

2015年4月30日

報道関係各位

シニアのおしゃれ意識に関する調査

男性が意識するのは「清潔感」と「妻の視線」

女性が意識するのは「若々しさ」と「同性の友人・知人の視線」

シニア向け宿泊予約サービスを提供する株式会社ゆこゆこ(本社:東京都中央区、代表取締役社長:萩原浩二)は、当社運営の宿泊予約サイト「ゆこゆこネット」の50代以上のメールマガジン会員1,207人を対象に、「おしゃれ意識」に関する調査を実施しました。

<調査結果ダイジェスト>

シニアのおしゃれへの関心と消費動向

- ・女性の8割がおしゃれに「関心あり」。洋服の購入頻度・購入金額ともに高ポイント。
- ・女性の半数以上が買い物は「一人派」。購入場所はリアル店舗からネットまで多様。

シニアのおしゃれ意識の実態

- ・男性の3割以上が配偶者を意識。一方、女性は4割以上が“同性の友人・知人”を意識。
- ・「若々しく見せたい」女性...“自分の着たい服”と“世間の思う年相応な服”にギャップを感じている。

シニアのおしゃれ意識に関するエピソード

- ・「アースカラーの地味コーディネート」「体型に合わないサイズ感」...シニア女性の「残念ファッション」
- ・「好みの服は年齢を理由に諦めた」「サイズに合わせるとデザインがイマイチ」...シニア女性のお悩み
- ・「10年前と変わらないと妻に言われ悲しい」「妻や娘の友人達の評価嬉しい」...異性の目が気になる

シニア男性

有識者の考察

“ファッション”は実年齢ではなく、感覚年齢・気分で選ぶもの

(伊藤忠ファッションシステム株式会社 ナレッジ室 室長 / 小原 直花氏)

【調査概要】

調査期間:2015年3月17日~3月22日

調査対象:50代以上のゆこゆこネットメールマガジン会員

調査方法:メールマガジン会員向けインターネット調査

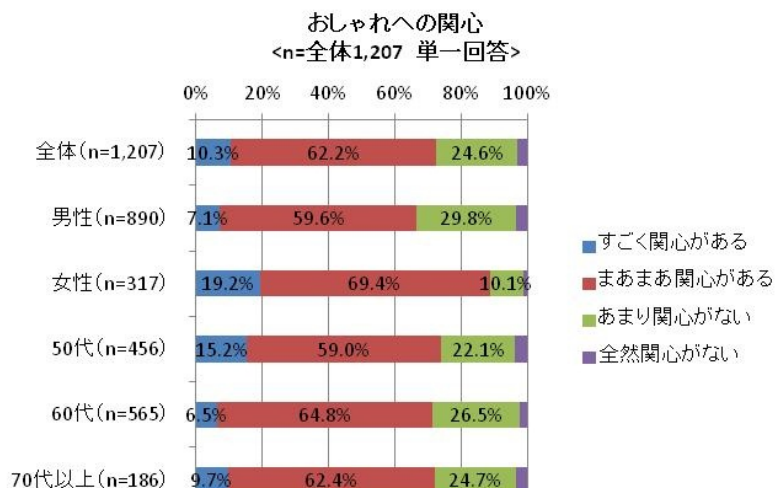
有効回答数:1,207件

回答者プロフィール

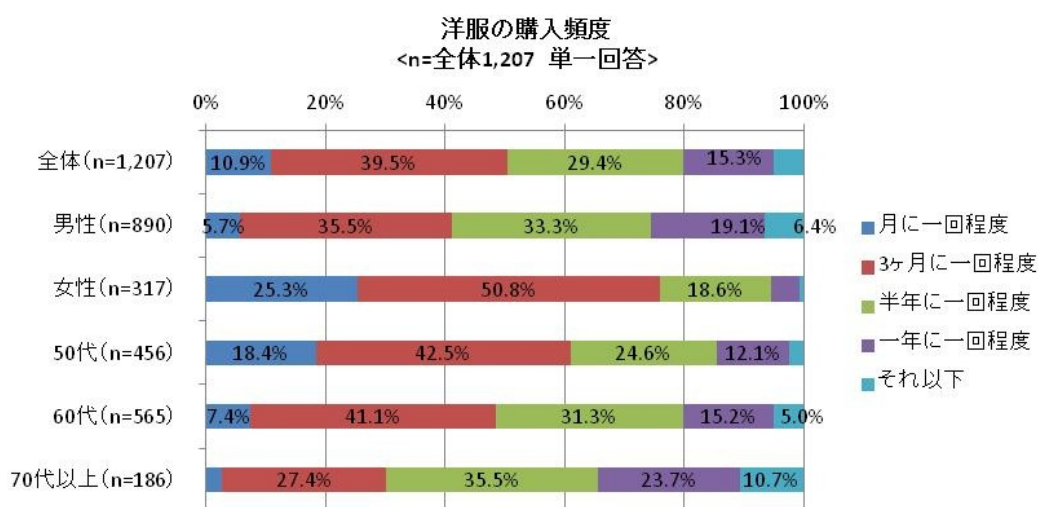
	男性	女性
全体	890	317
50代	274	182
60代	447	118
70代以上	169	17

1. シニアのおしゃれへの関心と消費動向

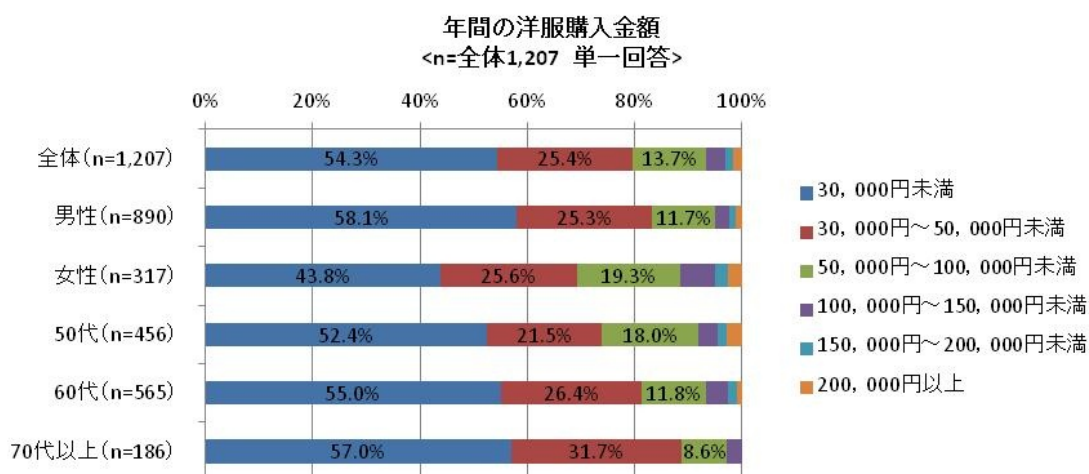
女性の8割がおしゃれに「関心あり」。洋服の購入頻度・購入金額ともに高ポイント。買い物は「一人派」が多く、購入場所はリアル店舗からネットまで多様。



【おしゃれへの関心】について聞いたところ、「関心がある」「すごく関心がある」「まあまあ関心がある」と回答したのは全体の72.5%でした。男女別にみると、男性66.7%、女性88.6%と女性の方がより関心が高いことがわかりました。

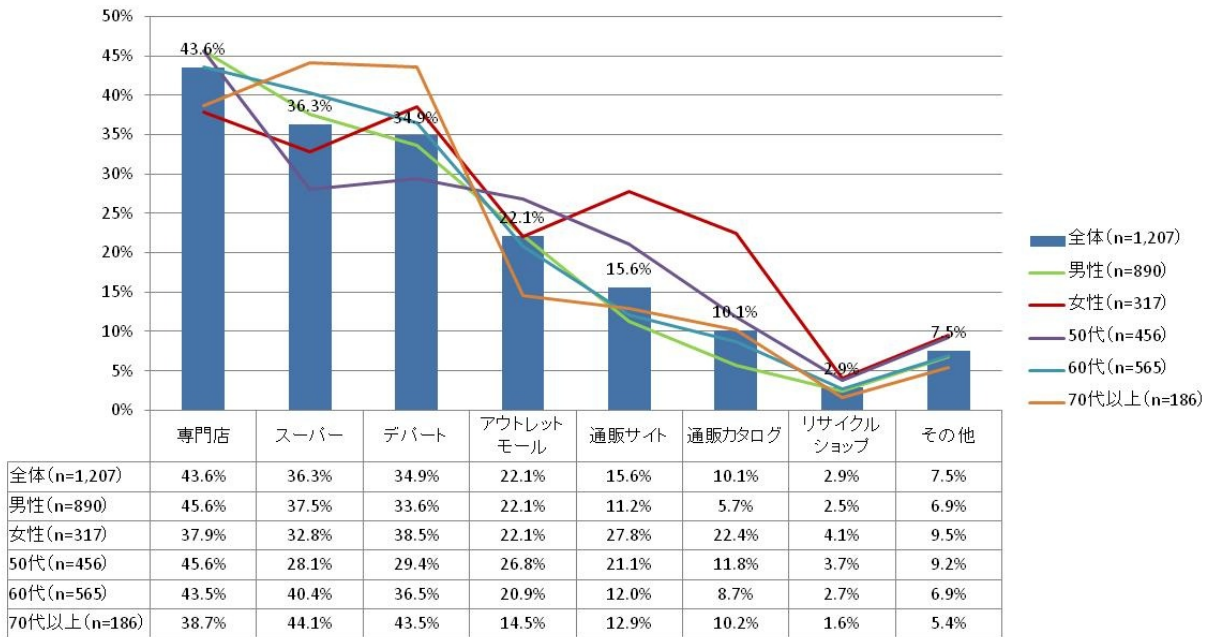


【洋服の購入頻度】について聞いたところ、「3ヶ月に一回以上」「月に一回程度」「3ヶ月に一回程度」と回答したのは全体の50.4%でした。男女別にみると、男性は41.2%、女性は76.1%と、女性の方が購入頻度が高いことがわかりました。また、年代別では50代60.9%、60代48.5%、70代以上30.1%と、年齢があがるにつれて購入頻度は低くなることがわかりました。



【年間の洋服購入金額】について聞いたところ、年間「100,000円以上」「100,000円～150,000円未満」「150,000円～200,000円未満」「200,000円以上」と回答したのは全体の6.6%でした。男女別にみると、男性は4.9%、女性は11.3%と、女性の方が購入金額が高いことがわかりました。また、年代別では50代8.1%、60代6.8%、70代以上2.7%と、年齢があがるにつれて購入金額は少なくなることがわかりました。

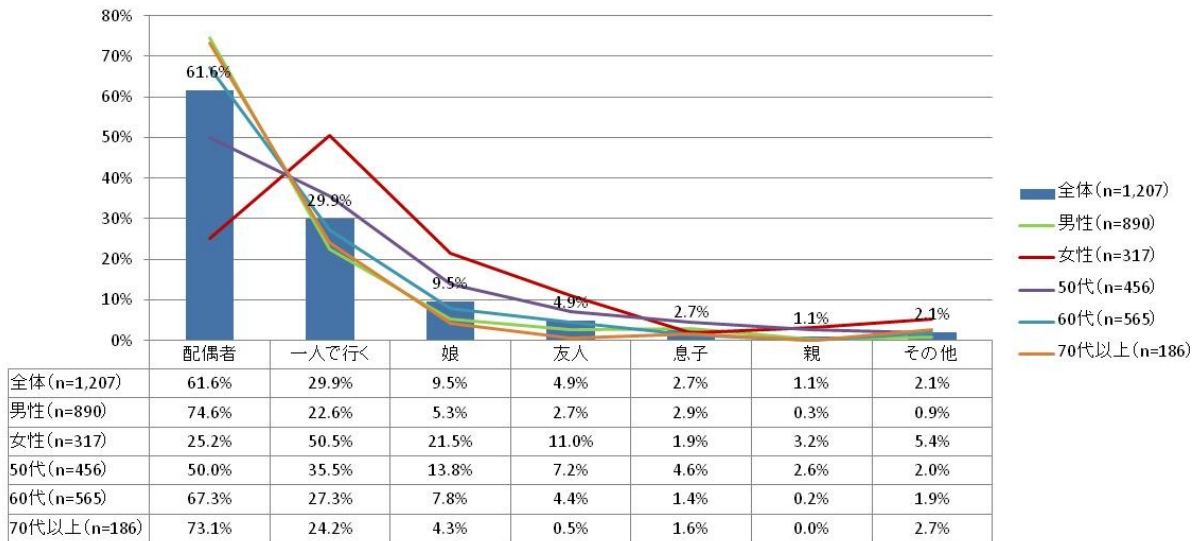
洋服の購入場所
 <n=全体1,207 複数回答>



【洋服の購入場所】について聞いたところ、全体で最も多かったのは「専門店」で43.6%でした。

男女別にみると、「通販サイト」「通販カタログ」は女性からの支持が高く、年代別にみると、「スーパー」「デパート」は70代以上からの支持が高いことがわかりました。

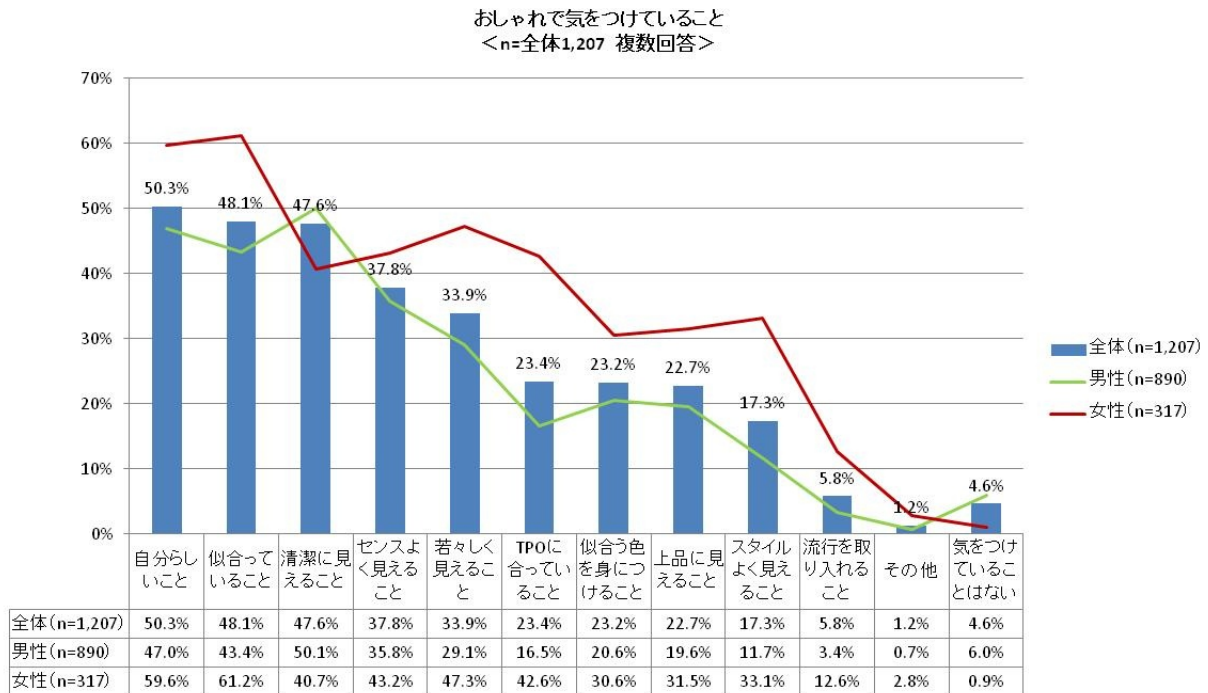
洋服を買いに行く相手
 <n=全体1,207 複数回答>



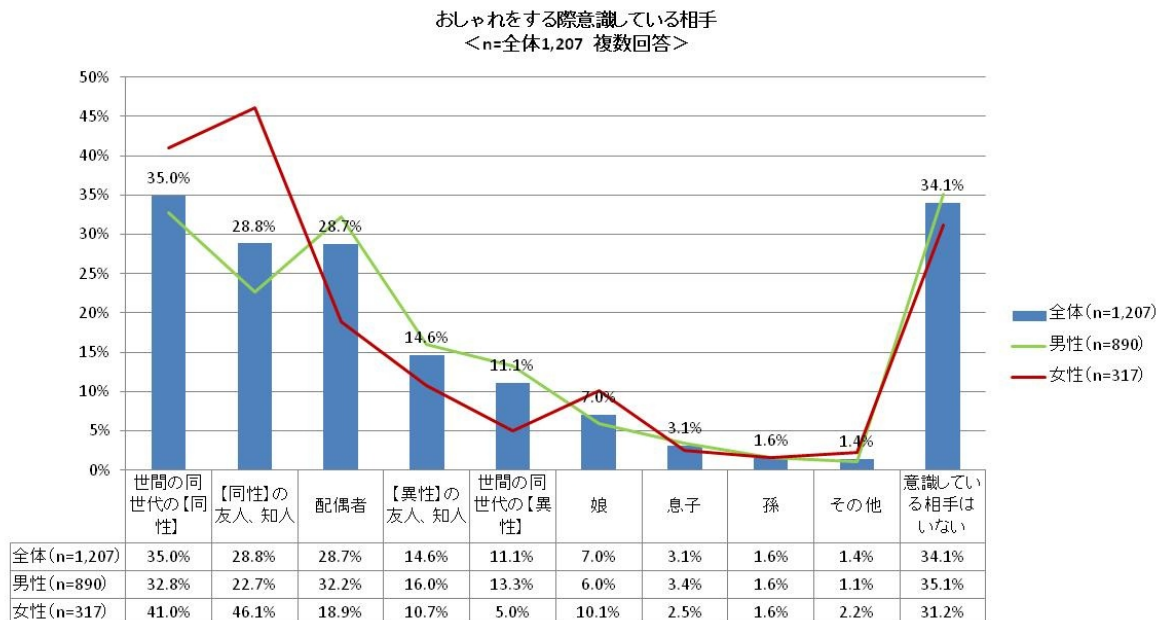
【洋服を買いに行く相手】について聞いたところ、全体で最も多かったのは「配偶者」で61.6%でした。年代別でみると、年齢が上がるにつれて「配偶者」と行く人が多くなることがわかりました。女性は「一人で行く」が50.5%で最も多い結果となりました。

2. シニアのおしゃれ意識の実態

男性は「清潔感」と「妻の視線」、女性は「若々しさ」「同性の友人・知人」の視線を意識。

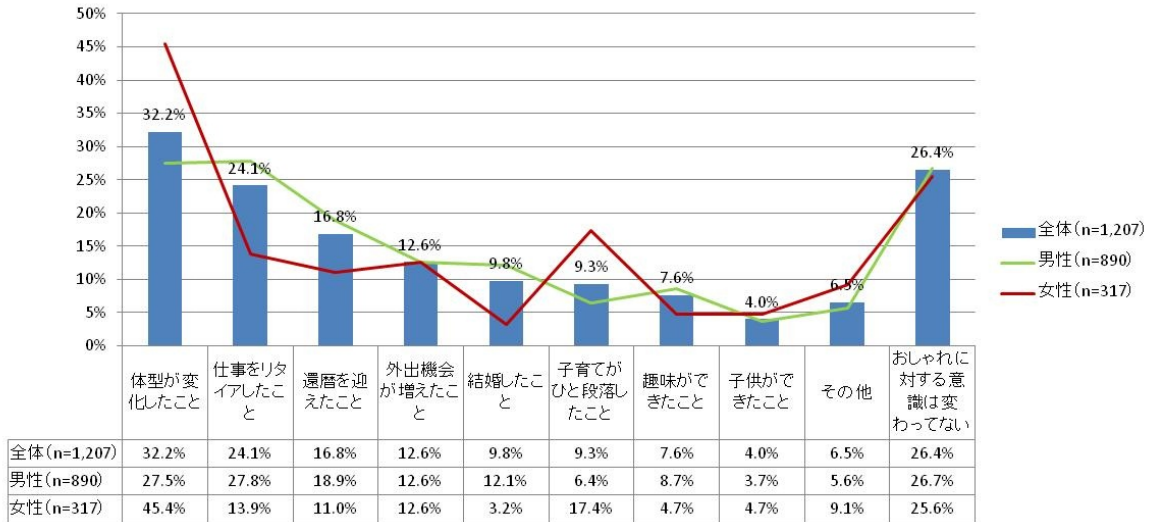


【おしゃれで気をつけていること】について聞いたところ、全体で最も多かったのは「自分らしいこと」で50.3%でした。ほぼすべての選択肢で女性の方が男性よりもポイントが高く、女性の方がよりおしゃれに対する意識が高いことがうかがえます。唯一男性の方が高かったのは、「清潔に見えること」50.1%でした。女性は「若々しく見えること」「TPOに合っていること」「スタイルよく見えること」が、特に男性と比べて多い結果となりました。



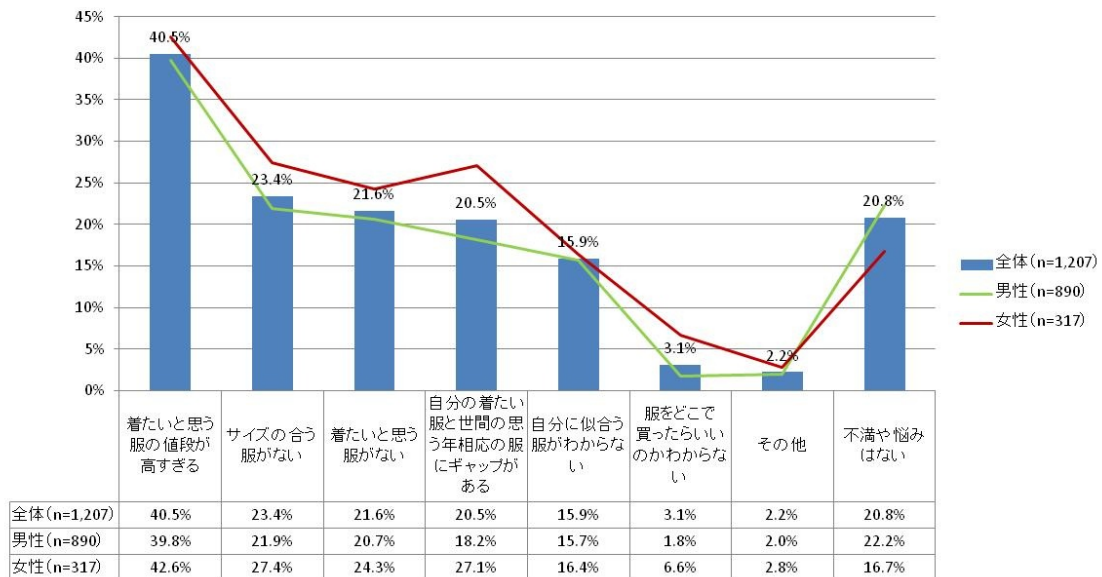
【おしゃれをする際に意識している相手】について聞いたところ、全体で最も多かったのは「世間の同世代の同性」で35.0%でした。それ以外の相手だと、男性は「配偶者」「異性の友人、知人」「世間の同世代の異性」といった異性を意識しており、女性は「同世代の友人、知人」「世間の同世代の同性」「娘」と同性を意識している傾向が顕著でした。

おしゃれに対する意識が変わったきっかけ
 <n=全体1,207 複数回答>



【おしゃれに対する意識が変わったきっかけ】について聞いたところ、全体で最も多かったのは、「体型が変化したこと」で32.2%でした。男女別にみると、男性は「仕事をリタイアしたこと」「還暦を迎えたこと」「結婚したこと」、女性は「体型が変化したこと」「子育てがひと段落したこと」がそれぞれ影響を与えているようです。

洋服を選ぶ際の不満や悩み
 <n=全体1,207 複数回答>



【洋服を選ぶ際の不満や悩み】について聞いたところ、全体で最も多かったのは「着たいと思う服の値段が高すぎる」で40.5%でした。男女別にみると、「自分の着たい服と世間の思う年相応の服にギャップがある」と答えた人は女性が多く、世間のイメージよりも若々しい服装を好む女性の姿がうかがえました。

シニアのおしゃれ意識に関するエピソード集

シニア女性の「褒められファッション」

若い時は黒やグレーが似合っていたが、年と共に赤やピンクがしっくりくるようになったと主人に言われて嬉しかった (60代)

自分では派手だと思って買ったピンクのコートが「すごく似合っている」「あなたらしい色だ」といわれたことが、おしゃれへの自信と勇気になった。(50代)

同世代でスキニーパンツを穿けることがいいなと思った。(60代)

「親子で共有できて羨ましいわ」と言われて嬉しかった。(50代)

周りの人達から度々「安くて素敵な服を見つけるのが上手い」と言われるのは嬉しい。(50代)

ランチへ誘うと、どの店かによって服装を変えて考えてくる友人がすごい。和食の少しお高い店のときは和服を着てきた。(50代)

和の物をリフォームして野暮ったくなく着こなしている。(60代)

シニア女性の「残念ファッション」

小太りの人が、おしりを隠すダボツとした大きなトレーナーを着ているといまいちと思う。(50代)

友人と出掛けた時、体型がくっきり出てしまいやめた方がいいと思った。(60代)

還暦を過ぎた友人がピンクのリボンのついたワンピースを着ていたのにはびっくり。(50代)

子供と同じ格好をして、全く似合っていない。(50代)

体型的にはLLサイズなのに無理にMサイズをパツパツで着ている。いくらデザインが良くても違うシルエットになっている。かなり残念。(50代)

後ろから見て極端に年齢がわからない服を着ている人の気持ちが理解できない。(60代)

年を重ねると少し明るい色の方が元気に見えるのに、私の周りほとんどがアースカラーでコーディネートしている。(50代)

「好みと年齢のギャップ」「体型変化」...シニア女性特有のお悩み

好みの服を見つけても年齢を考えて諦めることが増えた。(60代)

楽なサイズでゆったりとした上着にパンツが多く、スカート類を全く着用しなくなった。(60代)

体型のカバーできる服を探すと、好みのデザインが少ない。(60代)

自分が好きな服を試着するとデザインや色が似合わなかったり、腕周りやお腹周りがピチピチだったりしてガッカリ。結局無難なデザインや色に落ち着いてしまう。(50代)

いつまでもファッションを楽しみたい！シニア女性の「洋服選び」のポイント

流行りではなく、自分に合っているものを買うようになった。(50代)

子育て中は簡単に自宅で洗濯できる服が中心だったが、今は自分の好きな服を自由に楽しんでいる。(50代)

自分の好みより、相手から見てどうかを考えるようになった。(60代)

歳はとったがスリムな体型のままなので、逆に若々しいスタイルを意識するようになってきた。(50代)

体型が変わってしまったけれど、それをカバーする服や色彩の綺麗なものを意識して選んでいる。(60代)

気になるのは「清潔感」と「妻の視線」！シニア男性のおしゃれ意識

10年前と変わらないねと妻に言われて悲しかった。(50代)

妻や娘の友人達に評価されるとうれしい。(50代)

自分に合うものを妻に見てもらい決めている。(60代)

恰好よりも清潔感を大切にするようになった(60代)

年齢を重ねると人は一般にだらしなくなる。そこで一念発起して小綺麗にしようと思った。(70代)

【参考】

“ファッション”は実年齢ではなく、感覚年齢・気分で選ぶもの

伊藤忠ファッションシステム株式会社 ナレッジ室 室長 / 小原 直花氏

「ファッションに関心がある」が8割というのは、ファッション業界にとってとてもうれしい結果である。弊社で行なっている「生活者の気分」調査で、“ファッション”を気分ワードで表してもらると、「楽しい」「うきうき・わくわく」「華やか」が挙がり、暮らしの彩りとして欠かせないものであり、気分を高揚させる役割を担っていることが分かる。

ただ、不満として「着たいと思う服の値段が高過ぎる」の数値が断トツで高いことから、せっかくの思いに応えられていない様子が見ええる。安価な服も巷にはあふれているが、若者だから着こなせる質感であることは否めない。購入場所にアウトレットが挙がっている辺りから「できるだけ良質なものを、なるべく安く手に入れたい」という消費意識が表れているように思う。

また、「着たい服がない」という声は、50代以上の方々からよく耳にする。日本のファッションマーケットは20代～30代にフォーカスした商品や施設が多いのも事実。10年前に比べ、こんなにも若々しいシニア層が増えているにも関わらず、その感覚や気分を捉えた服作りがなされていないのが現状だ。“シニア”と言えば、地味な色目や極端に派手な柄のものを好むといった旧来の価値観にとらわれたデザインがまだまだ多く、加齢に伴うサイズ感はクリアしてくれていても、着たくなるような、気分をわくわくさせてくれるような新鮮さを感じられない品々が目につくのだ。

そして、おしゃれをする際、女性が意識するのは「同性の友人・知人」が断トツ1位であるが、これは若い世代であっても同様の結果が見られることが多い。良い意味で切磋琢磨する相手は、行動をよく共にする友人であり、「それ素敵ね」「似合うわね」と言われることが素直にうれしく、友人の服やお化粧品、ヘアスタイルはその刺激剤になっているのである。願わくば「若々しく見られたい」というのも本音。特にある程度年齢を重ねてくると、外見的な若さに差が出てくるのも事実。実年齢は如何ともしがたいが、自分の努力次第で感覚年齢は磨かれることは経験値からも分かっており、「素敵な人だな」と思われ続けたいのは年齢を問わず女性の深層心理なのではないだろうか。

注目したいのは、「自分の着たい服と世間の思う年相応の服にギャップがある」に女性の反応が高いこと。エピソード集にも、「好みの服を見つけても年齢を考えて諦めることが増えた」(60代)とある。世間体を気にしている様子が見ええるデータであるが、今後は、自分の好みの服を着続けていくシニア層が増えるのではないだろうか。特に今の50代前半は、弊社のオリジナル世代区分ではハナコ世代にあたり、バブル景気全盛期に20代であった人たち。ライフステージが変わるたびにこの世代を狙ったファッション誌の創刊が話題になってきた。彼らが現在のシニアファッションに満足できるわけもなく、また今の60代のように「諦める」という選択肢も持ちそうにないからだ。

50代以上の方々には体型を維持する努力を行っている人が多いものの、加齢にともなう肉付きの変化は確実にある。決して若づくりがしたいわけではないが、若々しく演出してくれ、また楽しい気分させてくれるものであって欲しいファッションに、時代感を取り入れつつ体型変化を密かにカバーしてくれることを求めているのだ。

年金生活に不安を感じる一面もあるが、数が必要なわけではないため安価なもので済ませるつもりもない。一度気に入ればリピーターになる率も高い人たちだけに、“ファッションを楽しみたい”という心に応えられるマーケットに転換していきたいものである。

（株式会社ゆこゆこ 概要）

- (1) 商号:株式会社ゆこゆこ
- (2) 代表者:代表取締役社長 萩原 浩二
- (3) 所在地:東京都中央区銀座2-3-6 銀座並木通りビル
- (4) 設立:2000年1月12日
- (5) 資本金:205百万円
- (6) 売上高:76.1億円(15年3月期)
- (7) 従業員数:222人(15年4月現在)
- (8) 主な事業の内容:シニア向け宿泊予約サービス

・宿泊情報誌「ゆこゆこ」発行 <会員数>623万人(15年3月末現在)

・宿泊予約サイト「ゆこゆこネット」運営 <会員数>90万人(15年3月末現在)

この件に関するお問い合わせ先
株式会社 ゆこゆこ
経営企画室 事業統括グループ 笠原
TEL:03-6745-0506 FAX:03-3564-7692
E-mail:yuko_pr@yukoyuko.co.jp