



華やかな柄や光沢で胸元のアクセントをより意識したタイプ(左)や、ジャケットに合わせやすいようにウールでふんわりした表面加工のもの(中央と右)などが注目されているという
＝大阪市北区の阪急メンズ大阪



冷え込みが厳しくなってきたこの日もノーネクタイのビジネスマンが食事待ちをしていた＝11月27日、大阪市北区のドージマ地下センター、高橋一徳撮影

ネクタイ 締めてますか？

クールビズ 始まって10年

冬の訪れを感じさせる冷え込みになっても、街ではノーネクタイのビジネスマンの姿がちらほらと目につきます。クールビズが始まって10年が経ちました。男性のファッションと心理に、どんな変化が起きているのでしょうか。

昼休みに大阪市内の公園にいた会社員の男性(61)は、濃いグレーのジャケットにシャツでノーネクタイ。2005年に始まったクールビズ導入に加えて、外部の人とあまり顔を合わせない内勤職場に移ったことで、この数年は夏場以外にもネクタイを締めなくなりました。

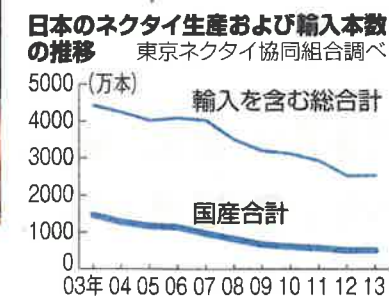
当初は抵抗があったが、慣れるのは早かった。むしろス

快適さ探る意識 じわじわ浸透

況に感じ、快適な仕事の服装を探る考えはじわじわ広がっている。

40年以上上ゼネコンで働いてきた男性(67)も、オフィススタイルの機変わりを感じる。11月に入ってもしばらくは、若い社員はノーネクタイで出勤して衣装ロッカーで締め、「お疲れさま」と外して帰る。「ネクタイはサラリーマンのエチケットだったが、しないことに自然となじんできている」と感慨深げだ。

政府が夏の軽装を提唱するクールビズ。東日本大震災が起きた11年、節電効果をねらって、10月までの6カ月に延長された。このことも、ネクタイ離れに拍車をかけたようだ。



市場は縮小でも 下げ止まり感 こだわって楽しむ人も

東京都内のメーカーや卸業者でつくる東京ネクタイ協同組合の調べでは、国内生産と輸入を合わせて04年に4200万本あった市場が、クールビズに加えて団塊世代の退職が重なり、12、13年は2500万本台と6割ほどに縮小した。しかし、ここ2年は横ばいとなり、下げ止まりつつあるという。

大手百貨店のバイヤーによると、「周りの人との違いを出すためにディテール(細部)にもこだわる傾向がある」という。産地や製造過程に関心を持つ人や、スーツと合うよう素材感を意識する人がこれまで以上に増えているとみる。

大阪市の貿易会社で営業をしている上坪寛之さん(23)もそんな一人。街で見かけたこの日は、紺のスーツに淡い黄色のネクタイ姿。

仕事の重要度での使い分けだけでなく、夏のネクタイには涼しげな素材で水色を、紅葉の秋には暖かみのある黄色や赤を選び、「季節感を楽しんでいる」。取引先にも好感を持ってもらっていると感じている。

ネクタイ大手、アラ商事の池水評一・取締役大阪店長は「業界には難しい状況だが、本来の装いのアイテムとして見られるようになってきている」と前向きにとらえる。エディター兼スタイリストの大草直子さんは「ネクタイを代用できるものはなく、ノ

ータイはまちがいないくカジュアルでラフに見えるという事実は知っておいた方がいい」と助言する。ビジネスマンはスーツが基本となるためコーディネートの範囲は限られるが、「制約も逆に楽しんでしまえばいい。(ノータイで)スーツにシャツのみ、冬は薄手のタートルもありですが、そのほうがコーディネートはうんと難しい」と話す。

(田中章博)

ビズは4カ月。残るは4月と11月。担当の女性職員は「それなら通年で職員の判断で適宜ふさわしい服装を選ぶことにした」。結果的に業務の効率化にもつながっているとみている。佐賀県は12年11月に導入している。「効率化や自由な発想を引き出す観点から」という。