

大成二葉通信



第五回特集記事

女性が「かわいい」と感じる基準

- ・「かわいい」による購買の動機づけ
- ・「かわいい」がビジネスチャンスを拡大
- ・「かわいい」は魔法のツール

連載記事

- ・海外展開体験記 インドネシアレポート 「目指せ!グローバル企業(5)」
- ・最新の印刷技術の動向と加飾デザイン 「ベルベットフィルム」
- ・東京/大阪のグルメ情報 Café & Dining 「magatama」
- ・編集後記

女性が「かわいい」と感じる基準

(文：大阪本社 神原伸児/吉田恵美)

昨今、市場が飽和状態になりモノが売れない状態が続く中で、消費者は商品を手に入れる事に対してのみではなく、その商品を選んだ理由や購入に至るまでのプロセス、さらに購入した自分をイメージすることで満足感を味わう事に対価を払う時代になって来ました。

特に今日の一般女性が店頭で商品に興味を持ち、購買意欲をそそられ、レジに向かうための動機づけとして重要なキーワードの一つが「かわいい」です。

もちろん、「安さ」も動機づけの一つではありますが、女性にとって「かわいい」という魔法のキーワードは購買の動機づけとして、目をひく瞬間からレジに向かうまでの流れにおいて非常に重要な意味を持つと言っても過言ではないでしょう。

《「かわいい」による購買の動機づけ》

「この服の形がかわいい」「この服の模様がかわいい」「この服の色がかわいい」など「かわいい」で購買に至る女性心理はとても不思議なものです。

また、世界最大のコスメ・美容の総合サイト「@cosme」のパケ買いコーナーでも「かわいい」で購入した女性の声が多々掲載されています。

- ドラッグストアで見つけて、あまりの可愛さに買ってしまいました。
- 普段はグリーン系のアイシャドウを使うことはないのですが、なんとなくパッケージの可愛さに負けてしまいました。
- 見た目のあまりの可愛さにゲットしてしまいました(>v<)
- パッケージが可愛い! 限定!

では、女性はそのようなものに対して「かわいい」と感じるのでしょうか。

一般的に以下の要素が上げられます。

小さなもの、守ってあげないと壊れてしまうようなもの、愛らしいもの、綺麗なもの、眺めているだけで愛くるしい感情で心がいっぱいになってしまうものなどです。

例えば、誰もが赤ちゃんを「かわいい!」と感じるように赤ちゃんのイメージを想起させるカラーが、ピンク色です。赤ちゃんは見た目にも母性にも訴えかける「究極のかわいい存在」なのです。ここに、女性がピンク色をかわいいと感じる理由があります。



特集 女性が「かわいい」と感じる基準

また、美容業界では既に『かわいいという感性の定義の基本』というものがある言葉ではっきりと区別され、確立されてビジネスとして成り立っています。外見・感性で感じる「かわいい」の要素は以下のように大きく3つに分けられます。

- 形 状：丸い、小さい
- 色：淡い色、くすんだ色、ピンク色
- 質 感：柔らかい、ふわふわ、ドライ

上記の考えの基になるものを「パーソナルカラー」と呼びます。美容師やネイリストが、その人に似合うカラーや、なりたいイメージに合わせてカットしたり、デザインを決定したりする際に活用します。

「かわいい系になりたい！」とオーダーされると、これらの中から出来るだけ多くのキーワードを取り入れるということです。

では実際にどのようなものを見た時に「かわいい」と感じて、購買動機に結びついているのかについて、複数の10代後半～30代前半の女性に簡単なアンケートを取ってみたいところ

Q. どのようなものを見て「かわいい」と感じるか？

- パステルカラー、ニット製品 (20代前半)
- 明るくキラキラとした雰囲気 (10代後半)
- 淡い色、レース系 (20代前半)
- リボン、淡いピンク (20代後半)
- くすんだゴールド、もこもこした素材 (30代前半)

上記の様にかawaiiと感じるものには、曖昧ではありますが、一定の条件があるように見えます。

ここで私が携わった実例をご紹介します。あるメーカー様で、美容に興味を持つ20才～30才の女性をターゲットにした商品があり、パッケージの差別化を図りたいという相談をいただきました。その際にパッケージ全体がキラキラと輝くホログラムをご提案させていただいたのですが、「かわいい」が強調され事で、売上がなんと20%もアップしたのです。また、パッケージデザインの消費者リサーチでも「他社商品に比べパッケージがかわいくて同等売価の他社商品より効果がありそう」などの意見をいただき、最終的には5人中4人が選ぶ結果となり、新たなアイテムも全て同じ仕様で市場に投入されました。「かわいい」を+αする事で、売上拡大に大きく貢献させていただく事ができた事例であります。

また、アパレル関係のセルフサービス店では「かわいくなった自分をイメージしてもらおう」ことで売上げを伸ばした事例もあります。

特に衣料はコーディネートが重要です。

店頭で「かわいい」と思った商品を手にとった後で、どのようなコーディネートならバランスが取れて、尚且つ周囲からもかわいく見えるのだろうといった思いを持つ消費者に対して、かわいくコーディネートされた写真と説明文を、店頭で並べられた商品のそばに販促ツールとして設置し、かわいくなった自分を演出してあげるのです。このような手法が説明員の居ないセルフサービス店で販売する際の重要事項になってきます。

《「かわいい」がビジネスチャンスを拡大》

「かわいい」が購入に至る大きなきっかけになっている事に関して今まで述べさせていただきましたが、最近では膨大な意味を持ち多様化しています。

さらにアニメが引き金となり、ファッションなどの影響を含めると、イタリア、フランス、スペイン、タイなど日本を越え海外にまで「KAWAII」が浸透しています。

任天堂はポケモングッズで5,000億円を超えるビジネスになり、日本発のキャラクター商品の総売り上げは年間に2兆円を越しており、ハロー・キティ関連のグッズは60カ国で販売され、その点数は5万点にも及んでいます。「かわいい」を起点にしてキャラクターとコラボしながらの販売手法が増えているのも当然の事でしょう。

また国内の女性向け雑誌に目を向けると書店では様々な種類の本が並べられており、

その中でも「かわいい」という文字を前面に掲載しているものが多くなっています。

例えば、14歳から22歳位までの読者をターゲットにした『Cawaii!』（主婦の友社）、『CUTiE』（宝島社）、『JJ』（光文社）などでは男の子の目を引き、かわいく見られるファッションや自分自身が納得できるかわいいファッション、そして日常のファッションを含め、いかにかawaii大人になれるかといった内容、さらに50歳以上をターゲットにした『ゆうゆう』（主婦の友社）では、ファッションからは離れて、人間関係から料理・読書まで日常生活の中で「いくつになっても大人の可愛さを持つ方法」などの特集記事が掲載されたりしています。

このように「かわいい」が多様化する中で、見た目だけではない「かわいさ」が加わり、さらにビジネスチャンスを拡大する大きな要因となっている事は間違いありません。

《「かわいいは魔法のツール》

「かわいい」はもはや見た目を感じるものだけではなく人間の生き方にまで派生して来ており、「かわいい」は消費を促進させる事ができる非常に有効な魔法のツールなのです。



「目指せ！グローバル企業（5）」 海外展開体験記 インドネシアレポート

（文：マーケティング室 内藤正博）

訪問活動開始？！

当社のグローバル戦略のスタートとして、インドネシア市場に挑戦する事になり、ジャカルタでの地元企業に対して、訪問を行いました。出だしは、思った以上の手ごたえを感じましたが、いい事ばかりではありませんでした。

初めは、思った以上の手ごたえを感じましたが、やはり、海外です。突然のドタキャンとあやしい売り込みには、正直、参りました。

前号でも、書きましたが、ジャカルタの交通事情は、最悪です。そんな中、各企業を訪問していると、効率が非常に悪く、時間的に無理があります。そこで、インドネシアのJETROに相談したところ、会議室をお貸しいただけるとの事。地元企業の方には、JETROのジャカルタ事務所にお越しいただき、順番に面談することになりました。一日、6件ほどの予定が組めるようになり、後日のスケジュールに余裕が生み出せそうになりました。

しかし、喜んでいるのも、つかの間、ドタキャンの連続です。「渋滞で時間に間に合わない」と言ってキャンセルされることが、6件中3件です。予断ですが、現地の方は、なんでも渋滞（マチャット）を理由にして、遅刻したり、休んだりするそうです。

また、いかがわしい売り込みにも参りました。「私は、有名企業をクライアントに持っており、貴方の会社を紹介できる。ただ、日本資本の印刷会社では、法律上取引が出来ないので、私と一緒に、新たに会社を立ち上げ、その会社で取り引きしよう。」といった提案です。怪しいとは思いましたが、話を聞いていると、資金は全て、当社が消費し、雇用関係は、先方が全て仕切るといった条件でした。さすがに、その面談に立ち会っていただいたJETROの職員の方が、話に入っただけ、丁寧にお願いいただきました。日本資本の印刷会社が地元企業と取引できない法律など無いとの事。



▲JETROジャカルタ事務所

スゴイ！ 華人パワー

色々な方と面談した中で、一番、感心したのが華人の方々のビジネスに対する考え方です。実際にお会いしたのは、ジーンズメーカーの方です。初めは、ジーンズの販促に関する話と思い、お会いしたのですが、詳しく聞いていると印刷事業を興したいという話です。「なぜ、ジーンズメーカーが印刷事業を？」と当然、気になったのでお聞きするとその方のお父様（オーナー）のビジネスに対する考え方に原因がありました。そのお父様の考え方は、子供たちには、直接、自身の事業を継がさず、子供たちに自身で事業を興させ、その事業のバックアップをするといった考えらしいです。

この考え方には、2つの大きな要素があります。まず、親から子に

残すのは、事業(会社)といった箱ではなく、ビジネスを成功させる力(中身)であるといった教育的な要素。

次に、一つの事業を子供たちに分割して残しても全体的な拡大には繋がらない。一つの成功をもとに、より多くの成功を作り出し、一族の繁栄を導く。一族繁栄の要素。

さらに、そこには、子供たち同士で、その成果を競わせる競争原理も働くので、事業にかける情熱は、非常に強いものになります。

そこで、私がお会いした方は、展示会で当社を見かけ、このビジネスは必ず、インドネシアで成功すると踏んで、当社との面談を希望されました。当社との提携に関しては、あまりにも業界に関するノウハウがないため現実にはは到りそうにないですが、事業に対する姿勢や情熱には感動しました。



▲右から2人目の方が、当社と接触を持ちました

ところで、ジーンズメーカーはどうなるのか？それは、事業が一番出来なかった子供が継ぐそうです。事業(会社)をそのまま引き継ぐことは、恥ずかしい事らしいです。家業に対して愛情と誇りを持つ日本人から見れば、儲かれば何でもいいのか？と思ってしまう点もありますが、やはり、その情熱には感心させられます。

華人の方にとって、ビジネスとは生活の全てで、親子関係、一族関係は全てビジネスが中心に形成されているようです。華人パワーの源を見た気がしました。



▲ジーンズ工場

色々な方と出会いがありました。その中で、ついに、当社の業務と結びつきそうな方と出会いました。その話は、次号で！

最新の印刷技術の動向と加飾デザイン

至高の手触り ベルベットフィルム

(大阪本社 吉岡琢麻)

触った瞬間、はっとするほど滑らかで上品な素材感を付加できる加工素材が、こっそり話題になっています。弊社では「ベルベットフィルム」「ベルベット加工」と呼ばれるもので、一般市場でも徐々に使われだしています。大手ではファストファッションブランドの「UNIQLO」が「ディズニー・キャラクター」とのコラボレーション企画で利用しました。Tシャツのタグにこの加工が採用され、「素材×デザイン」が上手く合わさった独自の世界観の演出に一役かっています。しっとりとして温かみのある手触りは、パッケージや商品カタログの表紙など、手が触れる所に利用することで、五感に刺激を与え、強く印象づける事ができます。マット調子の加工は多岐に渡りますが、現在の加工技術において質感の最上位はこのフィルムだと思われます。マット感、触感、コスト、製版対応などが比較の項目となりますが、もっとも触感にこだわったものです。ベルベットフィルムの特徴は、シンプルなデザインでも贅沢で、重厚感のある仕上がりが可能な点です。

また、箔押しやシルク盛上ニス加工といった複合加工が可能という点があげられます。フィルムの厚みは、他と比べて厚みがあり、特殊な表面保護がなされている為、擦れに強く、表面保護においても優れています。弊社でご用意させて頂ける加工見本帳にも、新たにラインナップとして追加しております。加工見本や、詳細につきましては、弊社営業までご連絡お願い致します。この至高の手触り ベルベットフィルムを是非一度お試しください。



▲印刷物にしっとりとした手触りを付加します。

東京／大阪のグルメ情報

大阪玉造 Café & Dining 「magatama」

(大阪本社 吉岡琢麻)

長堀通りと玉造筋の交差点を少し東に歩くと、本格的ログ造りの建物、Café & Dining 「magatama」が現れます。

店内に一歩、足を踏み込むと、「木目」と「白」を基調とした、手作り感溢れる癒しの空間が広がり、ゆったりとした時間の流れを感じることができます。

この一押しメニュー「チキン南蛮」は、ワンプレートにご飯とサラダ(ポテトサラダ付き)、たっぷりのタルタルソースがかかったチキン南蛮のっており、見た目も可愛いく、ボリュームもかなりのものです。からっと揚がった「チキン」はサクサクしていて、あっさりとした野菜の甘みが溶け込んでいる「タルタルソース」をつけて食べると、お箸が止まりません。

価格は、620円(2013年5月現在)で、珈琲又は、紅茶が100円プラスで追加注文できます。ちょっとしたカフェとして使うもよし、ランチに使うもよし、夜には、お酒を飲むこともできるので、使いかたは自由自在です。

また、イベントも多数開催されており、週に一度は、サクセスやクラシックギターの演奏、写真や絵画などのギャラリーが開かれ、土日祝日は、ペットの連れ込みが可能なので、愛犬家にとってもいいの場となっています。

(愛犬用のご飯はメニューにはありません。)

ひと休みされたい方、癒しを求められている方は是非一度、Café & Dining 「magatama」で、ゆったりとした時間の流れを楽しんでみてはいかがでしょうか。



▲担当一押し「チキン南蛮」

【店舗情報】

店名 Café & Dining 「magatama」
営業時間 Mon - Sun 11:00 - 23:00 (LO 22:30)
住所 540-0004
大阪市中央区玉造1丁目4番14号
電話番号 06-6765-8911

【編集後記】

吉岡琢麻

山々の草木が一斉に芽吹き出し、夏の気配が感じられる時季となりました。貴社におかれましてはご盛栄のこととお慶び申し上げます。

弊社では、より特殊印刷技術の良さをご紹介できる、様々な販売促進の事例や提案サンプルを取り揃えております。印刷加工技術を基盤としたクリエイティブなご提案ができる会社を目指し、皆様のお役に立てるよう精進して参ります。今後とも、かわらずお引き立ての程、何卒、宜しくお願ひ申し上げます。

(発行者) 太成二葉産業株式会社 www.tims-net.co.jp

【本社/工場】〒537-0001 大阪市東成区深江北 3-17-15 Tel:06-6976-1131 Fax:06-6981-2120

【東京支店】〒104-0061 東京都中央区銀座 6-14-20 香蘭社ビル 6F Tel:03-6278-7286 Fax:03-6278-7287

※記事に関するお問い合わせ先(メール: katty@tims-net.co.jp / 本社: 荻野勝久まで)