



これはハイバックスタイルのオーバーオール。オッシュコッシュビゴッシュのビブオーバーオールのバックスタイルには、代表的なものが4種類あったことがわかってる。隣ページにあるオッシュコッシュビゴッシュの文字が入ったゴム素材を使うタイプとベストバックのタイプとを併せて4ボタンタイプのベストバックである。

Photo/Library of Congress

Historic Photos Courtesy of Oshkosh B'Gosh
Report & Research by Mikako Burks (PPI)

【オッシュコッシュビゴッシュ物語】

OSHKOSH B'GOSH

グレートブランド物語

Great Brand Story
第24回:文と構成 / 河村喜代子



ジェンキンス(左)とクラーク(右)。彼らの頭文字を組み合わせたJ&Cがオッシュコッシュにとっての最初のブランドになる。下はその文字をプリントした生地にユニオンチケットが付いたオーバーオール。ちなみにこの生地を製造したのはブーツ印で知られるシュティールだった。



北の大地で働くランバーマンや農場や鉄道で働く男たちにオッシュコッシュビゴッシュのアンクルサムはオーバーオールを届けた。

子ども服中心へと主力製品は変わっているがオッシュコッシュビゴッシュがアメリカのワークウェアの歴史に残してきたものは大きい。

ウィスコンシン州オッシュコッシュの名前だけは聞き覚えがあったが、アメリカのどのあたりに位置するのかまったく見当がつかない。地図を開いてみると、アメリカ5大湖のひとつに、ぶら下がったヘチマそっくりなかたちをしているミシガン湖がある。その先端にシカゴがある。ウィスコンシン州は湖の西側の北に広がっている。ミルウォーキーといった知名度の高

い名前もあるが、オッシュコッシュはなかなか見つからない。北の土地だ。寒く厳しい土地だ。そしてまるでミシガン湖の置き土産のようなウィネバゴ湖のそばにオッシュコッシュがあった。冒険ヒーローキ野郎たちが、エアーレスを開発することで知られている場所だ。

社と名乗った。フランク・グロープ、ハワード・ジエンキンス、ジェームズ・クラーク、ジョージ・シヨーンズの4人が資本金を出し合って始めた。翌年にはジエンキンスとクラークで、会社をやっていくことになり、社名をオッシュコッシュローゼンゲ社とした。従業員は10名のみ。彼らが最初に作った製品がヒッコリーストライプのオーバーオールだった。そこから20



オッシュコッシュにビゴッシュを付け加えた名前を書き入れて配達用のクルマが走り回った。ブランドの名前を知ってもらうための工夫だった。



19世紀末はワークウェアの代表格であるオーバーオールを着ている者たちがアメリカをつくった時代だ。メーカーはオーバーオールの着やすさを追求してさまざまな工夫を凝らした。サスペンダーのクロス部分に伸縮性を持たせたのはその一例。

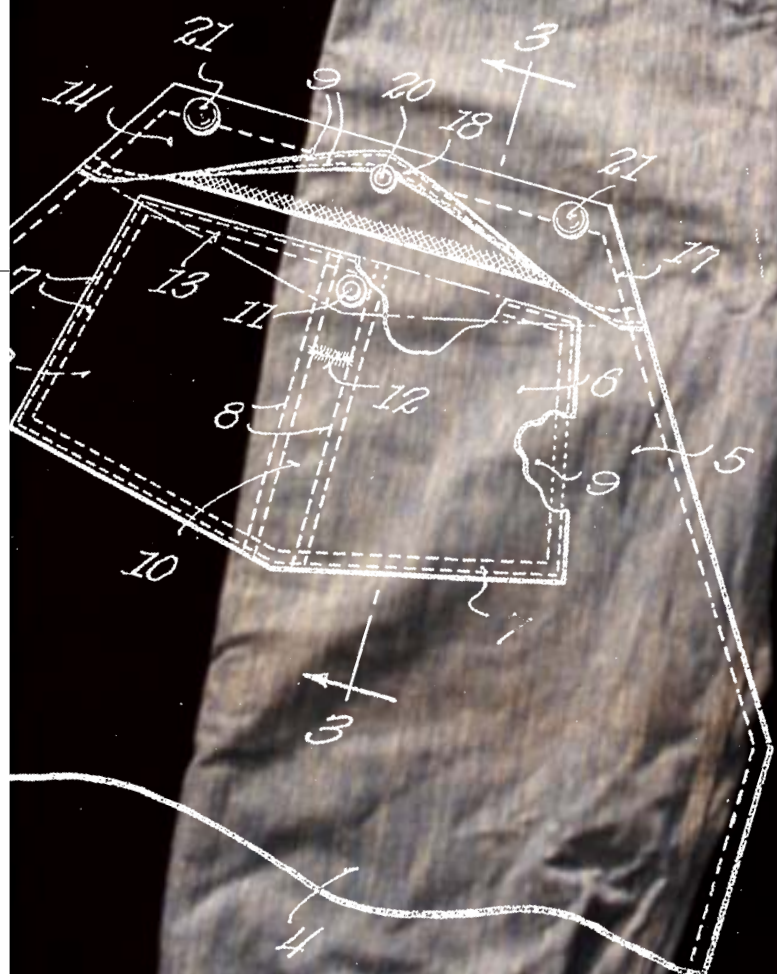
弱縫製ですぐに破れてしまふ。そこから実証主義のシリーズ広告が始まる。機関車から滑落しそうなっている絵がそれだ。絵の人物、カンザスのハンメル氏はオッシュコシュビゴッシュのオーバールのお陰で「九死に一生を得た」ことになっている。この実話シリーズは、仕事場を変えてハリエーションがいくつもあつた。

真つ先にアモスケイクとエベレットの名前がある。アモスケイクはリーバイスの生地をつくっていたことで有名だが、アメリカを代表する工場として、いや世界一の工場として当時知られていた。それ以外にはニューヨークの北、ミネソタにあつたコロムビアミルズの名前がある。ただ、これら東部の工場は後に、一斉にストライキに突入する時代を迎える。

ワークウェアは毎日着る。それだけに「まがしがきかない。弱い生地



ポケットウオッチの時代は過去のものとなり一時期3ピースポケットを廃止したことがあつた。だが大反対の声がわき上がり暗黒ポケット付きの元のかたちに戻された。



INVENTOR.
BY Charles E. Wittnash
Charles & French
ATTORNEYS.



オッシュコシュビゴッシュを代表するヒッコリーストライプのオーバール。上の1919年の広告からはボタンとステッチを贅沢に駆使していることがわかる。かがんだときにポケットの中身が落ちないように、ゴミが入り込まないようにふた付きにすることを考えた特許図面は1938年のもの。(US.Pat.No.2132668)



100年を超える歴史をもつオッシュコシュビゴッシュの広告群。1931年の広告では各部位の特徴を線引きしていかに丈夫につくられているかを説明する。子どもと大人たちが行進している広告は第2次大戦が終わった時代の1951年のもの。オーバールだけでなくワークシャツにカーキパンツ類が戦後の流れを写す。

遊び心にあふれているのは名前だけで、モノづくりはおそろしく実直、真剣だった。当時の広告を見ただけでもそれはわかる。ボタンの数が多く、要所にはグリーンのステッチが念入りにかかっている。使う生地は「イースタンデニム」であること誇らしげに強調している。20世紀の初頭、テキスタイル工場は工業化が進んだ東部に集中していたからで、品質のいいデニムはマサチューセッツを中心にした東部で織られていた。1910年のオッシュコシュビゴッシュの価格表をのぞいてみると

原音は「オッシュコシュビゴウーシュー」と、口のなかで、あめ玉を転がしているみたいに聞こえる。どこかユーモラスな響きだ。町の名前になっているオッシュコシュは、その土地に住んでいたメノミニ族の酋長の名前からきている。インディアンの言葉では、トリヤ

アンクルサムは信頼の証。丈夫なワークウェアのお陰で命拾いした実話があつた。

ビブオーバールを着たアンクルサムをイメージキャラクターにすると決めた理由は「アメリカの古き良き時代の価値観を表現するのにぴったり」だからだった。それは手間がかかって丈夫なワークウェアづくりに欠かせない工程を一つひとつ大事に守りつづけるアメリカのモノづくりそのものだった。





白いオーバーオールはベインター用。そしてペンキ塗りといえばこれはもうアメリカの一種の国民的バスタイムだ。なんでも自分でやるDIYももうひとつのアメリカの伝統。このふたつのアメリカが出会ったところには当然、アメリカを代表するワークウェアが必要だ。それがオシコシュビゴッシュのオーバーオールというワケだ。



変化の激しい時代をくぐり抜けて、アメリカでモノづくりするブランドが100年を超えてつづいてきている。オシコシュビゴッシュはその理由を、正しい時に、正しい場所に、正しいモノを届けてきたからだという。

オーバーオールとダンガリーから子ども服へアメリカが求める正しい服を届けてきた。

背が高い人、低い人、太っている人、痩せている人といろいろな体型の人が着るオーバーオールをひとつの型紙でつくる時代はもう過去になったとオシコシュビゴッシュは宣言。テーラーメイドのようにぴったりフィットするオーバーオールのために複数の型紙を使ってつくっているとアピールした。



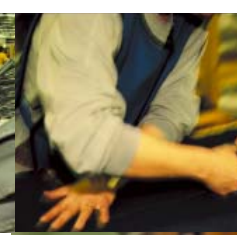
ユの白いベイントが、大型の納屋の妻側や穀物サイロの塔の上に描かれていた。中西部一帯のファームベルトに、オシコシュビゴッシュの客になつてくれる人たちが住んでいたからだ。小さな町のゼネラルストアのウインドウのなかには、アンクルサムがいた。彼らに向かってアンクルサムが、オシコシュビゴッシュなら丈夫で着心地がいいだけでなく、身の安全を守ってくれるときえいつていた。



上は全米を遊覧途中にオシコシュビゴッシュの工場を視察にやってきたケネディ大統領。下はフォード大統領。彼らはどちらもオーバーオールを着る暮らしとは無縁の育ちだった。だが、この服を着る人、つくの人たちの存在を軽く見ることにはけっしてできなかった。



第2次大戦を戦い終わったアメリカには、新しい時代の波がやってきていた。オーバーオールに戻る人がいる一方で、軍隊でなじんだカーキのパンツにワークシャツという格好を好む世代が生まれてきた。オシコシュビゴッシュでは変化をそうとらえていた。そして本格的な変化は、帰還してきた兵士たちの子どもの世代、ベビーブーマーたちによってもたらされることになる。そして彼らに向けた子ども服製作が始まった。



1895年、会社発足当時は地元オシコシュの町の人たちに向けてオーバーオールをつくっていた。町は別名ソーダストーンティと呼ばれ、通りは製材所から出るおがくずだらけだったらしい。南北戦争前にオシコシュには鉄道が伸びてきており、駅ができていた。だが、貨物列車に材木を積むために駅へ向かって通りを走っていくのは荷馬車ばかりで、クルマの姿を探してもまだ影もかたちもなかった。そんな時代に「ラバの尻革のようにタフ」なワークウェアを働く男たちのためにつくった。豊かな松材を提供してくれていた森林が、ほとんど町か



第1次大戦と第2次大戦では、今度はアンクル



サムの息子たちのためにオシコシュビゴッシュが働いた。アメリカ海軍用にダンガリーのパンツとシャツを納入し、陸軍向けにはワンピースの通称ジャングルスーツを製造した。工場に働いていた者たちにとって、軍用であっても「生地の色が違っただけで、つくり方は同じ」だった。戦争が終わった1945年に会社は創立50周年を迎え、それを祝う式典は翌年行われた。



ヒッコリーストライプとトライアングルヘルムとベストバックススタイルはオシコシュビゴッシュを代表するアイコンだった。

モノマガが最初に取材に訪れた1994年当時の製造工場。体育館のように広い場所に裁断台がおかれ、縫製工場ではミシンがうなりをあげていたものだ。

☎ライトオン ☎029-858-3263
http://right-on.co.jp