



働き方改革が進み、銀行や大手企業でも服装規定がなくなるなど、仕事着のカジュアル化の流れは進んでいました。そこへコロナ禍の影響が加わり、リモートワークが押し進められた結果、スーツ姿を見る機会がめっきり減りました。

とはいえ、仕事着がカジュアル化に向かっている今であればこそ、政財界のトップ層はじたばたせず、悠々とタイトアップしたスーツを着て人前に出ます。シテイグループCEOのマイケル・コルバット、ドイ

ツ銀行CEOのクリスティアン・ゼーヴィング、マッキンゼーCEOのケビン・スニードー、ボストンコンサルティングCEOのリッチ・レットサーなど、ダークスーツを端正に着こなして未来を語る姿には、激動の時代であるからこそいっそう頼もしさを覚えます。

実際、カジュアル化により大量生産品を売る紳士服店は大打撃を受けていますが、各界の指導者層にスーツを作り続けているイタリアのあるサルトリアは次のように語ります。「イタリアでもスーツを着る人口は激減している。しかし、スーツを着なければいけない立場にある人はちゃんとしたスーツを着ている。だからわれわれの仕事は大丈夫だ」

スーツの総数は確かに減りましたが、上質なスーツの総数は変わらず、その価値が高まっているのです。スーツの意味が変わったといってもいいかもしれません。「とりあえず着ておけばよい仕事着」は淘汰され、「人に信頼を与えるべきリーダーの象徴としてのスーツ」が、これまで以上に高い価値を帯びているのです。価値を増したスーツには、合わせる小物に対する教養も求められます。ブランドに頼るのはもはや時代遅れ。地球環境と共存するためにもモノと長く付き合う姿勢が必須となる現在、上質なモノを選び、時の経過とともに磨き上げていく方法を学ぶことも

大切になってくるでしょう。タイムレスな美の可能性をもつモノを選ぶためには、日頃の美意識の鍛錬も必要です。オフのときにもアートの自然にふれ、自分なりの美の基準を築いておくことは、ビジネスにおける的確な判断にも貢献するはずです。

服飾史家 中野香織



なかの・かおり  
研究・執筆・講演のほか、昭和女子大学客員教授、企業のアドバイザーを務める。新聞、雑誌、ウェブなど多媒体で連載中。著書『イノベーター』で読むアパレル全史』『ロイヤルスタイル 英国王室ファッション史』『モードとエロスと資本』ほか。