

Japanコラム

[Japan Watch]

最新の「Cool」は原宿から

■『The Associated Press』2/19/04

『The Associated Press』は19日、東京で流行するユニークなファッションに世界が注目していると報じた。



ファッション流行発信地という、人はどこを思い浮かべるだろう。London, Paris, New York, Milano。世界に名だたるファッションのメッカである四大都市の名がすぐに浮かぶ人も少なくないだろう。ところが、そこに新しい都市名が追加されそうだ。Tokyo, そう東京だ。

ワシントン州の地元紙『The Sun』に掲載された同記事によると、過去数年の間に日本は加工生産の地から、マンガ、アニメ、寿司、そしてファッションなどに代表される文化の輸出の地として変貌を遂げたという。

記事は32歳のLoic Bizez氏を、日本の若者文化から次のトレンドを模索する海外企業相手の現地ツアーガイドとして紹介。彼の仕事はその名も「The Cool Hunter」。最新のトレンドを躍起になって探す企業が送り込む会社役員達に、東京の最もヒップな場所を紹介するのが仕事だという。

“Japan is advanced. What will happen 10 years from now is already in Japan, (日本は進んでいる。10年後の流行が今ここですでに起こっている)”とBizez氏は語った。フランス人の彼は、3年前に日本の最新ファッションを海外に向けて発信させるため会社を設立。一日のツアー代は約600ドル。他にも日本においてブランド展開させたい企業向けのコンサルティングなどを請け負う。昨年の収益は9万5千ドルだった。

購買力において、海外ブランドにとって日本は避けて通れない市場だ。日本人の購買パターンを探ろうとする海外企業にとっては、Bizez氏のように東京の旬を提供するサービスは不可欠だ。

東京の流行は敏感であると同時に、その販売戦略は常に他の一歩先を行っているという。東京のとある店は、黒塗りの壁に空っぽのショーウィンドウ、店の名も出さない。「cool」ではない客は気づかない仕組みになっているという。こうした店の評判は、ロコミヤ雑誌によって広められていくのだと記事は伝える。

原宿の若者のファッションは、実際に多様なメディアで取り上げられてきた。看護婦の格好をして血を流したディヘアを抱いて街を歩く少女や、花を頭に飾り、金髪にルーズソックス、濃いメイクのいわゆるコギャルファッションなど、どちらかというとき奇異の目で見られていた。だが私は「この波は絶対にアメリカに来る」と一人で感じていた。なぜなら、3年前に日本から幼なじみが遊びに来たとき、彼女のコギャルファッションは行く先々で注目的であり、あんなに目立ったニューヨーカーはここ数年会った事がなかったからだ。

3年後にルーズソックスをパロコレで取り入れたファッションブランドも多く、イーストビレッジなどでも一日に一人は見かけるようになった。性的にも金銭的にも成熟した10代文化、コギャル文化はヒラリー・ダフからパリス・ヒルトンといった若いヤングセレブ達に見てとれる。そして原宿系男子のピタッとしたTシャツにスリムなパンツ、そして手提げ鞆などは今では「Metro Sexual」などという言葉で形容されるほど、ニューヨーカーもこぞって真似をし始めたではないか。

ストリートから生まれたブランドとしては他に類を見ない成長を遂げ、「天才的ブランド戦略」ともいわれた「A Bathing Ape」のNigo社長はこう語った。“Japan has been playing catch up with the West. Finally, Tokyo has caught up with New York (日本は西洋に追いつこうとしてきたが、遂に東京はニューヨークに追いついた)”。

向井麻理/ライター

USAの天気  
[各地の天気]



- ▶ ニュース
- ▶ ニューヨークコラム
- ▶ 西海岸コラム
- ▶ アメリカンコラム
- ▶ 英語学習コラム
- ▶ Japanコラム
- ▶ 専門家ページ
- ▶ ビジネスページ
- ▶ 9-11関連特集
- ▶ 米国に生きる女性たち
- ▶ 駐在ページ
- ▶ 熟年USA
- ▶ 男のコラム
- ▶ 留学生ページ
- ▶ メディアページ
- ▶ ルポ NYJJ
- ▶ 読者が作るページ
- ▶ 編集部から
- ▶ 国内取材網