

流行の逆を行き流行を生んだトップブランド

シューフィル ^{たち}城 ^{いっ} ^{せい}生

1950年代後半から60年代にかけて、都市への人口集中やサラリーマンの急増により、紳士靴の需要は堅調だった。景気上昇を追い風に、メーカーはこぞって設備投資や新製品開発に力を入れた。日本人の足型に合う靴を追求した大塚製靴、靴の先進国イタリアに倣ったアジア製靴（現マドラス）やユニオン製靴…。そして日本製靴（現リーガルコーポレーション）では、マーケティング力や企画開発力、デザイン表現力の強化を目指し、57年に米・フリーマン社と3年間の技術提携契約を締結。続いて61年、全米に2,500店舗を展開するトップ企業、ブラウンシューカンパニー（1878年創業）と同社傘下のリーガルシュー（1880年創業、1954年ブラウン社と合併）の「リーガル」ブランドに関する技術導入契約を結んだ。しかし、戦前からの堅牢な靴作り技術を活かすべきか、流行の軽快な接着製法の靴を作るべきか決めかねていた。

ブラウン社からは重厚なトラッドモデルとアメリカの若者に人気だったヨーロピアンモ

デルが送られてきていた。熟慮の末、「リーガル」は本格的なアメリカントラッド路線、他ブランドで値ごろな流行追及商品を展開するという二面作戦を取るようになった。そして62年春、「リーガル」のデビュー展示会が開催される。ラウンドトゥ、革底、グッドイヤーウエルト製法の重厚な靴は、話題と注目を集めた。しかしながら売れ行きはいまひとつ。当時の流行はポイントトゥであり、また日本の多くの消費者は軽く脱ぎ履きが楽な靴を好んだ。価格も接着製法の靴の2倍近い4,000円台の「リーガル」は、靴店にとっては販売しにくい商品であった。

そんな「リーガル」を、アイビーファッションを仕掛け服飾業界の風雲児となっていたヴァンチャケットが「アメリカにもない靴」と絶賛し、大量に買い付けた。当時はまだ、アパレルショップで靴が売られることがなかった時代。しかし、流行の勢いは恐ろしく、VANを扱う店では63年春からジョイントブランド「VAN-REGAL」が大ヒット、ファッション雑誌などにも大きく取り上げられ、「リーガル」はまたたく間に紳士靴のトップブランドになっていった。

—1990年、「リーガル」ブランドの商標使用権をブラウンシューから取得、日本製靴はリーガルコーポレーションと改称した。



ブラウン社から送られてきたモデルサンプル（右）と62年春に展開された日本製「リーガル」（左）

アメリカでは当時こんなデザインの「リーガル」が売れていたようだが、日本では取り上げなかった



伝説の「VAN-REGAL」初回モデル