

全理連トレンド情報

NEXT

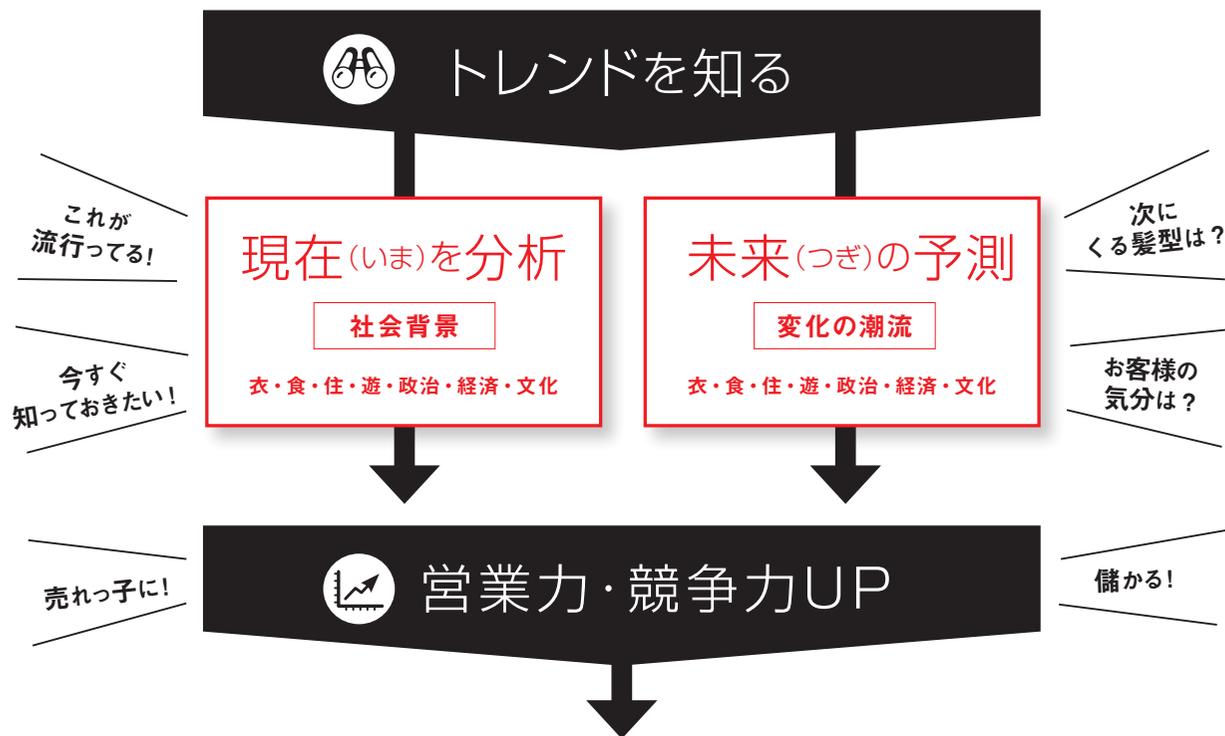
vol.5

2015-2016 秋冬～2016 春夏

全理連トレンド研究室

東京都渋谷区代々木1-36-4

室長	山本賢司
統括	駒崎 智
リーダー	荒木美智子
サブリーダー	松田 通
委員	木下裕章
委員	木野島 徹
委員	中谷嘉孝
委員	早坂精徳
委員	飛田恭志



“ヘアビジネスの繁栄・発展へ”

≡ CONTENTS

- P.02 — 「現在」の分析①: 社会背景から読む
- P.03 — 「現在」の分析②: リアルトレンド[メンズ/ミドルエイジ]
- P.04 — 「現在」の分析③: リアルトレンド[メンズ/ローエイジ]
- P.05 — 「現在」の分析④: リアルトレンド[レディース/ミドルエイジ]
- P.06 — 「現在」の分析⑤: リアルトレンドレディース/ローエイジ]
- P.07 — 「現在」の分析⑥: ワールドトレンド[2015-2016 AW]
- P.08 — 「未来」の予測①: トレンドポジションから読む
- P.09 — 「未来」の予測②: ネクストトレンド[メンズ2016 SS]
- P.10 — 「未来」の予測③: ネクストトレンド[レディース2016 SS]

社会背景を知ろう

MARKET RANKINGS

【2015年ヒット商品】

出典：日経トレンド

- 1位 北陸新幹線
- 2位 火花(小説)
- 3位 インバウンド消費
- 4位 コンビニドーナツ
- 5位 ココナツオイル
- 6位 ガウチョパンツ
- 7位 チョイ呑み
- 8位 明治プロビオヨーグルトPA-3
- 9位 南アルプスの天然水&ヨーグルナー
- 10位 アップルウォッチ
- 11位 ベッパー
- 12位 おにぎらず
- 13位 マインクラフト
- 14位 ディープセラム
- 15位 紙バック式掃除機 MC-JP500G

2015年のヒット商品の傾向(キーワード)は「日本再発見」。まだ見ぬ地域の美しさを発見する鉄道、純文学の再注目、海外の日本ブーム、健康志向のさらなる高まり、ファッションと同様にリバイバルもトレンドの要因に。

【2016年ヒット商品】

- 1位 新電力トリプルセット割
- 2位 激安オム二家電
- 3位 街かどインスタプリント
- 4位 セルロース・ナノ・コスメ
- 5位 PlayStation VR
- 6位 “テラハ風”エコノミーホテル
- 7位 G-SMART
- 8位 ベランダ・グランピング
- 9位 ドラクEXI&ビルダーズ
- 10位 食べるコスメオイル
- 11位 “無充電”スマホ
- 12位 近大ナマズ
- 13位 乳酸菌チョコレート
- 14位 ソーシャルカーシェアリング
- 15位 デジタルウインドウ

これから登場する商品やサービス、施設から選出。単純な売上げ予測だけでなく、影響力やインパクトも加味されている。消費や生活が変わるかもしれない仕組みが次々と登場するだけに今からチェックしておこう!

2015 現在(いま)の分析

『実感のない景気状況』

➤ 良くもなく悪くもなく?

一般消費者の生の声としては「景気もあんまり良くなってないよね。物価も上がってきている感じがするよね」という声が大分。消費者マインドとしては、何となく沈滞ムードではあるが、それほど深刻化していないのが今期の特徴。

➤ 増収の鍵はインバウンド?

消費はマイナス傾向(第1四半期GDP▲0.3%)。家計消費が増えていない。インバウンド[外から内に入ってくること、内向きのという意味の形容詞。ビジネス用語では業種によって差異がある]効果のあった業態は増益傾向。

インバウンド効果

- ・外国人観光客の増加(政府目標は達成される勢い)
- ・百貨店の増収増益(ただし都市圏のみ)
- ・コンビニ(コーヒー販売+PB食品の充実)
- ・ドラッグストア(健康志向と食品需要)

➤ ブランドの日本回帰

高額消費は一段落した感があるが、中国市場の景気衰退の影響か、ブランド、企業の日本回帰の流れも見られ始めている。

2016 未来(つぎ)の予測

マイナンバー制度導入で揺れ動く消費マインド!?

➤ 『低価格消費』と『価値消費』

消費動向としては、節約志向をベースにした『低価格消費』と、価格よりも『価値消費』の消費の二極化がもっと顕著になると考えられる。その背景としては消費者の収入(可処分所得)がある。現在、日本国内の平均年収は414万円。ただし正規社員平均473万円、非正規社員168万円と両者の開きは非常に大きい。

➤ 所得格差はますます拡大!

20代の年収200万円未満のワーキングプア層の増大(実際は50代以上でも増加がある)。20代前半では67%、20代後半では43%がワーキングプア。一方、富裕層(金融資産1億円以上)はここ3年間で20万世帯も増加し、所得格差は一層拡大する傾向にある。

➤ 市場戦略も二極化

このような二極化の中で『価値市場でいかに戦うか』、『リーズナブル(コモディティ)市場でどう戦うか』という2つのテーマになると考えられる。

エイジングと異業種参入で活性化!?

➤ 異業種のヒット商品ぞくぞく

富士フィルムに続き、サントリーや酒造業からの参入があるなど、エイジング化粧品への注目度が上がっている。

➤ 頭髮関連でなんとか前年比増

化粧品全体の1-6月の実績は99.2%。頭髮化粧品(ヘアカラー 102.7%)とトリートメント(104.8%)が牽引してなんとか101%、前年比伸張。メンズ化粧品は94%とダウン。

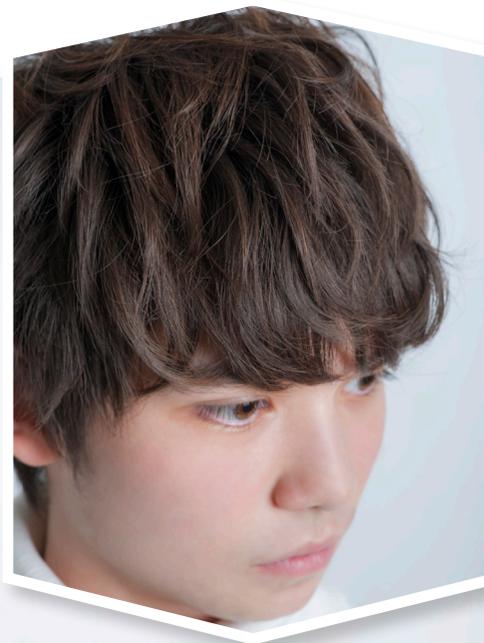
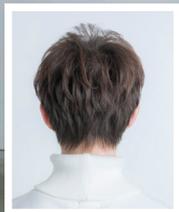
➤ 大人女性のマーケットは増大の可能性あり

訪問販売メーカーのスタジオ出店が活性化。No.1メーカーのオルビスは1844億円と好調。体験機会の増大が市場拡大を支えそう。特に大人女性のエイジング化粧品マーケットはこれからも増大傾向にある。

注目!! 化粧品市場の動向

LOW
AGE

ふんわりソフトな
印象に



＜ HAIR TREND

- KEY WORD
- [マッシュ]
 - [マットな仕上がり]
 - [ソフトなカール感]

エスニックやカントリーにあるドライ(マット)感や自然なウェーブがミックスされ、シンプルでありながら上質感のあるスタイルが人気。

＜ FASHION TREND

- KEY WORD
- [ホワイト(シンプルな色合い)]
 - [ハイネック]

モノトーンコーディネートなど、シンプルな色合いで大人シックなテイストが主流。カジュアル系では、トップスにボリュームを持たせる90年代風の“ビッグボリューム”も人気。



MIDDLE AGE

アップバングで
スポーティに



< HAIR TREND

- [アップバング]
- [ネーブレス]
- [不規則な動き]

フロントはアップバングでスポーティさを出して爽やかさを。アウトウェアのボリュームを意識して、コンパクトになりすぎないように、不規則なアウトラインで躍動感を。

< FASHION TREND

- [ハイネック]
- [レザーブルゾン]

シルエットにフィットしつつもトップスにボリュームを持たせるのが今季の流行り。そのぶんヘアもトップにボリュームを意識して。モノトーンコーデで爽やかさを引き立てる。



HAIR TREND >

KEY WORD

- [柔らかさのあるドライ感]
- [毛先のカール感]
- [ミディアム～ロング]

カントリーメインで素髪感を持たせつつも毛先に柔らかなカール感を持たせてエアリーなムードを好演出。鎖骨下～胸までの長さで、首下にウェイトを持たせる。



FASHION TREND >

KEY WORD

- [スポーティ]
- [トップスのボリューム]

90年代のスポーティさと自然な動きのあるヘアがマッチ。ヘア、ファッションともデコルテ(胸元)ゾーンにボリューム感を持たせてボトムスをタイトにすることで素朴な可愛らしさをもたらす。



LOW AGE

自然な柔らかさを引き出す



HAIR TREND >

KEY WORD

- [ロブ (ロングボブ)]
- [柔らかさ]
- [上質なツヤ]

今季流行の「ロブ」はウェイトがあご下にある“5cm低い”ボブ。定番ラインをベースにしつつ、柔らかさと上質なツヤ感を合わせることでシンプル装いに華やかさをもたらす。



FASHION TREND >

KEY WORD

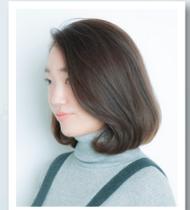
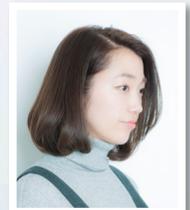
- [ワントーンコーデ]
- [ノームコア]

グレーのレイヤード(重ね着)により、シンプルながらも上質感が生まれ、ハンサム(マニッシュ)な印象にシフト。“究極の普通”という意味を持つノームコアは大人女性の新定番となっている。



MIDDLE AGE

定番ラインに
新しさが



KEY
WORD

[70年代レトロシック]

70年代風のレトロな花柄をはじめ、アースカラーやコットンレースなど、開放的でハッピー感あふれるテイスト。

ファッション傾向

リラックス&エフォートレス

スマートフォンとソーシャルメディアの普及から“機能性”が注目され、N.Y.では動きやすく生活に機能的なウエアがファッションを変えていった。スニーカーなどもハイテク機能・素材が流行。そのような背景からリラックスウエアの需要、エフォートレス(肩の力が抜けた)化している。



ファッショントレンド for MENS

ボーダーレス

メインは70年代。ラグジュアリー感、大人シックであり、ノージェンダー=ボーダーレス(男女の境目がなく、中性的でいてナチュラルな男性像)。



ファッショントレンド for LADIES

ビッグルック

メンズと同様に70年代、80年代の雰囲気を感じさせる。ゆったりとしたシルエット、スポーティ。ボリュームのあるコート、ジャケットなどのアウターや、“ガウチョ”などのワイドパンツ。ワイドでありながら縦長感も意識。



トレンドポジションから読む

トレンドポジションとは…

流行(トレンド)を8つのポジションに分類したスケール(右図)。色相環のように対角線上にあるタイプは真逆を表し、それぞれ「イメージ」「フォルム」「ディテール」も相反するものになる。基本的には反時計回りに3~4ポジションの幅で動いていく。まずは左の図表を理解することで、デザインの方向性、似合わせの方程式が理解しやすくなる。

今シーズンのヘアデザインの傾向

エスニック ~ マニッシュ まで
(ファンタジー) (マスキュリン)

ETHNIC [エスニック]

〈キーワード〉……素朴で飾り気のない、民族・宗教的、自然
〈ヘアキーワード〉…ドライ、マット、シンプル、不規則、暖色

COUNTRY [カントリー]

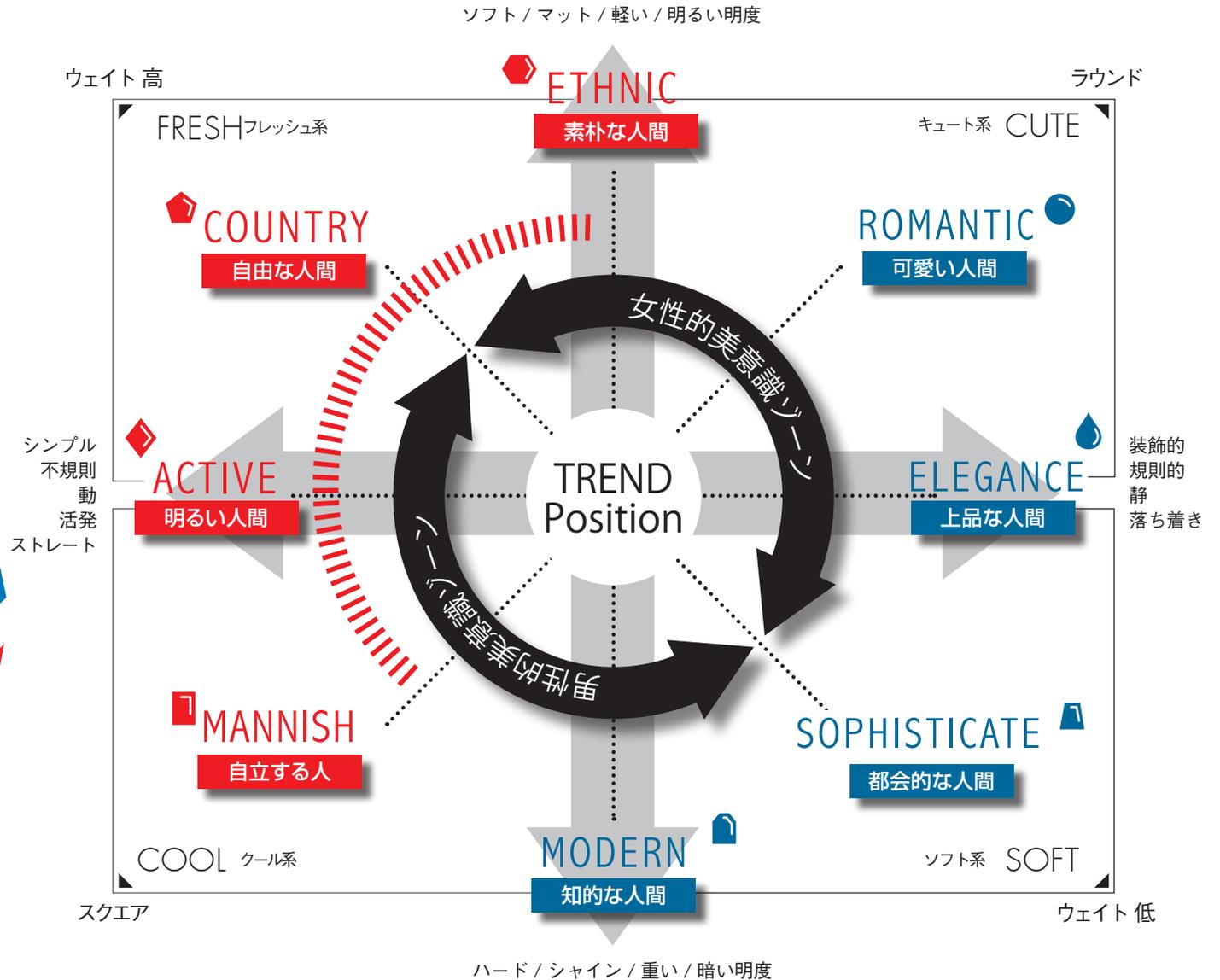
〈キーワード〉……素朴、自然、力強さ、天然素材、耐久性、機能性
〈ヘアキーワード〉…シンプル、ソフト、自然なウェーブ、素髪感、落ち着いた・自然な・くすんだ色

ACTIVE [アクティブ]

〈キーワード〉……明るく活発、活動的、スポーティな雰囲気、躍動感
〈ヘアキーワード〉…ストロング、躍動感のあるスタイリング、鮮やかな色味

MANNISH [マニッシュ]

〈キーワード〉……自立心、自己主張、男っぽい、都会的、男性的
〈ヘアキーワード〉…直線的でハード、ウェット、重め、タイト、ダーク色



KEY
WORD

[Tacky]

タッキー

“悪趣味”ギリギリの際どいスタイル



▶ HAIR

タイトでルーズなリーゼントスタイル
無造作で少し動きのあるムーブメント
中～低明度と高彩度のミックスされたカラー

▶ FASHION

悪趣味・派手なファッションテイスト
クールで個性的なファッション

KEY
WORD

[Simple Nogender]

シンプルノージェンダー

簡単なようで難しいシンプルベーシック



▶ HAIR

ツーブロックマッシュのウェーブヘア
無造作でルーズな動き
中～低明度のナチュラルなカラー

▶ FASHION

フェミニン〜クールなテイストまで幅広いファッションテイスト

2016 SS FASHION COLOR

自分の意志で選択し、自分のライフスタイルを構築していく流れ。「綺麗で柔らかな色」「静かでひんやりとした色」「オリエンタルを感じさせる色」「個性を感じさせる色」の4つのグループが提案されている。



流行りそうな色

シック、柔らかい / ブルー系 / グリーン系
ベージュ系 / イエロー系

KEY WORD

[Tacky]

タッキー

わざと作る「ダサかわいい」



▶ HAIR

重さのあるロングレイヤー
スタイル

無造作で外国人のようなク
セ毛ウェーブ

中～高明度のアッシュ系
ブラウン&ピンクアッシュで
インナーカラー

▶ FASHION

違和感のある素材や色、
柄、デテールを組み合わせ
たファッション

派手で個性的な
ファッション

KEY WORD

[Girly Tropical]

ガーリートロピカル

ロマンティックなリゾート



▶ HAIR

かき上げフロントの
レイヤーボブ

ナチュラルでクセ毛風の
動き

中～高明度のベージュブ
ラウン

▶ FASHION

ロマンティックでリゾート感
を感じさせるファッション

トロピカルな大振りの柄

KEY WORD

[Simple Chic]

シンプルシック

シンプルがいちばん!



▶ HAIR

マニッシュなボブスタイル

ルーズな毛先の動き

アッシュ系カラー

▶ FASHION

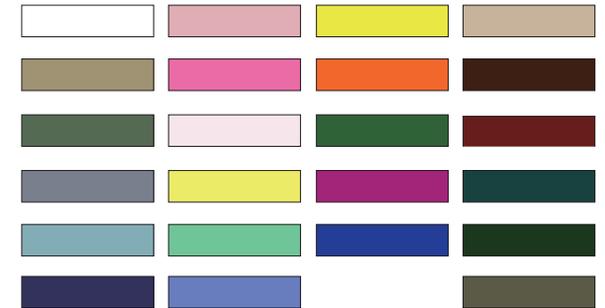
シンプルなファッション

ノージェンダーやスポーツ

ミックスなファッション

2016 SS FASHION COLOR

ファッションの「大人化」「ライフスタイル提案」していく
ために無彩色を中心としたベーシック色を多彩な形で表
現し、色の魅力を伝えていく流れ。「無彩色とナチュラル
カラー」「光にかざした透明感のある色」「南米を感じさ
せる色」「大自然を感じさせる色」の4つのグループが提
案されている。



流行りそうな色

ワインレッド / サーモンピンク / イエロー
オレンジ / ブルー / ベージュ