

=イベント・催し=

～ネクタイの未来を探りセミナー開催～

日本メンズファッション協会(略称=MFU 八木原保・理事長)と東京ネクタイ協同組合(和田匡生理事長)は23日渋谷区内で、「若きクリエイターが生み出すネックウェアの未来」をテーマにした合同セミナー「V-Zone Brainstorming」を開催し、コーディネーターと若い2人のパネラーが語り合う形でネクタイ、ネックウェアの印象や20代に向けた有効なアプローチ

方法などについて探るMFUの第9回分科会を実施した。

この日のセミナーでコ

ーディネーター役を果たしたのは、㈱ライフブランディング代表取締役の吉田泰則氏。パネラーはMFUのベストデビュタント賞などを受賞した博報堂の池澤樹氏と、モデルとして活躍する一方、ラフォーレ原宿内にコンセプトショップをオープンした瀬戸あゆみさん(2013年に第2回渋谷ストリートベストドレッサー賞受賞)の2人の若いクリエイターが務めた。

池澤氏はコーディネーターの質問に答える形で、ネクタイの印象について、「3ヵ月に1回程度しか付けないが、普段とのギャップがかえって新鮮で、仕事意識も変わる」との認識を表

明。また購入のポイントや場所については、「その他アイテムと合わせやすいものを選んでおり、売る場合にも合わせやすくするための一工夫が欲しい。百貨店には商品が溢れすぎており、迷ってしまうので、ブランドショップ(路面店)で、その時の気分に合わせて購入している」ことを明らかにした。このほか同氏は「ネクタイの見せ方にも工夫が必要。見せることを考えてデ

ザインし、提案していったらいいと思う」との考え方も述べた。

また瀬戸さんは、ネクタイへの第一印象について、「どうしても堅苦しいイメージがあるため、もっとオ

シャレするという意味で取り入れていけば相手の印象も変えることができると思う。私の周りには職種がカジュアルなスタイルをする人が多いが、それだけに普段とのギャップがあり、スーツ&ネクタイのスタイルを好む友人もいる。私自身も好きだ。POP柄やシャツ、小物とネックウェアを合わせ楽しむのもいいと思う」との見解を表明。若い層に向けた有効なアプローチ方法については、「人気のあるモデルを使ってツイッター、ユーチューブ、SNSや動画などを使って発信していったらいい」と強調していた。



瀬戸あゆみさん



池澤樹氏