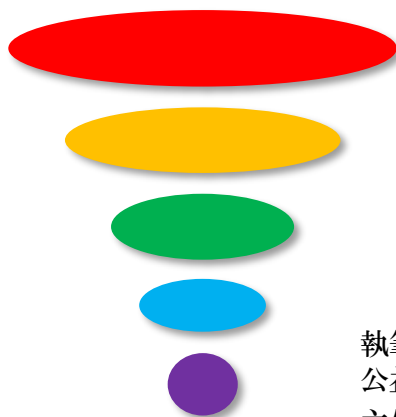


次世代シニア 楽しみの時層



執筆
公益財団法人ハイレイフ研究所
主任研究員 福與宜治

◎公益財団法人ハイレイフ研究所では、平成二十八年、次世代高齢者研究の一環として50代から70代前半（昭和16年～昭和40年生まれ）の男女を対象に生活行動、生活意識調査を実施、その調査結果に研究員の視点を交え「次世代シニアと現在形シニア、その意識と行動」と題したコラムを連載してまいりました。

その続編ともいえる今回のシリーズは、同調査で自由回答形式にて収集した「人生の各時期の楽しみの生活史」を「時層」と名づけた上で、次世代シニアにみる「世代の共通体験や個人史」に焦点を当てそこから培われた価値観や幸福観を探ってまいります。2020年を過ぎる頃から高齢者の仲間入りする次世代シニアの「時層」から浮かび上がる現在形シニアとの違いにも注目してまいりたいと思います。

▼次世代シニアと現在形シニアの定義

①次世代シニア

1956年～1965年生まれ（調査時51～60歳）

②現在形シニア

1941年～1950年生まれ（調査時66～75歳）

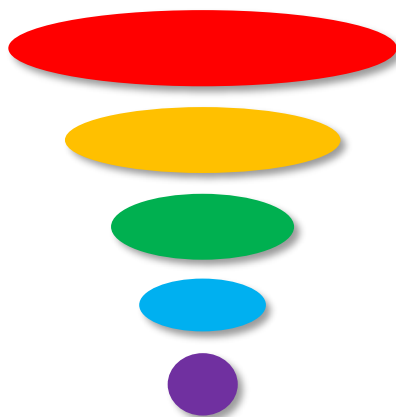
▼前の連載同様「仮説的」な読み解きや、「一生活者」として感じた生きるためのヒントなども添えていきたいと考えています。ぜひご一読下さい。

公益財団法人ハイレイフ研究所

<ハイレイフ研究所「次世代高齢者調査」調査概要>

- ①調査対象 東京30km圏に居住する満51歳～75歳の男女
- ②標本数(有効回収数)500 51～55歳・56～60歳・61～65歳・66～70歳・71～75歳 男女計各100
- ③標本抽出法 エリアサンプリング法 ④調査方法 留置法(訪問調査) ⑤調査時期 平成28年10月～11月

次世代シニア 楽しみの時層



第5回
ファッションの好みで辿る
「楽しみの時層」

第五回 ファッションの好みで迎える「楽しみの時層」

第五回は「ファッション・ブランド・スタイル」の回答について世代間と男女間の異なる傾向や時代背景をみていきたいと思います。

＜表の見方＞

- ①「10代の頃」「20・30代の頃」など年齢区分ごとに、過去をふりかえりテーマに即して記入されたワード(ファッションブランド・スタイル)を属性別に記載した表です。なお「ブランド」「スタイル」等の区分は記述内容に基づき後から仕分けしたものです。
- ②出現したワードは記入人数に関わらず記録しました。矢印部分の定義は以下の通りです。
赤い矢印：「10代」で出現し、他の年代区分でも出現したことを示す。
薄青矢印：一度出現したものが、次の年齢区分では出現せず、その後また復活した場合の空白期間を示す。
橙色矢印：「20・30代」で初めて出現し、他の年代区分でも出現したことを示す。
紫色矢印：「40・50代」で初めて出現し、次の年齢区分でも出現したことを示す。
- ③今回、年齢区分内の時期で一定人数以上の記載がある出現事項について★印(2人以上)★★印(5-9人)、★★★印(10-14人)、★★★★印(15人以上)の印を付けました。世代特徴をみる上での参考です。(印基準はテーマごとに設定)。

③留意点

- ・各年齢区分の同じ行にあるもの同士の代替関係はありません。新たに出現したもので空欄を埋める形式となります。
- ・また矢印で示されたものは、「個人の中で継続しているもの」「別の人が新たに取上げたもの」が混在しています。この点を精緻化するには標本数が少ないこと、過去を辿って自由に回答してもらうことを優先したため記入方法の細かな指定をしていないことも理由に挙げられますが、「世代の共通体験や特徴を把握するには充分」とであると判断しております。「強い記憶に残る好きだったものが何なのか」、世代の時層を辿る年表としてご覧下さい。

(表のサンプル/エンタメ)

現在形シニア・男性

10代	20・30代	40・50代	60・70代
(テレビ)プロ野球・スポーツ中継	→	→	→
(テレビ)歌番組	→	→	→
(テレビ)大河ドラマ	→	→	(テレビ)朝ドラ
(テレビ)プロレス中継	→	(テレビ)ゴルフ・競馬中継	→
(映画)石原裕次郎もの	→	(テレビ)笑点	→
(映画)任侠もの	→	(テレビ)相棒	→
(映画)007シリーズ	→	(ラジオ)太田裕里のゆうゆうワイド	→
(映画)西部劇(シェーン他)	→	(テレビ)科捜研の女	(テレビ)ドクターX
(映画)日本映画・洋画	→	(テレビ)はぐれ刑事	(テレビ)韓国ドラマ
(テレビ)相撲中継	→	→	→
(映画)時代劇・チャンバラ	→	→	→
(テレビ)米国ドラマ	(テレビ)日本のドラマ	→	→
(テレビ)ローハイド	(映画)つりバカ日誌シリーズ	→	(テレビ)グルメ番組
(テレビ)相撲中継	(映画)アクションもの	→	(テレビ)歴史番組
(ラジオ)オールナイトニッポン	(テレビ)格闘技	→	(テレビ)しくじり先生
(ラジオ)深夜放送	(テレビ)イレブンPM	(テレビ)サスペンスドラマ	(映画)スパイ映画
(映画)若大将シリーズ	(ラジオ)ジェットストリーム	(テレビ)救命病棟24時	
(映画)モスラ・キングコング	(映画)黒部の太陽	(テレビ)ドキュメンタリー番組	
(映画)三本立て映画	(映画)賣さんシリーズ	(映画)ゴジラ・SF	
(映画)時代劇・チャンバラ	(映画)日活・東映・渡哲也	宇宙戦艦ヤマト・銀河鉄道999	
(映画)青春もの	(映画)スターウォーズ	アニメ	
赤胴鈴之助	(映画)エデンの東		
	(映画)スティーブマックイーン		
	(映画)ハリウッドもの		
	(映画)ヨーロッパもの		
	(映画)スペクタクル		

□調査対象のうち「次世代シニア」と「現在形シニア」の誕生日

●「次世代シニア」1956年～1965年生まれ ●「現在形シニア」1941年～1950年生まれ

＜次世代高齢者調査・自由回答票の記入サンプル＞

◎ あなたの人生を振り返って、下にあげた5つのジャンルについて「楽しかった・好きだったこと・夢中になっていたこと」を自由にお答えください。

(注1) なるべく幅広い文章や単語で書き込んで記入ください。

(注2) 全ての欄を埋める必要はありません。回答がふたつだけあるものや印象的だったジャンルの年代の欄に記入しただけでも結構です。

(注3) ご記入いただいたこの情報は、別途お渡しした「日常生活や今後の生活に関するアンケート」と一緒に後日の集計にお渡しします。

＜ジャンル＞	＜年代＞	10代の頃	20代～30代の頃	40代～50代の頃	60代～70代の頃
ファッションブランド スタイル	ニゴトロ	バーバード	ユニクロ		
	ジー・ジェン	フロッグ	3ストロン		
エンターテインメント 音楽、芸術、映画 テレビ番組、ラジオ番組 雑誌、他	映画 空母白雲号	松田聖子	エンタの神様		
	ビートルズ	ザ・ベストテン	ガキっ坊(笑っていいね!)		
趣味、娯楽 スポーツ、旅行	うわさのチャンネル	おねだりおねだり族			
	魚釣り(川釣り)	魚釣り(海釣り)	魚釣り(海釣り)		
食べ物、飲み物 食卓、飲食店	木んぐい	自転車	家族旅行(温泉)		
	バレーボール				
街、ショッピング、施設	コーラ・ファミマ	ビール、バボロ	第3のビール、ハイボール		
	魚料理	もつ煮	レバ刺		
		スナック(飲酒場)	食や旅館の店		
	ゲームセンター	デズニーストリート	新幹線とカラオケ		
	ディスコ(新潟)	ディスコ(北条)	コストコ		



1. ファッションの好みで巡る楽しみ時の時層

①男性 次世代シニア

次世代シニア・男性

	10代	20・30代	40・50代
ブランド	★★★VAN	★★	★★★★ユニクロ
	★JUN	★	★エディバウアー
	★リーバイス	★	★GU
	★ナイキ	★	イオン
	ケント	★	アオキ
	ラコステ	★	アパクロ
	LEE	★	アメリカンイーグル
	★アディダス		
	ビームス		
	シンプルライフ		
	★エドウィン	★★ラルフローレン(ボロ)	★
	★マンシングウェア	★ブルックスブラザーズ	
	★ブーマ	バーバリー	★
	アーノルドパーマー	シブス	
	アシックス	アクアスキュータム	
	オニツカタイガー	GAP	★★
	ジャンソン	★ルイヴィトン	ACF
	プレイボーイ	★ポールスミス	エドワードグリーン
	ポートハウス	★ニューヨーカー	カルバンクライン
	ボブソン	★Jプレス	クラシコ
		★ディオール	クロコダイル
		LLビーン	コロムビア
		オメガ	サカゼン
		グッチ	しまむら
		クイックシルバー	タケオキクチ
		ジュンコ	チャンピオン
		タッキーニ	Tomm
		DOMON	ドルチェ
		ノースフェイス	バタゴニア
		BURTON	バーニーズニューヨーク
		パーソンズ	バリー
		ハルタ	ハッシュバビー
		フィラ	フィルフィガー
		フィツェ	フレッドペリー
		ベネトン	ブラックストリート
		マクレガー	ポールスチュアート
		ミチコ	ライトオン
		リーガル	リックオーウエンス
		レナウン	ルチアーノバルベラ
スタイル	★ジーンズ・Gパン	★	★
	★カジュアルスタイル	★	★
	★チノパン	★	★
	★★★アイビールック(IVY)	★	革ジャン
	★トラッド・ニュートラ・ハマトラ	★	ゴルフウェア
	★サーファースタイル	★	作業服
	★ヨーロッパ	★	ジャケット
	★ウエスタン	★	スラックス
	★ミリタリー	★	
	★デザイナーズブランド	★	
	★バンタロン・ベルボトム	★スーツ・ビジネススーツ	
	★Gジャン	★アウトドア	
	★コンチネンタル	★ダウンジャケット	
	★学生服・高校制服	★イタリアン	
	★ジャージ	★カーゴパンツ	
	★シャツ	★アメリカンカジュアル	ファストファッション
	★スタジャン	★アバンギャルド	長持ちするブランド
	★スポーツウェア	★セーターを腰に巻く	プレザー
	★タートルネック	★ブツカット	ブランドの服
	★ツナギ	★ブルゾン	帽子をかぶる
	★バギー	★マリンファッション	マリンファッション
	★ヒッピー	★民族衣装	ゆったりしたもの
	★50'sスタイル	★ブランドに興味なし	
	★細身のパンツ		

まず「次世代シニア・男性」（1956～1965年生まれ）の「ファッションのブランド、スタイルの好み」の時層を中心年齢である1961年生まれの年代とともに辿りましょう。

【10代】(1971～1980年)

・日常生活を好みのもので彩り楽しく暮らしたいという若者が増え始めたのが70年代後半です。その象徴のひとつが「POPEYE」の創刊でした。ファッションでも彼らに影響を与える存在でした。米国西海岸の気楽だけど洗練されたスタイルは多くの人が楽しみました。

◆1971年 ワンポイントウェア全盛

1976年 雑誌「POPEYE」創刊、サブタイトルの「Magazine for City Boy」はお洒落の代名詞に。

1977年 ラルフローレン、ウディアレン映画「アーノルド」で衣装にシックなカジュアル・ルックを考案し、一世風靡。

1978年 ヴァン・ジャケット倒産◆

【20・30代】(1981～2000年)

・1980年代前半、DC（デザイナーズ・キャラクターズ）ブランドは、ニューウェーブなどの分野をまたぐサブカルチャーの台頭と時期を同じくして流行。丸井などのバーゲンに行列ができるなど男性も服に熱中しました。デザイナー（クリエイター）が企画から販売まで主導的に関わるスタイルが共感を呼んだのでしょうか。その後、渋谷発で若者から発信されたという「渋カジ」のスタイルはボロシャツ、ローファー、ジーンズなどであり30前後の彼らも横目でみながらも親近感を得ていたのではないのでしょうか。

◆1982年 DCブランドブーム始まる。84年には大手企業も参入する中で85年にブームがピークに。

1989年 「渋カジ」がブームに。

1991年 紳士服販売の60%をロードサイド店占有。

1998年 ユニクロ、都心型1号店開業。◆

【40・50代】(2001年～)

◆2005年 クールビズ、経産省発表

2009年 ファストファッション、流行語に◆

・バブルから一転、デフレ経済に突入した1990年代を潜り抜け、ユニクロとそのフリースが大流行します。そこにZARAやH&Mなど海外勢も加わり「ファストファッション」が老若男女問わず「着るもの」の中心に躍り出ます。適度に流行を取り入れたもの、ベーシックなもの、機能性に優れたもの、軽くて着心地の良いものが低価格で手に入ることは40・50代になった彼らも十分に価値を感じさせるものでした。

・「ユニクロ」の出現数が圧倒的に多いとはいえブランド好きで着ることへの関心の高い世代である片鱗は左の表で40・50代になっても新たに「好きな・楽しんだ」ブランドが多数出現するあたりに伺わせます。



②男性 現在形シニア

現在形シニア・男性

	10代	20・30代	40・50代	60・70代
ブランド	★VAN	★★		
	★JUN	★		
	エドウィン	バーバリー	★	★
		ユニクロ	★★	★★
		ラコステ		
		ジーニング		
		アーノルドパーマー	★ダーバン	★
		カルバンクライン	クロコダイル	★
		ゴールドンベア	ミラシオン	
			★ナイキ	イオン
			アクアスキュータム	GU
			アオキ	しまむら
			青山	サンヨー
			OTTO	ブラック&ホワイト
			グッチ	フィールドリーム
スタイル			ディオール	スニーカー
			マンシングウェア	登山用品
			ルイヴィトン	
	★★アイビールック(IVY)	★		
	★ジーンズ・Gパン	★★★	★	
	ポロシャツ	★	★	★
	スーツ	★	★★	
	★マンボズボン			
	学生服	ブレザー	★	
	カラーシャツ	紳士服専門店・量販店		
	半ズボン	トレンチコート		
	丸首シャツ	アスコットタイ	チノパン	★
	ラップズボン	カジュアル	スラックス	
	リーゼント	カラージーンズ	ベスト	
		コンチネンタル	★ネクタイ	
		GIカット	★クールビズ	
		ジャージ	★スポーツウェア	
		トラディショナル	革ジャン	
		ネックチーフ	カフス	
		パンタロン	紺ブレ	
			外国ブランド	
			ゴルフウェア	
			ジャンパー	
			スタジャン	
			体型変化でオーダーメイド	
			ニュートラディショナル	
			ファストファッション	
			ブランド品	
			ポケットチーフ	
			流行は追わずシンプルなもの	



「現在形シニア」（1941～1950年生まれ）について中心年齢1946年生まれの年代とともにみていきましょう。

【10代】（1956～1965年）・ボタンダウンシャツが定番のIVYルック、VANとジーンズが、この世代を象徴するファッションです。影響を受けた雑誌は「平凡パンチ」でした。そこでは女性にモテたい気持ちを刺激するTPO別の着こなしなども紹介されていました。次世代シニアと比べて出現ブランドが少ないところに時代の隔たりを感じます。

◆1957年 石津謙介氏、ブランド「VAN」からアイビーファッションを発表。1960年 ヤングファッション急成長・ジーパンスタイル増加 1964年 アイビールックの流行始まる・雑誌「平凡パンチ」創刊、ファッション、クルマ、セックスを3大テーマとした編集内容。◆

【20・30代】（1966～1985年）・ヒッピームーブメント、フォークソングやロック、大学紛争。様々な若者文化や出来事に寄り添うように「ジーンズ」はありました。ユニフォームのようでもありました。彼らが20代半ばに差し掛かり核家族を形成し始めた頃、彼らは「ニューファミリー」と呼ばれ、大人になってもジーンズをはき続けます。

◆1966年 ビートルズ来日。そのモッズファッションが注目された。1967年 米国のヒッピーから派生したサイケ調のファッションと長髪、無精ひげのサイケ族が新宿に出現。1968年 メンズスーツの既製服化率50%突破 1976年頃 ニューファミリー市場に注目集まる◆

【40・50代】（1986～2005年）・40代から50代、会社員なら中堅から経営の中枢を担う年に差し掛かる頃、バブル景気と崩壊、デフレ経済へと続く時代の波を味わいます。企業戦士としての彼らを支えていたのは紳士服量販店のスーツでした。そしてプライベートでは軽くて機能に優れ、安価なユニクロの服が彼らを支え始めます。環境問題への対応で導入された「クールビズ」ではノーネクタイのため若い頃から彼らが愛したボタンダウンが形を変えて活躍します。

◆1993年頃 メンズスーツ低価格化戦争 1999年 ユニクロフリースが大ヒット 2005年 経産省「クールビズ」を発表。

【60・70代】（2006年～）・ユニクロをはじめとしたファストファッションがメインストリームに躍り出ます。定年や働き方の変更などで自由時間が広がった彼らは「ファストファッション」で過ごす時間が益々増えるのではないのでしょうか。

◆2008年頃 ファストファッション大流行◆



③女性 次世代シニア

次世代シニア・女性

	10代	20・30代	40・50代
ブランド	★コムサデモード		
	★リーガルシューズ		
	ラルフローレン	★	★
	★ビギ	★	★アンタイトル
	★ミハマ	★	★GU
	★ピンクハウス		★セオリー
	JUN		★ビームス
	フクソー		★無印良品
	ポートランド		★ワコール
	★マミーナ		earth
	★VAN	★ルイヴィトン	
	★キャビン	★シャネル	
	★ミルク	★ポールスチュアート	
	offshore	ユニクロ	★★★★
	ケンゾー	ZARA	★
	コーチ	しまむら	★
	ニコル	23区	★
	ヒストリックグラ	シビラ	
	ピバユー	ジュンコシマダ	
	リセ	バーバリー	
		★キタムラ	インゲボルグ
		★グッチ	H&M
		★ブルックスブラザーズ	エルメス
		★ROPE	カネコイサオ
		アトリエサブ	GAP
		エル	銀座マギー
		オンワード	グローバルワーク
		カンサイ	ケイタマルヤマ
		コムデギャルソン	SAYA
		Gショック	自由区
		ディオール	シンブルライフ
		ニコル	スタジオリップ
		ニューヨーカー	スナオ
		ノーマカマリ	チュニック
		バナナパブリック	DOクラッセ
		バレンザポー	ナイキ
		HIYOSHIYA	ノートエシロンス
		ピンキー&ダイアン	ポールスミス
		フェーラルビーズ	マクレガー
		フェンディ	マックスマラ
		ブラダ	ヨシエイナバ
		ボツシュ	ラコステ
		メルローズ	ローラアシュレイ
		ヨーガンレール	ローリーズファーム
		4℃	
		リズ	
		ワールド	
スタイル	アメリカンカジュアル	★	
	★ジーンズ・Gパン	★	
	★ハマトラ	★	
	★DCブランド	★	
	★トラッド・ニュートラ	★	
	カジュアルファッション		★
	サーファー		
	★アイビールック(IVY)	パンツスタイル	★★
	★ミニスカート	ハイヒール	
	★原宿ファッション	★肩パット	★動きやすいファッション
	Meシスター系	★コンサパティブ	体型をカバーできるもの
	カワイ系	★JJスタイル	体重増加で着れるもの
	カラージーンズ	★スーツ	ゆったりとしたもの
	キュロット	★タイトスカート	細身のパンツスタイル
	ショートヘア	★Tシャツ	軽い素材
	タータンチェック	★パルファッション	機能性
	テクノスタイル	★ボディコンシャス	長く着られるシンプルなもの
	ハマカジ	★毛トーン	ジーンズにボロシャツ
	原宿竹下通り	イタリア	ウール100%
	パンタロン	エレガント	ナチュラルビューティ
	ピンク系ファッション	海外ブランド	トレーナーとスカート
親の意見	フレアスカート	黒い服	カットソーとスカート
	ぶりっ子	紺ブレザーとデニム	ファストファッション
	ボシェット	スカート派	セレクトショップ
	マンボズボン	スポーティスタイル	近くの駅ビルのもの
	ローファー	ハイブランド	テレビ通販ブランド
	ローヒール	ロングヘア	
	ロックンロール	ワンピース	

「次世代シニア・女性」（1956～1965年生まれ・中心年齢は1961年生まれ）は出現ブランドも多く、最も多様なファッションを楽しんでいる層といえます。

【10代】（1971～1980年）

・女性ファッション誌「JJ」が神戸発ニュートラとは一味ちがう横浜元町を歩く女子大生のコーディネートに注目してハマトラを紹介、大流行となりました。ボロシャツ、ベスト、タータンチェックの巻きスカート、ハイソックス、パンプスが基本。元町フクソーの服、キタムラのバッグ、ミハマの靴が三種の神器でした。

◆1975年 雑誌「JJ」創刊

1978年頃 ニュートラ・ハマトラ流行

1978年 ラフォーレ原宿開業◆

【20・30代】（1981～2000年）

・1961年生れの年齢で流れをみると、DCブランド流行のピーク時24歳、ボディコン流行が26歳頃から、セレクトショップの台頭が32歳、海外ブランド店の銀座集積の頃が40歳前後となります。にぎやかな動きとライフステージがぴたりと重なり合うかのようです。

◆1982年 DCブランド流行始まり85年ピークに。

1983年 川久保玲などが黒のイメージ新。全身

黒ずくめの服装の若者が増える（カラス族）。

1985年 東京コレクション始まる。

1987年頃～ ボディコンファッション流行

1993年頃 セレクトショップの台頭

2000年頃～ラグジュアリーブランド台頭・銀座

原宿にショップ集積◆

【40・50代】（2001年～）

・40・50代で新たに加わる好きなブランドも多く、お洒落への意欲は衰えを知りません。若い頃に好きだったブランドがドラマで話題になる現象にも心弾ませたことと思います。

・「華がある」は服でつくれる（集英社エクラ）

・50代、今私たちが一番着たい服

（宝島社大人のおしゃれ手帖）

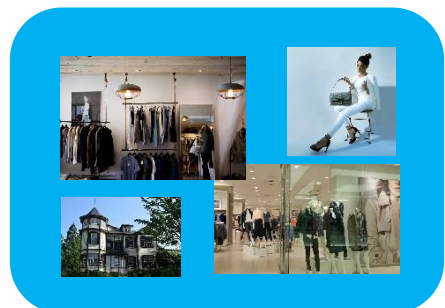
・大人のSTYLEBOOK（光文社ハーズ）

いずれも50代前後の女性を読者にもつ雑誌の表紙を飾る見出しです。これから大人らしい装いに磨きをかけていくことでしょう。

◆2009年 ファストファッション、流行語に。

2018年 ドラマ「半分、青い」で井川遙着用の

ピンクハウスファッション、話題に。



④女性 現在形シニア

現在形シニア・女性

	10代	20・30代	40・50代	60・70代
ブランド	★マシニングウェア			
	ビーエルカルダン			
	アーノルドパーマー		★ルイヴィトン	
	ラコステ		★無印良品	
	★銀座三愛	コムデギャルソン		
	トロイプロス	★ディオール	★ユニクロ	★★
	伊勢丹	芦田淳	★ワールド	★
	鈴屋	仆キン	自由区	★
	西武百貨店	イブサンローラン	イッセイミヤケ	
	三越	クロエ	エルメス	
		クロコダイル	セリーヌ	
		スミノ	★グッチ	AニエSb
		鳥居ユキ	アンタイル	Aマカ
		ハナエモリ	イナバヨシエ	EVEY
		マミーナ	GAP	
		馬里邑	エレッセプリンス	クロコ
		ラピーヌ	キタムラ	タケオキクチ
		ランバン	コーチ	ドゥグラッセコロディア
		レリアン	セオリ	バーバリー
		ROPE	タルボット	ベルサーチ
			デ・ブレ	ミキモト
			23区	ヨーガンレー爾
			B3	ラシット
			フェンディ	レスポートサック
			フェラガモ	
			ブラダ	
			マックスマール	
	スタイル	ジーンズ・Gパン	★	★
バンタロン		★★		★あるものを組み合わせて着るのが好き
トラッド				
★★★ミニスカート		★★★★★	★ズボン・パンツスタイル	★
★ツイiggsスタイル			★流行にとられない服	★
アイビールック(IVY)			天然素材	
ハマトラ			社交ダンス・フラダンス着	
マンボズボン			ブランドに興味なくなる	★
ボーイッシュ			活動的で実用的な服	★たんすをすっきりさせたい
★制服		ロングスカート	★	
★個性的な服		着物(が好き)		
ザブリナパンツ		スーツ	★	今ある服が活躍してくれる
ズボン		カジュアル		本当に似合う服があればよい
平凡なもの		肩パット入りスーツ		大人かわいい服
ポロシャツ		特売・バーゲンで買うもの		顔の色が明るく見える色の服
モンペ		ワンピース		
ダンスパーティードレス		★スカート	地味な色	外出着は高額でも気に入れば買う
親に買ってもらうもの		★パンツスーツ	目立たないもの	経済的余裕で贅沢している
★★興味ない		Aライン	楽な服	キプリングのバッグ
★★★手作り関連		エナメル靴	ブランドに興味なくなる	Sニーカー
(★母親の手作り)		太人っぽいブランド		Tシャツのいいやつを着る
(親の手作り)		コート		ダウンの軽いコート
(紳士服職人の父親手作り)		ゴルフウェア		体型が変わり版で着易いもの
(姉や母の作った服)		コルクのサンダル		古着
(姉がデザインした服)		パンプス		細めのパンツ
(手縫みのセーター)		ヒッピー		普通のもの
(洋裁を習って手作り)		マキシースタイル		安いもの
		メルヘンチック		
		ミリタリー룩ク		
		ロングブーツ		
		ラップズボン		
		★流行を意識・少し取り入れる		
		個性的なお洒落		
		簡単で楽なもの		
		見えないところにお洒落		
		高級ブティック		
		子育てでなりふりがかわず		
		自分で作る		



・「現在形シニア・女性」が10代の頃にファッションをリードし始めた百貨店も、近年は岐路に立たされています。彼女たちが同じく10代だった頃、流行の先端にあったパリモードは、海外ブランドブームを経て銀座や原宿へのラグジュアリーブランド集積、その百貨店への出店により見慣れたファッションとなっています。

・20・30代ではミニスカートが圧倒的な存在感をもって彼女たちに受容されました。

・40代～70代の左表には仲の良い娘との「母娘消費」を想像させるブランドが散見されます。

・そして現在。ファストファッションと様々なブランドを混在させながら生活を楽しむ様が見てとれます。

・「本当に似合う服があればそれでいい」「顔の色が明るく見える服がいい」「楽な服」「たんすの中をすっきりさせたい」などのコメントには人生を積み重ねてきた知恵や見識がうかがえます。

◎「現在形シニア」（1941～1950年生まれ）中心年齢1946年生まれの年代を追っての主な出来事

【10代】(1956～1965年) ◆1951年頃 百貨店がファッションを先導し始める。洋裁学校は全盛期を迎える。1953年 ディオールショー日本各地で開催、パリモード、流行の先端形成の契機に。1954年「ローマの休日」「麗しのサブリナ」でシネモード流行。1965年 ミニスカート大流行、翌々年ツイッギー来日で拍車。◆

**【20・30代】 (1966～1985年) ◆1969年 パンタロンスーツ流行 1971年 雑誌「non-no」 創刊 1970年 日本初のウーマン
リブ大会開催 1972年 ホットパンツ流行 1973年 ケンソー・三宅一生 パリコレデビュー ◆**

【40・50代】（1986～2005年）1987年頃 海外ブランドブーム、アパレル製品の輸入激増。◆1998年 ユニクロ都心型1号店開業。◆

【60・70代】（2006年～）◆ 2003～2008年 三越 伊勢丹など百貨店が続々経営統合。◆

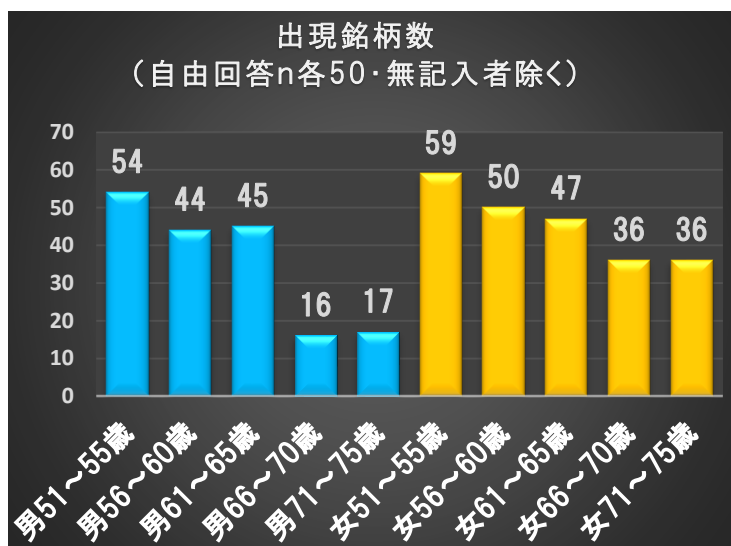
*各頁の「年・出来事」は「年代流行・ファッション流行」「ファッションビジネス学会・ファッション産業年表」を参考にしています。



■結びに

<次世代シニアにみる多様な選択・多彩な楽しみ>

- ご紹介した内容を補足するために次世代高齢者調査「衣生活に関する意識」の結果を簡単に振り返ると「自分の着るものは自分が選ぶ」「TPOを心がけて、着るものを持ち物を選ぶ」など「おしゃれ項目」は、男性に比べて女性のほうが高い傾向にあり、現在形シニア女性の「おしゃれ心」の高さも目立ちました。男性においては現在形シニアは「自分の着るものにこだわりはない」「機能性と軽くて疲れないこと重視」の人が多く、「自分の着るものは自分で選ぶ」は次世代シニアのほうがやや高い傾向を示していました。そして、それ以上に男性の世代間格差を感じさせたのが、ここまでみてきた「ファッションの好みの時層」の自由回答の中身です。
- 下の棒グラフは、回答の出現銘柄数を性別・5歳刻み年齢別に集計した結果です。男性66歳以上が挙げた銘柄数の顕著な少なさが目立ちます。加齢による年代要因も否定できませんが世代要因も多いものと考えます。次世代シニアは若い頃から身近な生活を楽しむことに関心が向いていた世代です。当時、ライフスタイルと共にカタログ的に服、物、店、文化が紹介される雑誌が出版され、そこで提唱される多様な服や文化を男女問わず受容しました。そして多様な選択肢の中から自分好みの銘柄を選ぶ眼を養い、状況に応じて柔軟く使い分ける多彩な楽しみ方を身に着けたのではないのでしょうか。高齢期を向かえても、次世代シニアのそんな特徴はファッションの楽しみ方に反映されていくと思われます。



<着る・起る・生きる>

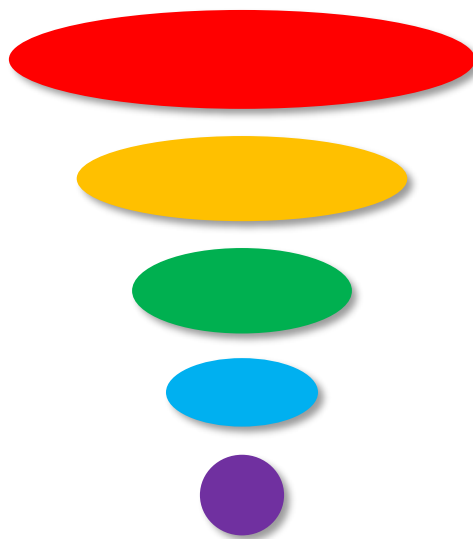
- 軽いもの、楽なもの、心地よいもの。それはシニアに限らず着るものに人とそのカラダが求める要素です。
 - 一方で着ること、お洒落することが人のココロに効果をもたらすことは言うまでもありません。
- 高齢期を迎えると、身体が、仕事（リタイアや働き方）が、つきあい（相手や関係）が変化していきます。外出が億劫になったり、人づきあいが面倒になったり、楽しいはずの遊びにもやる気がでなかったり。そんなとき気持ちにスイッチを入れてくれるのが、服を着替えること、お洒落をすることの効果といえます。「いい年をしてファッションなんかに興味はないよ」とはならず、歳を積み重ねるほどに、「着ることを楽しむことで、心を起こして、よく生きる」といきたいものです。



最後までお読みいただきありがとうございました。

公益財団法人ハイレイフ研究所





次回をお楽しみに。

