

洋装

東京：慶文社，1932—2000



2巻12号（昭和8年12月号）表紙

本誌創刊は1932（昭和7）年である。正式に月刊誌として発行された第1巻2号（昭和8年1月号）を手にとると、そのページ構成の大半が外国雑誌の引用であることに気づく。むしろ転用とベタ訳と表現したほうが適切なほどである。英国の「ミニスターズ・ガゼット・オブ・ファッション（Ministers gazette of fashion）」や米国の「アメリカン・ゼントルマン*（American gentleman）」誌の、紳士服製図展開図をそのまま転用（どの雑誌からか誌面に記してある）し、裁断技術は日本語で解説している。当時の主幹西谷一男氏は「外国雑誌を手に入れること自体が恐悦至極の時代のこと。本誌の理念はまさに洋服の原点でもある西洋を手本に、洋の装いの製作技術を極めていくことだった」と語っている。

本誌は戦火のため1945（昭和20）年3月に休刊し、1947（昭和22）年12月に本文30ページの隔月刊誌として復刊する。その背景として、まず創始者である蛭川鉄之助、洋装社（昭和9年より慶文社から引き継いで本誌を刊行）社長のプロフィールから振り返る必要

がある。蛭川氏は日本の紳士服産業、とくに注文服分野を軸とする教育機関「日本洋服学校（後の日本メンズアパレルアカデミー）」の校長でもある。戦後の日本の、背広社会への貢献ということで、日本各地で開業する注文服店の技術者養成を実践し、授業カリキュラムも徹底したモノづくり技術に絞っていた。専門講師陣には、テーラー「パリ商会」を経営する中右茂三郎氏、銀座の老舗テーラーの2代目石川栄治氏、日本で最初に横文字の「ファッション」を紳士服分野で取り入れた青江耿介氏、そして現在も有力テーラーである「銀座山形屋」の主軸デザイナーとして多数の技術者を育成した新村作治氏など、戦前から紳士服に携わるプロフェッショナルたちを起用。日本人のためのテーリング教育を実施し、1999年に廃校するまでの約60年間にわたって1000人を超えるプロ技術者を誕生させ、名門として歴史に残る役割を果たした。日本の名だたるトップクラス技術者を集合させた蛭川鉄之助氏の学校事業は、文字どおり戦後の紳士服飾史の重要な因子になったのも事実である。

蛭川氏は、「今はアメリカが戦勝国として経済的にも文化的にも目立っている。しかし紳士服の原点はあくまでもイギリス。本家イギリスのテーラーを育成していくのがわれわれの生涯の役目」と

決意し、自社である洋装社を拠点に業界誌「洋装」を復刊したわけである。読者層の主力ターゲットはあくまでもモノ（洋服）づくりのプロに絞り、プロ技術者のための徹底したマニュアルとして専門レベルの高度な内容で構成。洋雑誌にならって、スタイル画や製図をふんだんに掲載したのも特徴となった。日本洋服学校の講師陣やテーラーの技術者によるページづくりは、理想とした「英国紳士服＝メンズファッション」とはやや異なるが、本誌は号を重ねるうちに「業界雑誌」としての箔がつき、愛され、月刊誌として定着したのは、創始者・蛭川氏の想像以上の結果だったのかもしれない。

1979（昭和54）年に誌面を刷新。表紙タイトルにもローマ字の“YOSO”を加え、内容の充実をモットーとするリニューアルを実施した。とくに海外ファッション情報に力を入れ、ミラノ・パリ・東京コレクションについては毎シーズン専属ライターの記事をグラビアページで掲載する。またIWS（現ザ・ウールマークカンパニー＝国際羊毛事務局）から届けられる海外モード写真の特集も、毎号のようにページを飾った。婦人服も取り上げ、80年3月号からはテラード風作品紹介の主旨で「レディス・カッティング教室」の連載をスタートした。創刊当時から雑誌づくりにかかわったテーラー石川の石川栄治社長が「何で『洋装』が『流行通信』の真似をする必要が？」というとおり、テーラリング業界人には本誌がそれまでの業界技術者マニュアル的傾向から離れていくことが不思議だったようだ。しかしこれを余儀なくしたのは、まさにその業界人口の減少に伴う本誌の売上部数低迷が要因だったことは否めない。

2000年12月号をもって廃刊となった「洋装：YOSO」の最後の編集長・大山崇氏は廃刊の理由を「新世紀は既製服の時代、その傾向がますます強くなったため」と、簡単にコメントしている。発行部数は1000部あまり。蛭川鉄之助氏の後継にあたる経営者は、その前年廃校とした日本メンズアパレルアカデミーの終章同様に、淡々と雑誌界からの完全廃業の意思を示した。入学希望者が50人に満たず廃校した日本メンズアパレルアカデミーと同様の原因なのが感慨深い。復刊第1号発行から53年目の決断である。しかし90年代から廃刊まで10年あまりの本誌を見ると、一般書店に並ぶファッション誌には決して見られない一種の「手づくり」の味と、群を抜く「プロの味」が感じられる。プロのメンズファッション評論家たち、古くは青江耿介、三木晶、高山能一氏などすでに故人になった彼らはすべて本誌をライフワークとし、この手づくりの雑誌をとてつもなく愛したはずである。廃刊時の外部ライターもまた然り。洋装社独自のイベントである「若手テーラーのファッションショー」「テーラー・オブ・イヤーズ・グランプリ」「トレンド・ファッションテマのアワード」ほか、雑誌主催行事のほとんどに参加して盛り上げていた。

創刊から68年。半世紀以上にわたり日本の紳士服テーラーを育て、業界の復興と成長に貢献した。そして全国のテーラー関連業者が日ごとに廃業に追い込まれ減少していく現実までをこの雑誌はあますことなく反映し、姿を消していった。（石辺啓道）

* 洋雑誌名表記は当時の「洋装」誌上の原文のまま