

მოდა

სამეფო სამოსიდან დიზაინერების ბრენდებამდე

გარდასულ დროთა იაპონური სამოსი



ჯუნჩიტოე

ქალი საიმპერატორო კარის ცერემონიალურ კაბაში (ჯუნჩიტოე). (AFLO-ს ფოტოებიდან)

არსებული ჩანაწერები გვამცნობენ, რომ IV საუკუნემდე იაპონელი მამაკაცები ტანზე იხვევდნენ მხარზე გადმოფენილ გრძელ ქსოვილს, ქალები კი იცვამდნენ ერთნაჭრიან კაბას, რომელიც ყელიდან მკერდამდე იყო ჩახსნილი. მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში გვხვდება მსგავსი ტანსაცმლის სახეობები, მაგალითად, ძველ საბერძნეთში, რომში, ინდონეზიასა და პერუში.

შეკერილი ტანსაცმელი ხმარებაში შემოვიდა დაახლოებით IV საუკუნეში, როდესაც პოლიტიკური წყობა, ცნობილი იამატოს კარის (*იამატო ჩიოტეი*) სახელით განვითარების ფაზაში იმყოფებოდა. ამ დროს, როგორც მამაკაცების, ასევე ქალების ზედა სამოსელი წელს ქვემოთ იყო გადმოშვებული და

ჰქონდა სწორი, ვიწრო სახელოები. რაც შეეხება ქვედა სამოსელს, კაცი ატარებდა განიერ, შარვლისმაგვარ *ჰაკამას* მაშინ, როცა ქალებს ეცვათ გრძელი, ნაკვეთიანი ქვედატანი, რომელიც ცნობილია მოს სახელწოდებით.

ასუკასა (593–710 წწ.) და ნარას (710–794 წწ.) პერიოდებში, როდესაც ბუდიზმი განვითარდა და ჩინური კულტურაც პოპულარული იყო, ტანსაცმელი, რომელსაც სამეფო კარის წარმომადგენლები ატარებდნენ, ავლენდა ძლიერ ჩინურ ზეგავლენას.

ჰეიანის პერიოდში (794–1185 წწ.) სამეფო სამოსი სამ კატეგორიად დაიყო: სპეციალური ცერემონიების შესამოსელი, სამეფო კარზე ჩასაცმელი ოფიციალური ტანსაცმელი და სხვა შემთხვევებში ჩასაცმელი ჩვეულებრივი სამოსი. აქედან მამაკაცებისთვის განკუთვნილი ოფიციალური ტანსაცმელი ცნობილი იყო, როგორც *სოკუტაი*. ქალის სამოსი ბევრი ფენისგან შედგებოდა, მაგალითად, ოფიციალურ სამოსს *ჯუნჩიტოეს* 12 ფენა ჰქონდა.

კამაკურასა (1185–1333 წწ.) და მურომაჩის (1333–1568 წწ.) პერიოდებში სამურაის მეომართა კლასმა ხელში აიღო მმართველობა და ისინი იმოსებოდნენ *სოკუტაით* ოფიციალურ ღონისძიებებზე, მაგრამ მათი ჩვეულებრივი სამოსი, ცნობილი *კარიგინუს* სახელით,

ეფუძნებოდა სანადირო ექსპედიციებში სატარებელი ტანსაცმლის სტილს. *სამურაის* კლასის წარმომადგენელ ქალთა ჩვეულებრივი შესამოსელი იყო დალიანდაგებული აბრეშუმის ტანსაცმლის, რომელიც ცნობილი იყო, როგორც *კოსოდე*, რაც ოფიციალური ტრადიციული ქალის სამოსებისგან განსხვავებით, დღემდე გამოიყენება. სამურაის კლასის ქალები ოფიციალურ ღონისძიებებში მონაწილეობისას იმოსებოდნენ გრძელი სამოსით, რომელიც ცნობილია, როგორც *უჩიკაკე*.

ედოს პერიოდში (1603–1868 წწ.) მეომარი კლასის მამაკაცები *შიოგუნთან* შეხვედრისას იცვამდნენ საგანგებო ფორმას, *კამიშიმოს*. ჩვეულებრივ შემთხვევებში მამაკაცებიც და ქალებიც ატარებდნენ *კოსოდესა* და *ჰაკამას*. ჩვეულებრივი გახდა გრძივი წელზე შემოხვეული ქსოვილების, ე. წ. *ობის* ტარება, რაზეც მამაკაცებს ხშირად მიმაგრებული ჰქონდათ თავიანთი ხმლები. მალე *ობიმ* ფართო განვითარება ჰპოვა და მეტი დეკორატიულობა შეიძინა. ედოს პერიოდის დასაწყისში იაპონელები იმოსებოდნენ სადად, თუმცა ფორმალურ შემთხვევებში ქალები იცვამდნენ *უჩიკაკეს*. თანდათნობით ყოველდღიური ტანსაცმელიც ძალიან მიმზიდველი გახდა, რაც გარკვეულწილად ახლად შემოსული ლამაზად შეღებვის ტექნიკისა და გემოვნებიანი ორნამენტებიანი ქსოვილების შედეგი იყო. ეს დეტალები დღესაც ამშვენებს კიმონოს.

ტრადიციული იაპონური სამოსიდან დასავლურ ტანსაცმლამდე



ქალი კიმონოში
(ფოტო AFLO-სგან)

მეიჯის პერიოდის (1868–1912 წწ.) დაწყებისთანავე, მოხმარებაში შემოვიდა დასავლური სტილის უნიფორმა, რომელიც ეცვათ სამხედრო მოსამსახურე პირებს, პოლიციელებსა და ფოსტალიონებს. ამით დაედო დასაბამი იმ ცვლილებებს, რომელიც შემდეგ იაპონურმა სამოსმა განიცადა. აღსანიშნავია, რომ ადრეულ მეიჯის პერიოდში ჯერ კიდევ კიმონო დომინირებდა. ოფიციალურ შემთხვევებში, როგორც წესი, მამაკაცებს ეცვათ *ჰაორი* (ტრადიციული ჟილეტი), *ჰაკამა* და ეხურათ დასავლური სტილის ქუდეები მაშინ, როცა ქალბატონები მთლიანად იაპონურ სამოსში იყვნენ გამოწყობილები და ფეხზე დასავლური ჩექმა ჰქონდათ მორგებული. მოდის ამგვარ იაპონურ-დასავლურ ნაზავს დღესაც ვხვდებით. ამის ნათელი მაგალითია ახალგაზრდა ქალების ჩაცმულობა უნივერსიტეტის დამთავრების ცერემონიის დროს.

შიოვას პერიოდის (1926–1989 წწ.) დასაწყისისთვის მოხდა მამაკაცის ტრადიციული იაპონური ტანსაცმლის თითქმის მთლიანად დასავლურ სტილში გადასვლა. კომპანიის მამაკაც თანამშრომლებს ძირითადად ეცვათ პიჯაკები და შარვლები. დასაქმებული ქალებიც ხშირად ატარებდნენ დასავლურ ტანსაცმელს სამსახურში და ზოგჯერ სახლშიც.

იაპონიის სწრაფად ცვალებადი თანამედროვე მოდა

XX საუკუნის 40-იანი წლები

მეორე მსოფლიო ომის ბოლოს ქალებმა უარყვეს ფართო შარვლების ე. წ. *მონპეს* გამოყენება, რასაც ძირითადად ატარებდნენ ომთან დაკავშირებული სამუშაოების შესრულებისას და დაიწყეს ქვედატანების ჩაცმა. ამ დროისთვის არსებული იაპონიის მოდური სტილების უმეტესობა აშშ-დან იყო შემოსული. მოგვიანებით, XX საუკუნის 40-იანი წლების დასასრულსა და 50-იანებში, ქალებს მოსწონდათ ე. წ. „ამერიკული სტილი“, მაგალითად, ვიწროწელიანი, გრძელი და ბოლოში გაშლილი ქვედატანები ფართე ქამრებით.

ამერიკის მეშვეობით გარკვეულწილად პარიზული მოდაც შემოვიდა იაპონიაში. 1947 წელს შედგა კრისტიან დიორის პარიზული მოდის კოლექციის ჩვენების დებიუტი და მომდევნო წელს კი დიორის ახალი მოდის შესახებ მნიშვნელოვანმა ინფორმაციამ, ამერიკის გავლით, იაპონიამდეც მიაღწია. იაპონელი ქალები დიდი ინტერესით შეხვდნენ „ახალ მოდას“, რომელიც დღითიდღე პოპულარული ხდებოდა მთელ მსოფლიოში.

XX საუკუნის 50-იანი წლები

იმ ეპოქაში, როდესაც ბევრისთვის საზღვარგარეთ მგზავრობაზე ლაპარაკიც კი ჯერ ზედმეტი იყო, კინო წარმოადგენდა საზღვარგარეთული მოდის შემოდინების წყაროს. იაპონელები ბევრ დასვლურ ფილმს უყურებდნენ, რაც მათ წარმოადგენას უქმნიდა ამერიკელი და ევროპელი ხალხის ყოველდღიური ცხოვრებისა და ჩაცმის მანერის შესახებ. როდესაც ინგლისური ფილმი „წითელი ფესხაცმელები“ იქნა დიდ ეკრანზე ნაჩვენები 1950 წელს, იაპონიის ახალგაზრდებში მაშინათვე პოპულარული გახდა წითელი ფესხაცმელები. ოდრი ჰეფბერნის მონაწილეობით ფილმ „საბრინას“ ეკრანზე ჩვენებამ 1954 წელს, ახალგაზრდა ქალებში მეტად პოპულარული გახდა ტორეადორის შარვალი და „საბრინას ფესხაცმელები“. 1956 წელს, ფილმის - „*ტაიო ნო კისეცუს*“ (ცნობილია „ძალადობის სეზონის“ სახელწოდებით) ეკრანიზების შემდეგ, რომელიც იმიჰარა შინტაროს იგივე სახელწოდების აკუტაგავას პრიზიორ რომანზეა დაფუძნებული, ბევრი იაპონელი ბაძავდა ფილმში მონაწილეთა ჩაცმულობის სტილსა და მანერას, რომელიც ცნობილი გახდა, როგორც „მზის ტომი“ (*ტაიო-ძოკუ*). ზაფხულში კაცები ძირითადად ატარებდნენ მოკლემკლავიან მაისურებს, ალოჰას ჭრელ მაისურებსა და სათვალეებს, ხოლო ქალები კი ქუჩებში დასეირნობდნენ ფერად, მოჩითულ მოკლე შარვლებში.

XX საუკუნის 60-იანი წლები

XX საუკუნის 60-იანი წლებში მოდის უდაო ქომაგებად იქცნენ ახალგაზრდები. ეს ის დროა, როდესაც ხდება მაღალი საბაზრო ღირებულების მქონე ხელნაკეთი ტანსაცმლიდან, ე. წ. *haute couture*-დან, დაბალი ღირებულების მქონე მზა ტანსაცმელზე, ე. წ. *prêt-à-porter*-ზე გადასვლა. ამრიგად, ოფიციალურ ყოველდღიურ სამოსს ცვლის უბრალო ტანსაცმელი.



უნივერსიტეტის დამთავრების საზეიმო ცერემონია. ახალგაზრდა ქალი გამოწყობილია უნივერსიტეტში სწავლის დამთავრებისადმი მიძღვნილ საზეიმო ცერემონიაზე დასასწრებად (ფოტო AFLO-სგან)

1965 წლის გაზაფხულზე პარიზის კოლეჯციაში წარმოდგენილი მინი ქვედაბოლოები იაპონიაში მალევე შემოვიდა მოდაში. მასმედიის საშუალებები ამტკიცებდნენ, რომ მოკლე ბოლოკაბები არ იყო იაპონელი ქალების შესაფერისი მათი ფიზიკური აღნაგობის გამო, მაგრამ 1967 წელს ინგლისელი მოდელის, ტვიგის, იაპონიაში ვიზიტის შემდეგ, რომელიც ცნობილია, როგორც „მოკლე ქვედაბოლოების დედოფალი“, მინი ბოლოკაბები ძალიან პოპულარული გახდა. მისი მომხმარებლები თავდაპირველად ახალგაზრდა გოგონები იყვნენ, ხოლო შემდეგ უფროსი ასაკის ქალებმაც მოსინჯეს და მოდაში დარჩა 1974 წლამდე.

მამაკაცების მოდაში დიდი ცვლილებები მოხდა XX საუკუნის 60-იანი წლების შემდეგ. კერძოდ, შემოვიდა „Ivy style“-ი, რომელიც ეცვათ ამერიკის სტუდენტებს ელიტურ Ivy League-ის კერძო უნივერსიტეტებში (ბრაუნის, კოლუმბიის, კორნელის, დარტმუხის, ჰარვარდის, პენსილვანიის, პრინსტონისა და იელის უნივერსიტეტები). ამ სტილს ახასიათებდა ამერიკის ელიტარული კლასის ჩაცმულობისთვის დამახასიათებელი დეტალები და მიუხედავად იმისა, რომ მას წილად ხვდა იაპონიაში აღმავალი და დაღმავალი პოპულარობის რამდენიმე ციკლი, საბოლოოდ მოდის ეს

ფორმა კომპანიის ახალგაზრდა და საშუალო ასაკის თანამშრომლების ჩაცმის სტილში დამკვიდრდა.

ახალგაზრდებისთვის მოდური ფერადი სამოსის საპირისპიროდ, კომპანიებში დასაქმებული მამაკაცები იცვამდნენ კონსერვატიული რუხი ფერის მუქ ტონებში შეკერილ პიჯაკსა და შარვალს, რის გამოც მათ ირონიულად *დობუნეძუმი-ძოკუს* (ქუჩის ვირთხების ოჯახს) ემახდნენ.

XX საუკუნის 70-იანი წლები

XX საუკუნის 70-იანი წლებში საპორტო ქალაქებში, კობესა და იოკოჰამაში განვითარდა ახალი მოდის სახეობები, რომლებსაც ეწოდებოდა *ნიუტორა* (ახალი ტრადიციული) და *ჰამატორა* (იოკოჰამას ტრადიციული). ეს იყო ფაქტიურად ამერიკული Ivy Style-ის ექვივალენტი ქალბატონებისთვის. კობეს *ნიუტორას* სტილი ასევე ცნობილი იყო ტერმინებით *ონნა-რაში* (ქალური გარეგნობა) და *ოტონაპოკუ მიერუ* (ზრდასრულის გარეგნობა). *ნიუტორასთვის* დამახასიათებელი იყო ქალის სადა ზედა სამოსი, რომელსაც იცვამდნენ მუხლამდე სიგრძის ქვედაბოლოზე. განსხვავებით *ჰამატორას* სტილსგან, რომელიც იოკოჰამაში წარმოიშვა, და რომლისთვისაც დამახასიათებელი იყო *კოდომოპოსა* (ბავშვური იერი) და ზედატანზე ჩასაცმელი ნაქსოვი სათბილობელი (სვიტერი), რომელსაც ჰქონდა დიზანერებისა ან საფირმო მაღაზიებისთვის დამახასიათებელი ნიშნები და პოლო მაისურებისთვის ჩვეული გადმოკეცილი საყელო.

XX საუკუნის 70-იან წლებში მოზარდებს შორის „სერფინგისტების მოდა“ გახდა პოპულარული და გამოცოცხლდა ამავე საუკუნის 50-იანი წლების ამერიკული მოდისთვის დამახასიათებელი სტილები.

XX საუკუნის 80-იანი წლები

XX საუკუნის 80-იანი წლებში, როდესაც იაპონიამ შეაბიჯა არამდგრადი ეკონომიკური ბუმის პერიოდში, დაიწყო „დიზაინერებისა და განსაკუთრებული ბრენდების“ ცვენა, იგულისხმება ტანსაცმლის სერიოზული ბრენდები, რომელთაც აქვთ საკუთარი იარლიყი ანდა ბრენდის ინსიგნიები, დიზაინური ორიგინალობა და სხვებისგან განსხვავებული, ცალკეული დიზაინერების მიერ შექმნილი ურთიერთგანსხვავებული სტილი.



შიბუკაჯი

შიბუკაჯის (შიბუიას ყოველდღიური სტილი) მოდის სტილი, რომელიც იყო პოპულარული ახალგაზრდებში 1980 წელს. (კიორიჯუს ქალ ჯუნორთა კოლეჯის ფერისა და დიზაინის კვლევის ოთახის ფოტოებიდან)

იაპონელმა დიზაინერებმა, როგორებიც არიან: ტაკადა კენძო, მიიაკე ისეი და იამამოტო კანსაი განაგრძეს წვლილის შეტანა საერთაშორისო მოდაში და მიიღეს კიდევ უმაღლესი ჯილდო დამსახურებული ღვაწლისთვის. პარიზის კოლექციაში წარმოდგენილმა ნამუშევრებმა, იამამოტო იოჯის (დიზაინერული ჯგუფი - Y's) სამოსმა და კავაკუბო რეის (დიზაინერული ჯგუფი - *Comme des Garçons*) მუქ ფერებში გადაწყვეტილმა იდეოსინკრეტულმა სტილმა დიდი ყურადღება და მოწონება დაიმსახურა; თავად ავტორებმა კი გაფეტიშებამდე დასული პოპულარობა მოიპოვეს. დიდი ყურადღების ქვეშ აღმოჩნდა კიკუჩი ტაკეო და ინაბა იოშიე (დიზაინური ჯგუფი - *Bigi*) და მაცუდა მიცუჰირო (დიზაინური ჯგუფი - *Nicole*).

XX საუკუნის 80-იან წლებში ქალების სტილი ორი მიმართულებით გაიყო, ერთს ეწოდებოდა *ბოდიკონი* (ტანზე მოტმასნილი), რომელიც ხაზს უსვამდა სხეულის კონტურებს და მეორეს ეწოდებოდა *შიბუკაჯი* (შიბუიას ყოველდღიური სამოსი), რომელსაც ძირითადად უმაღლესი სკოლისა და უნივერსიტეტის სტუდენტები იცვამდნენ, რომლებიც ხშირად სტუმრობდნენ ტოკიოს შიბუიას რაიონის სავაჭრო ქუჩებს. იმ

პერიოდისთვის იაპონელი გოგონების უმრავლესობა ჩაცმის ბოდიკონის მანერას უფრო დისკოებზე იყენებდა, რაც საზოგადოების განსჯის თემა ხდებოდა. რაც შეეხება *შიბუკაჯის* სტილს, მისი წარმატებისა და პოპულარობის საიდუმლო, მის უბრალოებასა და გამძლეობაში მდგომარეობდა.

თვით კომპანიებში დასაქმებულებმაც კი, რომელთაც ნაცრისფერი მკაცრი სამოსის ტარების გამო „ქუჩის ვირთხებიც“ კი შეარქვეს, დაიწყეს მოდური და ბრენდული ტანსაცმლის ტარება. დღესაც სიტყვები - „უპრეტენზიო“ და „მოსახერხებელი“ ზუსტად განმარტავს კომპანიაში დასაქმებული იაპონელი პირების სამოსს. მეორეს მხრივ, თავად კომპანიებმაც შეიტანეს ცვლილებები

დასაქმებულთა ჩაცმის ეტიკეტში, მაგალითად, თანამშრომლებს ნება დართეს პარასკევს ანუ დასვენების დღეების წინა დღეს სამსახურში გამოცხადებულიყვნენ ჩვეულებრივი ტანსაცმლით.

XX საუკუნის 90-იანი წლები

„საპნის ბუმტის ეკონომიკის“ ჩამოშლის შემდეგ, გასული საუკუნის 90-იან წლებში, მოდის სფერო იაპონიაში, ისევე როგორც ბევრი სხვა სფერო, დაბნეულობაში აღმოჩნდა და ბუნდოვანი გახდა მისი მომავალი. ბევრი მოდის კომენტატორი ამ ათწლეულის მეორე ნახევრის მოდაში



განიერი წინდები

განიერი, ჩაჩაჩული, თეთრი წინდები იყო ძალიან მოდური უფროსკლასელ გოგონებში 1990 წელს. (კიორიგუს ქალ ჯუნიორთა კოლეჯის ფერისა და დიზაინის კვლევის ოთახის ფოტოებიდან)

ორიენტალიზმისა და რომანტიზმის ელემენტების დომინანტურობაზე მიუთითებდა, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ XX საუკუნის 90-იანების გვიანი პერიოდის მოდა ხასიათდებოდა სტილების სიუხვით, სადაც არცერთი კონკრეტული სტილი იყო წამყვანი.

90-იან წლებში ალბათ ყველაზე განსაკუთრებული ფენომენი იყო მოდაში გათვითცნობიერებული მაღალი სკოლისა და ჯუნიორთა უმაღლესი სკოლის გოგონების მიერ შექმნილი მოდური მიმდინარეობები. იაპონიაში დღესაც ჩვეულებრივ სანახაობას წარმოადგენს თავისებური გარეგნობითა და ჩაცმის მანერით გამორჩეული ქუჩაში მოსეირნე გოგონათა გუნდები, მაგალითად, გრძელი ყავისფრად შეღებილი თმებით, მუქად გარუჯული სახეებით, მინი ბოლოკაბებითა და მოკლე შორტებით, რომლებიც ბოლოებში ფართოვდება; განიერი და ტომარასმაგვარი მაღალყელიანი თეთრი წინდებით, რომლებიც განგებ აქვთ ჩაჩაჩული და ოდნავ გადმოშვებული ორივე ფეხსაცმლის ყელზე.

2000-იანი წლები



ტოკიოს გოგონების კოლექცია

(2009 წლის ტოკიოს გოგონების კოლექციის (Tokyo Girls Collection) ფოტოებიდან)

XXI საუკუნის პირველ ათწლეულში დაწყებული ფასების შემცირების გრძელვადიანი პროცესი პროდუქტებსა და მომსახურებაზე, რაც განპირობებული იყო „საპნის ბუმტის ეკონომიკის“ ჩამოშლით, რასაც თან მოჰყვა ხანგრძლივი ეკონომიკური კრიზისი, 1990 წელს მწვავე ფაზაში შევიდა და მოიცვა მოდის სფეროც. ქვეყანაში ყოველთვის არსებობდა მასობრივი წარმოების იაფფასიანი, ხელმისაწვდომი პროდუქტი, მაგრამ ამ პერიოდში ბაზარი მოიცვა ძირითადად საუკეთესო ხარისხისა და სტილის პროდუქტებმა. ცნობილია,

რომ მსოფლიო მოდაში დამკვიდრდა „სწრაფი მოდის“ ტენდენცია და ცნობილმა იაპონელმა მწარმოებლებმა იწყეს უცხოეთში გადინება. ამავე ტენდენციის საპირწონედ იაპონური ბაზარი უცხოელმა მწარმოებლებმა დაიპყრეს და იწყეს საფირმო მაღაზიებისა და ბუტიკების გახსნა დიდ სავაჭრო ცენტრებში.



მოდურად ჩაცმული ქალი და მამაკაცი (იაპონიის მოდის ასოციაციის ფოტოებიდან)

მდიდარ ფენაზე გათვლილი უცხოური ფუფუნების ბრენდები განაგრძობდნენ მაღაზიათა ქსელის გაფართოებას ტოკიოს გინძაზე და მის შემოგარენში. გარდა ამისა, ტოკიოს გოგონების კოლექცია (*Tokyo Girls Collection*), მოდის შოუ, რომლის სამიზნესაც გოგონები და ახალგაზრდა ქალები (მოზარდებიდან 30 წლამდე ასაკის ქალბატონები) წარმოადგენენ, ასპარეზზე გამოვიდა 2005 წელს და მისი პოპულარობა დღემდე იზრდება. ამ შოუს სისტემატური მოწყობით, დიზაინერებს საშუალება ეძლევათ არ დაიშურონ მცდელობა და მუდმივად წარმოაჩინონ ახალი კოლექციები. ასეთი სისტემა საშუალებას აძლევს

მომხმარებელს გაეცნოს მოდის სიახლეებს და აირჩიოს ახალი, მოდური და ხელმისაწვდომი სამოსი; ამაში მათ ეხმარებიან პოდიუმის ბილიკზე მოსიარულე ყველაზე პოპულარული იაპონელი მოდელები. პროდუქტის მოწონების შემთხვევაში მათ შეუძლიათ შეიძინონ იგი ფიჭური მობილური ტელეფონის (*კეიტაი*) საიტებიდან.

ტრადიციული იაპონური სამოსის მომავალი



ობი
კიმონოს ობი (სარტყელი /ქამარი) (ფოტო AFLO-სგან)

დღეს კიმონოს შედარებით იშვიათად შეხვდებით იაპონიაში. მას ძირითადად ატარებენ ხანშიშესული ქალბატონები, რომლებსაც ის ახალგაზრდობიდან მოყოლებული აცვიათ; მიმტანები, გარკვეულ ტრადიციულ რესტორნებში; ადამიანები, რომლებიც სწავლობენ ან ასწავლიან ტრადიციულ იაპონურ ხელოვნებას და წეს-ჩვეულებებს, როგორცაა ცეკვა, ჩაის ცერემონია, ყვავილების შეხამების ხელოვნება და ა. შ. დასავლური ტანსაცმლისგან განსხვავებით, კიმონო რთული მოსახმარია და ფიზიკური აქტივობის დროს მოუხერხებელი. ამიტომაც, რომ ის დღეს აღარ

გვხვდება, როგორც პრაქტიკული და ყოველდღიური ტანსაცმელი.

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა, კომონოს მყარად აქვს ფესვი გადგმული იაპონურ საზოგადოებაში და მას ყოველთვის იცვამენ განსაკუთრებულ შემთხვევებში. იმ ღინისძიებათა რიცხვს, როდესაც ქალები კომონოში იმოსებიან, მიეკუთვნება: *ჰაცუმოდე* (ახალი წლის პირველი ვიზიტი სალოცავებსა და ტაძრებში); *სეიჯინშიკი* (საზეიმო ცერმონია იმართება, როდესაც ახალგაზრდებს 20 წელი შეუსრულდებათ); უნივერსიტეტის დამთავრებისადმი მიძღვნილი ცერემონიები; ოფიციალური წვეულებები; ქორწილები და სხვა მნიშვნელოვანი დღესასწაულები. ასეთ შემთხვევებში გოგონებსა და გასათხოვარ ქალებს აცვიათ *ფურისოდე* ანუ გრძელსახელოებიანი კომონოები, რომლის მიმზიდველი დიზაინი იმ ტრადიციული იაპონური კულტურის ასპექტების ერთერთი შესანიშნავი მაგალითია, რომელიც დღემდე აგრძელებს გაფურჩქნას.