

《毎週火曜日に掲載》



20年春夏コレクションの発表はニューヨークに始まり、ロンドン、ミラノ、パリ、そして東京と世界をめぐり、終わりを迎えた。多くのデザイナーやメゾンが次の春夏に向けてのトレンドや新たなスタイルを提案していく中、このところ様々なメッセージを込

サステイナブルとファッショ

めて、スローガ的にそのメッセージを投げかけてファッションショーを行うメゾンが増えてきているように感じるのは私だけだろうか？

デイオールは今回、木々で覆われた森のような会場で、ラフィアなどの自然な素材を使い、また草花のモチーフを取り込んだプリントや刺繍、アースカラーでまとめたコレクションを通じて自然への敬意、環境への配慮を表明する

かのようなショーを発表した。良質の素材にナチュラルのクラブトワークを加え、トレンドに左右されないクラシカルなラインの洋服たちは、Buy Now Wear Forever (今買い、永遠に着る) というエンカナルなメッセージを運んでいた。

一方、若手ブランドでも最近サステイナブル(持続可能)をテーマに服作りに取り組んでいるところが増えてきている。デッドストックや廃棄処分となるはずだった素材をアップサイクルして、新たな命を吹き込んだコレクション。

「創造」というクリエイティブな活動は、これまでの新しくモノを創る方向から、モノを蘇らせることへと移りつつあるのかもしれない。創造力と伝統的技術、それによって生まれる質の高い素材や商品。そのライフサイクルを長く、そして再生することにデザイナーたちの意識は向かっているようだ。

(柴田良子 II ファッションコンディネーター)

くらしのまわり

アジア初の開催だったラグビー・ワールドカップ日本大会。期間中、各国代表チームは日本各地で地域の人々と交流した。スポーツによる親善は日本と世界、そしてラグビーを身近なものとした。だがその裏で、や水を差す出来事があった。イレスミである。

太平洋諸国では一般的ラグビーの国際統括団体ワールドラグビーは、ワールドカップに関する情報サイトで日本について紹介していた。そのなかではイレスミの項目もあり、ヤクザを連想させるので隠したほうがいいと解説していた。

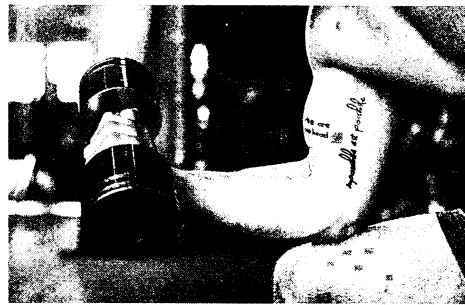
ラグビーが盛んなサモアやニュージーランドでは、太平洋諸島の文化を背景に、イレスミは一般的であり、一定の年齢になると若い男子がイレスミを入れることは、珍しい。

ところで、15年の観光庁による調査では、全国の過半数の旅館やホテルが、イレスミのある人に対して入浴お断りとしている。

●イレスミと日本文化

また、一割程度がシール等で隠すことを条件に入浴を許可している。そして、今回のワールドカップではイレスミのある外国人観光客に温泉を楽しんでもらおうと「みなさんと銭湯には入れてうれしいです」という文字とゆるキャラによる「おもてなしシール」を製作し、配布した温泉地があった。これが、差別ではないかと指摘されたのだ。

幸いなことに、ニュージーランドの代表チームをはじめとする多くのチームが、イレスミへの禁忌を日本文化として受け止め、国際問題とはならなかった。



イレスミをめぐる意識問題はデリケートな側面がある

アジア初開催のラグビーW杯にみる

法的規制は大戦まで、そもそも、イレスミの歴史は古い。日本では『魏志倭人伝』にイレスミの存在が記述されている。当時は麻酔として行われていた。それが大陸の影響を受け、『日本書紀』では刑罰としてイレスミが行われるようになる。江戸時代でも、犯罪を抑制する目的から罪人にイレスミをいれた。罪人がイレスミを隠すために、より大きなイレスミを上からすることもあった。そのため、幕府はイレスミの取り締まりを行った。明治になっても禁じられた。法的に規制がなくなったのは、第2次世界大戦が終わってからだ。

長い歴史のなかで、イレスミは日本で禁忌とされてきた。これが日本人のイレスミ観を形成している。だが、はたしてそれは日本文化といえるのだろうか。

外見は個人だけのものではなく、社会性が非常に高い。イレスミへの禁忌を文化とするなら、イレスミ自体も文化である。あらためてイレスミについて、じっくり考えたい。

(平松隆門 II 化粧心理学者)

行うことが重要となる。

成功事例に頼らない

「モノ」が売れない時代、視点を「コト」に移して、そこから「モノ」に戻ってくるような工夫も求められる。例えば、旅



「ハンカチがない！昔おじい鼻をかむのに使けど、私はティ十分。でもなぜはハンカチを持つ？なぜ、華力子売り場が百階にあるの？一人国からの質問昔、ヨーロッパに入ってきたハ本国では「ハンをかむもの」ので、今やほぼ消まったようだが美しいプリン的で、ギフトカの重要なポジションにいます。ハンれた日には、日れば一日中なんワンフしてしまな不可欠なアイニューヨク

Study Room

想

雨入りしたが、梅雨明けは前年が6月下旬だったのに対し、今年7月30日と約1カ月遅れた。

多くの売り場では梅雨明け前にセールに突入した。盛夏、晩夏物はプロパーでの販売期間が夏、3月まで期間中(11月1日)