

# MFU×東京ネクタイ協同組合 共同企画

## ネクタイセミナー

### CB開始12年、メンズスタイルにおけるネクタイの役割とは

日本メンズファッション協会(MFU)と東京ネクタイ協同組合の合同セミナーが3月14日、東京都内で開催された。今回のテーマは「COOLで打撃、WARMで復権、HOT

に発展」。コミュニケーションツールとしてのネクタイの役割やネクタイの価値発信に向けた取り組み、販売員の重要性などの話題について、4人のパネリストが議論した。

#### パネリスト

日本手づくりネクタイ普及協会会長

石川 敏子 氏

国立研究開発法人産業技術総合研究所監査室総括主幹・総括グループ長

真中 民雄 氏

朝日新聞出版  
アエラストイルマガジン編集長

山本 晃弘 氏

東京ネクタイ協同組合  
理事長

和田 匡生 氏

〈コーディネーター〉  
ライフブランディング社長

吉田 泰則 氏

吉田氏(以下敬称略)

真中さん、職場含めファッションに気を使われている人が多いですか。

真中氏(同) 個性を出すことが少ない仕事柄もあって、ネクタイが話題のきっかけ作りになれどと思ひ、気を使っています。スーツやシャツはある程度スタイルが決まっているため、雑貨小物での変化付けを心掛けており、ネクタイも小物の一つとして楽しんでいきます。

ファッションの情報源としては、私は本屋に立ち寄ると女性誌を読んだり、ヒントを得ています。店頭で実際に着用することも大事だと感じます。その際、自分の判断だけでなく「満足に陥りがちなので、販売員のコメントを聞くことが重要です。」

石川さん  
石川氏 会員は女性が9割を占めます。活動としては、百貨店での販売や父の日には販売しながら手作りの体験をしてもらう取り組みも行っています。値段は個人の価値観でつけますので、既製の布で作った場合は4000~5000円、染めたものは7000円、2万~3万円のネクタイもあります。全て手作りですから縫うだけでも3~4時間はかかるなど時間を要する作業が多いです。

吉田 山本さん、面白いアンケートがあると聞いたのですが。



山本氏(同) 3月24日に発行した「アエラストイルマガジン」で、春のアンケートを取りました。特段ファッションに興味ある人だけでなく、広く20代~50代のビジネスマンを対象としました。結果はスーツを一週間以上着ている人が78%、4日と感じられますか。

山本氏(同) 3月24日に発行した「アエラストイルマガジン」で、春のアンケートを取りました。特段ファッションに興味ある人だけでなく、広く20代~50代のビジネスマンを対象としました。結果はスーツを一週間以上着ている人が78%、4日と感じられますか。

### ビジネスマンの多数がスーツ姿

以上だと85%、3日以上だと90%でした。つまり、スーツが売れないというのは間違いで、皆さんが着用していることが分かります。

和田の二つに、あるビジネスマンから聞くと、会社の社則でジャケットが禁止と答えました。これは現在のサラリーマンの事情を踏まえた提案が必要になってくると思います。

「着こなしへの気配りはビジネスにプラスだと思いませんか」という問いには、90.3%の人が「はい」と答えています。今のビジネスマンはスーツをきちんと着ることがネクタイを付けて自分が凜々しく見え、でも店頭立つ販売員の役割は大きいですね。山本 販売員はどう割り切るといって、顧客が手に取ったものを薦めてしまいがちですが、顧客が本心に合っているものを薦めていくことが大事です。

吉田 山本さん、面白いアンケートがあると聞いたのですが。ネクタイを付けて自分が凜々しく見え、でも店頭立つ販売員の役割は大きいですね。山本 販売員はどう割り切るといって、顧客が手に取ったものを薦めてしまいがちですが、顧客が本心に合っているものを薦めていくことが大事です。