



業界ごとに制服はさまざま、もちろん制服のない業界もある。たとえば、ダイビング観光業界に制服はないだろうと思われるかもしれない。ところが、ダイビング・ショップごとのTシャツが、あたかもそこでの制服のようである。この制服は機能的であるのみならず、多分にビジネス上も重要である。

## ダイビング・ショップのTシャツ

市野澤 潤平 宮城学院女子大学准教授

### 胸と背中から情報発信

世にダイビング・ショップは無数にあるが、そのスタッフたちは、いつでもどこでも、まるで判を押したように、ショップごとに独自の意匠をこらしたプリントTシャツを着ている。いわば、彼らにとってはそれが「制服」である。

Tシャツを制服とするのは、機能的に見て理にかなっている。ダイビング観光が盛んな場所の多くは暑いし、波しぶきを浴びるのが当たり前前の仕事。しかもガイドやインストラクターは、いざ潜水となれば服を（パンツまで）脱いでウェットスーツに着替えるのだから、厚ぼつたい丈夫な制服は必要ない。

しかも、ダイビング・スタッフは、お世辞にも高給取りとはいえない。毎日汗だくになり、海水に濡れる制服を、その都度クリーニングに出す余裕はとれない。自宅できくくっと洗えて、面倒なコーディネートも必要ない、朝起きてから寝るまでショップTシャツの着たきり雀という生活は、財布にとってもやさしいのだ。

ショップがひしめいているが、誰がどのスタッフかは、着ているTシャツを見れば一目でわかる。何しろ、ショップの名前が大きく書いてあるのだから。胸と背中の全面を情報発信に使えるのは、Tシャツを制服にするこの大きな利点であろう。筆者が某ショップの従業員として働きたがら調査をしていたころ、仕事を終えて飲みに行く際には、ショップTシャツを着るのを控えたものだった。店の名前を掲げながら、酔っ払って醜態をさらすのはいかなものか、という理由で。

### リピーター作りの戦略

制服は通常、企業など特定団体の成員に限定して配布される。結果、集団の外部からは、その制服があこがれる的になったりする。警官や航空会社の客室乗務員の制服などは、手に入れたと思うマニアも多いだろう。カネを出しても買えないという性質は、外部者による制服へのあこがれを強める。

対してダイビング・ショップのTシャツは、一般に販売されている。ある



Tシャツは、ダイビング・ショップの重要な販売品

制服のもっとも重要な機能である「徴付け」、つまり特定のショップの従業員であることを示す機能は、Tシャツであっても十分に果たすことができる。筆者が滞在していたタイのプーケットには、多数のダイビング・

ショップを利用した客は、従業員の制服であるはずのTシャツをおみやげとして気軽に買求めることができる（Tシャツだけに値段も安い）。つまり、制服としての排他性が弱いのだが、そこにはショップ側の戦略がある。

Tシャツが売れば、店の売り上げが増える。のみならず、買い求めた客に、「同じ制服を着る者同士」という一体感を植え付けることができるのだ（プロ野球チームのユニフォーム販売と似ているかもしれない）。販売されることでTシャツの排他性は薄れるが、消え去るわけではない。「従業員と同じTシャツを着る自分は、他のお客さんとは違う」——自らは「特別」だという意識を客にもつてもらうのは、リピーター作りの第一歩。Tシャツは、そのための重要な小道具なのだ。

だから多くのショップTシャツが、派手でごてごてしているのは、勘弁してあげてほしい。素人のスタッフが「その店の独自の意匠」をデザインするのは容易でないから、いきおい洗練からは遠ざかる。そして何より、ファッションとしては微妙な、おかしな柄であるほど、そのTシャツを着ている客の「特別」感は強まるのだから。



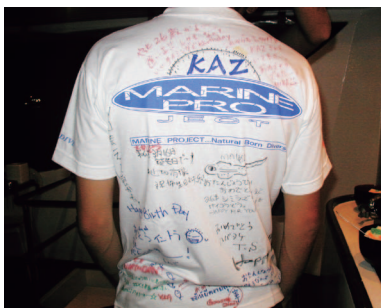
インストラクターを挟んで、客もおそろいの「制服」



ショップ・スタッフによる工夫を凝らしたデザイン



船上では朝から夜まで、このTシャツで過ごす



誕生日や記念ダイブの際には、皆で寄せ書き