

STYLING

VOL.116
VAN JACKET
SINCE 1948 ~

●【ヴァンジャケット】

Photo/Tomoaki Tsuruda(WPP)

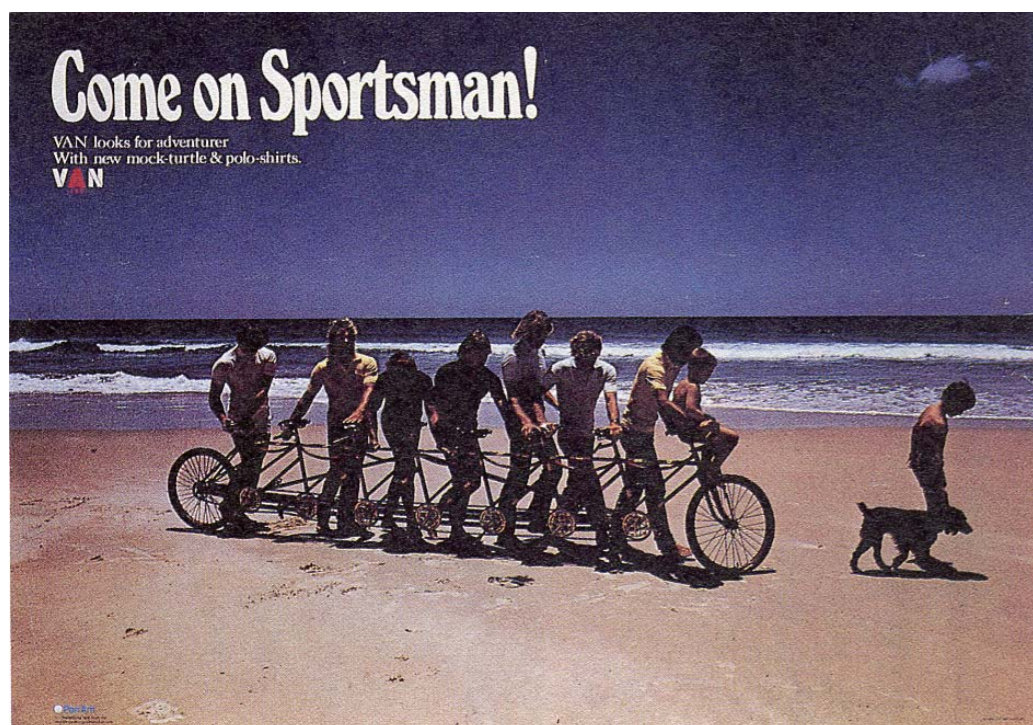
VAN JACKET Archives

Text/Teruhiko Doi

MONO



アメリカのカッコ良さや空気を
本格的に導入した
初めての日本企業が
「VAN」だった。



ファッションが楽しいものである、
ということに日本人が気付いたのは
いつ頃からのことであろうか。
少なくとも江戸の街の旦那衆は、
着物の着方や履物、小物などが
粹^{〴〵}であることに
価値を置いていたし、
大正時代のモボ・モガは
いま見ても舌を巻くほど洗練された
お洒落を楽しんでいた。
でも大衆が、それも若者たちが
本当にファッションを楽しむ
始めたのは戦後の高度経済成長期。
銀座に出没した
〴〵みゆき族^{〴〵}に代表される
アイビー・ファッションの流行が、
いまの日本における
ストリート・ファッション産業の
礎を築いたことは間違いのないと思う。
裕福な大人たちのファッション
ではなく、団塊の世代の
若者たちによるムーブメント。
その代表が『VAN』というブランドの
社会現象ともいえる大流行だった。
「バン」ではなく「ヴァン」。
日本人に「横文字がカッコいい！」
という価値観を刷り込んだ、
日本生まれの
ファッション・ブランドである。



ゴルフ用なので背中にプリントが入った動きやすいデザインが本来のスタイルだが、このモデルは開発当時、工場がプリントを入れずに裁断した形で間違って納品、苦肉の策として同社企画部がプリントを入れて製品化したのが始まり。



アップリケ刺繍が素敵なバックスタイルを演出する「スウィングトップ バックロゴ」
価格各 2万3760円(ネイビー、レッド)

VANの創業者石津謙介が創った和製英語「スウィングトップ」は、いまやファッションの世界では常識として使われている言葉。ゴルフ用ジャンパーとして開発され、ゴルフのスウィングからその名が命名された。



STYLING

MONO

ジーンズメーカーの「ラングラー」の日本法人である「ラングラー・ジャパン」や家具ブランドの「アルフレックス・ジャパン」の設立にもVANは出資という形で参加。その世界観構築の一端となった。



VANの販売店用マニュアルは、まるで雑誌のような作り。石津謙介(左)の対談なども記事的に掲載されていた。

日本人にファッションの楽しさを教えてくれた 最初のブランド「VAN」への尽きぬ賛歌

2018年のいまを生きる世代にとって、日本中の人が外国人を見ればアメリカ人だと思っていた時代があったなんて信じられないだろう。テレビ放送が始まって間もなく、ミッドセンチュリーの好景気に沸くアメリカ人の生活が垣間見えるTVドラマは、見たこともないような豊かな生活、素敵なデザインの大型家電やクルマ、ファッションがあることを教えてくれた。そんな時代にVANは突然日本の若者たちの目の前に、アメリカを持ち込んできた。横文字のブランド名、輸送用木箱に刷り込んであるフォントをイメージさせるロゴデザイン、アイビーと

いうスタイルの紹介、多くの魅力的なキャンペーンとノベルティ(この言葉もVANが初めて使い始めた)など、VANの魅力や功績は語り尽せないほどあるが、何よりも大きかったのは、ファッションが実に楽しいものであると、当時の日本の若者たちに教えてくれたことだ。

日本のファッション史の中で語り継がれるレジエンドの一人として、石津謙介の名は欠かすことが出来ない。大阪市南区で1951年、前身の石津商店を創業し、1954年には「VAN」ブランドを世に送り出した。1963年には兄弟ブランドの「Kent」を

立ち上げた。「メンズクラブ」や「平凡パンチ」などの雑誌と情報発信を共有したことも石津の戦略のひとつ。やがて団塊の世代の若者たちにとってIVYは単なるスタイルではなく、新しい価値観、主張となり、特に銀座のみゆき通りやその周辺を闊歩した「みゆき族」は社会的にも大きな注目を集めたのである。彼らの聖地となったVAN銀座店周辺は、当時の日本で最もお洒落なエリアだった。1965年にはアイビースタイルのバイブルとされる名著「TAKE IVY」の発刊に合わせたキャンペーンを実施。アメリカの名門IVYリーグ8大学のキャンパ



いわゆるアニュアルレポート的な対顧客の市場分析も、堅苦しくないアメリカ企業のような自由さ。



販売店用のVANマニュアルの中では、ショップ店員の資質を伸ばそうと意図したような記事が目立つ。



ウィンドウディスプレイへのレクチャーも的確。1970年代のVANが、かなり時代を先取りしていたことがよく判る。

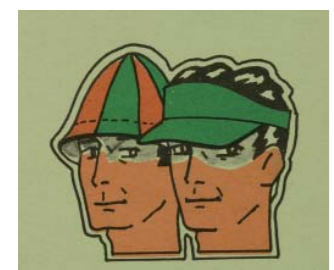


イラストやロゴデザインなどグラフィック・デザイン的重要性に、VANは創業当時から気が付いていた。

スライフを取材したこの本は大ヒットし、その後数度の復刻版もヒットするなど、IVYスタイルの根強い人気を支えた。石津はこの本の提唱者であった。VANが日本のファッションを中心とした大衆文化に与えた影響は計り知れない。ステッカーやポスターなどに代表されるノベルティを次々と提供する企業戦略は、後の時代におけるブランドのイメージ戦略にも大きな影響を与えた。つまり60年〜70年代の時点ですでに、彼らはソフトウエアの重要性に気が付いていた

のである。ちなみに、スウェットシャツを「トレーナー」と呼んだのも彼らが最初。現代にも受け継がれる和製英語の面白さを創造する力もまた、VANというブランドの魅力だった。

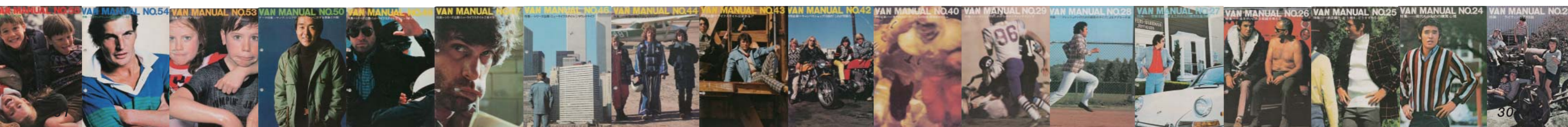
流行の浮き沈みは激しい。情報化社会になって以降、ファッションの流行は特に変化のスピードが速くなった。VANも企業としての統合・再生を繰り返しながら、それでも基本のIVY路線を守り続けて現在に至っている。いま蔵前の同社本社横にあるVAN蔵前店に足を踏み入れると、60代以上には懐かしいノベルティのアーカイブを目にすることができ、同時に、定番のジャケットやスウィングトップ、スウェーターなどを目にする時、そのスタイルが決して古臭くないことに気が付く。清潔で上品で知的なVANの世界観、変わらぬ王道のスタイルは流行の浮き沈みに左右されることはないのだ。戦後の日本が高度経済成長を遂げようとしていた、半世紀以上も前の時代に、VANというブランドがどれだけ進歩的な視点と戦略を持っていたのか、いま改めてその価値と凄さに気づかされる。



→カリフォルニア・イメージ満載の販促用写真。↓VANマニュアルの誌面で、若き日の湯村輝彦氏のイラストを随所に発見!



雑誌的な写真の世界観、ロゴを大切にブランドの哲学が見えてくる。



STYLING



現在の本社横にある
VAN SHOP蔵前店
④台東区蔵前4-11-6
☎10:30~18:30(平日)
11:00~18:00(土日祝日)。
ⓧ火曜定休

MONO



製品に関するお問い合わせは
●ヴァンジャケット
☎03-5829-9005
<http://www.van.co.jp>



【スマートラッドスタイル】3パッチポケット、段返りのVANの顔となるブレザーはコットンサーフニットという変形鹿の子素材を使用。コットンサーフニットブレザー価格3万4560円、トロピカルウールスラックス価格2万2680円、レジメンタルタイ価格1万2960円、リボンベルト価格9504円、ボタンドウンシャツ価格1万584円



【ケープコッドスウィングトップ】51年前の1967年春夏に行われたニューイングランドの高級別荘地、ケープコッドの名を冠したキャンペーンはいまでも人気が高く、当時の資料に残されていたイラストを基にデザイン復刻。スウィングトップ価格2万5920円、パッチワークマドラスベスト価格1万6200円、ジョーガーパンツ価格1万2960円、ボタンドウンシャツ1万584円



【コットンリネンスポーツジャケット& ISKOストレッチデニム】春らしいコットンリネンのスポーツジャケット価格3万8880円、イスクオデニムパンツ価格2万5920円、シアサッカーシャツ価格1万584円、トートバッグ価格8424円、キャップ価格8424円



【オーバーダイマドラスシャツスウィングトップ】オーバーダイ加工のパッチワークマドラス生地を採用したドッグイヤーカラーのスウィングトップ。価格2万520円、グルカショーツ価格1万6200円、Tシャツ(参考商品)



【シアサッカージャケット&ベスト】スマートラッドのスタンダードといえばシアサッカー。シアサッカージャケット価格3万4560円+ベスト1万7280円の2ピースセット。そこに合わせるのVANの定番、スタンダードアイテムのアイビーモデル チノパンツ価格1万4040円とボタンドウンシャツ価格1万584円。トートバッグ価格7344円