



Fashion Izumi

PROFESSIONAL FASHION

Fashion Izumi



気鋭のデザイナーたちとの仕事では、まったく新しい素材への対応を求められることも多い。「サカヨリ」の作品(右下)は超薄手素材。これを縫うために、極細の糸と針を厳選した。スーツ(左上)は「サカヨリ リュクス」の作品。ドレスやワンピースを得意とするが、スーツなども扱う。工場内の作業は役割を分担して行っている。極めて高い精度が求められる裁断は、水出氏が担当。工程配分と最終の組み立て、品質チェックを妻が担当。顧客開拓に役立ったのが、会社のwebサイトだ。今もここからの問い合わせが多いという。人柄が見える水出氏のブログも、問い合わせ増加に拍車をかけている。



「この3年が、人生を変えました」
 は後に、すべての仕事に応用できた。
 で精度を高めていくことだった。これ
 のやり方をすべて捨てなければいけな
 いということ。そして、あらゆること
 がったものの表情、顔が、まったく変
 わってくる。どうすれば同じようにで
 きるのか、最初は想像もつきません
 でした」
 修業期間は3年にも及んだ。プライ
 ドをかなぐり捨て、あらゆることを吸
 収した。わかったことは、過去の仕事
 のやり方をすべて捨てなければいけな
 いということ。そして、あらゆること
 がったものの表情、顔が、まったく変
 わってくる。どうすれば同じようにで
 きるのか、最初は想像もつきません
 でした」

**若い人たちに
高い縫製技術を
伝えていきたい**
 東京コレクションにも顔を出す若い
 デザイナーとの取り引きが増えたの
 も、この修業のおかげだった。
 「デザイナーの感性は本当に凄くて、
 びっくりするようなアイデアが出てく
 る。こんなふうにはできないか、と相談
 を受けることも多い。縫製の立場でア
 イデアを出したり、アレンジをしたり
 もします。サンプルをちょっと変えて
 みようと話し合ったら、オーダー数が
 ぐっと増えた、なんてこともありまし
 た。一緒につくっている、という感覚が
 持てるのが、本当に楽しいですね」
 取引開始当初は小さかったブラン
 ドが、有名ブランドに成長したケース
 もある。日本の高い縫製技術が、日本
 の高感度なファッションの創造に大き
 な役割を果たしているのだ。
 「若い人たちに、僕らがやっている縫
 製技術を伝えていかなければいけない
 と思っています。コレクションに出てい
 るような感度の高い洋服が、どうやっ
 てつくられているか、一人でも多くの後
 継者たちに知ってほしいのです」
 自分が教えてもらったことを、次代
 に引き継いでいくこと、縫製の仕事の
 魅力を、待遇も含めてもっともっと高
 めていくこと。やらなければいけないこ
 とはたくさんある、と水出氏。
 「そして何より、当社に洋服を縫って
 ほしいというお客さまが増えていく仕
 事をし続けることです」

「縫製工場はどうしても効率を求め
 てしまいます。でも、それを突き詰め
 ても資金力のある大手にはかなわな
 い。ここで勝負してもだめだ、技術で
 勝負しなければ、と気づいたんです」
 「いずれはそういう時代が来ると予想
 していました」と水出氏は言うが、海
 外に仕事に移るスピードは想像以上
 に速かった。廃業の道を選ぶ仲間の同
 業者も続出する中、水出氏は新たな
 道を模索する。

独立から10年以上が過ぎ、ある程
 度は縫える。自信はあった。だが水出
 氏は、同業者の集まりで知り合った、
 業界最高峰の技術を持つ縫製工場の
 経営者に「技術を学ばせてください」
 とお願いし、あらためて修業の道に
 入ったのだ。
 その工場での新たな日々は、衝撃の
 連続だった。
 「ただメーカーに言われたとおり仕事
 をこなすのではない。さらにいいもの
 を仕立て上げていくため、縫製工場とし

ファッション紙「WWD」の表紙を飾った「タ
 ロウホリウチ」の作品(右上)の縫製も手が
 けた。「美しいドレープなどクリエイターの細
 やかな感性をかたちにするのは、難しくも楽
 しい」と語る水出氏。ファッションいずみは
 採用した社員の教育にも力を入れている。
 「大切なのは、妥協しないことです。ダメなも
 のはダメ、と伝えるかどうか。そうでなければ、
 いずみの“顔”として、お客さまに納めら
 れませんし、それができなければ次はありま
 せんので。サンプルの縫製はすべての工
 程で細かく時間を測り、作業時間から見積
 もりをつくっていく。」

Fashion Izumi

**仕事が激減するなか、
業界最高峰の
縫製工場に教えを請う**

水出氏は、高級婦人服を手がける
 縫製工場での修業を経て、妻と二人
 で独立した。修業先から大手メーカ
 の紹介を受け、事業は順調にスタ
 ート。プレタブームに乗って成長も遂げ
 た。しかし、2000年頃から、メ
 ーカーはコストダウンを求めて縫製を
 次々に海外に出し始める。同社の仕
 事は激減した。
 「1991年の創業から24年。この間
 には、紆余曲折もあった。転機が訪れた
 のは、2002年。この決断がなければ
 今はなかったと水出氏は語る。」

