

ファッション
ashion

RYOKU
カ

TOKYO
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

STAIR

武笠綾子さん

March 2020 Vol.46

渋谷PARCO、
体験してみました。



クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

NEW

HOT CREATOR

Photography: Akira Takahashi @ akira_t_portrait

Styling: Yuki Azuma @ azu05244444

Hair & Make-up: Chishiki Matsumoto @ banaer4

Model: Elina

FILE:010

スタイリスト

我妻雄輝さん

我妻雄輝【あづま・ゆうき】
雑誌、テレビ、映画、広告など幅広いジャンルで活躍する、スタイリスト根岸豪氏に現在師事中。



STIR

衣装、背景などすべてが違和感なく、自然に交わるようにかき混ぜる。如何なる場合であっても、すべての構成要素がカクテルのように美しく調和するスタイリングを提案していきたい。

【表紙】KNIT SHIRT 42000円、GRADATION DYEING PANTS 29000円 【右】FILM SHIRT 70000円、GRADATION DYEING PANTS 29000円 【左】TIE-DYE EMB KIMONO GAUN 49000円、CUTTING KNIT TOPS 28000円、TIE-DYE LONG SKIRT 36000円
すべて税別 / STAIR (ステア 03-5465-2077)、その他スタイリスト私物



2020 SS COLLECTION

ファッションの裏技拝見
TOKYO BRAND PICK UP

Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya



PROFILE

武笠 綾子 Ryoko Mukasa
 1986年生まれ。ドレスメーカー学院卒業後、アパレルブランドにて数年デザイナーとして務め、2016年AWシーズンより「STAIR (ステア)」を立ち上げる。

ステア

STAIR

デザイナー / 武笠 綾子さん

2020年春夏シーズン、安藤忠雄氏が設計した南青山のスタジオでショーを行った「ステア」。自然光がたっぷりとし込みコンクリートの空間で、たおやかに泳ぐ繊細なテキスタイルの数々と、抜け感のある洗練されたマスキュリンスタイルを発表し注目を集めた。3月に東京コレクションを控える、デザイナーの武笠綾子さんに会うためアトリエを訪ねた。

■ファッションに興味を持ったきっかけは？

油絵や音楽、家具など何でも作るのが好きな家族で、母と一緒に洋服を作ろうと初めて針を持ったのは幼稚園の時でした。ファッションデザイナーになりたいと思ったのは小学2年生の時、テレビで観たミラノコレクションの放送に魅了されたのがきっかけです。それから自分で洋服を作るようになり、布にポイントをしたり、デニムをリメイクしたり、スカートや卒業式のスーツを縫ったり、いつもオリジナルのファッションを楽しんでいました。祖母が友禅着物の染色家、父がカメラマンだったので、今思えば幼い頃から美しいものに触れ、クリエイティブな環境に育ったことがファッションへの興味に自然と繋がったのだと思います。

■専門学校ではファッションデザインを学んだそうですね。その後「ステア」を立ち上げるまでの道りは？

卒業後はどうしても入りたかったブランドに何度もデザイン画を送り電話をして、猛烈アプローチの末に就職。アシスタント期間を経て、7〜8年ほどデザイナーと二人三脚で働かせてもらいノウハウを学びました。その後、今のメンバーとODMのデザイン会社を設立。その中でオリジナルブランドをやりたいと話を持ちかけ、2016年に「ステア」を立ち上げました。当初はわずか20型のスタートでしたが、少しずつボリュームを増やしショーができるようになり今に至ります。

■ブランドのこだわりは？

フェミニンとマスキュリンなど相反する要素をブレンドした遊び心のある洋服をコンセプトに、素材やシルエットの組み合わせで意外性を楽しめたり、着た時に高揚感を味わえるようなデザインを意識して一着一着と向き合っています。テキスタイルは毎回オリジナルを制作。20年春夏シーズンでは、京都のオパール加工や富士吉田のほぐし織り、桐生のジャカードなど国内がほとんどで、図案を持って産地へ向向き、直接アプローチしています。まだまだロットが少なく、できることも限られている中で、快く引き受けてくれる職人さんたちには早く恩返しをしたいと常々感じています。

■20年春夏コレクションのポイントは？

今までは作品や建築から着想することが多かったのですが、出産を機に自分の中で世界の見え方が変わったような気がして。内面的な感情をコレクションに落とし込んだ初めての試みでした。同じ景色でも違う見え方や捉え方がある。そういった美意識、感情の移ろいを色に託し、ファブリックで表現しました。一方通行の感情でなく、商品として誰かの心を動かすことができたのなら、自分的には成長したコレクションだったかなと思います。

■今後の目標は？

目先の目標は海外でコレクションを発表すること。昨年の9月に初めてパリのショールームに出展し、3月も参加予定です。国内を安定させつつ、海外に向けたピースも提案して、どんどん視野を拡げていきたい。

■若者へメッセージを

いろんな人と出会って繋がって話を聞いて、たくさんさんのコネクションを見つけてください。10年後、20年後に後悔せず納得できるような今を過ごして欲しいです。

組み合わせの意外性を楽しめたり

高揚感を味わえる服を作りたい



武笠さんが撮影した写真や手描きの柄に「視界のノイズ」をのせて表現したというテキスタイル。揺れ動くと色彩の残像が浮かび上がる。

ファッションの裏技拝見

FEATURING A KEY PERSON

Vol.14

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.14は、ファッションをテーマに数々の展覧会を企画している「島根県立石見美術館」の学芸員、廣田理紗さん。6月から国立新美術館で開催される展覧会「ファッション イン ジャパン 1945-2020 -流行と社会」の準備で島根から東京へはるばる出張中の廣田さんに話を聞いた。

Interview : Yuri Hayashi

“本物を見る楽しさを多くの人に体験してもらいたい”

島根県立石見美術館 主任学芸員 / 廣田 理紗さん



令和元年コレクション展「赤い服/白い服」

FASHION IN JAPAN 1945-2020

企画展「ファッション イン ジャパン 1945-2020 -流行と社会」は6月3日(水)～8月24日(月)まで、六本木の国立新美術館にて開催。その後、9月19日(土)～11月23日(月)に島根県立石見美術館で、装い新たに開催。

PROFILE

廣田 理紗 Risa Hirota 北海道大学文学研究科修士課程修了。2009年3月より島根県立石見美術館に勤務。同美術館ではファッションを担当。企画した展覧会に「森英恵 仕事とスタイル」(2015)、「コスミックワンダーと工芸ばんくす舎 お水えいわみのかみとみず」(2016)、「コスミックワンダー 充溢する光」(2017)、「THERIACA 服のかたち/体のかたち」(2018)、などがある。

島根県立石見美術館 オフィシャルサイト
<http://www.grandtoit.jp/museum/>



平成22年コレクション展「クリスチャン・ディオールとイヴ・サンローラン」

■学芸員の業務とは、具体的にどのようなことをしているのですか？

展覧会の企画や作品の収集、収蔵品の貸出しなどがあります。そのほか広報活動として、展覧会のチラシ作りやCM製作、また教育普及活動として、学校に授業に行くこともあります。学芸員というと、研究職だから作品にずっと向き合っているのだらうと思われることも多いのですが、実際はその周りの業務が多く、向き合う時間は、捻出するというのが現状です。一番みなさんにイメージしていただける仕事は、展覧会の企画だと思いますが、まず企画意図を整理し、それに合う作品を準備します。収蔵品だけの展示ではないので、お借りする作品についてお話を伺ったり、自分で調べたりしながら作品について理解を深め、解説を添えてふさわしい場所に展示します。その他に、事務手続きや図録の編集作業もします。企画の内容次第で全て大きく変わるので、毎回、その全体のハンドリングをするのが、学芸員の役目になります。

■業務は、かなり多岐にわたるのですね。ファッション専門の学芸員は珍しいと思うのですが、目指したきっかけはどのようなものだったのですか？

ファッションを活動の柱の一つとしていた美術館は日本では少ないので、その専門学芸員も多くはいません。私自身、学生時



平成28年企画展「マリメッコ展 -デザイン、ファブリック、ライフスタイル」

■学芸員として、心がけていらっしゃることはありますか？

アーティストと一緒に企画を作る時は、「アイデアを青天井で考えてください」と、まず先方に伝えます。もちろん公立の美術館ですから制限はありますが、「できない」ということからは始めないようにしています。自分一人ではできないことをやりたくて、アーティストの方々にお願いするので、美術館の常識から外れることでも提案してほしいのです。とんでもないお話が出てくることもあります。自分で企画を考える時は、作品の評価など、すでに「そうだ」と思われているものを、疑い、見直すことを大切にしています。いずれにしても、できることとできないことを整理して、企画の形にするための枠組みを作り、あとは奔走するのみです。当館には学芸員が分野別に5人

代からファッションが好きでしたし、美術館で働いてみたいという希望もありましたが、両者は結びついてはいませんでした。実際に学生時代は写真を学んでいました。美術館で企画に携わるのは学芸員のだと知り、資格を取得しましたが、取得と就職の間には大きな隔たりがありました。学芸員は、美術館ごとに定員が決まっています、空きが出ないと採用されません。今の職場には産休に入る学芸員の代わりとして期間限定採用となり、その後、正規職員になりました。運が良かったと思います。

■6月3日からは、国立新美術館で共同企画された企画展が開催されますが、どんな内容ですか？また、ファッションの展示特有の苦労はありますか？

戦後を中心に、日本のファッションを振り返り、そのユニークさを改めて示そうとする展覧会です。服を作るデザイナーだけでなく、服を着る人、おしゃれの情報を伝えたメディアにも注目し、ファッションから日本の社会を見つめ、考えます。企画自体は、2年くらい前からスタートしました。ファッションの展示で大変なのは、着せ付けでしょうか。絵は額装されていれば掛けるだけですが、服は着せねばなりません。毎回額装するようなもので、手間がかかります。多くの場合服はマネキンに着せませんが、サイズの合う、そして服の雰囲気も合うマネキンを揃えるのは、何度やっても大変です。オートクチュールだとどれも特注品なのでサイズはすべて違いますし、7号や9号といっても、服が作られた時代やブランドによって変わるの、どうしても合わない時は、小さめのマネキンを準備し、補正して着せます。マネキンの合う合わないで、ドレスの見映えが変わるので、こだわりたいポイントです。

■洋服だからこそ苦労もあるのですね。学芸員になるために必要なことは何ですか？

まずは大学等で必修の単位を取り、博物館実習にも行き、資格を取得する必要があります。辞める学芸員がいないと採用はなかなかありませんが、美術館にアルバイトやボランティア

アとして入ることで、作品の扱い方や活動を体験的に知ることが出来ます。また、他の美術館に勤める学芸員とのつながりも得られるかもしれません。作品を見て、論文を書き、身体を動かして、コミュニケーションをとることで、チャンスが広がるように思います。黙々と研究しているイメージがあるかもしれませんが、コミュニケーションの能力はとても大切です。

■最後に、学芸員の魅力と、若者たちへのメッセージをお願いします。

自分の考えや想いを形にできる夢のある仕事です。日常では得られない体験ができ、美術館が好きならにはびつたりです。今は、スマホの小さな画面で世界中のものが見られて、見た気分になれますが、本物は質感や大きさなど、情報量が多く、おもしろさが違います。本物を見る楽しさを知ってほしいですね。本物の色は、本物でしか見られません。何事も「できる」を前提にやりたいことを強くイメージして、他の人と例え大きく違っても、自分らしさを大切に進んでほしいです。

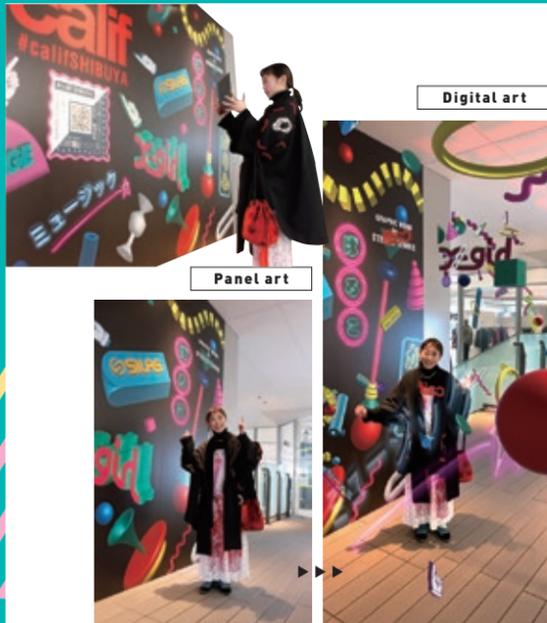


平成27年企画展「HANA MORI HAUTE COUTURE 森英恵 仕事とスタイル」

ART × TECHNOLOGY

アートとテクノロジーの融合、新たな未来を予感させてくれる新しい渋谷パルコ。
XR 技術を駆使したインタラクティブなデジタルアートコンテンツや空間を彩るバーチャルフォトスポットの見所を探る。

※XR: VR (Virtual Reality)・AR (Augment Reality)・MR (Mixed Reality) 等の総称 ※AR: スマートフォンのカメラ等で表示した現実世界に、CG等のデジタル情報を加える技術



Digital art

Panel art



QRマーカーにタブレットをかざして実際にトライ。バーチャルフォト撮影は簡単に接続が可能。3Dありとなしで並べてみるのも新しい楽しみ方。

5F

CALIF / カリフ

壁を飛び出し空間を埋め尽くす
バーチャルフォトスポットが出現

「X-girl (エックスガール)」や「MILK FED. (ミルクフェド)」、「XLARGE (エクストララージ)」などのストリートブランドを展開するピースインターナショナルのオンラインストア「calif(カリフ)」が新たな業態として実店舗を初出店。5階特設会場の壁面には、カリフとグラフィックアーティストの「STEREO TENNIS (ステレオテニス)」がコラボレーションした企画コンテンツが登場。スマホアプリ「STYLY (スタイリー)」をダウンロードして、壁に展示されているアートワークの中央に配置されたQRマーカーを読み込むと、絵に描かれた鮮やかなオブジェクトたちが壁を飛び出し3D化。80年代の建築物などからイ

COMMENT

最先端の技術にびっくり。インスタ映えしそうな3D写真が撮れるので、実際にSNSに投稿するとさらに盛り上がりそう。

STEREO TENNIS

音楽やファッション、カルチャーシーンを中心に活躍するグラフィックアーティスト。
@stereo.tennis

5F

吹き抜け / Atrium

鑑賞する側の操作次第で作品が
変化するバーチャルショーケースの魅力



5階の吹き抜け空間に展示されているのは、テクノロジーによる仮想空間演出「バーチャルショーケース」。ARを活用した3Dのクリエイティブコンテンツを無料で鑑賞し自由に体験できるサービスだ。3次元のクリエイ

ティブをスマートフォンや専用グラスを通して、あたかもその場に存在しているかのようなエッジが効いたアートが浮かび上がる仕組み。水槽に見立てたという吹き抜け空間には、昨年のVRコンテンツアワード「NEWVIEW AWARDS 2018」でパルコ賞を受賞した「Discont (ディスコント)」によるデジ

タルインスタレーション、終わりの後に新しい世界が始まることへの期待を秘めたという作品が展示されている。体験者の操作次第で変化し結果が変わっていくインタラクティブアートで、フォトスポットと同様のスマホアプリ「スタイリー」からQRマーカーを読み込むとコンテンツが表示される。すでに昨年開催されたVRコンテンツアワードの受賞者とともに、次の作品制作が始まっているとか。新しい才能を発掘する場としても注目していきたい。

Discont

「VR×空間デザイン」の領域で、新たな空間の魅せ方を創造するVR空間デザイナー。
@discont1968

COMMENT

自分の画面操作によって思いもよらない展開に変化していくXR体験は初めて。友達と楽しみたいアクティビティーのひとつ。



吹き抜け空間に表れた水槽や秘密の実験室に見立てた7つの箱庭世界。タップしたり、スマホを傾けてみたりとさまざまな楽しみ方が見つかる。



INTRODUCTION

再オープン後の渋谷パルコは初めてだというドレスメーカー学院2年生の坂下日向子さんと最新スポットを体験する。

渋谷PARCO、体験してみました。



ファッション・カルチャー・アートなどが融合した

次世代型商業施設をナビゲート

渋谷PARCO

東京都渋谷区宇田川町15-1
https://shibuya.parco.jp
@parco_shibuya_official

約3年間の建て替え工事に伴う休業期間を経て昨年11月22日に
グランドオープンした新生「渋谷 PARCO (パルコ)」。

世界へ発信する唯一無二の次世代型商業施設をコンセプトに掲げ、
ファッション・アート&カルチャー・エンターテインメント・フード・テクノロジーの
5つのジャンルを融合し、個性豊かな全193のテナントが集結した。

日常と非日常を繋ぐハイブリッドなサードプレイスとして
進化を遂げた新しい渋谷パルコの注目スポットを廻っていく。

Interview : Masahiro Kubo Text : Maiko Narikiyo Photo : Sakura Tsuchiya

FASHION × INCUBATION

パルコが運営する編集型売り場「GEYSER PARCO (ガイザーパルコ)」(3階)と「PORT PARCO (ポートパルコ)」(4階)が出店。次世代のデザイナーやブランドを応援し、一緒に育てようというパルコのDNAを具現化したエリアだ。

4F

PORT PARCO / ポートパルコ

新たな価値観を運ぶ、次世代ファッションクリエイターが集まるエリア

「ポートパルコ」には初出店の「sneeuw(スニウ)」をはじめ、全4店舗がお目見え。レディスウェアや多彩な雑貨が並ぶこのゾーンには、2007年にブランドとして初の直営店を旧渋谷パルコにオープンした歴史を持つ「mintdesigns garage store

(ミントデザインズ ガレージストア)が再び渋谷パルコに登場して話題だ。ポート=港、この場所からファッションがお客に届いていくイメージを表現。ロゴデザインは、コンテンツラボリーデザインスタジオ「we+(ウィプラス)」が手掛けている。



COMMENT
カラフルなアクセサリや小物が多く、立ち寄りやすい雰囲気。誰かにプレゼントしたくなるような可愛いアイテムばかり。

3月31日までの期間中、若手デザイナーの発掘と支援を目的としたプロジェクトの一環として「TENDER PERSON (テンダーパーソン)」と「NAPE_ (ネイプ)」のポップアップを開催中だ。

3F

GEYSER PARCO / ガイザーパルコ

個性豊かな次世代ブランドをサポート、インキュベーション売り場

パルコが内装や造作をプロデュースし、集合レジや共有のフィッティングスペースを設け、出店環境を整えた編集型売り場のひとつ「ガイザーパルコ」。個性豊かな8店舗が集結したエリアには、「Flower MOUNTAIN (フラワーマウンテン)」 「ELIN

(エリン)」などが初出店した。ガイザーの意味は間欠泉という言葉から表現しており、ネーミングとロゴ、ビジュアルのアートディレクションは「YOSHIROTTEN (ヨシロットン)」率いるクリエイティブチーム「YAR (ヤール)」によるデザイン。



次世代ブランドのインキュベーションはパルコが開業以来たゆまず続けている。ブランドを育て、共に発展していけるような売り場作り。

COMMENT
見やすくて飽きないブース作りになっていたの、買いまわりもしやすいと感じたし、気軽に洋服を見られる雰囲気があった。

4F

FASHION × SUSTAINABLE

Re=STOCK / リストック

ものを長く大切に使い続けること、身近にあるサステイナブルへの意識改革

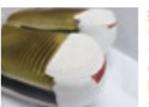
洋服からスニーカーまで可能な水洗いクリーニング店や買取専門店など、ファッションにおけるサステイナブルな提案がなされたゾーンには、総合メンテナンスショップの「Re=STOCK (リストック)」が出店。バッグや革靴だけでなく、一見修理が難しいスニーカーソールのお直し、洋服の裾上げから時代に合わせたリメイクまで可能。時計やiPho

neの液晶画面の修理もそれぞれの分野のプロが対応してくれるきめ細かさだ。今の時代、大切にしたいものを長く使うことへの意識改革をもたらしてくれる。

Re=STOCK
靴やバッグのお直しを始め、洋服のリメイク、時計やスマホの修理まで対応する。
@re_stock_official



ORDER



擦り減ってしまった踵部分もみるみる綺麗に。ビブラムソールを付けるなどのオプションも充実。お直し料金は1,200円～(パーツ・素材による)。

COMMENT
スニーカーのソールもお直しができるなんて嬉しい。長く愛用するためのメンテナンスショップはとても重要だと思う。

SHOPPING × TECHNOLOGY

渋谷パルコには94面ものデジタルサイネージが導入され、ファッション分野でも活用できるテクノロジーが試されている。中でもリアルとデジタルを融合した新しい売り場提案「PARCO CUBE(パルコキューブ)」に注目した。

5F

PARCO CUBE / パルコキューブ

オンラインとオフラインの垣根を越えた新しいショッピングの提案とは

渋谷パルコは、お客の導線上における重要な箇所に設置されたポスターボードやフロアサインをデジタルサイネージ化するなど新たな商空間を実現。中でもリアルとデジタルが融合した最新の購買体験ができる「パルコキューブ」は、各ショップの自社ECサイトとパルコオンラインストアを連携させ、エスカレーター側に設置された大型の4面マルチサイネージや各ショップ内に設置したタブレット端末、デジタルサイネージで操作し購入することができる仕組みを打ち出した。各ショップは従来の約半分の売り場で商品を絞って展開。店頭での購入も可能で、店頭が無い色違いやサイズ、在庫などをサイネージで確認してから購入することができる。売り場に立つ販売員の人数不足といったアパレルブランドが抱える課題に寄り添いながら、新しい売り場の提案と買い方に選択の多様化を持たせている。通常の通販と同様、送料はかかるが買い物した荷物を自宅まで配送してくれるという便利な一面も。テナント

は、アパレルが8店舗で雑貨が3店舗、全11店舗で構成。オフラインとオンラインを融合した売り場として新たにパルコが開発した「CUBE MIRROR (キューブミラー)」も一部店舗に導入している。これは、試着時に自分の後ろ姿を確認できる画期的なデジタル鏡で、実際にはカメラで撮影した動画を数秒後に映し出すというもの。ファッションにテクノロジーを掛け合わせ、既存の概念を覆す試みは、まさに次世代の商業施設を思わせてくれる。



QR WEBSITE



スマートフォンのQRコードリーダーをかざすと、すぐにウェブサイトと連携。ランダムに商品が並ぶサイネージから気になるものを選んでいく。

CUBE mirror



Root F

[左]後ろ姿のシルエットをチェックするために便利なキューブミラー。
[右]デジタル技術による床デザイン演出「ルートエフ」



FASHION FLOOR

COMME des GARÇONS GIRL



UNDERCOVER NOISE LAB



TOGA



MM6 Maison Margiela



メゾンからストリートまで個性豊かな顔ぶれが集うファッションエリア

1階から5階に展開するファッションフロアは、ラグジュアリー・モード・ストリート・ピンテージなど、幅広いテイストの101ショップが出店。「グッチ」を始めとする豪華なメゾンブランドが集結した1階には、単独店としては初の「コム デギャルソン・ガ

ール」が登場。2階には国内外のモードブランドが揃い、3階には東京発ブランドやストリートウェアが充実。4階はリアルクロス、5階にはテクノロジーを掛け合わせたユニークで多彩な売り場が目立つ。

全ラインナップが並ぶ大型店「アンダーカバー ノイズ ラボ」や「トーガ」、「エムエム6 メゾン マルジェラ」など、学生に人気のショップも多い。



UNDERCOVER



CASABLANCA



LOUIS VUITTON
LUDWIG BONNET / AIGUILLON



DIOR
EDDIE

2020-2021 AUTUMN & WINTER MEN'S COLLECTION

ドレスアップを日常的に楽しもう！

突然ですが「ドレスアップ」を日常的に楽しむことはありますか？ リクルートスーツにタイを締めるというのではなく、意識して着飾った装い。2015年頃から長らく続いたストリーートの流行をはじめ、この5年ほどのファッションの流れは圧倒的にカジュアル寄り、着飾るというよりは着崩す方向だったから、おそらくファッションに興味のある学生でも少数派だと思う。2021年秋冬のパリ・メンズコレクションは、前シーズンから復活傾向だったテーラードの流れがより強まり、エレガントな装いが台頭している。

その筆頭が「デイオール」。一昨年急逝したロンドンの伝説のスタイリスト、ジュディ・ブレインにオマージュを捧げたコレクションは、これまでキム・ジョーンズが生み出してきた数々のコレクションの中でも圧倒的にエレガントだ。ジャケットやコートの袖を肘までまくり、ビジュアールで飾ったロンググロブを露出。コート

インナーにはロングシャツを女性のワンピースのように合わせ、ブルゾンやコートの胸元にはスカーフをコサージュのように飾る。久しくパリのランウェイで見ていなかった気障でダンディーなスタイルだ。
「ルイ・ヴィトン」、「オフ・ホワイト」を手掛けるヴァージル・アブローも負けていない。ルイ・ヴィトンでは、ビジネススーツに近いプレーンなスーツを見せた一方で、ラベルや袖元をフリルで飾った装飾的なスーツを提案。1930〜40年代に流行したスピードソール（ソールの形がスピード形になっている）を連想させるのレザーシューズも、ドレスアップの気分を巧みに演出している。オフ・ホワイトで見せたのは、片方のラベルがまるでネズミに齧られたような遊び心に溢れたスーツ。といっても、仕立てや素材は上質で、体にピタッとフィットしたラインで、十八番のオーバーサイズは封印している。

ストリート出身でもっともドレス寄りのコレクションを披露したのは、パリの新星「カサブランカ」。富裕層が休暇を過ごすイタリア・ガルダ湖のライフスタイルに感化されたコレクションは、エレガントで力強く、どこか往年の「フレンチ・フィルム・ノワール」(フランスのギャング映画)の匂いがある。ダルメシアン柄のGジャンや襟付きのピンクのシャネル風スーツなんて、マジで最高です！

こうしたエレガンスの流れとは一線を画し、和と洋を融合させた圧巻のコレクションを披露したのが「アンダーカバー」。着想源は黒澤明監督の1957年の作品「蜘蛛巣城」で、映画のシーンをオマージュした演出は今回のパリの一等賞。高橋盾が描いた「現代の武士」は、ヨーロッパのエレガンスにもならないばかりか、突出して個性的で自由だった。

文／ファッションジャーナリスト 増田海治郎

2020 Spring & Summer Haute couture

PARIS COLLECTION



エレガンスを際立たせるフォルムと手技 シンプルになったクチュールドレス

2020年春夏パリ・オートクチュールコレクションが4日間の日程で開催されました。

「シャネル」はヴィルジニー・ヴィアールの2回目のクチュールコレクションです。

今シーズンは肩肘張らずヴィルジニーらしいリアルなフェミニンルックが並びました。今まで会場のグラン・パレには氷山や滝、雪山などスケールの大きい舞台装置が設置されましたが、今シーズンはガブリエルシャネルが幼少期を過ごしたオバジヌ修道院をイメージし、噴水を野草や野菜が植えられた花壇が取り囲みます。コレクションは白黒ツイードのドレスやスーツにソックスとローヒールを合わせたガリーテイストです。フィナーレのマリエは、モスリンの膝丈ワンピースに、束ねた髪に止めたチュールのヘッドドレスがドレスと重なっています。ヴィルジニーは今までになく、柔らかな表情をのぞかせていました。

「メゾンマルジェラ」の「アーティザナル」C.o.e.dコレクション。クリエイティブディレクターのジョン・ガリアーノは伝統的なブルジョワジーの価値観を壊しながら進化させたコレクションを発表しました。スリーブと大きなボウタイが一体となったアイテムは、絶妙な量感でアシメトリーのフォルムを作り、ラインドレスやAラインコートにもアクセントを加えています。

「ジョルジオ・アルマーニ・プリヴェ」はシヤンパンゴルドのテラードジャケットにプリントや刺しゅうで表現したイカット柄のパンツを合わせました。黒髪ポプのモデルはどこかエキゾチックなイメージです。グリーン、レッド、ブルーなどグラデーションにつなげた棒ビーズのトップスやドレスは、動くたびに軽やかに揺れるクチュール技が光るアイテムです。クレア・ホワイト・ケラーがデザインする

「ジバンシイ」は、テラードベースのアイテムとボリュウムいっぱいフェミニンドレスでクチュールらしい品格のあるコレクションを並べました。会場の柱周りに止められた椅子に座るバイオリニストたちが、緩やかな調べを奏でショーはスタートしました。パステルカラーの全身ラップルで埋め尽くすドレスは軽く、とてもモダンです。ショー終了後バックステージに入ると、壁一面にユベール・ド・ジバンシイのアーカイブ作品の写真が貼られています。クレアはヘリテージを今の時代に進化させ美しく蘇らせています。

「ヴァレンティノ」は量感たっぷりのドレスからマーメイドシルエットを中心としたシンプルなラインに変わりました。サテンにタフタ、カシミアダブルフェイスを自由に組み合わせ、プラトトップやカマーバンドにカラーコントラストを加えています。花びらを重ねて繋げたラインドレスは背中をパツクリ開けて今までにない大胆なカットインングです。新しいミニマルなエレガンスが魅力です。

最終日、「ユイマ・ナカザト」はショー形式でコレクションを発表しました。サステイナビリティを追求した素材開発にこだわり、裁断、縫製せずに着る人の体型に合わせることでできる生地を使い、羽のように広がるドレスを並べました。

文/ファッションディレクター 萩原輝美

萩原輝美の
ワンポイントレッスン

◆◆◆

毎シーズン、リアルエレガンスを発表するクチュールブランドが注目されています。今シーズンはプレタポステと同じく、装飾が消えシンプルになりました。この夏はラインスルエットを取り入れてみては？



J.P. GAULTIER'S HISTORY

- 1970 18歳でピエール・カルダンのアトリエに入る
- 1976 パリ・プレタポルテコレクションに参加
- 1978 ジャンポール・ゴルチエを設立して独立
- 1980年代 アバンギャルドなデザイナーとしてモードを牽引
- 1997 オートクチュール「ゴルチエ・パリ」をスタート
- 2014 プレタポルテを中止
- 2020 「ゴルチエ・パリ」最後のショーを発表

TEXT: 萩原舞美
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。ブランド「ten. (テン)」のプロデュースも手がける。

◎ @hagiwaraterumi ◎ ten._official



© Jean Paul Gaultier

JEAN PAUL GAULTIER

2020 SPRING&SUMMER HAUTE COUTURE COLLECTION

J・P・ゴルチエの引退ショー



ジャンポール・ゴルチエが最後のショーを披露しました。オートクチュールコレクション「ゴルチエ・パリ」発表の数日前、ゴルチエ本人からメールでビデオメッセージが届き「僕の最後のショー！絶対に楽しいから来てね。キス、キス、キス！でもクチュールとしてのメゾンは残るからね！」と突然お茶目な引退宣言です。

クチュールコレクション最終日の夜、ゴルチエが選んだ会場は歴史あるシャトレ劇場です。周辺には招待状のない人たちも集まり、まるでコンサート会場のような熱気です。5階までのバルコンを2500名の招待客が埋め尽くしました。1時間遅れでスタートしたコレクションは最初に葬式に参列するモノクロビデオが流れました。オーケストラが演奏する中、ステージでは喪服姿のモデルたちが担ぎ込んだ黒い棺の中から白のミニドレスのファーストルックが登場します。何ともユーモアたっぷりの演出です。ゴルチエは1976年にデ

ビュー、当初からアンドロジナス（両性具有）を打ち出し、常にアバンギャルドなデザイナーとして新しい美しさに挑戦してきました。今こそジェンダレスは一般的ですが、ゴルチエが先駆けです。一番覚えているショーは、マリエ（ウエディング）だけをデザインしたコレクションです。男性カップルから、親子ほど離れたマダムと青年カップルなど多種多様なベアのマリエスタイルを登場させました。最も身近かで最もファンタジーなコレクションでした。

ショーはファーストルックに続き、ボーダールックやコルセットドレス、円錐形のコーンブラなどゴルチエのアーカイブをなぞりながら全17ルックが並びました。フィナーレ、ボーイ・ジョージの歌声が響く中、スタッフとお揃いの青いツナギを着たゴルチエは胸上げされながら満面の笑みを浮かべて客席に手を振りました。まだまだ、何かを仕掛けてほしいデザイナー。今後のフリーでの活躍に注目したいです。

今回のイチオシ!



WALTER VAN BEIRENDONCK

毎回、自身のスタイルを貫く「ウォルター・ヴァン・ベイレンドンク」には頭が下がる。綺麗に共布で包まれた角が肩から幾つも立ち上がり迫力満点だが、それ以外は至って普通のテーラードジャケットもあり、「この角を短くして、本数減らしたら、実売できんじゃね?」と心の中で呟いてしまった。



SULVAM



AURAREE



KIDILL



WHITE MOUNTAINEERING



DOUBLET

ファミレスで語り合うダイバーシティなモデルたちは楽しそうに語る



UNDERCOVER

戦国武士と妖艶な何かが絡み合う。黒澤明監督『蜘蛛巣城』をモチーフとしたダンスパフォーマンス



MAISON MIHARA YASUHIRO

美術学生が並んでスケッチを始め、フィナーレには三原康裕が先生気取りで登場



YOSHIOKUBO



TAAKK

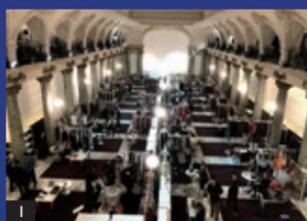
2020-21AW
PARIS MEN'S FASHION WEEK

編集長のパリ取材雑感

2020年1月14日からスタートした20-21年秋冬パリ・メンズファッションウィーク。今回は「年金制度改革」に反対するメトロのストライキで散々なスケジュール調整となった。

そんな中でも嬉しいトピックスは、日本人デザイナーの存在感が高まってきたこと。御三家は別にしても、「アンダーカバー」「メゾンミハラヤスヒロ」「ホワイトマウンテンアリング」など常連組に加えて、中堅・若手では「ヨシオクボ」「オーラリー」「サルバム」「キディル」なども継続してショーやプレゼンテーションを行った。更には、「東京ファッションアワード」の「トーク」、「LVMHアワード」グランプリの「ダブルット」が初のプレゼンテーションを行ったことも注目ポイントとなった。

Text & Photo Masahiro kubo



ウェルカムエディションがトラノイを追い越した 20-21年秋冬パリ・トレードショー

2020-21年秋冬シーズンのパリメンズ・ウィメンズブレのトレードショーが、2020年1月16日から開かれた。「トラノイ」(66ブランド、前年同期比49.6%減)は前回より更に展示面積が縮小し、「マン/ウーマン・パリ」(158ブランド、前年同期比15.3%増)はヴァンドーム広場とパピヨン・カンポンの3会場で開かれた。一方5回目となった「ウェルカムエディション」(86ブランド、前回は22.9%増)がトラノイを抜いてマン/ウーマンに次ぐ勢力にのし上がった。更に付け加えるなら、パリ市南西部のポルト・ド・ベルサイユ見本市会場で1月17~20日に開かれたウィメンズ・メンズ・服飾雑貨の大型見本市「フーズネクスト」には約1500ブランドが展示しており、来場者の規模も主催者発表で5万人と無視できない存在だ。全体的には衰退気味のトレードショーだが、果たしてその行く末はいかに?

●マン/ウーマンの主会場となっているパピヨン・ヴァンドーム ●以前のマンのような雰囲気好感を持たれているウェルカムエディション ●トラノイはパレ・ド・ラ・ブルス|階のみでも更に縮小気味 ●大型見本市なりの役割があるフーズネクスト

さて「欧米は洋服の元祖」というシンプルな構図に立ち返れば、やはり日本のデザイナーは、日本のアイデンティティーをどこかに忍ばせているものだ。それが和をベースとする伝統的な文化なのか、あるいは現代日本のポップカルチャーや風俗・習慣から来るものなのか。いずれにしても「欧米的なるもの」に追従しても世界はそれを望んでもいないし、期待もしていないのが現実だと思ふ。日本だから滲み出てくる何かを期待して、評価されていく日本人デザイナーの台頭が必要なのだ。

「欧米は洋服の元祖」というシンプルな構図に立ち返れば、やはり日本のデザイナーは、日本のアイデンティティーをどこかに忍ばせているものだ。それが和をベースとする伝統的な文化なのか、あるいは現代日本のポップカルチャーや風俗・習慣から来るものなのか。いずれにしても「欧米的なるもの」に追従しても世界はそれを望んでもいないし、期待もしていないのが現実だと思ふ。日本だから滲み出てくる何かを期待して、評価されていく日本人デザイナーの台頭が必要なのだ。

日本人デザイナーの プレゼンス高まる パリ・メンズ

ショーには様々なスタイル、見せ方があり、ある種のメッセーj性を帯びたものへと昇華する。もちろん普通に歩くだけのランウェイを否定するものではないのは言うまでもないが。

さて、そんな演出の妙で魅せた幾つかのブランドがある。アンダーカバーは、戦国武士をモチーフにしたコンテンポラリーダンスの中でコレクションを披露。メゾンミハラヤスヒロは、美術学生がずらりと並んでイラストを描いているランウェイに、鳴り響くのは練習不足のブラスバンドの楽曲という、ふと苦笑が漏れてしまう演出で、「成長途上の不完全なもの美」がテーマだろうか。ヨシオクボは、琴の生演奏をバックに鎧を身にまとった戦国時代のスタイルをベースに置いたコレクション。サルバムは、アンダーカバーが明滅する暗がりの中にモデルが浮かび上がる趣向だ。日本のファミレスを再現したダブルットは、食品サンプルをホールスタッフに扮したモデルに持たせて登場させた。

高校生のページ第25弾は、
埼玉県立川越工業高等学校デザイン科アパレル班
3年生の卒業制作に迫りました。

ファッションショーで魅せます

～好きなものを好きって言っていきたい～



デザイン画
真下…授業で先生に相談しながら作業しますが、それだけでは間に合わないの
で縫製は放課後や冬休みにやりました。
年明けからは、ウォーキングの練習を
したり、ショーの準備。リハサルはデッ
サン室と会場で何度も行います。

デザイナー科って？
松本…デザイン科は1、2年でデッサン
やデザインの基礎を学び、3年になると
アパレル、グラフィック、シルクスクリー
ン、ペーシングの4コースに分かれます。
私達アパレル班は、1、2学期前半でピン
クッション、エプロン、基本シャツ、デザイ
ンシャツ、パンツを制作しました。卒業制
作は、夏休みにデザイン画を描いて、
10月から作り始めました。



真下…私はロックなファッションやスト
リート系が好きなんです。ライダース
ジャケットも好んで着ているので、レザ
ーワンピースを作りたいと思ったんです。
縫うのが大変。針が折れたり糸が切れ
たり(笑)。アイロンの温度も難しかった
。いろいろこだわってチェーンやス
タッズも使いました。もう一着は、大好
きなパンスのスーパーカーを洋服にしてみ
ました。みんな数着作ってるんですよ。
松本…私の趣味はアニメなんです。
アプリゲームの男性キャラを女性に
変えたらというイメージで作りました。
クールだけど可愛いという感じ
に寄せたかった。縫いにくい生地だっ
たけど、チュール入れて膨らみを出し
たり、いろいろ工夫しました。帯は市
販の浴衣の帯を使ったのですが、何度も
練習したので一人で着られるように
なりました！もう一着は、制服からイ
メージをふくらませて、少し派手
な感じにまとめました。縫製
マイスターの講習で本格的なベ
スト制作を習った
ので、応用してベ
ストをデザイン。
アイドルの衣装みた
いと言われて嬉しかった。

遠藤…チャイナドレスを着てみたかった
んです。先輩が作っていたきれいだっ
たので。私は身長があるからそれを活か
せるかなと。でも、布はほつれやすいし、
ミンシも難しかった。がんばったな自
分！って思ってます。
山本…白いドレスで自分を表現しようと
思いました。普通に生活している女子高
生だけど、中身は赤と黒に染まってる。
赤黒は大好きなサッカーチーム・浦和
レッズの色です(微笑)。パニでポリウレ
ームを持たせましたが、何百メートルも縫
うのが大変でした。ビスチェは刺繍して
ある布を縫うのがホントに難しかったです。
さらにビーズやスワロフスキーを付けて
います。



デザイナーはどんな風に考えたいの？
制作はどうなしたか？
遠藤…チャイナドレスを着てみたかった
んです。先輩が作っていたきれいだっ
たので。私は身長があるからそれを活か
せるかなと。でも、布はほつれやすいし、
ミンシも難しかった。がんばったな自
分！って思ってます。
山本…白いドレスで自分を表現しようと
思いました。普通に生活している女子高
生だけど、中身は赤と黒に染まってる。
赤黒は大好きなサッカーチーム・浦和
レッズの色です(微笑)。パニでポリウレ
ームを持たせましたが、何百メートルも縫
うのが大変でした。ビスチェは刺繍して
ある布を縫うのがホントに難しかったです。
さらにビーズやスワロフスキーを付けて
います。



左から松本愛さん・真下亜也さん・山本望愛さん・遠藤あおいさん・安藤舞奈子先生。本番を10日後に控えたリハサルのあとにお話を聞きました。



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



シルエットを制するものがトレンドを制す！

シトウレイです、こんにちは！
長く続いた冬も終盤、春を待ち望む今日この頃、みなさま如何お過ごしですか？ 重いコートを脱ぎすて、早く春らしい着こなしがしたいと思ってる人は多いのではないかと思います。さて今回はパリでキャッチした「今っぽい着こなしをしている人達」を紐解いて行きたいと思います。
まず最初に、今シーズンはトレンド感や今っぽさを出したい際に要(かなめ)になるのは「シルエット！」。色でも柄でも素材でも無く今シーズンはシルエットを制する者がトレンドを制するといっても過言ではない位シルエットが大事。
まずトップスは短めジャケット！ 写真のようにウエストラインくらいに短いジャケットが今の時代の気分感。左のように、裾をハサミでチョキチョキ切っちゃったような切りっぱなしのニュアンスも今シーズンぽさを出すにはうってつけ。
ではボトムスのシルエットは？ 答えは2択！ ①五分丈パンツ、もしくは②ロングパンツでブーツイン！ ①五分丈パンツは色柄素材



色んなものが出ていましたが、一番よく見かけた&スタイリングで使えそうなアイテムはズバリ丁度上の彼女のように「黒のレザーの五分丈パンツ」！そしてもう一つの②ロングパンツでブーツイン。右のポイントはズバリ、ブーツインした際のシルエット。足の裾まわりが少しだけポワッとふくらんだそのシルエットが「今っぽさ」につながります。いつもと同じアイテムだけど、着方を変えるだけで途端に今っぽさを作れるんです。そう、大事なことは「何を着るかではなく、どう着るか！」
さてさて最後にもう一つ。お気づきの方もいるかと思いますが、写真の二人の首元に共通して言えるのはゴリゴリごつめな存在感があるネックレス！ちなみにチェーンタイプのもので、一番ポピュラーな様子です。
新しい季節の訪れとともに、自身のファッションもちょっとだけアップデート！
トップスの丈感、ボトムスのシルエット、そして余力があれば首元に新しいアイテムをプラス。
気分も新たに新しいスタイル、楽しんでくださいね！
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 Shito STYLE from TOKYO (http://reishito.com/)



襟川クロの 「ネモード」

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。

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。

「ストーリー・オブ・マイライフ/ わたしの若草物語」

19世紀のアメリカで出版され55言語にも翻訳されている「若草物語」。映画、舞台、TV、アニメ。女の子ならどこかで目にしたベストセラーがまたまた映画化です。なぜ？実は、映画もそうなのですが、昔観た時と今観た時の感じ方が違うってことあるでしょ？それと一緒に、大人になって読み返してみたら。あらら、今に通じるテーマが描かれていた！という訳ね。マーチ家の長女メグは美しく控え目。男の子の名前を持つ次女のジョーは本作の主演。大胆で情熱家。回りとモメようと自分を曲げずに生きる姿は、現代女性にも重なります。つまり本作は作家オルコットが「若草物語」を書くまでの物語。ジョー＝原作者ね。そして繊細なベスはピアノのスキルが抜群のミュージシャン。末っ子エイミーはおしゃれに目がない画家、と姉妹の過去と現在を行ったり来たりしながら同時に綴る成長のドラマです。「女は富豪との結婚がベスト」の時代に、ありのままの自分を貫き自らの道をどうゲットしたか。女子の「あるある」がいっぱい。とは言いえ衣装は19世紀。たっぷり生地を使ったフワフワのロングドレスだらけ。でも4人の個性が完璧に色やデザインに反映されているから楽しい。おてんばなジョーは赤か濃い色。時には男物の上着を羽織る着こなしも彼女つばい。一方エイミーはスカートを膨らませる骨組入りの流行スタイルでゴージャスにとか、役と一体化しているのです。しかもよく見ると、同じ生地で姉妹の衣装が縫われてたり、時には「お下がり」も?! 衣装デザイナーの想像力と創意工夫、さすが第92回アカデミー賞衣装デザイン賞。

3月27日(金)より、全国ロードショー 配給:ソニー・ピクチャーズエンタテインメント



一食抜いても是非! ★★★

「チャーリーズエンジェル」

絶賛公開中の本作。ギャル映画だからスルーしますと言い張るおじさま評論家を強引に連れて行ったらノリノリ(古い!)。始まりから最後まで男女年齢関係なくハッピーになれる元気印です。世界の平和を見守る天使として隠密に活動するエンジェルたち。20年前はドリュー・バリモア、キャメロン・ディアス、ルーシー・リューの顔合わせで大ヒットした通称「チャリエン」。時は流れ新世代版もキャスト・ファッション・音楽・ロケ地と全部おしゃれでリッチ! 基本は強敵に挑む彼女たちの知恵とタッグとアクションですが、個性派エンジェルを演じるのが「アラジン」のナオミ・スコット、「シャネル」のミュージズでもある人気女優クリステン・スチュワート、「カルチエ」の顔も務めるスタイル抜群の新人エラ・バリンスカ。キャラも特技も衣装も3人3様ときて変装もポイントなので、楽しいの驚くのと大忙しです。パーティードレスも、オフも、潜入シーンもファッション誌のグラビアみたいにカッコいい。普通のストリートウェアに見えてオシャレ度MAXなのは彼女たちのルックスとスタイルの良さなのだと分かっているけどマネしたくなる女心。そこで、衣装は無理でもせめてとエンジェルたちの必須アイテム「変装用ウィッグ」に注目。ブロンドのロン毛を購入して試写に行くと。無視? 大好評?・・・ナ・イ・ショ。

2月21日(金) 全国ロードショー 配給:ソニー・ピクチャーズエンタテインメント



一食抜いても是非! ★★★



青野賢一の 「オトノヒキダシ」

青野賢一
Kenichi Aono

セレクトショップBEAMSにて、個人のソフトラ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

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。



Photo by Charlotte Patmore

King Krule(キング・クルール):アーチャー・イヴァン・マーシャルのソロプロジェクト。南ロンドンに生まれ、エイミー・ワインハウスやアデルを輩出したパフォーマンス・アート校「ザ・ブリット・スクール」に通い、10代半ばでギターとサンバラーによる音楽制作を開始。2013年、19歳の時『6 Feet Beneath The Moon』でアルバムデビューを果たす。

ますます目が離せないキング・クルール

キング・クルールの新作『Man Alive!』が2月21日にリリースされるというアナウンスがあった1月半ばのある日、音楽系ウェブメディアが軒並みこの話題をニュースとして紹介していた。前作『The Ooz』が世に出た2017年から3年ほどが経過し、そろそろ新作が待ち遠しいタイミングでの嬉しい知らせであった。翌年以降の活躍が大いに期待されるアーティストを選出する「BBC Sound Of」の「Sound Of 2013」に選ばれたのが18歳の時。19歳で発表したファーストアルバムは耳の早いリスナーの間で話題となり、「神童」とも称された。彼の音楽の特徴を挙げれば、50年代のロックンロール、

ソウル、ジャズ、ポストパンク、ネオアコ、ヒップホップなどの要素がありながらもステレオタイプに陥ることのないサウンドプロダクションと、思いがけず太いバリトンの歌声の組み合わせということになるだろうか。歌詞もまた独特で、実に内省的というか迷いや苦しみ、挫折、不安、憤り、孤独が織り込まれながらも高い美意識に貫かれている印象だ。かように「精神性としてのパンク」とでも呼びたくなる姿勢が作品から垣間見えるキング・クルールだが、その出で立ちはリアリティーがありながら雰囲気があって非常に洒落ている。音楽はもちろん、ファッションアイコンとしてもキング・クルールから目が離せない。

TOPIC 2 / 見逃せない注目の展覧会



「バンクシー展 天才か反逆者か」

今回公開する作品の中には、「Dismaland (ディズマランド)」やブリュッセル美術館などで開催されたバンクシーの個展やイベント、アーティストやミュージシャンとのコラボレーションなど他では見る事のできない過去の軌跡をたどる品々が、多く含まれている。彼はアーティストなのかビジネスマンなのか、天才なのかそれとも単なる反逆者なのか。

2020年3月15日(日)～9月27日(日) 予定
開催時間: 10:00～20:30(最終入場 20:00)
入場料: 一般2,200円 / 大・高1,800円(当日窓口 平日価格)
会場: アンビル(神奈川県横浜南区高島2-14-9 アンビル2F)
公式サイト: <https://banksyexhibition.jp>

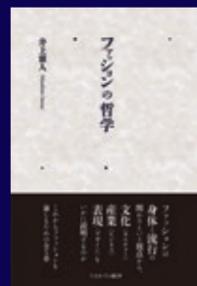


「ピーター・ドイグ展」

ロマンティックかつミステリアスな風景を描く画家ピーター・ドイグ(1959-)。私たちが彼の作品に不思議と魅せられるのは、誰もがどこかで見たことのあるイメージを用いながらも、見たことのない世界を見せてくれるからだと言えるだろう。本展は、ピーター・ドイグの初期作から最新作までを紹介する待望の日本初個展となる。

2020年2月26日(水)～6月14日(日)
開催時間: 10:00～17:00(金・土は10:00～20:00)
いずれも入場は前夜30分前まで
休館日: 月曜日(3/30、5/4は開館)、5/7(木)
入場料: 一般1,700円 / 大1,100円 / 高600円
会場: 東京国立近代美術館 1F企画展ギャラリー
Tel: 03-5777-8600(ハローダイヤル)

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



「ファッションの哲学」

服を着るということはどういうことか? 自己表現としてのファッションなのか、あるいはあくまで「衣」としての機能が果たせればいいのか? 服を着ることが、知らぬ間に社会を変えているのだとしたら? 身体、メディア、社会の変化、モードの意味、ブランドの意義、貧困と格差、環境への負荷など、様々な視点から「服を着る」ことの本質的な意味を考えていく。

著者: 井上雅人
発行所: ミネルヴァ書房 2,800円(税別)



Where's Karl?

デザイナーのカール・ラガーフェルドをイラストの中から探す「ウォーリーをさがせ」のパロディブック。舞台はニューヨークのメット・ガラや、パリのグラン・パレの「シャネルのショー会場」、東京・渋谷のスクランブル交差点も。ファッション業界の大御所、モデルや俳優、アーティストなども随所に登場。人混みの中から、おなじみの「ブラックスーツ」に身を包んだカールを探してみよう。

著者: Stacey Caldwell, Ajiri Aki
発行所: Potter Style 2,170円(参考価格)

INFORMATION
AND
REVIEW

ファッションカ
FASHION-RYOKU

March 2020

2020年3月6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 : Akira Takahashi

Styling : Yuki Azuma

Hair & Make-up : Chishiki Matsumoto

Model : Elina