

JS 日常に溶け込む ジェンダーフリー

ナチュラルに、自分らしく。若い世代を中心に性別の垣根を越えた自己表現が広がっている。ジェンダーフリーの洋服やメイクが続々と登場し日常の風景に溶け込む。

「体のラインが出る女性用が好きじゃなかった」。コンサルティング会社に勤める吉本万梨奈さん(26)は8月、採寸のため、男性向けのオーダースーツを手掛けるFABRIC TOKYO(東京・渋谷)を訪れた。注文したのは自分好みにアレンジしたビジネス用のスーツだ。

同店では性別を問わずオーダーできるイベントを3週間開催した。今回が3回目だが来店予約は順調で100人ほどが購入した。「純粹にその人らしさを見いだし似合うものを勧める」

(企画担当の杉山夏葵さん)

大手IT企業勤務の大須賀加那子さん(30)もメンズスーツが仕事の相棒だ。同店であつらえたジャケットとスラックスを愛用。「仕事であまり女性らしさを出す必要はない」と話す。

服飾史家の中野香織さんによると、現代の男性・女性「らしさ」につながる服装の色やデザインなどの要素は、19世紀の近代資本主義社会と共に生まれたのだという。いま人々は固定観念から解放されつつあるのだろうか。

東京都世田谷区では2019年4月から全区立中で性別を問わず制服が選べる。区立駒沢中学校では7人の女子生徒がスラックスをはく。

運動が得意な2年生は「試着したら自分のスタイルに合っていた」と話す。理科系が好きな別の生徒も「男女の差別がなくなつてうれしい。みん

なすんなり受け入れてくれた」。

学生服メーカーのトンボ(岡山市)は「ジェンダーレス制服」の販売を始めて5年。生徒が自由を選べるスカートやスラックス、ジャケットなどを開発してきた。同社によると約450校が男子用以外のスラックスを採用している。

中野さんは、Z世代の10〜20代前半は「ジェンダーフリーネイティブ」と指摘する。すてきと感じたらメイクやネイルも楽しむ。



自宅のリビングで化粧する渡辺健太郎さん(左)と梓さん夫妻(13日、神奈川県鎌倉市)

「このアイブロー描きやすいよ」。フリーカメラマンの渡辺健太郎さん(28)は自宅のリビングで妻・梓さん(30)に声をかけた。手にしたのは最近購入した「iLLO」の化粧品。「ニユーラルコスメ」をうたい、広告には男女ペアのモデルを起用する。

肌荒れで悩んでいた時に梓さんが塗ってくれたファンデーションに衝撃を覚え、毎日化粧をするように。「きれいな肌は自信につながった」

(健太郎さん)

写真・文 小谷裕美、森山有紗、井上容

