

高齢婦人の既製服 —その実態と望むもの—

高間由美子（ファッション情報論）

1. はじめに

急テンポで高齢化が進む日本、21世紀初頭には国民の約4人にひとりが高齢者となり本格的な高齢化社会を迎えようとしている。3年前の高齢化社会に関する統計資料によれば、高齢者人口1690万人中介護の不要な人が1490万人、要介護者は200万人、そのうち半分は虚弱老人、残りの半分が痴呆性高齢者、寝たきり老人となる。つまり、高齢者とされている人達の9割近くが実は元気な高齢者といえる。

高齢者が健やかで充実した生活を送るためには、高齢者自身が仕事、趣味、学習、社会貢献活動など、生涯を通じて社会と主体的に関わっていくことが大切となる。その主体的に関わっていく要素のひとつにオシャレがある。オシャレをすることにより気持ちに張りをもたせ心身共にリフレッシュする。あるいは、気分が落ち込むと気力が低下する。いつもいきいきとした生活を心掛けることが強いでは、老化を防ぐことにもなる。つまり、オシャレは老化を防ぐ最大のポイントでもあるわけである。

ただ、オシャレだけが先走ってはいけない。衣生活の一部としてのオシャレでなければならない。

高齢者も日常生活では掃除、洗濯、料理、買い物、旅行、軽いスポーツ、山歩き、パーティ、あるいは治療のための通院など、健常者とまったく変わらない生活をするわけである。

そんな日常生活に張りを持たせるオシャレこそ高齢者にとって必要不可欠と考える。

そこで、高齢婦人向既製服の現状をアパレルの地場産業、岐阜を中心にアンケート調査をまじえながら考察してみた。

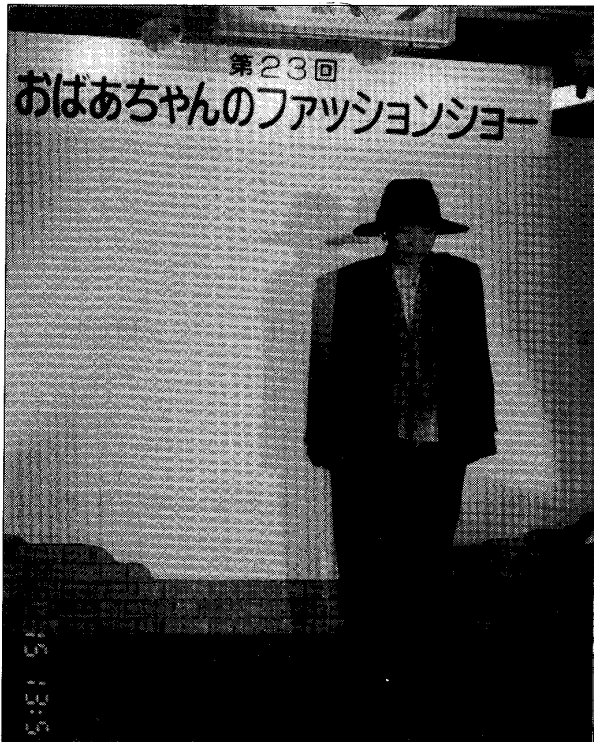
2. 「おばあちゃんのファッションショー」と題して

新岐阜駅前の某百貨店で毎年9月15日に開催されている「おばあちゃんのファッションショー」を紹介する。

この企画は、今回で23回目になる。60歳以上を対象に一般公募による8人のモデルが選出される。選ばれたのは62歳から74歳と幅広い年齢層の人々であった。

ショーは前半は旅行などに適するカジュアル





ルウェア、後半は、お出掛けやおよばれに適するスーツやドレスシーな装いという2部構成のファッションショーで、その間、年齢の紹介、家族構成、趣味、健康法などインタビューの場面もあった。

ちょっと恥ずかしそうに帽子を斜めにかぶったおばあちゃんの姿も若々しく、年齢を感じさせない素敵な装いに微笑まじさを覚えた。

3. 岐阜アパレル業界によるG F Fに期待をよせて

岐阜アパレル業界は総年商約9000億円と県内地場産業中随一の規模を持ち、東京、大阪と並ぶ三大産地に数えられる。

そのアパレル産業を支えているビッグイベントのひとつにG F F (岐阜・ファッション・フェア) がある。

本年度は7月4日・5日の両日メモリアルセンターにおいて第36回'96～'97秋冬G F Fが開催された。岐阜アパレルの大手約100社の参加による産地最大の見本市である。

フェアはシンポジウムを皮切りに、商品展示、ファッションショーなどを通してバイヤーとメーカーの商談の場となる。扱ひ商品は

付属品から布、既製服(婦人服・紳士服)に至るまでありとあらゆる商品を対象に取り引きが行われる。

その中で「ノーマライゼーション・ファッション」の特設コーナーがあった。障害者や高齢者など体の機能にハンディを持った人の衣服の紹介である。

これまでも福祉機器としての衣料品はあったが、高齢者が健常者と同じようにオシャレを楽しむためのファッションはまだ日本にはないという事でこの企画が生まれ、これから岐阜アパレルがこの分野に進出する意気込みが感じられた。

内容はまだ不十分にもかかわらず興味を示す人々が多いのには驚かされた。もっと研究開発の余地ありと思いながらも暖かさを感じるコーナーであった。

4. 高齢婦人服に対する岐阜アパレル企業の実態

高齢者用衣服に対する企業の実態を知るために岐阜アパレルメーカーで婦人服を生産している会社200社に1996年8月アンケートを依頼し93社から回答を得た。

設問は高齢者用衣服(婦人の既製服)の必要性、生産の状況、取り扱い製品、製品の対象年齢、高齢者用衣服のしめる割合、今後の高齢者用衣服の商品予定化、あるいは高齢者コーナーの設営などについてである。回答は主として選択方式によった。(別紙参照)

以下、回答を中心に検討をすすめる。

(1) 高齢者用衣服の必要性の有無について

高齢者用衣服の必要性については、82社が必要ありと答え、必要なしとする回答は11社であった。また、必要ありと答えた会社の46%はすでに高齢者用衣服を生産しているのに対して54%は生産していないという結果であった。これは必要性を感じているものの、あえて高齢者衣服の生産はしていないということである。

高齢者衣服の必要性の有無を尋ねた設問の回答にその理由が次のように出た。

高齢婦人の既製服に関するアンケート 1996年8月

以下の質問の該当するものに○印をつけて下さい。

〔お答え頂く前に〕

- I 貴社の専門 1.婦人服 2.子供服 3.紳士服
 II 貴社製品(販売)の対象者 1.ヤング 2.ミス 3.ミセス 4.中高年 5.シルバー
 III 貴社の扱う製品 1.ブラウス 2.ジャケット 3.ワンピース 4.スカート スラックス 6.その他()
 IV 解答者の性別 1. 男 2. 女
 V 解答者の年齢 1.25歳未満 2.25以上～35歳未満 3.35以上～45歳未満 4.45以上～55歳未満 5.55歳以上

〔質問事項〕

問1.高齢者用衣服の必要性はありますか。

- 1.絶対必要 2.必要 3.やや必要 4.必要ない 5.手持ちの服で充分
 その理由を簡単に述べて下さい。

問2.現在貴社では高齢者向け衣服を生産(販売)していますか。

- 1.はい 2.いいえ 3.その他()
 1.の「はい」とお答えの方にお聞きします。
 (1) 製品の対象年齢は、おいくつですか。
 ① 50歳以上 ② 50以上～60歳未満 ③ 60以上～70歳未満 ④ 70歳以上
 (2) 貴社製品(販売)のうち、高齢者向け衣服は全体の何%にあたりますか。
 ① 5%以下 ② 5以上～10%未満 ③ 10以上～20%未満 ④ 20以上～30%未満
 ⑤ 30以上～40%未満 ⑥ 40以上～50%未満 ⑦ 50%以上
 (3) 取り扱い製品を多い順に選んでください。
 ① ブラウス ② ジャケット ③ ワンピース ④ スカート ⑤ スラックス ⑥ その他()

番号

- (4) 上記(3)の製品は、どの点を重視し、生産しますか。取り扱い品目ごとに、重視項目と思われるもの二つに○印をつけてください。〈表1〉又、その製品の服種はどこに入りますか。取り扱い品目ごとに服種項目と思われるもの二つに○印をつけてください。〈表2〉

品目	重視項目				
	デザイン	カラー	価格	素材	サイズ
ブラウス					
ジャケット					
ワンピース					
スカート					
スラックス					
その他					

〈表1〉

品目	服種項目				
	パーティードレス	ブラックフォーマル	フォーマル	町着	家庭着
ブラウス					
ジャケット					
ワンピース					
スカート					
スラックス					
その他					

〈表2〉

2.の「いいえ」とお答えの方にお聞きします。

- (1) 今後、商品化の予定がありますか。 ① ある ② ない
 (2) 「ある」とお答えの方、何年先をお考えですか。
 ① 2年以内 ② 2以上～3年未満 ③ 3以上～4年未満 ④ 4以上～5年未満 ⑤ 5年以降
 (3) 「ない」とお答えの方に。
 ① 現状維持 ② 他社の様子を見てから ③ リスクが大きい ④ その他()

問3.今後、高齢者向け衣服を店頭販売する場合、高齢者コーナーを設けることが望ましいとお考えですか。又、既に店頭販売している方も高齢者コーナーを設けることが望ましいとお考えですか。

- 1.望ましい 2.望ましくない 3.何とも言えない 4.その他()

「望ましい」とお答えの方にお聞きします。

- (1) 販売フロアの何%が、そのコーナーに適切と思われませんか。
 ① 10%以内 ② 10以上～20%未満 ③ 20以上～30%未満
 ④ 30以上～40%未満 ⑤ 40以上～50%未満 ⑥ 50%以上
 (2) そのコーナーは販売フロアのどの辺りが適当と思われませんか。
 ① 入り口辺り ② 中ほど ③ 一番奥辺り ④ その他()
 (3) 店頭販売の全商品に対して高齢者衣服は何%が適当と思われませんか。
 ① 10%以内 ② 10以上～20%未満 ③ 20以上～30%未満
 ④ 30以上～40%未満 ⑤ 40以上～50%未満 ⑥ 50%以上

問4.その他高齢者衣服について御意見、御感想、御要望がございましたらお聞かせ下さい。

「絶対必要」の回答理由

- ・ 現在良く売れているし、伸びている。
- ・ 消費者の高齢化。
- ・ 生活必需品である。
- ・ 健常者であっても着脱が困難になるため。
- ・ ミセス等に比べて体型の違いがでる。
(均一化していない)
- ・ 年をとってもセンス良く美しくある事が望ましい。

など高齢者衣服に対して前向きな回答が得られた。

「必要あり」の回答理由

- ・ 高齢者は今の衣服に満足していない。
- ・ 高齢者は時間的にも経済的にも余裕があり若返りのためにもファッションに関心を持っているが、どうオシャレをしてよいのか迷っている。
- ・ 現代の高齢者の趣味趣向が違ってきている。
- ・ いくつになっても女性だから。
- ・ 高齢者用として企画をするのではなく、よりファッションブルな着こなしを呈示する必要がある。
- ・ これからの高齢者は服に対してシビアな目を持っているので、テストまたはライフスタイルの提案が必要になってくる。
- ・ サイズ問題、着脱方法を考える。

「必要なし」の回答理由

- ・ 特に考える必要なく現在のミセス層の延長線上と考えればよい。
- ・ シルバーもミセス向きを着るようになっている。
- ・ 特に高齢者を対象にせずともミセスをターゲットに商品開発すれば充分。
- ・ 衣服は個人の感性の問題で自由に選択すればよい。

以上から企業が「必要あり」「必要なし」とする理由は分かれているものの、両者の区別は曖昧である。

企業は高齢者の増加を認識し、高齢者衣服の必要性を認めてはいるものの、高齢者を高齢者扱いしていないことがわかる。つまり、

企業としては従来通りの生産、販売が望ましいとの考えであろう。

(2)高齢者向け衣服の生産と販売について

次に、高齢者衣服を生産している会社とその製品の対象年齢を尋ねてみた。60歳以上を対象としている会社は17社と意外に少なく、ほとんどが50歳以上～60歳未満である。このことから50歳以上～60歳未満の既製服も高齢者衣服として扱われていることがわかる。

次に、高齢者衣服を生産している会社に対して、その取り扱い製品の服種について尋ね、その割合を表1、表2に示した。

表1 取り扱い品目ごとの服種項目

服種項目 品目	パーティ ドレス	ブラック フォーマル	フォー マル	町着	家庭着	合計	比率
ブラウス	1	1	4	18	5	29	18%
ジャケット		1	6	28	6	41	25%
ワンピース		2	7	11	3	23	14%
スカート	1	1	4	7	4	17	11%
スラックス	1	1	3	7	4	16	10%
その他	1	1	10	18	6	36	22%
合計	4	7	34	89	28		
比率	2.5%	4.3%	21%	55%	17%		

表2 取り扱い品目ごとの重視項目

重視項目 品目	デザイン	カラー	価格	素材	サイズ	合計	比率
ブラウス	17	8	12	9	8	54	21%
ジャケット	27	7	11	22	6	73	29%
ワンピース	12	3	5	11	4	35	14%
スカート	5	2	6	7	3	23	9%
スラックス	4	1	7	4	5	21	8%
その他	15	4	4	16	7	46	18%
合計	80	25	45	69	33		
比率	32%	10%	18%	27%	13%		

表1からは町着のジャケットが圧倒的に多く、続いてフォーマルウェアが多く扱われていること、表2からはデザイン、素材に重視点を置いたジャケット、ブラウス、ワンピースが多く生産されていることが分かる。

すなわち高齢者衣服の取り扱い商品は、ブラウス、ジャケット、ワンピースが主流になり、デザイン、素材、価格、サイズ、カラーの順に重視され、服種は町着、フォーマルウェア、家庭着の順に生産されているのが現状である。

また、現在高齢者衣服を生産していない会社に今後の商品化予定を尋ねてみたところ82%にあたる37社が今後も予定なしとの回答で、現状維持の方針であった。予定ありとの回答では「2年以内に」商品化予定の答えがもっとも多かった。

最後の設問は、高齢者コーナーの設営についてである。「何とも言えない」が46%、「望ましい」が31%、「望ましくない」が23%と、望ましい、望ましくないの差は大きいものではなかった。

望ましいと回答した者に、店頭販売の全商品に対して高齢者衣服の比率と売り場を尋ねた結果は、「10%以上~20%未満」の比率で、しかも販売フロアは「中ほどから一番奥辺り」という回答が多かった。

以上のことからわかるように、本当の意味での高齢者衣服、つまりシルバー用衣服の生産に携わっている会社は少なく高齢者衣服といいつつもミセス・中高年対象の商品である。消費者にあたる高齢者は、このミセス・中高年用を自己の衣服として選択、もしくは選択購入せざるを得ないことになる。また今後もメーカー側には真の高齢者衣服の商品化予定は著しく少ないことが分かった。

(3) 高齢者衣服についての要望、感想

アパレルメーカーの立場から高齢者衣服について要望、感想欄に記載のあったものをまとめて以下に列記する。

- ・岐阜は高齢者向け商品と言うイメージが強いがファッションは別段差別する必要はなく、高齢者だから高齢者向け衣服を着なければならないことはない。
- ・近い将来、高齢者の感覚はますます若くなるので、あまり高齢者の衣服という意識は持たない方がよい。
- ・現在60歳~70歳の人には3~4割がた若い感覚になってきているので、今後高齢者用としての衣服では売れない。
- ・年を取るほどオシャレであり、60歳を過ぎてでもマリナ・ヒラディ、コシノヒロコ、ヨーガンレールなどのテストを求

めている。

- ・高齢者衣服という名称ではなく別の称号を考えてみたい。
- ・団塊世代が高齢期を迎え、既存の高齢者衣服では満足できず新しいニーズが発生すると思われるので、そのマーケットについての対策を検討する必要あり。
- ・高齢者向け衣服のコーナーを設営しても売れない。むしろ、ミセス・中高年用あるいはそれ以下の若い売り場で自分に似合った衣服を求める。
- ・色、柄よりも素材、機能性を重視すべき。TPOも一考かと思う。
- ・高齢者衣服の需要があれば我々メーカーはいつでも対応する。
- ・体型を考慮したパターンを考える必要あり。

5. メーカーに望む意識革新

これらのデータを分析すると高齢者衣服に関してメーカー側に要望する結論として次のことが導き出される。

(1) 消費者に高齢者衣服の情報を提供

① 情報不足の対応

ミニドレスでもロングスカートでもさらっと着こなしてしまう若い人達向けの情報が突出している反面、ファッションの波に乗れない高齢者に対する情報が欠如している。ファッション雑誌、テレビ、広告、ファッションショーなど若い人達向けの情報と同じように情報提供が望まれる。

② 流行は生まれるもの

ゲートボールをする高齢者の服装を考えてみる。よれよれのトレーニングズボンに味気ないシャツ。日焼け防止の頬かぶり、とても美しい姿とはほど遠い。そんな中に際立つ高齢者がゲートボールをしていたとする。回りから見ればとても刺激的である。それが流行の始まりである。ひとり、またひとりと広まり流行が生み出されていく。そんな、様子をポスター制作でPRを試みることも一考に値しよう。

(2)高齢者の多様な体型への対応

①イージーオーダーの奨め

衣服のあつらえ方の工夫である。高齢者衣服をいくつかの既製服のデザインの中から好みのデザインと布地を選び注文する方法をとる。業者の指定したもののなかから選ぶので同一の材料とデザインで何着でも仕立てることが可能となり仕立て代も安価になろう。

同じデザインでも素材や色によって、随分雰囲気違って見える。ちょっとした変化でいく通りにも着こなしが可能である。

②手仕事の復活

女性の装いは、毎年のように変わりファッションは買うもの、選ぶものになってきている。つまり既製服の氾濫である。

しかし、高齢者は大正、昭和、平成の時代を通して着物から洋服へ、手作りから既製服へと大きな変化を体験してきている。別の言い方をすれば手仕事の衰退である。高齢者は、結構手仕事が好きである。というよりも慣れている。既製服の不満点にちょっと手を加える事により自分の体型、好みに合った一着になる。高齢者がやむを得ず数少ない高齢者衣服を購入しなくても多種多様なミセス・中高年の衣服から手直しすれば新しい発見がある。そういう手直しができる衣服の提供が望まれる。

(3)オシャレへのお手伝い

①ファッションアドバイザーの必要性

ファッション性を追求した既製服を見るのは、とても楽しく、うまく着こなしている若者を見るのは、なおさらいいものである。高齢者もしかりである。だが、高齢者の場合は、今の若者のようにファッションが身近にある人は少なく、ファッション情報には縁のない人が多い。なおさら身についた感性とまではいかないようである。

体型については、臀部は小さく、乳房部の突出は少なく、腹部の突出は大きい。また、立体姿勢は前傾して背中が丸く、腰椎の前彎が弱いなど若年とは著しく異なる特

徴を持っている人が多い。

オシャレに関心のある高齢者は多いが、どこをどうして着こなせばいいのかわからない。つまり、うまくコーディネートができないのである。あるいは、体型の欠点をカバーできないのである。

この両面のアドバイスをファッションアドバイザーに期待したい。若者の店には販売員というよりもファッションアドバイザーが相談にのってくれる。高齢者衣服を扱う店にも真剣に話を聞き、相談にのってくれるファッションアドバイザーがいればファッション性と体型カバーの両面から自分に似合うコーディネートでおしゃれ感覚を磨くお手伝いができると考えられる。

6. オシャレに満足できる高齢者用婦人服は

はじめに中日新聞の1996年7月11日版に掲載された84歳の女性の投稿を紹介する。

『頭はボサボサの白髪、顔は縦横のシワいっぱい、明治生まれのこの容姿、どうしようもない。が、せめて身にまとう衣装くらい昔の古着をさらりと捨て、最新流行風に変えたら老婆も少しは見られるようになるかもと淡い期待を持って娘と街へ出掛けたのです。……』という書き出しの文章に続いて、デパートへ行き、デザイン、色、柄の豊富なことに驚かされ、みとれてばかりもいられないので試着を試してみたものの、背中丸さのためにブラウスもワンピースも後裾が上がり、胸の膨らみがないため前が下がる。着脱が楽なようにほどよいゆとりと、よれよれの腕を隠すように夏でも長袖が欲しい。また、通院用に前開きのデザインが必要。これらの各件を満たす洋服は見当たらず、店員に相談すれば「注文して下さい」と言われ、日数もかかり値も張ることと思い「考えてみます」と帰宅したという内容であった。

この女性のような高齢者が増えているのにどうして年寄り向きの服が少ないのかと嘆いている人は決して少なくない。今後は高齢者の生活実態に、より即した良質の衣服、つま

り、デザイン、素材、機能性を重視した衣服の開発が望まれる。

7. 居心地よい環境づくり

高齢者が若者と同じように、たむろする場所という聞こえは悪いが安心して集える場の提供である。あるいは、若者と高齢者がそれぞれ混在できる社会の構築である。

手近なところから、海の見える公園、芝生や花壇のあるベンチは若者のカップルや子供連れの家族だけでなく、高齢者も気軽に出席けられる場の提供から始めたい。つまり、地域でのふれあいから始まる交流である。交流のきっかけが高齢者のオシャレへの意識を高めることにもなろう。もちろん高齢者の意識もさることながら地域社会全体の意識改革も重要になってくる。老いも若きも共にふれあいオシャレも共に楽しみたいものである。

8. まとめ

アパレル業界の現況を知るためにアンケート調査を行い、また事例をもとに高齢女性を対象にした既製服の実態を明らかにした。

それによると高齢者用としてミセス・中高年向けの製品が販売されていることが多く、いわゆるシルバー(65歳以上)専用生産されている製品はきわめて少ないことがわかった。したがって高齢者はシルバー向けを着用しているとは限らない。しかしそれは高齢者の選択によるものではなく、シルバー向けもミセス・中高年衣服でよいと考えるアパレルメーカー側の事情によることもわかった。

そのため事例報告にもあるように、消費者である高齢者は、自分の要望、条件、あるいはそれらに対する意識に合う衣服を選択したいという考えを満たすことができないのが実状である。

今後はこの結果をふまえて、高齢者の望む衣服をいかに提供すべきか検討していきたいと考えている。

最後に高齢者が生活の中で衣服に付随するオシャレ行動に、日々新しいファッションの

風が送り込まれ、新鮮な衣生活が営まれることを切に望みたい。

生き生きとした毎日を送っていただくためにも。

なお、本研究の一部は財団法人衣服研究振興会の1996年度第18回衣服研究奨励賞論文に応募した。

謝辞

本研究を遂行するに際し、ご理解、ご指導賜りました学園長神谷みゑ子先生、奈良女子大学教授相川佳予子先生、またアンケート調査にご協力いただきました岐阜ファッション産業連合会および岐阜アパレル関係の皆様方に衷心より感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 緒方道彦：高齢化社会と家庭生活
(財)九州大学出版会 1987
- 2) 一番ヶ瀬康子 他3名：老人福祉論
(株)ミネルヴァ書房 1995
- 3) SUSAN M.WATKINS：快適な衣服を求めて
関西衣生活研究会 1988
- 4) 田中千代 服飾事典
同文書院 1991
- 5) 伊佐知美知子 他2名：
高齢者女性の服装観と着装実態
 日本家政学会第47回大会
研究発表要旨集 P268 1995
- 6) 高部啓子 他1名：
高齢者の衣服に対する意識と購買行動
 日本家政学会第47回大会
研究発表要旨集 P269 1995
- 7) 岐阜県 長寿社会ぎふニューウェーブ 1995
- 8) 岐阜県 ぎふをファッションの街に 1995
—家政学科 被服—