

「ロハスビジネス」書評

2008/2/22 日経 MJ

身につく読書

ロハスビジネス

大和田順子、水津陽子・著

トレンドの広がり実感

ロハス (LOHAS) 「第3章 これがロハスビジネスだ」。ロハス的な発想で成功した具体例が次々に登場し、読者を圧倒する。充電式電池。百貨店の食品宅配。貸し菜園。エコファン。住宅のエコリフォーム。農業リゾート。すべて舞台は日本だ。分野もまちまちなら、企業規模も大企業からベンチャーまでさまざま。ロハスというトレンドの広がりを実感できる。

「健康と持続可能な社会を志向するライフスタイル」を意味する英語の頭文字をつなげた造語だ。「2005年ごろの流行語ですね。最近は見ませんが…」。「そう思った人にこそ本書を読んでほしい」と著者は力説する。

ロハスが生まれた経緯や調査の紹介なども参考になるが、圧巻は続く第4章は地方再生への応用

だ。昔ながらの生活や景観、自然が多く残る地方は、ロハス消費者には魅力の宝庫。うまく生かせば人が集まり、まちは活性化する。本章でも税金を用いた公共事業としての活性化策ではなく、地方立地を前面に打ち出した服飾ブランドなど、ビジネスとしての成功例が取り上げられている。

著者も指摘しているが、ただ環境にいい、健康にいい、では成功しない。ロハスビジネスにはデザインや独自性などが不可欠。現実的な注意点も指摘しており、役立つ。(朝日新書、756円)

2008/3/1 フジサンケイビジネスアイ

日経グローバル 創造的地域経営のための専門情報誌
2008.3.3 No.95 Book Review にて

無農薬、エコ…成功例紹介

ロハスビジネス
大和田順子
水津陽子

ロハスビジネス

地球温暖化を心配して省エネに取り組んだり、安全・健康を考へて無農薬野菜を好んで食べたりする人が増えているという。おしゃれたが、自然にこだわりの地球環境への配慮も忘れない。米国生まれのライフスタイル「ロハス」を支持する消費者たちだ。「商品を買うなら環境対応や社会貢献に熱心な企業のものを買う」「自然、文化、歴史…。都会で味わえない、本物を満喫したい」という人たちが急増しているのだから、企業も一斉にロハス層を意識したビジネスに乗り出した。こうした動きをキャッチし「今年のはロハスビジネス元年」と位置づけるマーケティング・地域再生の専門家がロハスを取り巻くビジネス事情のすべてを平易に解説したのが本書だ。

使い捨てない電池、土に返る素材しか使わない衣類・バッグなどロハスビジネス先進企業の事例を紹介するとともに、初めて4つのタイプに分けて分析。地方再生にも有効という。さらに、実践編ではロハスビジネスに取り組みたいと考えている起業家に基本的な考え方を指南している。

大和田順子、水津陽子著

●朝日新聞社・756円



ロハスビジネス

大和田順子、水津陽子著
(朝日新書、本体720円+税)

小誌連載中の「サステナブル都市への胎動」は、持続可能な地域のあり方を様々な角度から考えている。本書のタイトルにある「ロハス」(LOHAS)は、「健康で持続可能(サステナブル)な生活様式」の略語。1990年代後半に米コロラド州ボルダーで生まれた新しい生活哲学が、時代の流れに乗って瞬間に世界に広がった。

本書は、地域おこしにロハスの視点を付け加えようと提案する。「地産地消」「地域資源の活

用」「グリーンツーリズム」「地域ブランド」など、最近注目を集めている地域活性化のキーワードにはロハスなものが多い。長野県小布施町、東京都八王子市、岩手県葛巻町など7つの町を取り上げて、持続可能なまちづくりの秘密に迫った。

石見銀山の世界遺産登録で活気づいた島根県大田市では、衣料雑貨ブランド店の「群言堂」が入店制限を始めた。田舎暮らしの雰囲気来店者に味わってもらうためだ。商う側には、細く長く顧客を大切にするとという節制が求められる。(若)

