

2016年5月14日

【新刊発売のご案内】

『ママっ子男子とバブルママ』

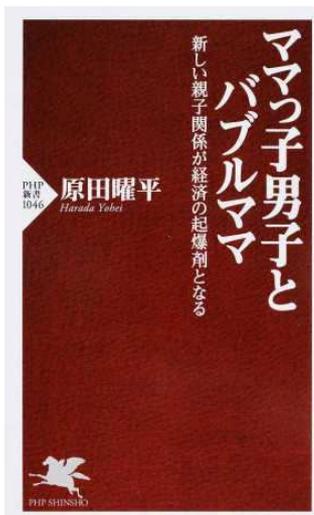
新しい親子関係が経済の起爆剤となる

著：博報堂ブランドデザイン若者研究所 原田 曜平

博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダーの原田曜平が、『ママっ子男子とバブルママ 新しい親子関係が経済の起爆剤となる』を出版いたしましたので、お知らせいたします。

これまで母親と仲良しの男性は「マザコン」と呼ばれ、忌避される社会的な空気がありました。現在の若者では状況が変わり始めています。従来の母親に依存したネガティブなマザコンとは違い、母親と仲が良いことを公言し、等身大の目線でつきあう友だちのような、上下関係の少ない、きわめてフラットな関係に変化してきています。また、このような関係の中で、ショッピングや外食などの消費行動を共にする母と息子も増えています。そして、この「母息子」セットの消費が、日本経済の起爆剤になる可能性も秘めています。

本書では、こうした新しい男子像を「ママっ子男子」、その母親を「バブルママ」と名付け、両者の実態と関係性について、事例に基づいて解説・分析しています。



『ママっ子男子とバブルママ』

新しい親子関係が経済の起爆剤となる』

著者：原田 曜平

ページ数： 238 ページ

定価： 800 円+税

発行：PHP 研究所

書店発売日： 2016年5月14日

目次

プロローグ 急増するママっ子男子

第一章 ママっ子男子のリアル

第二章 ママっ子男子を生み出した美魔女ママの肖像

第三章 ママっ子男子の母親は、息子たちをどう見ているか

第四章 母+息子消費が日本経済の起爆剤になる

エピローグ 社会的抑圧から解放された母息子は魅力的だ

著者プロフィール

原田 曜平 博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダー

1977年東京生まれ。慶應義塾大学商学部卒業後、博報堂に入社。ストラテジックプランニング局、博報堂生活総合研究所、研究開発局を経て、現在、若者研究所アナリスト。2003年JAAA広告賞・新人部門賞を受賞。専門は日本及び中国、アジアの若者研究とマーケティング。著書に「近頃の若者はなぜダメなのか?」「ヤンキー経済」、「さとり世代」、「パリピ経済」などがある。