

ファッション業界人物列伝

——「あの時、私は…」——

File.10

IMA代表取締役/
元西武百貨店社長

水野誠一

Seiichi Mizuno

第3話

※プロフィールは3月7日号参照

堤清二さんとの打ち合わせは
まるで禅問答みたいだった

(前号から続く)

三浦: 西武百貨店では、本部の営業企画に異動になり、この仕事が面白くなって会社勤めを続けたということでしたが?

水野: 隣は販売促進部で、そこと連携して仕事したりするのは楽しかったですね。その当時(1970年代前半)は、マガジンハウスの「ポパイ」「ブルータス」などと当時はまだ珍しいタイアップ企画をやりました。例えば雑誌の誌面で英国特集を組んで、そこに掲載された商品をバイヤーが英国で買い付けて店で売りたいな、立体企画をやりました。夢中になってやっているうちに、寝食を忘れるくらいに仕事が楽しくなってきた。その

当時、日本人デザイナーが海外で評判になって戻ってきて凱旋ショーをするときは、そのほとんどがショー会場として西武百貨店を選んでくれました。寛齋さんは「カプセル」をショー会場にしてくれたし、賢三さんもB館8階のレストランでやりました。一生さんはパーキングビルの3フロアを使って、車とモデルが走り回るファッションショーを鶴本正三さんの演出でやったりしていましたね。そうしたデザイナーのショーの他に毎シーズンの立ち上がりのときにはそのシーズンのファッションテーマを発表するのに、当時の人気アーティストのジョー山中や、加藤和彦のライブを絡めてのファッションショーなんかも企画していましたね。

三浦: 当時は、新進気鋭のデザイナーから、ジョー山中さんも、加藤さんまでが、老舗の百貨店を追い越せと、応援をしてくれていたんですね。



自民党の渡辺美智雄(1923~1995)副総理、堤清二(1927~2013)セゾングループ代表と水野氏の3ショット

水野: 本当にやりたいことをたくさんやらせてもらいましたね。堤さんからは、ファッションとは単なる衣料品ではないということを学ばせてもらいました。

三浦: 80年代のインポートブームはいわばイタリアブランドブームでもあったわけですが、これも西武百貨店がリードしていたと思いますね。

水野: 海外ではミラノ・ファッションの時代を迎えていたわけですが、日本では西武がいち早く、ミラノ駐在部をつくり、「ミラノ・ファイブ」というファッションショーを開催しました。

三浦: エルビスという企業を設立してブランドの輸入販売をされていたのですが、懐かしいですね。ここからアルマーニが抜けてジョルジオ アルマーニ ジャパンが設立されたわけですが、これにも出資されていましたね。

水野: そうですね、ファッションは文化で

あって総合芸術であることを実感しました。私自身にとっても本当に大きな経験でしたが、他の百貨店に与えた影響も大きかったと思います。こういうことをやらせてくれた堤清二さんは本当にすごい人だったと思います。

三浦: 堤さんとの打ち合わせって、どんな感じでしたか?

水野: 決裁は直接とることが多かったのですが、禅問答みたいでしたよ(笑)。場所は堤さんの渋谷のプライベートオフィスが多かったですね。一種のカルチャー・プレゼンテーションで、そのファッションの背景を説明するのに文化や映画の話なんかをしていましたね。

三浦: 妹の邦子さんとはどんな感じでしたか?

水野: パリ在住なので、パリに行けばよく会っていましたね。仕事の話よりも、フランスの文化についていろいろなことを教

えていただきました。ビジネス面だけでなく、日本にあれだけのデザイナーやブランドを紹介し、その進出を手助けして、先方からもリスペクトされたわけですから、西武を越えて、文化の懸け橋の役割を果たした人でしたね。

三浦: 80年代のイタリアブランドに限らず、ブランド導入は早かったですね。「カルダン」「ウンガロ」などのオートクチュールは高島屋も早かったですね。

水野: 西武はオートクチュールでは「サンローラン」ですね。「リヴ・ゴーシュ」(プレタ)もやりました。「エルメス」の導入はさらに早く、「ルイ・ヴィトン」もブームのはるか前から導入しました。それらパリ全盛期の後が、「アルマーニ」を筆頭にした、ミラノブランドの導入ラッシュでした。やはり西武がやった「ミラノ・ファイブ」の成功が効きましたね。

三浦: 水野さんは、社内ではどんな具合に昇進されていったのですか?

水野: 営業企画には10年いました。ずっとヒラでした(笑)。81年に商品開発の企画担当(課長)になって、82年にいきなり販売促進部長になりました。宣伝から装飾まで、当時の西武はいつも話題のリーダーでしたから、緊張しました(笑)。

三浦: 渋谷店店長になられたのは?

水野: 84年5月です。役員になったのはその2年後です。

三浦: その当時は渋谷西武が流行の発信地で、そのあと伊勢丹新宿店がこれを追う形になって、それを大量販売するのが池袋西武という感じでしたね。

水野: 当時、渋谷西武には他の百貨店からもリサーチによく来られました。

(次号に続く。編集委員 三浦 彰)