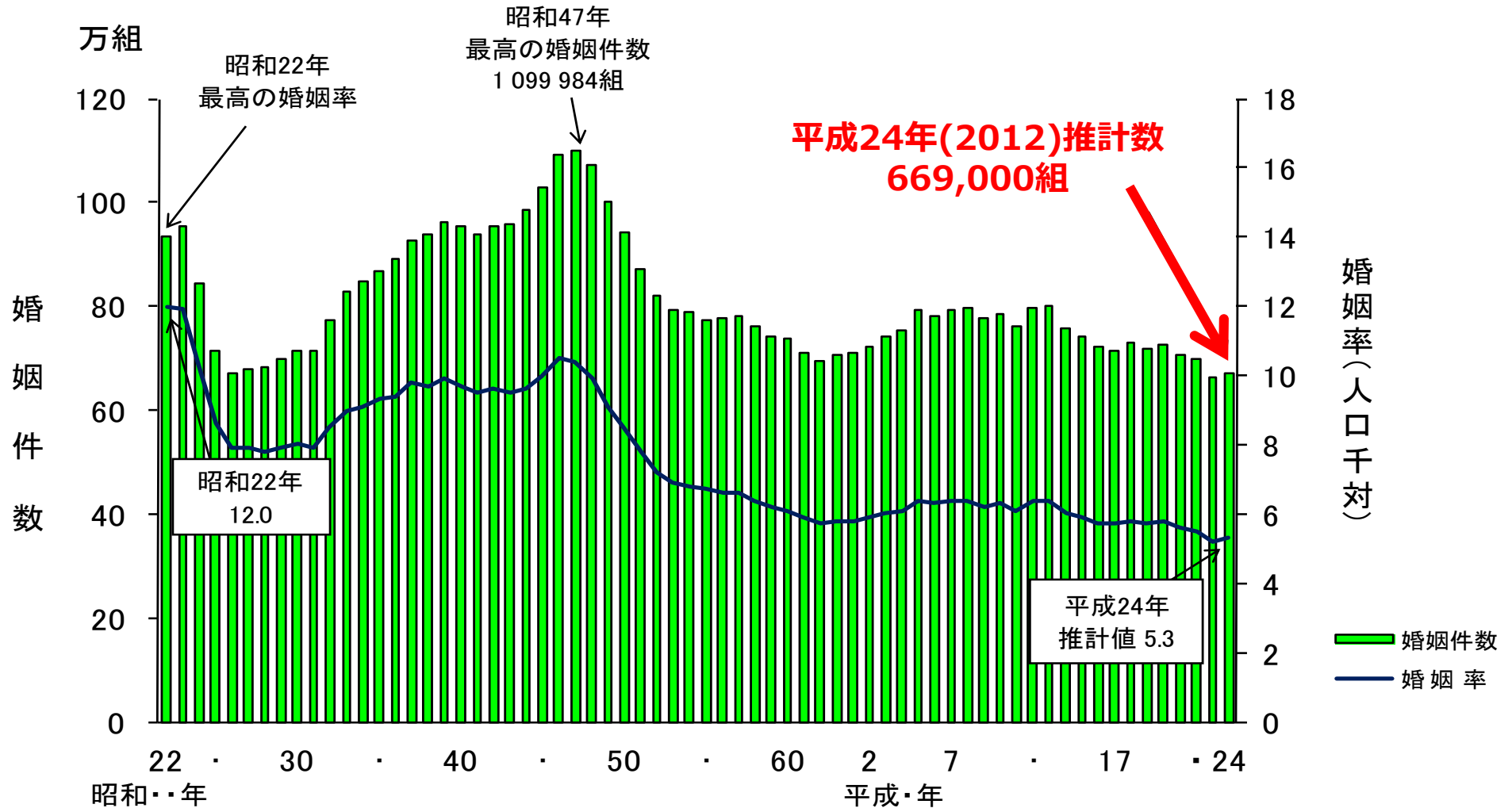
キーワード

再婚の挙式・披露宴は当たり前の時代に

マルニ(〇2)婚

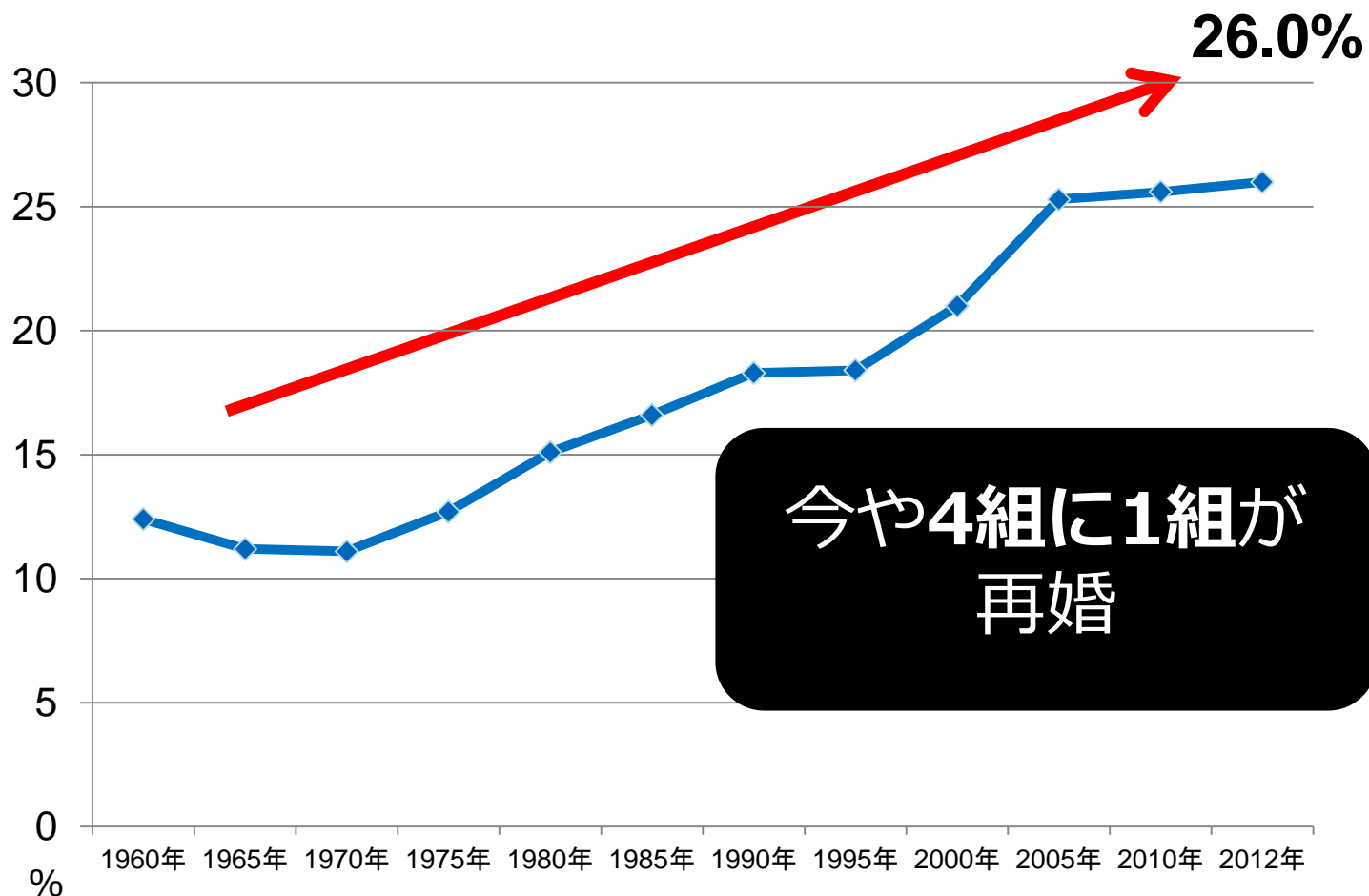
- ・「マルニ(〇2)」 = 「再婚」率が時代と共に上昇してきている。
- ・「マルニ(〇2)婚」 = 「再婚者の挙式・披露宴」の実施率も近年増加傾向。
特徴は「誓い&アットホーム」。
- ・世の中の再婚に対するイメージが変化してきている。
- ・今後、団塊ジュニア世代が再婚平均年齢層へ。婚姻組数ダウンに歯止めを掛けるひとつの兆しか、という期待が持てるトレンドである。

婚姻件数及び婚姻率の年次推移



年次別婚姻件数に対する再婚の割合 (夫妻とも再婚又はどちらか一方が再婚)

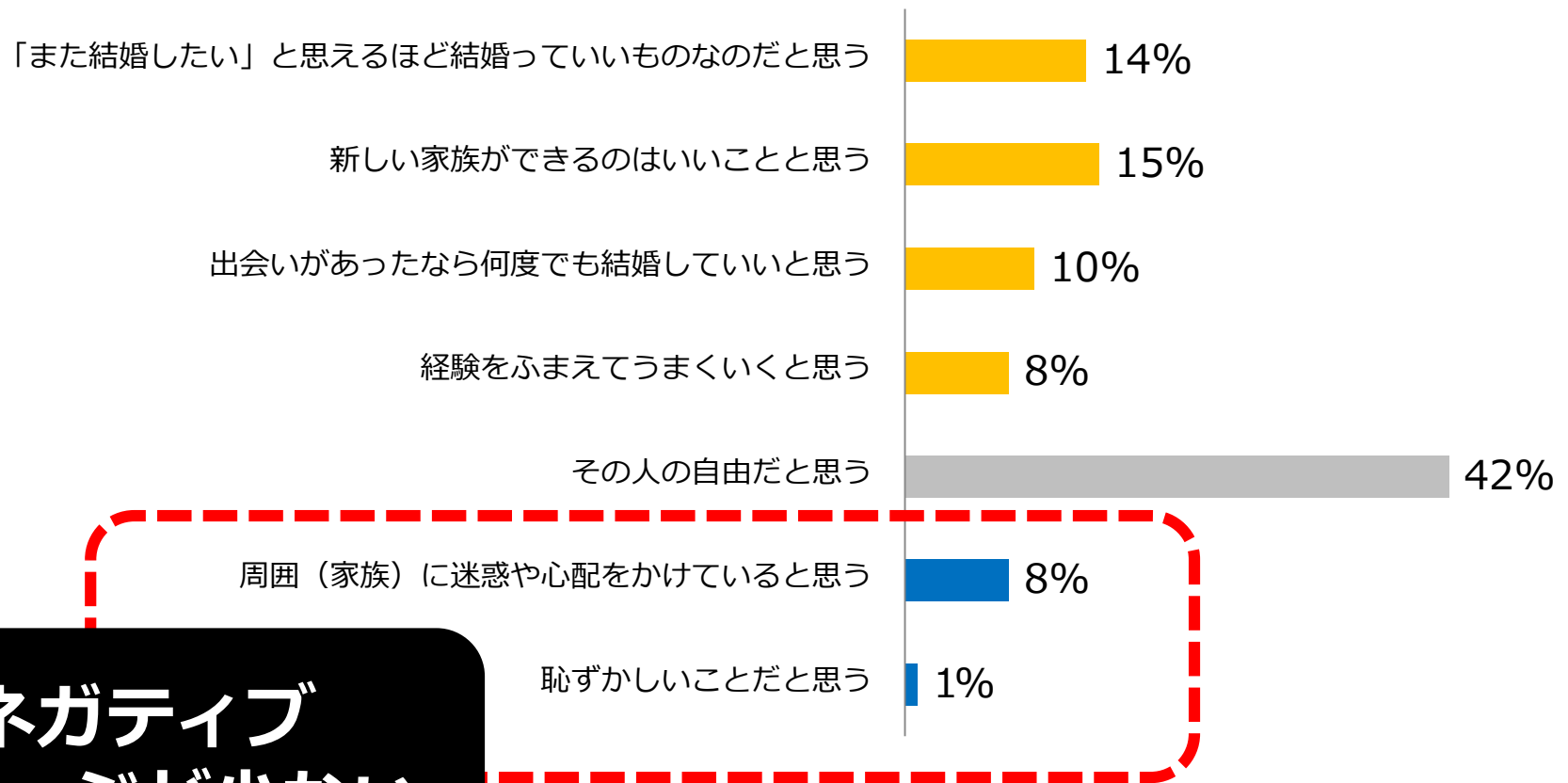
	%
1960年	12.4
1965年	11.2
1970年	11.1
1975年	12.7
1980年	15.1
1985年	16.6
1990年	18.3
1995年	18.4
2000年	21.0
2005年	25.3
2010年	25.6
2012年	26.0



出典：厚生労働省 「人口動態統計」

「再婚」に対する意識調査

Q.再婚についてどう思いますか？（近い感覚のものを2つ選択回答）



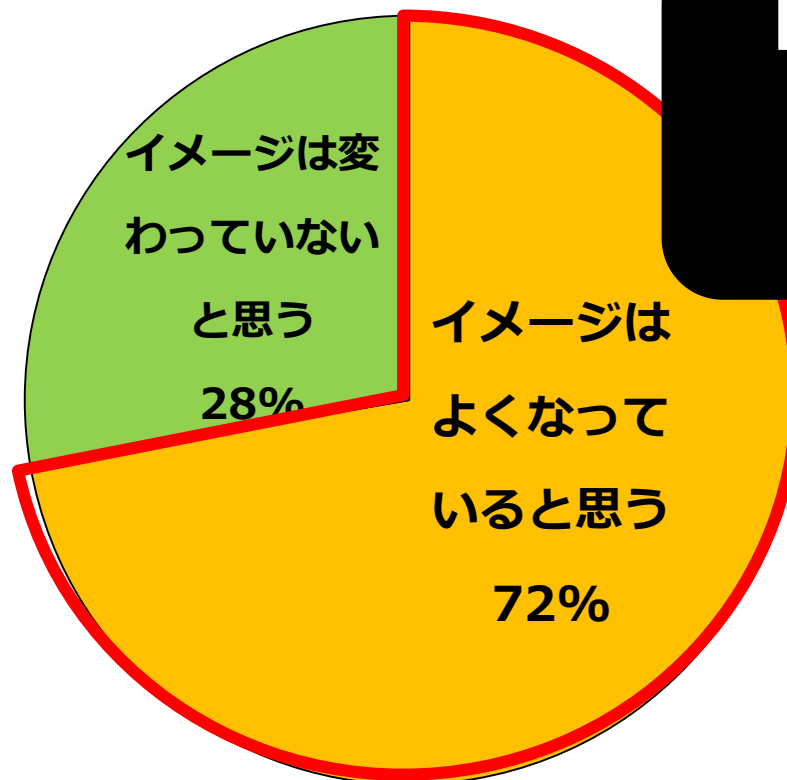
**ネガティブ
イメージが少ない**

出典：ゼクシィ「花嫁1000人委員会」アンケート（2013年11月実査・n=166）

「再婚」に対する意識調査

Q. 昔（親・祖父母世代）と比べて再婚へのイメージは変わっていると思いますか？

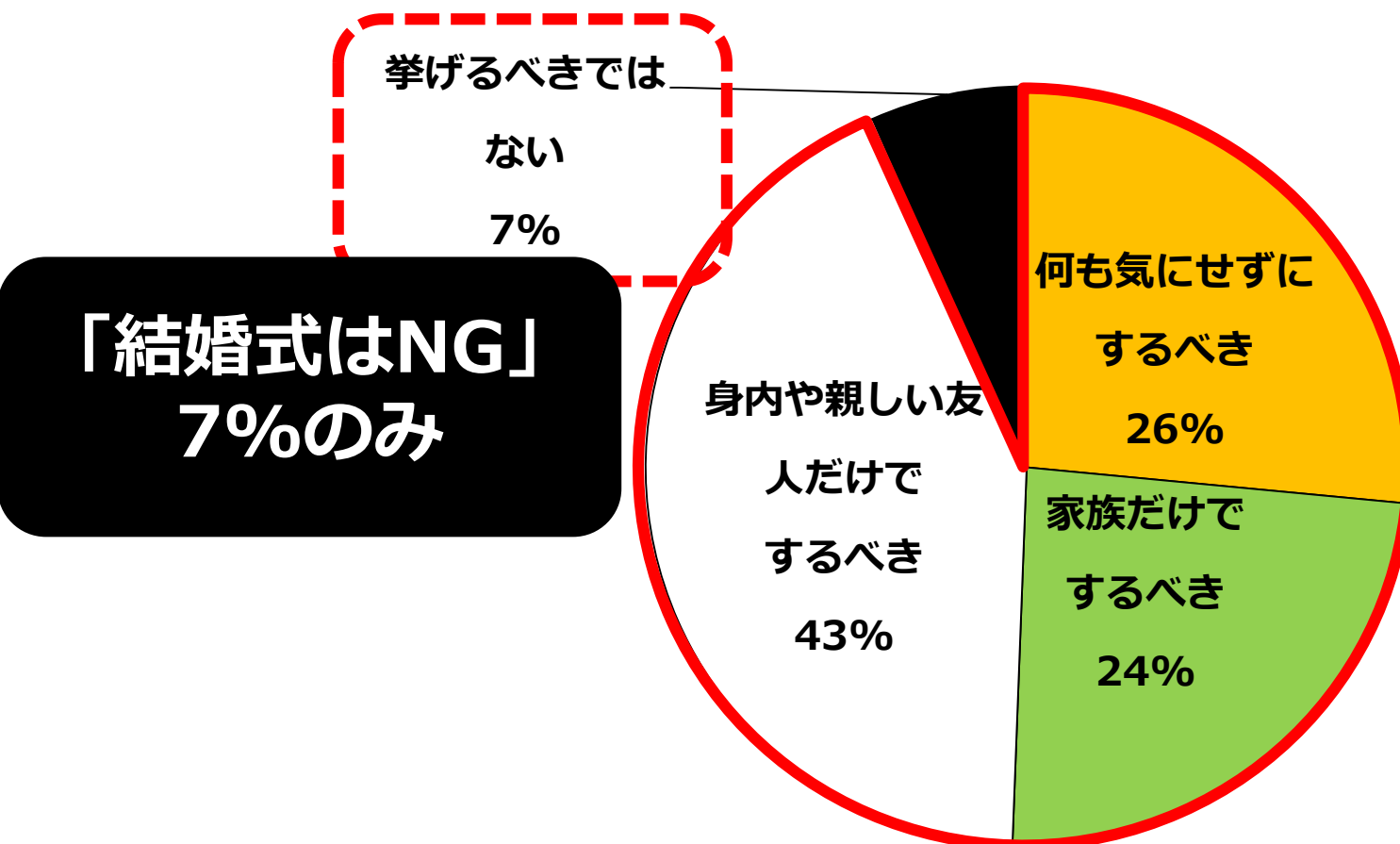
イメージは悪
くなっている
と思う
0%



「イメージはよくなっている」
70%超

「再婚の方が結婚式を挙げること」に対する意識調査

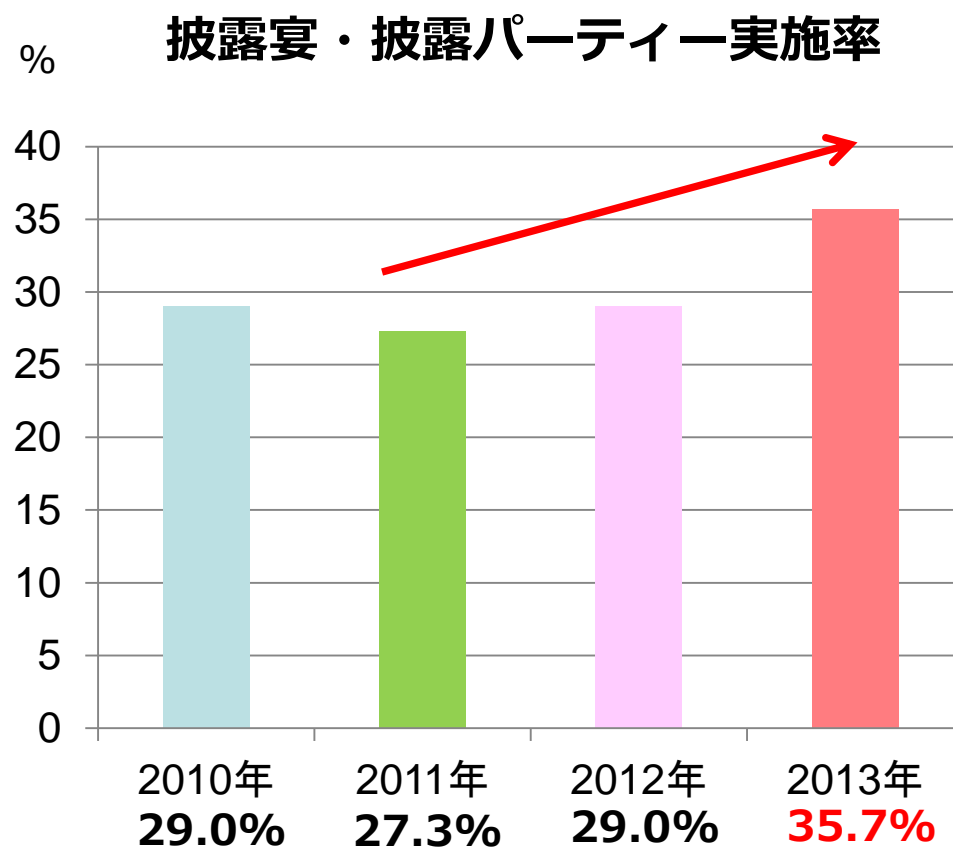
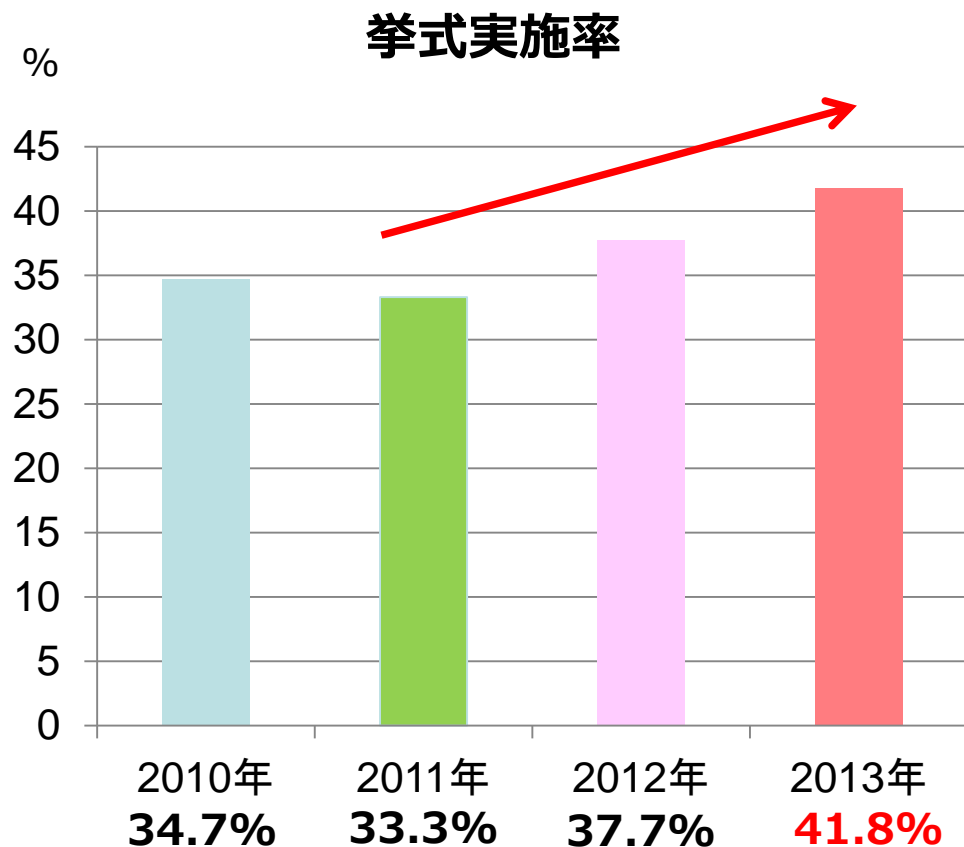
Q.もしあなたの友人や家族が「再婚」で挙式・披露宴をしたらどう思いますか？



9割以上が実施に肯定的。「挙げるべきではない」は1割未満。

出典：ゼクシィ「花嫁1000人委員会」アンケート（2013年11月実査・n=166・単一回答）

再婚の挙式・披露宴実施率



出典：リクルートブライダル総研「結婚総合意識調査2013」

再婚の挙式・披露宴における特徴

“誓い&アットホームな結婚式”

傾向	項目	初婚	再婚
「誓い」にお金をかける	婚約指輪	32.8万円	40.9万円
	結婚指輪(2人分)	22.0万円	23.5万円
	挙式料	26.7万円	31.6万円
アットホームでちょっとコンパクト	挙式、披露宴・披露パーティにかかる総額	347.0万円	253.1万円
	披露宴・披露パーティにおける招待客人数	74.1名	58.5名
	披露宴・披露パーティ会場「レストラン」	7.3%	13.9%

出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2013（全国推計値）

 調査対象：2012年度に挙式または披露宴・披露パーティを実施した方7009名
 ※初婚＝初婚同士のカップル、再婚＝夫妻両方またはどちらかが再婚のカップル

新郎
(初婚)

新婦
(再婚)の息子



3人の
ケーキカット



根本俊也さん(26歳)・恵子さん(30歳)
新婦再婚、新郎初婚。新婦の息子(当時10歳)と新郎
が仮装して入場。息子の友だちも演出に参加するな
ど会場全体が微笑ましい雰囲気。



盛忠志さん(53歳)・真由美さん(49歳)
新郎も新婦も再婚。「みんなに誓いたい」と、共通の友人
を承認をお願いして人前式を実施。教会での挙式後、レス
トランでアットホームな披露パーティ。

離婚

× 1

(バツイチ)

再婚

二度目…

離婚

× 1

(バツイチ)

再婚

○ 2

(マルニ)

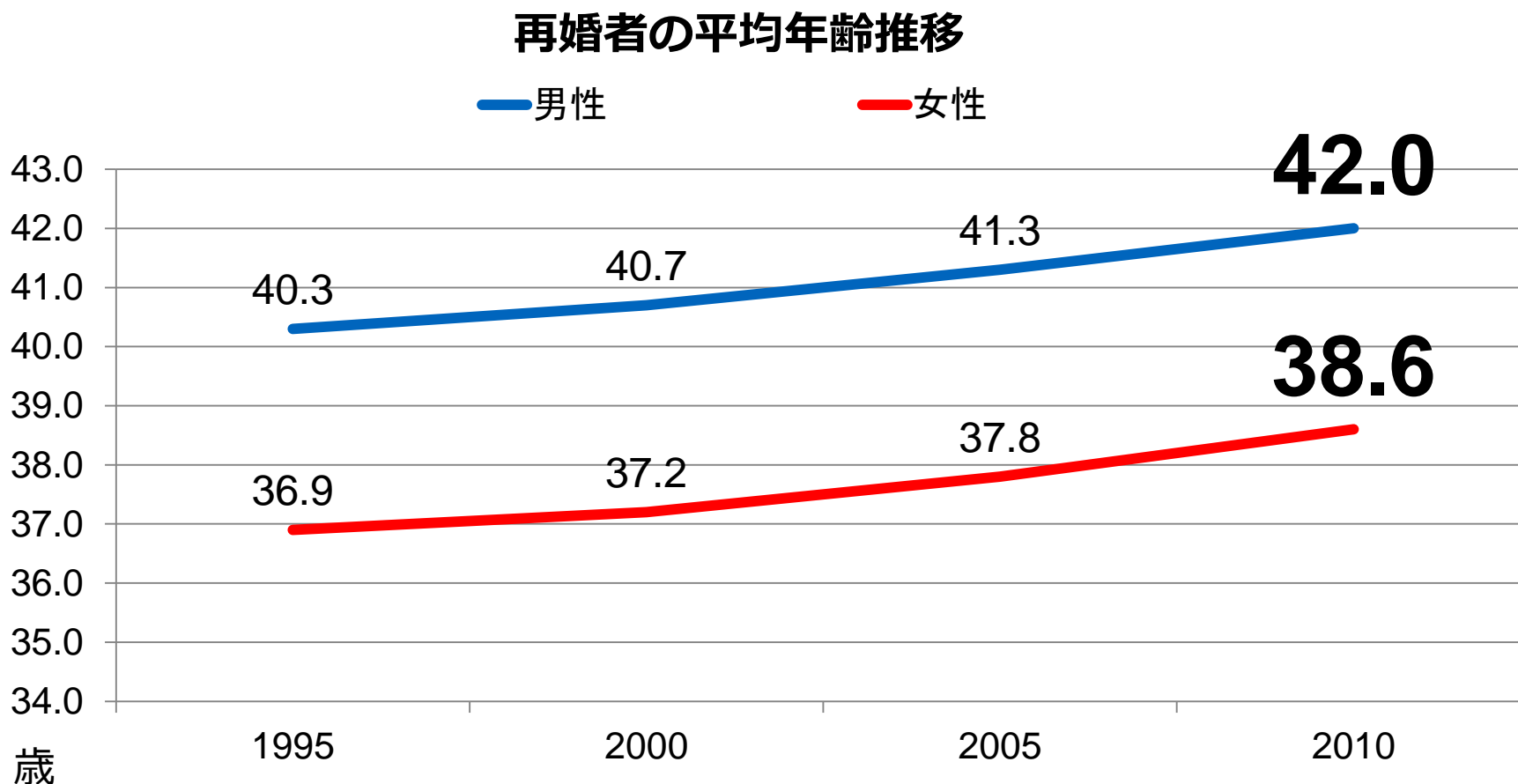
マルニ(○2)婚



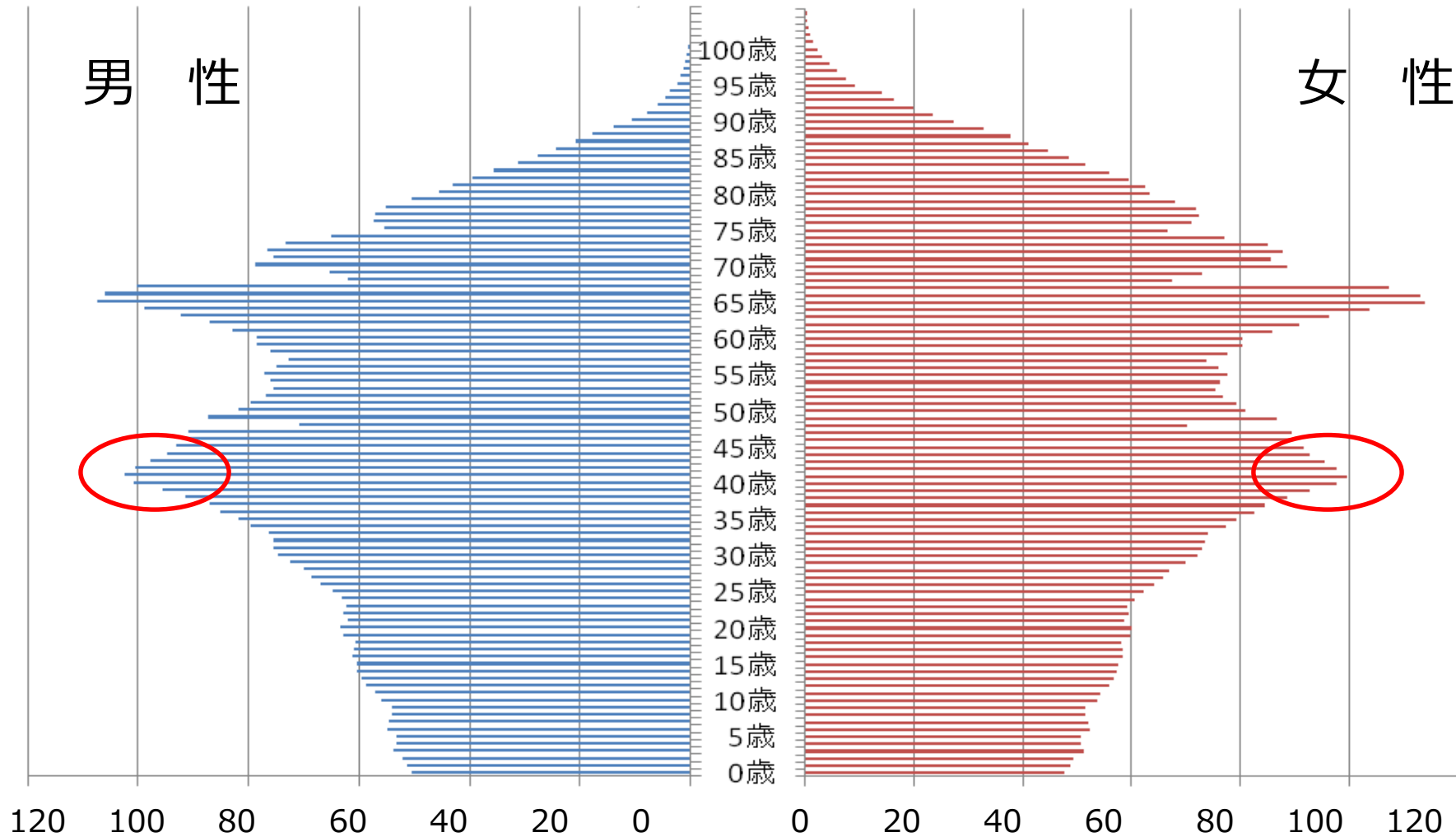
なぜ今、マル二婚に 注目なのか？



再婚者の平均年齢は40歳前後で現在も上昇傾向



2014年には団塊ジュニア世代が再婚平均年齢層へ



2014年日本の推計人口 (万人)

マルニ婚（再婚の結婚式）マーケット活性による経済効果

～マルニ婚実施率が年間10ポイントUPしたら～

マルニ婚 1組あたりの挙式・披露宴にかかる費用総額の平均
253.1万円

×

年間再婚婚姻組数(約17.5万組)×10%

17,500組

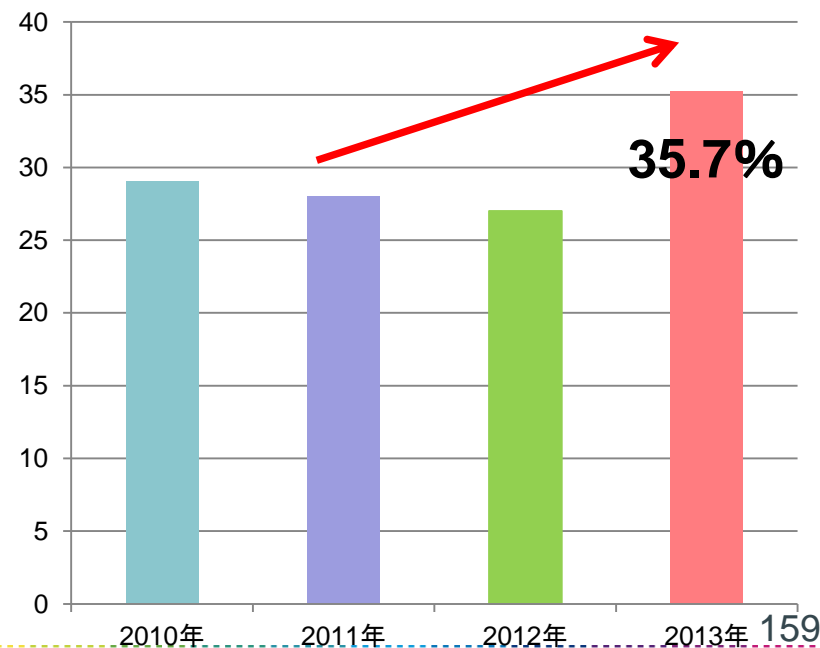
↓

442.9億円の経済効果

※現在のマルニ婚の市場規模

年間再婚婚姻組数×再婚の披露宴実施率×費用総額
= 17.5万組×35.7%×253.1万円 = **約1,581億円**

再掲) 再婚者の披露宴実施率



キーワード

再婚の挙式・披露宴は当たり前の時代に

マルニ(〇2)婚

- ・「マルニ(〇2)」 = 「再婚」率が時代と共に上昇してきている。
- ・「マルニ(〇2)婚」 = 「再婚者の挙式・披露宴」の実施率も近年増加傾向。
特徴は「誓い&アットホーム」。
- ・世の中の再婚に対するイメージが変化してきている。
- ・今後、団塊ジュニア世代が再婚平均年齢層へ。婚姻組数ダウンに歯止めを掛けるひとつの兆しか、という期待が持てるトレンドである。