

STYLING

MONO



デザインの解釈は決してひとつではない。
それはたとえば“造形”のみで語られることではないし、
デザインの精神論だけで語りつくされるべきものでもない。
デザインはモノが誕生した歴史や、それを生み出した企業の哲学、
そして独自の技術やアイデアなど、そのスタイリングを形成する
すべての要素の上に成り立っているのだ。
細部に宿った神々の姿をひも解いていくことで見える世界を探訪しよう。



RED WING

Since 1905~

●特集 [レッド・ウィング]

Photo/Dai Yabuzaki (WPP)、WPP Archives
Text/Teruhiko Doi

とも呼ばれ完成度の高いラストと普遍的なデザインを持っていた。
その靴の名は『ポストマン』。全米の郵便配達夫たちに
向けて発売され、同時に、実際に働くポストマンたちの
要求に応えながらソールやアップパーの仕様を変更していき、
1960年に接ぎ無し一枚革の防水性の高いアッパーと、
履き心地のいいクッション・クレープソールを
組み合わせたデザインへと進化した。毎日重い郵便物を抱えて
労働する郵便配達夫にとって、それはレッド・ウィング社からの、
何よりの朗報だったはずだ。



Photo/Library of Congress

郵便配達夫は二度も三度もベルを鳴らしたに違いない。
彼らが持つバッグは、厚いレザーで頑丈に作られており、
大量の郵便物を詰め込むと大変な重量になったから、
重い郵便バッグを抱えて配達先に何度も足を運ぶことから、
何度もベルを鳴らすほうがすべてに優先したはずだ。
ただ、問題はその重量のすべてを受け止める靴の疲労が激しすぎて
長持ちする一足になかなか出会えなかったこと。
1954年、アメリカで一足の靴が開発された。
その靴は「サービッシュューズ」または「ユニフォームシューズ」



STYLING

MONO

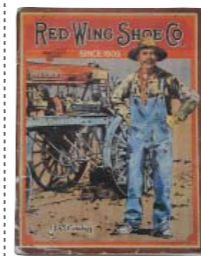
あのフォードの自動車産業が産声を上げ、石油や電力による第二次産業革命が起きてアメリカが世界一の工業力を持った20世紀初頭、産業の基盤を支えた労働者たちの足元を守る頑丈な靴を作るブランドとして「レッド・ウィング」社は誕生した。ネイティブアメリカンの酋長の名を持つ、中西部の町の名前をそのままブランド名として。



シューズボックスから始まる一日。名品POSTMANのスタイリングに迫る



1954年に基本モデルが登場し、その後いくつかの仕様変更を経て「ポストマン・シューズ」が完成されたスタイルとなったのは1960年。電子メールなどまだ無かった時代、USメールは全米中のポストマン（郵便配達夫）たちによって配達されていた。安全性と確実性とプライバシー保護の上に成り立つ郵便事業は近代国家の証明であり、国家公務員として大量の就労人口だった最前線のポストマンたちはその象徴でもあった。重い郵便バッグを抱えて移動する彼らの足元にかかる物理的な負担を軽減する靴の開発は、シューズメーカーにとって一大事業だったのである。この「POSTMAN」というシューズの価値は、そうした国家的な規模の要求に応えた機能性にある。同時に、シンプルかつ合理的でありながら、どこかトラッドなスタイリングを有したデザインは、まさにミッドセンチュリーモダン・デザインの隆盛を見たこの時代の価値観を体現しているのである。レッド・ウィング・シューズの魅力は、こうした事実の中からも見出さなければならない。





ダウンジャケット 価格9万2400円
 ニット 価格3万450円
 チノパンツ 価格2万4150円
 ニットキャップ 価格6300円/すべて
 ナイジェル・ゲーボン/アウターリミッツ
 ☎03-5457-5631

Styling/Hamish Photo/Yoshihisa Kumagai (WPP)

STYLING

MONO

あのフォードの自動車産業が産声を上げ、
 石油や電力による第二次産業革命が起きて
 アメリカが世界一の工業力を持った20世紀初頭、
 産業の基盤を支えた労働者たちの足元を守る頑丈な靴を
 作るブランドとして「レッド・ウィング」社は誕生した。
 ネイティブアメリカンの酋長の名を持つ、
 中西部の町の名前をそのままブランド名として。



50年経っても変わらぬ機能、変わらぬデザインの価値観こそが、名品たる理由



Photo/WPP Archives



スタイル#101 ポストマン
 価格2万9820円。
 左はチャッカタイプの
 スタイル#9196 ポストマン
 価格3万1710円。

STYLING

MONO

あのフォードの自動車産業が産声を上げ、石油や電力による第二次産業革命が起きてアメリカが世界一の工業力を持った20世紀初頭、産業の基盤を支えた労働者たちの足元を守る頑丈な靴を作るブランドとして「レッド・ウィング」社は誕生した。ネイティブアメリカンの酋長の名を持つ、中西部の町の名前をそのままブランド名として。



レッド・ウィングのブランド・フィロソフィーにこそ名作誕生の秘密がある！



1905年、日産110足あまりの小さな工場からスタートした「レッド・ウィング」社は、グッドイヤーウェルト製法を導入した、頑丈で履き心地のいい農場用のブーツで一躍その名を広めた。やがてその丈夫さは工業の現場でも重宝されるようになり、近代化と工業化の20世紀の歴史を支えることになった労働者たちに信頼されていった。「ワークブーツ」の概念はこのブランドによって醸成されていった、といっても過言ではない。とはいえ、同社は愚直に職人的な頑丈さだけを追い求めていたわけではない。たとえばポストマンに代表される、サービスシューズ、や戦時中の軍用ブーツなど公的なシューズの開発には、高いレギュレーションをクリアする機能性と、それらを大量に効率よく生み出す生産性が要求される。もちろんそこにはプロダクトとしての高いデザイン性がなければならぬ。先端の生産技術である、ハイテックさと、確実に信頼の置けるモノ作りを実現した職人性である。ハイタッチを同時に考えられる柔軟性があったからこそ、世界に冠たるワークブーツが生み出されたのである。その合理的なスタンスこそが、メイド・インUSAの真骨頂でもある。



スタイル#877 クラシック・ワーク
累計販売実績No.1のベストセラーブーツ。
価格3万5700円。
撮影協力/[EmecoチェアNAVY]
価格6万9300円(HAND BRUSHED)
エメコの椅子もまた、アメリカが生んだ傑作であり、サービスチェアであった。
©ロイヤルファニチャーコレクション
☎03-3593-3741

“ナンバー8”ラストを使用した
スタイル#2941 クラシック・ワーク
価格3万4860円



STYLING

MONO

あのフォードの自動車産業が産声を上げ、石油や電力による第二次産業革命が起きてアメリカが世界一の工業力を持った20世紀初頭、産業の基盤を支えた労働者たちの足元を守る頑丈な靴を作るブランドとして「レッド・ウィング」社は誕生した。ネイティブアメリカンの酋長の名を持つ、中西部の町の名前をそのままブランド名として。



靴箱の中にレッド・ウィングがある喜びと安心感があるから、また欲しくなる



スタイル#9196 ポストマン・チャッカ
1958年にポストマン・シリーズのバリエーションとしてラインナップされたチャッカ・ブーツ。
価格3万1710円



スタイル#877 クラシック・ワーク
レッド・ウィング社の中の累計販売実績No.1ベストセラーブーツとして名高い名品。
価格3万5700円



スタイル#2906 6" ラインマン
20世紀初頭のアメリカのインフラ事業の中でラインマン(電線工)は最も危険な仕事だった。ホールド性の高い作りが安全性を高めたという。
価格2万9820円



スタイル#8878 クラシック・ワーク
名品アイリッシュ・セッターをルーツとするアメリカを代表するワークブーツ。
価格2万9820円

えすの安心感を与えてくれるからだ。同時にわれわれが生きているこの時代のファッションの価値観の中で、丈夫で力強いレッド・ウィングのワークブーツのデザインは、リアルな存在感で語りかけてくる。本物のワー

な存在証明を自分のものにできた充実感が忘れられないからなのだと思ふ。クルマや時計は大人になれば手に入られるが、レッド・ウィングは、男にならなければ手に入れないブーツ。そんな

ときが来たら、一生付き合っていくことになるだろう。それがレッド・ウィングのスタイルングだ。足もとをこのブーツで固めておける安心感は、所有した者にしか分からない喜びなのである。

レッド・ウィングは不思議なブーツである。アイリッシュ・セッターにしろエンジンニアやペコス・ブーツにしろ、とりあえず自分のワードローブの中に「一足のレッド・ウィング」という選択肢があるだけで、とりあ

カーに向けて作られているからこそその存在感であり、道具としての価値観は流行とは無縁の存在なのである。最初に手に入れたレッド・ウィングに足を通したときの高揚感を男たちが忘れられないのは、そうしたリアル

な無意識のハードルを自分自身が課すような道具はそうそうあるものではない。だからこそ、一度手に入れたレッド・ウィングを、どう履き込んでいくのか、問われることになる。そして自分が育てた一足に自信が持てた



スタイル#2941 クラシック・ワーク
ア라운드・トゥの超名品、#708を21世紀になって忠実に再現したモデルである。軽くて頑丈なブーツの代名詞的存在。
価格3万4860円