吉田有理　福島民報　連載コラム

圏外のアンテナ

［くるくるドライヤー］の巻

「Ｈａｎａｋｏ世代」というマーケティング用語をご存知だろうか。１９５９年～６４年生まれで、現在５１～５６才の人たちを指す。彼らが２０代だった１９８８年に創刊した、雑誌の名前から付けられた。

女性はワンレン・ボディコン、男性はデザイナーズブランドのスーツで街を闊歩し、「バブルの申し子」と言われた。芸能人なら、松田聖子、黒木瞳、中井貴一、佐藤浩市らがこの世代。

そんな「Ｈａｎａｋｏ世代」という言葉が、最近、仕事の打合せにちょいちょい登場する。各企業が、消費好きで欲張りな彼らに、再び注目しているのである。

実はわたしも「Ｈａｎａｋｏ」の端くれ。しかし、世代なんて何よ？と、つねづね思っているので、しらを切っていた。だが先日、若いマーケッターに「有理さん、くるくるドライヤー使ってます？」と聞かれて、不覚にもうなずいてしまった。すると「は～ん『Ｈａｎａｋｏ世代』なんですね！」と見抜かれてしまったのだ。どうやら、若い世代では、くるくるドライヤーではなく、ヘアアイロンを使う人の方が主流らしい。

そんなわたしが、最近、愛するくるくるドライヤーの、新たな使い方を発見した。

起き抜けに、首の後ろの、背骨が少し飛び出た、大椎（だいつい）というツボに温風を当てながら、ブラシでシュッシュッと刺激を与える。と、寝ている間に冷え切っていた体が、ぽかぽか温まってくるのだ。

綾小路きみまろ風にいえば、「昔、ぶりっ子。今、冷え症」であろうか？

まさか、２０代の頃、聖子カットの前髪を作るために愛用した美容器具を、健康器具として使う日が来るなんて…。

これって、イケイケだった「Ｈａｎａｋｏ世代」が、やっと落ち着いたという事で、よろしいだろうか。

=２０１６年２月２日掲載=

くるくるドライヤーは「Ｈａｎａｋｏ世代」の必需品