

服で生活の質、気持ち向上

おしゃれに
シニア

△2

ガラス張りの明るい店内に、ケーブルニットのセーターや端正なティーパードパンツ、色鮮やかなストールなどが整然と並ぶ。今年5月、「おばあちゃんの原宿」として知られる東京・巣鴨にオープンした、シニア向けセレクトショップ「えがお洋品店」の店内だ。よく買い物に来るという東京都の川本哥代さん(75)

は「巣鴨にないお店の雰囲気が今風で素材のよいものがいっぱい。先日、ちらで購入した白のワンピースでクラス会に参加したら、友達にうらやましがられたの」と、うれしそうに話す。運営するのは、巣鴨で写真館や美容室も手がけるサンクリエーション。社長の太田明良さん(40)は「おしゃれを楽しみたいシニアのニーズにかなう店がなかつたので、自分で始めた」と話す。

「原宿のセレクトショップに連れて行って」という

同年代の客から、「ファッションは好きだけど、欲しい服が見つからない」「グレーへアに合う服がほしい」と聞いたこともある。

「シニアの服」というと、地味、安価のイメージだったが、当人たちの意識は全く違った」と、太田さん。店では、若者に入気のブランドの中から、60、70代でも着こなしやすいものを販売している。パンツなら体の線が出にくい緩やかなシルエット、靴なら滑りにくいうゴム底などだ。

評判は上々。「こんな店を探していた」「これからおしゃれを楽しめる」とい

う声が届く。オープン直後に訪れた富美江さんも「また来たくなるお店ね」と言っている。美容室に来る母と一緒に入りづらい人がばかりで、売り場が狭い人ばかりで入りづらいという。美容室に来る母と一緒に連れて行って」と夢見る。

毎日着る服に悩みを抱えるシニアは少なくない。内閣府が2014年、60歳以上の男女60000人に市販の衣類に関する意見(複数回答)を聞いたところ、約半数は不満を抱えていた。

「体形に合うものが少ない」といって(17・5%)、「好みの衣料品が近くの店で買えない」といって(15・1%)、「色柄デザインが気に入らない」(10%)、「着脱しにくい」(4・3%)など、様々な声が出た。年代が上がるほど機能に関する要望が多かった。

電通シニアプロジェクト

代表の齊藤徹さんは「若々しく、ファッショントリックへの要求が高い今のシニアは、先入観や思い込みによる『シニア』向け商品には満足しない。アパレルメーカーは、シニアの志向や体形変化を研究して、サイズやデザインの提案を充実させていくことが大事」と指摘する。

「不便をデザインで解決する」。愛知県のアパレルメーカー「名美アパレル」の社長兼デザイナー、前野いずみさん(50)のモットーだ。08年の創業以来、自社ブランド「キアレッタ」などを、年を重ねて体形が変わるものとしても、着やすくシルエットが崩れない服を製造してきた。

例えば、前身頃にフアナーアを取り付けたりボン付きのブラウスは、ボタンを留めるのに苦労する人も、肩が動かしづらくするのが難しい人も、着られるものとして考案した。デザインを損なわないように、フアナーアはリボンで隠れるように工夫した。来年は、認知機能の衰えなどで前と後ろを間違えて着ケースがあることから、前後の区別がないカットソーを発売する予定だ。

「服はただ着るものではなく、生活の質を向上させ、気持ちを前向きにさせるもの」。前野さんはシニアのおしゃれを応援し続ける。



鮮やかな赤のストールを手に店員と会話する川本さん(右)(東京・巣鴨で)



キアレッタのリボンブラウス



前身頃にはファスナーが付いている