

遙かなる風雪

13

実録・柴田音吉洋服店

関東大震災——高まる洋服の需要

大正12年9月1日、突然の地響きとともに繰りひろげられた関東大震災の地獄絵は、その後の世相を一変させた。

焼け跡に立ったひとびとはまず食物を、住む家を、そして着るものを新しく求めなければならなかった。

簡便な食物、壊れない家、活動に便利な衣服が当然迎えられてゆく。洋服は震災以来、しっかりとこの風土に定着した。

大正14年、銀座の通行人のうち和服33%、洋服67%。大正15年の心齋橋では和服46%、洋服54%。(日本風俗史—今和次郎)という記録がある。

震災から2年の後、東京では約7割近い人びとが洋服を着ていたといえる。

大地震で東京のラシャ商、洋服屋は壊滅に近い打撃を受けた。大どころのラシャ屋であった上村伝助商店は幸い倉庫が焼け残ったと関西へ報らせが飛んだ。

ストック、本間、大滝などの店はすぐ再建にかかったが間を埋めて関西のラシャ商の多くが東京に進出、おびただしい注文をさばっていた。

柴田音吉商店東京支店が牛込に店開きしたのは大正13年である。復興の街の需要は大きくふくれ上がり、6人の駐在員にとってテンテコ舞いの日々が続く。5人はラシャ部、1人は洋服の注文をとった。

その後店は京橋に移り拡張シーズン毎に白崎チーフ・カッターが客の採寸に神戸から



大正13年に柴田音吉商店の東京支店が開設され、関東大震災後のふくれ上がった需要をさばっていた。

上京した。

× × ×

ラシャ部の仕事は次第に柴田の店の中で大きな重みを持つようになってきた。

当時扱うのはほとんどが舶来服地である。ラシャの銘柄は知られていない、というより、ラシャはチョップ名でなく、問屋の信用、で売る商品であった。上伝の、鷹岡の、竹馬のラシャであった。柴田もまた例外ではない。ブランドが云々されるようになったのは第2次大戦後のことである。

いま、柴田商事の取扱いメイン・ブランドとなっているドームル・フレイヤー社の製品も、当時から扱ってはいたがその名はまだ日本を席巻するには間があった。洋服部の方ではカット・レングスが多か

ったが、ラシャ部の主な商品はピース物である。

大正後期のこれら舶来服地は冬物20オンス、春物16~17オンス、夏物11~13オンスくらい。ウーステッドがほとんどで、柄はタテ縞、ピンヘッド、パーズアイ、シャクスキなどいま復古調で人気を盛り返しているオーソドックス・パターンで占められた。

年より地味なものを着ることが美德とされていた時代、和服の感覚で選ぶ洋服地は当然地味なものが多かった。紺ネズミ、茶のほかの色は着る人もなかったといっている。背広の型はいま脚光をあびる1920年代「ギャツビー・スタイル」。必ずチョッキがつき背広といえは「3つ揃い、以外の何ものでもなかった。

(つづく) 岡和子記者