

モード Mode Mode は語る

中野 香織

北米でノッティ・ニッカーズという女性下着が人気を広げている。カナダの20代の女性2人が2017年に立ち上げたサブスクリプション型の下着ビジネスである。高品質なのに手ごろな価格、あらゆる体形を想定した品ぞろえ、広告写真の修整をおこなわないリアリティーが共感を呼び、約20万人の会員を獲得した。

日本でも女性による女性のための下着ビジネスが活況を呈し、フェムテックのブームを先導している。フェムテックとは女性が抱える課題をテクノロジーで解決する商品やサービスのこと。20年5月にスタートし、

フェムテックな下着

フェムテックを生かした「オンドミュウ」のショーツ



吸水ショーツを発売後1週間で完売した「ナギ」もその例である。日本的な色合いや、環境に配慮したパッケージもあいまって、若い女性から支持を得ている。送り手の石井リナ氏は、18年に27歳で起業、女性のエンパワーメントを目的にするメディアも運営する。

人生のかじ取りの一環

特殊繊維で温度感を上げる機能をもった「オンドミュウ」の温活ショーツも話題を集める。クラウドファンディングでは1000万円超の支援を集めた。送り手の山田奈央子氏は、まだ20代だった05年に起業している。フェムテックという言葉が生まれたのは12年のドイツだが、山田はその前からすでに追求していた。

女性起業家が時代に応える下着ブランドを世に出すことができる理由の一つは、皮肉なことに縫製工場の閉鎖が続いていること。元来、下着ビジネスは、サイズや色柄のバリエーションを豊富に持つ必要があるた

め、大資本がなくては参入できなかった。縫製工場が続々閉鎖していくなかで工場側にも危機感がつり、小口注文にも対応するようになった。「ありそうでなかった」製品を作るチャンスが生まれたのである。

彼女たちはビジネスそのものを楽しむ姿勢を見せる。次なる仕掛けとして「下着の美装期間」という概念を打ち出し、下着のサブスクにも取り組む山田は語る。「ビジネスは自分の人生を楽しくするもの。仕事を通し、人との関係もおもしろくなる」と。フェムテックは身体の課題解決のみで時流に乗っているわけではない。課題解決を通して人生のかじ取りをしたいと行動する女性たちの熱気がブームを後押ししているのだ。

(服飾史家)