

ファッション雑誌トップシェア

宝島社 60代女性誌 創刊

“大人市場”さらに開拓 『素敵なおの人』

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、**新しい60代女性市場に向けてファッション雑誌『素敵なおの人』を今年9月14日に月刊誌として創刊することを決定しました。**

弊社は、2010年以降、30～60代の大人世代に向け『リンネル』『GLOW(グロー)』『大人のおしゃれ手帖』『otona MUSE(オトナミューズ)』『& ROSY(アンド ロージー)』『MonoMaster(モノマスター)』の6誌を創刊。読者ターゲットの年齢を上げ、ファッション雑誌の「大人化」を図り、大人市場へ参入してきました。**来年2020年には日本の女性2人に1人が50歳以上になります。今回、『素敵なおの人』を創刊することで、さらなる大人市場の拡大・開拓を狙っています。**

同誌はファッションムック(当時タイトル『素敵なおの人の大人服』)として第1号を2017年12月に発売。発売わずか3日で重版し5万部を突破、「グレーヘア」などの社会現象を起こしました。その後、発売したシリーズ4冊もすべて売れ行きが好調であったことから、『大人のおしゃれ手帖』の増刊として6月25日に発売する号を最後に9月に月刊創刊することになりました。**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や健康情報誌などはありませんが、60代向けファッションに特化した雑誌は同誌が初めてとなります。**

宝島社は、新たな雑誌を創刊することで、常に新しい価値観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、業界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2018年下半期(7～12月)より

「素敵なおの人」シリーズ

6月25日発売
最新号



『大人のおしゃれ手帖 8月号増刊
素敵なおの人 夏号』
発売日:2019年6月25日
定価:1200円(税込)



『素敵なあの人』

- 誌名：『素敵なあの人（すてきなあのひと）』
- コピー：年を重ねて似合うもの 60代からの大人の装い
- 誌名の由来：今の60代は従来の「シニア」「高齢者」という言葉からかけはなれた全く新しい世代です。彼女たちが素敵なことから『素敵なあの人』としました。
- 発売予定：毎月16日（創刊号は2019年9月14日）
- 予価：1200円（税込み）
- 判型：L判（297×235cm）
- 部数：未定
- 編集長：神下敬子（かみした・けいこ）

本誌の特徴

■脱ミセスファッション！カジュアルな日常着にシフト

従来のシニアファッションは、きちんと感やよそ行き感のある、コンサバ色が強いものが主流。世の中のファッションがどんどんカジュアルになるにつれ、60代以上もラフな普段着が好みに。

■若作りには興味ナシ！「グレーヘア」や「自然体」がキーワード

カジュアルな感覚の装いを楽しみたいけど、若作りして見えるのはイヤ！自分の今の年齢を楽しむような、より自然体なおしゃれに興味あり。

■外せないおしゃれのポイントは「肌触りがいい」「軽さ」「動きやすい」「着やせ」

更年期を経て、肌がどんどん乾燥して敏感になってくると、コットンやリネン、ウール、カシミアなどの上質素材を求めると。また、軽さや動きやすさも絶対条件。特に土踏まずのアーチが潰れて足幅が広くなり、外反母趾や魚の目などのトラブルを抱えがちな『素敵なあの人』世代は、おしゃれな楽ちん靴を愛用。

■おしゃれも美容も健康のうえに成り立つ

巷で話題の健康食やエクササイズをすぐに取り入れるのがこの世代。お料理も、手軽に作れるけど、ダイエットや健康維持に役立つレシピに興味津々。

■60代以上の美容はガラパゴス化状態

新しい美容トピックに疎い大人世代は、昔の知識でスキンケアやメイクを行っている人が多いもの。より進化したスキンケアアイテムのシンプルな使い方、ビフォーアフターで違いがしっかりわかるテクニックいらずのメイク法などは、いつも人気企画の上位にランクイン。美容の悩みを読者に聞くと「全部！」という声が返ってくるほど切実。

■料理、旅行、街歩き、住まいのことなど、ライフスタイルも充実

お金と時間に余裕のある60代は好きなことで贅沢もしたい。今でこそ、テレビや雑誌でも人気のコンテンツ「街歩き」は今の60代がけん引してきたもの！友人や娘、お嫁さんと共有したい情報が盛りだくさん。

誌面に登場する
素敵な60代女性のご紹介も可能です



これまでの60代と何が違う!? 新しい大人市場とは

「グレーヘア」「60代ファッション」etc. 60代女性の志向の変化をキャッチ！

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。

これまでの調査でも、「**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多くの支持を集めた背景にあります。



人生100年時代 未来ビジョン研究所
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。

～60代女性ファッション誌が今、なぜ支持を集めるのか～

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！

編集長 神下 敬子(かみした・けいこ) プロフィール

1973年生まれ。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。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。『素敵なあの人』を企画したきっかけは『美しく暮らす大人のインテリア』というムックの取材で会った50～60代の方のファッションが素敵だったことから。60代女性のリアルな声を聞くための“お茶会”もたびたび開催し、誌面づくりに反映。中学生の子を持つ母。趣味は食べ歩き、最近興味のあることはお腹やせ。



編集長：神下敬子
(かみした けいこ)

今の60代以上の女性に「シニア」という言葉は当てはまりません

彼女たちが青春を過ごした60年代や70年代は、ビートルズの来日やミニスカブーム、『anan』『non-no』などの女性誌が創刊されるなど、カルチャーやおしゃれ文化が花開いた時代。まさに、今の若者文化をけん引してきた世代。いつまでも「センスのいいもの」を探し求め、アンテナを張っています。

「金時（きんとき）持ち」で「卒家事」世代

今の時代は定年後＝終わった世代ではありません。今の個人消費の6割を占めるのは50代以上。2020年には女性の2人に1人が50代以上になるといわれており、特に一番下の子どもが社会に出て、教育費がかからなくなる60代は、若い世代よりも趣味や旅行に、より多くのお金をかける傾向に。また、夫が定年を迎え、子どもが巣立つと同時に、60代以上の女性は、自分も主婦業を定年した気分になり、さらに外に目が向くようになります。

60代はおしゃれの再燃期

働いている人は定年を迎え、主婦は子育てを終え、会社やママ友社会に属さなくなることで、自分の好きな洋服を選ぶようになります。友達との社交も増えるので、もう一度装うことを楽しみたい60代はおしゃれの再燃期です。どんな服がおしゃれに見えるか、トレンドにも興味津々。

母娘、女子3世代で楽しむ

デパートやモールでは、おばあちゃん、娘（嫁）、孫の3世代でお買い物をしている姿を多く見かけます。情報の流れは若者（娘）→大人世代（母）だけではなく、今は若者（娘）⇔大人世代（母）に。お母さんのほうが情報通で「これが流行っているみたいよ」と、娘の分も一緒に購入。