



付 28 話 三菱製のミニコン 紳士服設計プロジェクト No.1

今回は紳士服に関するお話しである。この業界の栄枯盛衰は何となく建築業界と似ている。学生は職人・技術者を嫌い、デザイナーを志望。これも同じ。役に立つと思うので、ある縫製工場の話聞いてほしい。

嫁の従兄がオーダーメイド紳士服の工場経営者、相談があるという。確か自身 35 歳だったと思う。既に、既製服用の型紙作成システムは市販されており、カスタマイズして導入したいがコンサルしてほしいとのこと。当時も今も、服や食に全く興味なく、紳士服の知識は皆無である。経費は変更作業費を含めて約 1 億円。Aldex 社は 40 人規模の中小企業、これだけの投資は無謀。しかも社内にはコンピュータや作成システムが分かる技術者がいない。工場見学、仕事の流れ、オーダーメイドによる型紙作成の意味など説明を受けた。高価格の既存システム導入のメリット・デメリット、内容と開発コストの分析から、型紙作成システムの自社開発を提案した。この開発はコンピュータオタクを十分満足させ、しかも異なる職種を学ぶこともできる。これはきっと楽しい。

「ハイテック・ハイタッチ」、社長の言葉が印象的で今も覚えている。売れる紳士服は熟練の職人が多くの手をかけて作る。それだけではだめで、ハイテクノロジーの支援が必要。コスト削減だけでなく、時代にマッチした設備やテクノロジーが必要となる。ここでは、コンピュータを用いた型紙作成システムや高級工業用ミシンを指す。両者の絶妙なバランスが重要で、どちらかに偏ると客に嫌われる。

開発準備で、仕事の流れと工程管理、特にオーダーメイドの型紙作成法を学び、システムの概略設計とコスト試算を行った。特にランニングコストでは型紙用のロール紙が最も高価、大量購入で対処する。当時オーダーメイドからパターンオーダーへと縫製の簡易化が始まり、顧客は富裕層から中産階級に広がっていた。高度成長期に伴い、オーダーメイドスーツを求める顧客層が増加し、A 社での日産着数が飛躍的に伸びて生産が追いつかない。工場では、厚紙で作られた型紙が切り抜かれ、体形順につるされていた。数人の職人が、百貨店や紳士服テーラーからの注文書を片手に最適な型紙を引き出す。採寸データや個人の特徴、例えば手が長いとか怒り肩であるかとかに合わせて、布地に線を描いていく。熟練の職人であっても、原図から引き直した型紙は微妙に変形し、時には間違ふこともある。人手と時間がかかると同時に、ここが最も重要な問題点であるという説明を受けた。

その後システム概要がおよそ理解できたことで、開発業者とコンピュータシステムを決める。数社から相見積もりを取ると、開発経費が予算を上回ることが判明。結局、付き合いのあった三菱系の小規模会社に頼み込み、発注する。金額は覚えていないが、開発システム一式の転売権を渡す条件を付けた。後に一軒のみ転売、きっと赤字だったと思う。コンピュータシステムは、三菱製 MELCOM350/50、工場などで使う制御用計算機として製品化、リアルタイム処理に強く、大型の XY プロッターを制御する。システムは、本体のコンピュータ、大型ロール紙に型紙を出力する XY プロッターとデザインした型紙からデジタルデータを読み取る大型デジタルタイザの各 1 台、グラフィックディスプレイ 2 台、モニター 1 台、採寸データ入力用端末 2 台、指図書用プリンター 1 台で構成され、これらをネットワークで繋ぎ、オラクルのデータベースを使用して顧客管理を行う。後に工程管理も行う予定であった。

紳士服は、背広（せびろ）またはスーツ（suit）と呼ばれる。前者の語源は諸説あり、「スーツを着ると背中が広く見える、ロンドンの高級紳士服街 Savile Row から変化した、市民の服(civil clothes)がセビロに聞こえた」などがある。スーツは本来一式・一揃いという意味、紳士服仕立ての上着とズボン、または上着とズボンとベストを同じ生地揃えた一式のことを指す。

スーツ発祥の地は英国といわれ、軍服や貴族の服として生地や縫製法が確立され、現在のビジネススーツに発展する。日本にスーツが広まったのは、幕末から明治維新の頃、当時は貴族や富裕層が着用していた。その頃のスーツは、イギリス製、アメリカ製、フランス製が主流でスリーピース・スーツのみ。明治時代の日本男性の洋装はむしろフロックコートが主流、ただし大半の日本人は和装である。

大正時代に入ると男性のスーツスタイルも一般化し、やがて日本の服装スタンダードへと進化する。この時代のスーツはオーダーメイド製品のみ、職人の手によって各自の体型に合わせて作られる。戦後になると、機械の発達、産業のオートメーション化への移行に伴い、レディメイド（既製品）による大量生産の時代へと移り、テーラードオーダースーツが衰退し始める。高度成長期に入ると、パターンオーダーによって中間所得者層でもオーダーメイドのスーツが買え、この業界は再び活気を帯びる。オーダー回帰は**ビスポーク (Bespoke)**にある。古来、紳士服の注文は客と対話し、体にフィットしたスーツを仕立てるのが基本。客は仮縫いなど何度もテーラーに足を運び、主人と会話し、お茶することで、ゆったりとした時間を過ごす。自尊心と優越感を満喫する。