

卓 話

平成 17 年 9 月 6 日

スローライフ&LOHAS (ロハス) のススメ

プランニングディレクター
古田 菜穂子様

■ LOHAS って何？

LOHAS=Lifestyles of Health and Sustainability の頭文字をとった略語で、健康を重視し、持続可能な社会生活を心がける生活スタイルのこと。

2002 年 9 月 21 日付日本経済新聞で消費生活アドバイザー大和田順子氏のレポートを紹介したのがきっかけとなり、以後、しばしば目にするキーワードとなりました。

■ どうして LOHAS・・・！

高度成長期における、大量生産、大量消費の中で、先進工業国は、便利・豊かさを手に入れる一方、1990 年代に入ると深刻な環境汚染、地球温暖化現象に直面し、国や大企業も国際的にそれらの問題に取り組み始めました。また従来の産業構造にとらわれないクリエイティブな仕事や企業が台頭し、新しい価値観を持つ、例えば地球環境や人間関係、社会正義、自己啓発に深い関心を寄せる人々が社会的にメジャーな立場として出現。社会学者のポール・レイ氏とシェリー・アンダーソン氏は、「カルチャー・クリエイティブ」の概念でこの現象を表現しました。このような状況を背景に、健康や環境を重視したライフスタイルを持つ新しい消費者層が生まれてきたのです。

■ LOHAS なワケ

このままでは環境破壊が進み、持続性のある経済も維持できないと、企業や国が気づき始め、一般の人々も「このまま行くと危ないのでは？」と感じています。かといって『昔の暮らし』や『貧乏な感じ』、『攻撃的な環境運動』もイヤだなと思ういわゆる今風現代人が、オシャレで自分らしい生き方として選択しようとしているのが LOHAS 的な生き方なのです。

■ LOHAS 企業の飛躍

自然食のマーケット、オーガニック衣料や癒し系グッズなど、21 世紀に入り、エコロジーに前向きな「ローハス企業」の業績は飛躍的に拡大しています。

アラン・ヒックス氏は、著書「ナチュラル・アドバンテージ」の中で、持続可能な企業経済を有機農場の自然を尊重する農法と重ね合わせ、化学肥料や農薬にたよる慣行農業を直線的で機構的考え方とし、自然と人の健全性 (health) と持続性 (sustainability) を尊重する、有機的農法の循環的で有機的な考え方やノウハウをビジネスノウハウにも結びつけました。



[LOHAS STYLE]

アメリカの雑誌「LOHAS Journal」の調査によれば米国成人人口の30%約5000万人以上がLOHASを重視する消費者であり、米国での市場規模は2268億ドル（約30兆円）全世界では5400億ドル余だと発表しています。

その消費者イメージは…

■環境にやさしいライフスタイルを心掛けている。

（例えば、商品の選択をする場合、価格よりも性能が良い、環境に優しい、デザインが良いが判断の大切なポイントと考えている。）

■ヘルシーな食品やナチュラルなパーソナルケア製品を愛用している。

（例えば、有機野菜や化学添加物の少ない食品を選び、自然系洗剤等を使う。）

■自己啓発のために投資する。

（例えば、旅や異文化との接触、ヨガや習い事、友人関係への時間投資）

平均年齢は42歳、30%が大学卒、年収は全米平均以上、60%が女性。

日本でも博報堂が首都圏在住者を対象にした調査では「現在はやっていないが、今後やってみたい環境配慮型の行動」として「環境問題に取り組みが進んでいる企業の品物を買う」という回答が65.1%でトップとなりました。

LOHASというのは「個人の意識」と「意識の定義づけ」に左右されるものです。まさに「MAKE THE CONSCIOUS DECISION!」～何を食べるか、どんな番組を見るか、どのような生活を営むか、対象が変わっても、その決断が大切であり、そんなライフスタイル（要するに生き方）に憧れる消費者が日本でも確実に増えてきています。

「よく考えて、意識して選ぶライフスタイル」に対して、「よく考えて、意識して選ばれる本物の商品やサービス、情報の提供につとめる」というのがこれからの私たちに求められる仕事だと思いませんか。

最後に…日本語でLOHASを言い換えてみませんか？きっととても懐かしい、様々な言葉が出てくるはずです！