

社会現象、産業変革を引き起こしたブーツブーム ①

シューフィル たち 城 いっ せい 生

革のブーツはもともと軍装品や乗馬靴、また労働作業用として開発、発達してきた履物。ハイヒールと同様、元来は男性用の靴であったが、19世紀末以降、市民社会とファッション化の広まりを背景に、女性用の靴として欠かせないものとなっていった。

日本で一般化するのには1960年代になってから。パリのプレタポルテ（既製服）や若者ファッションの台頭、ミニスカートやパンティストッキングの流行と共に65年以降、急速に広まっていった。

靴業界内では60年前後から、進取の気風に富む婦人靴メーカーが試作を始めていた。ただ、ペンスルトウのポンプスなどが作れば売れる時代、季節商品であるブーツ生産を本格的に行う専門メーカーはなかった。そうした中では、比較的后発企業でレインブーツなども生産していたパイロットシューズが、おしゃれな冬物商品としてコンスタントに製造を続け、65年には“ブーツメーカー”としてその存在をアピールする広告活動を行って

る。さらには、66～68年に日本の靴メーカーが大挙して出展したパリ国際皮革製品見本市では、同社のみが婦人革ブーツを出品し続けている。70年代後半の新聞に、同社をブーツメーカーのパイオニアと位置付けている記事もあり、浅草メーカーのブーツ生産をリードする存在だったことがうかがわれる。

その初期のブーツだが、くるぶし丈のショートブーツやふくらはぎ丈のハーフブーツが大半を占める。写真で見る限り品質は良さそうだが、今日的な目で見るとヤングファッションというよりミセスのおしゃれ履きといった感覚だ。66年あたりからロングの編上げブーツも出始めるが、まだロング用の木型・型紙・素材・製靴機械すべてが整わない時代、やがて訪れる70年代の本格的なブーツブームの頃のロングブーツに比べると、見よう見まねの開発途上商品といった印象が強い。とはいえ、活気あふれる時代の中で、ブーツは次第に花形商品となり、社会現象ともいえるブームを引き起こし、産業構造も変えていった。



1: ブーツメーカーを標榜する企業広告
 (「靴通信」1965年10月15日号)



2: 1967年・前年に続きショートやハーフブーツ
 のみの出品



3: 1968年・初めてロングブーツを出品

(2、3共にパリ国際皮革製品見本市出展社カタログ掲載のパイロットシューズ製品)