

LOHAS とは

LOHAS とは、Lifestyles of Health and Sustainability (健康で持続可能なライフスタイル)の頭文字で、健康や環境、社会正義、自己実現やサステナブルな暮らしを重視する消費者にとって魅力的なモノやサービスを扱う 2268 億ドル規模の市場をあらわす言葉です。こうした消費者は、Cultural Creatives(生活創造者)や LOHAS コンシューマーとも呼ばれ、米国ではかなりの人数 成人人口の約 3 割、6,300 万人 にのぼります(左側のナビゲーションバーの Research の項目をクリックして *Understanding the LOHAS Market: Identifying the LOHAS Consumer and Business and Branding Opportunities* レポートをご参照ください)。

しかし、環境問題への関心や、健康、人権擁護の問題だけで LOHAS コンシューマーを語りつくせるわけではありません。LOHAS コンシューマーの世界観は、広く、世界の経済・文化・環境・政治システムは相互に関わっているということだけでなく、心とからだ、精神が一体となってヒトの潜在能力が最大限に発揮されるといった信念にもとづいています。自己実現が LOHAS コンシューマーの最大の関心事なのです。かつてニューエイジとして社会の周辺部に押しやられていたスピリチュアリティが、社会の中心へと移ってきたのです。

LOHAS 市場は、もともと *Natural Business LOHAS Journal* 誌の出版社 Natural Business Communications が 2000 年によって行われた調査で確認されました。市場は、5 つの部門で構成されており、健康の増進、生態系の保護、ヒトの潜在能力の持続可能開発、天然資源利用の減少、ヒトと自然界の調和的共存を目的とした製品やサービスが社会的に公正な形で創造され、実現されています。

「産業の時代」を活気づけたのが機械であれば、真のポスト産業時代に息吹を吹き込むのは生物系のイメージであろう、とピーター・センゲ氏他は *Sloan Management Review* 誌の中で述べています。

LOHAS の 5 つの部門は以下のとおりです。

- **持続可能な経済**

- **環境にやさしい建材・工業製品**

- **再生可能エネルギー**

- **資源高効率の製品**

- **社会的責任投資**

- **代替輸送手段の活用**

- **環境マネジメント**

- 健康的な暮らし

- ::天然、有機、滋養製品
- ::食品と飲料
- ::栄養補助食品
- ::天然パーソナルケア製品

- 代替医療

- ::健康増進法
- ::鍼、ホメオパシー、自然療法、他
- ::ホリスティック医学による疾病予防法
- ::補完医療

- 自己実現

- ::心身と精神のための製品 CD、本、テープ、セミナー
- ::ヨガ、フィットネス、ウェイトロス
- ::感性を高める製品やサービス

- エコ・ライフスタイル

- ::家庭・オフィス用エコ製品
- ::有機・再生繊維製品
- ::環境にやさしい電気製品
- ::エコツーリズムとエコトラベル

LOHAS 市場を理解することにより、企業はさまざまな商品分野におよぶ消費者価値 地球市民として、また地域住民としてのホリスティックなライフスタイルの基盤となる共通の価値観—の相関性を把握できるようになります。ビジネスチャンスは、LOHAS コンシューマーによりよいサービスを提供するような新しい流通網の開発からよりクリーンな製品や技術の発明まで、計り知れません。環境志向の新型ホテルがエコツーリスト業界と提携を組んだように、志を同じくする産業を見出し、共に、新しいパートナーシップを展開するチャンスもあります。このような提携関係の構築が、やがて新しい流通システムや販路、そしてよりクリーンな製造技術を産み出していくと私たちは信じています。

訳： PANS.LTD / Office 03

November 11,2004