



OKAYA

岡谷ロータリークラブ

- 会長／平沢清文
- 副会長／宮沢由己・小口泰史
- 幹事／河西 洋
- 会報・雑誌・広報委員長／佐藤有司

■ 事務所／岡谷市中央町 1-4-12 ホテル岡谷 3F

Tel/0266-22-6939・Fax/0266-23-6939・URL: <http://okayarc.org>・E-mail: okayarc@amber.plala.or.jp

■ 例 会／毎週火曜日 PM12:30 ホテル岡谷

第 2432 回例会 2009 年（平成 21 年）6 月 2 日（火）

司 会：井上保子 唱 和：四つのテスト
 点 鐘：平沢清文 ラッキーNo.：No.1 平沢清文
 斉 唱：君が代、奉仕の理想
 皆 勤 祝：北村正春 8 年
 誕 生 祝：小口雅弘・塚田昌滋・井上保子



誕生祝

会長挨拶

皆さん今日は、いよいよ月が変わり年度最終月になりました。委員会の事業も計画通り進み、まだ若干事業を残している委員会も追い込みの最中かと思えます。あと一月宜しくお願い致します。

市場には中央市場と地方市場があることは以前お話しいたしましたが、中央魚市場はその多くが水産事業だけで成り立っています。一方地方魚市場はその多くが水産事業、食品事業、冷食事業等を手掛け中には青果物まで扱う魚市場があります。

県内の魚市場で言えばもっとも市場らしいのは水産事業部かと思えます。水産事業部はマグロなどを扱う大物課、そして鮮魚を扱う鮮魚課、南方凍魚、北方凍魚、近海凍魚などの冷凍課、塩鮭など塩物の塩蔵課、そして干物、干し昆布などを扱う干魚課等で構成されています。私もこの道に入り 40 年を過ぎましたが最も難しいのは塩干物だと思います。殊に海藻類が難しく料理の主役になる事は殆んどなく、もっぱら出し等に使われ裏方として料理を担う海藻類ですが未だに良く分かりません。どなたか教えてください。

幹事報告

- ・ 過日の新旧クラブ協議会にてお渡ししました。次年度事業計画は 6/9、今年度事業報告は 6/16 の提出期限となっておりますので、よろしくお願い致します。
 - ・ 今月は色々事業がありますのでお忘れの無い様にお願いします。
- 6/7(日)諏訪湖及び河川一斉清掃・6/9(火)職場訪問・6/20(土)親睦バスハイク

委員会報告

出席委員会 最終例会に優良出席者の表彰を行います。現在のところ、ホームクラブ 100% 2 名・100%皆勤 18 名・3 休精勤まで 5 名となっております。出席 50% 以下は 9 名です。

社会奉仕委員会 6/7(日)は諏訪湖及び河川一斉清掃です。午前 6 時・体育館南側集合となっております。多くの方のご参加をお願いします。



卓話 「アラフォーについて考える」 小出 篤 会員

1. アラフォーとは

最近、メディアへの露出が多い。around 40の略。40前後の女性を指している。テレビドラマ「Around40～注文の多いオンナたち～(天海祐紀主演)」で広く知れ渡った。世代論のひとつ。

現在のアラフォー世代の特徴

- ① 1986年の男女雇用機会均等法の成立時に18歳前後であった世代。各企業で総合職制度、育児休暇制度などが導入され、女性の社会進出が急激に進んだ時に社会人となった。
- ② バブルも経験し、結婚に対して急がなくなった。国勢調査によると30～40歳女性の未婚率は1990年には13.9%、2005年には32.0%に上がっている。この世代に結婚の判断を保留する人が増えた。
- ③ 「おひとりさま」文化の代表。「個を確立した大人の女性」を指す言葉。気軽に一人旅を楽しみ、一人でレストランで食事をし、自分へのご褒美消費をする習慣。



アラフォー世代は「仕事と結婚という二者択一から逃れた最初の世代」。

仕事、結婚、出産、趣味などの人生の選択肢を比較的自由に選び取ってきた。

課題 ～自由の代償としてアラフォー世代は漠然とした悩みを抱えている～

①「ガラスの天井」

管理職についている女性が、それ以上の要職につけない状況。男女雇用機会均等法で、制度上は平等なのに、運用で差別されているため「ガラスの天井」という。

- ②未婚者などは出産までのタイムリミットが迫っている。いざ出産に踏み切った場合も、周りに同世代の母親がいないことで悩む。一方、結婚しないことを選択している人は、老後に漠然とした不安を抱いている。



共通することは

- ・ 女性における人生の転機が遅くなっている。転機が10歳ほど遅くなっている。
- ・ しかも自分と似た生き方をした先輩が少ないため、お手本が見つけられない。むしろ自分自身が後輩世代のモデルとなっており、これがキャリア女性にとって重荷となっている。

アラフォーとは女性の新しい生き方を示す「最先端の世代」である一方、新しい生き方にもがく「苦悩の世代」

2. ファッション業界の世代論

アラフォーはファッション業界が生み出した言葉。

2007年8月にファッション業界紙の「織研新聞」にアラサーの次に開拓すべき有望市場としてアラフォーという言葉が出た。アラサーもファッションから出た言葉。

そのときの業界の見方では

「アラサーに呼応して生まれた言葉。明確な切り口が定義されず、穴場といわれている世代。

体型の変化、子供への教育費がかかる世代で売り方が難しい世代。競合相手が存在せず、世代感に合致すれば宝の山といわれる。未開の世代。」

⇒ ファッションとしては開拓に成功していない世代。

(1) では「アラサー」とは

around30の略。90年代半ばに女子高生だった、現在の30前後の女性を指す言葉。ポケベルや携帯、インターネットに親しみ、かつルーズソックスや茶髪、プリクラなどの流行を取り入れたコギャル世代(プリクラ世代ともいう)。団塊ジュニアの次の世代。

流行に敏感で市場を作り、消費サイクルが早い特徴を持つ。個性的なファッションを好む。

ファッション業界とすると、非常にマーケット的に成功した世代論。



2004～2006年に大流行したカリスマモデルの「エビちゃん」(蛭原友里)の次の世代をターゲットにしている。「エビちゃん」が着ているだけですぐ売れるほど大流行。「かわいい系OL」ファッションといわれている。

AROUNDにかかわる関連の言葉

- ・「アラカン」・・・嵐勘十郎ではない。around還暦の略
- ・「アラフィフ」・・・50代前後を指す

(2) なぜ、ファッション界では世代論が盛んなのか(特に最近)

ア. ターゲットを絞って製品を開発しないと売れない。万人向けの商品は売れない。一番は、あまりにもショップが多すぎて、特徴ある商品を置いていないと消費者に見放されてしまう。ダンスに衣類が有り余っている時代。

⇒ 今年の下取りセールの大流行

イ. 昨年までのSCによる出店ラッシュによるショップの急激な増加

①街づくり3法(改正都市計画法) 2007年11月 1万㎡を超える大型店舗は「商業」「近隣商業」「準工業」の3地域のみ出店可

②昨年 約100店舗の出店計画あり

3,000箇所 総売上高30兆円 うちイオングループ25店舗

③標準SC

店舗面積 30,000㎡(9千坪)～50,000㎡(12千坪)

店舗数 150店舗～250店舗

駐車場 3,000台

商圏 ドライブタイム 15分圏・30分圏 20～30km

イオン越谷レイクタウンSC 昨年10月オープン

店舗面積 261, 633㎡(80千坪)
店舗数 565店舗
越谷レイクタウン駅、湖、マンション 都市を作る

モラージュ菖蒲 双日が開発 昨年11月オープン
店舗面積 90, 000㎡(27千坪)
店舗数 270店舗
800メートルの2層の建物



テナント → 商品の絞込み 靴下屋、パンツ専門店、Tシャツ専門店等
ターゲットの絞込み 年齢層、トレンド

ウ. ファッション業界の商品戦略

狙いとするターゲットを仮定する→そのターゲットに合わせた物語を作る(どのような生活をしているか、何が好みか、家族構成は？等)



デザインの決定

3. そのほかの世代論

(1) 団塊の世代

団塊の世代・・・広義で45～53年生まれ。56～64歳
(ミドルアダルト～シニア)

高度成長とともに歩んだ世代。消費性向は高い。

所得が比較的高く、しゃれ好き、遊び好き、交流好き

エイジレス、アンチエイジ志向(年齢間の感性とライフスタイルの共通化、若々しさ)

個性を重視する志向を見せながら、実態は周囲と同じものに対して安心

(2) 団塊の世代ジュニア・・・71～74年生まれ 35～40歳前後

2000年における同年代と比較し50万人多い世代。

晩婚化、シングル、ディンクスの増加で比較的可処分所得は高い。

BUT、就職氷河期時代を経験。93年～04年まで企業の有効求人倍率が1.0未満の時期に社会人となった世代。(実際は20代後半～30代後半)

考え方が堅実。地味。値ごろ感重視。自分の価値観重視。

(3) バブル前、後

バブル崩壊(91～93年)頃青春時代(18才以上)であったか、子供時代(高校生)であったか

* バブル経験世代(35～45才) ジュリアナ東京世代

基本的に消費意欲旺盛、お金の余裕があれば消費に回す世代

* バブルの恩恵を受けていない世代(25～34才)

親がリストラにあたり、給料を減らされた経験あり。クラス内で学級費が払えない、修学旅行にいけなかったことを経験した世代。

ワーキングプアと呼ばれる派遣社員やフリーターが多い
所得の低下と人口の減少が同時に起きている世代(団塊の世代後半から)。

堅実、貯蓄指向が高く、消費へなかなか回さない。自分の価値観に合わないものは買わない。

(4)ハピパラ世代

20代の未婚の男女のこと。「いま」の幸せ(ハッピー)を追い求め、親元に同居(パラサイト)しながらさまざまな物事に積極的に消費する世代。

ハッピー・パラサイトの略。

一般に「お金を使わない」「まったりでぬるい」といわれる彼らだが、1ヶ月の小遣いは男女ともに「50代のビジネスマンより上」

「プリクラ世代」「コギャル世代」「アラサー」を含めた世代。

20代の8割が親と同居するバラサイト、うち1割以上が失業中。ただし、同居でほとんど家にお金を入れていないため、可処分所得はきわめて高い。だからそこそこ「毎日ハッピー」。楽観的な世代。

なぜ楽観的なのか

(ア)人口ピーク後のゆとり教育が行われた80年代以降に育ち厳しい競争を強いられなかった。

(イ)バブルの原体験がなく、時代の凋落を見ていない。

特徴

① `ぱっと`見消費・・・第一印象で「かわいい」「きもちいい」「かっこいい」と感じて手に取る消費。

② `っぽい`消費

「オレ流」と言い切れるほどではないが、「オレっぽい」「あたしっぽい」と感じて手を伸ばす消費

③「そこそこ」消費

合理的で物欲が弱いため、背伸びせずそこそこでいいと考える。

車ではなく自転車。

(4) 10代刻み

(ア)まだまだオンナの「50代」

(イ)自信満々「40代」

(ウ)気分は女の子でいたい「30代」

(エ)愛されたい「20代」

(オ)気分は大人め「モテギャル10代」

4. エイジ戦略

波及年齢感性(若く見られたい、若ぶりたいという自己主張の感性)

今と昔は15~20才若返り志向。

→ ターゲットエイジがヤングの商品(20代)を30代、40代が抵抗なく購入する(キャミソール、レイヤード)。アダルト(30~40代前半)の商品を50代が抵抗なく購入する。

エイジ戦略としてはターゲット年齢より15~20才若返った商品をそろえる必要がある。

ファッションではエイジレスとエイジング(年齢相応)の比率は2:1か7:3が黄金比率といわれている。

ニコニコボックス

今井竜五岡谷市長様 卓話の謝礼を頂きありがとうございました。ニコニコボックスに寄贈します。

小出 篤 本日、卓話で皆様のお耳をよごします。宜しくお願いします。

井上保子・梅垣和彦・太田博久・大橋正明・小口泰史・河西 洋・笠原祥一・北澤洋之介・小松正二・坂井忠彦・佐藤有司・白鳥修次・高木昭好・竹村一幸・塚田昌滋・中嶋孝一・瀨 透・林 靖高・原 史郎・平沢清文・藤森睦美・宮坂 伸・宮坂宥澄・宮沢由己・矢崎宏明・矢島 進・山岡晴男・山岡正邦・山崎典夫 本日の小出会員の卓話を楽しみにしています。

出席報告

会員数51名、出席者37名、出席率72.55%、前々回訂正70.59%

2008-2009年度R I テーマ
夢をかたちに
Make Dreams Real

