

「ネクタイは楽しんだもん勝ち」 Vゾーンの可能性がテーマ

日本メンズファッション協会（理事長 八木原保氏）では、第10回分科会を東京ネクタイ協同組合（理事長 和田 匡生氏）との共同企画で、3月17日、東京原宿の東京デザイン専門学校で行った。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」。

今年で5回目となる両団体のコラボ企画だが、好評で、今回も120名近い申し込みでネクタイ組合員以外も多いという。今回は2部構成で、△第一部・ネクタイの起源と歴史

講師は鈴木 民夫氏

（東京ネクタイ協同組合事務局）

△第二部・パネルディスカッション テーマは「ネクタイは楽しんだもん勝ち」、講師は以下の

ネクタイはツール コミュニケーションの

吉田「今までは打ち合

わせて台本を作ったが、今回は無し、アドリブで進める。まず永井さん、アンタイドの生みの親ですが…」

永井「2000年にダーバンのカジュアルとして誕生。クルビズとは無関係でネクタイ業者を苦しめるつりなど全く無く、当時の『スーツにネクタイしてればOK!』というのとは違うだろう」というのが始まり。

ダーバンはスーツのイ

メージが強く、ネクタイも扱っていたので、当初は社内でも反発があったしかし今は、アンタイドは個人の持つスキルの証になるものになりつつ

4氏。

坂井 隆浩：外資系生命保険会社 営業職、10年365日ネクタイを愛用している男

柴田 惣一：「プロレスTIME」編集長、元WEB東スポ編集長、自称ネクタイ評論家

永井 竜一：(株)トマホーク・チョップ デイレクター、元ダーバンMD、ノータイスタイル「アンタイド」の名付け親

藤原 愛：サンコーシーピー株式会社 コミュニケーションネクタイ・デザイナー

コーディネイターは、吉田 泰則氏（ライフプランディング代表取締役、元伊勢丹メンズ・バイヤー）。以下、二部のパネルディスカッションをリポートする。（第一部は、ネクタイ特集号に掲載予定。）

載予定。）

てくれた。」

柴田「藤原さんのところで作ってもらったつもりもしている。」

吉田「コミュニケーションネクタイって？」

藤原「普通のネクタイってビジネスやフォーマルだが、コミュニケーションネクタイは目に飛び込んでくる。」

アンタイド15年が経過

ネクタイは制服ではない

藤原「例えば異業種交流会で、一人も新しい知り合いが出来ないとつまらないが、ネクタイをきつかけに会話の糸口になればと思う。」

吉田「ハロウィンのネクタイも売れたとか…」

藤原「持ち込みのオーダー以外にも2600種以上のネクタイを用意。昨年のハロウィンは1

ている。」

吉田「確かにネクタイはコミュニケーションつてある。坂井さんは、目立つ柴田さんとは違うが、コミュニケーションつて考えている？」

坂井「1日に会う人が千差万別、男女はもちろん、若い人や年配者まで色々。だから誰からも嫌がられないように、365日ネクタイをする。」

吉田「ネクタイは主張をしないベーシックっていう事？」

坂井「二応、色判断は受けた。1回では信用できず3回受けたが、全て同じ結果なので、信じるように…」

藤原「お客に保険会社の人がいて、会社のロゴ柄がウケたと聞いた。」

柴田「プロレスの会場でもそうだが、ワールドカップとかでも、ネクタイをしていると、どこに

ネクタイ選びは

やはりカラーとパターン

吉田「私と永井さん、藤原さんの3人は業界側の人間だが、坂井さんと柴田さんは別、ネクタイを買う時になんで選ぶの？」

坂井「色柄、例えばストライプなら右肩上がりの方が好き。」

でも入りやすい。こういうネクタイでもキチンとして見られる。」

吉田「永井さんもかつてサラーリマン。ネクタイは？」

永井「昔はとも角、今はネクタイは年に2〜3回しか結ばない。」

しかしアンタイドも15年が経ち、ネクタイも制服ではなくなりつつある

見ていてもウールやローシルクなど、素材も広がったし、今の話を聞いて、もう一度ネクタイを楽しむのいいかなと思った。

先程、日本のネクタイの生産本数が1800万本から1000万本に落ちたと聞いたが、逆に、まだ1000万人が買っている。

スーツ出身の私からすると、まだやり方はあると思う。単価が1000円上がれば100億円増える訳で…」

柴田「サッカースタジアムのように、ネクタイも柄が変化するとか…」

自動運転の車が言われる中で、21世紀のネクタイを…」

ヤツは白とスタンダードだがコーディネイトは気にする？」

後、ネクタイは何本くらい持つてる？」

坂井「コーディネイトというか、会う・合わないは気にする。それとネクタイは20〜30本くらい