

Vゾーンの可能性

ネクタイセミナーから

〈パネリスト〉

外資系生命保険会社
営業職

坂井 隆浩 氏

「プロレスTIE」
編集長

自称ネクタイ評論家

柴田 惣一 氏

トマホーク・チョップ
ディレクター

永井 竜一 氏

サンコーエーシーピー

コミュニケーション

ネクタイデザイナー

藤原 愛 氏

「コーデイナー」

ライフブランディング

吉田 泰則 氏

柴田氏(以下、敬称略)

最初のころは普通のワシントンタチネクタイを着用していましたが。その後「ワールドプロレスリング」というプロレス中継番組の解説を担当するようになってから、ある日、アントニオ猪木さんに「柴田くんいつも一緒だね」と言われたことをきっかけに、ネクタイに気を使

うようになりまし。現在では説明不要なネクタイを1000本ほど持っている。例えば、ウルトラマンやデイズ二といったキャラクター物から季節感やメッセージ性の強いものまで多岐にわたります。

日本メンズファッション協会と東京ネクタイ協同組合の共同セミナーが3月17日に開催された。5回目となる今回は「ネクタイは楽しんでもん勝ち」をテーマに議論した。

◇

「吉田氏(以下略)

柴田さんは以前、元東京スポーツ新聞社の記者だったそうですが、ネクタイについて気を使っていたか。

——藤原さんは「コミュニケーションネ

ネクタイ」というものを手掛けていたそうですが、どういった話題になりましたか。

——藤原さんも本日はネクタイを着用されていますが、女性

会話のツールとしての活用も



今回で5回目となる同セミナーも年々反響が高まっている

ることから相も使えろと思いましたが。手の目を見たときに視界に入ってきたと元気にしたいという気持ちで開発の動機とも言えます。

以前、米國を訪れたとき、医者や弁護士といった比較堅い職業の人が意外と派手なネクタイをしていました。自分の子供や愛犬の写真をプリントしたものです。話題になりやすいネクタイをあえて着用すること「隙」を作り、相手との会話が弾むよう考えている意図があります。

ネクタイと言えは「一般的にマルウェアの装飾品という考え方が強いと思いが、実はコミュニケーションツールとしても効果的。胸元に位置する

ネクタイと言えは「一般的にマルウェアの装飾品という考え方が強いと思いが、実はコミュニケーションツールとしても効果的。胸元に位置する

ネクタイと言えは「一般的にマルウェアの装飾品という考え方が強いと思いが、実はコミュニケーションツールとしても効果的。胸元に位置する

ネクタイと言えは「一般的にマルウェアの装飾品という考え方が強いと思いが、実はコミュニケーションツールとしても効果的。胸元に位置する

ネクタイと言えは「一般的にマルウェアの装飾品という考え方が強いと思いが、実はコミュニケーションツールとしても効果的。胸元に位置する

Vゾーンの可能性

ネクタイセミナーから

——近年、盛り上がりが目立つハロウィン。東京都心でもよく仮装している若者を見掛け、ニュースなどでも大きく取り上げられています。藤原さんの会社にも多くの依頼があると聞かれます。

藤原 当社は「おもきるのが楽しい」と言っているネクタイ」といって2600種類以上のネクタイをネット販売しています。例えばハロウィン柄では1300種類以上取りそろえています。これらが10月に入るとかなり売れます。5年前から比べると売り上げは約

12倍に増えました。テレビの取材などで仮装している人たちのインタビューを聞いていると、「仮装すること、いつもと違う気持ちになり、初めての人と交流で

ファッションとしてネクタイを見る

ますか。

永井(以下、敬称略)

永井(以下、敬称略)

坂井(以下、敬称略) 私自身もネクタイのMDをやっていた経験があるが不特定多数の人が多く、ネクタイは様々な形や色があると感じます。

80代の人まで、1日のうちに様々な人と接する機会があります。そのときにマイナスイメージを持たれないようなネクタイをしています。とくに素材、柄、色でもぎん新なものが多い。また、数の分だけ伝えることができるコミュニケーションツール

——坂井さんはネクタイを買うときに何を基準にされますか。

坂井 柄で言うと右上がり(レジメンタルスト

ライプ)と右下がり(アメリカンストライプ)がありますが、私は右上がりの物を選びます。右肩上がりのイメージと重なり、縁起が良いかなど。スーツやシャツと合わせる際も、基本は紺ス

ネクタイはコミュニケーションツールに



ネクタイはコミュニケーションツールに

ライブ)と右下がり(アメリカンストライプ)があり

