

# コトバカっ!



コトバカ  
言葉家……言葉を操る専門家。言葉にバカに詳しい人。言葉にバカみたいにこだわる人。

コトのほかバカ。コトによるとバカ。コピーライターの俗称。

上から読んでも相川藍、下から読んでも相川藍。コトバカの相川藍が言葉についてコトバカルっ!

## チューコはホーコ

「断捨離」という難解なネーミングの片づけ術が流行っている。ものを処分する人が増え、中古市場がにぎわっているのはそのせいなのか？ 田中貴金属の直営店には金を売る人の行列ができていて、コメ兵でブランド品の売買をする人も多いらしい。ちなみにコメ兵のルーツはお米屋さん。戦後、創業者の息子が開いたわずか5坪の古着屋さんが、今や「日本最大級のリューステパート」に成長したんだって。

リサイクルショップという言葉は、ブランド品には似合わない。不用品や廃棄物をよみがえらせて再資源化するのがリサイクルの本来の意味だから、そのまま再利用、再販売する場合は「リュース」「リセル」なのだ。お買い物する側の心情としては、同じ中古品でも表現の違いによって、そそれたりそそれれなかつたりする。「古着」「ユーズド」「セカンドハンド」「ワケあり」「リメイク」などと書かれていると慎重になってしまうけど、「テッドストック」ならオシャレな響き。きれいに保管されてきた未使用品のはずだから、迷わず買いでしょ。だけど日本語に訳せば「売れ残り品」「不良在庫」って意味なんだから、せつない訳しちゃダメー！

そんな中古市場において、もっとも光り輝いている言葉は「ウインター(年代物)」だ。こうなると、価格もいきなり跳ね上がる。たとえばウインタージーンズ、ウインターワイン、ウインタージマシオン、ウインタージカー。これらは中古でありながら、中古とはもはや別世界。長い年月を経て特別な価値が加わったというニュアンスが含まれ、ほとんど「アンティーク(骨董品、古美術品)」に近いですね。

古いものをイメージアップする言葉選びは、日常会話にも応用できる。人間だって「老けてますね(ユーズド)」とか「疲れてますね(ワケあり)」と指摘されるよりは「渋いですね(ウインター)」と言われたほうがいい。古臭いオヤジギャグも、十年後にはウインターギャグになるかもしれないのだから、優しくリアクションしてあげねば。ならないっば。

相川 藍 (言葉家)

丸の内文学賞(大賞)、朝日広告賞(最高賞)、インターネット

ト書評コンテスト(最優秀賞)受賞。早稲田大学第一文学部卒。コピーライター。