

NEWS RELEASE

2013年10月28日

報道関係者各位

トレンド総研

※マーケティングリサーチ「バブル期トレンドリバイバルに関するレポート」

トレンド予測レポート「バブル期トレンドリバイバル」 4割が「景気的好転を実感」、変わりだす消費トレンド これからの注目は… ジェラート、ホームベーカリー、カメラ

今回、トレンド総研(東京都渋谷区)では、最近徐々に注目を集めている“バブル期トレンドのリバイバル”に注目しました。今年、バブル期に流行った「プロデューサー巻き」が注目されたり、当時の「セカンドバッグ」を彷彿とさせる「クラッチバッグ」も流行となっていたりします。また、流行の「ペンシルスカート」などのタイトスカートも、「ボディコンスカート」を連想させます。このように、バブル期のファッションが、バブル期当時のそのままの形とは言わないまでも、現代風にアレンジされつつ、注目を集めています。また、ファッション以外のものについても、有名などころでは、大人気となった「あまちゃん」、「半沢直樹」という2大ドラマも、その舞台はバブル期でした。

このように、注目を集めているバブル期トレンドのリバイバル。景気回復の兆しが語られる昨今は、バブル期との相性が良いと言えるかもしれません。このバブル期トレンドのリバイバルについて、その実態や、今後予想される動向について、調べました。

■ レポート内容

1. “若者世代 VS バブル世代”、バブル期トレンドリバイバルの実態を探る…………… P.2~P.3
若者世代・バブル期世代、それぞれ250名、計500名を対象に、“バブル期トレンドのリバイバル”について聞きました。
2. 商品ジャーナリスト・北村氏に聞く、バブル期トレンドのリバイバルの実態…………… P.3~P.4
元「日経トレンドィ」編集長の北村 森氏に、現在の“バブル期トレンドのリバイバル”について、解説いただきました。
3. ジェラート、ホームベーカリー、カメラ、トレンド総研・注目の3アイテムを紹介！…………… P.5
注目は、ロッテアイス「ジェラートマイスター」、タイガー魔法瓶「ホームベーカリー KBH-V」、SONY「HDR-AS30V」

Summary

<主な調査結果>

- ① 「バブル期トレンドのリバイバルを感じる」という人
⇒ 情報感度の高い人の42%、特に若者世代の女性では61%
- ② その理由は、“トレンドの周期性”と“景気好転”
⇒ 景気好転の話題をよく耳にする人:73%、自身でも景気好転の実感がある人:38%
- ③ バブル期にトレンドを迎えたアイテムの認知率は非常に高い
⇒ バブル期世代の認知率は軒並み9割以上、若者世代でもほとんどのアイテムの認知率が4割以上
⇒ 若者世代での認知率が特に高いのは、「ディスコ」、「ティラミス」、「朝シャン」

<商品ジャーナリスト・北村 森氏へのインタビューの要点>

- ① バブル期トレンドのリバイバルとして注目されているもの:プロデューサー巻き、ディスコ
- ② バブル期トレンドのリバイバルとして注目され始めているもの:ジェラート、ホームベーカリー、ビデオカメラ
- ③ バブル期トレンドのリバイバルの理由:
 - ・ バブル期世代が企業の決定権者になり始めている
 - ・ バブル期トレンドでブームになった商品の商品力
 - ・ “気持ちにゆとりを持つ”×“家庭回帰”という近年の流れが裾野を広げつつ、改めて注目された

1. “若者世代 VS バブル世代”、バブル期トレンドリバイバルの実態を探る

最初に、“バブル期トレンドのリバイバル”の実態を探るために、「トレンド情報に詳しい」という500名の方を対象にアンケート調査を実施しました。なお、その調査対象は、若者世代(18歳～25歳)と、バブル期に同じ年代を迎えていたバブル期世代(45歳～52歳)で半数ずつ。それぞれの世代の人に、現在の流行やバブル期トレンドのリバイバルについて聞きました。さらに、このバブル期トレンドのリバイバルの要因を探るために、バブル期に流行ったものについて、世代別の認知度を調べました。

【調査概要】 調査名:バブル期のトレンドに関する調査

調査対象:若者世代、バブル期世代の男女、それぞれ250名(性別・年代別に均等割り付け)

※ 事前調査にて、「トレンド情報に詳しいと思う」と答えた人

※ 若者世代(18歳～21歳):125名 ⇒ 男性:62名、女性:63名

若者世代(22歳～25歳):125名 ⇒ 男性:63名、女性:62名

※ バブル期世代(45歳～48歳):125名 ⇒ 男性:63名、女性:62名

バブル期世代(49歳～52歳):125名 ⇒ 男性:62名、女性:63名

調査期間:2013年9月24日(火)～2013年9月30日(月) 調査方法:インターネット調査

調査実施機関:楽天リサーチ株式会社

◆ 最新トレンドワードを徹底分析！ 42%が「バブル期トレンドのリバイバル」を実感

はじめに、「現在、注目が高まっていると思うもの」を自由回答で聞きました。その結果、多くあげられたのは、人気ドラマやオリンピックに関するワード。また、バブル期トレンドのリバイバルを象徴するワードも複数あげられました。「バブル期ファッション」、「80年代リバイバル」といった、バブル期トレンドの再来そのものを指すワードの他、「プロデューサー巻き」、「ペンシルスカート」といったように、バブル期を彷彿とさせるファッションが、若者世代を中心にあげられたのが特徴的でした。

【「現在、注目が高まっていると思うもの」として、多くあげられたもの】

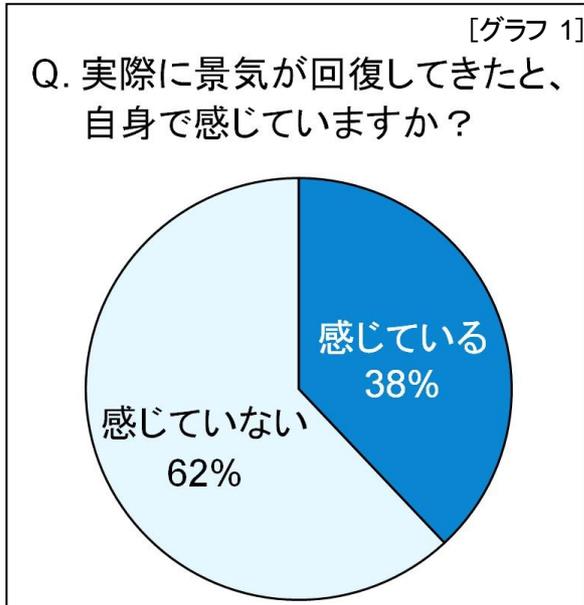
<ドラマ関連>	「あまちゃん」、「じぇいじぇい」、「半沢直樹」、「倍返し」
<オリンピック関連>	「オリンピック」、「おもてなし」
<その他のもの>	「iPhone 5c・iPhone 5s」、「アベノミクス」、「今でしょ」、「SNS」、「進撃の巨人」、「スマートフォン」、「千鳥格子柄」、「NISA」、「パンケーキ」、「フレンチトースト」、「ふなっしー」、「LINE」
<バブル期関連>	「バブル期ファッション」、「80年代リバイバル」、「プロデューサー巻き」、「クラッチバック」、「タイトスカート」、「ペンシルスカート」

そこで、「バブル期トレンドのリバイバルを感じますか？」と聞くと、**42%の人が「感じる」と回答**。トレンド情報に詳しい方であれば、既に2人に1人弱が、バブル期トレンドのリバイバルが到来していると感じていることが分かります。さらに、性別、世代別に見ると、このトレンドの到来に最も敏感だったのは、若者世代の女性。「バブル期トレンドのリバイバルを感じる」という人は61%にのぼり、全体の1.5倍。この世代は、トレンド情報に触れる機会がより多い層とも言えるでしょう。**情報感度がより高い人にとっては、「バブル期トレンドのリバイバル」は当然のこととなりつつあるのかもしれない。**

◆ リバイバルの要因は圧倒的な存在感、今後注目のバブル期トレンドとは!?

そこで、バブル期トレンドのリバイバルにフォーカス。このトレンドが、今後どのように変わっていくと思うかについて自由回答で聞きました。この質問には、「ファッションは繰り返すものなので、今後より注目を集めると思う。現に、太眉ブームがきているし、ボディコンまではいかなくても、似たようなピチピチの洋服は流行ると思う。(東京都・女性25歳)」、「景気が上向ってきているので、バブル期の派手なファッションは、今後より好まれる傾向にあると思う。(長崎県・男性20歳)」といった意見があげられました。前述の通り、**一部形を変えながらも、注目を集めているバブル期ファッションですが、その周期性や景気回復を理由に、今後、さらに注目度を高めていくと予想する人が多い**ようです。

実際に、景気回復については、73%の人が「景気回復に関する話題をよく耳にする」と答えているだけでなく、「実際に景気が回復してきたと、自身で感じている」という人も38%。**およそ4割の人は、景気回復を実感している**ようです。[グラフ 1] 長い間続いた不景気の波も、ようやく一段落と言えるところまで来ているのかもしれない。



また、バブル期トレンドのリバイバルについては、ファッション以外のジャンルにも言及されました。特徴的だったのは、「まずは、手軽に買いやすい衣類からだと思うが、今後は食や音楽などにも広がっていくと思う。(北海道・女性 46 歳)」、「トレンドはファッションやメイクから入るが、今後は、ティラミスなど、食文化にも広がるのではないかな。(東京都・男性 47 歳)」、「景気回復こともない、今後は、イタめしなど、外食産業での盛り上がり注目している。(埼玉県・男性 19 歳)」といったように、**バブル期トレンドのリバイバルが、ファッション分野から、さらにその他のジャンルにまで、広がると予測する人が多い**と言えるでしょう。

そこで、ファッション分野外も含めて、バブル期に注目を集めた 20 個のワードを選出。バブル世代の人には、当時トレンドになっていたことを知っているかを、若者世代の人には、そのワードを知っているかをたずねました。そして、それぞれの認知率を調べることで、今後のリバイバルに対する可能性について探ります。

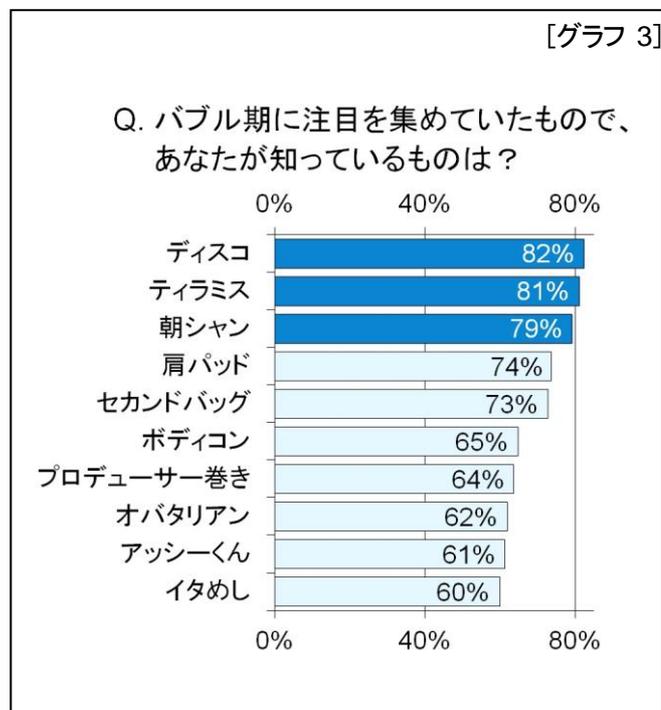
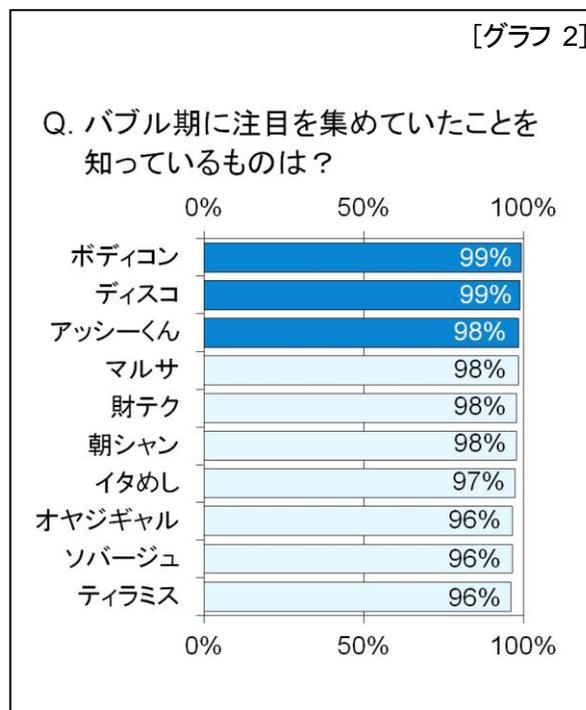
[今回選出した、バブル期トレンドの 20 個のワード]

朝シャン	アッシーくん	イタめし	おたく族	オバタリアン
オヤジギャル	肩パッド	財テク	しょうゆ顔	セカンドバッグ
ソバージュ	ドライ戦争	ディスコ	ティラミス	花きん
プロデューサー巻き	ボディコン	マルサ	ランパダ	ワンレン

バブル世代の人たちにおける、当時トレンドになっていたことを知っている人の割合については、今回対象とした 20 個のワードの内 17 個までが、9 割を超えました。**上位のワードは非常に僅差となり、9 割超と、いずれもほぼ全員の人が当時トレンドとなっていたことを知っている**ことが分かりました。[グラフ 2]

一方で、そのバブル世代と 30 歳ほどの隔りを持つ若者世代における、これら 20 のワードの認知率については、「ディスコ」(82%)、「ティラミス」(81%)、「朝シャン」(79%)が上位 3 ワード。[グラフ 3] また、認知率が 50%を超えるのは 20 個のワード中 13 個、40%を超えるのは 18 個と、世代差が 30 歳ほどもあることを考えると、若者世代における認知率は、非常に高い結果であったと言えます。こうした**世代を超えた存在感が、バブル期トレンドのリバイバルの一要因なのだと**言えるかもしれません。

また、リバイバルを迎えるためには、若い世代にも受け入れられる必要があります。そう考えると、若者世代における認知率の差は重要なポイントになりそうです。今後のリバイバルの可能性を考える際には、無視できないものとなるのではないのでしょうか。ここでの上位項目、「ディスコ」、「ティラミス」、「朝シャン」などは、次のリバイバルを生む有力候補だと言えるかもしれません。



2. 商品ジャーナリスト・北村氏に聞く、バブル期トレンドのリバイバルの実態

今回の調査では、ファッション分野を中心に、バブル期トレンドのリバイバルの様子をうかがい知ることができました。また、今後の展望として、このバブル期トレンドのリバイバルが、より様々な分野へ広がっていくことも予想されました。そこで、元「日経トレンドイ」編集長で、商品ジャーナリストの北村 森氏に取材を依頼。消費トレンドに精通する北村氏に、現在のバブル期トレンドのリバイバルの現状やその背景について、お話をうかがいました。

◆ バブル期トレンドのリバイバルが続々！ ジェラート、ウェアラブルカメラ、ホームベーカリー、…

Q. バブル期トレンドのリバイバルについて感じているところをお聞かせ下さい。

確かに、最近、バブル期にブームになったものが、そのまま再現されたり、現代風のアレンジによりリバイバルされたりして、再び注目を浴びるというような機会が増えています。

バブル期トレンドのリバイバルとして代表的なものを、いくつかあげてみると、有名なのが「**プロデューサー巻き**」。バブル期に話題になったシャツやニットなどを肩に巻くスタイルが、若い世代の人の間で、取り入れられています。また、「**ディスコ**」についても、ホテルなどで、ディスコイベントを行うということが増えています。



北村 森
(きたむら もり)

「日経トレンディ」編集長時代から、テレビ・ラジオ番組のコメントーターとしても活動。退職後、商品ジャーナリストとして活動。原稿執筆、テレビ、ラジオ番組への出演、講演活動などとともに地方自治体と連携する形で地域おこしのアドバイザー業務にも携わる。著書に『途中下車』（河出書房新社）、『ヒット商品航海記』（日本経済新聞出版社 共著）。

その他にも、バブル期トレンドを彷彿させる商品は少なくありません。

まずは、「**イタリア料理**」を指す「**イタめし**」。80年代半ばくらいから、現地に行っただけでしか食べられなかったようなレベルの高い料理が、国内のお店で食べられるようになりました。気軽で、味も良く、さらには、贅沢感も楽しめるということで、バブル期に人気を集めました。その「**イタめし**」**人気の一翼を担ったのが、イタリアのチーズケーキ「ティラミス**」です。現代で、この流れによく似ているのが、「**ジェラート**」。イタリア語で“凍ったお菓子”を指し、アイスクリームとも、シャーベットとも一味違う、滑らかな舌触りと素材の味わいを楽しむイタリアのスイーツです。本場・イタリアでは、その専門店をジェラテリアと呼び、いたるところにジェラテリアがあります。日本でも、このジェラテリアがメディアに取りあげられる機会が増えてきています。

次に紹介するのは、1989年にブームとなった **SONY のビデオカメラ「ハンディカム 55**」。当時の世代の人からすると、印象的な CM が記憶に残っているという人も少なくないのではないのでしょうか。パスポートサイズという印象的なフレーズと扱いやすさが支持を集め、ビデオカメラの利用シーンを広げ、利用者層を広げました。その現代版となるのが、**身に付けて利用する「ウェアラブルカメラ**」です。非常に小さく、高性能。スポーツカム、アクションカムと呼ばれるように、運動中などに、ハンズフリーで利用することができます。**当時の「ハンディカム 55」のように、新たな利用シーンを提案する商品として、注目されています。**

「ホームベーカリー」も、バブル期にブームを迎え、現在、新たにブームを迎えている商品です。バブル期に初めて市場ができた、ホームベーカリー。家庭で焼きたてパンが食べられるという新規性が消費者心理をつかみ、1987年頃に急速に市場が加熱しました。その後も何度か注目を集める時期を経て、2010年の米パンブームをきっかけに、再ブームを迎えます。現在では、IH加熱で一気に焼き上げるものや、急速に焼き上げることで、外側はカリッと、内側はフワッと、本格的なパンが手軽に、簡単に作れるような機器も発売され、人気を集めています。

◆ バブル期トレンドのリバイバルの3つの理由、北村氏の徹底解説！

Q. バブル期トレンドがリバイバルを迎えている理由をお聞かせください。

バブル期トレンドのリバイバルについては、いくつかの理由があると思いますが、大きく3つ紹介しましょう。

まず、**1つ目の理由として、バブル期の若者による影響**があげられます。バブルの時代から20数年が経ち、当時、青春を謳歌していた若者たちが、様々な企業で決定権者になっています。これにより、当時楽しんだバブル期の頃の商品を復活させようという気運が高まっているようです。例えば、人気を集めたドラマ「あまちゃん」でも、あれだけ80年代の雰囲気前面に演出しているのは、当時を生きた制作者の意図が反映されたためではないでしょうか。

また、**2つ目には、バブル期の商品の力強さ**があげられるでしょう。消費意欲が高まっている時の商品というのは、全体的に力強いものが多い傾向にあります。商品力があり、刺激的で、印象の強いものが多いとも言え換えられるでしょう。**機能面で優れているだけでなく、ちょっとした遊び心があったり、贅沢感があったりというように、時を隔ても商品力が十二分にあるからこそ、現代でも再ブームを呼ぶことができる**のです。また、**リバイバルという観点で考えると、商品のイメージがわくというのも重要なポイント**です。バブル期の商品というのは、30歳前後の人でも何となく覚えているものでしょう。そして、それ以上の世代なら、ハッキリと覚えているでしょう。その商品のイメージなり、品質なりに安心感を持てるものというのは、リバイバルの要件であると言えます。

さらに、ここ**2~3年間の消費者心理**として、高級な白物家電が支持を集めるなど、「**気持ちにゆとりを持つという流れ**」と、家での時間の過ごし方にこだわるといった「**家庭回帰という流れ**」がありました。昨今の景気回復により、こうした消費者意識の流れに、スポットライトが当たりました。同時に、余裕のある消費者という裾野が広がり、大きくトレンドと取り上げられるようにいったという訳です。

3. ジェラート、ホームベーカリー、カメラ、トレンド総研・注目の3アイテムを紹介！

アンケート調査や、商品ジャーナリスト・北村氏への取材から、バブル期トレンドのリバイバルという流れが、今後ますます加熱していきそうであることが明らかになりました。そこで、トレンド総研では、今後のブームが予想される3つの注目アイテムを選出。北村氏がバブル期トレンドを彷彿させるとした、「イタめし」、「ホームベーカリー」、「ビデオカメラ」の中でも、ちょっとした贅沢感が楽しめたり、手軽に本格的な体験ができたりするこちらの3アイテムを紹介します。

◆ ロッテアイス「ジェラートマイスター」

2013年9月30日(月)に発売された、ロッテアイスの「ジェラートマイスター」は、素材本来の風味と滑らかな舌触りが特長のジェラートです。「マダガスカルバニラ」、「イタリアアンチョコ」、「アルフォンソマンゴー」、「ジャンドゥーヤ」、「フランボワーズ」、「エスプレッソ」の全6フレーバーで、いずれも、産地や品種にこだわり、世界各国より選りすぐった高品質な素材を選定したと言います。練ると、食感が滑らかになり、ジェラートの本場・イタリアさながらの本格的なジェラートです。

ロッテアイスは、日本におけるジェラートの先駆者として、本場・イタリア最大規模の「イタリアジェラート協会」(SIGA)が主催するジェラート世界大会に、2007年より出場。そして、6年連続で入賞しています。その入賞歴のある研究員たちの研ぎ澄まされた感性と確かな技術により生まれたのが、この「ジェラートマイスター」なのだそうです。

家庭でも、手軽に、本格的なジェラートを楽しめる、本商品。ちょっとした贅沢感を楽しむことができ、バブル期トレンドのリバイバルのイメージにもピッタリ当てはまります。



[商品画像]

◆ タイガー魔法瓶「ホームベーカリー KBH-V」

タイガー魔法瓶の「ホームベーカリーKBH-V」は、一気に最高温度まで加熱できるIHヒーターを採用し、細やかな温度調整を可能にしたホームベーカリーです。

3つの温度センサーを搭載し、きめ細かく温度を管理しながら、IHヒーターと冷却ファンで温度を調整することができます。発酵時には、温度を一定に保ち、生地をしっかり膨らませます。焼き上げ時には、一気に最高温度まで加熱させ、薄皮でパリッと仕上げ、香ばしい本格的なパンを焼き上げます。フランスパンなどの、ハード系のパンも手軽に作ることができ、IHヒーターにより実現したフラットな構造により、お手入れも簡単です。

自宅で、簡単に、本格派のパンを作れる、本商品。北村氏が提示した、“自宅回帰”の大きな流れとも相まって、今後、より注目を集めていきそうです。



[商品画像]

◆ SONY「HDR-AS30V」

“アクションカム”を謳う、SONYの小型、軽量ウェアラブルカメラ、「HDR-AS30V」。小型、軽量、ウェアラブルといった機能に加え、防水、GPSなどの機能も備え、様々なシーンでの利用が可能です。ハンズフリー撮影でも、美しく撮れるため、様々なアクティブシーンでの利用を提案しています。

動きをとまぬ撮影で避けられないカメラのブレは、超広角撮影に対応した手ブレ補正機能により軽減。小刻みな画面の揺れをなくして見やすい映像を残します。また、1280×720ドットのハイビジョン画質では毎秒120コマの4倍速スロー撮影が可能で、動きの速いゴルフのスイングや野球のピッチングフォーム解析と、一人称視線を客観的に活用するようなユニークな映像の使い方も可能です。その他にも、防水機能を活かせば、ダイビングでも利用できますし、搭載したGPS機能により、リアルタイムでの地図上の移動を追いながら、サイクリング映像を楽しむこともできます。



[商品画像]

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com/>

担当: 川浦 真吾(かわうら しんご) TEL:03-5774-8871 / FAX:03-5774-8872 / mail:info@trendsoken.com

～トレンド総研の「マーケティングリサーチ」とは～

トレンド総研の「マーケティングリサーチ」は、クライアントの依頼のもと、市場における生活者の意識・実態に関する調査を行っています。また、調査結果にもとづき、各業界におけるトレンドの予測・分析、トレンド商品の人気の背景などに関する情報を発信し、企業と生活者のコミュニケーションを後押しすることにより、経済の活性化を目指します。