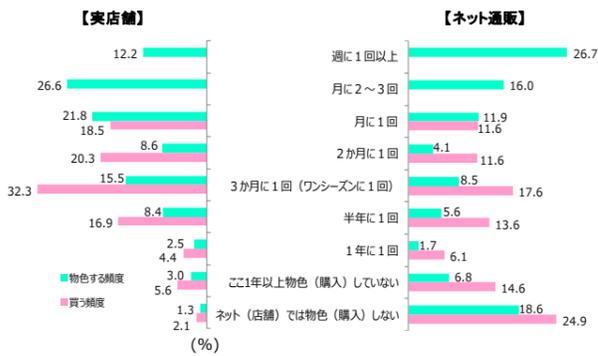


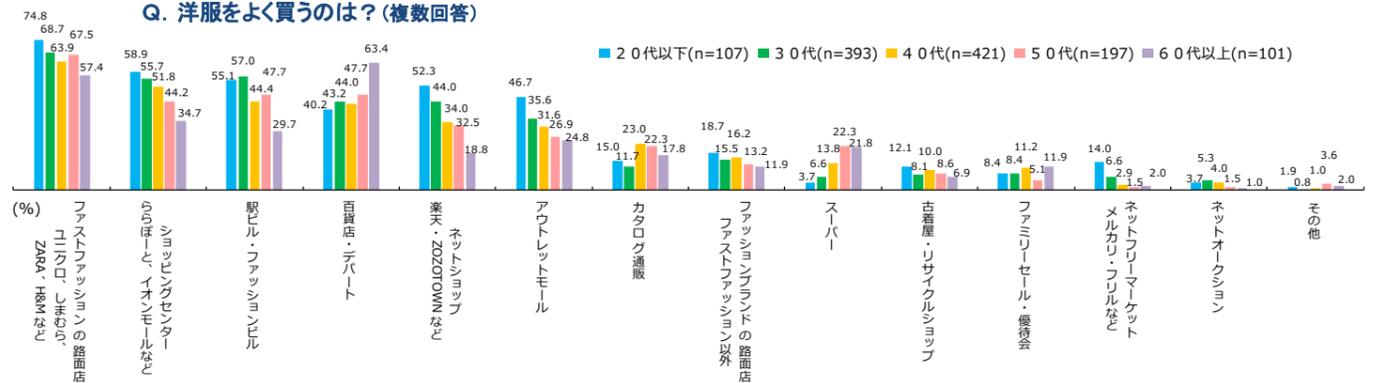
01 Woman's Trend

昨年1年間で自分のために買った洋服は5万円未満!? でも週1はネットで物色 流行やコーディネート参考にするのは雑誌、WEB、インスタ

Q. あなたが洋服を物色する頻度、買う頻度は?



Q. 洋服をよく買うのは? (複数回答)



2017.02.09~02.12
女性を対象にWEB調査 (n=1219、専業主婦31.9%、フルタイム38.2%、パート等23.5%)

百貨店やファッションビルが「コト消費」として食品や飲食に力点を置き始めている。これまで主軸だったファッションが、流行で動かず安価に流れ、採算が合わなくなったと聞く。

ファッションの買い方は本当に変わっているのか、オムニチャネル化しているのか、全国の女性1,219人の回答を見てみた。

まず洋服を物色する頻度と買う頻度を、ネット通販と実店舗で並べたのが上のグラフ。ネットは気軽なので、物色する頻度はかなり高い。特に30代以下ではネットで週1以上物色する人が3割を超える。

が、実際に買うのは、いずれもワンシーズンに1回くらいが多く店舗で買う人が多い。これは年代に関係ない傾向で、30代以下は月1以上と買う頻度が高くなるだけだった。

店舗で試着したりしてからネットで安く買う、といった消費行動をとったことがある人は30代以下で1/4、40~50代で2割弱、60代以上

で6%。店舗で見て店舗で買う人がどの年代も7割以上だった。

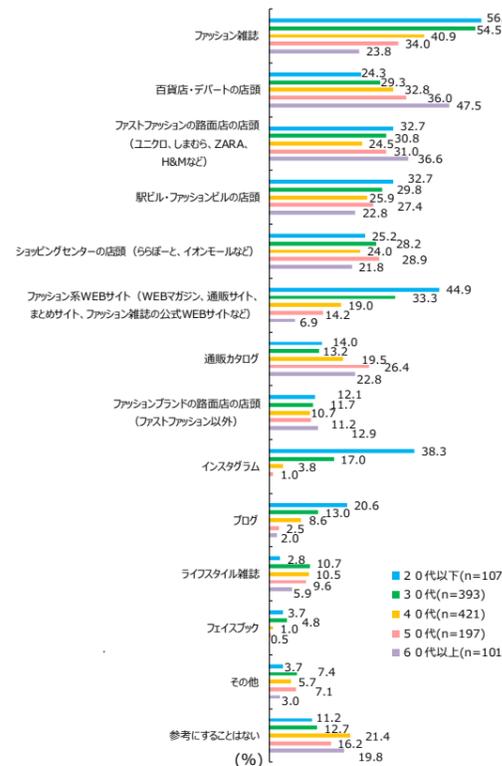
実際の店舗はどこかという、年代別に大きく異なる。百貨店やファッションビルにとって、ネットよりファストファッションの路面店の方が問題のようだ。

ファッション情報の発信も年代別に受け取り方がかなり違ってきている。50代以上にとっては百貨店はトレンド発信基地としての役割が十分にあるようだが、若い人には雑誌のほかはWEBやインスタグラムが主力。

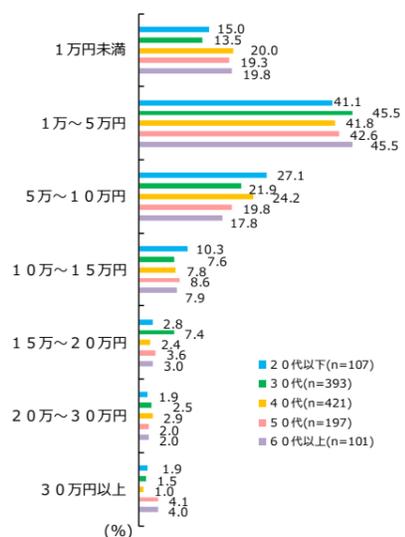
昨年1年間、自分に買った洋服の合計金額は5万円未満が、どの年代も半数近く。確かにこれではファッションは難しい。が3割くらいは5万円以上買っている、これらの人を年代別にどう捉えていくかが課題だろう。

シーズンごとに流行を発信していく、ワクワクするような演出が今こそ求められているのではないと思う。(所長/植田奈保子)

Q. トレンドやコーディネートの参考にすることが多いのは? (複数回答)



Q. 昨年1年間、自分自身に買った洋服の合計金額は?

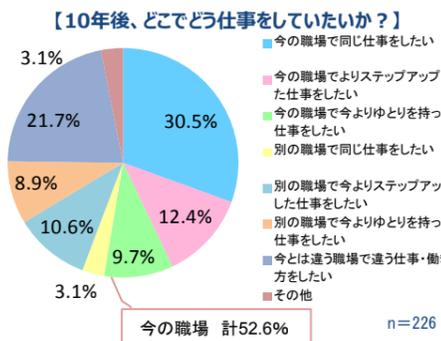


02 Working Woman's Real

【パートタイマーの今とこれから】 53%が10年後も今の職場で働きたい

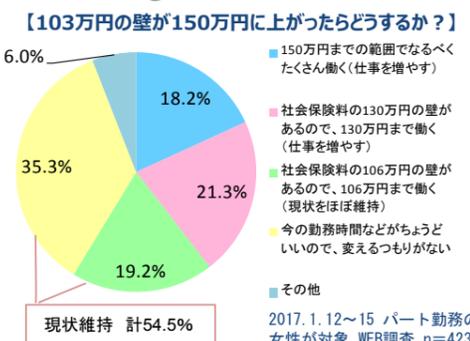
働き方改革、配偶者控除の見直し...パートで働く女性たちにも変化の波は押し寄せている。では彼女たちはこれからの仕事についてどう考えているのだろうか?

「10年後も自分が仕事をしている」という人は53.4%。次に10年後の職場や仕事への希望を聞いたところ、「今の職場で同じ仕事をしたい」という回答が最も多く30.5%。「今の職場でステップアップ」 「今の職場でゆとりを持って」を加えると今の職場を希望する人は52.6%。この現状維持の指向は年齢が上がるにつれ強まる。



“103万円の壁”が150万円に上がっても 55%が「働き方は現状維持」

「103万円の壁」が150万円に上がる改革に回答者の半数が「賛成」。ただし、実際に始まったかどうかを聞いた質問に最も多かったのは、「今の勤務時間などがちょうどいいので変えるつもりはない(35.3%)」。これに「106万円まで」を合わせると現状維持派は54.5%に上る。ちなみに「今の仕事への満足度」は約7割。家と仕事の折り合いのなかで選んだこの働き方を、「自分らしい」と感じる人は多い。



03 Group Eyes

千代田区×明治大学商学部小川ゼミナール×サンケイリビング新聞社 官学産の協働でフリーマガジンを発行

サンケイリビング新聞社では各地域の行政や商店街などの団体と協働でさまざまなメディアを発行しているが、今回は少し変わった取り組みを紹介する。

千代田区内の商店街の個性と魅力を満載したフリーマガジン「千ヨフル」である。

これは、東京都千代田区の地域振興部商工観光課が発行元となり、明治大学商学部・小川智由ゼミの学生たちが実際の各商店街の取材を担当。サンケイリビング新聞社はプロの立場からサポートを担当した。

「千ヨフル」はChiyoda×Cheerfulという意味。楽しく元気な千代田区の商業をさらに盛り上げようというコンセプトのもと、7つの地域、合計30の商店街を紹介している。地域の橋渡し役を自任するサンケイリビング新聞社にとっても、官・学・産、3者の協働というユニークな枠組みの、少し味わいの違った地域情報誌となっている。都営地下鉄線の神保町・九段下・飯田橋・市ヶ谷・岩本町・小川町の各駅



や千代田区の公共施設、区内商店街で2月上旬から配布されているので、見かけた際はぜひ手に取ってほしい。(サンケイリビング新聞社CC室)