

メンズファッション専門情報誌

VOL.142

(2024_8_9月合併号)

Bespoke News



Special edition

◆ローマ サルトリア 2024ファッション

◆クラシコ イタリア (ピッティ ウオモ)

2025/26 春夏 スーツ&ジャケット特集(2)

アジア圏視野に入れたテーラービジネス

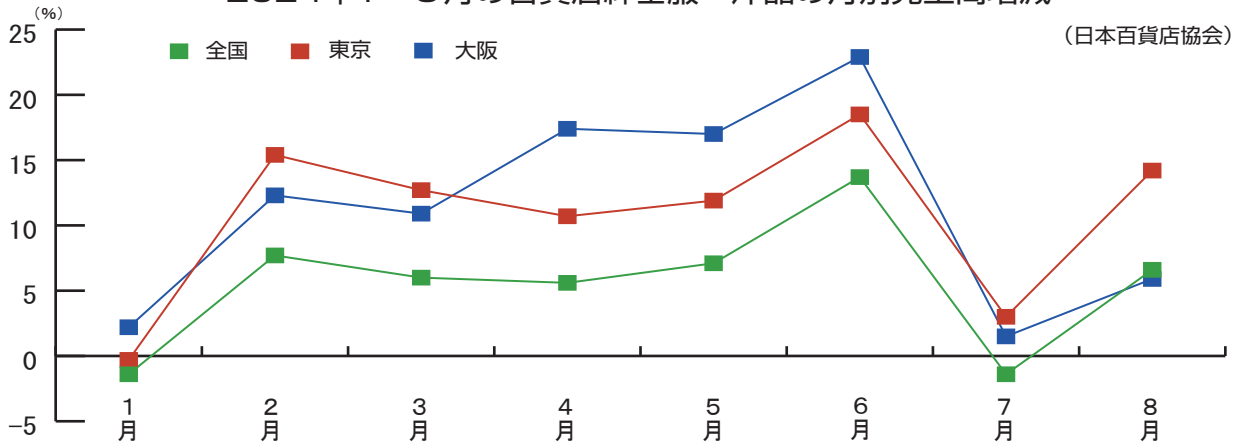
香港でのトランクショーで知名度アップ

メンズ市場の現況をみると、コロナ禍の影響から収束後も先行き不透明な状況が続いている。中でも、スーツの伸び悩みが課題の一つである。働き方の変化、オンラインによるテレワーク、Web会議などから、スーツ着用機会が減少。さらに、ファッションのカジュアル化が定着するなど、懸念材料は少なくない。オリジナリティー&付加価値を求める消費者心理から、オーダーメイドは追い風にあるとされるものの、スーツの販売着数底上げまで行っていないようだ。青山商事が発表した4～6月のスーツの販売着数は前年同期比11.8%減(21万9千着)となり、収束後も回復は見られない。輸入貿易統計1～7月のメンズスーツ輸入は、10.3%減少(別ページに詳

細)で推移した。既製服業界は、在庫リスクとのバランスで、輸入量を控えているとの見方が大勢のようだ。円安、為替の変動から、仕入れ原価が上昇していることも影響しているとされている。下のグラフは百貨店の紳士服売上高増減推移。

オーダー業界は、生地の上昇がネックになっている。スケールメリット(大量販売)を追求する大手は反て仕入れることで、小売価格を抑えることができるが、同じクオリティー、ブランドを着分仕入れで展開する小規模小売専門業者は、2倍近い仕入れとなり、価格競争での販売力は厳しい。このため、単価を上げるための企画、提案が求められる。仕立て(縫製)の多くが大手と同じ縫製工場の仕様(デザイン、シル

2024年1～8月の百貨店紳士服・洋品の月別売上高増減



Bespoke
News

Contents

2024-Vol.142

(8-9月合併号)

ローマ・アカデミア	2024 作品発表	3-8
2025/26ss ピッティ	クラシコ特集(2)	9-24
	2025 春夏ニットトレンド	25-26
	2024年1～7月のメンズスーツ輸入	27
	メンズスーツ春夏 全国小売価格一覧	28
	業界ニュース	29
	編入後記	30

美しい肩の表現

技術の

Koibari
2号～5号

カスタムオーダー専用

(株) サンワ

大阪市中央区上汐2-4-6

上六センタービル(地下鉄谷九東)

TEL 06(6761)1331(代) FAX 06(6761)1540

テーラーマーケット

エット) の場合、どこで差別化を図り、専門店の持ち味をアピールすべきか。上質の生地、縫製のボタンホールだけ手仕事にして、オーダーメイドの付加価値を訴える。裁断までして、小回りが効く小規模工房に依頼する。一人のベテラン職人に縫い上げてもらう。有力テーラーでは、社員として雇用しているケースと職人を丸抱えして、本格的テーラー仕立てを推進する。いずれのケースを見ても、着単価は15万円~30万円中心になるだろう。富裕層、高額消費が顕著にあると言うものの、ビジネスとして展望すれば、有力店に集約されるだろう。

スマホ翻訳アプリで 言葉の壁もクリア

消費者と同じ価値観を共有できる、若い世代への期待は大きい。国内外で勉強した技術とトレンド情報、SNSでの発信、スマホ、タブレットによる営業活動。スキルを生かし、時流に即した新興テーラーが着実に台頭しつつあるようだ。

香港でトランクショー(受注会)をするなど、海外に顧客を開拓する大阪のテーラー(Coccinella=コッチネッラ、写真HPから)のケース。同店はフィレンツェのサルトリアと技術提携し、ナポリ仕立てを前面に打ち出す。素材にこだわり、仕立てに



妥協はない。受注から納品まで半年以上かかるケースも、お客は納得して注文するようだ。開拓途上にあるアジア圏でのグローバル展開は注目のビジネス。ネットワークと人脈、商品力があれば、チャンスにつながる例である。アジアのマーケットはまだ未開拓。メイド・イン・ジャパンの信頼、懇切な接客が歓迎される時代でもある。今、アジアにはセレブがたくさんいると言われる。国内が苦戦なら、海外へ目を向ける。

ネット社会が世界をつなぐ。言葉の壁は、スマホから翻訳アプリを使えばクリアできる。カードが普及し、支払いはネット経由で簡便になった。行動力とコミュニケーションを築けば、ニッチな世界に活路は開ける。よくない時はマイナス思考に陥りがちだが、悲観することはない。可能性を模索し、実現を目指す。グローバルな躍進はそこまで来ているかも知れない。

オーダースーツは厳しい環境に

<グローバルスタイル>

グローバルスタイル7月期の売上高は111億6700万円(前年同期比7.3%増)と発表。営業利益6億2900万円(同4.5%減)、経常利益6億5600万円(同4.7%減)。オーダースーツにおいては、原材料価格の高騰や円安の影響による仕入原価の上昇など、厳しい事業環境が続いているとし、「Enjoy Order すべてのお客様にオーダーメイドを楽しんでいただく」のコンセプトのもと、新業態を含む新規出店や商品ラインナップの強化に取り組んだ。オーダー可能なセミハンドメイドのプレミアムオーダー「PREMIUM」業態3店舗(スーツ152,900円税込~)で新たな顧客層の開拓に取り組むなど、6店舗オープンし、39店舗で展開。スペインのドレスシューズブランドも導入した。

4~6月のスーツ販売219千着

<青山商事>

青山商事の第1四半期連結累計期間(2024年4月1日から2024年6月30日まで)は、売上高449億79百万円(前年同期比101.5%)、経常利益17億32百万円(前年同期比80.3%)で推移。うち、ビジネスウエア事業売上高は295億57百万円(前年同期比100.0%)で推移した。主要アイテムであるメンズスーツ(セットアップスーツ含まず)の販売着数は前年同期比88.2%の219千着、平均販売単価は同比106.8%の33,436円となった。店舗数は「洋服の青山」(683)、「ザ・スーツカンパニー」(44)、「ユニバーサルランゲージメジャーズ」(13)、「麻布テーラー」(16)。物価高に所得の上昇が追いつかず、消費が減速する懸念など、先行き不透明感が続いているとしている。

「金のマネキン賞」、ファッションショー開催

国立ローマ・アカデミア主催「STILE SARTORIALE 2024」



ローマ・ヒルトンホテルを会場に

2024年9月28日、国立ローマ・アカデミア主催のイベントがローマ・ヒルトンホテルで開催された。金のはさみ賞(今回はなし)、金のマネキン賞の授与、生徒の作品展、ベテラン・サルトリアによるファッションショーが開催されるなど、約150人の関係・来賓・一般来場者が詰め掛けた。

このイベントは毎年秋に開催され、アカデミアで学んでいる生徒、後進の技能向上を図るといふもの。また、「金のはさみ賞」「金マネキン賞」が行われ、メディアからも注目されている。昨年はローマ市役所前の広場で行った。また、このイベントにはミル、テキスタイルメーカーなど多くのスポンサーが協賛し、サルトリア業界の発展に寄与している。

「金のマネキン賞」は、国立サルトリアカデミーによって、2001年から2年毎に行われているもので、共通の生地を使って、婦人服部門での「仕立てのスタイル」「技術的能力」「創造的センス」を競うというもの。イタリア国内で活躍する40歳以下のサルトリが参加資格を持つ。今回の受賞者は、フェデリカ・カロネさんで、長い間マロッタの工房で働いている。インタビューでは「世界で最も重要なテーラーアカデミーのコンペティションで、優勝したことの感動と誇りを言い表す言葉がありません」とコメントし、喜びを語った。

(取材=Bespoke News Roma JUNKO、写真提供=ローマアカデミア)



「金のマネキン賞」を受賞したフェデリカ・カロネさん(左)と作品



STILE SARTORIALE 2024





STILE SARTORIALE 2024





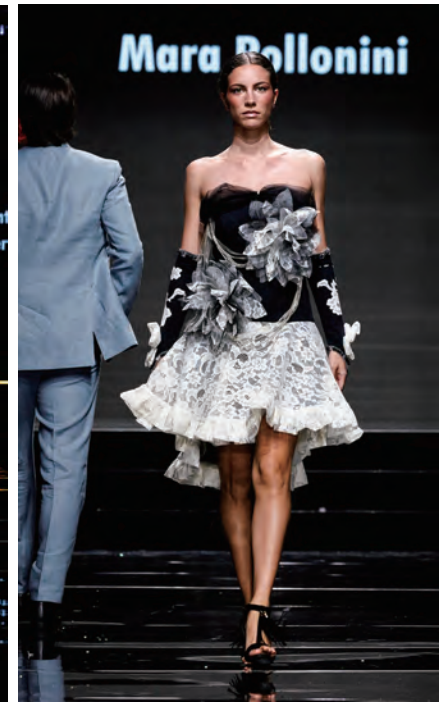
STILE SARTORIALE 2024



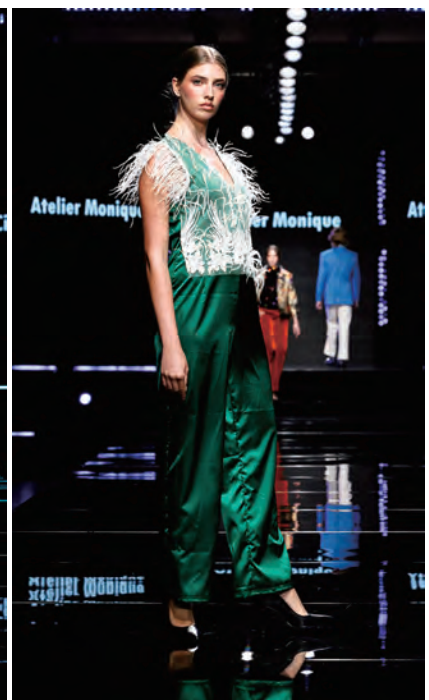


STILE SARTORIALE 2024



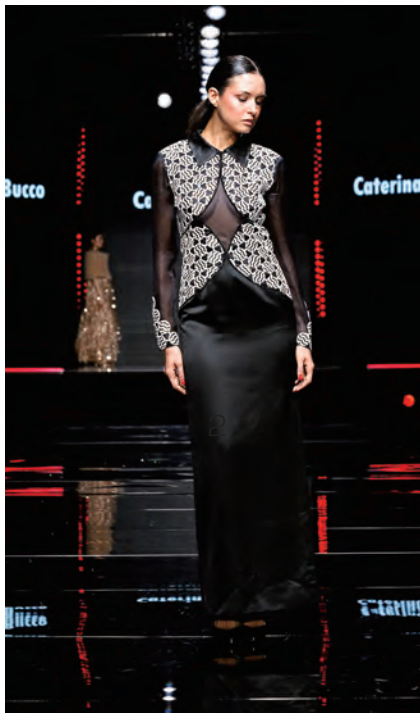


STILE SARTORIALE 2024





STILE SARTORIALE 2024





Tombolini

トンボリーニは、マルケ州（イタリア中部アドリア海沿岸）に拠点を置き、60年以上にわたってサルトリアル・スタイルの代名詞となっている。コレクションはトンボリーニ・ゼロ グラビティ・コレクションと TMB を発表。オーガニック素材とリサイクル素材を使用した、持続可能な特別なカプセル 2 つがプレゼントされた。モダンで持続可能、ダイナミックで誰もが認識できるラグジュアリーを表現する。

Tmb・DNA=エレガンス、軽さ、仕立てを追求。三世代にわたって生地に関する最先端の技術研究、最高の技術を組み合わせることで、職人の伝統に由来する絶対的な価値、快適さと着用感を備えたコレクションとしている。ランニング コレクションは、軽さと快適さの原則をサポートし、スポーツの世界とエレガンスの間に結合を生み出し、現在のトレンドを裏付ける。

www.tombolini.it



Tombolini
www.tombolini.it



Tombolini
www.tombolini.it



Belvest

パドヴァのメンズファッション会社は、オートクチュールを放棄することなく、時代のニーズである「既製服」に応えたいという創業者の願いから、1964年にピアッツォーラ・スル・ブレレンタで設立された。最高の熟練職人が工房に迎え入れられ、仕立ての伝統を尊重した既製服を提供することになる。1972年、ピッティ・ウオモで初めてコレクションを発表し、伝統を尊重するサルトリアルスタイルと現代的で快適なフィット感が外国人バイヤーの注目を集めた。長年にわたってイタリア国内だけでなく、日本、米国、カナダ、ロシアに至るヨーロッパ全土の海外市場でも高く評価されるようになった。

70年代後半、2つの重要なイノベーションを考案した。1つは、ジャケットをより軽く、より快適に着用するために、新しいキャンバスと新しい肩パッドを作成した。この構造は、古典的なテーラードジャケットと比較して、完全なオリジナルを実現した。

もう一つは、大成功を収めたとする「デコンストラクテッド・ジャケット」。1998年に「JACKETINTHEBOX®」の商標に登録。高品質の生地で作られた、裏地のないデコンストラクテッド・ガーマントは、超軽量で、折りたたんだり置いたりしても常に完ぺきな状態を保つとされている。スーツケースの中、ジャケットはエレガントなボックスに入れて販売され、ベルベストのエレガントでモダンなスタイルの象徴となっている。

<https://gallotti.luxury/>



Belvest

<https://gallotti.luxury/>



BUGGATI

1947年、フリードリヒ・ヴィルヘルム・ブリンクマンが設立、現在はブリンクマン家の2世代目と3世代が経営している。ヘルフォルトにある今日のブガッティホールディングブリンクマン、GmbH & Co. KGは、創立75年以上の中で、ドイツで最も重要な衣料品会社の1つに成長。「別々に行動し、共に計画を立てる」は創業者のモットーであり、今日でも格言となっている。グループの個々のメンバーはブガッティ、エドゥアルド・ドレスラー、ウィルヴォルスト、ピクール。

www.bugatti-fashion.com



BUGGATI

www.bugatti-fashion.com



Cavaliere

サルトリア・カヴァリエールはナポリのカザルヌオーヴォにある 750 m²の建物内にあり、年間約 2200 着を生産している。創業者、ピエトロパオロ・カヴァリエーレ氏（通称パオロ、ナポリの北北東・カゼルタ出身、76）は 10 歳で働き始め、仕立て屋という職業を選んだ。2 つの異なるスタイル＝古典的で非の打ちどころのない英国スタイル、「MAPPINA」とも呼ばれるシャツの袖が特徴的なナポリスタイルを提案する。ボタンホール、ステッチ、アイロンがけ、裁断、ポケット、裏地、折り目などはベテランの手作業を駆使。厳密なチェック、装飾が施される。

<https://sartoriacavaliere.com>



Cavaliere

<https://sartoriacavaliere.com>

Franco Ferraro
2025/26ss

リラックスしたエレガントを追求

Franco Ferraro (フランコ フェラーロ) の2025/26 春夏コレクションは、さまざまな方法での組み合わせを実現し、自分にしかできない、軽やかにリラックスした日常使いに最適な、その古典的なルーツを探求する。メンズウェアは大きな変化を経験した。過去数シーズンにわたって、世界情勢の変化に伴い、優先順位も節度、価値観、そして実用主義へ。同時に新しいテクノロジーとその可能性に加え、人工知能は限界を押し広げ、創造性を発揮する。

<その1>

■存在の軽やかさが物語を形成し、懐かしいリファレンスを表現する。1950年代の色とシルエットを彷彿とさせる、現代的なスタイルと組み合わせ。モダンさとノスタルジーが融合した洗練されたデザイン。ポロシャツやショートパンツなどのメンズウェアのクラシックを再解釈したものにインスピレーシ

ョンを与える、スマートに着こなせるアウターウェア。見た目は軽くて夏らしく、リラックスしていながらエレガントな時間。ジャケットはゆったりとしたパンツシルエットとショートパンツが柔らかくマッチ。

<その2>

■ワークウェアとクラブに適したダークな仕立て。かっこよさと売りやすさを兼ね備えたルックス。オーバーカットフォルムにワイドなシルエットが影響を与える。ブレザーはゆったり、肩とパッチポケットでよりカジュアルなトレンドを継続。持続性と機能性のバランスを重視。素材はオーガニックコットンを採用し、革新的で通気性に優れた機能性の融合を追求する。オープンメッシュ構造とシアサッカー。シルクのようにきらめく品質と安定した生地も注目される。



2025ss クラシコ・メンズファッション・コレクション





FUGATO

フガートは戦後、ルーヴァ・ディ・プーリアから、の戦後、アントニオ・パパレラが有名なマスターテーラーのブランドの工房で学び、スタートした。スタイル、品格、生地の慎重な選択、細部へのこだわり、賢明な職人の伝統が着る人の個性を高める。現在、生産量の約 80% が国際市場向けに出荷されている。主に、ヨーロッパ、アメリカ、日本、中国、オーストラリア、アラブ首長国連邦。

<https://www.fugato.it>



FUGATO

テキスタイル流通会社はブランドの製造と販売を行っている。ピエッラの最高の生地生産者から調達したウールや上質なブレンドなどの高品質な素材のみを使用しています。信頼できる専門家チームは、シーズンごとに国際市場へアプローチ。常に、メイド・イン・イタリアを一貫している。

<https://www.fugato.it>





SAINT GREGORY(NAPOLI)

「セント グレゴリー」は、本物のナポリ仕立てを世界中に広めたいという思いから誕生した Tailors in Naples。有能で要求の厳しい人々をターゲットとするニッチな製品に対する市場の需要に応える。仕立て屋が集まる地域、カザルヌオーヴォ（ナポリ）に工房を置く。純粋な職人技を尊重して作られた衣料品を小売業者に顧客に届ける機会を提供する。

<https://www.saintgregory.it>



「セント グレゴリー」は、生地を選別、デザイン、シルエット、仕立てまで、総合的評価の高いサルトリア。コーディネートセンスは日本人好みとされ、愛好家が少なくない。

来春夏のカラー、素材の提案はクラシックとトレンドをミックスマッチさせた。丁寧な仕立てが作品に表れている。

秋冬のカジュアルジャケットでは、クラシックと現代的な感性を具体化した、パッチポケット採用のアイデアは、トレンドの注目株として、クラシコファンから注目されている。



SAINT GREGORY(NAPOLI)

<https://www.saintgregory.it>

立体効果やファンシーな糸の組み合わせ

2025/26ss 伝統と革新を追求するニットコレクション

メンズファッションのカジュアル化傾向は、コロナ禍から収束後も継続している。オンライン、ネットを活用しての会議、在宅ワークなど、働き方の変化に伴い、中軽衣料へのシフトが顕著と言えるだろう。このため、スーツ着用が大幅に減少傾向を示し、ジャケット&パンツ、ニット消費の上昇へとメンズ市場に変化が見られる。ここでは、「106回ピッティ ウオモ」(2024年6月、イタリア・フィレンツェで開催)の2025年春夏トレンドから、ニットにスポットを当てた。

素材はサステナブル、地球環境にやさしい開発、取り組みが継続、注目されている。ミル(機屋)、ファクトリーでは製造工程の段階からCO2の排出を抑えた取り組みも見られる。発表したコレクションではオーガニック、リユース、リサイクルをテーマにしたMD企画がクローズアップされ、伝統に固執することなく、時代に即応した提案が必須となっているようだ。

クオリティーは、カシミアからエクストラファインメリノウール、最高級シルク、ピュアコットン、リ

サイクルされた繊維など。いずれも、快適な着用感が重要としている。

カラーベースはオレンジ、ホワイト、グリーン、ライトブルーそしてイエローなど。「遊び心と楽しさを兼ね備えた」カラーレンジは、いずれも、自然との調和、リラックス&エレガンスがテーマの表現。など、アーバンスタイルを意識した、来春夏のトレンドカラーとして注目されるだろう。

シルエットは、フィット感を継続、重要視しているが、ミッソーニのコレクションではルーズなモード系の新作も注目された。ジャカードとインターシャのグラフィックパターン、肌にやさしく、ソフトで軽く、清涼感を強調。クラシック(トラディショナル)では、ジャケット、パンツのコーディネートバランスを考え、タイトなコレクションが目をつけた。

※106回目の総来場者数は11,500人。46%が海外から。海外からの上位15カ国は、多い順にドイツ、オランダ、イギリス、スペイン、日本、トルコ、アメリカ、フランス、スイス、オーストリア、ベルギー、ポーランド、韓国、ロシア、中国。

<MISSONI>

日本では「色の魔術師」と称され、多彩な色の組み合わせ、デザイン、シルエットを追求するミッソーニ

は、品質と伝統のマニフェスト、職人技の伝統が染み込んだ高級メンズウェアとして人気のブランド。日本では根強いファンを獲得している。



2025年春夏コレクションは、色と素材を探求する、旅からのインスピレーションを表現する。6月開催の「ピッティ ウオモ」では、ブランドの方向転換を示した。高級車のシートに通常使用される反射糸(「ルレックスの男性版のようなもの」と広報担当者)が織り込まれた表面は、明るい光沢

2024/25ss メンズファッション

が特徴。コバルトクリスタルは、仕上げにラッカー仕上げのような表現を与え、ゴムのようなコーティングは、リラックスしたニットパンツやジャンパーに弾性のある柔軟性を与える。多彩な色使いのカーディガンは、で、フォーマルなシーンでの着用も。シェブロン（山型の紋様をいう）とフィアンマト・パターン、ニュートラルな太陽の漂白カラーのパレットで、コレクションの目玉として復活した。快適でソフトなフィット感を保ち、自然と調和した、着こなしを提案する。



<MONTECHLARO>

モンテキアローは、メード・イン・イタリアの職人技と、革新的な編みステッチ、ジャカードとインターシャで幅広い色、クオリティーを厳選した糸の組み合わせ。セーターは、ジャカードやインターシャパターンから、立体効果やファンシーな糸の組み合わせまで、新しいニットステッチを表現。2025年春夏は、上質なコットンのジャージーとピケのスタイルをコレクションに完成させた。



<KNT>

KNT (Kiton、ナポリ) は、ほとんどわからないような細部の時間と洗練にラグジュアリーを追求。超現代的なダンディのための、タイムレスな新しいエレガンスのコンセプトを表現する。洋服と素材の細心のコーディネートを作成し、クラシックなメン



<Lorenzoni>

ロレンツォーニ・コレクションはクオリティーを追求した素材、洗練された現代的なテストが特徴。原材料の品質、仕上がりの洗練さ、ディテールにこだわったものづくりは、職人技を最大限に表現する。

糸は、カシミアからエクストラファインメリノウール、最高級のシルクやピュアコットンに至るまで、環境に配慮し、リサイクルされた、オーガニックで天然の高級糸を使用している。テクスチャー、ジャカードとインターシャのパターン、特殊な染色処理、プリント素材を使用した生地が、2025年春夏のロレンツォーニ・ラインの感性を限りなく表現する。

ズのコードとスポーツウェアの間のバランスを追求した。グリーン、ホワイトをベースカラーに、クラシックでありながら、新しい表情を実現。

(注 = 掲載写真は会場で、各社の許可を得て撮影したオリジナル)



2024年
1～7月

メンズスーツの輸入 301万着(-10%)で推移

財務省貿易統計から、2024年1～7月のメンズスーツ輸入を集計、分析した。数量は301万着、前年比89.7%、金額では307億8093万円、同98.7%となった。数量では10.3%減も、金額は1.3%減と、ほぼ横ばいで推移していることがわかった。中国100万着に対し、ASEAN主要国（ベトナム、インドネシア、カンボジア、ラオス、ミャンマー）が194.8万着、全輸入量の64.7%のシェアを占めるも、前年比で減少。イタリアは数量3.8%減（1.4万着）となったが、金額では22.6%増（13.5億円）であった。為替の変動で輸入価額はほぼ横ばい

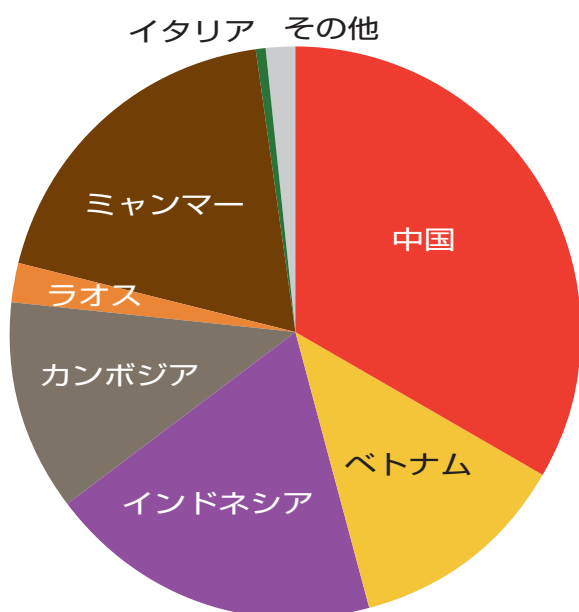
での推移が顕著となった。（表、グラフ参照）

民間の調査では、スーツ業界の先行きに明るい材料が見当たらないなどの分析、見通しが見られるなど、国内マーケットの冷え込みは否定できない。アパレルの大手、大賀（大阪）が民事再生申請（7月）に追い込まれるなど、厳しい現状のスーツ業界。2024年秋冬商戦を展望すると、オーダーメイドの追い風、高級輸入スーツへの需要は堅実に動くと言えるだろう。東京一極集中とされる中、6大都市、地方都市での専門店の躍進に期待される。

【国別メンズスーツ輸入】

中国＝全輸入量の約3割（100万着）を輸入も、前年比11.9%減少。金額ではほぼ横ばい（-3.3%）であった。着単価は12,611円（前年11,465円）。ASEAN＝インドネシア、ミャンマー、躍進するベトナム、この3国が中心の輸入となっている。ベトナムの輸入着単価が1万円台にアップ。ミャンマー、インドネシアの主要輸入国に続き、ベトナム、カンボジアがスーツ生産国のシェアを維持している。

イタリア＝円安の影響が輸入単価を押し上げ、27.4%増の11万5,829円（2023年同期9万925円）となっている。数量は-3.8%、1万4,356着、金額は22.6%増の16.6億円。輸入価格の上昇が、国内販売戦略のカギになるだろう。インポーターの話では、高級・オリジナリティーを訴求することで、市場開拓余地はあるとしているようだ。



2024年1～7月のメンズスーツ輸入

国別	数量	前年対比%	金額(百万円)	前年対比%	単価(円)
中国	1000859	88.1	12719207	97.7	12,611
ベトナム	380693	93.2	3814467	101.1	10,020
インドネシア	569961	86.6	4743791	89.8	8,323
カンボジア	358099	90.4	2877990	102.9	8,037
ラオス	68400	93.2	358035	86.1	5,234
ミャンマー	570940	93.3	3817891	105.6	6,687
イタリア	14356	96.2	1662846	122.6	115,829
その他	47434	82.0	786705	84.5	16,585
合計	3010742	89.7	30780932	98.7	10,223

(財務省貿易統計、輸入コード 6203.11.12.19 価格はFOB)

2024年のメンズスーツ春夏小売価格

中級品は8万円台、普通品は3万円台が主流

総理府統計調査によるメンズスーツ(男子背広服)の春夏物小売価格を集計、分析した(下表参照)。

これによると、中級品で最も高い価格が10万円以上で、鹿児島、松山、高松、鳥取4県地区であった。低価格は山口が55,440円と最も低く、7万円台が青森など9県となった。東京は83,142円、大阪は88,550円。結果として、中級品は8万円台が主流と言えるだろう。なお、調査対象は別記にあるように、百貨店、専門店の5ブランドで、シングル、表生地はウール100%仕様、としている。

普通品はウール50%以上、ポリエステル混用で調査。結果、最も安い価格は金沢の16,896円で、2

万円台が札幌など9県地区、3万円台が仙台など17県地区であった。東京は43,712円、大阪は38,912円。

スーツ中級品の価格は過去3年を見て、多少の増減はあるものの、東京、大阪では8万円台で推移し、大幅な上昇はないと判断してもいいだろう。普通品は3万円台が主流。中国、アセアン諸国からの輸入価格は年々上昇しているものの、パターンオーダー(既製服の受注生産)へと移行し、安価な生地(中国製など)で市場価格に対応している。なお、EUなど欧米からのブランドスーツの大幅な上昇は円安の影響を受け、消費の2極化につながっていると言えるだろう。

メンズスーツ2024年春夏物の小売価格

(総理府統計8月調査、単位円)

都市別	中級品	普通品
札幌	99,000	29,249
青森	78,100	41,030
盛岡	83,600	25,319
仙台	79,200	31,127
秋田	79,200	23,357
水戸	79,200	28,501
宇都宮	94,600	28,893
さいたま	83,655	39,628
千葉	79,200	25,988
東京	83,142	43,712
横浜	92,950	33,369
新潟	83,600	54,890
富山	83,600	43,597
金沢	83,050	16,896
福井	83,050	38,390
長野	78,100	47,567
静岡	78,100	32,523
名古屋	90,750	35,402
津	92,400	54,890

都市別	中級品	普通品
京都	83,600	37,473
大阪	88,550	38,912
神戸	99,000	44,814
奈良	70,180	30,525
鳥取	108,900	28,930
岡山	86,900	31,753
広島	79,200	44,157
山口	55,440	39,893
徳島	83,600	36,227
高松	100,650	35,787
松山	103,950	39,857
福岡	88,000	23,848
佐賀	80,000	44,077
長崎	89,100	32,230
熊本	97,450	36,227
大分	83,600	40,223
鹿児島	104,500	22,293
那覇	88,000	39,893

【中級品=メンズスーツ春夏物】シングル上下、並型、半裏又は背抜き。表地=毛100%、サイズ=A体型(A4~A6)、百貨店・専門店ブランド=「五大陸」、「J. PRESS」、「ブラックレーベル・クレストブリッジ」または「ダーバン」

【普通品=メンズスーツ春夏物】、シングル上下、並型、半裏又は背抜き。表地=毛100%または毛50%以上・ポリエステル混用、サイズ=A体型(A4~A6)、百貨店を除く。

ジャガードの歴史と 技術について勉強

大服 夏期技術講習会

大阪府洋服商工業協同組合（紀州本佳英理事長）主催による夏期講習会が8月9日、中央区東高麗橋の大阪洋服会館で開催され、（株）山神の齊藤衛社長が「日本ジャガード刺繍の歩みについて」2時間余り講演した（写真上）。スライドを駆使し、資料と刺しゅう見本を用意。ビジュアルとわかりやすい説明に、参加者から「商売の参考になった。刺しゅうを取り入れた企画、提案に役立てたい」という声もあり、刺しゅうへの関心を集めた。

<講演内容>

ジャガードとは、フランスで開発された生地、織物で、ミシンと結合してジャガード刺しゅうが誕生したもので、機械刺しゅうがベースになっている。

1800年初め、この時代は織りと刺しゅうで、柄出しができていなかった。紋紙と言って、パンチ（穴）を開けて、その形を機械が形にする。今もパンチカード（オルゴールのイメージ）は使われている。

1920年頃から、ジャガード刺しゅうは縦軸と横軸が動く機械がドイツで開発された。日本では昭和40年代、紋紙を記憶するカード（パンチデータ）が作られている。パンチ＝プログラムが重要になるが、糸の調子（テンション）、職人の勘（かん）、匙（さじ）加減は難しい。ちなみに、織機は、12頭機は大量生産に使われ、4頭機はクオリティを追求するものづくりに適している。30頭機になると、20メートル巾を要し、一人で扱うには難しいので、AIが必要になるだろう。

パンチ（パンチング）はデジタル化の時代にある。PC上でデータを処理、作成する。30～40年前の機械（刺しゅう）を使っているケースが少なくない。機



械の進化についていけないという課題もある。

昭和50年代、専門のパンチ屋が生まれる。ネーム屋などは、このパンチ屋に依頼して、デザインのデータを作ってもらう。平成10年頃まで、この分業が続く。その後、インターネットの普及に伴い、海外へデータを送り、パンチの作成をする。インドなどが主な取引先だが、図案をメール送信すれば、翌日にはパンチが完成して、サンプルまで付けて送ってくる。

グローバル化が進展し、日本にいながら刺しゅうのアイデアを実現できる時代になっている。ものづくりにおいても、ネットを活用すれば、稼働率、機械の調子などが数字で入手できる。これからの課題として、ものづくりはグローバルに対応するも、感性、アイデアを生み出す若い人たちとの協業、協働が重要になってくるものと思っています。

なお、当日は紳士服注文洋服を専業とするテラーが約30人参加。齊藤氏の講演に熱心に耳を傾けるとともに、会場に用意された刺しゅうの見本を手にとって、デザイン、高度な技術を学んだ。

2024年秋冬 大特集号を
電子書籍で読者プレゼント

2024年秋冬クラシコ・イタリアの集大成を電子書籍に作成し、スマホ、タブレット、パソコンで閲覧できるようにしました。右のQRコードを読み込んでください。営業、接客、企画会議などで、手元

からすぐに画像を取り出すことができ、便利な活用を実現しました。画像はすべて掲載済み。

電子版の問い合わせは bs_tushin@ab.auone-net.jpまで、よろしくお願ひします。



編集後記

■ コールコーヒーの余談

イタリア・ボローニャへ出張した息子から聞いた。同僚とバール(喫茶)に入って、コーヒーを注文した。一人が「アメリカンコーヒー」を頼むと、出てきたのはコーヒーとお湯。もう一人が「アイスコーヒー」と言うと、コップに水のセット。言わずもがな、混ぜて、冷やして飲めとのことである。どちらもメニューにない。コーヒーは熱いのが当たり前で、アイスでもアメリカンでもないということだ。映画「ローマの休日」(1953年作)から、ローマのバールでの一シーン。アン王女(オードリー・ヘップバーン)がシャンパン、新聞記者役のグレゴリー・ベックが「cold coffee」をオーダーする。給仕が運んできたのは、細いグラスに入ったコーヒーで、氷は入っていない。問題は、発音のコールコーヒー(ドは聞き取れない)である。戦後のオヤジ連中が喫茶店でコールコーヒーと注文していたのを思い出した。おそらく、映画で知って、それを真似たことから日本で流行ったのだろう。オードリー・ヘップバーンが横で、ストローの包装を吹いて飛ばすシーン、シニア世代には懐かしい。

■ ネイビーとブラウン

プロは知っている、スーツの定番カラーと効用。まずはネイビー。無地は、冷たい印象だが、真面目で実直、信頼感を与えるとされ、会計・税理士、政治家、重役などが愛用する。ストライプが入ると、威圧感が加わり、交渉事後押しになるなどから、バンカーズストライプとも言われる。黒に、ストライプ、ダブルとなれば、更に脅迫感が加わる。最近、このようなスーツ姿を見かけることは少なくなった。一方、ブラウン系の第一印象は社会的、友好的である。映画、寅さんファッションである。茶系はあたたかい印象を与えるのだ。ジャケットにパンツスタイルはメディア、マスコミ、クリエイターなどに好まれる。気さくに話かけて、親しみを感じさせる。会話がはずみ、いろいろ聞き出せる、職業に適したカラーコーディネートだ。

■ MLB 大谷翔平のホームラン

400年以上前、天下取りの野心に燃えていたと言われる伊達政宗(1567-1636)が、ローマ法王パウロ5世宛に送った書簡(慶長18年=1613年記)がバチカン図書館に残されている。慶長遣欧使節団、支倉常長(はせくらつねなが)に託したもので、ラテン語で書かれている。臨済宗の熱心な信徒であったはずの政宗が「私は仙台藩がキリスト教の栄光に包まれることを熱望しており、そのためにはローマ法王の忠実な下部(しもべ)として犬馬の労をとることも厭わない…(略)」(徳安茂著「なぜローマ法王は世界を動かせるのか」PHP新書より)とある。まさしく、野望を実現するためには手段を選ばず。石破総理・新内閣、衆議院解散選挙、アメリカ大統領選と政界から目が離せない。天下を取るためには、いかなる手段も厭わない世界。MLB 大谷翔平のように、ホームランを打てば、すべてが解決するという訳にはいかないようだ。



「Bespoke ニュース」

(Bespoke News)

◆メンズファッション情報誌：ビ
スポーク・テラー、百貨店、専門
店、メーカー、テキスタイル輸入商
社、服地卸商社、縫製工場・副資材
関連業者

◆発行＝海外特集号含む6回増頁

◆体裁＝A4版フルカラー

◆年間購読料＝12,000円(税込、
送料込み)

◆発行＝(株)BS通信

◆発行人＝武田啓治

◆住所＝〒540-0039

大阪市中央区東高麗橋2番31号

大阪洋服会館5F

◆TEL＝06-6867-7009

◆FAX＝06-6867-7009

◆年間購読申込＝電話または

bs_tushin@ab.auone-net.jp



友達募集中



LINE 友達追加について

LINE ヤフーより9月3日から、友達追加に関
して、2段階の認証システムが採用されたことで、

公式アカウント「Bespoke News Japan」への登
録ができないとの連絡がありました。この問題は
速やかに解消しましたので、登録、お待ちしていま
す。(LINE 管理者)



silk 100%



wool&cashmere



original cashmere 100% muffler



cashmere 100%



Rome (Italy)

<http://www.astontessuti.it/homeita.html>

メンズファッション
業界専門マガジン

ビスポーク
ニュース (月刊)

2024年

Vol.142
(8,9月号併号)

発行・編集
(株)B'S通信

〒540-0039

大阪市中央区東高麗橋2番31号大阪洋服会館5階
TEL 06 6867 1709

年間購読料 12000円 (税込、送料込)