

トレンドナビ

女性管理職にふさわしい服装とは何か。ビジネスシーンで華美にならず、でも女性らしいエレガンスさも盛り込みたい。そんな働く女性の悩みに応えようと百貨店やアパレル各社が動き始めた。ビジネス服のラインを拡充したり、着こなしのセミナーを開催したりすることで女性管理職を応援しようとしている。

# 女性管理職に

# エレガンスを



「ポール・スチュアート」では商品やイベントで管理職向けを強化 (小田急百貨店新宿店)

三陽商会のブランド「ポール・スチュアート」は2月、東京・渋谷で女性管理職向けにビジネス服の選び方セミナーを開いた。「20代とは着る服が違うので選ぶのに戸惑う」(課長職・40代)といった悩める女性約50人が参加。イメージコンサルタントの大森ひとみ氏が講師を務め、ビジネス服の着こなしや化粧の

コツを指南した。2回目は8月下旬に開く予定だ。セミナーでは、ポール・スチュアートが今春、女性管理職向けに発売した「フアーストジャケット」(税別7万9千円)も紹介した。紳士向けの型紙から作ったすっきりとしたシルエットと、動きやすさが特徴。内ポケットを2つにして収納力を高めたほか、フラワー

ホールも設けて正装に対応できるようにした。「顧客と一緒に働く女性のドレスコードをつくりたい」と、ポールスチュアートのビジネス部の嶋崎浩二婦人服企画グループ長は語る。男性のビジネス服に比べ女性用はドレスコードが明確でないだけにかえって選びづらいのが実情だ。アパレル各社も高級感のある

女性用ビジネス服は手薄な分野だった。同社が考える管理職にふさわしい装いを追求するため、セミナー参加者の声を取り込む。

安倍政権は2020年に女性管理職の割合を3割とする目標を掲げている。就業人口そのものは減少しているものの、社会進出が進む女性の就業者は増える傾向にある。アパレルだけでなく、百貨店でも主要顧客となっている働く女性のビジネス服に力を入れ始めている。

松屋も4月に初めて女性管理職向けのセミナーを開催した。今後、年2回をめぐりに開く。主力店舗の銀座本店(東京・中央)4階の婦人服売り場を訪れるようなら40〜60代の働く女性がターゲットだ。

婦人三部の竹林政子四課長は「外回りが多い営業職では家庭で洗濯できるなど手入れが楽な商品が人気」と語る。また、管理職に就くと、部下の結婚式やパーティーに招かれることが増える。ドレスよりもきちんと見えるスーツが好まれるといい、同店では「セオリーリュクス」などで光沢感のある素材のスーツの品ぞ

西武池袋本店では働く女性用の売り場を拡充している(写真上)とも、東京都豊島区)るえを充実させている。

西武池袋本店(東京・豊島)は16年9月に働く女性向けの商品に特化した売り場面積を1.5倍に広げたところ、以前より売り上げが倍増したという。

女性用スーツの売り場を1カ所にまとめ、品ぞろえも増やすことで、今まで逃していたニーズを取り込んでいるという。

特に「スーツのサイズが合わない」といった声を踏まえ、丈や素材を選べるオーダーメイドスーツを充実させたことが人気を集めた。価格は3万9000円(税別)から素材は約50種類から選べる。

働く母親にターゲットを絞ることで支持を広げているのがアパレルのアユワ(東京・港)だ。伸縮性が高い素材を使っているため動きやすく、自宅で洗濯できるワンピースが特徴だ。

5月には伊勢丹新宿本店(東京・新宿)で期間限定店を開いたところ、中心価格は4万円程度と高単価にもかかわらず、当初の見込み以上に売れたという。

同社が展開するブランド「Ayawa」は金融機関での勤務や出産を経た渡部雪絵社長が、16年にクラウドファンディングを利用して立ち上げた。自身が出産直後に勤務した際に「コーディネートをそろえたい」と考え、着られるワンピースは楽で助けられた(渡部氏)のきっかけだ。

(奥津茜)

## ビジネス服拡充 ■ 着こなし指南