

## LEADERS &amp; SUCCESS

## The Hawaiian Shirt Monarch

Innovate: Alfred Shaheen's feel for fabric, fashion made his colorful clothing boom

BRIAN J. ARTHURS

If a visionary holds his business from the ground up, Alfred Shaheen fits the mold swimmingly. Considered the pioneer in bringing Hawaiian fashion to a global consumer base, Shaheen did so with his first etch of fabric.

He took a family company that consisted of making custom dresses and turned it into a multimillion-dollar wholesale and retail business. Shaheen (1922-2008) did so by creating unique clothing items from styles that appealed first to the small population of the Hawaiian Islands in the late 1940s and early 1950s.

He expanded the concept into a brand that saw his goods featured in the biggest and most exclusive department stores worldwide. He especially turned his touristy "aloha" shirts into fashionable garments.

"He was a true visionary," said Linda Arthur, a professor and curator for the Washington State University Department of Apparel, Merchandising, Design and Textiles.

"He started in a place (Hawaii) where there was no industry to speak of and created one from the ground up, creating a truly vertical, integrated business."

In the late 1940s and early '50s, Hawaii had no garment industry, just mom-and-pop stores that made and designed clothing with fabric shipped in. Those shipments were often plagued by work stoppages that made it tough to count on a steady flow of material.

"The greatest lesson he ever taught me," Camille Shaheen-Tunberg, his daughter, told IBD "was not have to rely on others when embarking on business ventures, but learn to fashion for yourself."



Shaheen flew combat missions in World War II, then returned to Hawaii and turned his family clothing business into a worldwide phenomenon.

He created his fabric using equipment assembled from parts found in Hawaiian bunkers.

"The biggest problem he encountered when he started was there was no labor pool in Hawaii (for fashion)," said Shaheen-Tunberg. "He had to learn all of the methods to making and designing the fabrics and teach them to everyone who worked for him."

By 1950, he had pieced together his fabric from their own local stock.

Shaheen's Keys

**What:** Popularized high-end Hawaiian garments in the mainstream fashion industry. **How:** "My father realized the only way to succeed in this business was to make his own fabric and not rely on others," said Camille Shaheen-Tunberg.

After the war ended in 1945, he trained pilots with the Hawaiian Air National Guard. "He maintained his interest in planes, and that probably led him to anticipate the potential for air freight in his business," said Shaheen-Tunberg.

He met his first wife through tragedy. His cousin Emil died in the war and had told Shaheen wonderful things about his fiancée, Amelia. When Shaheen returned from Europe, he sought her out, and the two were soon married.

Shaheen was born in New Jersey into a family with a history in the textile industry. The family moved to Hawaii in the late '30s around the time Shaheen headed to California for college. After returning from the war, he set out to expand his family-owned clothing business.

With Shaheen at the controls, the business flourished into the 1960s and '70s. In 1961, his shirt designs reached a worldwide mainstream audience when Elvis Presley was photographed wearing one of his shirts on the album cover for the "Blue Hawaii" movie soundtrack.

Shaheen maintained his business for more than 40 years, keeping his production operation in Hawaii until his entire time before retiring in 1988.

He died last December of complications from diabetes at age 86. Huzzah!

Japanese Translation ● 日本語訳

Investor's business Daily 2009年3月6日号

## The Hawaiian Shirt Monarch

記事：Brian J.Arthurs

革新：アルフレッド・シャヒーンのアロハシャツ、ファッションに対する感性が彼の色彩豊かな衣類にブームを巻き起こす

明確なビジョンを持つことがアルフレッド・シャヒーンの本質。ビジネスを土台から積み上げる動機になっていたとしたら、彼はとんとん拍子にその型を作り上げて行ったと言えるだろう。

ハワイアン・ファッションを世界に広めた先駆者として知られるアルフレッド・シャヒーンは、ハワイで初めて生地の製造に取り組んだ第一人者でもある。

家族経営の小さなオーダーメイド洋品店を数百万ドルの売上を誇る卸・小売りビジネスへと展開させたシャヒーン（1922-2008）は、1940年代から1950年代初頭にハワイで初めてデザインから生地製造、洋服仕立てまでをハワイという小さな限られた人口市場において手がけた人物だ。

オリジナルブランドを立ち上げ、世界中の高級百貨店に流通させるまでに発展した。ハワイでは労働者のユニフォームであった「アロハシャツ」に特に力を注ぎ、観光客向けギフトアイコンとしてアパレル業界においてもその概念を定着させた。

「彼は本当に先見の眼があったと思います」

そう語るのワシントン大学のテキスタイル・服飾専門の教授、リンダ・アーサーさん。「彼はハワイにおいてその存在が皆無だったアパレル産業を土台から築き上げ総合的なアパレルビジネスの基盤をハワイに作り上げたのです」

1940年代から50年代初頭におけるハワイにはアパレル産業というジャンルのビジネスは確立しておらず、米国から仕入れた既存のプリント生地を家族経営で細々と縫製して販売している程度だった。「父が私に残してくれた最大のレッスン、それは新しいビジネスを開拓してゆくときには他者に頼らずに、自らがビジネスを開拓する方法や技術を学んで培って行かねばならぬ、ということでした」と語るのアルフレッド・シャヒーンの子供の一人、カミール・シャヒーン・タンバーグさん。

## SMART GUY

「彼は天才だよ」

ホノルル拠点でカハラシャツのディレクターでもあり『Aloha Shirt: Spirit of the Islands』の著者でもあるデール・ホープ氏は語る。「当時シャヒーン以外に、アパレル業界に関して深い知識を持ち、デザイナーやアーティスト、プリントデザインに誇りを持って製造から卸、小売りの流通、全てを一貫して行っていた企業はハワイには存在していなかったからね。オリジナルの芸術的なデザインの創造、それらを元に生地を製造、そこから洋服を製造して、直営店と世界中に点在する取引先に流通させた販売ネットワーク、こうした縦割りビジネスを包括的に行うというビジネススタイルは、当時では衝撃的でしたよ」

1949年、シャヒーンはSand'n Surf Hand printsブランドを立ち上げ、第二次世界大戦中に使われていた兵舎（かまぼこ形のプレハブ建築）を改造してホノルル郊外に工場を設立した。ウィットニア大学時代に培った数学、物理学、航空エンジニアリングの経験からハワイ各地の廃品置き場から様々な中古部品を集めてきて、生地を

プリント印刷するための印刷機を作り上げた。

娘のシャヒーン・ターンバークさんは言う。“父がビジネスをスタートしたときに直面した最大の問題は、当時のハワイにはアパレル業界に従事できる技術労働者がいなかったことです。ですから、父自身が生地を製造する工程やデザイン、パターンなどを全て自ら学びそれを労働者たちに伝授し教育していく必要があったのです。”

1950年には生地を染色し、デザインをプリントして仕上げを施す一連の工程が可能な製造機器を完成させていた。アーサー教授は“彼の成功の鍵となったのは、テキスタイル専門の化学者エドモンド・ランツ氏と手を組んだことだと思います”と言う。ランツ氏とシャヒーンはカリフォルニア州で出会いが始まり、後に彼のファブリックを象徴する染色となるメタリックペイントを施す方法を共に開発した人物だ。アパレル業界において、斬新で新しいものが売れ行きを伸ばすことをシャヒーンはすでに知っていたのかもしれない。2年後1952年には、彼の工場では1か月間に6万ヤードの生地を製造するまでに成長していた。

1956年、シャヒーンは800万ドルを費やしホノルル近くに工場、ショールーム、オフィスを併設したコンプレックスを建設した。1959年までには従業員数は400名を超え世界各国での販売を含めハワイ州内の直営店や小売店を通じた販売実績は、当時の価格で年間400万ドル(現在の価値でおよそ3000万ドル:約30億円)を超えていたと言われている。

アーサー教授は“当時のシャヒーンは米国全体におけるアパレル業界の国際化に大きな責任を課されていたと思います。オリジナルデザインにアジアやポリネシア文化に基づくデザインを起用し、それらを当時新しい何か、斬新な何かに飢えていた米国本土のアパレル産業に進出し、お互いのニーズがピタリとはまったのです”と述べている。

アーサー教授によれば、シャヒーンのマーケティング力には恐るべき先見の眼と卓越した能力を持っていたと言う。洋服についている商品タグにまでこだわり、そこには起用されたデザインパターンに関するストーリーや背景が記載されており、購入者に特別な感覚をもたらしていた。その結果、彼の商品は米国本土の高級百貨店で独自のコーナーを設け、ブティック展開をしていた。

“シャヒーンは洋服はオートクチュールではありませんでしたが、明らかに既製品ながらも高級ファッションのジャンルとして販売されていました。特に女性用のドレスは非常に人気がありました。それは、単に色やデザインが優れているという点以上に、着用したときのフィット感が女性から絶大な支持を受けていたからです。シャヒーンは、女性が一番美しく見えるシルエットを熟知していましたし、ゆえにシャヒーンはドレスを着た女性は美しさが際立つ、と評判だったのです”

シャヒーンが米国本土進出を決意した裏には彼のパイロットとしての経験値や当時の航空業界の発展も大きく関わっていました。当時、航空業界は急速に成長を遂げており、米国本土とハワイ州も多くの観光客向け路線がオープンしている中で、彼はアパレル産業のサイクルも同様に急速な発展が見込まれると確信していたのだろう。シャヒーンは飛行機に対する興味や知識がまぎれもなく彼のアパレル産業革命に大きく影響していたと思われる。

大学で航空学を学んだシャヒーンは第二次世界大戦で戦闘機のパイロットに従事し、フランス、ドイツ、イタリアで3年以上に渡りP-47サンダーバート機を操縦していた。1945年に終戦を迎えハワイに帰国したシャヒーンは、ハワイアン航空ナショナルガードのパイロットを訓練するインストラクターとしても従事していたことがある。シャヒーン・ターンバークさんは“父はアパレル業界にいたながらも航空機に対する情熱や情報収集を継続していました。そこで培われた知識や経験値が後に、航空運賃の値下がりやフライト路線の拡大などに対する可能性を見出していた結果、アパレル産業でのビジネス発展に影響していたのだと思います”と言う。

シャヒーンはプライベートでは、一人目の妻との出会いは悲しみの中で生まれていた。彼の従兄弟エミルが戦死し、エミルの婚約者であったアメリアの存在を知っていたシャヒーンは彼女の元を訪れ、それをきっかけに2人は結婚することになった。

シャヒーンはテキスタイル産業で活躍する家族の元、ニュージャージー州で生まれた。1930年代後半に家族

全員でホノルルに移住するも、その直後シャヒーンはカリフォルニア州の大学に入学。そしてパイロットとして戦争に参戦。戦後ハワイに帰国してからは、家族が営む洋品店を手伝っていた。

シャヒーンは引退するまで現役を貫き、1960年代から70年代の最盛期にも常に現場を指揮していた。1961年、エルビス・プレスリーのサウンドトラックアルバム「Blue Hawaii」で、シャヒーンデザインのアロハシャツをエルビスが身につけていたことから、彼のアロハシャツが世界的に有名になるきっかけとなった。シャヒーンは40年以上、現場主義で現役を続行し、1988年引退するまでハワイでアパレル産業の発展に大きく貢献した。

2008年12月に86歳で永眠。糖尿病による合併症が原因だった。

---

## **Huzzahs : 万歳!**

2001年、ハワイ州はシャヒーンのアパレル業界における功績を讃え、彼にライフタイム・アチーブメント賞を授与した。2006年にはホノルルアドバタイザー誌が1856年以降、ハワイ州において文化的、政治的、社会的、環境的に影響を与えた150人の人物を選出し、その中の一人にシャヒーンは選ばれている。

現在はシャヒーン・ターンバーグさんがアルフレッド・シャヒーンへのデザインに対する全ての権利を保有しておりハワイのアパレルショップ、レイン・スプーナーとライセンス契約を締結している。レイン・スプーナーは1950年代から60年代のシャヒーンオリジナルテキスタイルデザインを起用したアロハシャツを製造、販売している。

今日ではシャヒーンオリジナルドレスやシャツはビンテージコレクションとして取り扱われており、オリジナルシャツはeBayで5000ドルで取引されるなど非常に貴重なコレクションになっている。シャヒーン・ターンバーグさんはこの10年間ほど全米各地から父であるシャヒーンデザインのオリジナルコレクションのドレスやシャツを収集し、展示会開催を積極的に行っていく予定だと言う。



## LEADERS &amp; SUCCESS

## The Hawaiian Shirt Monarch

**Innovate:** Alfred Shaheen's feel for fabric, fashion made his colorful clothing boom

**BRIAN J. ARTHURS**  
INVESTOR'S BUSINESS DAILY

If a visionary builds his business from the ground up, Alfred Shaheen fits the mold swimmingly.

Considered the pioneer in bringing Hawaiian fashion to a global consumer base, Shaheen did so with his first stitch of fabric.

He took a family company that consisted of making custom dresses and turned it into a multimillion-dollar wholesale and retail business.

Shaheen (1922-2008) did so by creating unique clothing items from styles that appealed first to the small population of the Hawaiian Islands in the late 1940s and early 1950s.

He expanded the concept into a brand that saw his goods featured in the biggest and most exclusive department stores worldwide. He especially turned his touristy "aloha" shirts into fashionable garments.

"He was a true visionary," said Linda Arthur, a professor and curator for the Washington State University Department of Apparel, Merchandising, Design and Textiles. "He started in a place (Hawaii) where there was no industry to speak of and created one from the ground up, creating a truly vertically integrated business."

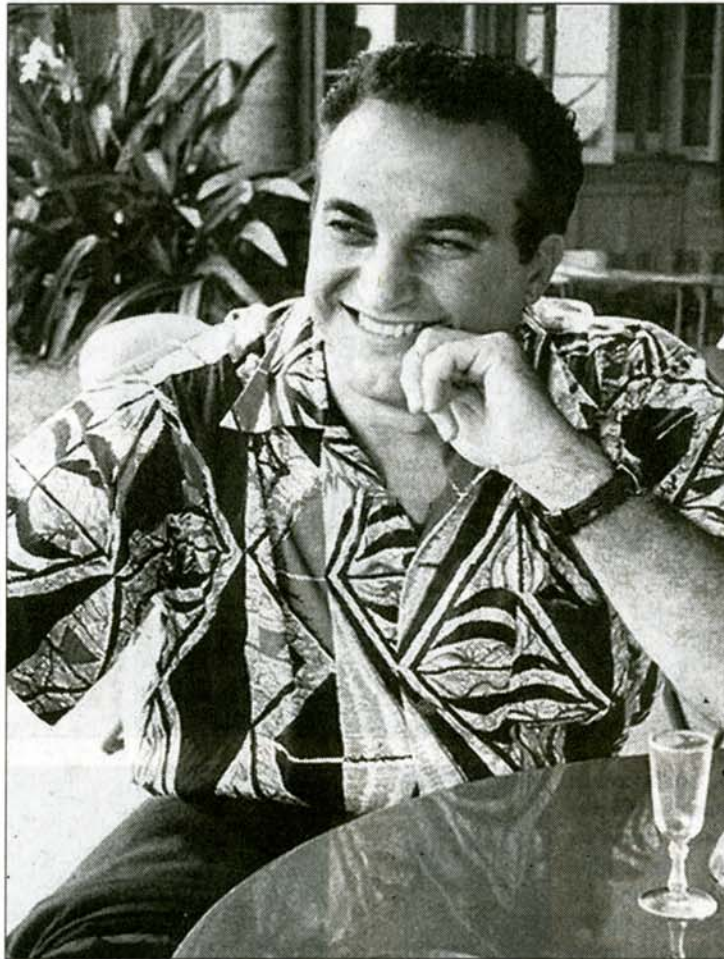
In the late 1940s and early '50s, Hawaii had no garment industry, just mom-and-pop stores that made and designed clothing with fabric shipped in. Those shipments were often plagued by work stoppages that made it tough to count on a steady flow of material.

"The greatest lesson he ever taught me," Camille Shaheen-Tunberg, his daughter, told IBD, "was to not have to rely on others when embarking on business ventures, but learn to do things for yourself."

#### Smart Guy

"He was a genius," Dale Hope, creative director for Kahala Sportswear and author of the book "The Aloha Shirt," told the Honolulu Advertiser. "Nobody came close to having the deep knowledge, and having the respect for the artists, the art, the printing, the distribution and the retailing. To be a vertical manufacturer — where you create your own art, make your own piece goods, sell them at your own retail stores and do wholesale accounts worldwide — that was pretty darn impressive."

In 1949, Shaheen established Sand 'n Surf Hand Prints in a Quonset hut left standing after World War II. Using his math, physics and aeronautical engineering background gained during a stint at Whittier (Calif.) College the previous de-



**Shaheen flew combat missions in World War II, then returned to Hawaii and turned his family clothing business into a worldwide phenomenon. AP**

cade, he created his fabric using equipment assembled from parts found in Hawaiian junkyards.

"The biggest problem he encountered when he started was there was no labor pool in Hawaii (for fashion)," said Shaheen-Tunberg. "He had to learn all of the methods to making and designing the fabrics and teach them to everyone who worked for him."

By 1950, he had pieced together machinery that let him print, dye and finish the fabrics. Key to his success, says Arthur, was teaming up with textile chemist Edmund Luntz, whom he had met in California. Luntz was instrumental in helping Shaheen develop the dye process for creating the metallic paint colors that characterized his clothing. In the fashion world, what's fresh and new sells. Two years later his operation was producing 60,000 yards of fabric a month.

In 1956, he built an \$8 million factory showroom and office complex near Honolulu. By 1959, his business employed over 400 people, and his worldwide sales combined with his chain of retail stores in Hawaii grossed more than \$4 million a year — or \$30 million in today's money.

"He was responsible for the globalization of fashion in the United States," said Arthur, who has studied and written extensively about

Hawaiian fashion. "He incorporated Asian and Polynesian designs into clothing and introduced it to the mainland at a time when the fashion industry was hungry for something new and different."

Arthur says his marketing skills were formidable, using the clothing's hang tags to tell a story about the design pattern to help make them unique. She also points out that department stores showcased his designs in their own boutiques for island fashion and furniture.

"Shaheen's clothing was not haute couture, but it was high fashion," said Arthur, who co-wrote "The Art of the Aloha Shirt" with DeSoto Brown. "His women's clothing was especially popular not just because of the designs, but because of the fit. He knew how to make garments that fit women well and accentuated a woman's best features."

Shaheen grasped another front. He saw how air freight would help him expand his business into the mainland and beyond, letting him keep pace with fast-moving fashion industry cycles.

One reason for that was Shaheen's interest in flying. After studying aeronautics in college, he signed up to fight in World War II. He ended up flying P-47 Thunderbirds in 85 combat missions in France, Germany and Italy over three years.

#### Shaheen's Keys

**What:** Popularized high-end Hawaiian garments in the mainstream fashion industry.  
**How:** "My father realized the only way to succeed in this business was to make his own fabric and not rely on others," said Camille Shaheen-Tunberg.

After the war ended in 1945, he trained pilots with the Hawaiian Air National Guard. "He maintained his interest in planes, and that probably led him to anticipate the potential for air freight in his business," said Shaheen-Tunberg.

He met his first wife through tragedy. His cousin Emil died in the war and had told Shaheen wonderful things about his fiancée, Amelia. When Shaheen returned from Europe, he sought her out, and the two were soon married.

Shaheen was born in New Jersey into a family with a history in the textile industry. The family moved to Hawaii in the late '30s around the time Shaheen headed to California for college. After returning from the war, he set out to expand his family's modest clothing business.

With Shaheen at the controls, the business flourished into the 1960s and '70s. In 1961, his shirt designs reached a worldwide mainstream audience when Elvis Presley was photographed wearing one of his shirts on the album cover for the "Blue Hawaii" movie soundtrack.

Shaheen maintained his business for more than 40 years, keeping his production operation in Hawaii the entire time before retiring in 1988.

He died last December of complication from diabetes at age 86.

#### Huzzahs

In 2001, the state of Hawaii recognized Shaheen for his contributions to the state with a Lifetime Achievement Award. In 2006, the Honolulu Advertiser named him one of the 150 most influential people, events and institutions to effect social, economic, political and cultural change in Hawaii from 1856 onward.

Shaheen-Tunberg retains the rights to Shaheen's designs. She licenses them to designer Reyn Spooner, who has created reinterpretations of Shaheen's original textile designs from the '50s and '60s.

Today, Shaheen's original garments are prized collectibles. It's not unusual for an original Shaheen shirt to sell on eBay for \$5,000 or more. Shaheen-Tunberg has spent the last decade collecting many of her father's original garments and working to organize an art exhibition featuring those designs.