

宝島社『素敵なあの人』がプロデュース 大手アパレル初！60代向けブランドを創設

～コンセプトは「60代からの素敵な日常着」～ 9/16販売スタート！

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)が発行する日本初の60代女性向けファッション誌『素敵なあの人』全面協力のもと、株式会社アダストリア(代表取締役 会長兼社長:福田三千男)が、初の60代向けファッションブランド「Utao:(ウタオ)」を創設。2020年9月16日より販売を開始します。

ブランドコンセプトは「年を重ねて着たいもの 60代からの素敵な日常着」です。世代ならではの体形の悩みをカバーしつつも、今の60代の持つ、30～40代と変わらない若々しいセンスに応えるデザインで、これまでの一般的なシニアファッションのイメージを大きく覆します。販売は30～40代をターゲットとする同社のブランド「studio CLIP(スタディオクリップ)」の一部店舗、全国18箇所で開催。家族連れが多いショッピングモールで母娘、お嫁さんとお義母さんなど、二世帯へのアプローチも可能にします。

今回、『素敵なあの人』では、ブランドのコンセプトとなる「素敵な日常着」「ナチュラルコンサバ」といったキーワードの提案や、読者を交えたお茶会(意見交換会)の開催、誌面と連動したビジュアル制作などでブランド立ち上げに協力。コラボアイテムも発売します。開発したのは、シャツとワンピースの2種。シャツ(写真左)は体形を拾わず着るだけで様になるデザイン、ワンピース(写真右)は着まわし自在で季節を



問わず活躍する汎用性の高さにこだわりました。着心地がゆったりしても太って見えないバランスの取れる作りが特徴で、読者の好みと悩みを熟知した編集部ならではのアイテムです。

同誌の読者「素敵世代」は、それまで婦人誌しかなかった時代に『anan』『non-no』といった女性ファッション誌が創刊された世代です。雑誌の誕生とともに、ニュートラやハマトラなど、ファッションの流行を生み出し、ジーンズやミニスカートを取り入れるなど、若者文化が発展した時代の先頭に立ち、牽引してきました。これまでの60代とは全く異なる新しい世代であるにもかかわらず、従来のシニア市場と同様に扱われることが多いため、「自分たちに向けた商品がない」と感じている読者が多く、彼女たちが求める

ファッションや年齢に合った美容法など、あらゆる情報が不足しています。『素敵なあの人』では、60代女性にとって最適なアイテムや本当に必要な情報を、「なぜ必要なのか」「暮らしをどう素敵に快適にしてくれるのか」など分かりやすく丁寧に発信することでお悩みを解決し、新しい60代女性が生き生きと過ごせる社会に向けて、その一翼を担えるよう尽力していきます。

※日本ABC協会 雑誌発行人レポート2019年下半期(7～12月)より

シニア
老人と呼ばないで！

『素敵なあの人』とは

昨年9月に、日本初となる60代女性向けファッション誌『素敵なあの人』を月刊創刊。これまでに40～60代など幅広い世代をターゲットにした健康情報誌などはありませんでしたが、60代向けファッションに特化した雑誌は初めてです。おかげさまで創刊号から完売するなど多くの方に支持をいただいています。新しい60代に向けた誌面作りの効果は高く、美容ブランドとのタイアップで目標値の200%以上の反響があったという事例もあり、商品のリピート率も高く推移しています。美容のみならず、素敵世代をターゲットとする様々な業界から課題解決や新規事業の相談など、ヒアリングの機会を希望されることも増えています。



『素敵なあの人』11月号

発売日: 2020年9月16日 価格: 1300円(税込)

「私たちの洋服がない」に応える！60代ブランドが誕生

■ブランド情報

Utao : (ウタオ)

年を重ねて着たいもの 60代からの素敵な日常着
新60代のナチュラルコンサバな大人服

2020年9月16日
スタート

60代ブランドを立ち上げるにあたって、神下編集長に何度もアドバイスをいただきました。今の60代は、ファッションにおいても生き方においても常に新しい感覚を探求し続けていることを私達は知り、是非新しい60代に向けての商品開発を編集部の皆様と共に作りたい！と思い、今回実現する形となりました。

※ウタオの商品は、下記スタディオクリップの店舗と、
公式WEBストア ドットエステ(<https://www.dot-st.com/>)で購入可能

Utao: ディレクター 倉元京子

【北海道】アリオ札幌店 【栃木】FKDインターパーク店 【茨城】ニューポートひたちなか店 【東京】らぼーと立川立飛店、浅草エキミセ店
【神奈川】たまプラーザテラス店 【静岡】静岡パルシェ店、イオンモール浜松市野店 【岐阜】モレラ岐阜店 【三重】近鉄百貨店四日市店
【京都】イオンモール京都桂川店 【奈良】近鉄百貨店生駒店 【岡山】イオンモール岡山店 【広島】ゆめタウン広島店 【愛媛】エミフルサキ店
【徳島】ゆめタウン徳島店 【佐賀】ゆめタウン佐賀店 【大分】わさだタウン店

■『素敵なあの人』コラボアイテム

体に厚みや丸みが出てくる世代

華奢に見えるデザインにこだわりました！

- ・両サイドにスリットで軽やか
- ・フロント部分の細いピンタックがスッキリ見せ効果
- ・1枚でも羽織でも着まわしに万能
- ・背中中のタックがコクーンシルエットを作り、体の肉感を軽減
- ・斜めについた胸ポケット、第二ボタンまで開けた時のVでスッキリ見せ
- ・短めの前身ごろと長めの後ろ身ごろが気になる腰回りをカバー



素敵なあの人 コラボワンピース
全2色 各9800円+税

素敵なあの人 コラボシャツ
全2色 各8900円+税

～編集長・神下から見た60代ブランド、創刊1年での気づき～

▼「ウタオ」立ち上げ段階から関わってきて

大人数でターゲット（60代の読者）についてヒアリングに来てくださったのが、とても嬉しかったです。その後、いち早く60代以上に向けた新ブランドを立ち上げると聞き、大人市場のファッションビジネスにおいて、このブランドが先駆的な役割を担っていくと感じました。

▼創刊から1年で見えてきたもの

ずっとおしゃれに関心が高い世代ということが分かりました。毎号多くのアンケートはがきをご返送いただいているのですが「もっとファッションのページを増やしてほしい」という意見が断トツで多く、背が低い、ぽっちゃりしている、足に負担のない靴など、悩みを解決してくれるファッション特集のリクエストが特に多いです。美容に関しても、丁寧になぜこの成分が効くのかということ、わかりやすくしっかり伝えると、反響が大きくその商品のセールスも伸びる傾向に。「なるほど」と胸に落ちる体験が必要だと感じています。この世代はブランドスイッチが起りにくいと言われてきましたが、納得する理由や心を動かされるストーリーがしっかりあるものに対しては、お金を使う傾向にあります。

▼今後の展望

「私たちのための商品がない」と読者の方はいつもおっしゃいます。世の中は60代を「シニア世代」だと思っています。そのズレがこの世代の消費行動を抑制しているのだと思います。「シニア」という言葉を聞いて彼女たちが思い浮かべるのは80代の親世代。また、「シニアマーケティングがうまくいかない」と、様々な業種の方が編集部にご相談にいらっやいます。今後は、雑誌を制作しながらマーケティングしてきたターゲットに対する知識をもとに、ブランドや商品開発のコンサルティングをするなど、大人市場において企業と消費者の橋渡しをする役割を担っていけたらと考えています。



『素敵なあの人』編集長
神下敬子（かみした・けいこ）