

---

# AIP通信 vol.1

(2007/05/01 火曜日 00:00:00 JST) - - 最終更新日 (2007/06/18 月曜日 20:45:00 JST)

2006 . SEPTEMBER先日織研新聞に二つのコラムが相次いで掲載されました。ひとつはシルバー市場ですが、確実に高齢化社会を向かえ、特に地方都市の高齢化は加速の一途をたどっていることはご存知かと思います。そのなかでも特にここ数年、若々しい60代のリタイア層の動向が注目されています。もうひとつはミセスマーケットのテストの幅の話ですが、こちらは癖のあるブランドが少ないということで、まだまだ隙間がありそうだという内容です。まったく両者に共通するのがその消費性向を調査、分析すればまだまだ市場として未開拓な商材があるのではないかということです。

これまで「シルバー」「ミセス」向けに多く見られた地味すぎるものや、逆に派手すぎるものなどでなく、自分達が着て楽しめる服、体に負担の少ない、体の変化、機能の衰えをサポートしてくれる服。が求められていることではないでしょうか。買いたいけれども買いたいものがない。リタイアステージには今後1,200万人の団塊世代が参入してくるのです。アイブランニング株式会社 代表取締役 羽山尚吾