

ファッション
ashion

RYOKU
カ

こだわりの素材開発

DISCERNING MATERIAL DEVELOPMENT

TOKYO
BRAND PICK UP
ファッションの裏技拝見
Chika Kisada
幾左田 千佳さん

November 2019 Vol.45



クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

NEW

HOT CREATOR

Art director: Asuka Kudoh @ asuka_kudoh
Photography: Hiroki Mori @ hiroki_mori_photographer
Styling: Tomoko Tanaka @ tomoko.t_____
Hair & Make-up: Mizuki Yamada @ hair_mzk_make
Model: Marina @ marina1103333

FILE:009

スタイリスト

田中トモコさん

ドレスメーカー学院ファッションデザイン科を2006年卒業、2015年事務所より独立、テレビドラマ、広告をメインにタレントやアイドルの衣装デザイン、製作等幅広く手がけている。エッジの効いたスタイルを得意とする。現在アシスタント募集中。

×

CAGED

自由かと思えば不自由を感じたり、実は籠は開いているのに出られない自分がいたり、もしかすると籠の中の方が自由なのかも知れない。当たり前な事は当たり前ではなく、視点を変えれば意味のないことも意味をなす。

黒のペロアレオタード 34000円、クリノリトップ、黒クリノリンスカート、白クリノリンスカート全て参考商品 (Chika Kisada 03-3373-7493)、リフトレнка 1400円 (靴下屋 / Tabio 03-6419-7676)、その他スタイリスト私物

バルーン協力 (株)アキザト



19-20 AW

#1 Text

テキスト デザイナー／石川 俊介さん

パタゴニアで原料から買い付けた究極のオーガニックウール

「マーカ (marka)」「マーカウェア (MARKAWEAR)」のデザイナーとして活躍する石川俊介さんは、モノ作りに長けた日本のメンズデザイナーのなかでも、ひととき目立つ存在だ。2002年にブランドを立ち上げて以来、一貫して日本の機屋や縫製工場と密に取り組み、メイド・イン・ジャパンにこだわったモノ作りを進めてきた。そんな日本の産地を熟知した石川さんが、19-20年秋冬シーズンに立ち上げた新ユニセックスブランドが「テキスト」だ。コンセプトは「ファーム・トゥー・クローゼット」。アルゼンチン、ペルー、モンゴルなどで生産者から直接買い付けた原料をもとに、すべての服作りの工程をサステイナブルな手法で作るブランドだ。「5〜6年前にオーストラリアのオーガニックウールを使ったことで、原料への興味が湧き、原料から服になるまでの全工程に目をはせたブランドを作りたいと思いました」と石川さんは説明する。なかでも、ブランドの象徴的な素材が、アルゼンチンのパタゴニア地方で原料から買い付けたオーガニックウールだ。「商社の人に聞いてもなかなか現場の情報が入ってこないの、それなら現場で自分の目で見てみようと思ったのがキッカケ。パタゴニア地方は寒冷で風が強く、牧羊以外の農業ができない土地です。羊一頭につき東京ドーム一個分の土地があるくらい広大な自然が広がっ

ていて、羊はほぼ自然環境で育っています。虫も湧かないので、ミュールジング (虫の寄生を防ぐため、子羊の臀部を切り取る) にも必要ありません。そんな究極のオーガニックウールが原料になっているんです」
現地で買い付けたオーガニックウールは、日本で唯一オーストラリアのACO認定 (オーガニック認定) を受けた東亜紡績の宮崎工場で紡績され、尾州産地の高銀毛織の古いジョンヘル織機で織られる。「日本製の重要な工程」と石川さんが強調する縫製は、長年付き合いのある国内の熟練工を擁した工場に依頼。こうして1着の服ができるわけだが、パタゴニアで原料を買い付けてから1年以上の月日を要するという。
ペルーの茶色の綿を使ったオーガニックコットンや、ペルーのブラックアルパカのコレクションも素晴らしい。「完全にサステイナブルな染色は難しいので、テキストでは原料の色を染めずにそのまま生かしているものが多くあります。珍しい茶色の綿は、ペルーで200メートル分だけ確保できた希少なもの。ブラックアルパカも、数百頭しか飼育されていない非常に珍しいものです」
とにかく、一着の服に様々なこだわりとストーリーが詰まっているテキストの服。デザインを学ぶ学生にこそ、こういう服に触れてほしいと思う。



学生へ一言!

モノ作りは社会に出てから覚えられるので、デザインを徹底的に学んでください。世界は自分の目で見た方が楽しいですよ!

WORKS



(上) ブラックアルパカのセーター
(下) 希少なブラウンコットンの綿

こだわりの素材開発

DISCERNING MATERIAL DEVELOPMENT

メンズデザイナーと産地の密な取り組み

東京には、展示会ベースで活動するメンズブランドが数多存在する。一見すると地味だが、全国の機屋さんと密に取り組みながらオリジナルの生地にこだわっているブランドも多い。こうした「こだわり系メンズ」のデザイナーは、どのように産地機業と取り組み、オリジナルの生地を作っているのだろうか。「テキスト (Text)」の石川俊介さん、「ザ・クラシック (The CLASIK)」の田中健さん、「ユハ (JUHA)」の武長遼さんの3人に話を聞いた。

文／ファッションジャーナリスト 増田海治郎

1	2
7	6

1. アルゼンチン・パタゴニアの雄大な大地
2. いい生地を作るには職人の腕が欠かせない
3. 高銀毛織のジョンヘル織機
4. ACO認定を受けた東亜紡績の宮崎工場
5. この可愛い羊の毛が服になる
6. 羊はほぼ自然環境で育つ
7. 現地の羊飼いの方々と石川さん





19-20 AW

#3 JUHA

ユハ デザイナー／武長 遼さん

服は1人で作れないから 現場の職人との人間関係が大事

ジェンダーレスかつ繊細なクリエイションで、人気急上昇中の「ユハ」。デザイナーの武長遼さんは、大阪文化服装学院を卒業後、「トロヴ(TROVE)」で経験を積み、26歳で自身のブランドを立ち上げた。ブランドのコンセプトは「自然と共存するデザインと性能」。「エコロジカルというよりは、最新の合繊系の素材を使いつつ、自然と融合していきたい」という意思を込めています」と武長さんは説明する。

素材にもこだわっていて、春夏は全体の6〜7割、秋冬は8割の生地をオリジナルで製作する。とくにウールに強いブランドなので、定期的に通っているのが愛知の尾州産地だ。「トロヴは工場背景があるブランドだったので、その繋がりが今も生きているんです。信頼している生地問屋さんが2社あって、シーズン前に一緒に機屋さんをまわって、膨大な数のサンプルをチェックします。それでピンと来た生地をピックアップして、煮詰めていく感じです。ウールの場合は、昔から付き合いのある人が間に入ると、問題やブレが生じた時に対処しやすいんです。信頼している人以外とは取引しない機屋もあるので、僕の場合は間に入ってもらった方がやりやすいですね」

生地を作るうえで、武長さんがもっとも大切にしているのは色の出方。「ウールは生き物だから色ムラは仕方ないよ

ね、とか言われたりしますが、うちみたいなミニマルなブランドで色ブレがあると緊張感がなくなってしまう。今季はブラウンとベージュの色味を大事にしている、コレクションとしての統一感を意識しました。72双のウощャブルウールのカットソーは、度を詰めて編んでもらうことで、斜行しないように仕上げています。ウイメンズっぽい生地ですけど、こういうのがユハらしさなのかなと思っています」

昔からの付き合いを大事にしている、取引のある機業とは、なるべくスキップをしない(取引を継続する)のも素晴らしい。「服は一人で作れるものではないし、現場の職人に教えてもらいながら作るのが楽しいので、人間関係は大事にしています。もっとブランドを大きくして、これまでお世話になった産地の方たちに恩返ししたいですね」



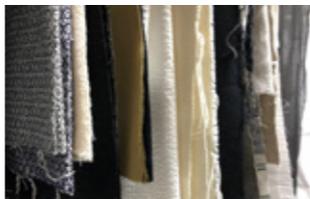
MATERIAL



学生へ一言!

学生時代の友人は、人生の宝。今も刺激し合える仲間がいるのは素晴らしいことです。

WORKS



大阪の生地問屋BE FREEの倉庫の様子
さまざまな生機やサンプルが並ぶ



19-20 AW

#2 The CLASIK

ザ・クラシック デザイナー／田中 健さん

普遍的に続いてきた美しい服に 現代のエッセンスを加える

東京でも屈指の人気ブランドに成長した「ザ・リラクス(THE RERACS)」。同ブランドを展開するザ・リラクスは、20年春夏シーズンから新ブランド「ザ・クラシック」を立ち上げる。デザイナーは、「マーガレット・ハウエル」のメンズデザイナーとして活躍した田中健さん。「New Classic New Modern」をコンセプトに、ファーストシーズンはシングルとダブルのトレンチコート、モッズコートなど11型をラインナップする。

「普遍的に続いてきた美しい服に、現代のエッセンスを加えて、より良いものに昇華させるのがザ・クラシックの理念。ほとんどのアイテムは毛芯で作っていて、着れば着るほど味が出る作りになっています」と話す田中さん。ファーストシーズンの素材の8割は、「フォックス ブラザーズ」「ドームル」などの欧州の高級素材。残りは日本の機業と取り組んで開発したオリジナル素材だ。2シーズン目は、その比率が逆になる予定で、より国内産地との取り組みを強化していくという。

モッズコートに採用した80/2のダウンブルーフ(高密度の平織り)は、浜松の古橋織布で織ったもの。「昔ながらの低速織機で、ゆっくり高密度で織り上げています。高速で織ると糸の繊維に空気が入らず、本来の風合いが失われてしまいますが、低速だと空気がちゃんと入るんで

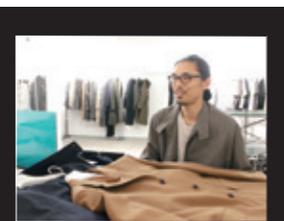
す」コートの裏地には、贅沢にも「トーマス・メイソン」のシャツ地を採用。「旧き良き時代の技術で織った表地と、トーマス・メイソンのモダンさを対比させたかったんです。表地より裏地の方が高くなってしまいましたが、もちろん着心地は最高ですよ」

レインコートは、小松マテーレの生地。「ポリエステル×ナイロンの高密度タフタで、織りだけでペンタイルのような『クリスピー感』を表現したいと思いました。裏にシレー加工をしてハリ感を出して、表は綿っぽさを表現するために微起毛をかけています。さらに、ナイロンには縮絨的なBJ加工を施して、ハリ感を演出。コットンより大幅に軽くて、ハリ感のある生地ができました」

ぱっと見はベーシックだけれど、着ると必ずや気づきがあるザ・クラシックの服。学生諸君には少々お高いけれど、ぜひ袖を通して素晴らしい質感を体感してほしい。



MATERIAL



学生へ一言!

自分は何が好きで、どういう方向性に行きたいのかは、学生時代に見つけた方がいいと思います。お店のリサーチも大切!

WORKS



(上)織機のセッティングを行う古橋社長
(下)小松マテーレの染色工程



2020 SS COLLECTION



モネが描いた絵画の質感やコントラストを表現するため、何度も試作したというテキスタイル。レイヤードすることで色が重なり合い滲み出す。

“ 布と身体の関係性を突き詰めて
とことん表現していきたい ”

ベーションに繋がっています。

■ミラノコレクションで発表した感想は？

音楽から演出まで、総合芸術として携われたという感覚です。ショーをイメージしてコレクションをつくるのが初めてだったので大きな経験でした。かつても留学を視野に入れていたように、もともと世界で挑戦しようとしていたブランドを立ち上げたので、初回から海外のショールームに出展し苦戦しながらも諦めず出し続けた結果の出来事。すごく実のある体験でした。これからも様々なことに挑戦し、やるからにはとことんやって表現していきたい。バレエで培ってきた忍耐力やエネルギーが今のモチベーションに繋がっています。

■20年春夏コレクションのポイント？

モネの世界観をベースに柄や質感、強さのエッセンスを表現しました。前シーズン、パリの展示会後に行ったオランジュリー美術館で「睡蓮」のスペースにたまたまグランドピアノが置いてあって、その空間に居合わせた瞬間、ふわっと感情が込み上げると同時にすごくリラックスしたんです。こういう感覚を覚える人って今の時代多いと思います。自分の服をきっかけに同じような気持ちを感じられるようなコレクションを作りたいと思いました。

■チカキサダのこだわりは？

バレエでの経験を背景に、儚さや美しさの中にあるストイックな部分をパンクに置き替えた「強いエレガンス」をコンセプトにしています。バレエの要素を大事にしている以上、布と身体の関係性を突き詰めていきたいという想いが常にあるので、着た時の動きや着ることによってその人のキャラクターや生活の色がより濃くなるような服を意識しています。時に目立ちすぎではないけれど、時にはドラマチックで美しい、そんなイメージです。

ファッションの裏技拝見

TOKYO BRAND PICK UP

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



PROFILE

幾左田 千佳 Chika Kisada
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取め、バレエダンサーとして舞台上で活動した後、2007年に「REKISAMI(レキサミ)」、2014年に「Chika Kisada (チカキサダ)」を立ち上げる。バレエと音楽、都市の空気をインスピレーションに、強く生きる女性のための服を製作している。

チカキサダ **Chika Kisada** デザイナー / 幾左田 千佳さん

■セールスからデザイナー、そしてブランドを立ち上げたきっかけは？
当時会社のデザイナーを務めていた恩師が、私がバレエで培ってきた感覚やモチベーションに才能を感じてくれて「ブランドを立ち上げてみないか」と声を掛けてくれたのがきっかけです。ファッションの教養もキャリアもないので迷いもありましたが、「学校で習うだけのことは教えてあげられる」と手を差し伸べてくださり、デザイナーとしての修行が始まりました。その時に立ち上げたブランドが「レキサミ」です。レキサミは今の空気感を大事にしたリアルクルーズブランドとして展開し続けています。7年後、その世界観とは切り離し、バレエで培った自分の生き甲斐を色濃くしたブランドを発表したいと思い、タイミングを計って「チカキサダ」を立ち上げました。

■バレエの世界からファッション業界へ進んだ道のりは？
3歳の時からバレエ一色の人生でした。華やかな表舞台と、過酷なトレーニングやライバルと競い合う裏舞台。誰よりも練習を重ねて技量を高めなくてはという焦りやプレッシャーと戦うストイックな世界でした。中学を卒業してバレエの専門学校へ進学、卒業後は海外留学も視野に入れていましたが、身体の故障でどうしても続けることが難しくなり引退。それまで築いた夢や目標を全て失い落ち込んだ時期もありましたが、それでも生きていかなければならない、何か職業に就かなくてはならないと、一番興味を惹かれたファッションに手を伸ばし、今の会社にセールスとして就職しました。

2019年春夏より2シーズン、イタリアファッション協会の支援デザイナーとしてミラノコレクションに参加した「チカキサダ」は、元バレリーナという経歴を持つデザイナー幾左田千佳さんが自身の名前を冠して立ち上げたレディースブランド。幾左田さんがファッションの舞台でデザイナーとして活躍するまでのいきさつを探りにアトリエを訪ねた。

ファッションの裏技拝見

FEATURING A KEY PERSON

— Vol.13 —

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.13は、マッシュスタイルラボが展開するウィメンズブランド「FRAY I.D (フレイ アイディー)」のチーフプレス、三谷麗子さん。プレスの仕事を探るため、麹町の本社を訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Yuri Hayashi Interview Photo : Sakura Tsuchiya



PROFILE

三谷 麗子 Reiko Mitani
2009年6月にマッシュスタイルラボ入社。プレスアシスタントとして「SNIDEL」「gelato pique」を担当した後、翌年からSNIDEL担当プレスを務め、2012年より「FRAY I.D」を担当。メディアリレーションやカタログ製作、SNS運用など、ブランディングに携わる幅広い業務をこなす。グループ会社であるマッシュビューティーラボが手掛けるナチュラルメイクアップブランド「to/one」の立ち上げの際には企画として携わるなど、活躍の場を広げている。

“ 憧れや夢を与えられることが大きなやりがい ”

株式会社マッシュスタイルラボ PR 事業部 FRAY I.D チーフプレス

三谷 麗子さん

FRAY I.D オフィシャルサイト <https://fray-id.com>

■プレス業務とは、具体的にどのようなことをしているのですか？

当社ではプレス業務をブランドのディレクション担当とリリース担当に分けています。リリースは、媒体へのサンプル貸し出しが主な業務です。ブランドの知識をしっかりと学び、スタイリストさんの要望を形にできるような洋服を提案します。いま私が担当しているブランドのディレクション業務は、デザイナーが作り上げたものをブランドの軸や目指す方向性に合わせ、打ち出すことが求められます。そこには、カタログなどのイメージ戦略からウェブなどのリアルな目線での打ち出しの両方が必要です。イメージだけではリアルな着こなしに繋がらないし、リアルだけを追求してもブランドへの憧れを生み出すことはできません。ブランドごとにやり方は様々ですが、媒体を使い分けながら、イメージとリアルをバランスよく表現



するのが、私たちの仕事です。プレス業務は幅も広く、タフでないとも動まらない仕事だと思えますが、その分チャンスのある部署だと感じています。

■業界を目指す多くの人の憧れのプレスですが、最初からプレス志望だったのですか？

友人にアパレル関係者が多く、最初は興味本位で志望してマッシュに入社しました。華やかに見える反面、実際の業務は想像以上に大変でした。出社して、まずはメールをチェック。カタログコーディネーターや他部署とのブランド会議、媒体のタイアップ企画の進行などもあります。ショッパーやカタログのデザイン確認、さらに早朝ロケや有名アーティストを起用してのカタログ撮影の場合、現場が海外のこともありますし、ファッションショーの開催などもあります。目まぐるしい日々ですが、その分エキサイティングなことが多くて、毎日充実しています。

■業務の幅が広い中、プレスとして心がけていることは何ですか？

ブランド愛とブランド内みんなのベクトルを合わせていくことです。愛がないと精一杯頑張れませんし、チームの仲間の団結力が大きなパワーになるので、このふたつは大事にしています。ブランドの世界観がぶれないように、カタログひとつにしても、カメラマン、スタイリストなど、プロのスタッフにきちんと意見を伝え、ベクトルを合わせています。また、外部の方と関わる時は、ブランドの方向性を分かりやすく示せるよう、話すときの順序や流れを大切にしています。表現方法の違いでブランドの見え方が変わると思うので、伝え方はかなり意識しています。リリース等の文章を作成する時も、読む人が頭の中で想像できるように表現を考えて書いています。良くも悪くもプレスの感性と行動力が試される仕事です。プレスは、ブランドを輝かせることができる重要なパートナーだと思うので、常にアンテナを張り、自分の経験からいいと思ったことは積極



的に取り入れるようにしています。

■経験をいろいろな角度から活かせる仕事でもあるんですね。プレスになるために必要なことはなんですか？

ファッションが好きな気持ちとガッツがあればできます。私自身、マッシュに入社したときは、PCすら打っていませんでしたが、度胸と根性がありました。これまでの見えな地道な仕事があるからこそ、今となっては大きなやりがいにつながっています。業務が多岐にわたるので、何事も先回りして進めたり、色々なことを吸収したり、社内外で様々な人と関わるコミュニケーション能力が必要です。ひとつの仕事が実を結ぶことに、お客様に憧れと夢を与えられるお仕事だと思っているので、興味を持ってもらえたらうれしいです。



TOKYO COLLECTION 2020 SS



THEBE MAGUQU (FACE A-J)



MALAMUTE



DIET BUTCHER SLIM SKIN



SREU



CHILDREN OF THE DISCORDANCE



毎シーズン、色とりどりのピンテージルックが注目を集める「チルドレン・オブ・ザ・ディスコードダンス」(志鎌秀明)。定番のパッチワークシリーズは豪華なタペストリーやスカーフ、スラッシュキルトのバンダナなどラインナップを増やし、ハイセンスなテキスタイルに仕上げる。ロザリオやビーズ装飾、アクセサリーを光らせ色気たっぷりに見せた。

サステイナブル、 ダイバーシティの浸透進む 東京コレクション

2020年春夏シーズンは、冠スポンサーがアマゾンから楽天に変わり「楽天ファッションウィーク東京(RFWT)」を中心イベントとしながら10月14〜20日、渋谷ヒカリエと表参道ヒルズを主会場に開かれた。オンスケジュールでは、42ブランドがショーやプレゼンテーションを行い、前後の週にも複数のショーが開かれており、本誌ではこれらを含めて東京コレクションとしてレポートする。

まずは、前回と比べてオンスケのショーが減った点が挙げられる。安全面と演出などの強化のため、ヒカリエの過密スケジュールを解消し、1日のショー回数を減らしたとのことだが、実際には申し込んできた数が増ったのが主因のようだ。

トレンド的な見方をすると、やはり世界共通で、リラクセス感やシンプルでフェミニンな要素、ミニマリズムとサステイナブル(持続可能性)がテーマとしては浮上してきた。特に日本は「周回遅れ」と言われ続けてきたサステイナブルを掲げるブランドがここの来週急激に増えたと見える。世界的に見れば、当たり前のテーマだが、ようやく「緒に就いた」といった感じた。さらにダイバーシティ、インクルージョン(包括性・包摂性)の流れも強まっており、アフリカ・ナイジェリアのラゴス・ファッションウィークとの交換企画「FACE-A-J」も象徴的な出来事だった。

さらに東京には、海外にあまり無い「カワイイ」文化とストリートカルチャーがあり、この点では独自のコレクションを見せてくれるブランドも存在しているところがある意味「東京らしさ」なのかもしれない。



NON TOKYO

「ノトーキョー」(市毛彩乃)は、ワークウェアをベースに大振りのギャザーやAラインで見せるボリュームスタイルを提案した。花のスタンプをのせた迷彩柄やパンプスとスニーカーのドッキングシューズなどリメイクアイテムが揃って楽しい。テキスタイルの一部にリサイクル素材を使用するなどサステイナビリティへの関心も感じられる。



BALMING

「バルミング」(ハチ)は、太りリブやブルーデニム、ナイロン、アルミなど多彩なマテリアルをカラージュストしたルックを並べた。「田舎育ちの自分が当時向き合ってきたファッションをイメージした」とハチ。会場には障子枠や家具、ゲーム機などをセメントで固めたインスタレーションを設置し、ノスタルジックな空間を演出した。



MISTERGENTLEMAN

ベールトーンにのせたロマンチックな紳士服を発表した「ミスタージェントルマン」(オオスマタケシ・吉井雄一)。華奢なチェック柄のシースルーシャツやボンジョジャケット、ハイウエストパンツなどレディライクな装いに落とし込んだ。後半は「ヨシコクリエーション」とコラボしたジュエリーパーツの装飾アイテムや、カラフルなタイダイ染めなどネイティブなルックも登場した。



mercibeacoup,

4年振りにショーを行った「メルシーボーケー」(宇津木えり)は、ラップの心地良いリズムに乗せてモデルが登場。ファーストルックは空気いっばいに揺れるシャツワンピース。パステルやブライ調のカラーでまとめ、春らしいスタイルを提案した。招待状にも描かれた富士山をモチーフにしたテキスタイルが小粋にコレクションを彩った。



CINOH

「チノ」(茅野誉之)は、スカーフやバスケット、マリナイテムなどフレンチシックの要素をリデザインしたレイヤードスタイルを提案。ロング丈やパンツルックでミニマルにまとめる「フレンチカジュアル」に仕上げた。トリコロールカラーのプリントスカーフやタイダイシャツなどオリジナリティ溢れるテキスタイルも目を引いた。



NOBUYUKI MATSUI



STAIR



THE PERACS



RAINMAKER

RELAX | SIMPLE | FEMININE | MINIMALISM | SUSTAINABLE

Text: Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya
Photo: Grijl Hasegawa, Konatsu Watanabe, Miyu Ueno

LONG JACKET × KNEE HIGH BOOTS

LEATHER ITEMS

STREET MOVEMENT CHIFFON BLOUSE

SNEAKERS STILETTO COLOR PATTERN MINI BAG & ACCESSORIES

2020 SS PARIS COLLECTION

Paris Snap



パリコレクション会場スナップ

雨が降ったり止んだり、傘が手放せず肌寒い天候に見舞われたパリファッションウィークでしたが、秋ファッションを楽しむには快適なおしゃれ日和。会場に集まるファッションистはジャケットスタイルが大多数。数シーズン続いたストリートブームがすっかりシックに落ち着きました。ロング丈のジャケットにニーハイブーツを合わせたり、セットアップでトラッドにきめたり。色柄は控え目で、ミニバッグやアクセサリをアクセントにしたスタイリングが目を引きま。レザーアイテムの着こなしは、肌見せやシフォンブラウスとのコンビでフェミニンに取り入れるのが主流。足元はスニーカーよりピンヒール、同色コーディネートが目立ちました。

Text: Sakura Tsuchiya Photo: Takanori Ohtsubo

2020SS NEW YORK COLLECTION

キーワードは、ダイバーシティ、サスティナブル、パトリオット



MICHAEL KORS

コートサイド

Courtside

スポーツテイストの中に新しい流れが生まれてきた。クラス感あるボロ、ヨットやテニスなどの競技はもちろんのこと、ラグジュアリーな観戦スタイルが台頭した。Vネックラインのチルドレンセーター、リラックスパンツ、キャップがキーアイテム。

©KOTARO OHASHI



PRABAL GURUNG

ジェンダー・ニュートラル

Gender Neutral

LGBTQなどの存在感が年々増すNYで、マスキュリンなハードアイテムをフェミニンなディテールでまとめ上げるのが新しい。メンズライクなアイテムをオーガジーやサテンなどの光沢感のある素材に、女性らしい色彩を用いて魅せるスタイリングもある。

©PRABAL GURUNG



TORY BURCH

リファインド・ノスタルジア

Refined Nostalgia

数シーズン連続で人気の80'sファッションだが、スタジオ54に代表されるディスコ調のキラキラした感じが薄れ、芯の強い女性を彷彿させるルックスや、アルバムの中の母がお出かけの時に着るような洗練されたノスタルジックな傾向も見られた。

©TORY BURCH



R13

パトリオット・マインド

Patriots Mind

溢れ出る愛国心をストレートに表現するアイコン的な赤×青×白、スター&ストライプを用いた洋服が多く見られた。実際の星条旗に使われているパラシュートクロスを使ったものから、コットン、レザーまで、その素材感には多岐にわたる。

©R13

ニューヨーク・ファッション・ウィーク（以下NYFW）は9月6日から6日間に短縮され開催された。13年間CFDAの会長を務めたダイアン・フォン・ファステンバーグから会長職がトム・フォードへ交代となった。
大きな変化はショーの見せ方の多様性である。60ブランドがライブストリーミングを行い、リアーナのブランドの「フェンティ×サヴェージ」はアマゾンプライムビデオでNYFW開幕の1週間後に有料のストリーミングサービスを行った。
開催の直前に話題となったのは「バル・グルン」をはじめとするLGBTQなどの人権運動に積極的なブランドやデザイナー達が、ハドソンヤードでの開催を中止したことだ。理由はこの再開発を手がけた不動産開発業者、リレイティッド・カンパニーの会長で、NFLのマイアミ・ドルフィンズのオーナーである大富豪のステファン・ロス(Stephen Ross)氏が、トランプ大統領の再選に積極的に協力したため、反トランプのデザイナーは会場をキャンセルしたのである。
また、ステファン・ロスの夫人であるカラ・ロス氏がCFDA(アメリカファッションデザイナー協議会)の役員を務めているとしてCFDAを退会するデザイナーも出ている。
ファッション業界はアンチトランプ政権であるようだが、トレンドは、アメリカの現状を憂うように「パトリオット(愛国者)」を前面に出した。星条旗をインスピレーションとしたアイコンックな一面が目立った。
同時に、「エゴ」、「サステイナビリティ」はもはや避けられないトレンドといえる。究極的なサステイナビリティは長く着られる上質なベーシックアイテムだという、至極当たり前のことに回帰させられた。我々ファッション業界に従事する人間を自嘲しているかのような洋服が目立つことも印象に残る。

Text: 布矢 千春(ファッションジャーナリスト・ドレスメーカー学院 院長)

“ 自然をテーマにしたコレクションが旬 ”

MILAN PARIS

2020 SPRING&SUMMER PRÊT-À-PORTER COLLECTION

LOEWE

CHANEL

SACAI

NOIR KEI NINOMIYA

CHRISTIAN DIOR

FENDI

GUCCI

PRADA



20年春夏はナチュラルな麻や綿をさらりと着こなすのがおしゃれです。ピュアホワイトのエアードレスにラフィアの帽子がおすすすめです。

萩原輝美のワンポイントレックスン

エッジを効かせたコーデイネートに仕上げられています。

ピュアホワイトのドレスに黒のバッグやシューズがエッジを効かせたコーデイネートに仕上げられています。

「ロエベ」は、何種類もの繊細なレースをはめ込んだエアードレスを披露しました。ラッフル襟やパイアスに接いだスカートには、羽やパールを使ったメソンのクラフトワークが加わります。その繊細で流れるようなドレスは今の時代のラゲジュアリーを感じます。ピュアホワイトのドレスに黒のバッグやシューズがエッジを効かせたコーデイネートに仕上げられています。

ヴェイリジニー・ヴィアールによる初めての春夏コレクションを発表した「シャネル」は、グラン・パレにパリの街並みの屋根を設えました。その屋根伝いにモデルがノンシヤランと歩きます。ツイードのショートパンツのコンビネゾンにタックフレアのミニスカートと、フレンチなパリジェンヌスタイルが並びました。

「サカイ」は、地球プリントのシフォンドレスからスタートしました。ワークウェアやニットを合わせたハイブリッドスタイルにシルクシフォンを加えてぐっとシンプルにフェミニンに仕上げられています。

「ノワール・ケイ・ニノミヤ」は今シーズン、黒に加えグリーンを並べました。グリーンが枯れて茶色やミックスの色調になる変化をポリウムドレスに表現しています。ヘッドドレスにはヤシの葉やグリーンがアクセントに添えられています。

「ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

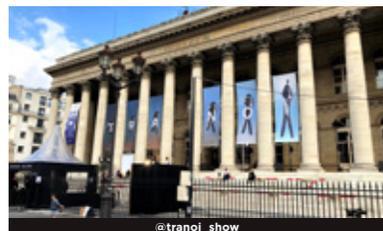
「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

「クリスチャン・ディオール」のコレクションテーマは「ガーデン」です。パリ・プローニュの森近くの特設会場の中は木々が会場いっぱいになりそびえ立っています。そのガーデンの中をモデルたちは散歩するように歩きます。ファーストルックは麻のショートパンツのコンビネゾン。ステファン・ジョーンズのラフィアの帽子とメソンのアングルブーツがナチュラル感を添えます。ラフィアのロングスカートには刺しゅうを重ねクチュール技を加えています。

#TRADESHOWS

FRANCE TRANOI

#トランノイ #tranoi
343ブランド (前年比22.4%減)



@tranoi_show

FRANCE Premiere Classe

#ブルミエールクラス #premiereclasse
442ブランド (前年比11.5%減)



@premiereclasseparis

FRANCE WOMAN

#ウーマン #mamwomanshows
80ブランド (前年比5.9%減)



@mamwomanshows

FRANCE SPLASH PARIS

#スプラッシュ・パリ #splashparis
133ブランド



@splash.paris

FRANCE 9/24 TUE

#ムーホン #moohong
テーラードジャケットとシャツが
交錯したトップスアイテムに凄
みを感じた



@moohong_official

#アンリアルレイジ #anrealage
今回は、上下左右から見た時の歪み
をそのまま表現するというギミックが
テーマに



@anrealage_official

#コシェ #koché
ボンビドーセンターの図書館の超長
〜いランウェイで、フィナーレにはす
べてのモデルが本を抱えて登場



@koche

FRANCE 9/25 WED

#クレージュ #courreges
サンマルタン運河畔をランウェイ
にし、モデルは船から登場と
いうスペクタクルショー



@courreges



メトロ移動で間に合わないかと判断
した時には、このシェアリング電
動スクーターを使う小技も



FRANCE 9/26 THU

#ワイ/プロジェクト #yproject
歪みや捻りの効いたアイテムがたくさん



@yproject_official

FRANCE 9/30 MON

#ビューティフルピープル #beautifulpeople
24通りの着方ができる服ということで、ショー後には熊切
秀典デザイナー本人が解説



@beautifulpeople_officialsite



FRANCE 9/23 MON

#ロク #rohk
切り替えが相変わらず絶妙



@rokhofficial



@mamekurogouchi

#マメ・クロゴウチ
#mamekurogouchi
ネットのような素材で透け感
を出した

FRANCE 9/22 SUN

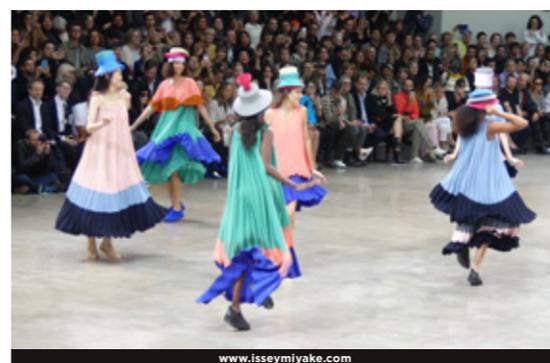
#セベルデュ #sèperdu
青木未来乃と垣本佳奈子のデビュ
ーショーは、花柄モチーフのカットア
ウトが印象的



@seperdu.jp

FRANCE 9/27 FRI

#イツセイミヤケ #isseymiyake
帽子と丸いワンピースが天井から降りてきて、モデルがその
下からすっぽり入ってしまう度肝を抜く演出



www.isseymiyake.com



@lutz_huelle_official

#ルッツ・ヒュエル #lutzhuelle
オーガンジーのバフスリーブが清
楚な印象を与えるエレガンスタ
イル

FRANCE 9/29 SUN

#トムブラウン #thombrowne
中世の舞踏会を思わせるヘアスタイルやパニエなど
を盛り込みつつ、現代的な素材でおどきの国を再現



@thombrowneny

FRANCE 9/28 SAT

#セドリック・シャルリエ #cedriccharlier
ベーズリー、マクラメ、ウェスタンモチーフをさり
げなく取り入れた大人服を披露



@cedriccharlierofficial

編集長の

#PFW20SS

奔走記

Text & Photo Masahiro Kubo

オン・オフ入り乱れて、 トレードショーまで 駆け抜けた!!

2019年9月23日からスタートするパリの2020年春夏ウィメンズファッションウィークに向けて、1日早めにパリ入りしたこともあり、前日の22日に行われたオフスケジュールにデビューを果たした日本人デュオ「セベルデュ」のショーから「バリコレ仕事始め」となった。卒後間もない女性二人のコレクションには、カットアウトや大きなスリットなどトレンドも盛り込まれ、若々しく清新な気持ちが飛び込んでくるようだった。さて全体的には、凝ったデザインや多色使いの得意なブランドでも大人っぽいシンプルな傾向やカラフルでもパステル系、ビタミン系の単色でまとめ上げた単品やセットアップへとシフトチェンジした感がある。個人的には面白さに欠けた気もするのだが、それもトレンドという事なのだろう。週末から開かれたトレードショーは、「ブルミエールクラス」「トランノイ」「ウーマン」の主要3展とも出展者数を減らし、総出展者数は873社、前年比14.7%減、4年前と比べると37.6%減とほぼ6掛けとなってしまった。そんな中で、リゾートファッションをテーマに掲げた「スプラッシュ・パリ」が133社を集め、トレードショーの一角にのし上がってきたのは特筆すべき点と言える。杉野服飾大学パリ研修旅行生4人とともに、30本のショーと数々のプレゼンテーション、展示会を駆け巡った10日間のほんの一部を紹介する。

ファッション甲子園2019

2019年8月25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24弾は、前号で紹介した『ファッション甲子園』の結果を報告します。
応募総数2771点、一次審査で27都道府県34チームが入選して最終審査に臨みました。



約800個の三角は手縫い!

テーマ UNIT
県立岡山南高等学校(岡山県)



作品について
2,400枚の色紙を折って作った約800個の三角錐を、黒いワンピースの上に全て手縫いで留め付けました。和をテーマにまとめています。

将来の夢は？
守本：ファッションデザイナーになりたいので、専門学校に進学します。
藤田：剣道を習っているので、警察官になりたいと思っています。



準優勝

2年連続で準優勝!

テーマ わだば縄文人さなる
学校法人館田学園五所川原第一高等学校(青森県)



第3位

前号で取材の高校はみんごう位!

テーマ 未来像
白鷺女子高等学校(神奈川県)



審査員長(大塚陽子)特別賞
テーマ 竹取の翁
県立松山工業高等学校(愛媛県)



審査員特別賞(原由美子賞)
テーマ Livrason postale
市立札幌旭丘高等学校(北海道)



審査員特別賞(ガッツダイナマイトキャバレーズ賞)
テーマ Mizuhiki
東北生活文化大学高等学校(宮城県)



ゲスト審査員特別賞(メルシーボーラー賞)
テーマ 羞花閉月
県立歴代南高等学校(長野県)



キラリ賞(大会出場教員が選ぶ一番輝いていた作品)
テーマ 夕嵐
宇都フロンティア大学付属香川高等学校(山口県)



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



べきはその価格設定、肩ひじ張らないリーズナブル。「物に見合った値段(価値と値段が対応した)で買ってほしいから、値段に関して付加価値みたいなものを付けたくないんです。個人的には『付加価値を付けて売る方法』は、もう通用しないと思って。付加価値はそれが『付加』であるのがわかっちゃうとサムいじゃないですか。だったら全部イーブンに見せてファッションやりたいなって。」
お客様とショップの関係性においてこのお店は考え方が一歩先を行ってる! いまのお客様は本当に目が肥えている&情報収集能力もSNSの出現によって飛躍的に伸びているからこそ、上下の関係値ではなく、イーブンでフラットな関係値でお客様と向き合う。憧れではなく共感で物が買われる時代における、ショップのあり方を感じました。
面白いセレクトショップ&気概溢れるオーナー達に会いに行き、ファッションの楽しさや可能性を是非実際に味わってみてもらうと思います!
ではでは今日はこの辺で。また次回お会いしましょう!

東京ストリートの「今」がわかる 注目セレクトショップを紹介!【後編】

シトウレイです、こんにちは!
個人規模でのセレクトショップのご紹介後編、まずは原宿の裏通りにあるDoller context(写真左)、疋田くん&伊藤くん(ともに30歳)がやっているメインはセレクトビンテージ。「時代や国に関係なく、作り手の想いを大事に汲みとり、その気持ち含めて僕たちが集めた『服』を、次に着ていただけるお客様に、心を込めて伝えていきたいんです。一瞬だけの物質の豊かさだけでなく、長く続く心の豊かさを洋服を通して知ってもらいたくて」。トレンドとか売れ線とか所謂「ミズモノ」なアイテムが一切ない、純粋に服、そしてブランドのクリエイションがそろろうお店と彼らの志。そのエモさに久しくない「セレクトショップとしての気概」を垣間見ました!
次は原宿の外れのアパートの一室、去年の7月にオープンしたthe elephant(写真下)。オーナーの折見くん(30歳)。刮目す



© 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34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。

「サイゴン・クチュール」

私事ですいませんが、近所のショップでアオザイに目を奪われ即ゲット。奇跡のようなフィット感に酔いながら、たとえ胸はブカブカでもティッシュを詰めれば何とかなると出番待ち。だけど・・・いつ着る？と映画にカブれてその気になる癖を反省しています。実は「サイゴン・クチュール」がその元凶。だって可愛くてポップでちょっと感動的なだもの・・・ってことで元氣力アップの“ファッション・ファンタジー”の登場です。舞台は1969年のサイゴン。代々続くアオザイ仕立屋の娘ニューイは60年代ファッションに夢中のギャル。「家業は古くさい！」と母親とモメてばかりです。が、ある日突然タイムスリップして現代へ。そこは地味～なおばちゃんに住むボロボロに変わり果てた我が家。「エッ、アナタは・・・あたし？」キラキラの若い自分と老けた自分が同じ世界にいるのはヘンだけど、そこが本作のポイント。コミカルな展開を楽しみましょう。にしても酷い状況は大ショック。なので十年の間に何があってなぜそんな私になったのか人生見つけ直しの日々がスタートです。縁あってファッション界で働き始めるニューイ。遂に「古い」としか思わなかったアオザイの魅力に気付き、母の想いを知る事になる訳ね。新旧サイゴンのファッション・カタログみたいにカラフルな衣装が満載です。60年代から今風デザイナーズ・ブランドまで、レトロ＆モダンなコスチュームだらけ。アオザイの魅力もたっぷり。特に採寸から裁断縫製まで丁寧に見せるメイキングシーンは美しすぎ！



12月21日(土)より新宿K's cinemaほか全国ロードショー ©STUDIO68

一食抜いても是非! ★★★

「シティーハンター THE MOVIE 史上最香のミッション」

日本発の人気アニメ「シティーハンター」がフランスで実写化。「大丈夫ですか～」の声がガンガン聞こえてきそうなコレ。が、監督の熱烈原作愛と下ネタ連打の吹替版に苦笑失笑大爆笑です。物語はサブタイトルの「史上最香のミッション」そのまま。敏腕のスイーパー・リョウトと相棒の香がある液体の奪回に挑むというシンプルさ。その液体を体に着けると目の前の誰かを虜にしてしまう「キュービットの香水」。男女関係なし。アヒルも犬も。だから笑うっきゃないです。で、ファッション・チェック。アイテムが多くないのは仕事に生きる情熱の証(?)。予算の都合がリアリティーなのかはファジーですがワンアイテムを着回す知恵と工夫が漂います。リョウトの基本はほぼ赤のTシャツと水色のジャケット。色の組合せの賛否はこの際どーでもよくて、腕のあたりのキチキチ感が気になります。それでキレッキレのアクションをやっているんだから凄いな！たぶん撮影中に破れたと思うな。そして香の場合はショート丈のスタジャンが定番。普段もミッションの時も、セクシーな真紅のドレスの時でさえ羽織っている。こういう着こなしもあり？参考にします。そうそう二人がパーティーに参加する時のフォーマル・ファッション。イケてました。



11月29日(金)全国ロードショー 配給: アルパトロス・フィルム ©AXEL FILMS PRODUCTION・BAF PROD・M6 FILM

お暇ならどうぞ ★

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。



Matthew Stone

FKA twigs (FKAツイッグス) : ジャマイカとスペインにルーツを持つ、イギリス・グロスタシャー出身のシンガー・ソングライター。2012年にEP『EP1』をセルフリリース。翌年『EP2』をロンドンの先進的なレーベル (Young Turks) から発表した。2014年リリースの『LP1』は同年の英マーキュリー賞やブリット・アワードにもノミネートされた。

悲しみ、痛みからの救済と再生

音楽、ファッション、アート、テクノロジーをつなぐそのアプローチから「未来から来たR&B」とも称されるFKAツイッグス。いくつかのアワードにもノミネートされた傑作デビュー・アルバム『LP1』(2014)から約5年を経て、セカンド・アルバム『MAGDALENE』(Young Turks / BEAT RECORDS)が11月8日に発売となった。本作には、現在のエレクトロニック・ミュージック界を代表する若き才能、ニコラス・ジャーをはじめ多数のアーティストが参加。プロデュースはFKAツイッグス本人に加え、テイラー・スウィフトなどの仕事で知られるジャック・アントノフが名を連ねている。アルバムタイトルの“MAGDALENE”とは「マグダラのマリア」のこと。イエ

ス・キリストが悪霊から救った女性である。FKAツイッグスは、このアルバムの制作期間中に子宮の腫瘍を摘出するなど、肉体的にも精神的にも辛い時期を過ごしたというが、そうした点からみても本作は「自己の救済」「救済を経た再生」という印象がある。それだからか、どこか悲しみを滲せたかのようなボーカル、抑制の効いたサウンドが、聴く者の心にじんわり沁み入るようだ。収録曲のMV (「home with you」は自ら監督を務めた)ではそれぞれの楽曲の世界を見事に引き出し、拡張してみせた。テクノロジーに溺れず、自己の美意識や表現を突き詰めるFKAツイッグス。本作も必聴といわざるを得ない。

TOPIC 2 / 都内で開催される注目の展覧会



「ミナ ペルホネン/皆川明 つづく」

「せめて100年つづくブランドに」という思いでファッションからスタートし、長年着用できる普遍的な価値を持つ「特別な日常服」をコンセプトとし、独自のものづくりを続けてきた。本展ではインテリアや生活全般への活動を含め、皆川明の挿絵など創作の背景を浮き彫りにする作品群や資料も併せて展示する。

2019年11月16日(土)～2月16日(日)
休館日: 月曜日 (2020年1月13日は開館)
2019年12月29日(土)～2020年1月1日(水)、1月14日(火)
開館時間: 10:00～18:00 一般1,500円 / 大・高8,000円
会場: 東京都現代美術館 企画展示室3階
Tel: 03-5777-8600 (ハローダイヤル)



「奈良原一高のスペイン 一約束の旅」

人間が生きる条件とは何かを思索しながら、戦後日本の新しい写真表現を切りひらいた奈良原一高 (1931～)。本展は1960年代のシリーズ「スペイン 偉大なる午後」と、同時期の異色ともいえるシリーズ「ヨーロッパ・静止した時間」に着目し、135点の作品で奈良原の「約束の旅」の軌跡をたどる。

2019年11月23日(土・祝)～2020年1月26日(日)
休館日: 月曜日、2019年12月29日(日)～2020年1月3日(金)
開館時間: 10:00～18:00
入場料: 一般1,000円 / 大・高8,000円
会場: 世田谷美術館 1階展示室
Tel: 03-5777-8600 (ハローダイヤル)
(フイエスタ セビリヤまたはマラガ) (スペイン 偉大なる午後) より 1963-65年 ©Ikko Narahara

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



「ripples」

ripples (さざ波) と名付けられたこのビジュアルブックは、「minä perhonen (ミナペルホネン)」のデザインのあり方「思考し、芯を持ちながらも、日々にとっと穏やかで温かな思いを添えるものでありたい」という願いを表現したもの。テキストスタイルとその原画、スケッチ、工場での制作風景、レター、ブランドの世界を改めて集め一冊の中に閉じてこめている。ページをめくる際の紙の手触りとともに楽しみたい。

著者: ミナ ペルホネン
発行所: Rizzoli New York 8,700円 (税別)



「言葉の服 一おしゃれと気づきの哲学」

著者は、大学院まで哲学を学び、そこから服飾の世界に転じた後、「日本の美意識が通底する新しい服の創造」をコンセプトとしたブランド「matohu(まとふ)」を立ち上げた。その方法は、「言葉から服を生み出す」というもの。この本は気鋭のファッションデザイナーが紡ぐ、服と生活を考えるための哲学的エッセイ集。

著者: 堀畑 裕之
発行所: 株式会社トランスビュー 2,700円 (税別)

INFORMATION
AND
REVIEW

【PRESENT】 「ミナペルホネン/皆川明 つづく」「奈良原一高のスペイン 一約束の旅」2つの展覧会チケットを5組10名様プレゼント! ①メールの件名に「ファッションカ vol.45 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27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。

ファッションカ

FASHION-RYOKU

November 2019
2019年11月29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 director : Asuka Kudoh
Photography : Hiroki Mori
Styling : Tomoko Tanaka
Hair & Make-up : Mizuki Yamada
Model : Marina