

アゴラ エグゼクティブのための知的情報誌

The Magazine for JALCARD Members



Agora

第14巻第6号(毎月1回27日発行)2004年5月27日発行
1991年7月10日 第3種郵便物認可

June 2004

6

Agora Special

往のマハラジャへ

Cosmopolitans

タダシ・ショウジ

ファッションデザイナー



タダシ・ショウジ

ファッションデザイナー

Tadashi Shouji

長沢 潤一文
Text by Jun Nagasawa
押本龍一撮影
Photo by Ryuichi Oshimoto



「アメリカのファッション界は特別だ——」

これは関係者がよく口にする言葉である。

というのも、デザイナーとしてどんなに名声を獲得しても、その作品が市場のニーズに対応する商品として、大量生産され、利益を上げなければ評価されないからである。ビジネスとしていかに成功させ、顧客をつかむのか。その成功への道を「TADASHI」は突き進んでいる。

日本でファッションデザイナーといえは、「パリコレ」などで活躍するヨーロッパ系のブランドを連想するだろう。彼らが斬新なデザインを世に送り出し、ファッション界をリードしている面はあるものの、そこで魅せるデザインは、一般に広く「自分が着る服」として受け入れられているとはいえない。

アメリカのデザイナーは、その点でヨーロッパとは明確に一線を画している。生み出される「新しい美しさ」がビジネスとして成功しなければ、つまり大量にセールスされ、多くの人に着てもらえなければ、アメリカではデザイナーとして成功とはいえないのである。

一九六〇年代後半、仙台。絵画に才能を見いだし、パリでの活躍を夢見る青年がいた。高校を卒業し、希望を胸に東京芸術大学を目指す。東京で彼を待っていたのは挫折、そして苦しく暗い日々だった。受験には二度失敗。しかし当代きっての現代美術の旗手であった高松次郎のアトリエでアシスタントとなり、その才能をかすかにきらめかせたかに見えた。

だが、ある時を境にして、彼は職業を転々とし始める。

船乗りが始まり、病院の看護師、



アメリカのファッション界を
席巻している「TADASHI」。

広告取りの営業も経験した。赤坂のバーでウェイターを続け、そこで落ち着かないかと誘われもした。だが、それらは彼の心を満たすものではなかった。「詩のようなものを書き続けていた」と回想するように、夜勤の後、心の隙間を埋めるために、明け方まで書物を読みふけた。

無口で愛想がなく、世の中との接触を避けるかのように、夜の闇に自分の世界を重ね、心の奥底をのぞく毎日。彼は自分が何者なのかを必死に探していた。そして見つからず、もがいていた。

「手に職はないし、大学も出ていない。日本に居場所がなかった」。二五歳で彼は「可能性を求めて、アメリカに渡った」という。

それから三〇年……。

近年、日本のファッション誌でも注目され、目利きの女性たちから支持を集め始めている「TADASHI」というメイド・イン・アメリカのドレスブランドがある。ロサンゼルスを拠点とするこのメーカーのイブニングドレスは、「Tシャツ感覚で着心地が良く、身体にフィットし、美しく見える」のがウリだ。その上、価格は常識破りのリーズナブルなものである。

例えば、五輪メダリストのアイス

アメリカ人女性の心をつかむブランド「TADASHI」

Cosmopolitans
われら地球人— 137

スケーター、クリステイ・ヤマグチがホワイトハウスに招かれた際に「TADASHI」のドレスを着た。セリーヌ・テイオンも着たし、ミス・ユニバース世界大会の公式衣装にも選ばれた。ゴールディングローブ賞の授賞式でトム・クルーズの母親も……。「フィット感が良く、しかも美しく見える」ことが、彼女らセレブリティたちに認められているのだ。

しかし、元来「TADASHI」のドレスは、「より多くの人たちに、気持ち良く着てもらいたい」という願いをもつて作られたものだ。その願いは、実際に多くの女性たちの心に届き、彼女たちを満足させ、二〇〇三年には約一六万着のドレスを世界中の女性に提供し、年商およそ二四億円に達している。

難しいアメリカのファッション界で、大きな成功を収めた、「TADASHI」のデザイナーであり、オー

しょうじ・ただし

1948年、仙台市出身。画家を志して上京し、現代美術の旗手・高松次郎のもとでアシスタントを務める。その後、学生運動が激しさを増す中で、自分の方向性を見いだせず、仕事を転々と変える。73年、友人を頼ってロサンゼルスに渡り、デザインの学校に通う。持ち前の器用さで、デザイナーとして著名なビル・ウィットンのアシスタントに採用され、徐々にファッションデザイナーとしての才能を発揮し始める。82年に独立。Tシャツ感覚でイブニングドレスを着てもらうという、着心地の良さとラインの美しさを特長としたブランド「TADASHI」がアメリカ人女性に受け入れられ、年間生産量は約16万着、年商およそ24億円。ロサンゼルス在住。



左:アメリカの新聞、雑誌などで取り上げられる「TADASHI」の記事。
右:ロサンゼルス郊外に建つオフィスは、タダシがデザインしたもの。

ナー社長でもあるのがタダシ・ショウジ——、三〇年前の自分探しの末に、日本を飛び出した青年、庄司正である。「TADASHI」をここまで成長させた彼は、まさに「何でもやって」今の地位を築いてきた。三〇年という歳月は「何ができるか」と迷うのではなく、「やれることをすべてやってきた」歴史だったのである。

友人を頼って渡ったロサンゼルスで、彼はその気候の良さに魅入られた。そして、「絵が描けるから」という理由で、ロサンゼルス・トレッド・テクニカル・カレッジのファッションデザインコースに入学した。その後、アルバイトとして、当時エルトン・ジョンやザ・ジャクソンのステージ衣装を作っていたビル・ウィットンのもとで下働きを続けながら、現場の仕事覚えていった。

現在につながるファッション界の



ロサンゼルス
●地域/アメリカ合衆国・カリフォルニア州
●人口/約368万人
●アクセス/JAL直行便で成田国際空港、関西国際空港より約10時間。
●特徴/ファッションの発信地であるニューヨークに対し、ロサンゼルスは生産地。工場ではヒスパニック系やアジア系の人々が大量働いている。また、郊外には巨大なショッピングモールがいくつも展開し、高級ブランドをはじめ多くのブランドが競争を繰り広げる、大消費地でもある。

道に進んだのは、「偶然だった」とタダシは語る。

しかし、元々、彼にはアメリカでデザイナーとして成功するための才能が備わっていたように思われる。六人兄弟の五番目として育ったタダシの兄や弟は、仙台でスーパーマーケット・チェーンを展開する実業家である。父親は材木店で腕利きの営業職であった。そうした環境が、自然とビジネス感覚に磨きをかけてきたことは想像に難くない。

さらには、一番仲の良い姉・光子は、ファッションデザイナーとして銀座マギーに勤めていた。大学浪人時代、その後のアルバイト生活で東京に暮らしていたころ、タダシは姉のアパートに身を寄せていた。姉が自宅に持ち帰る仕事を手伝うこともよくあったという。「小さいころから絵が好きだったから、デザイン画を描かせたり、色付けをお願いする



上:フィッティングモデルに試着してもらい、着心地の良さやラインの美しさなどをチェックする。下:直営店の販売戦略について、スタッフとミーティングを重ねる。



ロサンゼルスに渡り、ファッションの世界へ

Cosmopolitans
われら地球人 137



上:「TADASHI」ブランドは、全米からニーズが殺到している。作られたドレスは出来上がるやすぐに出荷されていく状態だという。
下:縫製の細かな部分まで、納得がいくまで制作担当者で修正を重ねる。これが「TADASHI」の特長である。フィット感とラインの美しさを生み出す。

と、弟は私より上手だった。そう思うと、当時からファッションの道に進む才能はあったと思いますよ」と、姉は当時を振り返る。

タダシの絵心や、日本人特有の手先の器用さ、姉の影響、持って生まれたビジネスの嗅覚——、ロサンゼルスで、タダシが接した関係者に好印象を与え、ファッション界で道を切り開いていった背景には、それなりの理由が存在したのである。

当時、「英語ができないこと」が、二つの意味でタダシの成功を助けたという。一つ目は、英語ができないからこそ、言葉を理解するのではなく、相手の心を見抜いて判断できたことだ。「身振り手振りを見ていけば、ボスが何を求めているのか分かった。むしろ、英語ができる人たちよりも、早く理解できた。だから重宝がられて長く置いてもらえたし、いろんな

ことを任せられました」とタダシは回想する。

二つ目は、自分が東洋人だから、英語ができないからという理由だけで、フェアな交渉をしようとしなくて、相手とは仕事をしてこなかったことである。初めから対等の関係でビジネスをしようとしなかった人間では、お互いに高めていけるはずがない。

タダシは、「デザインだけでなく、採寸からパターン作りまで、何でもやった。それが今、大きく役立っている」と自認する。特に、水着などストレッチ素材のパターン作りを学んだことが、後の成功のカギとなったといってもいい。そこで得たノウハウをもってタダシは希望していた女性服、しかもマスプロダクションの分野に進んだ。

独立したのは八二年、アメリカの女性が社会進出を果たし、生活の豊

かさを求めていた時代。仕事後のカクテルパーティーに出掛けるための

ドレスが求められていた。パーティーの機会が多い彼女たちが望むのは、デザインが良く、美しく見えて、そして何より着心地が良いこと。イブニングドレスといえば五〇〇ドルは必要だった時代に、平均三五〇ドルというリーズナブルな価格のロングドレス「TADASHI」を展開した。女性たちに、衝撃をもって受け入れられたことはいうまでもない。

それから二二年、現在では高級ブランドのドレス一着の金額で、美しく着心地の良い「TADASHI」のドレスが二、三着買えるというメリットが、アメリカ人女性の心をつかりとらえているのである。

昨年、完成した事務所と工場を兼ねる新オフィス。ロサンゼルスのだ

ウンタウンから南西へ、二〇分ほどクルマを走らせた工場地帯にある。レンガがむき出しの工場が建ち並ぶ中で、ひととき洗練された印象を与える「TADASHI」のオフィスは清潔感が漂っている。

建物内はデザイン部門、縫製部門、営業部門など、機能的にいくつものエリアに仕切られ、家族的な雰囲気の中でスタッフが働いている。カリフォルニア州らしく、従業員の多くはヒスパニック系やアジア系の人々が占められ、スペイン語や中国語も飛び交っている。

「英語をうまく話せないスタッフには、通訳を介して指示を出すけれど、時に彼らは言われていることをよく理解もしないで「イエス(分かった)」と返事して、その場をやり過ごそうとする。それを信じて、そのまま彼らに任せてしまうと、全然違う製品ができてしまうことになる。ただ単に給料だけもらえればいいという姿勢で仕事に臨むスタッフに、どうやって責任感をもってもらおうのか。この積み重ねが、製品のクオリティにつながるんですよ」

これは、「人は自分の責任と価値を知れば、前向きかつ真剣に取り組むことができるようになる」という、タダシの経験に裏付けられた行動に思えてならない。

また、ドレスの着心地を最大のセ

この春、初めての直営店をロサンゼルス郊外のショッピングモール「サウス・コースト・プラザ」にオープン。モールの広報担当者も、「TADASHI」に大きな期待を寄せている。





上:現在、改装中というタダシの自宅。アジアのテイストを盛り込んだデザインを依頼している。下:忙しい合間を縫って、親しい友人たちと食事を楽しむ時間がリフレッシュになるという。

