

2月12日は「ブラの日」 ワコールが振り返るブラジャーの歴史 日本人女性のための「日本のブラジャー」ができるまで

2月12日「ブラの日」は、アメリカ人女性 メアリー・フェルブス・ジェイコブさんが、ブラジャーの原型となるものを考案し特許を申請した日にちなんでいます。

「世の女性に美しくなってもらう」ことを目標に下着で女性を支え続けてきたワコールは、「ブラの日」にちなんで、これまでのブラジャーの歴史を振り返りました。そして、来年のブラジャー生誕 100 周年にむけて、「あなたが考える、これからのブラジャー」アイデア募集をスタートします。

◆日本人女性を美しくする、日本のブラジャーの歴史 ～サイズ基準や素材・設計は、より日本人女性に適したものと進化～

ブラジャーが誕生するまで

バストを覆う衣類の起源は紀元前 3000 年中期にさかのぼるといわれ、当時はバストを覆うのではなく、乳房が垂れ下がらないようにアンダーバストを下から支えるベルト状のものであったと伝えられています。

その後、バストを押さえつけ小さく見せ、身体の女性的特徴を隠すという禁欲的意味合いを持つ時代などを経て、1914 年 2 月 12 日、アメリカのメアリー・フェルブス・ジェイコブ氏が「BRASSIERE(ブラジャー)」で特許を申請。それまで肩ひもがないためズレ落ちたり、つけごころが不安定だった「バスト・ガードル」と呼ばれていたものに肩ひもをつけ、定位置にぴったり安定するようになった現代のブラジャーの原型的なものといわれています。

日本のブラジャーブームの火付け役『ブラパット』

日本では、昭和初期の 1929 年代に「乳房バンド」が誕生。当時は着物文化でバストを目立たせるといふ発想自体がなく、なかなか普及しませんでした。しかし終戦後、急速にファッションが欧米化した背景もあり、1949 年にワコールの前身・和江(わこう)商事から発売された、バストを形良く見せる『ブラパット』が大人気に。この『ブラパット』は、日本人が憧れたバストの理想形に近づけるためのものという発想で、誰もが同じ形のバストになることを目指しており、個々人の体型に合わせるという考え方ではありませんでした。



ワコールの「ブラパット」

日本人の体型に合わせたサイズ規格に

1950 年には、当時アメリカ人用の S、M、L サイズ展開のブラジャーを日本人女性向けのサイズに変えた、和江商事第一号のブラジャー生産を開始。ここから、日本人女性を快適で美しく見せるブラジャーの歴史がはじまったといえます。さらに 1956 年には新しいサイズ規格が採用され、より日本人女性に合う形へと発展を遂げます。当時は、トップバストの周径値とカップサイズを組み合わせ、たとえば「32 B」※などと表記されていました。※数値はインチ



1951 年頃に作られた
ブラジャー

日本人女性の体型研究をスタート

東京オリンピック開催の 1964 年頃から、“素材”が下着に革新をもたらします。伸びる繊維の使用でこちよい装着感を実現したワコールの『ストレッチブラ』など、フィット性の高いブラジャーが女性をより活動的に変化させました。さらに 1964 年には、ワコール製品研究部(現・人間科学研究所)を発足。以来のべ 4 万人以上におよぶ日本人女性の体型計測を行い、その研究結果を独自の商品開発に応用しています。

現在のブラジャーサイズ基準に

1980年、ブラジャーの規格やサイズ表記の基準となる新JIS基準改定が行われ、ワコールも大きく貢献。それまで品目やメーカーによってバラつきがあった規格やサイズを、日本人の体形に対応するものへと変化させました。たとえば「A70」のような、カップサイズとアンダーバストの周径値での表記となってから、実はまだ約30年しかたっていないのです。

1990年代に入ると、からだをより魅力的に見せたいという女性の願望が強くなります。1992年発売の『グッドアップブラ』は、バストを“寄せて上げる”というコンセプトの造形機能が高く評価され、シリーズ化。時流をとらえて大ヒットしました。

サイズだけでなく、「かたちとやわらかさ」も

2010年には、人間科学研究所の45年以上にわたる研究結果を活用し、加齢によって変化したバストの「かたち」や「やわらかさ」に対応するブラジャー『胸もと年齢マイナス5歳をめざすブラ』を発売。からだに合ったブラジャーを選ぶためには、サイズだけでなくバストの「かたち・やわらかさ」を考慮する必要があることを新たに提案しました。



2010年発売
胸もと年齢マイナス
5歳をめざすブラ

日本の洋装下着文化は、欧米の下着の形をそのままコピーすることからはじまりました。しかしその後の研究開発によって、いまや完全に「日本の下着」として日本人の日常生活に根付いています。今後も絶えず発展し続け、さらにオリジナリティあふれるものとなっていくでしょう。

参考:「ワコール 50年史」「下着の事典」株式会社ワコール/「日本洋装下着の歴史」日本ボディファッション協会

◆世界に影響を与える、“日本発”の下着

約30年にわたり、国内外の下着の動向を見つめ続けるジャーナリスト 武田尚子氏

戦後日本に伝わったブラジャーは、その後世界とは一線を画した独自の路線を歩むこととなります。近年、生産の効率化を背景に、世界のブラジャーは成型カップ構造のモールドタイプが多数を占めるようになりました。その中で日本のブラジャーは、複数のパーツを立体的に縫製する「はぎ」のあるカップ構造が主流です。バストの造型性に対するニーズの高さや肌ざわりへのこだわり、また「かわいい」ものを好む国民性もあって、日本のブラジャーは1枚の中に機能性と装飾性をバランスよく兼ね備えています。

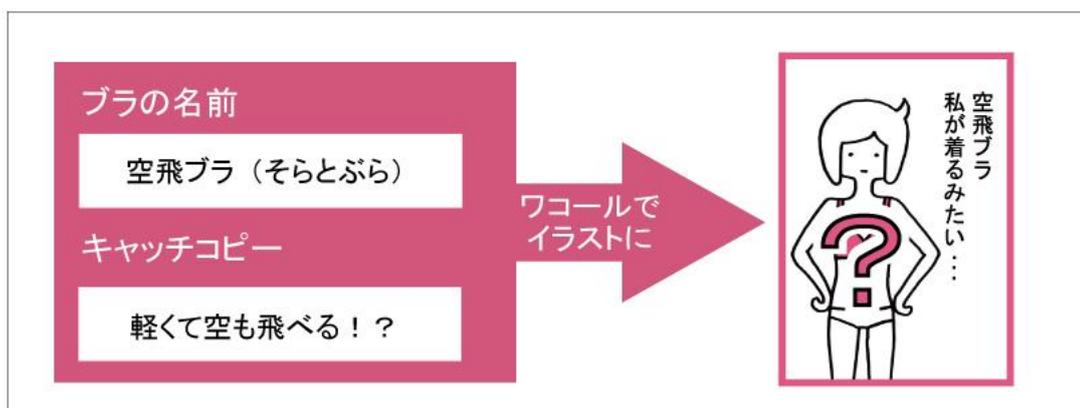
海外における、日本の製品に対する品質と性能への信頼は絶大です。特に、女性のからだをきめ細かく真摯に研究し、年代ごとの体型に対応するブラジャーを提案し続けるメーカーは、世界中でもワコール以外にはほとんど見受けられません。

欧米では男性を魅了するアイテムとしての認識が強かったブラジャーですが、近年は「シェイプウェア」のトレンドもあって、「体型補整」という機能面が見直されています。これもワコールの活躍によるところが大きいと思います。ヨーロッパでもここ数シーズン、「補整」はブラジャーに求める機能として評価され、定番商品の仲間入りをしています。

また、サイズへの意識や「コンサルティング販売」のシステム化が海外で広がっているのも、ワコールの影響が少なくありません。最近では、セルフ販売の店舗で購入する割合が増加していますが、本当にからだに合ったブラジャーの快適さは、体験しなければ分からないもの。専門家のコンサルティングを受けてこそ、その快適さを感じることができるのではないのでしょうか？一人でも多くの女性に、からだにあったブラジャーの快適さを感じてもらいたいと思います。

◆「さあ、これからのブラを考えよう」ブラアイデア大募集！

「こんな便利」「こんなに面白い」など、実現して欲しいブラジャーのアイデアを募集します。絵が苦手な人も安心。「ブラの名前」と「キャッチコピー」だけでご応募いただけます。アイデアはおひとりいくつでも応募可能です。ご応募いただいたアイデアの一部は、キャンペーンサイトにてイラストにして随時紹介していきます。また、ご応募いただいた方の中から抽選で30名様に「自分のブラを見直すチャンス。ワコール商品券1万円」をプレゼント。当選者の発表は賞品の発送をもってかえさせていただきます。



「さあ、これからのブラを考えよう。」キャンペーン

■応募期間

2013年2月12日(火)～4月30日(火)<23:00>

■応募方法

以下の応募ページからご応募ください。PC・スマートフォンからも応募可能です。

※イメージや画像も添えての応募は、PCからのみになります。

<PC、スマートフォンで応募>

<http://www.wacoal.jp/bracheck/idea/>

<キーワードで検索>

「ブラアイデア」で検索して、キャンペーンサイトへ。

■応募アイデア発表

応募アイデアはキャンペーンサイトで随時紹介予定。

「グッドアップ」「胸もと年齢」「マイナス5歳をめざすブラ」は、ワコールの登録商標です。

[報道関係の方からのお問い合わせ先]

株式会社ワコール 広報・宣伝部

(東京) TEL : 03-3239-1117 FAX : 03-3239-1118

(京都) TEL : 075-682-1006 FAX : 075-682-1103

株式会社インテグレート 担当：四宮、鈴木いづみ、袴田

TEL : 03-5771-9960 FAX : 03-5771-5524