

ファッション
fashion

RYOKU

VOL. 40
ANNIVERSARY

TOKYO
BRAND PICK UP
ファッションの裏技拝見

BODYSONG.

August 2018 Vol.40

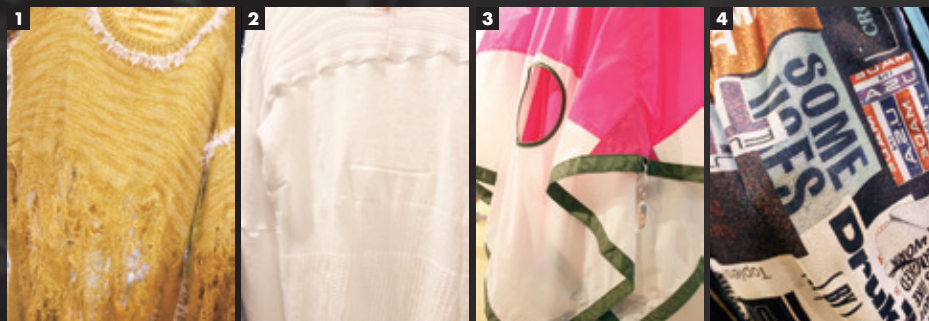
Where are Department Stores Heading for?

デパートはどこへ行くの？



© shunichi oda

© HIDEMASA MIYAKE



1. ニッティングマシーンをハッキングして、壊れたデータを読み込ませて編む通称「グリッチニット」はメディアアートのような。ベルリン在住のアーティストSO KANNO氏とデザイナーのヌケメ氏とのコラボ。 2. 腕がずるずると引きずりそうなニットワンピースはルーズソックスを解体して再構築している。 3. 防弾チョッキに使用される軽量繊維キューベンファイバーやテントの素材を使ったマントなど、素材にこだわったアイテムが揃う。 4. 毎シーズン制作しているオリジナルジャカード。

■「デザインティストはさまざまで、「無秩序」というキーワードが浮かびました。」
僕の色々なものが好きという部分が現れているのかもしれない。スタイリングを考えながらアイテムを作っていないので、僕は服をつくることだけに集中して、アートディレクションなどは毎シーズン、友人であるスタイリストの小山田孝司さん、市野沢祐太さんそれぞれのチームに委ねてルックブックを作ってもらっています。2人にはショーのスタイリングをしてもらったのですが、捉え方が全然違って面白い。ショーのモデル選びや演出もそうですが、ディレクションに僕の意見はほとんど入れていません。ブランドの世界観は僕一人ではなくチームで成り立っているんです。

■「デビューショーの感想は？」
もともとショーへの興味はあまりなかったのですが、やってみるとやっぱり楽しかった。演出家やスタイリストなど多くの人に助けてもらいました。参加してもらったバンドはブランドのコンセプトである「インプロビゼーション（即興性）」を意識した構成を組んでくれて、ファッションと音楽がリンクした演出にもなったと思います。

■「ハンドのこだわりは？」
生地が好きなのでリモンタ社の生地を使ったり、普段は洋服に使われないような素材でも少し工夫することで使えるようになったりするので、オリジナルジャカードもそうですが、あまり見たことのないような生地を使って洋服を作る意識はしています。

ファッションの裏技拝見

TOKYO BRAND PICK UP

Interview : Masahiro Kubo, Utako Amino

BRAND PROFILE

デザイン事務所で様々な経験を積み、独立後「BODYSONG」名義でのコレクションを発表。「インプロビゼーション（即興性）」をキーワードとし、服だけでなくアートやデザインのプロジェクトを手掛ける。ミュージシャン、アーティスト等への衣装製作やコラボレーションワークも積極的に行っている。

© HIDEMASA MIYAKE

ブランドの世界観は僕一人では成り立たない

BODYSONG. / ボディソング

■「ファッションに興味を持ったきっかけは？」
学生時代は裏原全盛期。エアマックス狩りなどが社会現象になっていた時代です。高円寺の古着屋にもよく通っていて、服が好きな友人もまわりに多く、ファッションの専門学校を選ぶことも自然な流れでした。バンドを組んでいたので音楽にも興味があり、当時はメロコア、パンク、UKロックなどを聴いていました。卒業後はデザイン事務所で2年ほど経験を積み、10・11年秋冬に初めて展示会を行いました。新宿2丁目にあったセレクトショップ「CANDY」のスタッフと仲が良く、ブランドを始める時に「バルムング」、「ジュンヤスズキ」と一緒に合同展示会を開きましたが、当時のCANDYは影響力も強くて多くの人に知ってもらえたので、別のバイトをすることもなく活動ができました。

■「デザインはどうやって考えていますか。」
生地を決めたり作ったり、柄を作ってからイメージを発展させていきます。デザイン画は後から描きます。量産となると工場が作りやすいように少し修正しますが、ベーシックなシャツとそうでないデザインのシャツを2型工場に作ってもらって、できあがったものを解体して再構築することもあります。

18・19年秋冬シーズン、東京コレクションで初のランウェイショーを行った「ボディソング」。オリジナルのジャカードや防弾チョッキのマテリアルなどが目を引くレイヤードスタイルを発表して話題となった。デザイナーの地元である練馬区のアトリエを訪ねた。

ファッションの裏技拝見

FEATURING A KEY PERSON

— Vol.8 —

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.8は、大手アパレルセレクトショップ「ベイクルーズ」で展開するウィメンズブランド「SLOBE IENA（スロープ・イエナ）」のマーチャンダイザー（以下MD）、藤原可奈子さん。MDとしてどんな仕事をしているかを探りに、新しい渋谷のオフィスを訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Utako Amino Interview Photo : Sakura Tsuchiya



“ブランドを愛さなければMDはできません”

SLOBE IENA マーチャンダイザー 藤原 可奈子さん

PROFILE

藤原 可奈子 Kanako Fujiwara

一般大学を卒業後、オリジナル商品を扱うアパレル企業へ入社。ディストリビューターとして与えられた商品をどれだけ利益が出せるようにデリバリーできるか、数字の組み立てと分析の方法を学び経験を積む。2015年、ベイクルーズ入社。イエナのカジュアルブランド「スロープ・イエナ」のMDを務める。

SLOBE IENA公式サイト <http://slobe.jp>

■MDとしてどんな業務をしていますか？

企画構想をして各部署と連携しながら商品を作り、店頭販売するまでを一連の流れとして行います。シーズンのテーマを決めて、お客様が要望しているポイント盛り込みながらデザイナーとチームを組んで商品づくりを進め、適正な時期に適正な価格をつけて商品をデリバリーしていきます。

■適正な時期とはどういったスケジュールで動いているのですか？

以前は四季にあわせてMDを組むのが王道だったと思いますが、今はお客様のマインドが細分化されているので、それにあわせて梅春、春、夏、盛夏、晩夏、秋、冬と細かく7つのシーズンを区切ってMDを組むようにしています。担当している「スロープ・イエナ」はもともとあった「イエナ」のカジュアルなカテゴリーを独立させたブランドとして誕生しました。コンセプトは「フレンチカワイイシック」。ファッションビルやショッピングセンターにも入っているの、イエナよりも価格帯が低く、イエナよりもキャッチーさや遊び心を取り入れたスタイルを提案しています。



■日々していることは？

出社してまずすることは、前日の売り上げを確認すること。MDはものだけを作る仕事ではなく、会社から与えられた売り上げの構想とブランドینگでクリエイティブしていかなければいけないので、この両軸のバランスが大事だと思っています。また、ブランドینگをしていく上で色々な部署と連携をとるバランスのような役割なので、午後後は多くの人との打ち合わせがあります。企画との絵型、素材あてといったミーティングや、週明けには店舗課と先週どうだったのかという分析をして、今週の戦略について話し合います。

■苦勞することは？

難しいところはただ自分達で作りたいというマインドだけで突き進めないことでしょうか。例えばトレンドを先読みしてロングのスカートを作りたいけども、お客様のマインドがそこまでついていないという時、ミモレ丈にするなどお客様に合わせた丈に変更していかなければいけない。そういった時は葛藤があります。トレンドに自分の感性を載せていくのがデザイナーの仕事だとすれば、「感性だけではお客様がつ



いてこないよ」とストップをかけるのもMDの仕事。プレスもまた別の視点からの提案があり、それぞれぶつかることもあります。

■デザイナーやプレスを納得させるための秘訣は？

やはり数字分析です。数字で出ることは一番理解し合える要素でもあります。結果が出るまでは嫌われ役になることもあります。その代わり、計画通り実行してお客様の手に渡ればすこく嬉しいし、達成感があります。先日フェスで何人もスロープのブラウスを着ている方を見かけて、思わず「ありがとうございます」と言いたくなってしまいました。

ものづくりの面では生産とも話すのが重要なので、生地の情報、ものを作ってくれる商社、工場背景、そしてデザイナーやプレスと話すためにトレンドやデザイン、販促面の情報など色々なことに好奇心をもって情報を拾っていないと対応できないと思います。

■あらゆる情報をどうやって得ている？



ますか。

とにかく色々な展示会を回るようにしています。生地展、商社の製品展、インポートの展示会などへ行って色々な情報を自分の中に入れた上で精査してブランドに落とし込んでいく。スロープくらいの価格帯だと他のブランドと商品が同一化しがちなので、どうやってお客様にオリジナリティーを伝えていくかといった視点でのものづくりを考えることも大切です。趣味ではアートに触れるようにしています。あと、新しいショップには確実にすぐ行く。新しいVPの仕方やお店のコンセプト、新しいVPの仕方やお店のコンセプト、リアルな部分が見られるので、織研新聞やWWDから情報を拾ってすぐ行くようにしています。

■若い人達にメッセージを。

MDはブランド長がいながら副ブランド長の役目を担っているの、ブランドに愛があつて情熱があることが一番大事。一番ブランドを愛するのはMDかなと。愛がなければ意志もなくなってしまうので、デザイナーや様々な人達とものづくりを進めていく上でも大切なことだと思います。





×



×



関本美弥子

松屋 MD 戦略室 東京生活研究所
ファッションディレクター

戸口順子

三越伊勢丹研究所 婦人担当
コーディネーター

津田ちえこ

大丸松坂屋百貨店
未来定番研究所副所長

Where are Department Stores Heading for?

デパートはどこへ行くの？

illustration : Hiroko Fukuchi



服飾系専門学校生の「よく買う店の名前」ランキングで
フリーマーケットアプリの『メルカリ』が1位に浮上した（織研新聞社調べ）。

その後に続くのもネットショップやSCで、百貨店のランキングは低い。

若者の百貨店離れはどうなっていくのか。

今号のファッション力では松屋、三越伊勢丹、大丸松坂屋のエキスパート女性3人による特別鼎談を企画。

3人の考える百貨店の未来について語ってもらった。

司会：編集長 久保雅裕

それぞれの仕事について教えてください。

関本…松屋のファッションディレクターをしています。主な仕事はシーズンのファッションディレクションをすること。色や素材、アイテム、あるいはプロモーションやウィンドーをどう打ち出していくのかなど基になるディレクションをして、バイヤーの展示会のサポートや買い付けをする際のガイドになるものを制作します。他にはリニールアルのブランディングや色々な店のプロモーションなど、現場をサポートしながら考えていきます。

戸口…私も関本さんと同様、年に2回、三越伊勢丹グループの方向性を示唆するようなディレクションを作成しています。三越伊勢丹研究所の婦人服のコーディネーターとして、洋服だけではない大きな概念や女性の生き方、価値観の変化に基づいてファッションの提案をし、バイキングのサポートをしています。またイベントやプロモーションの企画、新規ブランドの開拓なども幅広くしています。

津田…私は2017年春に新しくできた部署で、『5年先に何が定番になっているかを今探る』をテーマに動いています。大きく言えばマーケティングみたいなことですが、現状にあることに限らず、そうなる種を探す。「FIN（フューチャー・イズ・ナウ）」というサウンドメディアを作って、各界の目利きのバイヤーやディレクターの方に色々な角度から同じ質問をして、答えの重なるところが種になる

のではないかと、それを特集して深掘りするということを1年続けました。それをベースに地方再生プロジェクトに入って実際に一緒にプランを作成することもしています。

仕事とは少し離れて、一般的に百貨店の課題は何だと思いますか。

戸口…同質化と専門性の欠落、あとはECに百貨店全体が乗り遅れてしまったこと。理由として、百貨店はリアルな店で対面販売することがメインであるという考えが大きくて、ECビジネスの対応が遅れてしまったのではないのでしょうか。

関本…ECもそうですが、昔に比べてすごく色々な業態が増え、若い人達の百貨店離れも起きていて、百貨店に来るための目的が薄らいできている。魅力あるものだけを提供すれば良い訳ではなくて、環境やサービス、そういったすべてを含めて考えていかなければいけない時代に入ってきたと思います。

津田…今や一般の人からすれば百貨店とショッピングセンター、商業施設との違いも無くなっているのが、同業だけがライバルと言えなくなっています。SCとデパートを区別しているのは私達だけで、消費者にはその意識がない。

競合する他業態に百貨店は食われてきたのかもしれませんが。では百貨店の存在する意味をどう捉えていますか。

関本…やっぱり信頼と安心感だと思います。セレクトショップやECで同じものが買えるかもしれないけれども、百貨店に来てきちんと接客をしてもらうこと、その後の荷物の発送や商品を買った後のフォロー、そうした諸々のサービスを含めて『百貨店で買えば安心』というのが、地味だけれどもすごく大事な気がします。また、今アメリカはSCがゴーストタウン化していますが、そこにポップアップだけをする店が増えていて、数兆円規模になっている。そういう新しいビジネスモデルが入っていく時代になっているし、百貨店も今までの常識とは違ったことを考えていかなければいけない。

戸口…商品で差別化する時代ではないですし、何で前に出るかとなった時に、作り手の世界観や思いを伝えられる現場の販売員のコミュニケーション力が求められています。ファッションの楽しさをきちんと伝えられる能力を育てていかないといけない。

津田…私はネットでも買い物をする。2回ボタンを押してしまつて返品すると、その時の対応がものすごく丁寧で、メールも電話もちゃんとしている。知り合いにどういったスタッフなのかを訪ねると、店頭を経験してきたスペシャルな販売員が対応している。もう店頭に行くのと差がない。だからこそ、お客様にどういった価値を提供できるのかも一度おさらいしようと、外部の方の話も聞いて見つけ直す作業をしています。

Introducing the floor!

品が良く洗練された、遊び心ある女性らしさを提案する
リタズダイアリー／松屋銀座



ひとりの架空の女性「リタ」のクローゼットを表現した、トレンドを取り込みながらも洗練された品の良さを大切に、ファッションを楽しむ女性をターゲットにした自主編集のセレクトショップ。「ミナ ペルホネン」「ミントデザインズ」「マトリオーシユカ」など日本人デザイナーブランドを中心に、国内外問わずグローバルな約30のブランドを展開。服から生活雑貨まで、リタの部屋にありそうなものをトータルで表現している。秋冬シーズンのテーマは「色を纏う、柄を纏う」。様々な柄や色、素材感を楽しめる、手仕事感溢れたこだわりのコートやニットが揃う。女性の自由・多様性を印象づけるような、自分らしい着こなしを楽しめるファッションのインスピレーションを提案。

松屋銀座「リタズダイアリー」〒104-8130 東京都中央区銀座 3-6-1 3階

札幌女子を魅了する新ゾーン

キキヨコチョ／大丸札幌店



3階婦人服売り場を大幅リニューアルし、「すべての女性は可愛いと美味しいでできている」をテーマに「美」「食」「雑貨」を融合させた新感覚の編集ゾーンが今年の4月、大丸札幌店にオープン。フレンチテイストをベースとしたライフスタイルブランド「メゾン・ド・フルール」や、さまざまなコスメを気軽に試して自由に選べるビューティーショップ「アミューズ・ボーテ」など道内初オープンの店が9ブランドあるほか、飲食ではハワイを代表する「ライオンコーヒー」が日本初出店。漫画家・コラムニストの辛酸なめ子さんが監修する「にゃんコイン」を集めると特典がもらえる楽しい仕掛けもいっぱい。北海道に立ち寄った際にはぜひチェックしたいところ。

大丸札幌店「キキヨコチョ」〒060-0005 北海道札幌市中央区北五条西 4-7 3階

モードを、リアルなスタイリングで楽しむ

リ・スタイル／伊勢丹新宿本店



フェミニンテイストを軸にセレクトしたインターナショナルなデザイナーズブランドのアイテムを取り扱う自主編集ショップ。国内外あわせてウェアが約50ブランド、雑貨が約30ブランド揃っている。秋冬シーズンは、トレンドのチェックを取り入れた色や柄で遊ぶスタイルや、オーガニック素材を使用した「マイデイ」のハンドメイドニット、エコファ어의ジャケットといったサステイナブルウェアに注目。洋服だけでなく、「サガン・ヴィエンナ」のバッグにあわせた藤編みのビンテージウェアがあったり、アーティストの篠崎恵美さんが手がける「エデンワークス」のドライフラワーが置かれていたり、VMDの細かなセンスにもこだわりを感じる。

伊勢丹新宿店本館「リ・スタイル」〒160-0022 東京都新宿区新宿 3-14-1 3階

が小物に変わり、今は「物」から「事」に興味が移っている。
戸口…個性やアイデンティティーを身に纏うもので表現していたのが、今は内面的な個性のようなものを中心。見た目はステイブ・ジョブズを筆頭にノームコアな格好なだけで、内面ではヘビメタが好きだったりニッチな小説家を知っていたり、そういうことに自信があるから、洋服というものの概念が消費として動かされないのかなと。
関本…とは言っても、海外の人達からすれば、「ファッションは日本のストリートが面白い」とか「日本が一番オシャレ」

という声をよく聞きます。全世界的に見ても日本人はファッションにすごく興味がある。だから、まだまだやり方はあると思います。全体収入に対しての服にかける分配が減ってはきているけど、それでも希望を持ちたい。
課題も出ましたが、それぞれが思う百貨店の未来像は？
戸口…百貨店は生まれてから死ぬまですべてのものがあるひとつのミラクルボックス。エルメスのバッグを今買えなくてもいつか買おうとか、ブライダルフロアで

「結婚したらこんなドレスを着たい」とか、未来の自分を想像できるワクワクする場所でありたい。家族で来ても、それぞれがひとつの館でエモーショナルな体験をして、「また来たい」と思ってもらう。そういう体験価値を提供し続けることが百貨店の使命だと思っています。
関本…難しい時代なので、強い個性をもつ百貨店とそうでないところで淘汰されていくのではないのでしょうか。今後はもっと個に対する対応が大事になってくると思います。たとえばエグゼクティブウーマンのために、色々なオケーజョンに合わせたスタイリストをつけて提案するなどの

試みも始めています。お客様それぞれに合わせた提案をもっと細かく深掘りしていく。リビングとファッションを掛け合わせるなど、百貨店ならではのことができるしたい。店のアイデンティティーをしっかり出していくことが一番大事です。
津田…やはりどんな価値を提供できるかを考えていかなきゃいけない。それぞれの店の立地と役割でありようは違うと思うので、変化もあると思います。お客様とつながり続けるということを真摯に考えていかなければいけないと思います。



環境やサービス、すべてを含めて考えていかなければいけない時代に入ってきた

体験価値を提供し続けることが百貨店の使命

SCとデパートを区別しているのは私達だけ。ネットと店頭にも差がなくなっている

撮影場所：杉野記念館

実際に具体的な成果は出ていますか？
津田…たとえば上野のバルコヤが出来た時に松坂屋上野店もリニューアルをしたのですが、街全体を盛り上げないと「バルコヤができた」ということだけで終わってしまうので、街と店二つを盛り上げるために「シタマチフロント」という街づくりのコンセプトネームを作成しました。上野の店は今年250年の周年記念があるので、江戸時代のユアンスを大事にしなから販促に盛り込んでいこうと紙袋も浮世絵で店が描かれたものになっています。
関本…今はスモールコミュニケーションから、街興しは大事かもしれない。松屋も数年前からGFW（ギンザファッションウィーク）というのを始めて、銀座に来るのが楽しくなるような仕掛けを地域と二緒にしています。こういったことはますます大事になっていくと思います。
津田…もう食い合っている場合ではなくて、力をあわせて一緒に頑張らないといけないという感じですね。
戸口…何年も同じ場所対面販売し、その地域に根付いたお客様と二緒に積み上げてきた歴史は百貨店にしかないのかなと思います。
一方、学生に「百貨店に行ったことがある人」と聞いても皆無に近い。若い人たちにに対して提案できるものはありますか。
戸口…ミレニアル世代はデジタルが当た

り前で生きてきたと思うので、物の見方や価値観、生活スタイルが全然違う。デジタルがいつでも傍にあるからこそ、デジタルでは感じ取れない体験や心に響くような仕掛けを考えなければいけないと思います。「限定」といったことだけで来てくれる若い世代は少ない。
津田…以前「ウフガールズ」という20代をターゲットにした売場を展開しました。関西は当時若者をターゲットにした商業施設が首都圏に比べて少なく、特に百貨店にはなかったので、当初人は来たのですが、高い商品が買えないので単価が上がらない。お取引先もこちらも思ったようにいかないということがあり、今は無くなつてしまいました。ただ、昔はブランドや色、シルエットの流行で洋服が売れましたが、その洋服は高かった。何故これが高いのか、いい服って何かということでは伝えたいです。
ファッション消費に対する温度感が落ちていくことに関して分析などはしていますか？
津田…それだけを専門にはしていませんが、売り上げを見れば明らかです。これから大きく変わることはないであろう中で、どんな役割を持たせるかを考えています。
関本…10年前は、服は売れなくても小物雑貨はインポートを含めて売っていた。以前はファッションに興味があったの



RONALD VAN DER KEMP



MAURIZIO GALANTE



JEAN PAUL GAULTIER



ARMANI PRIVÉ



VICTOR&ROLF

2018-19 AW HAUTE COUTURE COLLECTION

Text : Terumi Hagiwara

100%デザイナーが
主張できる
オートクチュールコレクション

18-19年秋冬パリ・オートクチュールコレクションです。今シーズンは期間中に「ミウミュウ」と「エルメス」がプレタポルテのリゾートライのファッションショーを披露し、ハイジュエリーのメゾンは以前にも増して大きなプレゼンテーションを行い、スケジュールはぎっしりです。

オートクチュールのショーは4日間の公式日程の34ブランドにオフスケジュールの29が加わり、63ブランドという盛況ぶりです。

「ヴァレンティノ」は先シーズンから引き続きレイヤードスタイルに量感たっぷりのドレスを並べました。ラッフルカラーに布をふんだんに重ねるタックスカートは、クチールの真髄を色とカッティングでモダンに表現しています。

今シーズンは原点回帰を試みるブランドが目立ちました。「ヴィクター&ロルフ」は「celebration」のバックミュージックとともにファッショナティストとしての25周年を祝う25ルックを並べました。全ルック白のコレクションは、毎年発表してきた代表作品をリデザインしました。彼らのキャリアのスタートはオートクチュールコレクションでした。そのタイトルは「bomb(爆弾)」という強烈なものです。黒の大きなフードに包まれた服が、爆発してフードがきれいなドレープ襟になるという変化を同じ服を2回登場させて見せました。今回は白のボンブレです。彼らのクリエーションはタイムレスなものであり、トレンドや既成の方法に寄り添うことなく独自のボディワークであることを主張しています。

「ジョルジオ・アルマーニ」がデザインする「プリヴェ」はクチールとブランドの原点に戻り、いつもの大きな会場からイタリア大使館に場所を移しました。メゾンに顧客を招き小さなサロンで目の前をマヌカンが歩くというオートクチュール初期の演出です。ショーは80年代アルマーニスタイルとして二斉を風靡した、肩が丸みを帯びたテラードジャケットとパンツの組み合わせでスタートしました。得意のシヤンパンカラーと黒のコーディネートがシックです。

「ジャン・ポール・ゴルチエ」はタバコの煙をくゆらす女性のシルエットがステージに映し出され「スモーキング」をテーマにメンズ、ウイメンズ、ユニセックスなスモーキングジャケットを並べました。

「マウリツィオ・ガラランテ」はクチール発表で長いキャリアを持つデザイナーですが、今シーズンはモロッコの子供たちを支援する慈善団体をサポートし、エスニックな素材を使いながら幾重にも布を重ねたガランテらしいローブスタイルを発表しました。

パリ在住オーストラリア人デュオがデザインする「ニヒロ(NIHILO)」やドゥミ(半分)クチールと称するコレクションを発表した「ロナルド・ヴァン・デル・ケンブ(RVDK)」など、年齢や国籍を問わずオートクチュールでデビューする人たちが増えています。マスを対象にするのではなく、それぞれの顧客に向けての発表は成熟の時代にふさわしいコレクションのあり方なのかもしれません。

萩原輝美の ワンポイントレース

プレタポルテよりデザイナーらしさが際立つオートクチュールコレクション。シルクのロングドレスもプレタと同様にスポーツテイストと抜け感を加えてリアルに着たいあこがれアイテムです。



クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

N_{EW}

HOT CREATOR

Art direction & collage: Jin Hase(buffalo-D) [@ jin_hase_](#)
Photography: Munehiro Hoashi(avgvs) [@ munehiro_hoashi](#)
Styling: Ryo Chiba(LUMO) [@ ryochiba9](#)
Hair & Make-up: Ryotaro Nakako [@ ryotaro_makeup](#)
Model: NANA(friday) [@ wolfnana](#)

FILE:004

スタイリスト
千葉 良さん

千葉 良 [ちば・りょう]
2012年 スタイリストYoshi Miyamasu氏に師事
2016年 独立
2018年 LUMO management所属
エレガンス、ストロングなスタイリングを得意として
国内外にクライアントを持つ。現在はメンズ、レ
ディス問わず雑誌、広告、セレブリティのスタイ
リングと幅広く活躍している。

×

RE: BIRTH

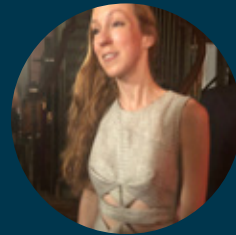
起源に対する返答とコラージュで
時間の流れを表現。

IRIS VAN HERPEN

—— 技とシルエットが絡み合うドレス ——

イリス・ヴァン・ヘルペンはオランダ出身、パリコレクションで発表を続けているデザイナーです。繊細なオーガンジーを重ねたり、ガラス細工のようなオブジェをつなげる儚げなドレスがイリスのラインです。その手技の陰に3Dプリントやテクノロジーによる立体が効果的に使われています。毎シーズン、アーティストとのコラボレーションで服を発表していますが、18-19AWはオランダ人のアーティスト集団「スタジオ・ドリフト」によるガラスのバーを天井から波のように揺らした演出でスタートしました。ショー直後、バックステージで、その繊細な服の技を見ながらデザイナーに話を聞きました。

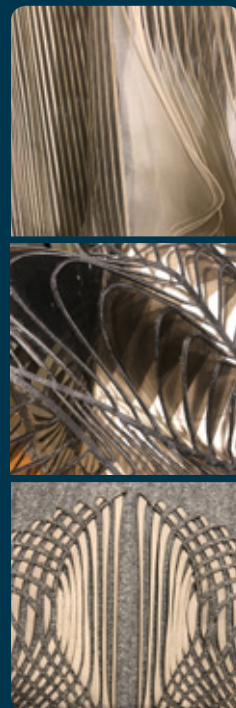
Text : Terumi Hagiwara



DESIGNER
IRIS VAN HERPEN
イリス・ヴァン・ヘルペン

1984年、オランダのワームルで生まれる。アーネム・ヴィジュアルアーツアカデミー卒業後、ロンドンの「アレキサンダー・マックイーン」でインターンシップ。2007年、「イリス・ヴァン・ヘルペン」をスタート。2011年、オートクチュール協会ゲストメンバーとして参加。2014年、ANDAMファッション・アワードでグランプリ受賞。

WORKS



Q : 今シーズンも手の技が光る繊細なドレスでしたね。

A : はい、私はその手技とハイクをミックスした手法で服を作ることに興味を持っています。

Q : 一着作るのにどのくらい時間がかかりますか？

A : いろんな加工が入るので、一人ではなく何名かの専門職の人たちが共同で作っています。例えば、レザーを3ミリ幅にカットする人、フラノをレーザーカットする人など。数人で一着を仕上げるのに1ヶ月位かかります。今シーズンは17型、それで精一杯です。

Q : 一時、ブレタポルテで発表していましたが、またクチュールに戻りましたね。

A : はい、オートクチュールとかブレタポルテとか枠にとられず新しい美を追求していくことが私の仕事です。それには時間がかかり、今の発表がベストだと思います。

Q : 2年前、西武百貨店で展覧会をされました。

A : はい、あの時はクチュールで発表した服とブレタで発表したものをミックスして表現しました。ファッションショーとはまた違うアプローチです。

Q : また日本での発表もありますか？

A : はい、実現できたらうれしいです。

コレクションはフラノをレーザーカットしてリボンを作り編んでいくジャケットにパンツのルックからスタートしました。切り絵のように繊細で美しい。シルクオーガンジーに3ミリ幅のレザーを貼り付けて、波のようなシルエットを出すドレスは生きているオブジェのようです。技とシルエットが絡み合います。



RESORT COLLECTION 2019 S/S

6月、パリでは19年SSのメンズコレクションの後に18-19年AWのクチュールコレクションがあります。メンズの期間中にウイメンズのプレ(リゾート)コレクションの展示会が開催されますが、10月のメインコレクションよりもデリバリーが早く買やすいラインが多いのが特徴です。またオートクチュールコレクションには世界中から顧客が集まるため、セレブ向けのハイジュエリーの展示会も盛んに行われます。一点物の作品が登場するのでこの機会を逃すと見る事ができないアイテムもあります。

ホテルライフをイメージした リゾートコレクション 「ミウミュウ」

今シーズンはクチュールコレクションがスタートする前日、「ミウミュウ」がリゾートコレクションのショーを行いました。クラシックホテルを借り切つてミウミュウホテルに設定し、モデルが回転ドアから入ってくると楽しい演出です。ポロシャツにミニスカートやショートパンツを合わせ、ざっくりしたニットカーディガンに合わせています。キッチュなプリントやスバンコールの刺繍などがポップです。羽のついたベビードールドレスやランジェリーモチーフも多く登場します。シースルードレスの下に合わせたプリントのトップとショーツが健康的な色気漂うリゾートコレクションです。

エルメスの大地を闊歩する リゾートコレクションに 初めてのハイジュエリーショー

「エルメス」はサントノーレの本店に大地を思わせる土と植物を植え込み、モデルたちがレザーのトングサンダルで闊歩しました。レザーテープでシルエットを出したシルクドレスはアシメトリのヘムが軽やかに風に揺れます。大胆に脇と背中をカットしたコンビネゾンには日焼けした素肌を引き立てます。何と言つてもしなやかなサマーレザーのシャツやショートパンツがラグジュアリーな世界を演出しています。また、エルメスは今シーズン初めてジュエリーを見せるためのショーを開きました。全アイテム、靴をデザインしている「ビエール・アルデイ」の作品です。黒のハイネックニットとパンツを着てネックレスやバンゲルをつけたモデルたちが四角いステージを歩きます。シンプルな服にジュエリーが動き光を放ち、エルメスの世界をぐっと広げました。

萩原輝美 Terumi Hagiwara ファッションディレクター

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。ブランド「ten.(テン)」のプロデュースも手がける。

オフィシャルブログ：
<http://hagiwaraterumi-bemode.com/>

2019 SPRING&SUMMER MEN'S COLLECTION



LOUIS VUITTON / LUDWIG BONNET
LOUIS VUITTON MEN COLLECTION AUTUMN-WINTER 2018/2019 © LOUIS VUITTON ALL RIGHTS RESERVED

LOUIS VUITTON



NEIL BARRETT



RAF SIMONS



UNDERCOVER



AMI ALEXANDRE MATTIUSSI

ストリートは

メンズコレのデフォルトに

大人マーケットでは

レトロ、スポーツトレンドが継続

2019年春夏シーズンのメンズコレクションで最大の話題は、アーティスティック・ディレクターに就任したヴァージル・アブローによる「ルイ・ヴィトン」のショーだろう。フランスを代表するハイブランドが、ストリートファッションに塗り替えられた。ストリートファッションが、もはや現在のメンズファッションのデフォルト（標準の状態）であることを物語る事例だ。

ストリートトレンドは、若者だけでなく富裕な大人、欧米だけでなくファッション新興国まですっぽりと包み込んで進行している。カラー

は、コントラストの効いたスポーツカラー、オプティカルホワイト、ダスティなパステルなどの爽やかなものが主流。アイテムは、ブルオーバーに加えシャツのバリエーションが増えているのが特徴だ。パンツのシルエットも、ルーズなもの他に、細めのコンフォート、タイトフィットなども浮上している。多くのブランドがストリートを大人が着用できるようクリーンに仕上げたルックを発表した。

一方、先進的なデザイナーやブランドは、危ういユースなムードをまとったコレクションを発表。2年半ぶりにパリでショーを行った「ラフ・シモンズ」は、バリ中心部から遠く離れた会場にナイトクラブのセットを設置。シャイニー素材、ラメ、ネット、金具使い、穴開き、ネオンカラー、厚底ブーツなどが目立つ、ニューウェーブやアングライメージのコレクションを発表。メンズコレクションとしては初めてパリで発表した「アンダーカバー」は、バイカー、オタク、ニューウェーブなど、アウトローなユースの群像を描いた。

大人ターゲットのブランドは、シックなオータムカラーをふんだんに取り入れたレトロトレンドを取り入れているのが特徴だ。ミラノでコレクションを発表した「トムフォード」は、ロング&リーンシルエットで気品溢れるモダンティーを表現。「ブルネロ・クチネリ」は、「華麗なるギャッツビー」をイメージソースに、エレガントな1920年代スタイルを提案した。「アミ・アレクサンドルマテュシ」は、小麦畑をセットした会場でカントリールックを発表した。

これらのトレンドは、日本市場にどのように辿り着くのだろうか。40代前半まではストリートが基本となり、40代以上ではクラシカルなスタイルを基本にスポーツトレンドが広がる。そして、これらとは別に若い特定層には、夜のアンダーグラウンドをイメージさせるちょい細めの不良スタイルが取り入れられそうだ。

文／アパレルウェブ編集長 山中健

これも
7リエーションのひとつ



「ラフシモンズ」は、ガレー
ジをクラブに変身させて、
鏡面マネキンが逆吊りに



「ヘンリック・ヴィブスコフ」は、
手で回す風車のようなものがい
くつも並んで、風が来ることを
期待したが来なかった

演出スゴイね



「AMIアレクサンドル・マテュシ」
は、ホールに小麦畑を作り上げた



「ビガールバリ」は、パリ音楽祭当日と
あって、沢山のミュージシャン、アー
ティストによる歌とパフォーマンス

お友達の関係??

DANCE
DANCE
DANCE



「クリスチャン・ルブタン(左)」と「ビエール・アルディ(上)」
は、偶然にもダンスパフォーマンスの演出でスニーカーを見せ
たが、コスチュームは黒と白という真逆だった事にビックリ

LVMHプライズ・ファイナリストの「ルド
ヴィック・ド・サンセルナン(上)」と「アン
ブッシュ(下)」はいずれも中性的で、少
しだけフェティッシュなムードが漂っていた



コレクションに フォーカス



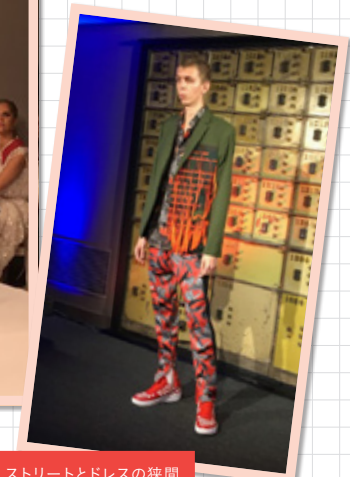
「ユニフォーム・バ
リ」は、ブライトカ
ラーでヘルシーな
印象でありながら、
パーツを複雑に構
成して仕上げている



「メゾン・ミハラヤスヒロ」は
異なるアイテムを前後に繋ぎ
合わせたストリートスタイル



「アレクシ・マビエユ」はイ
ブニングドレスに豪華な
カットジャカードのブルゾン
でラグジュアリーとストリー
トのミスマッチ感を演出



「ヨシオクボ」は、ストリートとドレスの狭間
でテクニックと色彩を効かせたコレクション

編集長の

パリ取材 斜め斬り!!

今回のパリ取材は、19年春夏のメ
ンズとキッズ、18-19年秋冬オート
クチュールに各種トレードショー、
ショールームを駆け足で回った2
週間。メンズとウィメンズプレコレ
のトレードショーの出展者が前回
比4割減と厳しい状況だったが、世
界からパリにプレゼンテーションし
に来るブランドは返って増えている
と感じる。メンズ・オートクチュ
ールコレとともにオフスケのショーも複
数重なり、全てを見て回ることは
不可能だった。

Text&Photo
Masahiro Kubo



ロケーション最高

「リンシュウ」は、エッフェル塔を
眺められるホテル・ル・ムー
リスの屋上テラスで眩しかった

「シーン・ソン」は公
園の遊歩道を回遊



公園/テラス



「アーサー・アベラーノ」はパリ郊
外の広々としたサッカー場で披露

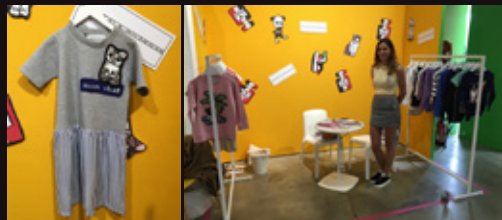


「ニヒロ」はローマ時代
の遺跡の中で狂騒に

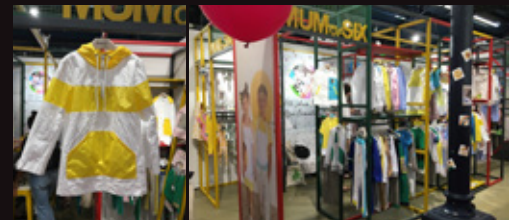
サッカー場/遺跡

KIDS 編

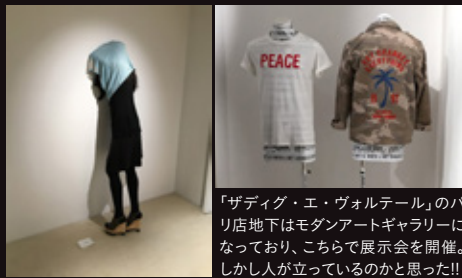
2018年6月30日〜7月2日に
パリ郊外で開かれた
キッズのトレードショー
「プレイタイム・パリ」には
538のブランドが世界中から出展。
その中から注目ブランドを
ピックアップした。



パリの「ミカエラ・バーガー」は、手編みの擬人化された動物たちのアップ
リケをトレーナーやワンピースの好みの場所に付けられるセミオーダー服



ロシアの「マムズ・オブ・シックス」は、6人の子を持つお母さんがデザイ
ナー。PVCを随所にあしらひ、子供服らしからぬ素材使い



「ザディグ・エ・ヴォルテール」のバ
リ店地下はモダンアートギャラリーに
なっており、こちらで展示会を開催。
しかし人が立っているのかと思った!!



「アズディン・アライア」の回顧展のレセ
プションパーティーへ



番外編

パリ市内で開かれた
イベントや展示会もチェック

「リーバイス・メイド・アンド・ク
ラフテッド」にユナイテッドアローズ
のボギーによる「ボギー・ザ・マ
ン」のコラボラインが登場。パリの
コンセプトショップ「ヌー」にてロー
ンチパーティーが開かれた

初めて挑む ファッション甲子園

高校生特集第19弾は、「ファッション甲子園」最終審査に臨む
東京都私立蒲田女子高等学校取材しました。

what's FASHION KOSHIE

真夏に開催される全国高等学校ファッションデザイン選手権大会、通称「ファッション甲子園」。第18回となる「ファッション甲子園2018」は5月18日に第一次審査が行われ、全国36都道府県130校1891チーム3136点のデザイン画の応募の中から、35チーム（24都道府県32校）の入選が決まりました。入選したチームは、8月26日に行われるファッションショー形式の最終審査会青森県弘前市民会館）を目指してただいま熱く制作中。結果は次号掲載の予定、ご期待ください。



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



デザイン入選の南咲妃さん(右)とサポートの豊川舞さん(左)、素材と格闘中



入選したデザイン画／テーマ：もがく



今回応募したもう1点のデザイン画
南さんの世界観が広がるコラージュ作品

担当の添田紗織理先生談

完成したらどうなるかという楽しみはもちろんありますが、形にできるかの不安も大きいですね。布以外の素材をいろいろ使うので、造形物に関しては美術の先生にも相談しています。ファッション甲子園には毎年課題として応募していますが、入選したのは初めてで嬉しいです。経験とデザインの勉強ということが目的ですが、3年間の集大成として行っている文化祭のファッションショーにも繋げられたいと思っています。もちろん賞が取れば自信にもなりまし、受験活動にもプラスになると思います。



入選した作品について教えてください。
南…テーマは「もがく」です。こちやこちやしたものや細かいものを描くのが趣味というか好きなんです。好きなものを描きたいなと思って、この部分（胸元の装飾部分）から描き始めました。それから全体的なバランスを考えて、スカートにしたり、コートをつけたリ、袖も面白くしたり、と描いていくうちに、こちやこちやした感じを表現しました。立体的な感じに仕上げたいなと思ってます。描き終った時にサンプル生地を貼りたいなと思いましたが、学校の被服室にいろんな生地があるので見ていたら、これイメージに合うなとか、これとかいいじゃんこれいいじゃん、って感じでどんどんイメージが膨らみました。

今の進行状況はどうですか？
南…9月の第一週に行われる学校の文化祭で私たちはファッションショーをするのですが、そのための作品製作が終わらないとこのコンテストの製作にかけなくて、先週くらいからやっと始まった感じなんです。明日から夏休みだけど、私たちはこれからがんばらないと…。8月は一週間くらい学校も開かないから、家でもやるつもりです。

南…生地のイメージが膨らみました。
豊川…デザイン画は2年生の最初に少し授業でやるのですが、このコンテストは3年になる前の春休みの宿題で全員が応募しました。

南…私は2点描きましたが、時間をかけた方が入選しました。先生が電話で知らせてくれたのですが、めっちゃテンション高い声で先生が「驚かないでね!!」って（笑）。「わあ、すごい!!」って部屋で騒ぎました！

ファッション甲子園にかける意気込みは？
豊川…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

豊川…うん、まあそこそこは（笑）。でも難しいのはちょっとかな。

南…最初は「バリ行こう」って盛り上がりだっただよ。でも、（優勝の副賞はバリ研修旅行）南…そうそう。でも、だんだんそれどころじゃなく、自分が満足する作品に仕上げるのとだけですね。その先に賞が取れたら、って感じ。現実見始めたよね（笑）。日暮里を歩き回って、オカダや、ユザワヤ回って、これ使えるなという素材を集めました。布以外もコナンというホームセンターでビニール素材など決めました。針金などの材料も集め

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!

豊川…うん、よろしくお願いします!!

南…うん、よろしくお願いします!!



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キャッチ



スカーフ必須！ 今秋冬シーズン注目の スタイリングをマスターせよ！

シトウレイです、こんにちは！ 暑さの続く毎日ですが、秋はもうすぐそこまでやってきます。今回は次の秋冬にすぐマネしたい！トライしたい！な着こなしをバリからお届けさせていただきますね！
まず注目は、「まちこまき」！そう、スカーフを頭にくるっと覆うように巻く、あの古式ゆかしき方法がこのシーズンに大復活！トライしている人を観察するとトレンドの半歩先を行く目の早い人たちが多かった。早速紐解いてみましょう。ランウェイでもトレンドセッターである「ヴェトモン」が取り入れていたことも要因の一つ。もう一つ、パーカー（フーディー）流行の際に、フードは頭まで「すっぽりかぶる（なんなら紐はギュっとしぼる）！」のがクールなスタイリングでありました。そう、実はまちこまきは「フードはかぶる」ブームの延長ともいえるのです。つまり（フードをかぶって）顔部分しか見えないというそのシルエットを踏襲し、さらに進化させたものなのです！また昨今のストリートの流行はご存知の通り、そこにひとひねり加える意味で、相反するクラシカルなテイスト、もしくはオリエンタルなテイストを入れた結果ともいえます。



今の時代の（ストリートでの）トレンドの生まれ方。いきなり新しいトレンドがドン！と登場するというのは、ほぼ無くて、こうやってトレンドセッターや目の肥えた人たちが「今あるトレンドをもうひとひねりする」その過程の中で、ゆるやかに生まれてくるものなのです。川の流れるようなものとも言い替えることができるかと。
そうそう、スカーフに関してはまちこまき以外にもいろいろ汎用性が高いアイテム＆今シーズンのトレンドアイテムなので、ぜひ違う方法でも取り入れてみてもらえたら。右の写真のように肩にサラッとかけるのは、取り入れやすさとしてはオススメです！
個人的に注目しているのは、足元における左右バラバラ！写真の彼女のように色が異なる靴を履いたり、もしくは靴紐だけを左右バラバラにしている人が、数はそこまで多くはないのですが目につきました（ちなみにサカイのショーでも、靴は一方は黒、一方はトラ柄など、色も柄も左右バラバラでした）。
注目アイテムやスタイリングをマスターし、気分一新、次の季節に備えましょう！ではでは今日はこの辺で。また次回お会いしましょう！



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



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29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。

「500ページの夢の束」 洋服の変化にも注目！ スター・トレック大好き少女の冒険物語

見た目はポップで可愛いけれど物語はワケあり。でも見終わるとどこか優しくなってるアタシ。そして“チャレンジしよう”と勇気をゲット。そんな「500ページの夢の束」のヒロインは「スター・トレック」の知識がピカイチの女の子。自閉症を抱えるため施設で愛犬ビートと暮らしています。ある日「スタ・トレ」誕生50周年記念の脚本コンテストがあると知り、必死でオリジナルの大作を仕上げて送ろうとした当日、トラブルが発生して締切りに間に合わない！そこで数百マイル離れたハリウッドへ直接届けようとするけれど、彼女にとっては“初めて”だらけ。愛犬が一緒とはいえ、外の世界もひとりで切符を買うこと、知らない人と話すのも初体験。完璧に冒険です。本作のポイントはハラハラしながら見守る私たちを、サラッと和ませるユーモラスな突っ込み。繊細というか感情豊かというかお見事です。そしてユニークなのがヒロインの日常。起床から寝るまでスケジュール通り。毎日着るセーターもそう。月曜はオレンジ、火曜はラベンダー、水曜は青、木曜は水玉・・・と曜日ごとに決めている。でもラストで変化が。ルーティンを崩すって、旅で成長した証かも。ちなみにリュックと愛犬のセーターはお揃いのスタレ・ロゴ入りよ。

2018年9月7日(金)より新宿ピカデリー ほか全国ロードショー
©2016 PSB Film LLC



一食抜いてでも是非! ★★★

「ディヴァイン・ディーバ」 ドレスを着れば超ゴージャス！ 伝説のドラッグクイーンが登場

“オネエ”“ゲイ”“ニューハーフ”etc.今や超個性派の人気タレントがぞろぞろ。お喋り上手のマツコ・デラックスとか歌やダンスもイけるミッツ・マングローブとかね。そんな中、軍事独裁政権の厳しい60年代のブラジルで、ドラッグクイーンとしての才能を開花させた伝説のディーバ8人を追ったドキュメンタリーの登場です。女装で捕まろうが家族に無視されようが芸の世界で生き残ったカノジョたち。が、時は過ぎ、はっきり言って老いました。しかもブラジルでは保守が台頭したことで出番はなくなり世間の偏見も差別も激しいのが現実。でもね、決して負けない姿がここにある。本作は2014年に開催された彼女たちのデビュー 50周年祝賀イベントをおさめたもの。リハーサル、楽屋風景、内輪もめに8人それぞれのインタビュー、そして現在の生活も。もちろんバリバリ現役だった頃のフィルムや写真もいっぱいです。オトコ状態でもウィッグつけて、メイクして、ドレスを着ればパーフェクトなドラッグクイーン。彼らのポリシーはずっと“自由”。いまでもブレないその感覚はファッション全部に生きてます。8人8様のドレス&ウィッグでパフォーマンスする姿は圧巻！ゴージャス！元気なオバチャマにしか見えな！

2018年9月1日(土)よりヒューマントラストシネマ渋谷、シネマート新宿ほか全国順次ロードショー
© UPSIDE DISTRIBUTION, IMP, BLUEMIND, 2017



いいね! ★★

TOPIC 2 / 都内で開催される注目の展覧会



企画展「デザインあ展 in TOKYO」

こどもたちのデザインマインドを育む番組 NHK Eテレ「デザインあ」。番組のコンセプトを体験の場に発展させ「みる」「考える」「つくる」ことの豊かさを感じ取り、体感できる展覧会となっている。今回は2013年の前回展から作品を新たにし、身のまわりにあるモノ・コトから概念までテーマを掘り下げている。

2018年7月19日(木)～10月18日(木)
開館時間：10:00～17:00 ※入場は開館の30分前まで
入場料：大人1,600円 / 中人(小学生・18歳以下) 1,000円 / 小人(3歳・小学生未満) 500円 / 2歳以下無料
会場：日本科学未来館 1階 企画展示ゾーン(東京・お台場)
Tel: 03-5777-8600 (ハローダイヤル)



「没後50年 藤田嗣治展」

日本で生まれ、その人生の約半分をフランスで過ごした画家・藤田嗣治(レオナール・フジタ)。本展は、「風景画」「肖像画」「裸婦」などのテーマごとに、新たな視点から藤田をとらえる試み。代名詞でもある「乳白色の下地」による裸婦は10点以上が集まるほか、戦後、日本を去り再びフランスへ向かう途中に描かれた作品も展示される。

2018年7月31日(火)～10月8日(月・祝) 開室時間：9:30～17:30(金曜日9:30～20:00)
8月9日、10日、17日、24日、31日(9:30～21:00) 入室は開室の30分前まで
入場料：一般1,600円 / 大学生1,300円 / 高校生800円
会場：東京都美術館 Tel: 03-5777-8600 (ハローダイヤル)

(カブツ) 1949年 ホンビロー・センター蔵
Photo © Musée La Piscine (Roubaix), Dist. RMN-Grand Palais / Arnaud Loubry / distributed by AMF
© Fondation Fujita / ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2017 E283

【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ca vol.40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9月18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。



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、個人のソフト力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



Barrio Lindo (バリオ・リンド)：アルゼンチン・ブエノスアイレス出身で、現在はベルリンを拠点に活動する音楽プロデューサー、アグスティン・リバルドのソロ・プロジェクト。2014年にアルバム・デビューを果たした。自身のレーベル「Shika Shika」からリリースした最新作『Aibura』は、4月の日本盤(発売元：calentito)以来、息の長い人気を誇っている。

均質化とは無縁の新世代中南米音楽

グローバリゼーションが進行した結果、グローバル企業のチェーン店や、トレンドを瞬時に製品化するファストファッションのショップが都市の景観の一部として当たり前存在するようになって久しい。また、環境さえ整えば、どこにしようがインターネットを通じて様々な国や地域のニュース、トピックスに触れることも可能であるのは改めて申すまでもないだろう。このような均質化、平均化したサービスや情報が前提となっている世界にあって、芸術、文化の面はどうかといえば、そうしたグローバリゼーションとは趣を異にする、作家のルーツや経験に根ざした作品が少なからず見受けられる。今回で紹介するバリオ・リンドはアルゼンチン出身だが、家系を辿ってゆく

と半分はアルゼンチンで半分はコロンビアなのだろう。そんな自身のルーツであるアルゼンチン、コロンビアの伝統音楽に興味を見出し、現代のテクノロジーも駆使しながら作り上げたアルバム『Albura』は、中南米のfolkloreをしっかりと感じさせながらも、テクノやハウスなどのクラブミュージック的なクールな質感をたたえた素晴らしい内容だ。物心ついたときには、グローバル展開される情報やサービスが当たり前ものとなっていた世代(あるいはそのように理解できる人々)にとって、自身の出自や身の回りの出来事に関心が向かうのはごく自然なことのように思われる。そしてそのことがトレンドに絡め取られない、均質化とは無縁のオリジナリティーになっているのである。

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介！



「アイデアスケッチ」

プロセスからデザインすることで、アイデアとチームを同時に醸成できる。全国から異才が集結する学校IAMAS(イアマス)で培われた視覚的ブレインストーミング手法「アイデアスケッチ」のノウハウを、誰もが実践できるようわかりやすく解説。ビジネスの現場に関わりを深めたいと考えているデザイナーやエンジニアにもおすすめの一冊。



「アウトプットのスイッチ」

ヒットに必要なのはマーケティングよりも最終表現(＝アウトプット)の質が最重要。「売れる商品の本質」とは何かを説き、それを実現する仕事術、クリエイティブ思考術、コミュニケーションなどの方法論を具体的に解説している。生物学者・福岡伸一氏との対談も収録。

著者：James Gibson、小林茂、鈴木宣也、赤野亨
発行所：ビー・エヌ・エヌ新社 2,300円(税別)

著者：水野 学
発行所：朝日新聞出版 600円(税別)

INFORMATION
AND
REVIEW

ファッションカ

FASHION-RYOKU

August 2018

2018年8月25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

土屋さくら

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

Art direction & collage : Jin Hase(buffalo-D)

Photography : Munehiro Hoashi(avgst)

Styling : Ryo Chiba(LUMO)

Hair & Make-up : Ryotaro Nakako

Model : NANA(Iriday)