

社長の お気に入り

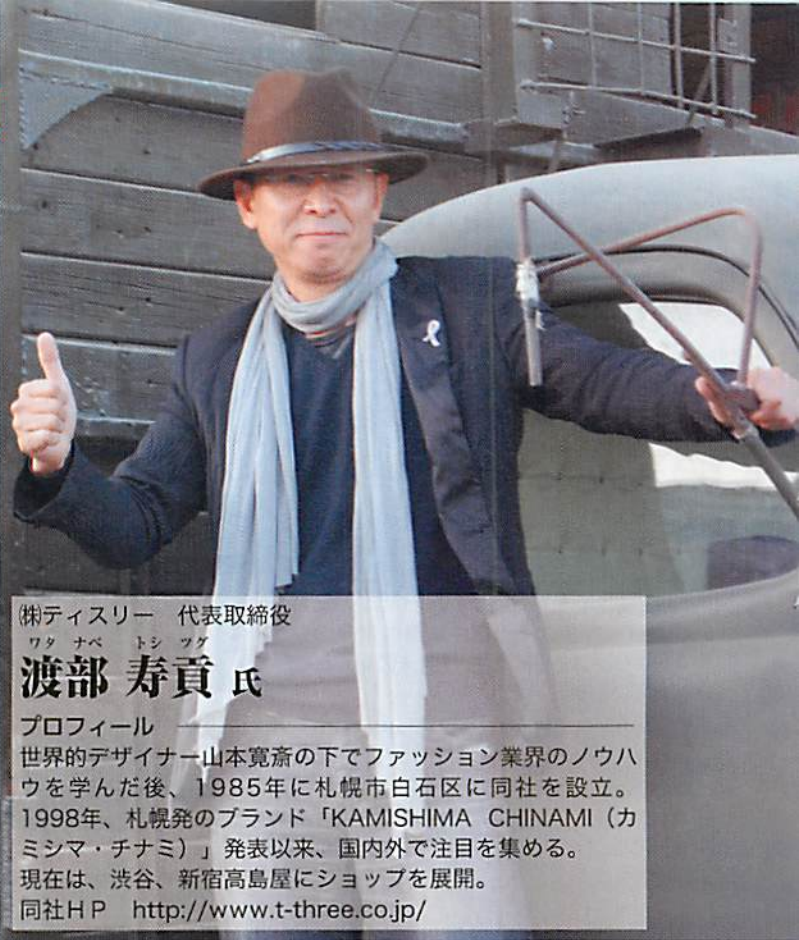
地方発で世界と勝負する 異色のアパレルブランド「カミシマ・チナミ」

札幌から世界に挑戦するアパレルブランド「カミシマ・チナミ」をプロデュースするのが(株)ティスリーの渡部寿貢社長だ。



ティスリーが手がけるブランド「カミシマ・チナミ」

「アパレルメーカーは育たない」とされる北海道において、北海道の自然を想像力の源にした斬新なデザインと、こだわり抜いた素材を使用し、伝統的な日本のものづくりにおける高い技術力によって世界に負けないアパレルブランドに育て上げている。世界5大ファッションショーのひとつ、東京コレクションに13年連続で作品を発表するなど、有名ブランドが大都市圏に集中する業界にあって地方発の「カミシマ・チナミ」は「異色」の存在だ。



(株)ティスリー 代表取締役

ワタナベ トシユキ 渡部 寿貢 氏

プロフィール

世界的デザイナー山本寛斎の下でファッション業界のノウハウを学んだ後、1985年に札幌市白石区に同社を設立。1998年、札幌発のブランド「KAMISHIMA CHINAMI (カミシマ・チナミ)」発表以来、国内外で注目を集める。現在は、渋谷、新宿高島屋にショップを展開。
同社HP <http://www.t-three.co.jp/>

世界に例が無い内面性が求められる 「秋田犬 (あきたいぬ)」



ヨーロッパで開催されたドッグショーの様子。写真左端が渡部社長

渡部社長が、地方から世界に発信する「カミシマ・チナミ」同様、日本が誇るものとして世界に発信していきたいと考えるのが日本原産で国の天然記念物にも指定されている「秋田犬(あきたいぬ)」だ。

ぬ)だ。

渡部社長は愛犬家であるとともに、専門家として活動している一面を持つ。

10数年前から(一社)ジャパン ケネルクラブの国際公認審査員として、欧州チャンピオンシップスペシャルドッグショーのジャッジを務めるなど、国内では数少ない日本犬の専門家の人だ。「審査員に求められるのは全335犬種とも言われる犬種の本래の役割を理解した上で、その犬種のスタンダードと言える体形の犬を選び、その犬種の保護と発展に向け取り組むことです」と語る。

渡部社長が多くの犬種の中から「秋田犬」を好むのには、その内面性に理由がある。

「秋田犬には体形のほかに「素朴感があり、高い品位と威厳を有すること」と謳われています。姿形のほかに、内面性が求められる犬種は世界にも例がありません。また、もともとは熊猟犬であることから勇敢さはもとより、『忠犬ハチ公』に代表される主人への忠誠心の高さは、日本人の精神をそのままに表しているという点も魅力です」と語る。



秋田犬とは

原産地：日本
一般外観：骨格頑丈で体躯の均整のよい重厚味を有する大型犬で、性相は顕著で素朴感があり、高い品位と威厳を有し、堅い体質をしている。
習性・性格：性質は沈着、忠実、従順で、感覚鋭敏である。
毛色：赤、虎、白、胡麻。白以外の毛色は「裏白」でなければならない。
サイズ：体高 牡：67cm 牝：61cm
それぞれ上下各3cmまでとする。
※一般社団法人ジャパン ケネルクラブHPより

秋田犬の持つ「日本らしさ」に 事業との共通点を見出す

日本のアパレル業界においては、価格競争の中で日本伝統の技術(織物技術、染色技術、縫製技術)を手放してしまっていると危惧されている。そのような中、渡部社長は、自社の作品に日本人だからできる繊細さや高い技術から生まれる「日本らしさ」に誇りを持っている。

秋田犬の「素朴さ」「繊細さ」そして「力強さ」は渡部社長のものづくりにおけるこだわりと共通している。