

大阪らしくエッジ利かせた服

産創館レポート

大阪府中央区のオフィス街のとあるビルの一室。ユニテッドアローズなどの高感度のセレクトショップで扱われる、いわゆる「とんがった」商品がここから生まれています。

アパレル企画製造のヴァローレが手がける服は個性的なデザインが中心。「業界は消費者の声を聞き過ぎて、どのブラン

ドの服も画一化してしまった。うちの『こんなんあってもいいんちゃう？』と消費者に働きかける服」と櫻井啓蔵社長＝写真右＝はいう。

その分、売り場での反応がストレートに跳ね返ってくるという怖さもあり、シーズンごとに送られてくる販売分析結果に、デザイナーも戦々恐々です。

実際、つくり手の^{うんちく}蓄積があるものから売れていくというセレクトショップで、同社が「消費者に挑む」ものづくりができるには理由があります。

同社はデザイン、パターン（製図）、サンプル縫製を一気通貫で行うスタイル。通常、業界では経営効率を上げるために、各工程専門の会社が分業体制で行いますが、同社はあえて内製化にこだわります。

随時依頼されるデザイン発注に対しても、各工程の担当者が連携しながら製作するため、競合他社を圧倒する短納期と完成度の高さを実現しています。

同社が現在の業態に転換した転機となったのは1999年のイタリアの工場視察。服が完成するまでの全工程を各職人が明るいひとつの空間で行う様子に衝撃を受けたそうです。

それ以来、経営効率のロスがありながらもこのスタイルを貫いているのは、「欧米ブランドの上陸ばかりがニュースになり、ものづくりより流通が優先されるようになってしまった」日本のアパレル業界に対する、氏の問いかけかもしれません。

最近ではショップからも「中央（東京）に染まるのではなく、大阪らしいエッジの利いたデザ



インで市場を染めるくらいの服をつくってくれ」といわれるようになったそうです。同社の一本筋の通った姿勢に、日本のものづくりの原点を見たように感じました。

（大阪産業創造館事業部長
山野千枝）