

輝いている 女たち

Photo / SHINJI NAKAGAWA

第一回 | 中野香織

好きな仕事を持つこと、人生に目標を持ち続けること、趣味を続けること、恋をすることで常にイキイキした人生を送っている人は、どんな世代でも美しく魅力的に輝き続けられるのではないのでしょうか。今回は服飾史家であり、ダンディズム研究の第一人者である中野香織さんに「輝き続ける女」の条件についてお伺いしてみました。



中野香織
服飾史家 / エッセイスト / 明治大学特任教授

東京大学大学院修了。英国ケンブリッジ大学客員研究員などを経て、文筆業。2008年より明治大学国際日本学部特任教授。著書『モードとエロスと資本』（集英社新書）、『ダンディズムの系譜 男が憧れた男たち』（新潮選書）ほか多数。

“女性の輝き”というのは本人だけでなく、
誰かを照らしてこそその「輝き」”

Brilliant Glanz (以下: BG) 時代に

よって女性の社会進出の状況は変わってきたと思いますが、その流れの中で女性の意識はどのように変化したとお考えですか？
中野香織 (以下: 中野) 30代の女性起業家と話すことも多いのですが、彼女たちはかなり自由な発想の元に起業をし、偏見も持たず軽いフットワークで行動して

いて、頼もしいなと感じることがあります。逆に40代や50代の女性の経営者は、色々な障壁を乗り越えてそこに至っているわけで、迫力が違いますね。それはそれで素敵ですが(笑)、やはり今の方が自由な感じがします。保守的になりがちなの世代は、そんな彼女たちをあたたく見守ってあげてほしいですね。

BG 中野さんは、女性の経営者や、社会で活躍されている方々とお話しする機会が多いかと思うのですがその方々に共通する特徴ってありますか？

中野 成功している方は、人に対して分け隔てなく、オープンに接していらっ

いますね。きっとそれだから彼女たちに人がついていくのだと思いますが。

BG 服飾史家としてモードにもお詳しい中野さんですが、特に家庭に引きこもりがちになってしまっていた大人の女性が、また輝きたすために「装い」の効果というのは大きいのではないのでしょうか？

中野 「女性の輝き」というのは、誰かを照らしてこそその「輝き」だと思いますので、自分一人できらきら装っていても成立しません。誰かがその輝きによって幸せになると、それこそが本当の輝きだと思います。そんな風に意識すると、たとえばクルーズなど、こそぞという時にはその装いによって周囲をも幸せにするつもりで華やかさやサードビス精神も必要なんじゃないでしょうか。

BG そういう環境や機会を見つけたらどんどん参加することですね。日本はまだまだそういう機会が少ないのかもしれないと思いますが。

中野 日本に特徴的なのは、欧米のような「カップル文化」があまり存在しない

パートナーを紳士にするためには、 紳士として扱うこと

こと。女性は女性だけ、男性は男性だけで行動しがちです。元々、洋装において

は男性のドレスコードに準じて女性の服装が決まるものですね、本来は対になったものです。日本のようにドレスシ

な装いの男性が少ない、またはいないような会場というのは、西洋の社交の場面ではほとんど見かけないと思います。

BG それは男性たちがすごく反省しないといけないですね。それではパートナーをダンディな男にするにはどうしたらいいのでしょうか。

中野 女性は、もしパートナーがパーティーと一緒に来てくれたら、「来てくれてありがとう」という気持ちを前面に出して、伝えるべきでしょう。男性はいくら強制しようとしても自ら気持ちがないと努力しないものですので、喜びを伝えて、もつと喜びを得られる方向にうまく誘導してください。その服装を褒め称えて、エスコートさせ、会場ではないがしろにしない、などの努力をしましょう。パートナーを紳

士にするためには、やはり周りが紳士として扱うことがもつとも効果的です。

BG では、パートナーの女性を輝かせ続けられる紳士とはどういう人とお考えですか？

中野 器の大きな男性ですね。女性を縛ろうとせず、お互いに道があつて、リスペクトしあえるようなパートナーシップがいいですね。ただパートナーがいなくても嘆く必要はありません。欧米風がどうしても無理となれば、ひとりで出かけてもかまいませんし、やはり女性同士が心地よければそれで通しても支障はないと思います。

BG もつと自分を輝かせるために、大人の女性の自己プロデュースとして衣装の役割つて大切なんじゃないでしょうか。

中野 女性は社会に対して影響を与えたい、という場合、立場をきちんとわきまえて、品格を感じさせるように努力すべきですね。例えばミシェル・オバマはテラードジャケットではなくカーディガンを着ていることが多いですが、それはあくまで

ファースト・レディであつて政治家ではない、ということを示しているんですね。非常に自己プロデュースが上手いと思います。また、色もイメージを大きく左右します。

日本の政治家はテーマカラーを決めている人が多いですが……スタイルというより、記号になつているようにも見えます。白はAさん、赤はBさん、のように(笑)。それも便利ではあるのかもしれませんが。

BG 大人の女性のブランドとの付き合い方というのはありますか？

中野 ハイブランドは年齢のカテゴリーズといつのをしないのです。同じアクセサリーを10代がつけても70代がつけてもなんの不思議もない、それがハイブランドの戦略です。ブランドは本当に大事にすべき顧

客を知っていますので、ひとつの世代に媚びることはありません。子や孫が受け継いでいけるものが本来のブランド製品です。最近では、デザイナーをころころ変えてトレンドものを扱うところも増えましたが、流されず見極めていきたいですね。

BG 品格と色気を持ち続けるための方法つてありますか？

中野 上善如水(じょうぜんすい)みずのことし)という言葉がありますが、人との関係において、水のようにさらさらと、立ち入り過ぎない関係を保つことは品のよさにつながります。群れるわけではなくいざという時に助け合えるような関係が理想です。そして女性は慎みと恥じらいを忘れないこと。それが色気を保つ秘訣かな、と思います。



「紳士の名品50」(小学館セレクトムック)
定価 / 1,800円(本体)+税
発売日 / 2016年5月19日

読んで知るだけでも、心が豊かになる全部で50アイテムの名品。ジャンルの幅は広く、スーツやタキシード、靴などの定番品から文房具、手袋、ハンガーやねじ回し、ガーデニング用品、そして、タオル、ガラス食器、ルームフレグランスに花束などもあります。宮本商工の銀製品、宮井の風呂敷、竺仙の浴衣に桃太郎ジーンズなど、日本産のものも10アイテム紹介。「外見をつくるもの」「必携の小道具」「愛と休息を彩るもの」「日本の粋と心意気」という4章立て。男性だけでなく、女性から男性へのプレゼントカタログとしても充実の内容。