

## Men's wear (メンズ・ウェア)

Chicago : Fairchild, [1890] — 1983



1926年5月5日号 United Hunt Club race 会場のスナップ。当時の紳士淑女の華麗なファッションがうかがえる

本誌は小売業者を対象とした、商品計画のための情報誌である。そのため小売業者向け製品カタログ誌の要素も強く、シャツやネクタイなどの軽衣料のほとんどにダース売りの表示が記されている。広告ページも編集誌面同様に本誌購読者すなわち小売業者とそのスタッフら業界人を対象とした、製造業者や商社からのメッセージである。一般消費者対象の広告と同じものもあるが、商取引上の利点や特別キャンペーンなどを告知する「業界向け」ならでは、の広告が見られるのが興味深い。それにしても本誌には商品とサービスの案内が満載である。

1926年5月5日号には次のような特集が組まれている。「今秋の厳選ファッショントレンド」「父の日の、親父を魅了するワインと女性」「全米狩猟クラブ競技会のためのニューファッション」「ロマンティックな、早めの手袋スタイル」。これらの特集タイトルからもわかるように、トレンド予測がなされ、素材の提案やスタイルの傾向などが解説されている。何よりもマーケティング分析に基づくマーチャンダイジング提案がなされていた。販

売促進としての広告やディスプレイの提案と方法論なども目次に見られる。おりしも「父の日（この年は6月20日）」に向けての広告戦略はすさまじいもので、とくに手ごろなネクタイの特集は充実している。スポーツシーンに着目した特集記事も多い。スポーツといってもイギリスを発祥とする紳士のスポーツ、例えばゴルフ、ハンティング、そして競馬などである。プレイする人々のファッションだけでなく、競技を観戦する人々のファッションにも着目している。競技場そのものが紳士淑女の社交場であり、時代の先端をいくモードがあふれていたのである。紳士はフロックコート、モーニングコート、チェスターフィールドコートなどのフォーマルドレスにシルクハットやホンブルク帽、またはブリティッシュスタイルのスリーピースにソフト帽を合わせたスタイル、淑女はパリのオートクチュールのモードをまとった姿が華やかである。歴史の浅いアメリカ、そこで生まれ育った人々には、開拓の精神とともにヨーロッパの文化伝統に対する深い憧れと畏敬の念が同居しており、それは当然市場として本誌にも反映されていた。

1958年6月6日号の本誌には、アメリカ人の体型と生産効率を考慮した既製服の考え方のもとに生まれたアイビールックが特集されている。目次タイトルは「新学期ガイド：アイビールックの人気上昇——6地域別大学生のワードローブ分析が示す」「アイビーティストの商品の導入方法」「アイビ

ーリーグ大学生生活の潜入レポート」など。第二次世界大戦を経て疲弊した旧世界（ヨーロッパ）に代わる新たな世界の超大国へと経済成長を続けるアメリカが、初めてファッショントレンドを内側に求めた時代である。合衆国東部の名門8大学（ハーバード、イエール、ブラウン、ペンシルヴェニア、ダートマス、コーネル、コロンビア、プリンストン）のエリート学生に好まれたアイビールックは、ナチュラルショルダーの直線的なラインのスーツスタイルで、日本でも大流行し、良き時代のアメリカを象徴するものであった。

この頃の「Men's wear」では、実に全ページ数の約60%が広告ページに割かれている。単なる商品説明的な広告は少なくなり、ブランド名の普及と好ましい印象づけを意図する写真によるイメージ戦略が多くとられている。その内容はスーツを中心にコート、ブルゾンなどの重衣料、シャツ、パジャマ、アンダーウェアなどの軽衣料、そしてベルト、ネクタイ、靴、靴下など。この頃からカットソー（cut and sewn）

などのニット衣料商品が多くなってきたのは特筆すべきことであろう。また、カジュアル化の傾向が著しく進み、誌面の構成そのものも明るく開放的なものとなっている。時代の変遷とともに広告の形態も変わり、メッセージの提示方法も進化していくわけであるが、とくに編集ページと広告ページの関係は読者をひきつけるテクニクとして重要になってくる。むしろ広告ページの進化が編集ページの高度化を促したといっても過言ではないであろう。工夫を凝らしたキャッチコピー、上質なイラスト、タイポグラフィ、リアリティーのある写真。これらを上手に組み合わせ、ひとつの明快なメッセージや企業イメージ・商品イメージを創造し、読者すなわちその分野のプロである「業界人」の心をつかみ、商品の販促方法までも示唆する。まさに雑誌がビジュアルな広報・広告の最重要媒体だった時代の「商品告知誌」の真骨頂が見て取れる。

「Men's wear」はアメリカのメンズウェア・グッズ関連の製造業ならびに小売業の変遷を、ショップ向け情報誌というフィルターをとおして見ることでできる貴重な情報源である。また商業および商取引ビジネスのあり方とその変遷を、掲載記事と広告誌面から知ることができる資料でもある。『アメリカ雑誌全カタログ』（冬樹社 1980）によると本誌創刊は1890年。巻号次から推測すると、創刊時からずっと月2回の刊行頻度が守られてきたようだ。本館所蔵最終号である1958年9月5日号以後の内容の推移は不明だが、本誌は1983年10月に「M」と誌名を変更し、その7年後、すなわち創刊から100年後の1990年8月に廃刊となっている。通信衛星による全国ネットのテレビチャンネルやコンピュータ通信の普及で、広大なアメリカ合衆国全体をカバーする宣伝媒体としての存在意義が薄れていったこともその要因のひとつだったのではないだろうか。

（榎下町伸一）



1958年6月6日号  
アイビーリーグ大学での取材スナップ