

## ファッション・アイ 「リラックス & ハピネス」

リアルな現実の中で求める「リラックス&ハピネス」が、2010年春夏の「トレンドコンセプト」になるでしょう。

消費の冷え込みからファッション産業では、ダウンサイジング化が進んでいます。ファストファッション志向も台頭しており、「憧れや夢を託すファッションブランド」の創り手には辛い社会環境が続きます。厳しい環境に身をおく生活者は、日常のストレスから心の解放を求め、自分の嗜好を大切に「リラックス&ハピネス」が消費動向のポイントとなります。

### レディースを着るメンズ

身長163cmのファッションデザイナー、アレクシー・マピーユは、レディースサイズのメンズ服を提案し、「性差を超えた新しいファッション」と支持を得ています。独自の基準、新しい提案が、「自分基準のファッション」を待ち望んでいた多くの同胞に評価されています。このようなメンズ・ファッションの「新しい流れ」が「リラックス&ハピネス」のコンセプトと相まって静かに進行しています。



コーディネートにおける「ユニセックス」も特徴的な動きです。スカートとミックスしたスタイルなど注目されます。イギリス、スコットランドの民族衣装キルトは、バグパイプ演奏の時に履く巻きスカートですが、日本のメンズ・ファッションコーディネートでも、凛とした「ファッション・アイテム」として取り上げられています。トピックスで注目されるのは、「違う自分/リセット」という切り口で話題の「メンズ・ブラジャー」。

日常生活のストレスから解放され、新たな自分としてリセットをはかる。そんな要素も、ある種「レディース・ファッションアイテム」を身につける効果効能かもしれません。

### 元気印・アウトドア志向のレディース

一方、フレキシブルな女子は、「アウトドア」を目指します。「畑の作業」「山登り」などトレンドは開拓、前進という様相を呈してきました。



生活の安心、幸せな環境を自分で創ることに意義を見出しています。おのずとファッションへの影響も見られ、「機能的であること」を優先したアウトドア・ウェアの企画も、ファッション性を意識したレイヤードスタイルを提案するなど、新たなトレンド・アイテムとして広がりをもたせています。また都会派のレディース・ジョガーが自然に癒しを求めて、トレイルランニング（山岳路をランニングする）を始めるなど、アクティブな活動の中に「リラックス&ハピネス」を求める嗜好がみられます。

レディースとメンズ。ファッション・トレンドでは、タブーを超え自由に行き来できる新しい時代の現れを感じます。

事業化支援部 <墨田支所>

藤田薫子 TEL 03-3624-3996

E-mail : fujita.kaoruko@iri-tokyo.jp