

## 『日本をロハスに変える 30 の方法』 NPO ローハスクラブ著 1/20 発売 (講談社)

259 ページ 1500 円(税込) アマゾン.com で予約注文受付中

2006 年、LOHAS はいよいよ広がります。

一過性のブームで終わることはありません。

なぜならば、LOHAS は私たちの価値観であり、ライフスタイルであり、社会を変えるプラットフォームであり、そのニーズを満たす本質的な商品やサービスが今年は次々と登場し、まちづくりなどが形になってくるからです。

私は昨年秋から WEB サイト【LOHAS のすすめ】を開設し、情報提供を行ってきましたが、この間、多くの取材や講演の依頼を受けると同時に、多くの方から様々な質問や問い合わせ、ご意見をいただきました。

そこで、私たちは、国内外の LOHAS 企業を 40 社取材し、それらから LOHAS な視点を抽出し「ロハスに変える 30 の方法」としてまとめあげました。

95 人の有識者の方に LOHAS とは？というメッセージもいただきました。

### LOHAS で売上を伸ばしてる会社の理由は何か？

ニューヨークの最高級インテリアショップ「ABCクラフト&ホーム」で今最も人気のタオルは日本の今治にある中堅タオルメーカーのもの。「あー、なんてキレイな色、そして素敵なデザインかしら。それにこのソフトな風合い。風で織ったタオルですって！？ワンドフル」NYで小児病院の院長をしている女医さんは自分の病院のタオルを全てこのタオルに変えたそうです。なぜ、このタオルが欧米の最高級タオルより高く売られているか、セレブに人気なのか…？

アメリカの最大手自然食品スーパー、ホールフーズマーケットは売上げが4,400億円を超えました。店舗数は180店。最初の店をオープンしてから25年。5年後には1兆円を超える売上げを目標にかかげています。なぜ自然食品スーパーが、既存店売上げ前年比9%増を継続し、店舗数を増やし続けているのでしょうか？

これは、『日本をロハスに変える 30 の方法』で取り上げている 40 事例のほんの一部です。国内外の LOHAS 企業・団体の**成功の秘訣**、**創業者の価値観**、**顧客の特徴**などを丁寧にご紹介しています。売上を伸ばしている理由、顧客に愛されている理由をうかがってきました。

取材ではそれぞれのお話に大変感動いたしました。それぞれの方が自ら LOHAS の価値観を持ち、それに基づいて思いきってビジネスを始められ、幾つもの困難を乗り越えて、今日の形を築き上げていらっしゃいます。それぞれがオンリーワンブランドでした。

勇気をいただきました。読んでいただければ、ブランディングのヒントや売上を上げるヒントを得るだけでなく、あなたも元気がわくにちがいありません。

## こんな方にお勧めします

- ・ 環境に配慮しつつデザイン性の高い、愛される商品づくりをしたい方
- ・ 衣食住から余暇まで、LOHAS ライフスタイルブランドをつくりたい方
- ・ まちづくりや地域活性化、エコツーリズムなどを考えている方
- ・ 社員の心と身体の健康に配慮した職場をつくりたい経営者
- ・ ヨガやアロマなど、代替医療や自己開発の事業を起業しようと考えている方
- ・ 生活や仕事を少しでも LOHAS にしたいと考えている方 など

## 40 の事例でとりあげている企業・団体

食(10): マクロビカフェ / 伊那食品 / 精華堂あられ / マヴィ / ナチュラルシーズ / スノーフィールドカフェ / Izze(米国) / CLIF(米国) /

食育サポートマガジン「笑う食卓」 / ホールフーズマーケット(米国)

衣料・生活雑貨(6): メイドインアース / ピープルツリー / 池内タオル / センスオブライフ / 生活の木 / GAIAM(米国)

住(5): オークヴィレッジ / ワイスワイス / インターオフィス / 安土建築工房 / オクタ

リゾート(1): 星のや 軽井沢 1

代替医療(3): えゆるサロン / 笑顔と呼吸法 / ファルマカ(米国)

エネルギー(3): 自然エネルギー・コム / 松村製作所 / 油藤商事

持続可能性(1): 持続可能性に関する科学技術調査

WEB サイト(1): Make LOHAS(東京ガス)

NGO・NPO(5): COOP AMERICA(米国) / ジャパン・フォー・サステナビリティ /

パブリックリソースセンター(CSR・SRI) / グリーンバード / NaYOGA

まちづくり(5): 地球の芽 / レインボーリング(地域通貨) / 北の屋台 / 足利フラワーパーク / 南部川村森林組合

## 事例企業の顧客の声 - 太線部分は LOHAS 層に特徴的な関心・行動です! -

「うちのスクールに来る人たちは、商品のヘビーユーザーでもあるんですが、いずれも学習したいというニーズが強いですね。スクールに通って知識や技術を身につけ、生活でそれを実践しながら、さらにどんどん深めていく。手作り化粧品やポプリ作りなど、単にモノではなく、コトを提案しますが、そうしたものが生活にちょっと彩りを加えると思っていらっしゃるようですね。そして産地まで訪ねたいというように興味・関心が深化していきんです。女性で年齢は 20 代から 50 代と幅広いですが。」(証言：生活の木)

「9歳の息子さんと、1歳のヨーキーをお持ちのY様は、『小型犬は体高が低く、それだけ床に近くて床材の化学物質の影響を受けやすいのです。色々な業者さんを回りましたが、エコリフォームに共感して、無添加リフォームに決めました。』と息子さんとワンちゃんに配慮して当社のリフォームを採用くださいました。」(証言：オクタ)

「ごみのポイ捨てをやめようキャンペーンに参加しているのは20代が多いんですが、イベントを手伝ってくれるボランティアの人は『活動に参加していると気持ち良いし、人の役にたっているという気がするんです』と言っています。同じ価値観を持った人がゆるやかにつながっていくというコミュニティ性がそこにはありますね。各地に拠点が自然発生的に増えていくのもそんなところに理由があるんだと思います。」(証言：green bird)

## 十人十色の LOHAS

各界でご活躍の 95 人のオピニオンリーダーからメッセージをいただきました。  
あなたにとって LOHAS とは？ ごく一部の方からのメッセージですがご紹介いたします。

「健康でハッピーで、しかも持続可能な暮らしかたは、日本人ならだれでも自然にそれを実行してきたことだ。ここ 30 年ほどで捨てたものをベンチャービジネスが新産業として育てなおしている。その一言えば、愛知万博も LOHAS だったなあ！」 作家 荒俣宏さん

「資源の浪費や環境負荷を減らす努力や、食生活の文化を通しての人間教育といった問題点を解決するすべを身につけることは、人間らしく生きることになると思います。LOHAS そして食育を推進したいものです。」 服部栄養専門学校理事長・校長 服部幸應さん

「「私の世界」と「世界の私」を成立させていること。「自由」と「社会」を成立させていること。「賢さ」と「クレイジー」を成立させていること。「美しさ」と「テクノロジー」を成立させていること。「過去」と「未来」を成立させていること。すわなち、常識に対してハイブリッドで眺めるということ。」  
ロボットデザイナー 松井龍哉さん

「物質的に豊かな、享樂的、酔生夢死的、よどみに浮かぶ泡のごとき人生を送ることを断固としてしりぞけ、自主的に簡素で、エレガントで、花鳥風月、飛花落葉を愛で、エコハイテクにサポートされた生活を選び、世のため人のために働くことを無上の喜びと考える生き方が LOHAS ではないか。」 東京大学生産技術研究所教授 山本良一さん

「LOHAS とは、多面体のようなもの。小さくいえば、生活のなかでのちょっとしたこだわりを持つということ。大きくいえば、新しい生活価値の大陸のようなもの。LOHAS は、新しいビジネススタイルであると同時に、新しい市民運動でもあります。つきつめて考えれば、LOHAS は希望なのかもしれません。サステナブルな将来と豊かなライフスタイルが実際に融合できるという希望。」  
株式会社イースクエア代表取締役社長 ピーター・D・ピーダーセン

## 目次

### 第 1 章 LOHAS ってなんだろう？

- 日本に浸透した背景
- LOHAS 誕生の経緯とカルチュラル・クリエイティブ
- LOHAS マーケットを探る
- アメリカ人の 23% が LOHAS 層
- LOHAS な日本人の意識と消費傾向
- LOHAS 層に人気の自己開発・代替医療市場とは？
- LOHAS 層へのマーケティングポイント

### 第 2 章 会社や社会を LOHAS に変える 30 の方法

### 第 3 章 LOHAS 層に愛される発想のヒント 企業・団体・自治体の 40 事例

### 第 4 章 オピニオンリーダー 95 人に聞きました あなたにとって LOHAS とは？

## LOHAS な本の工夫 - 太陽の光で編集しました

素材については非木材紙と再生紙を使用し、印刷や運搬の工程で排出する CO2 は植林という方法でオフセット(相殺)することにしました。また、印刷は、太陽光発電で発電された電力を使用しました。

### 三人の執筆者

大和田 順子 : 消費生活アドバイザー/環境カウンセラー

学習院大学哲学科卒。東急総合研究所、ボディショップ、イースクエアなど企業でマーケティング、コミュニケーション業務に 20 数年間携わる。2002 年 8 月に日本で初めて LOHAS に関する記事を「日経新聞」等に寄稿。講演会、セミナー、執筆等を通じて、LOHAS の普及活動に情熱を注いでいる。

WEB サイト【LOHAS のすすめ】 <http://www.owadajunko.com/>

藤崎 健吉 : 藤崎事務所代表

東京農業大学農学部林学科(現森林科学学科)卒業。大学卒業 1 年後に廣済堂出版より『科学なるほど読本』を出版。以後、プランナーとして、「食と農」、「環境と健康」、「市民参加型まちづくり」をテーマとしたコンセプトを立案。環境や健康に関わる博覧会、博物館、文化施設の展示などを多数企画。

<http://www.fujifuji.org/>

國田 かおる : 松下政経塾 25 期生

慶應義塾大学法学部法律学科卒業後、エネルギー会社、京都大学大学院地球環境学舎を経て、現在松下政経塾に在塾中。得意の英語力とネットワークで国内外の LOHAS 最新情報を日々リサーチするとともに、自ら実践している。

### NPO ローハスクラブ

WEB サイトを通じて国内外の LOHAS に関する情報を収集・提供するとともに、連続講座「LOHAS アカデミー」を開講している。<http://www.lohasclub.org/>