

ファッション
ashion

RYOKU
カ

FASHION

×

TOKYO
BRAND PICK UP
ファッションの裏技拝見
AKIKO AOKI
青木明子さん

November 2018 Vol.41

ファッションが
スポーツ振興にできること

SPORTS





ファッションの裏技拝見

TOKYO BRAND PICK UP

Interview : Utako Amino Interview Photo : Yuhei Kaneda

PROFILE

青木 明子 Akiko Aoki
1986年生まれ。2009年、女子美術大学ファッション造形学科を卒業後、ロンドンの芸術大学セントラル・セント・マーチンズでファッションを学ぶ。帰国後、「ミキオサカベ」でアシスタントを経験し、2014年春夏より自身のブランド「アキコアオキ」を始動。2017年春夏よりAmazon Fashion Week Tokyoに参加。2018年、第36回 毎日ファッション大賞「新人賞・資生堂奨励賞」を受賞。



辻褄の合わない感情のブレを女性性として表現したい



1. 脱ぎかけのようなキャミソールがドッキングしたワンピース。 2. ナイロン素材やドロコードで90年代のスポーツテイストを取り入れたスカート。 3. メンズライクなビンストライプのジャケットにはコルセットのような留め具が。 4. マトンスリーブのジャケットは歴史衣装のノスタルジックな要素をプラスして。 5. 3シーズン目となる「moil (モイル)」ジュエリーデザイナー石上理彩子とのコラボレートアイテム。

AKIKO AOKI / デザイナー 青木 明子さん

2019年春夏、アマゾンファッションウィーク東京に先立って渋谷のホテルでプレゼンテーションを行った「アキコアオキ」。今年若手ファッションクリエーターの育成・支援プログラム「LVMHブライズ」のネットワークに加え、毎日ファッション大賞新人賞・資生堂奨励賞を受賞し注目を集めている。そんなデザイナー青木明子さんに会うためショールームを訪ねた。

■前シーズンからランウェイ以外での発表を続けていますね。今回の会場はホテルのスイートルーム。演出も話題でした。この場所を選んだ意図は？

ランウェイから離れたい訳ではないのですが、ここ数シーズンはもう少し身近なリアルティのある中で「着てみたい」と思ってもらえるかどうかに興味があつて。ホテルは性別も年齢も関係なく、不特定多数の人が利用する場所なのに、その日だけは自分達だけの特別な場所になる。そんな大衆とプライベートな部分が一緒に成り立つ場所、プレゼンテーションをやりたいと思いましたが、2部屋がドアで繋がっていて、最初の部屋にはモデルの影を投影しました。実際その場にいるモデルは生気がなく人形のように全員静止しているのに、影だけが動いている。次の部屋に行くと、モデルはいないのに人のいた痕跡だけが残っている。食べかけのデザート、香水の匂い、シャワーの流れ続ける音、無数の空き箱・・・人のいる部屋には人の気配がなく、人のいない部屋には誰かがいたリアルティを感じるようなコントラストを表現しました。

■服のデザインで意識したことは？

「不特定多数」というキーワードを基に、90年代のスポーツテイストや過去の衣装テイストを取り入れたり、リブにナイロンやシフォンなど透け感のあるフェミニンなものを使ったりと、1つのカテゴリーにはまらないような物を色々使ってみようと思ったことを意識しました。

■青木さんの服には独特の女性っぽさ、色気のようなものを感じます。

個人的にはあまりフェミニンを出そうと意識してはいる訳ではありません。私の考える女性とは何かと考えた時、辻褄の合わないさだったり、ロジカルでないことだったり・・・そういった感情のブレや一貫性のないものを女性性として表したいと思っています。

■ファッション以外の趣味はありますか？

街を歩く時もお風呂に入っている時も、生活全てにおいて何かしらファッションに繋がって物事を考えている気がします。もともと仕事とプライベートもオンオフの切り替えがありません。でも苦痛と感じたことはないです。

■天職ですね。ますます活躍が期待される青木さんですが、今後の目標は。

今季からセールスエージェンシーもつけて、国内のマーケットもさらに注力したいと思っていますが、よりグローバルな場で戦いたい気持ちもあります。具体的には決まっていますが、世界で見せられるようになっていきたいと思います。

■若い人達にメッセージを。

価値観のレイヤーを増やしていくことはSNSの情報やデータだけでは得られないから、自分が気持ち良いと思う価値基準ではないところに飛び出してみる。自分の身体を持って色々な人と会い、沢山の経験をすることが必要だと思います。

FEATURING A KEY PERSON

Vol.9

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.9は、大人の男女に向けたセレクトショップ「エストネーション」のビジュアルマーチャンダイザー（以下VMD）、小宮山智也さん。VMDの仕事を探るため、昨年リニューアルしたばかりの銀座店を訪ねた。

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



小さな違和感のようなものを出したい

ESTNATION ビジュアルマーチャンダイザー 小宮山 智也さん

PROFILE

小宮山 智也 Tomoya Komiyama
1984年生まれ。大学卒業後、大手セレクトショップで販売員、PR、制作・プロモーションを経験。2016年サザビーリーグ入社。「エストネーション」VMD/PR・制作を務める。

ESTNATION オフィシャルサイト <https://www.estnation.co.jp>



■VMDとしてどんなことをしているのですか？

アパレル業界ではVMDというとお店のレイアウトなどに携わる人を指す事が多いのですが、エストネーションは販売部を中心にVP、レイアウトチームが全国10店舗の打ち出しに対するディスプレイを指示しています。僕がこの会社に入ったのは3年前ですが、当時はバイヤーが買い付けたものを百貨店のようにブランド切りしてレイアウトしていたので、あまりVMDが必要なかった。その後、オリジナルブランドを強化していくという話もあって、セレクトの商品もブランド目当てで商品を手取るのではなくて、その店のレイアウトの中で買って欲しいとイメージするようになり、大阪、京都、新宿、銀座、有楽町と店舗のリニューアルが続きました。エストネーションを構成する洋服のテイストから展開ブランドのグループ分けを行い、レギュレーションをとりながらVMDが出来上がっていききました。それに加えてカタログの制作、ビジュアル作りのほか、ショップのリニューアル、店の音楽の選曲、ギフト包装の包材、タグの制作など様々なことに携わらなければいけなくなっています。現在僕はカタログやウェブサイトのイメージ作りがメインで、どちらかというと



と制作・販促に近くなっています。

■仕事の範囲が広いですね。

そうですね。エストネーションのブランドイングに携わることをしています。1階にエストネーションのブランドイメージの写真が飾ってありますが、「知性」と「色気」と「物語」を感じるブランドビジュアルを作る」という依頼を受けて、エストネーションの概念を表すようなイメージ作りをディレクションしました。フォトグラフィアの選定や撮影場所の提案から始まって、チームで話し合った結果フォトグラフィアの半沢健さんに依頼をして、1カットを撮影するために2人でロンドンにある大聖堂まで行きました。

■VMDの仕事の中にはVPへの指示出しや大きなテーマ決めもありますよね。

はい、今季のクリスマスも僕がテーマ決めをしました。今季のテーマは「ディーフォレスト」。森から連想される五感を刺激するような場所や神秘的なイメージを作りたいと思って、キーカラーも森を感じるグリーン、雪を感じるシルバーにする予定です。ジュエリーのカタログもテーマに合わせて森の中で撮影しました。



■店舗でかかる音楽も小宮山さんがセレクトしているのですよね。

エストネーションは本来トランスやテクノっぽい音楽をかけていましたが、今は少しジャジーだったりヒップホップだったりと変えています。いい意味で小さな違和感のようなものを出せた方がいいのかなと思って、日本語の曲も意識的に取り入れたりしていますね。

■話を聞くだけでも小宮山さんのこだわりを随所に感じます。

僕はカタログを作る際、制作会社を通さずに直接スタイリストやカメラマンを手配してデザインまで持っていきました。が、そういう風にディレクションをやっているアパレルはあんまりないと思います。その分の予算をクリエイターに渡したいし、クオリティも上げたい。どうすれば他社との違いを出せるか？エストネーションらしさとはどんな表現か？という事を考え、年4回、ビジュアルイメージやモデル選び、カタログのサイズも毎回試行錯誤しながら作っています。あとは、ショップリニューアルなどディスプレイに使うアートや雑貨などを国内外、色々な場所で購入したりするのが、セラミックとかオブジェも買わな



■若い人達にメッセージを。

今は教えられてやるというよりオリジナルなやり方ができることが強みだったりもするので、自分のやり方を見つけてるのが大事なのかもしれません。また、「良い」という視点は人それぞれ違う。「売れそう」が良いのか「美しい」が良いのか、「安い」が良いのか。カタログの写真1枚とっても、「もっと商品が見えるように近寄って撮った写真が良い」と思う人もいれば、「近寄った写真ばかりよりも、情景の見える引きの写真が1枚入った方が良い」と思う人もいます。「良い」と思うものを共有できる人ってなかなかいないので、そういう人と仕事がしたいです。

インキュベーター機能果たす



◀ Malamute

「マラムユート」(小高真理)はブランドの代名詞とも言えるニットアイテムに加えて布帛のバリエーションを増やし、デビューショーにて完成度の高いコレクションを披露した。オパール加工したマリン柄のシャツ、ニットにレースとデニムをミックスしたトップスなど、繊細なディテールが光る。ジャカードニットで表現された薔薇柄のほつれた糸が、印象派の絵のように輪郭を曖昧にする。テーマは「Re」。移ろいゆく記憶を服で表現した。



▶ Stair

自然光が差し込むガラス張りの会場を選んだ「ステア」(武笠綾子)は、リラックスしたムードの中でコレクションを発表。カットジャカードのスカートには程良く肌を見せるトップスとバステルカラーのアウトターを合わせてヘルシーに。ギャザーを寄せてバイアスに切り替えたシフォンのワンピース、はっと目の覚めるフーシャピンのロングワンピースも柔らかな素材を使用し透明感のあるスタイルに落とし込んだ。



▶ Aoi Wanaka

ファッションウィークのトップバッターを務めた「アオイワナカ」(和中西)のテーマは「葉中化蝶」。さなぎの幼虫をイメージさせる絞りのシルクドレスには、大きな蝶のイヤリングをアクセントに。ベージュやカーキ、グレーの淡い色をシルクやサテン、シフォンにのせてエレガントにみせる。肩パッドを入れたフラワープリントのトップスやマトンスリーブのトップスのほか、ニットアイテムでも肩のラインを強調するスタイルが多く登場した。



◀ Fumiku

今年バンタンデザイン研究所を卒業しブランドを立ち上げたばかりの「フミク」(林史佳)がデビューコレクションを発表。アシンメトリーのスカートやトップスには小花柄やフリルのディテールを取り入れてフェミニンに。スニーカー、 Poloシャツ、ナイロンアウターなどスポーツ要素も随所に散りばめられ、重くなりそうなレイヤードスタイルを軽快に見せている。雨音にあわせてレインブーツと小花柄のレインコートも提案していた。

▶ Kotoha Yokoza

「コトハヨコザワ」(横澤琴葉)はブランド定番のプリーツアイテムやシャツに、普段何気なく使っている愛用品をプリントのせて発表した。アトリエにあった半身のトワルや過去のサンプルから着想を得たパンツ、洗濯バサミやポケットティッシュをアクセサリーとして使ったスタイリングなど、「そのままの自分、日常を表現したかった」というデザイナーの気負わない思いが伝わるコレクションだ。ブラジャー型のレザーバッグもユニーク。



▶ Lautashi

アマゾンファッション主催の「アットーキョー」でファッションウィークに初参加した「ラウタシー」(鈴木えみ)はインスタレーション形式での発表を選んだ。アーティストの落合陽一、KAITO SAKUMA a.k.a BATICとタッグを組み、街角で採取した光と音を使って空間を演出。星座になぞらえて犬やサソリ、ペガサスなどが描かれたプリントドレスにはレースのタイツを合わせてドレシーに。セットアップやTシャツ、パーカーなど取り入れやすいアイテムを揃えた。



Matohu



「マトフ」(堀畑裕之・関口真希子)は「手のひらの旅」を新たなコンセプトに掲げ、「手仕事の良さを見つめ直したい」と素材背景を解説しながら新作を発表した。青森県津軽の伝統技法「こぎん刺し」を服のディテールにどう用いたかを丁寧に紹介していた。

2019 SS TOKYO COLLECTION

Text : Masahiro Kubo, Utako Amino
Photo : Sakura Tsuchiya, Takumi Matsumoto

2019年春夏の「アマゾンファッションウィーク東京 (AFWT)」は、10月15～21日に開かれたが、その前の週に冒頭ページでフィーチャーした「アキコアオキ (AKIKO AOKI)」がプレゼンテーションスタイルで春夏物を披露した。「東京コレクション」という場合、AFWTを含むこの時期の前後に発表されるランウェイやインスタレーションを総じて呼称することになるのだが、その意味では、このトピックが象徴的に表している点がある。それはAFWTでショーを行い、着実に実力をつけてきた新人が一抜けしたことを表すものだったからだ。この点でAFWTがインキュベーター(孵化)装置として機能していることを証明したとも言え、喜ばしいことだ。そんな中、今回はまた新しい戦列に加わる頼もしい新人たちが登場してきた。彼らの中には展示会で着実に積み上げてきた国内セールスの実績を背景に挑戦している者も居り、また「アジアファッションコレクション」のコンペを経てニューヨークでのショーを実現させてきたデザイナーも居る。それぞれに営業基盤が盤石とは言えないが、この中から次のアキコアオキが生まれてくる予感がある。そして、その先にパリも見据えながら、着実にセールスを積み上げていってほしい。

アマゾンファッションウィーク東京

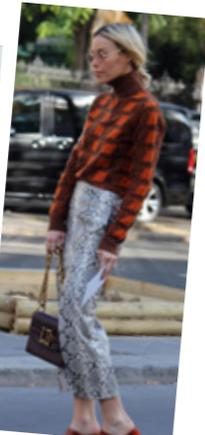
2019SS

NEW YORK COLLECTION



PariSnap

Photo & Text : Shinichi Higuchi



肌を見せるファッションやアシンメトリーなデザイン、アニマルモチーフ

ここ数シーズン続いた会期中の半分以上が雨や雪という状況から一転。ファッションを楽しめるような日が続いたパリ。だが、ラグジュアリーブランドが、ストリートファッションにブランド名を入れたデザインを発表するような時代性を反映してか、会場に集まる人たちのファッションは、数年前に比べて、シンプルになり、トレンドをプラスしたリアルクローズが増えている。クロップド丈やスリット、透ける素材などで肌を見せたり、アニマルモチーフアクセントにしたり、アシンメトリーなデザインやアフリカンレースを取り入れたりすることで、リアルクローズやシンプルなデザインに新しさをプラスしている。



モディファイド・デニム
Modified Denim

デニムが再び注目を集めている。ケミカルウォッシュされたデニムにステッチをアクセントにしたドレスは、今までにはないルックスだ。ダメージ加工やペインティングされたGジャン、クロップデニム、スカートやレイヤードは今シーズンらしい迫力のあるスタイリングだ。



サーフ・オン・ターフ
Surf on Turf

海辺沿いのウィンドーショッピング、スキューバダイビングが終わりウェットスーツを上半身だけ脱いで浜辺を歩く姿がインスピレーションソース。ニットのポケットハット、フーディー、ショートパンツのセットアップ、グラフィカルなTシャツやタンクトップなどのアイテムで展開。



エキゾチック・パカンス
Exotic Vacances

はるか遠くの地のプールサイドでカクテルを飲みながら小説を読み、頭の中はすでに違う場所へ旅している。遊牧民を連想させるナチュラル素材のシンプルなドレス、カフタン、プラトプ、手のぬくもりを感じるクロッシェのアイテムなどが重要なファクター。



ツイステッド・ロマンス
Twisted Romance

アメリカスピリットを集積した、懐かしく、優しく、甘酸っぱいノスタルジックなスタイリング。甘いだけではない、少しダークで退廃的なニュアンスも含んでいる。大きなラッフルが重なったアイテム、レザーパッチワーク、スウェード素材などがキーアイテム。

好景気に浮かれ立つNY。9月6日からファッションウィークが7日間、開催された。政治的には苦境に直面しているトランプ大統領だが、経済的には「米国の経済は絶対調子」と喧伝する状況だ。米国第一主義による通商摩擦の懸念は拭えないが、一般的なアメリカ国民は順調な雇用状況と大型の減税を背景に、比較的楽観的な見方をしていく。

しかしながらファッション業界においては、その恩恵はあまり感じられないのが現状。地方ではデパートや大型店のモールからの撤退によるゴーストタウン化も深刻。また世界有数の高級ショッピング通りとして名高い5thアベニュー、マディソンアベニュー、ソーホー地区の通りにも「店舗貸出」の張り紙が目立つ。NYFWは全盛期大小合わせて300ほどのショーと展示会の数を誇り世界一の規模を誇っていた。しかし、現在CFDAのオフィシャルカレンダーに掲載されているのは150余り。随分と寂しいものとなっている。

消えていく店舗、ブランドがある反面、今期50周年を祝ったのはNYブランドの雄「ラルフ・ローレン」。70周年を迎えた「ロンシャン」、40周年を迎えた「エスカダー」らのヨーロッパブランドもNYFWに初参加し華を添えていた。

ここ数年、至る所で語られてきているダイバシティ（多様化）はLGBT、人種、ハンディキャップに加え、今回話題になったのは、妊婦モデルのスリック・ウッズの起用だ。リアーナが手掛けるランジェリーブランド「サヴェージュ」×フェンティ」で歩いたウッズが数時間後に元気な男の子を出産して話題となった。ショー中にはすでに陣痛も始まっていたという。「マーク・ジェイコブス」のショー開始が1時間半も押したこともあって予定よりだいぶ遅れての出番となり体調が危ぶまれた。そのプロ精神を称える声とともに、胎児と母体を危険に晒す行動に対して賛否両論の意見が集まった。「決心すれば何でもできるということよ」というウッズから女性の自由を後押しする言葉が後日この騒動に寄せられた。

明るいニュースはパリで発表していた「プロエンザ・スクーラー」「ロダルト」がニューヨークに復帰したこと。また、「ケイト・スペード」「キャロリーナ・ヘレラ」「ダイアン・フォン・ファステンバーグ」の各ブランドが新クリエイティブ・ディレクターを迎え、就任後初のコレクションを発表し新風を吹き込んだ。



DANSKIN × Chika Kisada 2018 AW CAPSULE COLLECTION



Chika Kisada デザイナー 幾左田 千佳さん

きさだ・ちか
幼少期よりクラシックバレエを学ぶ。コンクールなどで数々の成績を収め、バレエダンサーとして舞台上で活動した後、2007年に「REKISAMI」、2014年に「Chika Kisada」を立ち上げる。

BOICE

あなたにとってスポーツブランドとコラボする意味とは？

バレエダンサーであった過去の経験がデザインに生かせ、踊り手の感覚と作り手の感覚がより深くマッチできる良い機会となりました。

デザイナーとして付加した価値はなんですか。

上記と重複しますがバレエで培った経験が、ブランドのムード、デザイン、着心地へと反映している事だと思います。

スポーツにまつわるエピソードを教えてください。

時間がある時期はバレエスタジオへ週に1~2回通っています。スポーツウエアにも流行があり、レッスンをされている方々のウエアを拝見したり、自分でも着て感じたりと、楽しい時間を過ごしています。



Maison MIHARA YASUHIRO × DC SHOES



Maison MIHARA YASUHIRO デザイナー 三原 康裕さん

みはら・やすひろ
1972年、長崎県出身。1993年、多摩美術大学デザイン学科テキスタイル学部に入學。学生時代から独学で靴を作り始める。大学卒業後、「MIHARA YASUHIRO」を立ち上げ、コレクションブランドとしての始まりを迎える。

BOICE

あなたにとってスポーツブランドとコラボする意味とは？

化学反応です。哲学や目的が違う企業同士が一緒に何かを始める時には予想できないことが起こります。ただし、昨今のスポーツブランドとのコラボレーションはただのゲームです。新しいマーケットを生み出すような刺激的な事ではないです。スポーツブランドが消費者の支持を得る為のゲームでしかない。

デザイナーとして付加した価値はなんですか。

それは僕が付加する事ではない。第三者に聞いてみて下さい。

スポーツにまつわるエピソードを教えてください。

サーフィン11歳から続けています。

ファッションがスポーツ振興にできること FASHION × SPORT

2020年東京オリンピックの開催に向けて各業界がスポーツ事業に熱を注いでいる今日、ファッション業界ではスポーツブランドとのコラボレーション企画がますます盛り上がりを見せている。デザイナーがどのようなマインドでスポーツと向き合いコラボレーションに臨んだのか聞いてみた。



DRESSCAMP デザイナー 岩谷 俊和さん

いわや・としかず
1974年、神奈川県出身。1995年、文化服装学院アパレルデザイン科メンズコース卒業。2002年、「DRESSCAMP」を発表。2008年、(株)IWYを設立し、新ブランド「IWAYA FOR DRESS33」を立ち上げる。

BOICE

あなたにとってスポーツブランドとコラボする意味とは？

加えたいスポーツの要素が本物で有りたいから。

デザイナーとして付加した価値はなんですか。

ファッションとしてのデザインとシルエット。



yoshiokubo デザイナー 久保 嘉男さん

くぼ・よしお
2000年、Philadelphia University's school of Textile & Scienceファッションデザイン学科卒業後、オートクチュールデザイナー Robert Danes氏のもとでコレクション制作に携わる。2004年、「yoshiokubo」を発表。

BOICE

あなたにとってスポーツブランドとコラボする意味とは？

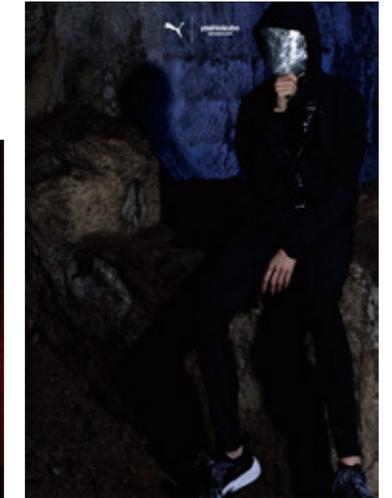
協業する事で、自社では使う事のないハイテク/ロジックな生地や、ハイスpekなディテールを使って新しい価値を提案できる。

デザイナーとして付加した価値はなんですか。

スポーツブランドのメインストリームとは違う角度からみた視点。

スポーツにまつわるエピソードを教えてください。

趣味でランニングをしています。近年ウエアやシューズが非常に軽く、快適になっていると感じています。また、一方で生地の強度が下がっているとも感じています。



PUMA by yoshiokubo



クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

NEW

HOT CREATOR

Photography: Sakura Tsuchiya @fashionryoku
Hair&Make-up: Takaho Oiyama @takaho_oiyama_
Model: Elly Ikeda @koko_wadoko

FILE:005

a.saught デザイナー
齋藤 誠志さん

齋藤 誠志 [さいとう・せいし]
2008年 ドレスメーカー学院卒業
2017年 AWシーズンより「a.saught (アソウト)」
を立ち上げ活動を開始

×

ATHLEISURE

スニーカーやウインドブレーカー、
スウェットパンツなどスポーツウエ
アをデイリーに楽しむユニセックス
なスタイルが近年の主流。今後は
スポーツ要素をディテールでさり
気なく取り入れるアイテムにも注目
したい。

アシンメトリーのブラウスにスリットパンツを合わせて
女性らしい肌見せを楽しむアクティブスタイル。ナイロ
ン素材のジャケットは裏地のグリーン、袖口に施され
たフューチャリングのバイピングがアクセントに。ジャ
ケット¥46,000、トップス¥19,000、パンツ¥24,000
(以上すべてa.saught)

<https://www.a-saught.com/>

@a.saught

2019 Spring & Summer

Paris prêt-à-porter Collection

旅する女性をイメージした 19年春夏コレクション 軽快なアクティブウェアが新鮮

19年春夏のヨーロッパコレクションはさまざまアイテムでテラリングが登場しています。ジャケットだけではなく、ベストやドレスにアシメトリの衿やヘムラインなどバリエーション豊かです。その背景にはメゾンがジェンダーレスやLGBTを意識しているところもあります。

ここ数年シーズン、トレンドとして続いていた、ビッグシルエットはゆとり感として定着してきました。先シーズン目立ったスポーツテイストは、水着のようなボディースーツやプラトープなどストレッチアイテムとしてコーディネートがアクセントになっています。多くのブランドがイメージするのは、自由に旅する女性です。

「エルメス」は、パリ郊外のロンシャン競馬場でコレクションを発表しました。馬が走るコースをモデルが横に歩き、リノベーションした観客席からキャットウォークを見ます。ステージ前に置かれた鏡には、空と雲が反射しながら映し出されています。アーティスティック・ディレクター、ナデー

ジュ・ヴァンヘーシビュルスキーは馬に乗った女性が地平線から水平線へ渡るようなイメージを演出しました。レザー職人のタプリエやバンチングレザーのドレスは軽やかです。セーラーカラーやフード付きのアウターには舵モチーフのメタルボタンが付いています。ネオンオレンジのアクティブウェアをインナーに着てスポーツテイストを加えています。

「サンローラン」は夜のエッフェル塔を見上げる広場に水を張った特設会場を設けました。モデルたちは水中を闊歩します。60年代のサンローランテーラリングスタイルがマイクロミニと合わされています。フィナーレ、黒とレオパードのスイムウェアにシルの登場で、エッフェル塔が白い光を放ちショーは終わりました。

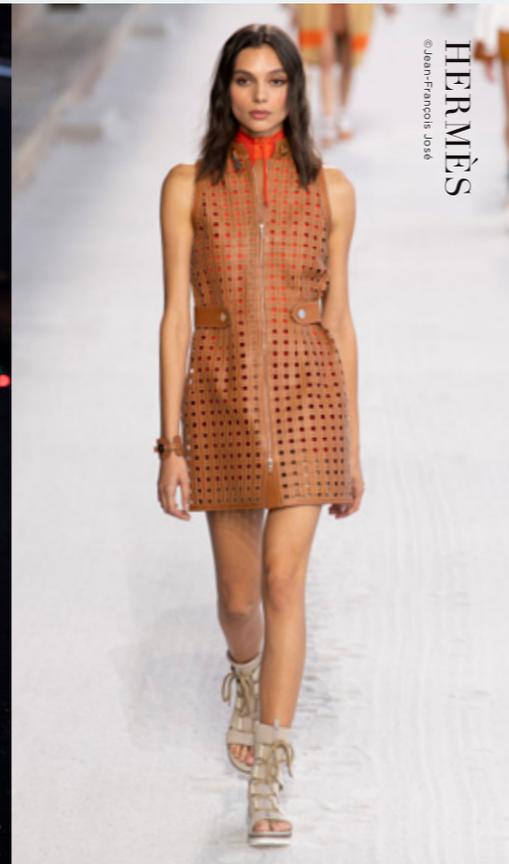
「ロエベ」は羽のついたジャケットにジャマパンツを合わせ、軽やかなテーラリングスタイルを並べました。フォークロリクな量感ブラウスにカーゴパンツは上質なリラックスウェアで

す。ストライプのPATCHワークドレスやマクラメのシャリーングドレスがフェミニンです。

「デイオール」はショー会場の中央でダンサーが踊り、躍動するボディーと服の美しさを追求しました。スードカラーのボディスにチユチュを合わせ迷彩柄やデニムのアウターを重ねます。

「ジュンヤ・ワタナベ」は繊細に大胆にウオッシュアウトのデニムとチュールを掛け合わせたコレクションを発表しました。経糸を抜いたデニムの下からチュールやレースが覗きます。デニムとチュールが重なり、交差し、美しいフォルムを作っています。

「ルイ・ヴィトン」は近未来を旅するイメージのコレクションを、光のトンネル会場で見せました。幻想的な都市をプリントした量感たっぷりのブルゾンとミニドレスにスニーカーを合わせたアクティブスタイルです。ネオブレンのクォーターコートはフューチャーリステイックでリアルに着たいアイテムです。



HERMÈS
©Jean-François José



DIOR



SAINT LAURENT
COURTESY OF SAINT LAURENT



JUNYA WATANABE



LOEWE



LOUIS VUITTON

萩原輝美のワンポイントレッスン

今シーズンは量感あるリゾードドレスも多く登場しました。マクラメやシャリーングなどフォークロアなものから透け感のあるエレガントなものなど。スニーカーを合わせてさりりと着こなしたいアイテムです。

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/>

編集長の

ミラノ・パリ取材 斜め斬り!!

今回は珍しくミラノから入って、パリまでの3週間に及ぶ長丁場だった。19年春夏のレディス・トレードショー、ショールーム、ランウェイを回り、特に感じたのはプレコレ予算の比重の高まりで、コレクションは別にしてもセレクトショップバイヤーの足が鈍っている様子が窺えた。そんなシーズンだったが、特記すべきトピックスをピックアップしてみた。

Text&Photo
Masahiro Kubo



EXCELSIOR

言わずと知れたミラノのコレットの大型セレクトショップ

NOUS ETUDIIONS @ SUPER

サステナブルやビオ・ライフスタイルがコンセプト



MAURIZIO MYKONOS

ギリシャからやってきて常設ショールームをオープン

KINKY BOOTS @ MICAM

靴の総合見本市「ミカム」がエンターテインメント性を高めている



TODS

クラフト感のあるウェアも



SUZUSAN x BANNER

有松絞りのスズサンが有力店「BIFFI」の姉妹店でポップアップ



ARKISTAR @ MICAM

圧力が分散するハイテクソールを開発

ETRO

壁から床までテキスタイルで埋め尽くされ、あまねく紹介する回顧展



GIDDY UP

人と環境をクリエイションしていきたい ファッションショーは人間像を発表する大切な手段

坂部三樹郎さんは来年、ブランド「ミキオ・サカベ (MIKIO SAKABE)」のデビュー 10周年を迎えます。2006年アントワープ王立芸術アカデミーファッション科マスターコースを首席で卒業した翌年、東京でミキオ・サカベをシュエージェンファンと立ち上げました。この10月はパリで発知優介さんと「ギディーアップ (GIDDY UP)」のコレクションを発表し、次々と新しいクリエイションに挑戦しています。そのギディーアップコレクションの直後、話を聞きました。

GIDDY UP
2019
SPRING
& SUMMER
COLLECTION



坂部 三樹郎
Mikiio Sakabe

1976年3月19日生まれ。2006年アントワープ王立芸術アカデミーファッション科マスターコース首席卒業。帰国後「MIKIO SAKABE」を立ち上げる。2017年、DMM.comとの協業によるファッションブランド「GIDDY UP」を立ち上げる。

- Q: ギディーアップはどんなブランドですか?
A: DMM.comのIT部門の子会社DMM・makeの支援により3Dプリンターを生かして靴を作り、ファッションショーで発表しました。
- Q: 靴のソールを3Dプリンターで作るのですか?
A: どういうメリットがあるのですか?
A: 3Dプリンターなら靴作りに必要な木型が要らないんです。だからロットもないし、世界中どこでも同じものを作ることが出来ます。以前は硬いものにしかできなかったんですが、最近ウレタンに3Dプリンターができるようになったんです。
- Q: 新しい挑戦ですね。ファッションをデザインする時に大切にしていることは何ですか?
A: 人と環境をクリエイションしたいと思っています。ファッション＝服というより全てのものをファッション性のあるものにデザインしたい。
- Q: 坂部さんがデザインするものは時々、着られそうにないオブジェのような服もありますよね。着ることは必要ないですか?
A: いえ、着て欲しいです。でも「一回だけ着たい!」と思える服があってもいいと思っています。
- Q: 今回、靴の発表をファッションショーで見せましたね。坂部さんにとってファッションショーとは?
A: 表現したい人間像を見せるために一番適切な手段だと思います。
- Q: 次シーズンの予定は?
A: 1月のパリでミキオ・サカベのコレクションを「ウォルト」とジョイントで発表します。
- Q: メンズコレクションの時期ですね。
A: はい、服はユニセックスです。年4回、何かしらのブランドで自分のクリエイションを発表していこうと思っています。
- Q: 型にこだわらない発表ですね。
A: はい、いろんなやり方を試してみたいです。楽しみにしてください。

Text: Terumi Hagiwara

MILAN
EXHIBITION,
EVENT &
HOTSPOT

RUNWAY PARIS

LEONARD
池のある庭の絵画モチーフや
フラワープリント



ATLEIN
波型やスティックモチーフ、
小花柄などをオーガンジーや
シフォン、ガーゼにプリント



THOM BROWNE
ハギレのパッチワークや紐で腕と
身頃を結び合わせた拘束スタイルも



**MANISH
ARORA**
極彩色のカーニバルスタ
イルで、パリ・サンジェル
マンとコラボも



**LUTZ
HUELLE**
太いスリーブやレースを
左前身頃に付けた
トップスが特徴的



ANTEPRIMA
ニットのプリーツがカラフル



LES COPAINS
ベージュ、オフホワイト、
クリームをベースに
金糸が随所に



FILA
レトロスポーツの流れで、
乗ってる感じ



UJOH
襷掛けのような半身のジャケット
など複雑なスタイリング

PRADA
大きく胸元や
お腹まで伏せた
ラウンドネック



**JUNKO
SHIMADA**
ベーズリーや
マドラスチェックのプリント、
パッチワークでハッピー感満載



**ERMANNO
SCERVINO**
ブラウンの
レザーシリーズ
が秀逸



**ALBERTA
FERRETTI**
クロシェや
レースなどの
クラフト感



**REVEAL
PROJECT
by TATRAS**
京友禅の伝統技術を使った
スプリングコートを発表



NEHERA
イノセントワールドを軽やかなステップで披露

**ROUGE
MARGAUX**

パリ直営店を左岸の
オデオン座近くにオープン



**MAME
KUROGOUCHI**
着物スタイルや
和モチーフもありながら、
透かし編みの
優しい素材感も



ANREALAGE
人工的な形のクリスタルやビジュア
を付けたキラキラドレス



**CHRISTIAN
WIJNANTS**
カラフルな春らしいドレスや
パッチワークもものも



CYCLAS
ストライプの
ウエスト部分を寄せて
白いラインを隠す事で
切り替えたドレス



**SHIATZY
CHEN**
鶴、鴨、雉モチーフの
刺繍やプリントに、
麻雀牌モチーフも



A.W.A.K.E
胸元や背中に襟があるトップスが登場

**BEAUTIFUL
PEOPLE**
紐やベルトで組み合わせたり、
再構築したりでアイテムという
概念を超える挑戦

RAWTUS
薄いゴートレザーにリネン
100%のデニムパンツも



**UNIQLO
@ JUE DE PAUME**
ニットの展覧会でしか買えない「ANDREA CREWS」



**LUCIEN
PELLATFINET**
インディアンモチーフや
得意のスカルなど



**ROGER
& GALLET**
サントノーレにある香水の老舗で、
ナポレオンやジョセフィーヌも愛用



**MAISON
RAVN**

パイソンを
ベジタブルダイシ、
裏のビンテージ
布地がアイコン



TOM WOOD
「KELLY HARRINGTON」と
コラボしてNOUSにて
ローンチパーティー



**KENTA
MATSUSHIGE
@ DESIGNERS
APARTMENT**
タックやプリーツの
テクニックで魅せる



PARIS EXHIBITION, EVENT & HOTSPOT

MILAN RUNWAY

ファッション甲子園 2018

2018年8月26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

高校生ページ第20弾は、前号で紹介した「ファッション甲子園」の結果報告。
応募総数3136点、一次審査で24都道府県35チームが入選して最終審査に臨みました。



優勝

地元弘前実業高校、4年ぶりの優勝!

テーマ ヤマアラシ 青森県立弘前実業高等学校(青森県)



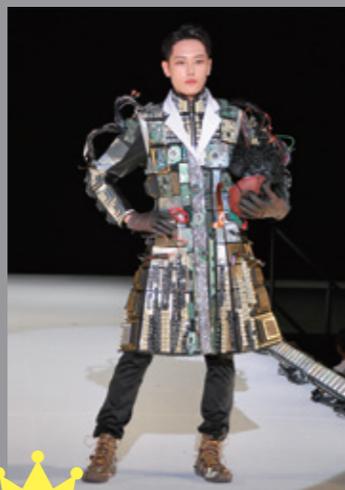
チームを組んだ3年生の太田祥乃さん(写真右)と山谷琳奈さん(写真左)。昨年の大会は先輩の準優勝を客席で見ている、「来年は私たちが先輩を超えよう」と誓い合ったのだそう。感激で涙ぐむ二人にインタビューしました。

作品について

針で身を守るヤマアラシから発想し、女性の内面の強さを表現しました。制作は思い通りにいかないことばかりで、大会当日の朝3時まで作っていました(苦笑)。特に、素材選びやスカートの跳ね上がりを作ることに苦労しました。名前を呼ばれた時は信じられませんでした。夢が叶って本当に嬉しいです!!

将来の夢は?

太田：宝塚の舞台衣装に関わりたくいです。今回の副賞でパリに行けるので、文化の違いなどいろいろ勉強していきたいです。
山谷：家庭科の先生になりたいと思っています。できれば弘前実業高校の服飾デザイン科で、生徒をサポートしてまたファッション甲子園に来たいです。



準優勝

材料は古いPCを分解!

テーマ わだば機械さなる

学校法人龍田学園五所川原第一高等学校(青森県)



第3位

川を登る魚の生命力を表現

テーマ 遼上

宇部フロンティア大学付属香川高等学校(山口県)



審査員長(大塚陽子)特別賞

テーマ 和 modern

福岡県立香椎高等学校(福岡県)



審査員特別賞(原由美子賞) 観客賞

テーマ Plaid

東田女子高等学校(青森県)



審査員特別賞(カツタダイナミイキャバース賞)

テーマ 悠久の時を重ねて・漆塗り・

千葉学園高等学校(青森県)



ゲスト審査員特別賞(廣川玉枝賞)

テーマ PM2.5

市立札幌平岸高等学校(北海道)



キラリ賞

テーマ emotion

アンファッションカレッジ(岐阜県)

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



©Hiroshi Shimizu

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



シルエットに変化の兆し 3分丈サイクリングショーツにトライ!

シトウレイです、こんにちは!

今回もパリに行ってきました&撮ってきました。やっぱりパリは刺激的! さて早速、ストリートから見たトレンド分析いってみましょう。まずはこしばらく続いていたスポーツの流れ、ダサイ極まりないジャージがオシャコン(=お洒落コンテンツ)化して以来、スポーツアイテムが注目されているのはご存知の通り。今シーズンはそれがよりニッチでコアな方向にシフトしてきました! つまり「そのスポーツをする以外では、到底着ないであろうアイテム」をファッションアイテムとして取り入れる、といった方向性。例えば左の彼女たちのような自転車競技をする時のウェアを着てみたり、裾止め(ズボンクリップ)ですらもファッションアイテムとして取り入れていたり。ラン用のランニングバッグ(お水やちょっと小物を入れるバッグ)をモードなジャケットに重ねていた姿もありました。スポーツアイテムの中でも特に大注目は下の彼女の履いているようなサイクリングショーツ! とにかく履いている人が多かった。特徴として



トップスは彼女のようなビッグサイズのコートやジャケット、ビッグシャツなんかを合わせる人が多かった。上はビッグ、下はタイトなサイクリングショーツをバランスよく履きこなすのがコツ。足元はダッドシューズでボリュームを出すというのもポイントです。華奢なヒールだとヌードニー過ぎて若干エロさが出てしまうので注意です。さてこのサイクリングショーツ、しばらくワイドパンツの流行もあって足全体を覆うスタイルが続いていただけに、この足のシルエットが露わになる事に抵抗があるかもしれません。ショーツの丈をちょっと長いのにして...と考える方もいるかもしれない。ちょっと待ったー! サイクリングショーツのキモは丈感なんです! ズバリ決め打ち3分丈! これより長くても野暮ったさが出て、これより短いと若干キワモノ感が漂ってしまう。太もも半分覆うくらいのこの絶妙な丈感が、今っぽさにつながっているという訳です。という訳でここは深く躊躇せず、ドーンとスッキリ3分丈に挑戦しましょう!

トレンドが変わって、シルエットにも変化が出て。ファッションの新しいチャレンジのシーズンです。新しいことにチャレンジするのってワクワクしますね! ではでは今日はこの辺で。また次回お会いしましょう! チャオ!!

©Rei Shitostyle 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30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。



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

「ヴィヴィアン・ウエストウッド 最強のエlegance」

一食抜いてでも是非! ★★★

必見！77才現役デザイナーのドキュメンタリー

ちょっと早めでゴメンですが傑作ドキュメンタリーなので紹介しちゃいます。3年間の密着取材を通して仕事から私生活まで波乱のリアルが詰まった84分。よくぞここまで暴露してくれましたと感謝感激の「ヴィヴィアン・ウエストウッド最強のエlegance」です。"過去の話なんて退屈だわ"と言いつつ10代の頃の事、最初の結婚と出産、離婚の理由、そしてセックスピストルズの生みの親マルコム・マクラーレンとの出会いと別れなどなど恋愛秘話としても映画化されそうな中身です。会社経営にも失敗してどうなったのか、公私に渡るパートナー、25才年下のアンドレアスとの関係も《全て見せます。話します。》の裏話がポンポン。"悪いけど、私はお金に興味がないの""大事なものは人目を引くこと。即行動すること"など名言もポロポロ。そこに貴重なアーカイブ映像やナオミ・キャンベルがキャットウォークでコケた有名なシーンやスーパーモデルたちのインタビューも。寝起き顔まで入ってます。どんな人間ドラマよりも面白くて濃い上質の記録。母、妻、活動家、実業家、アーティスト、デザイナー・・・どこから見てもカッコいい。77才にして現役バリバリ。秘訣は？映画の中に答えあり。必見よ。



12月28日(金) 角川シネマ有楽町、新宿バルト9ほか全国ロードショー
©Dogwoof

「アイ・フィール・プリティ！人生最高のハプニング」

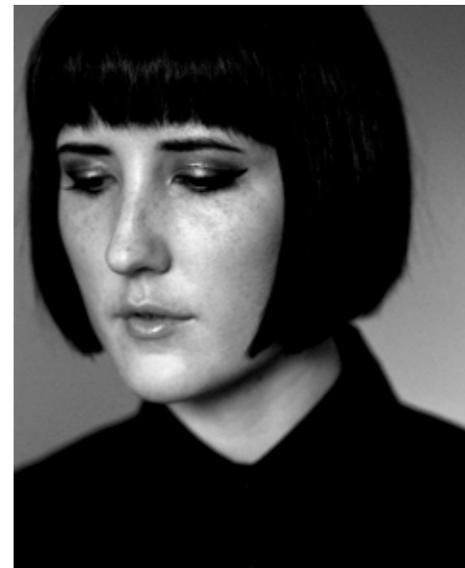
いいね! ★★

ぽっちゃり系女子のおしゃれに注目！

仕事も容姿も完璧なのに"声"がヘンだと悩むセレブ。どーせアタシなんかと超ネガティブなぽっちゃり女子。ワイルドに見えて弱気体質の美女。他にも様々なタイプが登場する「アイ・フィール・プリティ！」はオシャレ度半分、笑い半分のお気軽コメディです。ヒロインは劣等感だらけのレネー。姿ダメ、顔ダメ、仕事も恋もダメダメの自信のなさ。そんなある日、痩せる！と決めてトレーニング開始です。が、バイクが壊れ頭を打って失神！で、目覚めてギョッ！鏡に写るアタシがすごい美人になっている！でもそれ、単なる思い込み。脳のイタズラでそう見えるだけなのに・・・勘違いはパワーの源。立派なポジティブ・キャラに変身です。その後どうなるか、他の女性陣は？映画館でチェックね。注目ポイントはぽっちゃり系女子の着こなし。豊かなバストや腕は隠さず半見せ。ボトムはびびったりのミニスカ。お肉が見えてもあるがままの自分に自信を持って堂々と。ここ、大事かも。実はコスメ会社のCEO役でナオミ・キャンベルが登場。他にもスーパーモデルが何人も出演して物語を彩ってます。レネー役は全米で人気のお笑い芸人エイミー・シューマー。日本語版は渡辺直美。声も姿もそっくりらわ。



12月28日(金) 新宿ピカデリー、ヒューマントラストシネマ有楽町ほか全国ロードショー
©2018 TBV PRODUCTIONS, LLC. ALL RIGHTS RESERVED. RESERVED.



Ellen Doty (エレン・ドーティ)：カナダの女性シンガー・ソングライターで、2014年にアルバム・デビュー。2018年にリリースしたセカンド・アルバム『Come Fall』はボーカル、ピアノ、ドラムという極めてシンプルなサウンドだが、その飾り気のなさが豊かな内容をストレートに伝えてくれる。カナダから火が付き、iTunesジャズ・チャートで1位を獲得した。

乾いた空気にじんわり沁みる歌声

寒い季節になるとスーパーなどに並ぶ一人鍋セット。これがどうにも私にはピンと来ない。鍋物は複数名でつつくもの、という頭があるからだろう。まあしかし材料を無駄にすることなく暖をとれ、腹が満たされるわけだから、優れものであることに間違いはなさそうだ。鍋物に限らず、冬が近づくと恋しくなるものは色々あるが、音楽ならば女性ボーカル作品を聴きたくないという方も少なくないのではなかろうか。かくいう私もその一人。弾き語り、あるいは小編成で、賑やかなものよりは落ち着いた着きのある方が好ましい。つまり程よく暖房の効いた居心地のいい部屋のような印象

の作品である。そんなアルバムでフレッシュなものはないだろうか、と思っていたタイミングで知ったのが今回ご紹介するエレン・ドーティの『Come Fall』だ。横顔のモノクロ写真を大きくあしらひ、シンプルに仕立てたアルバムジャケットのイメージそのままに、エレンの歌声を中心に据えたその内容は、これからの季節の夜のお供にぴったり。抑制の効いた、それでいて若々しさも失わないエレンのボーカルが、乾燥した冬の空気に潤いを与えるように染み込んでゆく。穏やかな気持ちで一日を終えたいとき、耐えがたい寒さの夜に、ぜひ聴いてもらえたらと思う。

TOPIC 2 / 都内で開催される注目の展覧会

「タータン 伝統と革新のデザイン展」

日本初となる「タータン」をテーマにした展覧会。これまで日本ではあまり目にすることがなかったタータンも含め、100種類以上の生地を展示。美術作品や資料を通じて、様々な視点からタータンの持つ意味や魅力を探っていく。多彩な色彩と洗練されたデザインを楽しめる。

2018年12月8日(土)～2019年2月17日(日)
 休館日：月曜日(12/24、1/14、2/11は開館)
 12/25(火)・1/15(水)・2/12(水)・年末年始(12/29～1/4)
 開館時間：10:00～20:00(入館は19:30まで)
 入場料：一般800円 / 65歳以上・大・高生500円
 会場：三鷹市美術ギャラリー Tel: 0422-79-0033
<http://mitaka-sportsandculture.or.jp/gallery>



「石川直樹 この星の光の地図を写す」

22歳で北極から南極まで人力で踏破、23歳で七大陸最高峰の登頂に成功し、その後各地を縦横に旅して撮影を続ける石川直樹(1977年生まれ)。初期から現在までの活動を、写真と映像のほか、使用された道具なども含めて紹介。あくなき冒険と探求を続ける足跡と眼差しは、新たな視点から地球という星を見つめ直す契機となるだろう。

2019年1月12日(土)～3月24日(日)
 休館日：月曜日(祝日の場合は翌火曜日)、2月10日(日)
 開館時間：11:00～19:00(金・土は20:00まで)
 入場料：一般1200円 / 大・高生800円 会場：東京オペラシティ アートギャラリー
 Tel: 03-5777-8600 (ハローダイヤル) <http://www.operacity.jp/ag/>

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介！



「ココ・シャネルの言葉」

「私は、私の人生を作り上げた。なぜなら、私の人生が気に入らなかつたからだ」。シャネルは、自分が自由に生きること、その生き方にふさわしい服を提案し、女性の生き方に革命を起こした。シャネルの生涯で、強く情熱ある言葉を集めた一冊。

著者：山口 路子
 発行所：大和書房 680円(税別)



「なるほどデザイン」

日常には「デザイン」されたビジュアルが溢れている。そうしたデザインを実際に行うとき、デザイナーがどんなことを気にかけて、どんな基準で良し悪しを判断しているのか。図解やイラスト、写真などのビジュアルで解説している。楽しみながらデザインのあれこれがわかる「なるほど!」と思える内容が盛りだくさん。

著者：南井 美希
 発行所：エムティエスコアポレシオン 2,000円(税別)





FASHION × SPORT

ファッションカ

FASHION-RYOKU

November 2018
2018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

Photography:Sakura Tsuchiya

Hair&Make-up:Takaho Oiyama

Model:Elly Ikeda