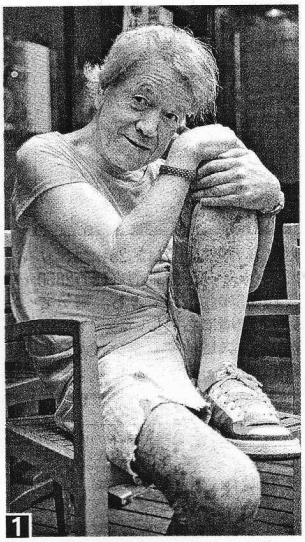
アートタイツ 主張する足元

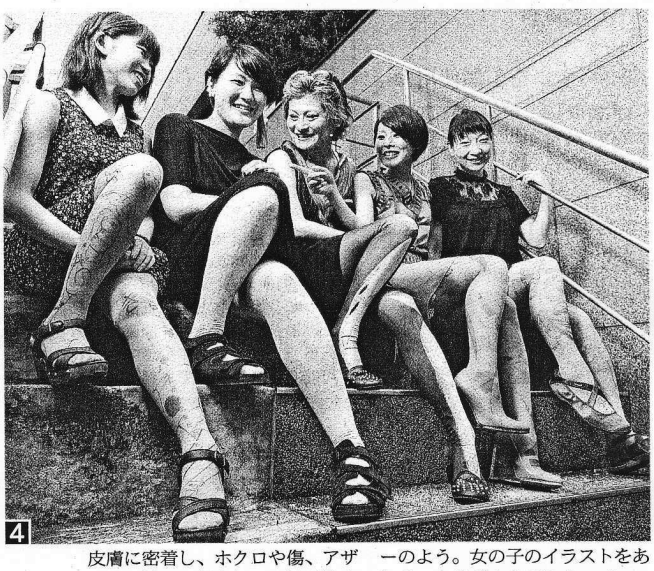
「tokone」製作、絵や詩を柄に

タイツをはいたらスカートの裾をちょっとつまみあげたくなる。そんな気分にさせるタイツが街を闊歩（かっぽ）し始めた。詩人、イラストレーター、ミュージシャンなどさまざまなアーティストが体の半分を占めるタイツ作りに思いを込める。タイツの可能性を広げたいと意気込む現場に足を踏み入れてみた。

ANREALAGE、gommeなどのブランドレッグウエアを手がける「ティー・ケー・ワン」（東京・世田谷）は昨年11月、自社ブランド「tokone（トコネ）」を立ち上げ、オリジナルタイツの製作を始めた。菅井葉月さんがプロデューサーを務め、多くの作家との交流がスタートした。

素材は色が明確に出るポリエステルと薄手の柔らかいナイロンの2種類。作品をよりよく表現できる素材選びから始まり、プリントは熟練の職人と打ち合わせを重ねながら進めた。菅井さんはポリエステルの素材に自作の絵の一部を柄に取り入れた。ブルー、ピンク、グリーンなど鮮やかな色彩のタイツは「KAMAKIRI」と名付け、tokoneブランド第1弾として発表した。


1


4

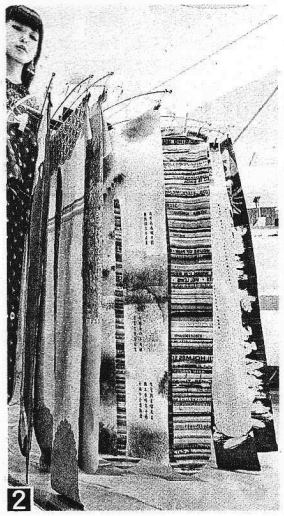
自己解放の心地よさ

作家の志茂田景樹さんはタイツに特別な思いを抱くひとりだ。tokoneのコンセプトである「ジャンル崩壊」「タイツによる自己解放」に理解を示し、モデルの依頼を快諾した＝写真1。志茂田さんは25年ほど前、ニューヨーク帰りの知人にマリリン・モンローの顔をプリントしたタイツをお土産に渡された。男がタイツをはくのか？としばらくそのままにしていた。ある日、タイツの上にジーパンの裾を切った短パンをはき、Tシャツ姿で東京の街を歩いたところ、受け入れられなかった。酷評を尻目にはき続けたのはタイツを身に着けたことで今までと違う世界が見え、自分が解放されていく心地よさを覚えだからだ。それ以来、タイツを軸に自身のファッションが変わっていったという。

志茂田さんがタイツを愛用して四半世紀が過ぎた。昨今、くるぶし丈のレギンスにショートパンツを組み合わせる男性の姿は珍しくない。ミュージシャンの内田裕也さんとコラボレーションしたレギンスは「Rock'n Roll」。「裕也さんが両手を広げた後ろ姿のステージ写真を腰全体にプリントした。着用するとまるでお尻を支えているかのように見える。本人直筆のRock'n Roll、初心忘るるべからず！の文字をボーダー柄にデザインして両足に入れた」（菅井さん）

2010年に第15回中原中也賞を受賞した詩人の文月悠光さんの作品は「原稿用詩」。原稿用紙をプリントしたタイツに詩を載せた。右足のひざ下に「大丈夫だよ、わたしが歩いてあげるから。」、左ももからひざ下にかけて「ふるえる胸をこじ開けて、ここが扉だったと気づく。」など足を詩がまとう。「タイツに詩を載せたことで読み手が詩を読むのではなく、見る感覚に変化したことが今までにない経験でうれしかった」と文月さんは感想をもらす。

装丁、雑誌、新聞などの挿絵で活躍するイラストレーターのオカダミカ（micca）さんは文月さんの詩と紙上ではなくタイツ上で出合ったことに驚く。2人のコラボレーション作品「詩と女」は鉛筆で描いたラフスケッチの女性と詩がもつれあう。「ナイロン素材は皮膚に密着し、ホクロや傷、アザなどが絵の一部となって溶け込んだ」とmiccaさんは自分の作品に手を加えたホクロやしみを歓迎した。


2

ジャンル超え、芸術家と連携

武蔵野美術大学視覚伝達デザイン学科在学中の趙燁（チョウヒカル）さんは体に目や口などをリアルに描くボディーペインティングで注目されている。優れた観察力と豊かな表現力をタイツに落とし込んだ。「フラミンギョ」はタイツの腰から足先までをフラミンゴのリアルな絵で重ねた。「おさわり」はタイツ全体にいくつもの手のひらをはわせ、物語を連想させる仕上がりだ。

イラストレーターの須川まきこさんの「深夜の森」はナイロンタイツの特長を十分に生かした作品。繊細な線画で足全体に描いたチョウや花は肌と一体となってタトゥーのよう。女の子のイラストをあしらったひざ上までのオーバーニーソックスは、義足の人もはきやすいようにと自身の経験を取り入れた。「義足で生活する須川さんと細かいやり取りを繰り返し、オーバーニーソックスを採用した。同柄で色違いを1本ずつ1セットにしたことで楽しんでもらえると思う」と菅井さんは説明する。

3

商品は豊富、店長も着用

東京・ラフォーレ原宿のセレクトショップ「ビューティック」はtokoneの商品を数多く取り扱う＝写真2。店長の豊田まさこさん＝写真3＝はタイツを着用して販売にあたる。購入者は女性客を中心に年齢層は幅広いと話す。客は初めて見るタイツに驚き、興味深く品定めをして好みの一品を買い求めるという。「ナイロンタイツの下に無地のタイツを重ねてはくと趣が変わるなどアドバイスをすることで購入に弾みがつく」と豊田さん。

自作のタイツをはいたアーティスト＝写真4＝は動く広告塔となり、集団で原宿あたりを練り歩けば販売促進効果はてきめんのようだ。現在、15人のアーティストが携わり、約30種類のデザインをそろえた。「これからも新しいアーティストを開拓し、取引中のクアラルンプール以外に海外の販路を広げ、タイツが主役になる時代を築きたい」と、ティー・ケー・ワン代表の武居秀幸さんは軽快なフットワークで今後を語った。

（ライター　菊地純子）