

イベント・催し

～Vゾーンの可能性を語り合う 合同セミナーを開催～

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17日、渋谷区の東京デザイン専門学校内で合同セミナー“V-zone Brainstorming”を開き、ネクタイの起源と欧米・日本での歴史に合わせ、ネクタイの楽しみ方についてのディスカッションを行った。テーマは、「ネクタイは楽しんだもん勝ち～Vゾーンの可能性～」。

このうちディスカッションは、吉田 泰 則(株)ライ

フブランディング社長)をコーディネーターに、外資系生命保険会社・営業職の坂井隆浩氏、プロレス TIME 編集長の柴田惣一氏(元Web 東スポ編集長)、(有)トマホーク・チョップ ディレクターの永井竜一氏、サンコーエーシーピー(株)コミュニケーションネクタイデザイナーの藤原 愛氏が、それぞれ発言する形で進められた。この中で坂井氏はネクタイを愛用している理由について、「人と対面した時、マイナスのイメージを与えないようネクタイをしている。カラーシュミレーションを3回受け、同じ結果が出たので、そのベーシックカラーを選ぶようになった」ことを明らかにした。また坂井氏にとってネクタイは、「仕事で戦いの場にでる時の戦闘服」になっているとの認識を述べた。

柴田氏は、1000本のネクタイを持つ男と呼ばれている自称ネクタイ評論

家。ディスカッションの中で同氏は、「TVで解説する時に必ずネクタイをアピールするようにしている。変わったネクタイをしていると、取材で立ち入り禁止の所などにも入りやすい。食事の時などいつもネクタイをしており、逆に付けていないとがっかりされてしまう。ネクタイが僕を支えてくれており、ネクタイに救われている。ネクタイは名刺代わりとなっている」

などと語っていた。

永井氏は、ノーネクタイスタイル「アンタイド」の名付け親と言わ

れている人物。同氏はコーディネーターの質問に答える形で、「実は年に3回くらいしかネクタイを締めていなかったが、今日、認識を新たにしたい。多くの人のコミュニケーションツールになるなら、メイド・イン・ジャパンのネクタイに、もっとトライしていけばいいと思った」などと語っていた。

このほか藤原氏は、「コミュニケーションのツールとしてネクタイは効果的」との見解を表明。米国での事例なども示しつつ、「異業種交流会などに参加した時も、ネクタイがきっかけとなり会話が弾めば、その後の展開もかわってくる」との見解を表明。「イベント、オケージョンに合わせてネクタイを創っている。ネクタイをしない人が増えるほど、ちょっと変わったネクタイが求められるので、クールビズの影響は受けていない」などと語っていた。



左から坂井隆浩氏 柴田惣一氏 永井竜一氏 藤原 愛氏