日経DUAL 共働き

コレが欲しい

ジャージー素材の服 まとめ買い

洗えて「きちんと感」も

今、共働きのDUAL世代のファッションで増えているのは、デザインよりも機能重視のアイテムだ。「時間がないから自宅で洗えてメンテナンスが楽なものや、子どもを抱っこしても疲れないストレッチの効いた服を選ぶ人が多い」とスタイリストのみなみ佳菜さんは言う。

働く女性に人気のブランド「リュクス アーモワール カプリス」（田中興産）には毎シーズン、リピーターのママ達が色違いのジャージーワンピースを求めてやってくる。「軽くて出張にも最適。肌触りや着心地も良い」と人気を集め、同ブランドの売り上げの約3割を担う。

高島屋新宿店では、「化繊混紡ブラウスが増え、異素材を組み合わせたきちんと見えるブラウスが人気」（広報・菅塚恵さん）。クールビスとはいえ、オフィスや学校行事で『きちんと感』が必要とされる場には、綿100％のTシャツではカジュアル過ぎる。みなみさんは「程よい光沢や透け感のある化繊素材のブラウスなら『きちんと感』が演出できる」という。

働くママに人気のジャージーワンピース（リュクス アーモワール カプリス）

2児の母で会社員の中場美保さん（39）も、化繊素材のブラウスが手放せない。「家で洗えてシワになりにくい。オフィスでも見栄えがするので、何枚も買い足している」。毎朝保育園に娘を送る会社員・康在完さん（41）もジャージーのワイシャツを愛用。「保育園に送るときの子どもの抱っこや自転車の乗り降りが楽」と話す。

共働きのママおよびパパを対象に実施した日経DUALの調査では、「自宅で洗えて繰り返し着られる服」を求める声が多かった。

DUAL世代のファッションの買い物の特徴

毎回、買うお店はある程度決まっている	71.5%
自宅で洗濯できるなど、メンテナンスがラクなアイテムを選ぶ	67.3
週末や仕事が休みの日に買い物をする	57.5
気に入ったものはその場で迷わず購入する	41.1
一店舗で数点まとめ買いをすることが多い	40.7
伸縮性があるストレッチ素材など機能的なアイテムを選ぶ	36.0

（注）単位は%、日経DUAL調べ、複数回答

「大リーガー」キティ 東アジア展開

サンリオ

メジャーリーグ公式キーホルダーなどをアジアで展開する

サンリオは米大リーグ機構（MLB）と組んで、ハローキティのコラボ商品を今秋にも世界展開する。すでに米国で販売しており、11月にも日本を皮切りに中国、韓国、台湾など東アジアにも広げる。人気チームのユニホームを着たキティなどのピンバッジやTシャツ、キーホルダーを販売する。世界的なファンが多いMLB公式グッズの販売で、海外事業を拡大する。

北米では大規模イベント

公式グッズの販売は、サンリオが3月、米・サンフランシスコの現地法人を通じて、MLB全30球団のオフィシャルグッズを手掛ける米メーカー各社と締結したライセンス契約に基づく。すでに春から米国の球場でピンバッチ（6㌦）やクッション（50㌦99㌢）などを販売している。これを東アジアにも広げることで北米事業をテコ入れする。

日本では、11月に開催される日米野球に合わせて発売する予定だ。MLBのオールスターチームと日本代表チームが対戦する日米野球は8年ぶりの開催となる。注目度の高いイベントで関連グッズを販売し、売り上げの向上につなげたい考えだ。

日本で人気のニューヨーク・ヤンキースやロサンゼルス・ドジャースのユニホームを着たキティグッズなどを予定している。

韓国でも、韓国人選手が活躍するドジャースのユニホームを着たキティグッズなどを販売する予定だ。台湾や中国でも需要の見込める球団に限定して商品を販売する。MLBと組むことで、サンリオは北米を中心に海外にキティを浸透させる。MLB側は、特にアジアの女性や子どもに人気の高いキティとのコラボグッズで米国以外の市場開拓を目指す。

サンリオは2015年3月期の北米事業の営業利益が前期比8・1倍の80億円と見込んでいる。

「レゴランド」名古屋に17年開業へ

ホスピタリティー

アールエヌティーホテルズ 社員教育責任者 岡本 直子さん