

ファッション
ashion

RYOKU

カ

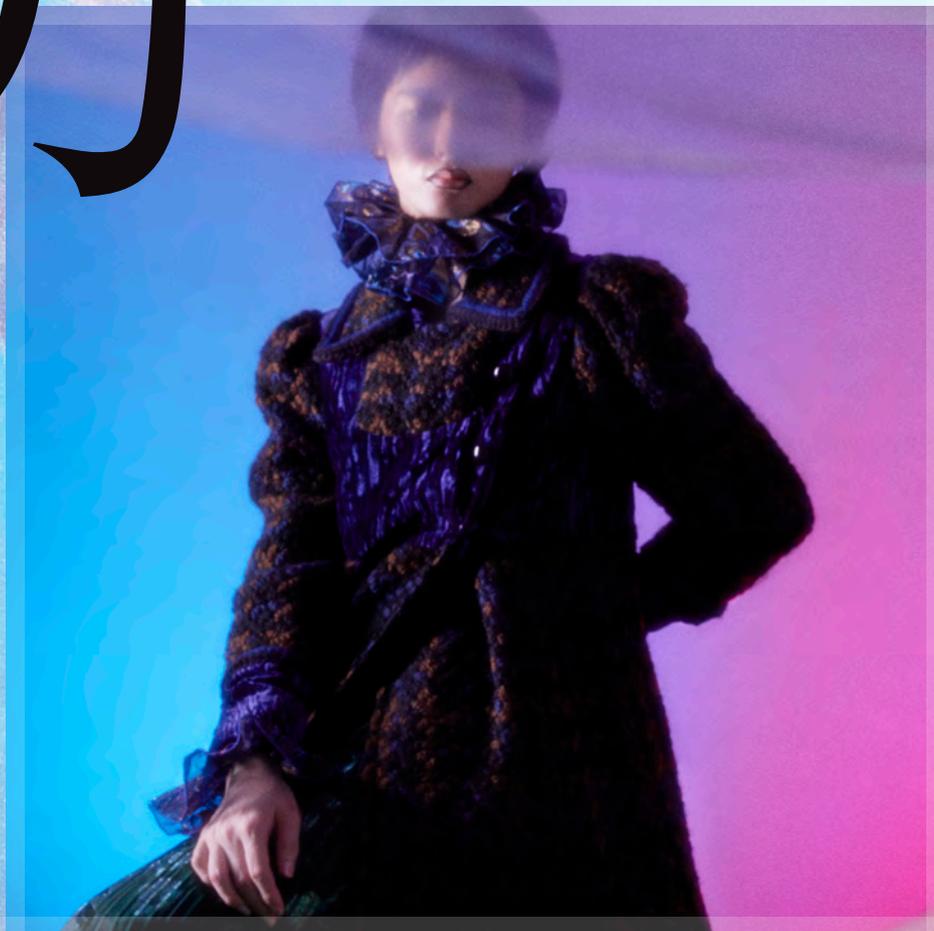
TOKYO
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

doublet

井野 将之さん

November 2017 Vol.37



FEATURE

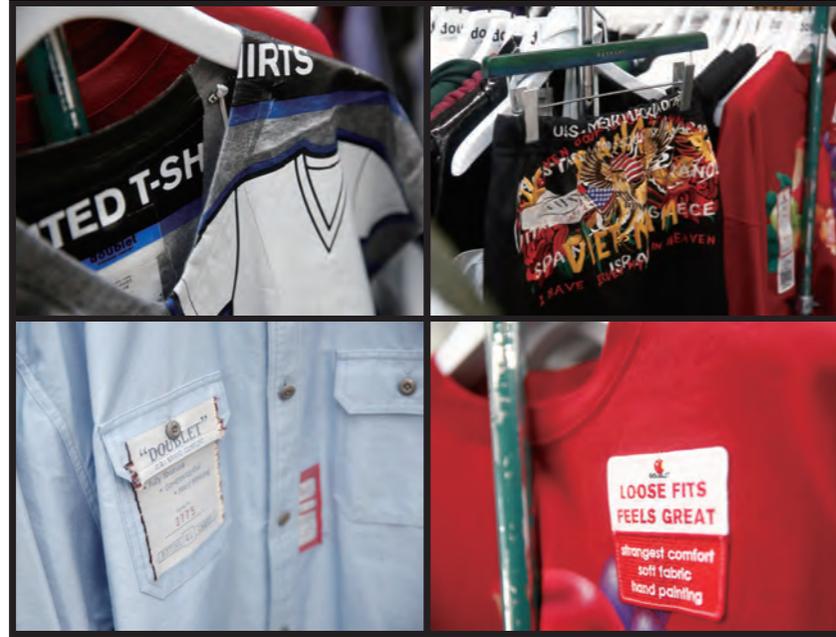
CHANGING FASHION TRADESHOWS

変わるトレードショー

2018SS PRÊT-À-PORTER COLLECTION

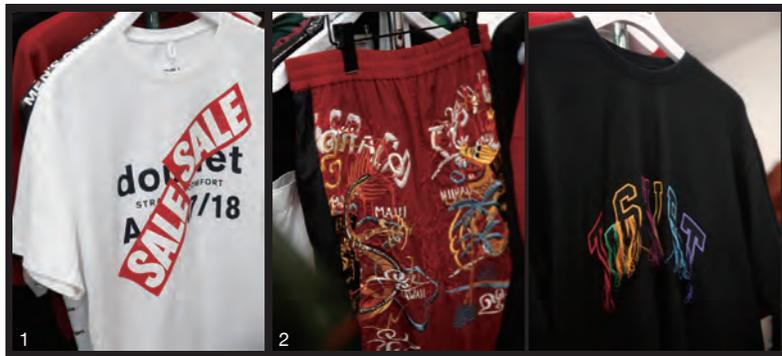


"UN DEAD STOCK"



2018 SS COLLECTION

海外で感じたのは、ユーモアは世界共通だったこと。



1.「千歳鳥山の商店街を歩いていた、昔からある地元のおばちゃん服を売っている店のウィンドウにセールの文字がベタベタ貼ってあるのを見て、かわいいなあと思って写真を撮りました」と井野さん。錯覚をリアリティーに落とし込むダブルットならではのセールの文字をプリントしたTシャツ。2. 幾重にも重なる刺繍が強烈な存在感を放つアイテムたち。



「ここ2年の東京は、良い方に変わってきていると思う。僕らの世代はファッションに貪欲だった。その後、ファッションよりもライフスタイル重視な傾向が続いていたけど、またファッションに貪欲な世代が出てきています。しかも、上の世代のファッションを取り入れようとする動きを感じる。これは起爆剤になる。フレキシブルでエネルギーがあるから、どんどん楽しくなっていくんじゃないかな。」

■近年ファッション業界は元気がないと言われていますが、どう感じますか。

「ここ2年の東京は、良い方に変わってきていると思う。僕らの世代はファッションに貪欲だった。その後、ファッションよりもライフスタイル重視な傾向が続いていたけど、またファッションに貪欲な世代が出てきています。しかも、上の世代のファッションを取り入れようとする動きを感じる。これは起爆剤になる。フレキシブルでエネルギーがあるから、どんどん楽しくなっていくんじゃないかな。」

■海外でも発表されていますが国外に出て感じたことは。

「ユーモアは世界共通ということ。特に海外の方がしっかりリアクションしてくれるから嬉しいです。洋服としての着心地やクオリティーにこだわるのはもちろんですが、着ることで楽しいと思えたりすることが自分にとっては大事で、おもちゃっぽいユーモアじゃなくて、服として成立するユーモアを届けたいです。」

ファッションの裏技拝見 TOKYO BRAND PICK UP

Interview : Utako Amino Interview Photo : Yuhei Kaneda



PROFILE

井野 将之 Masayuki Ino
1979年群馬県生まれ。東京モード学園卒業後、企業デザイナーを経て浅草のベルト工場で革小物製作の経験を積む。2005年より「MIHARAYASUHIRO」の靴・アクセサリーの企画生産を務める。12年、自身のブランド「doublet (ダブルット)」を設立。13年、「2013 Tokyo 新人デザイナーファッション大賞」プロ部門で最優秀賞を獲得。17年、TOKYO FASHION AWARD受賞。

ダブルット **doublet** / デザイナー 井野 将之さん

ストリートスタイルが勢いづく中、東京メンズブランド「ダブルット」は、刺繍のハイパーレイヤード、糸がほつれて文字が読めなくなったロゴ刺繍など、オリジナルのディテールが目を引くアイテムを打ち出し海外でも人気を集めている。デザイナーの井野将之さんに会うため、引越越したばかりという事務所を訪ねた。

■ファッション業界に進んだきっかけは？

「絵を描くのが好きで、絵を描くことを仕事に繋げられそうなのはファッションデザイナーかなと高校生の時に漠然と思いました。4年間服飾の専門学校で勉強してアパレルメーカーに就職しましたが、自分のやりたいことをもっと表現したいと思って、自分のブランドを作ろうと2年後に退職しました。でも、いざ付き合ひのあった工場へ行ったら、对个人となる見向きもされなかった。メーカーにいた時にきちんと関係が築けていなかったことを思い知らされました。それからものづくりの現場にいる人たちの感覚がわかるようになりたいと思って、浅草のベルト工場でアルバイトを始めた。ここでは口で言っただけ物が出来上がることはまずない。その後、ずっと履歴書を送り続けていた「ミハラヤスヒロ」で7年間アシスタント兼生産管理を務めて、少しながらも自信が出てくるようになった時、自分の名前前で勝負しようというブランドを始めました。」

■2018年春夏コレクションのポイント。

「これまで「カルチャーを含んだ服」

ファッションの裏技拝見 FEATURING A KEY PERSON

Vol.5

ファッション業界のさまざまな職種で活躍するキーパーソンを紹介する連載vol.5は、
衣装デザイナーとして活躍する武田久美子さん。
衣装デザイナーになったきっかけ、既製服デザイナーとの違い、やりがいを聞きました。

Interview : Utako Amino Interview Photo : Sakura Tsuchiya

PROFILE

武田 久美子 Kumiko Takeda
1979年東京生まれ。多摩美術大学テキスタイルデザイン学科卒業後、ロンドンへ渡英。London College of Fashion、同大学院卒業。その後本格的にキャリアをスタートし、現在までにグローブシアター、パービカンシアター、ノッティングヒル・カーニバルなど 演劇、ダンス、その他様々なパフォーマンス衣装の制作に関わる。2012年2月末から拠点を日本に移し、プロモーションビデオの衣装制作など活動の場を広げている。



マスプロダクトでない、 キャラクターのある服づくりが楽しい

衣装デザイナー 武田 久美子さん



Slow Movement The Eternal Symphony 2nd mov. 演出・振付/ 森山開次

■衣装デザイナーになったきっかけは？

父は建築の設計士、8歳上の姉はプロダクトデザイナー。家族の影響を幼い頃から受けて育ち、小学生の頃から絵を描くのが好きだった私は、美大のテキスタイルデザイン科に進学しました。テキスタイル科は芸術祭でファッションショーを行うのですが、その時劇団関係の方がショーを観ていて、終わった後に衣装を作らないかと声をかけてくれました。これをきっかけに舞台衣装を専門的に学ぼうと、シェイクスピアの本場ロンドンへ留学することに。大学院まで進み、2010年にフリーランスとして独立しました。ノッティングヒル・カーニバルの衣装やパフォーマンスの衣装を作りロンドンで経験を積み、2012年に帰国。日本に戻って5年が経ちます。

■フリーランスとしてすぐに仕事の依頼はあったのですか。

はい。ロンドンは劇場の数も多く日本よりも作り手が必要なので、現場に入る仕事が多かったです。経験を通して頭の先から爪先までデザインすることを学びました。

■オフアーマーをもらってからデザインが完成するまではどのくらいかかりましたか？

プロダクションによっても違いますが、オフアーマーをもらってから1週間位でデザインを考えることが多いです。オペラなどの舞台では演出家とも話しあってベイスから考えていくので、半年くらいかけてデザインを考えることもあります。

■どんな風にデザインを考えますか。

本をたくさん読みます。衣装に関わるもの以外にも、昆虫や魚の図鑑などからヒントを得ることもあります。演劇の脚本だとキャラクターブレイクダウンをしなければならぬので、この人はどういう生活をしているのか、どういう感情でこの場面は動くのかなどを考えます。また、広告の仕事などはシャッターを押



Request QJ Photo/ Ryo Kobo



LUDUS 演出・振付/ 鈴木竜



APiA xmas

衣装のシルエットにもこだわっています。

■近年されたお仕事は？

夏に高知県で開催された「よさこい祭り」で、総勢100人の踊り子さんの衣装を増田セバスチャンさんとコラボレーションでデザインしました。伝統ある雰囲気は壊さず、スカートの丈感やボリュウム感を出しながら、若い世代にも着たいと思われるような新しい感覚を入れることを意識しました。他にはヨコハマ・パトラリエンナールのパフォーマーの衣装デザインや、カメラマンの宮原夢画さんに撮影して頂いた舞踏の舞台衣装、日本テレビ「過保護のカホコ」の広告衣装や駅ビルのファッション広告の衣装などを制作しました。

■将来やりたい仕事は？

紅白の衣装やオリンピック・パラリンピックの開会式の衣装はやってみたい。ライブ、広告、芝居などの仕事も楽しいし、色々なことを吸収したいです。続けていると知ってもらえて広がっていく。だから、兎に角続ける。そうすればきっと何かいいことがあると思います。



アンビアンス

Ambiance

開催時期を1ヶ月前倒し

渋谷文化ファッションインキュベーションで開催された合同展「Ambiance2018SS」は9月12日～14日と前回よりも開催時期を1ヶ月前倒した。ビジネスの接点が増えるよう、近年ショーも展示会も東京ファッションウィークに合わせず時期を早める傾向があり、同展も開催を前倒しすることでデザイナーとバイヤーのマッチングの機会を増やすことが狙いだ。実際に全体で8割新規のオーダーがいった。「ディウカ」「アディクトノア」などの国内ブランドをはじめ、今季よりトラノイなどに展示している韓国のショールームからのブランドも出展し、相互に情報を発信できる環境を整え可能性を広げている。次回は2018年2月6日～8日を予定。

パッセージ

Passage

会場を変えて1ヶ所に集約

ガスアズインターフェイスとネスト・クリエーション・ラボ共催の合同展示会「ネストプラスパッセージ」は10月24日～26日に開催。名称を「パッセージ」に変更し、代官山の数ヶ所に分散していた会場から恵比寿ガーデンホールの1ヶ所に集約して見やすくなった。人気ブランドの「アカネツノミヤ」「タロウホリウチ」が抜けたものの、「ナイフ」をはじめ「ショウクラシナ」「アソート」などこれから伸びそうな注目ブランドが揃っており、じっくり見たい。三越伊勢丹のプライベートブランド「BPQC」やオンラインオーダーシステム「ターミナルオーダー」などが初出展していた。



ソレイユトキョー

SOLEIL TOKYO

合同展示会の新しいスタイルを提案

カシュ・カシュ主催、デザイナー不在の合同展示会「ソレイユトキョー」が8月30日～9月2日、代官山ホワイトルームで開催された。出展者が立ち合えないことで来場者がゆったりと自由に商品を見ることができ、かつラック1本から参加可能で、出展コストを抑えられるという他の合同展とは異なるスタイルが特徴だ。後日行われた記者会見では次回よりイベント運営を手掛けるJTBコミュニケーションデザインが事業を引き継ぎ、会場はEBIS303に拡大する。さらにバイヤー、ジャーナリストの投票により上位を獲得した出展者はパリで行われるトレードショーに無料出展できるアワードを設ける。次回開催日は2018年3月27日～29日。



CHANGING FASHION TRADESHOWS

変わるトレードショー 過渡期に入ったトレードショービジネス

トレードショーが変革期を迎えている。東京ファッションウィークよりも前にショーを行うブランドも珍しくなくなったが、トレードショーの開催時期は8月末から10月末の長い期間で散らばるようになった。「合同展に出ても次に繋がらない」「出展料に見合わない」といった出展者の声も聞く中で、集客のためにブロガーを入れたり、有名デザイナーをゲストに呼んだり、ブランドをじっくり見ってもらうために会場を変え、開催時期を変え、規模を変えたりと主催者側も新たな試みを始めている。何が変わったのか、出展者と来場者双方にメリットはあるのか。今季行われたトレードショーをレポートする。

Text : Utako Amino

PARIS TRADESHOW

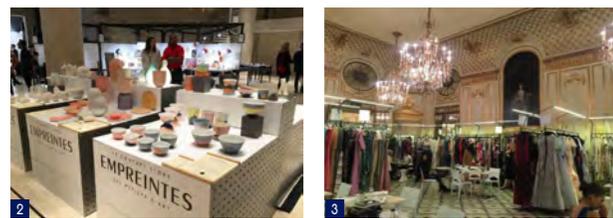
Text & Photo : Masahiro Kubo

新機軸を模索する パリ・レディス・トレードショー

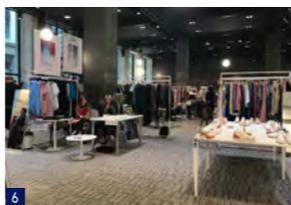
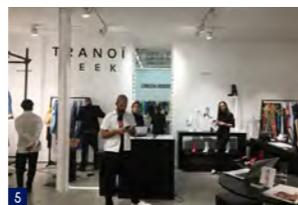
国内と同じく、パリにおいてもトレードショーの停滞と新機軸の打ち出しが始まっている。

2018年春夏のパリ・レディス・ファッションウィーク中のトレードショーは初日に、比較的賑わったが、後半に失速し、多くの出展者の口からは「来場者数の低迷」が指摘された。特に7月のIMF(国際通貨基金)による経済成長見通しで0.5%の上方修正がなされたスペインとイタリアに期待する声もあったが、総じて低成長の先進国よりは、中国、韓国、香港などのアジア圏や中東、ロシア、ウクライナといった新興国の来場者の強さが目立った格好だ。

主なトレードショーは、アパレルの「パリ・シュールモード」、服飾雑貨展「ブルミエールクラス」「トラノイ」「ウーマン」だ。この他に「ヴァンドーム・ラグジュアリー」「ジップゾーン」なども開催された。一昨年からマレ地区でウーマンの主催者が開いてきた「マン/ウーマン・ショールーム」に続き、トラノイもショールーム形式で「トラノイウィーク」と題し、2014年以來の復活を果たした。このトラノイウィークには英国ファッション・テキスタイル協会がサポートする「ロンドンショールーム」が包摂される形となった。このようにショールーム形式のミニ合同展を開催



1.パリ・シュールモードからは、今回カプセルが撤退した 2.トラノイのカラーゼル会場には昨年マレ地区にオープンして話題のフランス工芸家組合の店舗「EMPREINTES(アンブランド)」が出展 3.ロングドレスが主体のヴァンドーム・ラグジュアリー 4.7.チュイルリー公園に張られた長いテントのブルミエールクラスは、A～Cの3つのホールに分けられているが、ホールによって来場者にバラツキがあるとの声が聞こえる 5.ロンドンショールームを取り込んで始めたトラノイウィーク 6.ヴァンドーム広場のウーマン



するなどが新たな一手となっている。一方で、この数年高止まりしているトレードショー出展料とそれに見合う投資効果という点で、アンバランスが生まれてきているのは明らかだ。本来は、始めたばかりで取引先リストを持たないブランドが、最初に顔見せするところがトレードショーだったはずで、未知のブランドと効率良く、かつ数多く出会えるからとバイヤーは足を運んだわけだ。だが出展料の高さゆえに小さなスタートアップしたばかりのブランドが出られなくなり、新規を見つける魅力が減り、しかも一部ではあるが入場料も取ることから、来場者にとってもハードルが高くなり、出向く意欲が減退する「負のスパイラル」が起こっている。主催者によって考え方の違いはあると思うが、人が人を連れてきたり、繋がりが新たな繋がりを生むというシンプルな考えに立てば、「枯れ木も山の賑わい」でトレードショー自体の活性化にも繋がると思われる。とは言え、「パリに来れば、他の都市をスキップしてもほとんど見ることができる」と言われる程プラットフォームが整っているのもまた事実だ。多くのブランドが個別のショールームを開催し、一堂に会する仕組みには一日の長がある。トレードショーの出展者が減り、テロの影響が続くとはいえ、「たゆたゆとも沈まぬ」パリの強かさに対し、右に出る者は居ない。だからこそ、スタートアップをサポートするというトレードショー本来の意義に立ち返って、再構築する事が求められている。

PRO1.トレードショー

PRO1.TRADESHOW

アジアをつなぐプラットフォームに

ワンオー PRO1. 事業部が主催するBtoB向け合同展示会「PRO1.トレードショー」は東京コレクション開催中の10月17日～19日にEBIS303で行われた。アジアをつなぐプラットフォームとして国内のみならず海外へ発信していくことを目的として、韓国、香港のブランドも出展している。東コレに参加し注目を集めた「グローイングペインズ」や、「プラスチックトーチョー」「パナルシックビザール」「ヒスイ」などランウェイ参加経験のあるデザイナーブランドも多く出展していた。「デスペラード」のオーナーバイヤー泉英一さんが設立した「パノラマ」のショールーム出展ブースも。



ルームス エクスぺリエンス 35

rooms EXPERIENCE 35

BからCに拡大

アッシュ・ペー・フランス主催の合同展示会「ルームス エクスぺリエンス」は9月6日～8日、国立代々木競技場第一体育館から五反田TOCに会場を移し、BtoBからBtoCへと来場者の幅を広げた。名称も「ルームス」から「ルームス エクスぺリエンス」に変更して一新。出展数は会場の規模によって少なくなりましたが、見応えは十分。ファッションアクセサリが豊富で「クリスハバナ」「チナミヨコザワ」などが印象に残った。他にもお笑いライブ、占い、マッサージコーナーなどもあり、一般客も楽しめる工夫が随所に見られた。一般入場料は2,500円。次回は2018年2月21日～23日を予定。



カラート71プロジェクト

CARAT071PROJECT

若手ブランドを支援

ニューロビングループと杉野学園共催の合同展示会「カラート71プロジェクト-EXHIBITION-」が10月10日～12日に代官山カラート71で開催された。同展は若いクリエイターの活動を発信する新たな場を作ることを目的として7年前にスタート。ダイヤモンドをイメージした71面のガラス張りの会場で、通常は大手アパレルメーカーやラグジュアリーブランドが展示会を行うことが多いが、同展は参加費を抑え、若手ブランドでも出展しやすい環境を用意している。今季は「トロワズィエムチャコ」ほか、バッグブランド「アウダー」、アクセサリブランド「モキ」など初出展ブランドが多かった。



若手の 成長著しい シーズン

Text & Photo : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya

THIBAUT



東コレ初参加の「ティボー」(伴芽衣子)が、独特なルックを並べ異彩を放っていた。古着を思わせるコットンレースやサマーカットソー、リネン、デニムでテーマの「ドレスリハーサル」を表現。バレリーナの練習着やその場でとってつけたような衣装、仮布や仮縫いを模したスタイリングを次々と登場させる。未完成というアンニュイな世界観で、緊迫感のあるショーを見た。

VANCOUVER
FASHION WEEK



KEISUKE
YOSHIDA

IHNN



AKIKO AOKI



「アキコアオキ」(青木明子)はパターンやダーツを剥き出しにしたアイテムや思い切り鋭で削ぎ落とされたようなディテールなど、ひとときエッジの効いたラインナップ。力強いシルエットとレイヤードでボリュームたっぷりだが、ギャザーの膨らみや肌が覗くカットワーク、随所にあしらった隙間が艶か女性らしい。パステルカラーとレース素材で春夏らしくコレクションを彩った。

RYOTA MURAKAMI



YOHEI OHNO



PERMINUTE

GLOBAL
WORK



BANANA
CHIPS



5-KNOT



MURRAL



「ミューラル」(村松祐輔・関口愛弓)は、華やかで儂いドラマチックなコレクションを披露。流れ落ちる花々を総刺繍したテキスタイルにチュールやレースをあしらひ、ガーリーでありながらも繊細なイメージに引き寄せる。ショーの後半は彩り豊かなオーガンジーやサテンのピースを一堂に並べ、柔く布をなびかせる。揺れ動くドレープやプリーツの光沢がリッチで味わい深い。

振り幅広げ、 ファッションのお祭りに

「アマゾンファッションウィーク東京(AFWT)2018SS」は、デザイナーズコレクションとしての東京コレクションから「ファッションのお祭り」へと性格付けを大きく変化させてきた。

ショッピングセンター(SC)でよく見かける「ハレ」や「グローバルワーク」、都心型SCにトウキョウベースが出店するオリジナルブランド「ユナイテッドトウキョウ」も加わって、リアルショップブランドが増えた。更には子供服ブランド「バナナチップス」も参加。

海外からも従来から企画されてきた「アジアファッション・ミーツ・トキョー」の括りでタイ、フィリピン、そして「ファッション香港」もジョイントショーを開いたが、更に「バンクーバーファッションウィーク」のオーガナイズで2本のジョイントショーも行われ、9ブランドがランウェイショーを飾った。

最も注目を浴びたのが「アットトキョー」の企画だ。「トーガ」「サカイ/アンダーカバー」は、それぞれロンドン、パリコレクションに参加しており、東京でやる必然性は無いのだが、アマゾンという巨大なECプラットフォームの説得力もあったのか、画期的な試みとなった。

そんな中でも若手の成長が著しい。「アキコアオキ」「ヨウヘイオオノ」「パーミニット」「リョウタムラカミ」は、エレガンスを基調としつつ、そこに独自の視点を加えたクリエーションが垣間見える。「ミューラル」「イン」「ファイブノット」はリアルクローズをベースにしなが、やはりエレガンスの王道で攻めていけそうなブランドだ。一方で日本独特のキャッチーでカラフルなセンスを打ち出した「ケイスケヨシダ」「ティボー」なども注目される。

海外進出について、攻めどころはパリ発なのか上海ファッションウィークからなのか、それぞれの進め方があるだろうが、成長するアジア圏とロシア周辺国、中東からのバイイングを期待したい。



クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

NEW

HOT CREATOR

Photography: Akie Matsuzawa
Hair&Make-up: Mami Yamaguchi
Model: Koyuki Yosemoto

FILE:001

スタイリスト
圓子 槇生さん

圓子 槇生 [まるこ・まき] 1988年生まれ。2011年杉野服飾大学を卒業。2013年2月よりフリーランス・スタイリストとして活動。各媒体へのスタイリング提案を主軸としアーティストや広告・CMなどの衣装製作も担当する。



TRANSPARENCE

今シーズン、国内外問わず多くのコレクションで登場したのがPVC（ポリ塩化ビニール）をはじめとした透ける素材を取り入れたスタイル。中でも透ける素材と異素材をあわせて様々な表情をつくるコーディネートは要注目だ。

ウールツイードに切り替えたペロアの光沢が上品なコートの手元・首元に金糸が混ざった透ける素材のフリルをしのばせ、儚くロマンティックに。トレンドのPVCアイテムを重ねて異なる素材のミクスチャーを楽しむもアリ。ツイードコート¥130,000、ネックピース(大)¥13,000、ネックピース(小)¥11,000(以上ANNA SUI/伊勢丹新宿本店)
問い合わせ: 伊勢丹新宿本店 ☎03-3352-1111

GUCCI



COURTESY OF GUCCI BY DAN LECCA

CHANEL



2018 SS COLLECTION

トランスペアレンスを重ねて 軽さを演出

2018年春夏ブレタポルテコレクションはnature(ネイチャー)、自然を表現したテーマが登場しました。木々や花、水をイメージしながらひと捻り技を加えた作品が並びます。綿や麻などのラステックな天然素材のロングドレスはフェミニンな仕上がりです。アクセントで使うトランスペアレンス(透ける素材)はオーガンジーだけではなく、PVC(塩化ビニール)を重ねて軽さとモダンさを添えます。レースやプリントのハンカチーフモチーフをつなげたバイアスドレスは風に揺れるシルエットです。パターンオンパターンは春夏らしくカラフルで大胆、特に大きなチェック柄が新鮮です。そんな軽やかでフェミニンなスタイルが多い中、登場したもう一つのスタイルがテラリングです。テラードを取り入れたドレスやロングベストなど硬すぎない新しいアイテムが話題になりそうです。

「シャネル」は会場のグランパレに木々に覆われた流れる滝を設えました。ショーのスタート前から滝の音とともに鳥のさえずりが流れます。ファーストルックはざつくりしたツイードの肩を落としたジャケットにビスチェ、ミニスカートの組み合わせです。ジャケットやスカートの裾はツイードのフリンジが揺れています。合わせた透明PVCのレインハットやサイハイブーツがモダンです。その他、PVCのバッグやケーブに手甲など楽しいアクセサリーが揃いました。

「ヴァレンチノ」はスポーツテイストを取

り入れたレイヤードスタイルを並べました。タンクトップを重ねてアウトポケットのカーゴパンツを合わせていますが、側章はビーズ刺しゅうで飾られています。PVCのブルゾンやピンクベージュのシルクオーガンジーを挟み込み、ヴァレンチノカラーを打ち出しています。リアルアイテムの中にもクチュール技が潜んでいます。シヨルターにもなるベルトバッグが人気を呼びそうです。

「メゾン・マルジェラ」は国際空港の搭乗案内をBGMにコレクションがスタートしました。トレンチコート、袖をぼさざり切り取ったビスチェドレスはウエストをきゅつと絞めます。オーガンジーを重ねたドレスには服の輪郭だけをかたどったブルズンを羽織り、クチュールテクニックを駆使したシルエットが浮かび上がります。モデルの背中にはトランクに貼る荷物のステッカーがぶら下がり、遊び心もいっぱいです。

「エルメス」はさまざまなチェック柄を縦横バイアスに切り替え重ねて、グラフィカルな作品を並べました。「洗練」という言葉がびつたりのモダンなコレクションです。

「グッチ」は、「GUCCY」というワードでグッチらしさを表現したコレクションを発表しました。オーバーサイズジャケットにミニ、マキシドレス、スリム、ワイドパンツを合わせても「GUCCY」です。全107型、勢いのあるコレクションを披露しました。

HERMES



©JEAN-FRANCOIS JOSÉ

MAISON MARGIELA



TEXT: 萩原輝美 Terumi Hagiwara

毎シーズン、ミラノ、パリなど世界のデザイナーズコレクション、パリ・オートクチュールコレクションを取材。ファッション雑誌に記事、コラムを寄稿。専門学校、各種セミナー講師。エレガンスをリアルに落とし込むファッション提案に定評がある。セレクトショップのプロデュースも手がける。オフィシャルブログ: <http://hagiwaraterumi-bemede.com/>

■ 萩原輝美のワンポイントレッスン

18年春夏、旬の着こなしはトランスペアレンスのレイヤードです。オーガンジーやPVCのコート、ジャケットを羽織る。また袖や裾にチュールやメッシュを接ぎ合わせたカットソーやドレスなど、レイヤードに見えるアイテムもおすすです。



ニューヨークのアトリエを訪れて、トルソーにかかった秋物コートを試着しました。袖のゆとりを後ろ身頃のタックでとるドルマンスリーブで、しっかりフィット。肩幅の許容範囲は10センチ以上あるとのこと。そのパターンとシルエットに一目惚れ、思わずワードローブに加えしました。この秋、お気に入りのコートです。

oomaru seisakusho 2

oomaru seisakusho 2 (大丸製作所2) はニューヨークにあるパターンメイキングでスタートした会社です。今ではパターンばかりでなくニューヨークブランドの企画やサンプル縫製までこなしています。日本人スタッフ15人の代表を務めているのが大丸隆平さん。ニューヨークコレクション期間中発表している自身のブランドである「OVERCOAT (オーバーコート)」製作中のNYのアトリエでインタビューしました。

Interview Text : Terumi Hagiwara Interview Photo : Akira Yamada

PATTERN MAKER

Q.. ニューヨークに行ってきたきっかけは？
A.. 日本のコレクションブランドでパターンをしていて、ニューヨークの会社に誘われて渡米を決めたんです。
Q.. 片道切符で行ったのですか？
A.. はい、すべて整った条件で行ったのですが、ビザがおりずに働けませんでした。帰る旅費もなくアルバイトでパターンの仕事を始めたのが、今もニューヨークにいることになった始まりです。
Q.. 最初のクライアントは？
A.. その頃ブランドを作り始めた「ジェイソノウェ」や「プロエンザ・スクーラー」です。
Q.. ヨーロッパのラグジュアリーブランドにはどこも、日本の技術力を発揮しているモデルリスト(パタンナー)がいます。その立場を外注で一手に引き受けているのですか？
A.. クライアントは毎シーズン30、50ブランドくらいで型数も変動します。最近ではパタンナーだけではなく、次シーズンの方向性から企画に参加することもあります。
Q.. 自身のブランド「オーバーコート」を始めた理由は？
A.. 自分なりのデザインの定規を作りたいからです。
Q.. それでジェンダーレス、エイジレス、サイズレスなのですね。オートクチュールの服に興味はありますか？
A.. 依頼されればやりますが、今はプレタのパタンナーのプライドとして「量産できる服のパターン」を作ることが仕事だと思っています。
Q.. 次の目標は？
A.. 商品だけではなく、もの作りする人もPRするべきだと思います。人を大切に新しいビジネス(クリエイション)を作り出したいです。



PROFILE
大丸隆平 Ryuhei Oomaru
 福岡生まれ。文化服装学院アパレルデザイン専攻科卒業。日本のブランドでキャリアをスタートした後2006年渡米。2008年 ニューヨークにoomaru seisakusho 2 incを設立 2012年株式会社 大丸製作所3を東京に設立、自身のブランドOVERCOATスタート



ハンカチーフ・ヘム
Handkerchief Hem

ノスタルジックな刺繍ハンカチや、プリントを施したハンカチの角を垂らしたようなヘムラインで作るアシンメトリーなスタイリングが新鮮だ。素材は張りのあるリネンから歩いた時の動きが美しいシルクまで多岐にわたる、クールに仕上げたデザインが注目を集めた。



フラワー・アンド・ストライプ
Flower and Stripe

大柄な花柄が多く見られる今シーズンだが、スタイリングとしてはストライプのコンビネーションによる大胆なコントラストが目についた。バイカラーから多色使いまで花柄もストライプも幅は広いが、あえて全く違うカラーパレットで一見ルールレスな雰囲気を楽しんでいる。



キャミソール・アレンジメント
Camisole Arrangement

久々に華奢なキャミソールドレスが多く見られた。インナーにロゴTシャツやシア感のあるチュールのTシャツで作るレイヤードスタイリング。また、素材の違うスカートを重ねることにより、より立体感のある奥行きのあるスタイリングが新しい。



エグザジュレイテッド・ラッフル
Exaggerated Ruffle

数シーズン連続で人気の装飾的なラッフルやフリルがよりデフォルメされた形でトップスやボトムスにも用いられ、やや大袈裟な印象が今シーズンは目に付いた。あえてトップスとボトムス双方に用い、ボリューム感あるスタイリングが今シーズンらしい。

米国ファッションデザイナー協会(CFDA)は、米国自由人権協会(ACLU)を支援することを発表した。「Fashion for ACLU」と題し、人種差別や偏見、憎しみに反対して堂々と発言しようと促すものだ。CFDA会長であるダイアン・フォン・ファステンバーグをはじめとした50人以上のデザイナー達は、ショー会場などでブルーリボンを配布し参加者たちにハッシュタグ「#StandWithACLU」や「#FashionforACLU」をSNSに投稿するよう呼びかけた。「自由・人権・平等・個々の尊重」などを表現する形で、昨シーズン以上にブラスサイズ、シニア、そしてトランスジェンダーのモデルを生かして多様性に応えた。

今シーズンは、「プロエンザ・スクーラー」「ロダルト」「アルチュザ」「ラコステ」「トミー・ヒルフィガー」などが、パリ、ロンドンへ発表の場所を移した。役者不足と共に規模縮小を感じたのは否めない。明るくニュースは、ニューヨークを数シーズン離れていた「トム・フォード」と「フェンディ・プーマ・バイ・リアーナ」の帰還である。「ヘルムート・ラング」は英国「デイズド」誌の編集長、イザベラ・パレイを起用して、2017年秋冬からブランドの再構築をめざしている。ブランド休止中の「ブッド・バイ・エア」のシェーン・オリバーと組み「ヘルムート・ラング・シエン・バイ・シエン・オリバー」と題したカプセルコレクションを発表したが、顧客とかけ離れたコレクションで話題性のみに終わった。また、デザイナー自らのSNSでショーを告知し、バイヤー、エディターといった既存の招待客では無い層にランウェイを解放したのは、「アレキサンダー・マクレーン」や「パトリック・スクーラー」。ランウェイという形態に疑問を呈し、フォトリエーションとして発表をした「ラグ&ボーン」。さらに「変化だけがファッションだろうか」と問いかけて、先シーズンと同じスタイルをあえて登場させた「カルバン・クライン」・「205W39NYC」など、今後のニューヨークファッションウィークの存在意義、あり方を考えさせられるシーズンとなった。



2018 S/S
PARIS COLLECTION

2018年春夏パリコレクション会場スナップ

オーバーサイズとともに、ミニやショート丈など足や肌を見せるファッションが目をつけた。ビニール使いなど、前シーズン話題となった60年代の宇宙ルックのムードを取り入れたものやファーも目立った。スニーカーが定番し、靴で変化を付けることが難しい中で、サングラスやデザイン性の高いメガネもアクセントになっている。

Text & Photo : Shinichi Higuchi

TOGA

「TOGA (トーガ)」はロンドンコレクションで発表し始めて4年目、現地でも安定した人気があります。今シーズンはロンドン橋の南側にあるサザーク大聖堂でショーを披露しました。デビュー20周年を記念して東京国立新美術館でも18年春夏コレクションを発表。テラードベースのコレクションは場所を変え、演出を変え、観客を変え、賞賛されました。2回のコレクション発表を終えたデザイナー古田泰子さんをショールームに訪ねました。

Text : Terumi Hagiwara



18年SSコレクションはテラードコートの後ろ身頃にPVCで切り替えたり、袖をバサッと切るドレスを並べました。カットティングで見せる大人服です。チェック柄をシャーリングした1ラインドレスはお気に入りの1点です。モードとストリートの融合をいち早くコレクションで実践してきたトーガ。世界に発信できる東京ブランドです。



Yasuko Furuta



PROFILE

古田泰子

1994年エスモード・パリを卒業。97年ブランドを立ち上げ、99年春夏より展示会形式でコレクションを発表。2006年春夏よりパリコレクションに参加。07年にフランス国立モード芸術開発協会「ANDAM」を、09年に毎日ファッション大賞を受賞。14年秋冬よりTOGAをロンドンで発表。

TOPIC 20周年を記念したアーカイブ本が誕生

「トーガ」設立20周年を記念して、長年にわたり鈴木親が撮影してきたトーガの膨大なイメージを素材に、テセウス・チャンの伝説的雑誌『WERK (ヴェルク)』の最新号が誕生。限定800冊が制作される本書は、手作業による造本で一冊ずつが異なるユニークなアートピースに。

「TOGA-WERK No.25: ARCHIVES (トーガ・ヴェルク25号:アーカイブス)」12月2日発売予定 11,000円(税別)
古田泰子 (TOGA) + 鈴木親 + テセウス・チャン (WERK)



- Q: デビュー20周年おめでとうございます。古田さんの年齢で20周年は早いですね。
- A: はい、エスモード卒業後、アパレルで8ヶ月間アルバイトして、すぐにブランドを立ち上げました。最初は自宅で見せたり、好きなお店に見せに行ったり...でも黒いハンガーにかけてラックに並べること違和感を感じました。私が見せたい世界観がないと、それですぐに展示会を始めました。
- Q: シーズンのコレクションはテラードから派生していましたね。
- A: ビジネスマンの象徴であるテラードジャケットを壊してウイメンズのドレスに変化させてみたかったです。
- Q: ロンドンのカテドラルと東京のモダンな美術館同じ服が違う背景でも引き立て合っているコレクションでした。東京ではウイメンズを男性モデルが着て、ジェンダーレスもアピールしていましたね。
- A: せっかく東京で見せるのだから、東京らしさを入れたかったです。
- Q: 古田さんが思うトーガらしさって何ですか？
- A: チャレンジする女性像かな。自分のコンプレックスを受け入れた上で自分を表現する人の為に服を作りたいです。
- Q: 次の目標は？
- A: 20年間のアーカイブ作品を振り返ると、ずっと作り続けたいデザインもあります。トーガ・パーマネント(永久みたいな定番ブランドをやってみたいです。

ファッション甲子園 2017

2017年8月20日 青森県弘前市民会館 主催：弘前商工会議所・青森県アパレル工業会・青森県・弘前市

高校生のページ第16弾は、前号で紹介した『ファッション甲子園』の結果報告です。応募総数3,009点、一次審査で24都道府県35チームが入選、最終審査に臨みました。審査員長より感性が大きく成長していると講評された作品をご覧ください。



優勝

テーマ 溶解
学校法人富山第一高等学校(富山県)



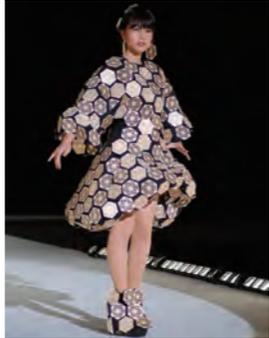
準優勝

観客賞
テーマ ヨソオウ
青森県立弘前美業高等学校(青森県)

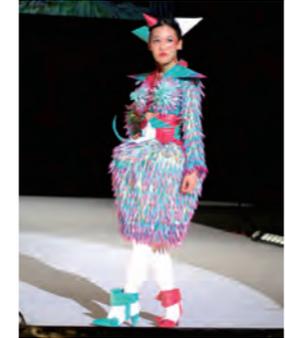


第3位

テーマ 未来へ生きる縄文文化
千葉学園高等学校(青森県)



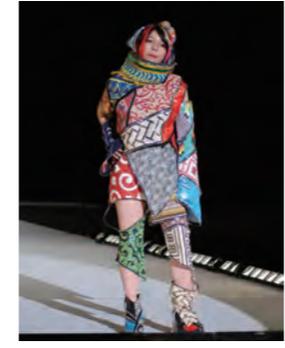
審査員長特別賞 キラリ賞
テーマ 宿木
岐阜県立大垣桜高等学校(岐阜県)



審査員特別賞(原由美子賞)
テーマ 内に秘めた果実
奈良県立高円高等学校(奈良県)



審査員特別賞(ガッツダイナイトキャー賞)
テーマ 陶芸×竹
英風女子高等専修学校(大阪府)



審査員特別賞(真木喜久子賞)
テーマ Connect different cultures with アズナー
北海道札幌平岸高等学校(北海道)

優勝チームにインタビュー!

優勝した富山第一高等学校3年生の二人、作品デザインの吉野さん(写真左)、モデルの坂本星首さん(写真右)に聞いてみました。

優勝の感想は?
びっくりしました。今でも信じられません。私たちが分不相応じゃないか、もっと素晴らしい作品がたくさんあったのにと思いました。

作品について
模様は全て手描きだったのでとても苦労しました。この作品を通して、どんなにコンプレックスがあっても、人にはそれぞれ必ず魅力があり美しいのだということを伝えたいです。

将来の夢は?
吉野: ファッション関係の仕事ができればいいなと思っています。
坂本: やってみたいことがたくさんあるので、そのために安定した収入を得られるようになりたいです。

最後に、あなたにとって「ファッション」とは何かと聞いてみると、二人声を揃えて「生活していくために必要なもの」と答えてくれました。今回の経験を活かして、これからもファッションを楽しみながら成長してほしいと思います。



模様は全てペンで手描き

* 観客賞: 来場者の人気投票第1位、キラリ賞: 大会出場教員が選ぶ一番輝いていた作品



こんにちは! シトウレイです

東京ストリートファッションをブログ媒体を通じ世界中に発信するパイオニア、シトウレイさんが世界のストリートをキャッチ



「ダサイ」がトレンド! パリのキワキワスタイルをチェック

シトウレイです、こんにちは! 今回は9月の末から10月に行われたパリ・ファッションウィークのストリートを見て感じた事をレポートしたいと思います。

ここ数シーズン、「ヴェトモン」や「ゴーシャ」などに代表される「ストリート」「ユース」の流れは右肩上がりだったのは、皆さんもご存知だと思います。今シーズンは引き続き大きな勢いを見せつつも、今までの勢いから一旦ひと段落した感じというか、踊り場に差し掛かっているのかな? と感じさせるものでした。

さてストリートの流れは、具体的にはどういう方向性なのか? 答えはズバリ「Bad taste is now on trend」!

そう「キワキワであればあるほどカッコいい」「ダサイかダサくないかのギリギリのアイテムを選ぶ、もっさい着方をする」が今トレンドになっているんです。

具体的に見てみましょう。まずは足元! このもっこりモッサリ野暮ったいシルエットのスニーカーが今クール。何というかロシアパン(ググってみて!)を彷彿させるシルエット…。パレンシアガなんかでもこういうタ



© Rei Shito STYLE from TOKYO (http://reishito.com/)

イブのスニーカーが出ていました。靴に続いてはバッグを見てみましょう。「ダサイアイテム」を追求した先に上ってきたのがウエストポーチ! 小学生の時に使っていたような、ヘボいの代表アイテムであるウエストポーチの所持率高し! ウエストベルトを出るだけ短くし、くくんな持ち方をしている人が多かった。「グッチ」などのハイブランドでもウエストポーチの提案はされていましたが、ストリートを見ていると、お洒落な人ほどブランドもののウエストポーチよりも、ビンテージだったり、子供服売り場で見つけてきたかのような、ちょっと脱力系の微妙なウエストポーチをチョイスする人が多かった気がします。なぜならばその方が「ダサさ」という意味では威力が大きいから! そして洋服の着こなしは? トレンドの着方は「ハイウエスト&タックイン」!

パンツをくんくんあげに上げて、トップスはもれなくパンツにしまっ! 子供時代に親に「お腹を冷やしちゃいけないよ」と言われ、寝る前にパジャマをこんな風に着せられていたことをふと思い出しました。

「いかにダサイ着方をするか、ダサイアイテムに手を出すか」。そう、今はダサイのチキンレースがストリートを席卷中! このある種の悪ノリ感を面白がる感性(センス)を持っているかどうか「今の時代」を理解する鍵になっているのだと思います。

では今日はこの辺で。また次回お会いしましょう! チャオ!



襟川クロの シネモード

映画パーソナリティー襟川クロさんの連載企画、第26弾。
ストーリー批評は他にまかせて、とにかくファッションに注目！な作品を紹介します。

襟川クロ
Kuro Erikawa

年間600本近い作品を見て、ラジオ、TV、雑誌、会見やイベントの司会にインタビューと映画ベッタリの人生を送る日々。犬が出てくると評価が甘くなる・・・そんな襟川クロですが、どうぞよろしく。

「パーティで女の子に話しかけるには」

70年代のパンク・ファッションに注目！

今回はこのコラムにピッタリのおすすめ「パーティで女の子に話しかけるには」から。バラエティーに富んだファッションが山盛り！どのアイテムも楽しくてユニークなのです。ファッションに注目しているうちにカワイイ物語にハマって胸がキュンキュン。そこらにあるボーイ・ミーツ・ガールの世界とは一線を画すラブストーリーです。舞台は1977年、パンク・ブーム真っ只中のロンドン。内気だけ見た目はコテコテのパンク男子エンは、たまたまめぐり込んだパーティーで美しい少女ザンに会ってラブラブに。が、二人に許された時間はたった2日。なぜ？実は彼女の故郷は遠い惑星。大人たちと一緒に帰る義務がありまして・・・と、どこか“かぐや姫”みたいな要素入り。でも、当時のパンク・ファッションをこれでもかと披露しつつ、異性人のコスチュームはボディライン丸見のラテックス製ボディスーツがいろいろ。キャスト陣は着たり脱いだりそれは苦労したとか。個人的にはヒロインのザンがライブで着るプチプチ（包装する時に使うヤツ）のトップスと、パンクロッカーのボス役ニコール・キッドマンのビジュアルにノックアウトです。アラフィフ（コメン!）に見えない！キレイ！ファッション・カタログここにありね。

12月1日（金）新宿ピカデリーほか全国順次公開 © COLONY FILMS LIMITED 2016



一食抜いても是非! ★★★

「マノロ・ブラニク トカゲに靴を作った少年」

世界中で愛されるシューズデザイナーの手仕事に迫る

“走れるピンヒール”で有名なシューズブランド「マノロブラニク」。ダイアナ妃や『ヴォーグ』誌の編集長アナ・ウィンターにマドンナ、歌姫リアーナなど多くのセレブに愛され日本にもフラッグシップショップをオープンさせたマノロブラニク。70年代からずっと芸術品のような美しさで女性を魅了し続ける唯一無二の靴デザイナーです。ドラマ『セックス&ザ・シティ』とか映画『マリー・アントワネット』でもお馴染みね。でも、マノロ本人については謎だらけ。どんな人？なぜ靴のデザイナーになったの？どう創作するの？アイデアはどこから生まれるの？そんな疑問に答えてくれたのがこのドキュメンタリーです。「素顔に迫る」と言うよりも、彼の少年時代から一緒に旅をする感覚の89分。マノロの言葉にいちいち頷きながら、3000点以上ものシューズの豪華さにワクワクしつつ、仕事場や自宅にも潜入。初コレクションでのハプニングを嬉しそうに話す様子はとてもお茶目ないたずらっ子みたいです。どこまでもチャーミングな人柄にホッくりしっぱなし。でもね、アトリエで年季の入った金ヤスリをゴソゴソやってる姿は完璧に職人さん。今年74歳。靴への愛は永遠です。

12月23日（土・祝）新宿ピカデリー、BunkamuraJL・シネマほか全国ロードショー ©HEELS ON FIRE LTD 2017



いいね! ★★



青野賢一の オトノヒキダシ

音楽はネットでタダで聞くものでしょ！という時代に、少しでも多くの人が作品を聴いてみたい、手元に置いておきたいと思えるように、毎回1アーティストにフォーカスしてその魅力に迫ります。

青野賢一
Kenichi Aono

セレクトショップBEAMSにて、個人のソフトカを主に社外のクライアントワークに生かす（ビームス創造研究所）のクリエイティブディレクターと音楽部門（BEAMS RECORDS）のディレクターを務める。
www.beams.co.jp



Photo by Felipe Gabriel

Oneohtrix Point Never (ワンオートリックス・ポイント・ネヴァー) ニューヨーク・ブルックリンを拠点とする音楽家ダニエル・ロパティンのソロ・プロジェクト。実験音楽、現代音楽、エレクトロニック・ミュージックなどの要素を含んだ独創的な作品を発表している。また現代アートとのコラボレーションでも知られている。『グッド・タイム』で本年度のカヌー・サウンドトラック賞を受賞。

有用性から遠く離れて、なお輝くサウンドトラック作品

映画のサウンドトラックというと、オーケストラが奏でる壮大なものをイメージされる方も少なくないだろう。あるいは、有名な主題歌は憶えているけれど、作中にどんな音楽が使われているかなんてそもそも気にしたことがない、という人もおられるのではないだろうか。確かにサントラは映画とは不可分の存在ではあるのだが、そこにとどまらず音楽だけ聴いても素晴らしい作品が存在するのをもたまたま事実。過去を振り返ってもそうした作品は（多くはないかもしれないが）確実にある。今回ご紹介するのは、11月3日公開の映画『グッド・タイム』（ジョシュ・サフディ監督作品）の音楽を手がけたワンオートリックス・ポイント・ネ

ヴァー（OPN）。このサントラはクライムムービーらしい不穏でスリリングなエレクトロニック・ミュージックが中心だが、それがかえってラストシーンに流れるイギー・ポップをフィーチャーした人間味に溢れるナンバーを際立たせている。「映画のための」という有用性を取り払ったところで、このサントラは輝きを失わない。それどころか、音楽そのものを通じて聴く者に新たな感情を湧き起こさせる。OPNの凄さはそうしたところにあつて、それはたとえば絵画や彫刻が有する芸術性、すなわちユーティリティティー云々から遠く離れて人の心を動かす美しさ（あるいは驚き、衝撃と言い換えてもいい）とまったく同質のものである。

TOPIC 2 / 都内で開催される注目の展覧会



パリ♥グラフィック

ロートレックとアートになった版画・ポスター展

19世紀末のパリにおいて「グラフィック・アート」はまさに生活と芸術の結節点であり、時代を映すメディアであった。アムステルダム、ファン・ゴッホ美術館の貴重なコレクションから、リトグラフ・ポスター等を中心に、油彩・挿絵本等を加えた計約170点を展示する。

2017年10月18日（水）～2018年1月8日（月・祝）
開館時間：10:00～18:00 入館料：一般1,700円 / 大高生1,000円
会場：三菱一号館美術館
Tel:03-5777-8600(ハローダイヤル) http://mint.jp/parigra



装飾は流転する

『今』と向きあう7つの方法

装飾は人類と共に常に存在し、用いられ儀式や呪術的なタウーなど、時代とともに新しい意味を伴い変化を繰り返してきた。展覧会では山縣良和をはじめ7組のアーティストが全く異なる時代や価値観を対峙させたり、実際には存在しない世界を思い描いたり、日常生活の中の「装飾」を読み取ろうとするなど様々なアプローチがなされている。

2017年11月18日（土）～2018年2月26日（日）
開館時間：10:00～18:00
入館料：一般1,100円 / 大学生 880円 / 中高生550円
会場：東京都庭園美術館（本館・新館）
会報：東京都庭園美術館（本館・新館）
Tel:03-5777-8600(ハローダイヤル) www.teien-art-museum.ne.jp/

【PRESENT】 上記2つの展覧会チケットを5組10名様にプレゼント! ①メールの件名に「ファッションvol.37展覧会チケットプレゼント」と記入 ②本文欄に「住所・氏名・年齢・電話番号・職業・希望の展覧会名」を書いて12月15日までに publish@sugino.ac.jp へお送りください。※当選者の発表はプレゼントの発送をもってかえさせていただきます。

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



「FASHION∞TEXTILE

繊維産地への旅

「ファッションデザイナーと繊維産地のコラボレーション」をテーマに、ファッション産業が目指すべき姿を提案している。デザイナーや工場、メディア関係者への取材、北陸の繊維産地の紹介など、オールカラーでビジュアルも豊富。日本の産地はもっとファッションとリンクし、日本の素材と共にクリエイションして欲しいとのメッセージが込められている。本誌からの転載もある。

編著者：宮浦 晋哉 + 糸備 ユウフックス 2,980円（税別）



「ロンドンコレクション

1984-2017

才気を放つ83人の出発点

30年近くにわたり同コレクションを取材する若月美奈のアーカイブ記事と、ファッションショー撮影の世界的な第一人者クリス・ムーアの写真で構成され、72ブランド83名のデザイナーインタビューとランウェイの写真を通じて紹介する。世界のファッション界で一層の主張力と注目度を高めてきたロンドン・コレクション。その今を知り、未来を探る上でも貴重な一冊。

著者：若月美奈 編研新刊社 3,400円（税別）

INFORMATION
AND
REVIEW

ファッションカ

FASHION-RYOKU

November 2017
2017年11月30日発行

学校法人杉野学園 出版部

EDITOR IN CHIEF

久保雅裕

EDITORIAL STAFF

木村千晶

網野詩子

福地宏子

土屋ざくら

DESIGNER

中島恵利

※本誌の内容に関するお問い合わせは
下記までお願いします

〒141-0021

東京都品川区上大崎4-6-19

TEL:03-3491-8152

E-mail:publish@sugino.ac.jp

URL:http://www.sugino.ac.jp

COVER

Photography:Akie Matsuzawa

styling:Maki Maruko

Hair&Make-up:Mami Yamaguchi