

COUPE STYLE

こたわりけれど、こたわり過ぎない
チャートで読み解くトレンド解析

夏の旅



子供にマス・トレンドが支配された時代は過ぎ、近年はあらゆる業界において大人のマーケットの存在を意識している。そのマーケットの注目すべきトレンドに共通するコンセプトは、ちょっとだけ大人で、エレガントでスポーティー、少し懐古的で挑戦的、気負わずこたわり過ぎない、といった自動車のクーペを嗜好するスタイルに似ている。そんなスタイルコンセプトをクーペ・スタイルと名付け、それを「バランス・コンシャス」と「ルーツ・コンシャス」という2つのキーワードで解釈してみようと思う。

●バランス・コンシャス：両極端の嗜好の中間を取るのではなく、両極端の嗜好をバランス良く持っていてよとすること。一方の嗜好にこたわり過ぎず、相反する嗜好も難なく採り入れようとする、しなやかなバランス感
●ルーツ・コンシャス：本質、本能、自分、自然、家、家族、機能、ナショナリズムといった、ルーツを意識した戦略。そんなトレンドは、一過性のものとはならず定着する

チャートと文
尾谷憲一(戦略家)
イラスト
ソリマチアキラ

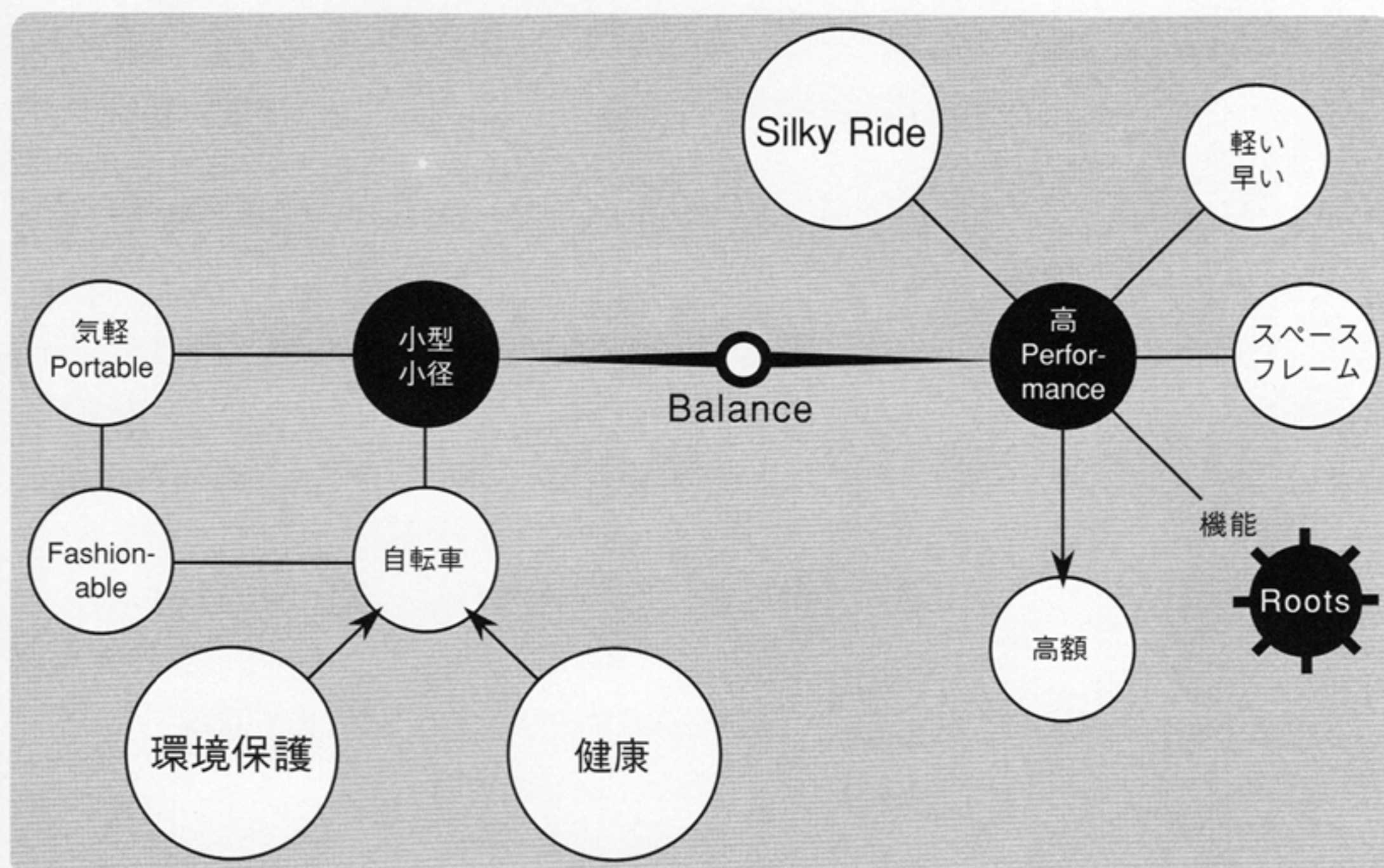
尾谷憲一 Kenichi Otani
1967年秋田生まれ。横浜国立大学卒業後、91年総合ディベロッパーに就職。95年に調査～戦略策定～実行までを統括するフリーのプロデューサー&ディレクターとなる。眼鏡店「オブジェ」(銀座店、京都店)のプロデュース、大型SCやブランドの戦略&コンセプト策定などを手掛ける
otani@diانا.dti.ne.jp

Keyword
01

アレックス・モルトン

小径自転車

小径の自転車ながら、自動車ミニと同様のサスペンションと、高剛性のトラス構造フレームは、「シルキーライド」と呼ばれる乗り心地を生み出した



旅の途中、気に入った土地でロングステイをしたくなる時がある。そんな時、愛車ヴァンデンブラのトランクから分割されたアレックス・モルトン(以下AM)を取り出し、フラフラと散歩したい。そして、勢いに乗ったら、そのままロング・ツーリングに出掛けたいと思ってAM18を購入した。カラーリングから、コンポやハンドルに至るまでの各種パーツ、フィッティングに至るまで何度も打ち合わせを重ねた。ようやく完成したAMに乗ったとき、正にそれは「シルキーライド」と呼ばれるに相応しい、未体験の乗り心地だった。車輪が地面の凹凸を正確にトレースしていることを感じながらも、自分自身

は全く上下動をしない、不思議な体感である。古くから、英国では狭いスペースに有益な機能をひそめ、小さな実力者を作ること得意としてきた。傘のなかにステッキをついたり、映画「007」の中でQ(キュー)の作るアイテムもその流れだろう。小さいけれど本気を出せば、大きいものに負けない。むしろそれを上回るパフォーマンスを出すモノには、日本人も同様の嗜好があるように思える。大自然を家に取り込んだインドアグリーンや、電化製品にも見られるダウンサイジングへの飽くなき追求もその一種であろう。その辺は英国人と似ているのかも知れない。このAMはほんの1、2分で容易に

分割でき、小型車のトランクにも収納できる。しかも、軽くて楽で速いため、アメリカ大陸横断レースにも、ゴビ砂漠横断までできるぐらいにロング・ツーリングに適している。今、一般の大人の日常での自転車使いが流行しつつある。自分の健康を気にしたり、ちょっとだけ環境についても考えているのかも知れない。しかし、何より満員の電車などと比べてストレスフリーだし、そんなに遠くへ行かなくてもいい。そんな動機で購入する自転車は、子供時代に乗ったようなモノではなく、機能とファッション性が重要なのである。それに社会性と、自分の健康、所有欲も達成できれば、なお良しである。

Spec.

- 自動車ミニのサスペンション開発に携ったモルトン博士の設計による小径自転車(17インチホイール)
- 「スペースフレーム」と呼ばれるトラス構造のフレームがデザインにおける最大の特長
- 86年には伴走者なしの独走で、時速82kmの世界速度記録を樹立
- 英国のモルトン城だけで完全手作りによる生産
- フレームキットで50万円以上、完成品では100万円近くになることも珍しくない

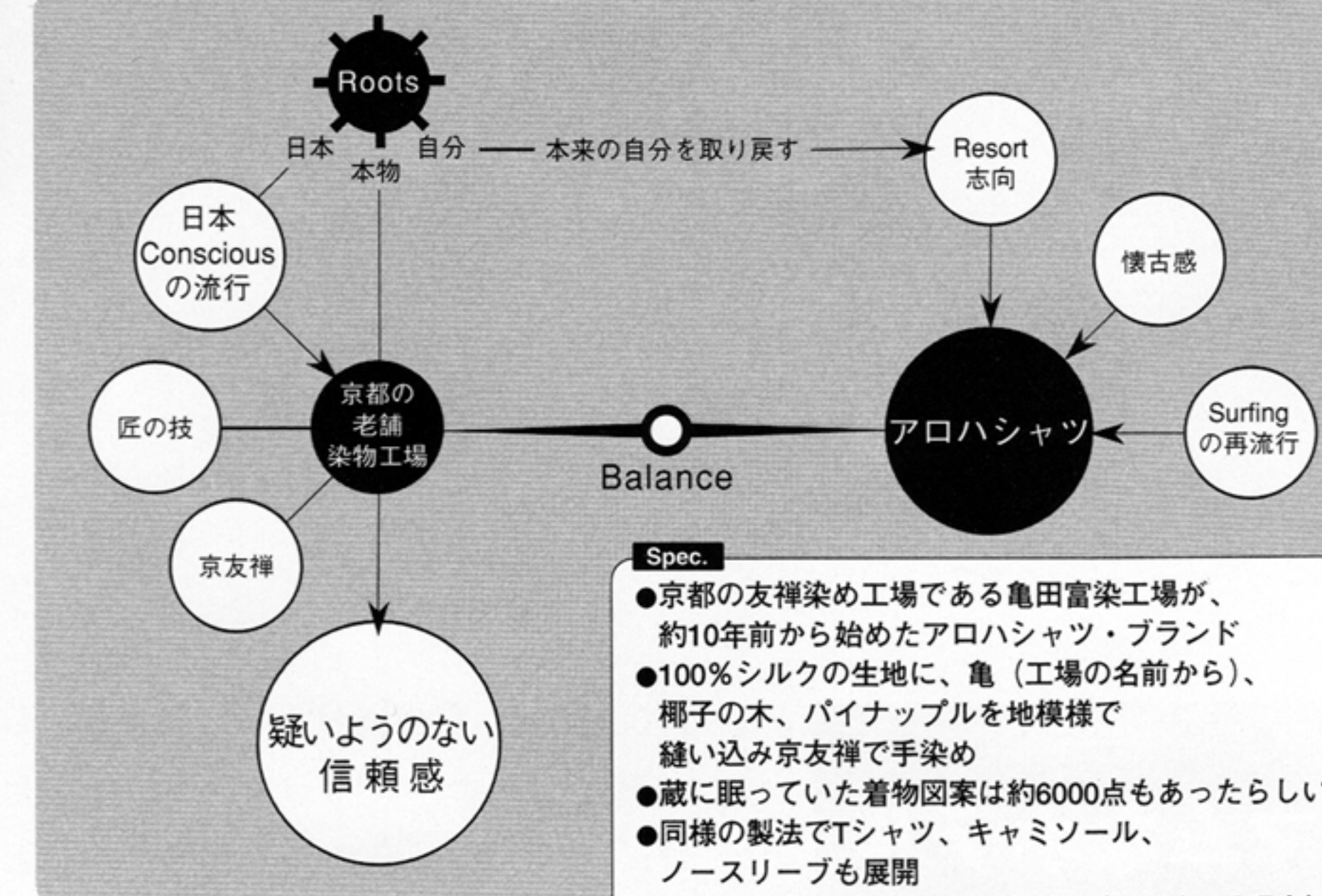
Keyword
02

パゴン

京友禅アロハシャツ

京友禅の染め工場にある蔵に眠っていた古くからの着物の図案を、100%シルクに手染めしたアロハシャツ

夏の夕暮れ時、祭りでもないのに浴衣を着て歩く若い娘たちを見る機会が多くなった。また男の着物も注目されている。そして、日系移民の着物が起源と言われるアロハシャツが、リゾート志向とともに注目されている。私も、その染めのあまりの美しさに、老舗の京友禅染め工場が設立したアロハシャツを購入してしまった。それは「パゴン」というブランドのアロハシャツである。生地は100%シルク、鼠銀の背景色に、牡丹、菊、梅の図案が極彩色で染まっているモノを購入した。エレガントな素材と伝統的な図案でありながら、ラフな使用環境、というバランス感が気に入っている。ここで重要なのは、100%シルクに椰子殻のボタン、蔵から出てきた昔の図案、京都の老舗の染め工場による染め、ということである。つまり、それらすべてが信頼のおける“本物”であり、世の流れの中に浮かんできたアロハシャ



●京都の友禅染め工場である亀田富染工場が、約10年前から始めたアロハシャツ・ブランド
●100%シルクの生地に、亀(工場の名前から)、椰子の木、パインナツプルを地模様で縫い込み京友禅で手染め
●蔵に眠っていた着物図案は約6000点もあったらしい
●同様の製法でTシャツ、キャミソール、ノースリーブも展開
●取り扱い店舗は京都の2店舗のみ(2004年7月現在)

ツに注目した点が興味深い。若干の染めの経験を積んだ若いファッションデザイナーが、流行に敏感に反応してアロハシャツを制作した、という技術的な信頼性も、ファッションとしてのデザイン性も、両方とも薄いモノとは訳が違う。中途半端な信頼性も、中途半端なデザイン性も、今は通用しにくい時代なのである。疑いようのない技術の信頼性をもった老舗が、得意分野を生かしてアロハシャツを作る。しかも、メーカーである

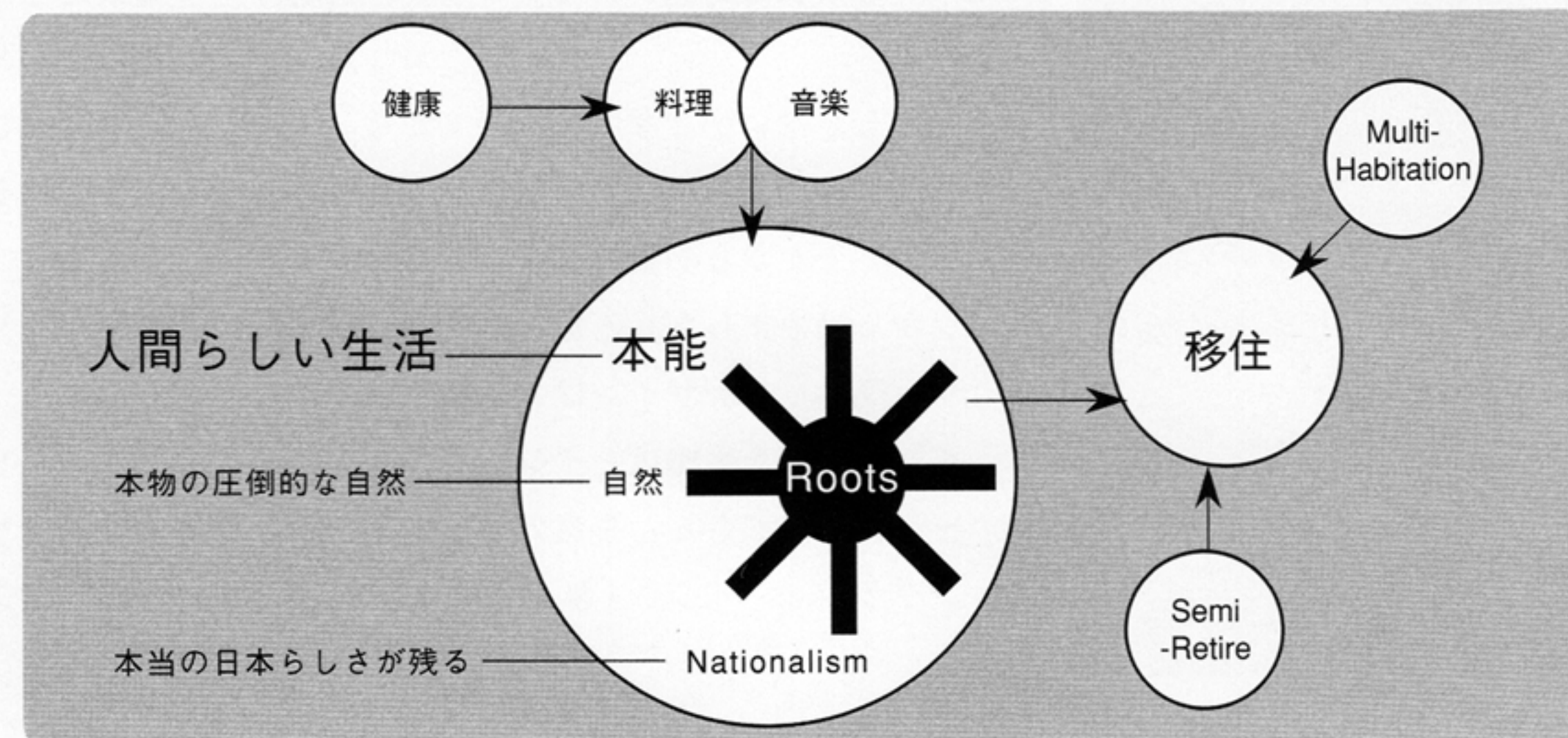
ために安価で、生地にオリジナルの地模様まで入れるほど、デザイン面でも新しい挑戦をしている。すべてが本物、得意分野での新しい挑戦も行い、しかもアンティークに比べて安値、と全く言いようのない戦略である。このブランドと同様の手法は、長い低迷から抜け出せない、和装業界や地方の伝統技術にも通用する。誰でも簡単に世の中にプロダクトを発表できる今だからこそ、高い技術、高い信頼感が求められているのである。

ルーツに響く日本のリゾート。今後とも数多く再認識され、定着していこう

沖縄 リゾート

Keyword
03

この夏も、沖縄旅行は人気で、もはや流行を超えた感がある。航空券のディスカウントは行われず、海外へ行くよりも高い場所、と言われる状況になっている。しかし、それでも沖縄に行くのである。そういう私も行って来た。真っ黒に日焼けて短パンで遊ぶ子供たち、萬屋のような「ミニ百貨アミーゴス」と名付けられたコンビニ、窓を開け放して夕食を取る家族の食事……が自分の小さい頃のそれに似ていて、懐かしく感じた。素晴らしい景色だけではなく、見ていて穏やかな気持ちになってしまう。海外のリゾートでは感じ得ないことである。そもそも、90年代初頭からの沖縄出身アーティストの興隆と奄美民謡から始まった沖縄民謡の台頭がきっかけとなった。その後、健康ブームと飲食店ブームによって沖縄料理、また焼酎ブームからの派生として泡盛が注目されるようになった。一方で、90年代初頭から続くマクロ経済の低迷に起因した社会不安と会社不信。もう、頼るところは自分自身と家族のみ、と考え始める人が多くなった。自分らしい、人間らしい生活を穏やかに過ごしたい志向の人が増



えている背景がある。最初は音楽という“ファッション”からエントリーした沖縄という概念であるが、旅行者は今やそこに日本人としての人間本来の姿を見いだした。つまり、ルーツを感じてしまい、「移住」という手段に出ている人が増えている。これには、情報機器の発達も大きく影響している。複数の居住地を目的に応じて使い分ける「マルチ・ハビテーション」を可

能にしているからだ。また、社会不信とネオ・ヒッピーの思想は、古くは大橋巨泉にはじまったセミ・リタイヤという概念を一般化していった。沖縄に限らず、精神的なリゾート意識を満足させる場所へ。経済力にかかわらず、若者さえも居住の一部を移し始めているのも不思議ではない。

Info.
●03年の観光客数は年間500万人以上、本土からの移住者は3万人を超えた
●沖縄料理店も爆発的に増え始めている。その影響もあり、沖縄から本土で沖縄料理店を始めようと、逆に本土へ移住してきている人たかも見え始めた
●今やゴーヤは、小学生の嫌いな食べ物No.1に選ばれるほど家庭に定着
●TV番組や情報誌においても、沖縄不動産紹介を特集