



時代に対応して我々も変わる

萩原富雄理事長

日本フォーマル協会

一般のアパレル市況と同様、フォーマルも厳しい環境に置かれている。昨年設立40周年を迎えた日本フォーマル協会は、情報発信やイベントの開催、検定試験などを通じて、フォーマルライフの普及や啓発に務めている。

——フォーマル市場の状況は。

一般アパレルと同様に厳しさが続いています。スポーツウエアや家でのくつろぎ着のような服装で外出する人が増え、フォーマルに限らず、「きちんとした服」全般

が厳しいのではないかと思いません。

ただ、フォーマルウエアが必要なシーンはどんな時代でも変わらず存在します。その需要は変わっていませんし、メンズでタキシードが売れていることを考慮すると、ルールやマナーに則ったスタイルへの意識は見直されているの

ではないかと思えます。

——フォーマルの着用シーンに変化は。

新しい旅行スタイルとして人気が高まっているクルーズは、フォーマル業界としても注目しています。クルーズだけでなく、どんな服装をしたらよいか悩む場面がありますよね。そうしたとき、信頼できる販売員がいる店で購入したいと考えるのではないのでしょうか。協会が実施しているフォーマルスペシャリストの養成講座や認定試験の受講者が増えているのは、こうした背景もあると感じています。

ブラックフォーマルは、直葬（通夜・告別式などを執り行わない火葬のみの葬儀形態）や近親者

のみで行う小規模な葬儀形態が増えたこともあり、マーケットは縮小しています。とはいえ、従来の葬儀形態がなくなるわけではありません。需要は必ずあります。ただ、時代ごとに変化はあります。時代に合わせてルールやマナーも変わります。我々も時代に応じて、変化していかなければなりません。

——協会の重点事業は。

フォーマルスペシャリストは、主に販売員が受講するシルバークラスと学生対象のプロングラ イセンスの受講者数が増えています。ライセンスを取得し、バッジをつけて売り場に立つことで説得力が強まります。メンズフォーマルの好調を受け、男性の受講者も

増えています。

フォーマルをすてきに着こなせる著名人を表彰する「ベストフォーマリスト賞」は今年も10月に予定しています。

当協会は、企業は素材やアパレルメーカー、小売り、式場、グッズやサービスなど幅広い業種を対象にしていますし、個人でも加盟できます。日本でのフォーマルライフの普及のために、新しい会員の獲得も課題と考えています。

■日本フォーマル協会 関連組織として、調査・研究、イベント開催などが主なる事業。現在の会員は80社。