

ファッション雑誌No.1 宝島社 (2ページ) 新たに60代市場を開拓！

初の60代女性 本格ファッション誌 売上好調！ 『素敵なあの人大人の服』累計10万部突破！

～好評につき、4/20(金)第2弾発売！～

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)の株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)は2018年4月20日(金)、『大人のおしゃれ手帖特別編集 素敵なあの人大人の服 春夏Vol.1』を発売します。「素敵なあの人大人の服」シリーズは、前作とあわせて累計10万部を突破します。

本誌は、“心地よい装い”をキーワードにした60代女性向けのファッションムックです。これまでに40～60代など幅広い年齢層をターゲットにしたカジュアル系ファッション雑誌・ムックはありましたが、60代向けに特化したものは『素敵なあの人大人の服』が初めてとなります。

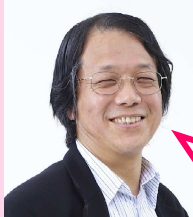
これまでの60代女性のおしゃれは高級志向で華やかなファッションが中心でしたが、昨今は“心地よさ”“自然体”を大切に、自分の価値観でカジュアルにファッションを楽しむ60代が増えています。博報堂「新しい大人文化研究所」の調査でも、「若々しい」と言われるより「自然体」と言われるほうが嬉しいと感じる人の割合が上回る結果がでており、60代市場の新しい流れをいち早く捉えたことが好調の要因です。また、購入者の5割は60代ですが、40～50代の購入者も3割を占めており、「素敵に歳を重ねられると安心した(40代女性)」という声も編集部へ寄せられています。

今回の第2弾では、人気のグレーヘア企画に加え、多くの60代女性の悩み“フットケア”企画や元『装苑』編集長・徳田さん夫妻による「60代のプチプラ活用術」、3組の母娘コーディネートも紹介しています。

宝島社は2010年以降、30～50代の大人世代に向け『リンネル』『GLOW』『大人のおしゃれ手帖』『オトナミューズ』『& ROSY』の5誌を創刊。新たな雑誌を創刊することで、常に新しい女性像やライフスタイルを提案するとともに、新市場を創出・開拓してまいりました。今後も雑誌出版のリーディングカンパニーとして、新しい市場を開拓し、日本を盛り上げていくことに尽力してまいります。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2017年上半期(1～6月)より

反響続々！60代女性のリアルが詰まっています！



博報堂 新しい大人文化研究所
所長：阪本節郎氏

今の60代はアンアン・ノンノ第一世代です。今までとは違います。読者とともに新しい大人市場を、そして新しい大人文化を創る大きな機会が来たのです。

仕事もリタイアし、子育ても一段落した60代は、実は一番おしゃれを楽しめる世代。“若さ”のみが過大評価されてきた時代は終わり。自分らしいおしゃれを知った大人世代が今、最も素敵です！



テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」
ビジネス紙「日経MJ」で紹介されました！



編集担当者：神下敬子(かみした けいこ)

外資系ファンドのコンプライアンス、商社のアパレル担当を経験した後、ライター業を開始。ビューティやファッション関連本など様々な媒体に携わる。実用書編集部員を経て2016年宝島社入社。ムック局に所属し、ファッション、インテリア、家事、健康など様々な本を手がける。

『大人のおしゃれ手帖特別編集
素敵なあの人大人の服 春夏Vol.1』
定価：本体1200円+税
2018年4月20日発売

編集担当者・神下敬子に聞きました！ 60代女性向けファッションムック売上好調の秘密！

聞き手：富田薫

2020年には、女性の2人に1人が50歳以上！ “着たい服が見つからない”リアルな60代の声が企画のきっかけ

従来の60代をターゲットにした雑誌は、主に健康がメインのものでした。ファッション雑誌ではハイクラス層向けが多く、お金があるごく一部の人の世界。現代の60代女性の趣味嗜好とはズレが生じていると感じていました。

昨年『美しく暮らす大人のインテリア』というムック刊行にあたり、多くの心地よい暮らしを大切にする50～60代の方を取材したのですが、みなさんファッションも素敵で。新しい60代の市場がここにあると考えました。そこで、60代の女性を集めてヒアリングを行ったところ、「着たい服が見つからない」「マイナス20歳くらいのお店で服を買っている」「好きなファッションスタイルの雑誌でも、モデルが若いと体形や肌ツヤも違うのでどこか自分とは合わないと感じる」という声が多く集まり、“選ばれた人だけではない、現代の等身大の60代女性に向けたファッション本”を作ったら売れるのではないかと思ったのが、この企画のきっかけです。

コンセプトは“自然体”“心地よさ”！髪は染めずにグレーヘア！

働いている人は仕事を意識したファッションであったり、子どものいる人は母親らしいファッションを意識していると思います。60代になると、一番下の子どもが手離れる頃。時間とお金に余裕ができて、自由に自分の好きなファッションを楽しめる、第二の青春の時期なんです。

本誌の表紙を飾った結城アナさんは、インタビューの中で「グレーヘア（白髪）にしたことで、似合う色の幅が広がったり、新しい着こなしにも挑戦できる」と語っています。これまで白髪はマイナスのイメージでしたが、結城さんのような素敵の方が増えたことで、読者からも「ありがとう、これを機に髪を染めるのをやめます」「これからの人生が楽しみになった」という声をいただきました。同じように、従来の雑誌はアンチエイジング、つまり「いつまでも若々しく」という方向性が主でしたが、今は「自然体で素敵」という流れになってきています。博報堂「新しい大人文化研究所」によると、「若々しい」より「自然体」といわれるほうが嬉しいという調査結果がでたようです。



読者5割は60代！恋愛結婚の開拓者！様々なブームを牽引！

読者の半数は60代です。博報堂「新しい大人文化研究所」の阪本さんによると、今の60代はお見合い結婚ではなく、恋愛結婚が広まった世代。結婚相手を、自分で決めてきたこともあり、主体性のある女性が多いことが特徴とのこと。1966年のビートルズ来日や1967年のミニスカブーム、1970年代には、『anan』『non-no』の創刊など、若者文化のファーストウェーブを巻き起こした世代。その経験もあり、お金はあるけれど良いものしか好まない、賢い消費者。

そして60代は、SNSをしない世代なので、正直実体をリサーチするのが大変でした。今はInstagramのハッシュタグを辿ったり、フォロワーの多い方のページを見たりと、簡単にリサーチができるのですが、それが通用しない。しかし、紙世代だからこそ、この本もみなさんに響いたんだと感じています。さらにありがたいことに、40・50代の方々にも購入いただいています。「今後の自分の参考にしたい」「こういうファッションを目指したい」といった方の需要にうまきはまりました。制作段階で「40代にも響けばいいな」と思っていたので、狙い通りになりました。

リアルな声を拾い、“今の私が素敵”と思えるお手伝いをしたい

4月20日に第2弾を発売します。第1弾の時は、誌面にはプロのモデルさんではなく、同世代の一般の方に多く登場していただきました。それが実例として、最も参考になるんですよ。第2弾に向けて、丁寧にリサーチを行いました。私自身が40代なので、60代にはどんな悩みがあるのかご本人達に聞かないとわからないんです。

「靴」ひとつとっても知らないことがたくさんありました。リサーチで、たいいていの60代は足にトラブルを抱えていることがわかりました。足の変形などで、履ける靴が限られてしまったり、足が目立たないようにと服まで限られてしまうこともあるんです。誌面でも登場している小岐須さんは、フットサロンに通って靴の中敷を作ってもらっているそうです。中敷を使用することで、おしゃれな靴もご自身にフィットするようになります。60代で足のケアをきちんとしていると、その先、おしゃれだけでなく健康にも効果がでます。ヨーロッパでは足の健康の知識が進んでいますが、日本ではまだまだ。「美容院と同じように、かかりつけのフットサロンを持つべき」ということで、第2弾にはフットサロン企画も盛り込んでいます。