

ファッション  
ashion

RYOKU  
カ

Mobility × Fashion

変わるモビリティー



TOKYO  
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

BASE MARK

金木志穂さん



クリエイター独自の視点で  
注目ワードを紹介

**N**  
**EW**

**HOT CREATOR**

Photography: Akiyoshi Taniwaki (Lifo) [@akiyoshi\\_taniwaki](#)  
 Styling: Tomoka Hishi [@tomoka\\_hishi](#)  
 Hair: Aso Yuma (mille management inc.) [@aso\\_yuma](#)  
 Make-up: Rino Ujikawa (mille management inc.) [@ujikawa\\_rino](#)  
 Model: Kanon Hara (mille management inc.) [@hara\\_kanon](#)  
 Project: ASSEM [@assem.jp](#)

**FILE:015**

プロジェクト  
**ASSEM**

creator×designer×shop 作り手、売り手が共に  
創るVISUAL BOOK PROJECT。小規模・個人事業  
のものづくりに関わる「人」が集まるコロナ時代  
を維持継続していくためのD2C強化の取り組み



**囑望**

既成概念にとらわれず変化する  
未来への期待と創生。現在とは  
過去から未来への投影である

【表紙・裏表紙】エコファーコート108900円 [RE SYU RYU resyuryupr@ningineer.com]、ピアス35200円 [PRO-CHI 38500円 [Amitie CREDIR amitie-credir.com]、リング57200円 [SAKA instagram @saka\_intl]  
 【右】ビンテージサテンドレス58300円 [RE SYU RYU resyuryupr@ningineer.com]、リング (右人差し指) 71500円 [Amitie CREDIR amitie-credir.com]、リング (右薬指) 38500円 [SAKA instagram @saka\_intl]、リング (左) 49500円 [Amitie CREDIR amitie-credir.com]  
 【左】ニットボレロ48400円 スカート49500円 [RE SYU RYU resyuryupr@ningineer.com]、ピアス29700円 [Amitie CREDIR amitie-credir.com]、プレスレット82500円 リング (右人差し指) 41800円 リング (右薬指) 35200円 [SAKA instagram @saka\_intl]、リング (左) 55000円 [Amitie CREDIR amitie-credir.com]  
 その他スタイリスト私物/すべて税込



“ カジュアルな装いをどのシーンでも通用するスタイルにアップグレードしたい ”



20-21年秋冬コレクションは、西洋風のオリジナルパイルジャカードに、東洋のお守りや魔除けをイメージしたフリンジ装飾、ウールとジャージの大胆な切り替えデザインなど、異なる要素をドッキングすることで「旧居留地」の世界観を表現。オンラインで配信されたランウェイショーの会場は、箱根・芦ノ湖畔の名建築ホテル。

■若者へメッセージを。  
 どんなことでも、とにかく一生懸命やると。一生懸命やっていたら、応援してくれる人、手伝ってくれる人、共感してくれる人が必ず現れます。今の私を作ったのは、これを忠実に守ってきた結果だと思っています。

■今後の目標は？  
 毎シーズン、必ずファッション以外に自分が興味のあるもの、伝えたいことを盛り込んでコレクションを組み立てるのですが、20-21年秋冬シーズンは「旧居留地」をテーマに掲げました。この時代の建物や文化が誰にも知られずそこにあるより、もっと多くの人の目に触れて、後世に残していくことに貢献したくて。ファッションと社会を繋ぐ架け橋となるようなコレクションを発信していくことが、ベースマークのひとつの特徴になればいいなと思います。

■服作りのこだわりは？  
 ワークやミリタリー、ストリートなどカジュアルな装いをどのシーンでも通用するスタイルにアップグレードしたいと思い、紳士服や制服、冠婚葬祭で使われるウールギャバに目を付けました。例えば、トップスはTシャツ一枚でも、ウールのパンツを履けばきちんと見える。一方で、ウールのジャケットは羽織ってまかしくまり過ぎないように、異素材とミックスしてブルゾンっぽくしてみる。従来の堅苦しいウールのイメージを打破することで、新しいスタイルを生み出すのがベースマークのコンセプトです。同じ人の軸で、リゾートでも結婚式でも動ける幅を二つのブランドできちんと作っていきたいです。

あり、自分が見えるところで全部組み立てたいと相談して、17-18年秋冬シーズンからは東京発信に切り替えました。ただ、自分の中で英語とファッションで海外へ出るというテーマは変わらないので、今でも日本と海外同時にセールスをしています。

ファッションの裏技拝見

# TOKYO BRAND PICK UP

Vol.52

2014年にニューヨーク発信のジャパンブランドとしてデビューした「ベースマーク」。17-18年秋冬シーズンからは日本での展開もスタートし、現在も国内外で活躍中。8月末から開幕する東京コレクションを控える、デザイナーの金木志穂さんに会うためショールームを訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya Photo : Sakura Tsuchiya

ベースマーク  
**BASE MARK**  
 デザイナー 金木 志穂さん



【PROFILE】 金木 志穂 Shiho Kaneki 1982年、神奈川県茅ヶ崎市生まれ。2014年に「BASE MARK (ベースマーク)」をニューヨークでローンチ。2017年より東京を拠点にコレクションを発表。2019年「Tokyo新人デザイナーファッション大賞」プロ部門入賞。 <https://basemark.jp> @ basemark\_official

■ブランドを立ち上げるまでの道のりは？  
 就職活動の末、バタンナーアシスタントとして地元にあるOEMの会社に入社し、パターンやCAD、縫製を学ばせていただきました。それから転職して生産を担当、夜間学校にも通い、服飾の知識と経験を習得しました。その後、紹介を受けて企業ブランドの企画デザインに3年携わり、だんだんと自身のブランドを立ち上げたいと思い描くようになりました。ずっと勉強してきた英語とファッションを掛け合わせることで自分のテーマだったので、海外支店を多く持つタキヒヨーさんにお声がけして、NYから日本ブランドを発信したいと立ち上げたのが「ベースマーク」です。NYで2シーズン展開しましたが、日本とNYを何度も行き来していたことも

■ファッションに興味を持ったきっかけは？  
 三姉妹で育ち、母も洋服好きだったので、物心がついた時からファッションは身近にありました。中学三年生の頃、90年代のスーパーマデルブームをきっかけに『フィガロ』や『シユパール』などのモード誌を愛読するようになり、モデルを通してメゾン・ランバードにも興味を持つようになりました。高校に入ってから、ずっと貯めていたお小遣いを握って「ミュウミュウ」のミニールを一人で買いに行ったのを今でも覚えています。ただ、当時は着るのが好きで、ファッションの仕事に就きたいと思っただけで、ファッションの事に就きたいという海外へ行きたいという思いから英語の専門学校へ進学し、留学準備を進めていたのですが、英語だけ学んだ先に何ががあるんだろうかと思っ。職業として、英語と掛け合わせる自分の好きなことって何だろうと考えた時に、ようやくファッションと結び付いたんです。その後、FIT(ニューヨーク州立ファッション工科大学)を目指してNYへ留学。語学学校へ通いながらポートフォリオ用の作品制作や絵の勉強をして過ごし、結果3、4回受験したのですが受からなかったため、帰国して働く道を選びました。

ファッションの裏技拝見

# FEATURING A KEY PERSON

— Vol.20 —

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.20は、洗練されたデザインで幅広い年齢層に人気があるニューヨーク発のファッションブランド「セオリー」で働く一井晴日さんにインタビュー。ファーストリテイリングの傘下で展開するセオリーで、販売のスペシャリストとしてSFA（シニアファッションアドバイザー）の肩書をもつ一井さんに仕事への思いを聞いた。

Interview : Utako Amino Photo : Sakura Tsuchiya



洋服のことは、家族ぐるみで  
任せてもらえるような存在になりたい

セオリー シニアファッションアドバイザー 一井 晴日さん

【PROFILE】 一井 晴日 Haruka Ichii 2011年、株式会社リンク・セオリー・ジャパンに新卒入社し、「セオリーリュクス」神戸大丸店に勤務。2015年セオリーリュクス阪神梅田で店長就任。2021年セオリー銀座三越店SFA就任。

<https://www.theory.co.jp/> @theory\_jp

■一井さんの仕事内容を教えてください。  
現在シニアファッションアドバイザー（SFA）という今期からできた部署で働いています。SFAは全国で3名いて、私は銀座、日本橋と渋谷のエリアを担当しています。その中でも今は銀座三越の店頭へ集中的に立つて、来店頂くお客様に最高のおもてなしをするという仕事メインとなっています。お客様の「こういう商品があったらいいな」という声をリアルに聞くことができるので、そこを吸い上げて、来期の商品企画会議に参加することもあります。

■商品企画にも関わられるんですね。最高のおもてなしについて詳しく知りたいです。  
SFAはおお客様のパーソナルコーディネーターのような存在です。もちろんセオリーのお洋服を買いに来て下さっているというのは前提ですが、自社の製品だけではなく実際にお客様がすでに持っているお洋服から、バッグや靴なども含めてどうコーディネートしたら良いかまで提案します。セオリーの軸であるベシッククというところをいかにお客様色に着ていたどうか一つのアイテムでもこれだけ着回しが利きますよと、実際にイメージが湧くような伝え方を意識しながら接客しています。

■一井さんはその接客スキルをどうやって身につけたのですか。  
初めてお会いするときは、ちょっと特別感のある接客ができるように意識しています。接客を通じてお客様のクローゼットに何があるかは大把握しているの、「お客様のワードローブにはこれを足してもらおうと良い」と提案します。あとは、お客様から「色合わせの提案が新鮮」と言われたことがあります。カラーコーディネートなどの資格を持っているわけではないのですが、服や絵、花や家具などが好きなので、私が今までそれらを見てきた経験から、あまり思いつかないような色合わせを提案できることも強みになっています。

■そもそも、セオリーに就職した理由は？  
お洋服自体ももちろん好きですが、働くス

タッフの方々に魅力を感じたのが大きな理由です。セオリーはキャリアウーマンのかっこいい女性が着るイメージがありました。就職活動で合同説明会や店舗見学へ行った時に、実際に働いている方もかっこよく、セオリーが好きで生き生きと仕事をしている印象を受けました。自分も仕事をするようになった時に、セオリーでお客様と一緒に提案することをやっていきたいと思いました。

■一井さんが日々仕事をする上で心掛けていることは？  
アパレルのトレンド情報を取り入れることはもちろんですが、お客様の「ご要望を聞いた時にどうしても近い商品が自社になかった時、どこに行けばあるのかお伝えできるようにリサーチしています。たとえば百貨店で働いている時は同じフロア界限をチェックして、自社の商品も提案しつつ、よりお客様の要望に近いベストなアドバイスができるように他のお店の情報をお伝えすることもあります。あとは、レストランやデパートのいい場所など、お洋服以外の情報も取り入れていろいろな共通話題が持てるように心掛けています。



Theory 2021 AW

■コロナ禍で対面が難しい時も、SNSを使って直接お客様とやりとりしていたそうですね。  
セオリーは直接の対応をとても重要視しています。パーソナルスタイリストが「HERO」

というツールを使って、チャットでお客様に写真や動画でイメージを伝えるサービスをしています。今後はテレビ電話などでお客様と対面して提案できるのが一番理想ですが、今はチャット利用が多いので、文面ですべてお客様様のことを知れるか、どれだけ着回しができるか、ベストなコーディネートはどれなのかなどを簡潔にお伝えすることをずっと考えていきたいと思います。

■今後の目標は？  
現場でお客様に直接ご提案できることは大好きな仕事なので、そこを深めてもっとファンを作っていきたいです。今、セオリーだけでなくセオリーリュクスやメンズなどブランドを越えて担当できるようになったので、ご家族の背景やライフスタイルを把握しながら、お洋服に関しては家族ぐるみで私に任せてもらえるような存在になりたい。自分の技術に関しては、次のスタッフがどんどん育っていくように研修などにも関わっていったらいいなと思います。

■最後に読者へメッセージを。  
販売の仕事は日々いろいろな世代や職種の方との出会いが多くて、自分自身も刺激を受けて成長しているお仕事だと思っています。提案するだけでなく、ブランドによって数値的な目標などもあると思いますが、その目標に向かってチームで団結して達成していくやりがい、充実感もあり、楽しんで仕事ができるのでおすすめですよ。

## Mobility × Fashion

# 変わるモビリティ

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、公共交通機関での混雑を避ける動き、リモートによる外出の減少、デジタル化の加速にサステイナビリティへの意識も相まって、人々の移動手段も見直されている。私達のライフスタイルはどう変わっていくのか、また、アパレルはどう対応していくのか。今号のファッション力では進化するモビリティ事情取材した。

Text : Utako Amino Photo : Sakura Tsuchiya



今回注目のモビリティに試乗したのは杉野服飾大学3年生の倉崎月さん(右)と、2年生の横山羅生(らお)くん(左)。電動キックボードとe-BIKEで明治通りを颯爽と走り抜けました。

## KICKBOARD

### 所有から共有の時代へ、

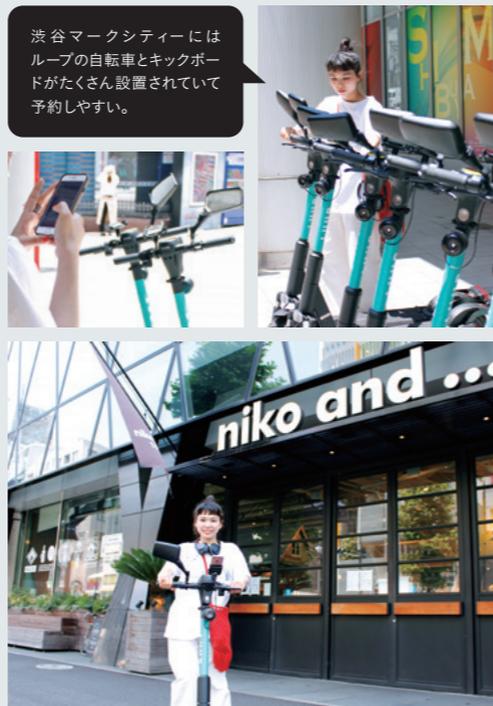
#### キックボードのシェアリングサービス「LUUP (ループ)」とアダストリアが資本提携

ファッション業界を代表するサステイナブルなブランド「ステラマッカートニー」が、電動キックボードのシェアサービス「ライム」とコラボし、オリジナルデザインのキックボードをパルク会場入り口に設置する取り組みを行ったのは2018年、19-20年秋冬発表時のこと。それから3年、既にミラノやパリでは気軽にレンタルできるようになっているが、日本でもじわじわとキックボードの利用者を見かけるようになってきた。「ニコアンド」や「ローリーズファーム」を展開する「アダストリア」は、電動キックボードをはじめとしたマイクロモビリティを開発する「ループ」と2021年6月に資本提携した。ループは渋谷や目黒を中心とした6区(渋谷区、目黒区、世田谷区、港区、新宿区、品川区)で自転車とキックボードのシェアリングサービスを提供している。アダストリアは協業開

始の第一弾として、ループを当日利用したことがわかるアプリの履歴を見れば「ニコアンドトーキョー」店内のカフェドリンクを半額で提供するサービスを8月末まで実施中だ。電動キックボードは日本の道路交通法上、原付と同じ扱いになるので運転免許証が必要なことや、安全面の問題など課題はあるが、ループは政府の特例措置の元でヘルメット着用が任意となったこともあり、服装に制限がなく近距離移動には最適。ファッションでも「エアークローゼット」が普及したように、移動手段も所有からシェアの時代へとシフトしていくか、今後の動きに注目したい。

#### niko and...TOKYO

東京都渋谷区神宮前6-12-20  
<https://www.nikoand.jp/tokyo/>  
 @nikoandtokyo



ループのアプリをダウンロードして、名前や免許などの情報を登録したら、いざ出発！ 葉月さんが渋谷のマークシティ前から明治神宮前のニコアンドトーキョーまで乗ってみました。初乗りは10分100円なので1~2km圏内でちょい乗りするなら便利そう。



MATE Xは9色、タイヤが少し細めのモデル「MATE CITY」は4色と、カラバリ豊富なのも人気の理由。



羅生くんが「MATE X」を試乗。4時間充電で80キロ走行できる。試乗したMATE Xの価格は33万円(税込)。定期代が必要なくなり憂鬱な満員電車とサヨナラできるのなら十分元は取れそう。様々なアクセサリパーツも購入できるので、オリジナルモデルにカスタマイズするのも◎。

## e-BIKE

### もう通勤で憂鬱にならない！

#### エコでオシャレなe-バイク「MATE. BIKE (メイトバイク)」

アフターコロナで自転車通勤の需要が急増している。「メイトバイク」はコペンハーゲン発の100%電気エネルギーを使用した折りたたみ式電動自転車で、世界初のフラッグシップショップを今年3月、東京・恵比寿に出店した。デンマークは排気ガスを減らす取り組みが進んでおり、人口の半数以上が自転車を利用する自転車大国。そのためメイトバイクは石畳の歩道にも対応できる太いタイヤとサスペンションを備え、電車に持ち運べる折りたたみ式、取り外して充電できるバッテリーなど様々な機能が満載だ。グリップパーツは日本のメーカー「SHIMANO」製なので、街の自転車屋さんで修理も可能。ファッションブランド「パーム・エンジェルズ」とのコラボモデルを発表したことも話題となり、今後も様々なコラボを企画しているという。「有難いことに売行きは好調で、インフラの変化を目の当た

りにしている」とは福井雄大代表取締役社長。街並みを見たり肌で四季を感じたりすることも気分転換になるし、電車通勤よりも気持ちが良いと電車から自転車通勤に切り替えた利用者の声も聞くという。「エコであることは当たり前時代、自転車は今よりも普及すれば交通ルールの意識や整備も進み、暮らしやすい未来になる。そんな未来を子供達に繋いでいけるように自転車の魅力を伝えたい」と今後の課題について話してくれた。混雑を避けて、余暇に健康に。リモートで運動不足になっている人にもおすすめしたい。

#### MATE. BIKE TOKYO

東京都渋谷区東3-25-7  
<https://mate-bike.jp/>  
 @matebikejapan



▼ BAG



## master-piece No.02922

ファッション性と機能性を併せ持ったバッグブランド「マスターピース」の自転車通勤用バッグを紹介。ショルダー部分は厚みのあるウレタン素材や通気性のあるメッシュ素材などを重ねた4層構造になっていて、身体への負担やストレスを軽減するように設計されている。さらに、ショルダーにアジャスターがついていて前

にずり落ちてこない機能も備わっている。裏地には通気性のあるメッシュ状の素材を使用し通気性を確保、ナイロン地には防水効果が長持ちする特殊透湿防水フィルムをラミネート加工するなど機能性も特化。上質素材とナイロン素材のコンビネーションでスーツスタイルにも合わせやすいデザインになっている。



バッグNo.02922 34100円(マスターピース)  
<http://master-piece.co.jp/> @ masterpiece\_japan

▼ BAG

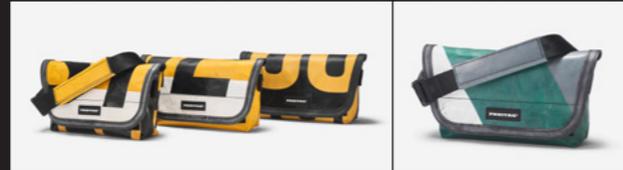
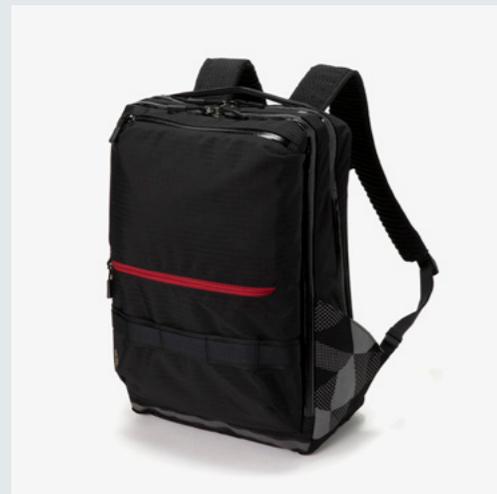


## ace. × narifuri Wrapack airV2 NF

1940年創業の日本のバッグメーカー「エース」が自転車に特化したファッションブランド「ナリフリ」と初コラボし、自転車通勤を快適にする“背中が涼しいビジネスリュック”を発売した。リュック背面が湾曲していて、そこにメッシュを張ることで背中にメッシュ部分が当たる「エアベンチレーション」を搭載。リュックと背中

の間に空気の通り道が確保されるため、背中の蒸れが軽減される仕組みだ。ほかにもドリンクなどを差し込めるサイドポケットには、夜間の視認性を向上させるリフレクターテープと同じく光を反射するナリフリオリジナルプリントの生地を使用するなど、自転車通勤を想定した機能やデザインが取り入れられている。

ラバックエアV2 NF 31900円(エース)  
<https://www.ace-dot.com> @ ace\_japan



## Sustainable × Fashion

### もっと交通手段を自転車に！ フライターグがバッグを無料で貸し出す取り組み実施

このほどスイス発のバッグブランド「フライターグ」はサステイナブルな循環を目指し移動手段として自転車を推進するため、メッセンジャー・ヒップバッグ「F153 JAMIE」を2週間無料で貸し出すキャンペーン「#ridewithfreitag」を実施した。自転車でのショートトリップに最適な小さなヒップバッグで、貴重品をさっと詰め込むことができる。本キャンペーンはすでに終了しているが、バッグが気になる人はSNSやウェブサイトをチェック。

<https://www.freitag.ch/ja> @ freitagtokyo

# Mobility × Fashion

モビリティが変われば、オシャレも変わる。  
 ここではサイクリングファッションを中心に注目アイテムを紹介。

▼ CLOTHES



## :CASE Ride Stretch Shirt

ファッションブランド「Name. (ネーム)」を運営するアイアムから、ディレクターの松坂生麻が総指揮を務める新ブランド「ケイス」がスタート。全方向の動きに対応するバックヨークによって、自転車を運転する時の前傾姿勢でもストレスを感じさせないこのアイテムは、通気性の良さを考え表地は少し厚めの生地、裏地はスト

レッチメッシュ生地を使用している。袖を捲ると出てくるラベルは、表にでているゴムに引っ掛けられるという、細かなディテールも気が利いている。シワになりにくい、手入れが簡単など、モバイル性(機動性・移動性)の高い男性をターゲットにしたブランドコンセプトならではの、デイリーに着まわせる逸品だ。

ライドストレッチシャツ 26400円(ケイス)  
<https://www.c-a-s-e.jp/> @ c\_a\_s\_e.official



▼ CLOTHES



## Rapha Men's Explore Lightweight Jacket

2004年ロンドンで創立し、上質なサイクリングウエアを生み出してきた「ラファ」から通勤時にも活躍する優れたアイテムを紹介する。突然の雨にも対応できる防雨性を備えた耐久撥水加工の軽量生地

で、使用しない時は小さく折り畳んでサイドポケットに収納可能。通気性の高いプロテクション性能により、風を通さないジャケットでありながら幅広い温度域に対応できる。インナーポケットのプルタブで、ジャケットをバイクやバックパックにぶら下げて持ち運ぶことも。余計なものを排除したミニマムなスタイリングは様々な場面で活躍しそうだ。

メンズエクスプロア ライトウェイトジャケット 16500円(ラファ)  
<https://www.rapha.cc/jp/> @ rapha\_japan



▼ CLOTHES



## narifuri × Lee Cycle Skinny Denim Pants

自転車に乗ることを想定しながら街に溶け込むデザインを両立させたファッションブランド「ナリフリ」から、アメリカのデニムメーカー「Lee (リー)」とのコラボデニムが登場。リーの定番スキニーシルエットをベースに、股上を通常よりも深くして前傾時の腰見えを防止、ウエストゴム

シャーリング、ヒップの2重補強など、細部を調整しながら自転車乗りのためのディテールが随所に取り込まれている。様々な機能を持ちながらも、膝から裾に向かってダーツを入れることでスキニーシルエットが崩れないようにデザインされているところもポイント。

サイクルスキニーデニムパンツ 23100円(ナリフリ)  
<https://www.narifuri.com/> @ narifuri\_japan





HERMÈS  
collaboration

2022  
SPRING &  
SUMMER

PARIS  
MEN'S  
COLLECTION

少数ながらフィジカルが復活



DIOR  
©DIOR



CASABLANCA



ISABEL MARANT  
©ILVA LIPKIN

新型コロナウイルスの影響で2021年春夏、21・22年秋冬のパリ・ファッションウィークはデジタル開催となった。今シーズンも厳しい状況が予想されたものの、ワクチン接種が順調に進んだ結果、予想以上に感染者数が減ったため、72ブランド中7ブランドが通常のファッションショー形式でコレクションを発表した。現地在住者を除けば、日本から向かったのは私だけ。通常のファッションウィークとは大きく異なるものだったが、それでも行って良かったと確信した。

ビッグモンでショー形式で発表したのは、「エルメス」と「ディオール」。エルメスはパリのテキスタイルの歴史を紡ぐモビリエ・ナシヨナルを舞台に、軽やかに上質なカジュアルスタイルを披露した。会場には5つのモニターが配置され、モデルが歩く様子が様々な角度から写し出される仕組み。舞台演出家のシリル・テラストによる演出で、生中継で世界へ配信されたというから凄い。もともと話題を集めそうなのは、底面がスケートボードになったビッグサイズのレザーバッグ（ポリッド）。全体的にはストリートの要素も加えたカジュアルな雰囲気が強く、ラグジュアリー概念が変化しつつあるのを改めて感じた。

ディオールはアメリカ・テキサスを主題にしたコレクション。何の脈絡もないように感じるが、創設者のムッシュ・ディオールは1947年にアメリカを訪れ、ウエスタン文化が色濃く残るテキサスに感化されたという。テキサス州出身のトラヴィス・スコットとのコラボレーションは、ディオールとアメリカを繋ぐ現代の象徴という位置付けなのだろう。ページュ、プダウン、乾いたピンクなどテキサスの大地を連想させるコレクションは、これまでのキム・ジョーンズが手がけた中でも有数のストリート色が強いもの。パンツは裾幅の広いフレアが中心で、メンズにもフレアの波が本格的に訪れそうだ。

ショーではなくパーティーでブランドの世界観を表現するブランドも目立った。パリの若手でもっとも勢いのある「カサブランカ」は、超高級ホテルのオテル・リッツ・パリで少人数を招いたラグジュアリーなパーティーを開催。今シーズンは富士山、卓球、暴走族など日本のモチーフが多く、ユーモアとラグジュアリーが同居したコレクションとなっている。

「イザベルマラン」は、ブルスにある旧証券取引所でピクニック形式のパーティーを開催した。80年代のパリとカリフォルニアやアウトドアの要素を融合させたコレクションは、非常に今っぽく80年代好きなら必見。若手だけでなくこうしたベテランのクリエイションに目を向けると視野が広がりますよ！

文／ファッションジャーナリスト 増田海治郎

アップサイクルクチュールに夢いっぱいのカラードレス  
クチュールの手技とリアルモードの共存

PARIS HAUTE COUTURE

2021-22 AUTUMN & WINTER



VALENTINO DES ATELIERS

courtesy of VALENTINO



MAISON MARGIELA



DIOR



VIKTOR & ROLF



BALENCIAGA



CHANEL

この秋、チャレンジしたいのがカラードレスです。アクセントにロング手袋や帽子を合わせ、ワシユなブーツを履くのが今年らしいおしゃれです。

**萩原輝美のワンポイントレッスン**

コロナ禍が続く中で、クチュールコレクションはメゾンの手技をシンプルにリアルアイテムに落とし込んでいる。一方、ファッションの夢や前向きな力を与えてくれる魅力あふれるコレクションが並びました。

コロナ禍が続く中で、クチュールコレクションはメゾンの手技をシンプルにリアルアイテムに落とし込んでいる。一方、ファッションの夢や前向きな力を与えてくれる魅力あふれるコレクションが並びました。

「ヴァレンティノ デアトリエ」は公式スケジュールが終わった後、ベネチアの水に浮かぶモニメントでコレクションを発表しました。白い柱の合間の客席に座るゲストたちのドレスコードは白。その前をカラードレスを着たモデルが歩きます。鮮やかな赤いサテンのバルンドレスに大きな羽の帽子からスタートし、グラフィカルプリントや象がんにスパンコール刺しゅうのコートやドレスが続きます。量感あるトップスにタイトなスカート、下から透ける素材のフュゾーを覗かせた同系色のレイヤードスタイルが新鮮です。

「メゾンマルジェラ」のアーティストザナルは、ジョン・ガリアーノのコメントから始まり1時間以上のロングムービーがデジタルで配信されました。タイトルは「ア・フォーク・ホラー・テール」。海辺の村にまつわる時代の移り変わりをドラマチックに描いています。80年代にマルジェラが発表した解体し構築されたディテールをベースに最近のアシメトリの量感も加わります。

「シャネル」はモード美術館ガリアーノ宮の中庭で、小規模なショーを開きました。クチュール技で仕上げるバラのモチーフや刺しゅうは、印象派の絵画のように繊細に表現されています。ツイードにはラメやリボンが華やかさを添えています。ミドルフトップやミニスカートなどシンプルなアイテムに落とし込んでいます。

「ディオール」はロタン美術館の特設会場を全長40メートルのインド刺しゅうの壁

「ヴィクター&ロルフ」は「ザ・ニュー・ロイヤルズ」をテーマにすべての女性をクイーンに仕立てあげました。斜めがけした大きなリボンにはユーモアたっぷりのメッセージが書かれています。ドレスやコートには手のひらほどあるスワロスキーが付けられています。すべてデッドストックや傷物のB品だそう。ピンテージ感溢れる1点ものドレスは、アップサイクルクチュールです。

2021-22年秋冬オートクチュールコレクションです。今シーズンは協会の正式スケジュールで発表する33ブランドのうち6ブランドのみがフィジカルなショーを開催しました。クリストバル・バレンシアガがメゾンを閉じた1967年以来初めて、デムナ・ヴァザリアによるクチュールコレクションを発表した「バレンシアガ」と阿部千登勢がデザインする「ゴルチエパリアバイサイカイ」が話題です。

バレンシアガがクリストバル以外のデザイナーでクチュールコレクションを発表するのは今回が初めてです。クチュリエとして数々のアイコンを残している老舗メゾン。デムナはそのアイコンであるエレガンスドレスにフラスナーやドット紐を使いリアルなドレスに仕上げました。デムナらしい襟を抜く着こなしも、素肌に纏うウエストを絞ったシルエットには効果的にエレガントです。50年代を感じさせる大きな半球の帽子やロングクロップがアクセントになっています。

# GAULTIER PARIS BY sacai

2021-22 AUTUMN&WINTER HAUTE COUTURE COLLECTION



DESIGNER

阿部 千登勢 Chitose Abe (写真左)

岐阜県に生まれる。専門学校を卒業後、数社でパタンナーや企画を担当。

1999年 sacai設立。5型のコレクションでウイメンズブランドsacaiスタート。

2006年 メンズコレクションスタート。

2011年 パリにてウイメンズのコレクションデビュー

2021年 ゴルチエ パリ バイ サカイでコレクションに参加

Instagram: @sacaiofficial

TEXT

萩原輝美 Terumi Hagiwara (写真右)

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。

Instagram: @hagiwaraterumi

Instagram: @ten\_official



## ゴルチエと 阿部千登勢の ハイブリッドが 生み出した モダンクチュール

2020年1月にジャン・ポール・ゴルチエが突然の引退宣言、最後のゴルチエ・パリのクチュールコレクションはパリのシャトレ劇場で盛大に披露されました。その数日後、ゴルチエ・パリは毎シーズン、ゲストデザイナーを招いてショーを開くことを発表、その第1回目に「sacai (サカイ)」の阿部千登勢さんが選ばれました。コレクションは1年延期となり今シーズン発表、パリから戻った阿部千登勢さんに話を聞きました。

**Q**.. 昨年7月の発表に向けてクリエイションをしていましたが2シーズンも伸び、その中で精神的なストレスはありましたか？

**A**.. 準備期間が延びたことで4回パリに行きアトリエにこもって作業をしました。延びるたびに、まだこうしたいとかいろいろ欲が出てきて最後まで作品作りに挑んだので、その分満足できるものに仕上がっています。(帰国後の2週間隔離生活は大変でした。)

**Q**.. どういう経緯でアプローチがあったのですか？

**A**.. 2019年の秋に「コンタクト」があり、ゴルチエ社のキッチンスペースで彼が好きなおケーキをいただきながら雑談し、今回のプロジェクトを打診されました。

**Q**.. 返事は？

**A**.. 即答でした。いつもは慎重な性格ですがこの時は迷いませんでした。

**Q**.. クチュールという服作りで魅力に感じたことは？

**A**.. 量産するプレタとは違うメソンの技法にはいろいろ驚かされましたが、それを使いながらサカイに仕上げることはすごく楽しかったです。

**Q**.. ゴルチエさんはどう関わったのですか？

**A**.. 作業が始まってからは何も言わず、自由にクリエイションさせてもらいました。学生の頃から、彼の仕事をリスペクトしていましたが、既成概念にとらわれずクリエイションするところは共感しています。

コレクションのファーストルックは、ゴルチエのアイコンであるゴーンブラにピンストライプのコレットを重ね、サカイらしいバイアス

布が揺れるドレスを登場させました。タトゥープリントのボディースーツを重ねていくたわみドレス、ローゲージニットのパーツをパッチワークしたルックはまさにサカイです。お気に入りにはプリンジというほいのニットのロングドレス、バイカーブーツと合わせて着たいアイテムです。布帛とニット、異素材を組み合わせたハイブリッドテキストに遊びやひねりを加えて、リアルな女性をイメージしてデザインするのがサカイの魅力です。ゴルチエのバリシットは、サカイによる解体して再構築するアプローチで最上のリアルモードに変換されました。デニムを解体して繋げたアップサイクルドレスにはネックレスを何連にも重ねニードフォームに変身させています。サカイらしいフェミニンさが覗きます。ゴルチエが得意なマリナーボーダーは、サテンやチュールを繊細に重ねてテクニクのニードハイブーツと合わせ、クチュールテクニクとパンキッシュな気分を自乗で楽しめるルックに仕上げられています。トレンドコートは大きなケープドレスになり、バルーンシルエットのM.A.I.はビュステイドレスと合わせ、サカイのフィールドをぐっと広げたリアルクチュールが誕生しました。

最後に「10年後は何をしたいですか」の質問には「先のこと今は考えられません」という軽やかな返事。聞けば、来年はもちろんこの先のコラボも企画中とのこと。サカイの爆進は続きそうです。

### インタビューを終えて

デビュー当時は、ファッションショーには興味がないと言っていた千登勢さんですが、10年前、満を持してパリでコレクションデビュー。今や、世界中に注目されるデザイナーになりました。素顔は良い意味でミスターなチャーミングな女性。自称、負けず嫌いの性格でしっかり前進しています。どうぞ、持ち前のしなやかさで楽しいクリエイションを見せ続けてください。



# FASHION IN JAPAN 1945-2020

9/6まで  
開催

会期 : 2021年6月9日(水)～9月6日(月)  
 休館日 : 毎週火曜日  
 会場 : 国立新美術館 企画展示室1E  
 東京都港区六本木7-22-2  
 開館時間 : 10:00～18:00  
 ※毎週金・土曜日は20:00まで。 ※入場は開館の30分前まで。  
 (閉館時間に変更になる場合があります。)  
 入場料 : 一般 1700円/大学生 1200円 ※事前予約制(日時指定券)  
 公式HP : <https://fj2020.jp>



## FASHION IN JAPAN in島根県立石見美術館

「FASHION IN JAPAN」は、東京展に先がけ、3月20日～5月16日まで、島根県立石見美術館からスタートした。石見美術館は森英恵氏(島根県出身)のドレスも所蔵、ファッションという概念を広く捉え作品を収集している。島根県益田市有明町5-15  
 公式HP : <http://www.grantoit.jp/museum>

# 始まりは 服づくりから

## 「ファッション イン ジャパン 1945-2020 流行と社会」にみる日本の洋装文化

国立新美術館で開催中の「ファッション イン ジャパン 1945-2020 流行と社会」に杉野学園から創立者・杉野芳子の作品や当時の貴重な映像、写真、教科書などを出品しています。戦後洋裁ブームの到来とともに洋装が広がっていった様子を、写真や映像、雑誌、広告などメディアが作った流行と社会的背景に注目して探っていきましょう。

Text&Photo : Chiaki Kimura



杉野芳子(1892-1978) : 1913～1920年ニューヨークへ遊学。洋装の知識やセンス、洋裁技術を身につけて帰国。日本の洋装の普及・定着と、服飾技術修得による女性の自立を目指し、1926年にドレスメーカー女学院(現ドレスメーカー学院)を創設、ドレメ式原型による服飾教育を展開した。1950年代後半には、卒業生が設立した系列校が全国で700校を超えた。

## 1960s

### 「作る」から「買う」時代へ

1964年東京オリンピックを機にカラーテレビの普及が進み、テレビが大きな影響力を持つようになる。既製の大量生産が可能になり、洋服は仕立てるものから購入するものへと変化した。欧米の若者文化が日本にも流入し、ミニスカートや濃いアイメイクなどが流行、未成熟な女性の魅力が強調された。若い男性の間にはアメリカの大学生を模した「アイビー」スタイルが広がった。



美意識や価値観も変えた、レナウンのテレビCM「イエイエ」や資生堂のポスター。

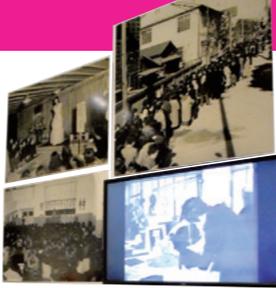
## 1945-1950s

### 戦後、洋裁ブームの到来

終戦後、物資が少ない状況下で着物や限られた物資を材料に、人々は更生服やもんぺを作った。そして、家族のために、また戦争で大黒柱を失った生活の糧に、洋裁学校で習うことが流行する。そこに学んだ女性たちは、作り手が掲載された洋裁雑誌やスタイルブックなどを参考にして、工夫して作るようになる。こうして全国に広がった洋裁ブームは日本に洋服の普及を決定づけたのだ。



1.ドレスメーカー学院当時の映像と写真 2.ドレスメーカー学院入学案内・テキスト 3.スタイルブック/ドレスメーカーキング他



1.ドレスメーカー学院当時の映像と写真 2.ドレスメーカー学院入学案内・テキスト 3.スタイルブック/ドレスメーカーキング他

## 1920s-1945

### 和装から洋装へ

明治期には近代化政策で洋装が取り入れられたが、まだ和服を着る人が多かった。1920年代、街には「モダンガール」が現れる。戦時中は国民服が制定され、女性にも婦人標準服が定められたが、実際に普及したのはもんだだった。杉野芳子も学院の標準服を作成している。



中原淳一のイラストを表紙にした雑誌は少女たちにおしゃれを楽しむ夢を与えた。

## プロローグ

### What's FASHION IN JAPAN

「ファッション イン ジャパン」は、戦後の日本ファッション史をたどる世界初の大規模な展覧会として、昨年のオリンピック開催に合わせて企画されたものです。新型コロナウイルスの影響で一年の延期を余儀なくされ、今年5月に島根県立石見美術館での開催を好評のうちに終えて、ついに東京の開催となりました。ファッションは時代のムードを伝える媒体であり、個人を表現する手段でもあります。社会の動きと切り離して考えることはできません。この展覧会は、衣服やアイデアを創り出すデザイナーたち、つまり「作り手」と、衣服を着て時代の動向を生み出す消費者たち「受け手」、その両サイドの視点から構成されています。日本の洋装普及は戦後から始まったと言っても過言ではないでしょう。杉野芳子のみならず、戦後洋裁ブームの時代に、デザイナーとして教育者としてプロデューサーとして、正しい洋服のあり方を伝え続けた先人たちに敬意を持たずにいられません。また、生活も不安定な戦後の時代に必死に技術を習得し、家族のために洋服を作っていた女性たちはまさしく洋装の歴史の一端を担ったのです。そこから洋裁文化が花開き、時代ごとに変化を遂げていきます。その時代らしさが、衣服だけでなく関連資料や写真、映像、雑誌、広告などメディアとともに体感できます。そして、社会と生活環境の激変を世界中が体験している今、衣服はどのように変化していくのか、ファッションがどうあるべきかを再考することを投げかけています。

## 2020s



### 未来へ向けられたファッション

SNSが幅広く浸透し、都心と地方、そして日本と世界各国の距離が縮まり、誰もが発信・受信できるようになる。ウェブで服を簡単に購入できるようになり消費サイクルも加速するが、2020年に新型コロナウイルスが全世界で流行し、これまでに経験のない事態に陥っている。今こそ私たちの暮らしとファッションの関係を改めて見つめ直す必要に迫られているのではないかと。独自性が評価されてきた日本のファッションは、これからの未来に何を示すことができるのだろうか、との展覧会は問いかけている。

## 2010s

### 「いいね」から生まれる多様な価値観 「もの」より「こと」を重視する社会へ

2011年3月11日に東日本大震災、福島第一原発事故が発生。景気も落ち込み、「サステイナブル(持続可能)」な社会を目指す世の中になった。「くらし系」と呼ばれるライフスタイルや、シンプルなファッション「ノームコア」が登場。ファストファッションは存在感を増し、リラックスムードのスタイルが主流となる。SNSでのやりとりが定着し、「いいね」と共感を呼ぶ小さな動向が在在するという状況が生じた。



制服から着想を得るデザイナーも登場。生活とモードが近づいてくる。

## 2000s

### インターネットで繋がる社会と 世界に飛躍した「Kawaii」

ストリートの動向がデザイナーたちの着想源となり、日本発のファッションが「Kawaii」カルチャーとして世界でも認識された。ビジュアル系バンドが牽引した「ゴシック系」や「ロリータ」など、西洋にルーツがあるファッションを独自に解釈したスタイルや、モチを意識した服装が流行。また、長引く不況の影響もあり、安価なファストファッションが普及。



ユニクロのヒートテックやソマルタの無縫製ニットなど技術の革新も。

## 1990s

### 渋谷・原宿から 発信された新たなファッション

バブル崩壊後は「街」から流行が生まれた。「裏原系」や、女子高生ブーム、「渋谷系」など、若者たちが主体となって新たなファッションを発信。ストリートスナップ専門誌やコギャル向けなど、ターゲットを絞った誌面を通じて影響力を持ち、ファッションリーダーとなっていった。



ストリートスナップ誌に掲載されるのを待つように若者がたむろした。

## 1980s

### DCブランドの 隆盛とバブルの時代

80年代は日本の経済成長が頂点を極め、「感性の時代」といわれた。デザイナーの個性を打ち出したDCブランドブームに加え、スポーツウエアやボディコンシルエットも流行。低価格で高品質を追求するブランドも登場した。85年には東京コレクションが開催される。



自己表現をしたい若者が発信。「竹の子族」などの社会現象となる。

## 1970s

### カジュアルウエアの 広がりや価値観の多様化、 個性豊かな日本人デザイナーの躍進

景気が上向きになるとアパレルメーカーの市場が拡大し、若手日本人デザイナーたちも海外コレクションに参加して世界で活躍する。東京では、気鋭のデザイナーたちが「フォークロア」や「ユニセックス」など、個人の生き方を反映する多様な装いを発信。原宿は若者の街へと変貌し、「アンアン」などの雑誌も創刊された。



メディアによる広報戦略が進化。PARCOがポスターで革新的なメッセージを発信。

# 「ファッション甲子園」

初挑戦!!

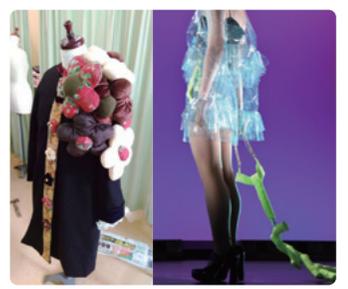
高校生のページ第31弾は、「ファッション甲子園」最終審査に臨む  
神奈川県立神奈川総合高等学校取材しました。



小林小春さん  
(デザイナー・制作)

関 胡乃歌さん  
(モデル)

## 小林さんデザインの作品



写真左は1年生の時の文化祭ファッションショー、  
右は2年生の春コレクション

## 入選したデザイン画



テーマ：花売り

## 「ファッション甲子園」とは...

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」は、服飾系の高校に限らず日本中の高校生が毎年暑い闘いを繰り広げています。昨年はコロナの影響で中止でしたが、第20回となる今年は開催が決定。5月21日に第一次審査が行われ、全国35都道府県95校1,299チーム2,248点のデザイン画の応募の中から、34作品(25都道府県30校34点)の入選が決まりました。入選チーム(デザイナー・モデル・教員のチームで参加)は8月22日の最終審査会に向けて制作中。ただし、コロナ終息が見えない状況下、青森県弘前市でのショー形式の最終審査会は見送られ、各チームが「完成衣装・動画・写真」を提出する形式に変更になりました。審査会是非公開ですが、結果発表は出場全チームをリモートでつないでライブ配信されます！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・青森県弘前市アパレル工業会・青森県・弘前市

**デザイン部の活動は?**  
小林..基本みんな自由に好きなことをやってますが、秋の文化祭ファッションショーと春コレクションはメインイベントです。今年も秋の文化祭目指して動き出しています。私は音楽と構成を担当、胡乃歌も構成です。作品制作に取り掛かるのはファッション甲子園が終わってからですね。一年生はもう作り始めています。(家庭科室、一年生が取材横でパターンを引いていました。)



**入選した作品について教えてください!**  
小林..テーマは「花売り」です。実はこのデザインは2年前くらいに考えたものなんです。ダウンにビニール素材で生花を入れるスペースを作り、体中に花を挿してその花を売るという「花売り」です。上下のダウン素材も綿を入れて作っています。試作が済んで、実物の生地で縫い始めました。7月中には仕上げないと!

関..今年は開催されることになりましたが、コロナの状況も落ち着かず、青森での最終審査は実施されないうちになっちゃいました。残念です。  
小林..作品は動画と写真を撮影して、8月10日までに完成作品と共に送らなければならぬので、夏休み返上です。やるからには優勝したいし、頑張ります!

**神奈川総合高校として初の入選だと聞きましたが、応募したきっかけは?**  
小林..私達はデザイン部なので、ファッション甲子園のことは知っていました。高校生活最後だし、締め切り間際に二人で「出そうか!」って言って7枚応募しました。  
関..小春の作品が入選し、私がモデルを務めることになりました。制作は小春が頑張っています。私はほんの少し手伝うくらい。今、デザイン部のモデル経験者からアドバイスを受けながらウォーキングの練習をしています。

## 年2回学校をあげて行われるトレスコートの日

先日行われたテーマは「和装」浴衣で登校しました。



**神奈川総合高校は私服の日ですか?**  
関..はい。私服通学は嬉しいけど、モチベーションの波があります。おしゃべりしたい時は頑張りますが、やる気が出ない日は運動着です(笑)。学校全体でドレスコード的なテーマを決めて登校する日があるんです。自由参加ですが、そういう日は楽しんでやります。  
小林..私は、その日の気分が好きなのを着ているかな、あまり意識してないかも(笑)。

**二人の将来の夢は?**  
小林..ファッションデザイナーかな。舞台衣装や芸術作品のような服を作りたい。布に限らず、ガラスや金属、3Dプリンターを使ったり、動物や魚を入れてみたり、いろいろなもので服を作ってみています。服飾というより美術に興味があるのかも。漠然とですが、美術関係の仕事もやってみたいですね。ふたつファッション雑誌はあまり見ないけど、美術館や舞台衣装などはよく観て刺激を受けています。  
関..私は、中学生の時に理科が好きで興味を持ったのですが、電気や機械に関する仕事がいいと思っています。もちろんファッションは楽しいし、いろいろなテイストが好きです。雑誌やインスタなどもよく見て参考にします。コーディネートする時は自分の体型に合うかとか、アクセサリと合うかなどのバランスは気にしています。

© kanasoh\_dezabu



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SNS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



点物のクラフトマンシップなアイテム、職人さんによる手の込んだアイテム(写真上)を好むといった傾向があります。またもう一つの共通点がありました。それは③アンチ・ブランドロゴ。「ブランドネームがTシャツに胸に書かれたアイテムは着ますか...?」って投げかけた質問に対してほとんどの人が食い気味に「着ません!」と言っていたのがとても印象的でした。彼女たちはデザイナーのクリエイションに対するリスペクトで服を買っているのであり、「有名だからという安心感(=ロゴT)」を得たくて服を着ていない。その食い気味な回答具合に、ファッションの担い手である所以を改めて感じました。ちなみに、私が一番「東京お洒落大人女子」だと思う人FUMIKA UCHIDAのデザイナーであるふみかさん(写真右)が言った明言は「『安心感』が一番苦手です。」です。しびれる...! 東京大人お洒落女子をリサーチするに、興味深い特徴が浮かび上がってきているのですが、ページの都合で後ろ髪引かれる思いでとりあえず今日はこの辺で。また次回お会いしましょう、チャオ!

シトウレイYouTubeチャンネル開設 #シトウレイ #reishito.

## お洒落大人女子最新傾向2021

シトウレイです、こんにちは!  
今回は「東京お洒落大人女子」の中でもトレンドを牽引する側の女性についてリサーチ&インタビューを敢行しました。彼女たちのスタイル&今の気分を紐解いていく中で見てきた、東京お洒落大人女子の「今」と、トレンドを掴む上では欠かせない「半歩先の気分」。今回はそういったことをお届け出来ればと思います。  
まず、彼女たちのファッションを分析する前に、彼女達が目指す女性像は①媚びない、そして自立しているということ。「私の道は私が決める」といったマインドの自分軸を持った強い女性像。故に「モテ」や「愛され」、「世間体」といった他者基軸で服を選んでいない、ということ。そんなマインドだからこそ、自分自身の(オンリーワンな)価値観を重視した服選びをしています。彼女たちを語る上で一番ベースになるのはこのマインド(ここ重要)!このマインドから派生して、洋服に落とし込まれた際には②ビンテージだったり、インディアンジュエリーなどの一



©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40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。

## ブライス・スピリット ～夫をシェアしたくはありません！～

1930年代のエレガントな英国ファッションを学ぶにはぴったり！おまけにアールデコ様式の豪邸にインテリア、食器に小物とスクリーンに映るもの全てがレトロで可愛い。アンティーク感がキュー詰めめ楽しさです。

作家のチャールズはスランプの真っ只中。ハリウッドデビューを賭けた映画の脚本も全然書けない進まない。これじゃダメだと霊媒師のマダムに事故死した最初の妻エルヴィラを呼び出してもらうことに。実は、過去のベストセラー小説はどれも彼女のアイデア。言われるまま書いていただけだったのです。すると突然、エルヴィラが現れ「アタシって、幽霊?! うっそー」と驚き、チャールズも「僕にしか見えない?!」と、ハブニング続出。相変わらずセクシーだけど昔の気分が誘惑するし新しい妻ルースには嫉妬するし・・・ってことで見所は美男美女の「しょーもない三角関係バトル」と、エルヴィラの衣装。登場のたびに赤と黒をメインにしたブラウスやドレスでキャラを表現。ほんとにカッコいい！ルースや他のレディーたちはソフトなパステル系なので差別化大成功です。

本作の原案はノエル・カワードの戯曲「陽気な幽霊」。彼は1920～40年代に俳優、作家、脚本、作曲家、歌手、監督などオールジャンルで活躍した天才。ファッションアイコンとしても有名で、寝巻きだったガウンをジャケット風にはおる「ドレッシング・ガウン」を最初に披露したセレブ。映画の中でもチャーリーが、それ、やっています。



9月10日(金) TOHOシネマズ シャンテほか全国ロードショー ©BLITHE SPIRIT PRODUCTIONS LTD 2020

いいね! ★★

## リル・バック ストリートから世界へ

貧困地区で育った黒人の子供たちにとって、差別や偏見が消えたわけではないけれど、才能と運と努力があれば、夢は実現する！と証明したリル・バック。彼が世界的なダンサーになるまでのドキュメンタリーです。

犯罪多発地区メンフィスで生まれ育ち、ストリート・ダンス「ジューキン」を見事な「足さばき」と柔らかさで披露する少年時代から、クラシック・バレエと融合させて名曲「白鳥」を踊るステージなど、どこもかしこもアーカイブ的映像だらけです。「俺たちは人殺しになるよりダンスがしたい!」「ジューキンがあったから刑務所に行かずに済んだ」と語るリル・バック。なので、ヒップホップの歴史と重なります。音楽しかり。ファッションしかり。子供の頃はビッグT、ダボパンかジーンズ、カラフルなスニーカーと自前の私物でパフォーマンス。大人になるとモノトーンですっきり。昔から細身に贅肉皆無のリル・バック。勝負服は黒のボタングウンとブラックジーンズでピシッ。ダンス映えと言うか、服に逃げてないって潔し。今や唯一無二のダンサーとしてマドンナ、「ルイヴィトン」「シャネル」「ヴェルサーチェ」・・・などなど驚異のコラボはエンドレス。と同時に近所の子供たちにとっては教え上手のダンス教師。愛され慕われています。



8月20日(金)よりヒューマントラストシネマ渋谷、新宿シネマカリテ、アップリンク吉祥寺他全国順次公開 ©2020-LECHINSKI-MACHINE MOLLE-CRATEN "JAI" ARMMER JR-CHARLES RILEY

一食抜いても是非! ★★★



# 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(ビームスディレクターズルーム)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



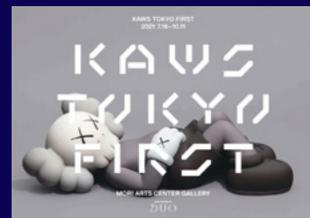
DJ KAWASAKI: DJ、リミキサー、サウンド・プロデューサー、作曲家。DJ活動と並行して2000年頃より音楽制作を本格的にスタート。2005年、12インチ・シングル「BLAZIN」でワールドワイド・デビューを果たし、翌年アルバム『Beautiful』をリリースした。2018年には自身のレーベル「KAWASAKI RECORDS」を設立。6月30日にアルバム『ONE WORLD』を発表した。

## DJスタイルと地続きであることの説得力

音楽におけるテクノロジーの進化の歴史をたどると、シンセサイザーやドラムマシンの登場、サンプリングマシンの開発、そしてコンピューターの導入などが表現、制作に大きな影響を及ぼしたことがわかる。とりわけ、ダンスミュージック、クラブミュージックは、テクノロジーの発達とは切っても切れない部分が少なからずあるといえるだろう。最初期のハウスミュージックは、現場の要請とテクノロジーが結びついたクラブ発の音楽であり、「DJが現場で自らプレイしたい曲」だった。先ごろリリースされたDJ KAWASAKIのアルバム『ONE WORLD』

は、全編にわたりディスコプレイヤーが感じられる作品で、いわゆる「打ち込み」は一切なし。生演奏による有機的なグルーブが素晴らしい内容なのだが、これは近年の彼のDJスタイルと地続きで、まさに「DJが現場で自らプレイしたい曲」といった面持ちだ。それゆえ、楽曲に説得力がある。オリジナルのフルアルバムとしては約11年ぶりとなる本作。楽曲を聴いて気に入ったなら、ぜひ彼のDJプレイも体験していただきたい。DJ時にセレクトされるさまざまな楽曲が『ONE WORLD』の養分となっていることがわかり、ますますアルバムを好きになるに違いないからだ。

## TOPIC 2 / 見逃せない注目の展覧会



### KAWS TOKYO FIRST

今や時代を象徴するアーティストとして、あらゆるアートジャンルの垣根を越えて活躍の場を広げるKAWS。グラフィティ、絵画、産業デザインはもろろん、有名ブランドデザイナーとのプロダクトコラボレーションを通じて若い世代を中心に幅広い人気を誇る一方、近年はファインアートの世界でも揺るぎない地位を確立している。本展ではユニークな芸術制作の軌跡や美術史的意義をたどる。

2021年7月16日(金)～10月11日(月) 休展日: 8月5日(木) 開館時間: 10:00～20:00(最終入館 19:30)、9月9日(木)は17:00まで  
入場料: 一般・平日2500円ほか(日時指定制) ※詳細は公式サイトホームページ(www.kaws-tokyo-first.jp)をご確認ください。  
会場: 森アーツセンターギャラリー 六本木ヒルズ森タワー52階



### ひびのこづえ展 森に棲む服 / forest closet

コスチューム・アーティストとして30年以上第一線で活躍するひびのこづえ。演劇やダンス、映画、テレビなど多くの分野で数々の作品を制作しているなかでも、野田秀樹演出の舞台衣装やNHK Eテレ「にほんごであそぼ」の衣装、セットデザインはよく知られている。本展覧会では代表的な衣装や新作、不思議な衣装をまとめたダンサーたちによるパフォーマンスなどにより、ひびのこづえの作品世界の全貌を紹介する。

2021年9月10日(金)～2021年10月10日(日) 会期中無休 開館時間: 10:00～20:00  
入場料: 一般1300円/大学生・高校生800円/中学生以下無料  
会場: そごう美術館 神奈川県横浜市西区南島2-18-1 そごう横浜店6階 Tel: 045-465-5515

※変更の可能性もありますので、ホームページで必ずチェックしてください。

## TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



著者: ローラン・アレン＝キャロン  
翻訳: 岡 フリオ 朋子 発行所: アンドエト 3080円

### 評伝 カール・ラガーフェルド

「シャネル」「フェンディ」のヘッドデザイナーとして一世を風靡したカール・ラガーフェルドの謎に包まれた人生が、イヴ・サンローランとの確執の真相やアンディ・ウォーホルとの交流、スーパーモデルの先駆けイネス・ド・ラ・フレサンジュとの蜜月などとともに語られる。唯一無二の天才デザイナーが愛したものの、その人生におきた出来事を紐解くとき、謎に包まれていたカールの人生哲学がみえてくる。



著者: ニコラス・スミス  
翻訳: 中山 有 発行所: フィルムアート社 2200円

### スニーカーの文化史

いかにスニーカーはポップカルチャーのアイコンとなったか  
スニーカーはスポーツ、ファッション、消費文化、音楽、セレブ、広告、グローバル化の発展に重要な役割を果たしてきた。スニーカーの誕生から現代までの180年に及ぶ壮大な歴史を丁寧に紐解くと同時に、スポーツやストリートのポップカルチャーの中にスニーカーがどのように浸透し、現在の巨大産業になり得たのかを解説する。



PRESENT 「ひびのこづえ展 森に棲む服 / forest closet」の展覧会チケットを10組20名様にごプレゼント! ①メールの件名に「ファッションvol.52 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10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

August 2021  
2021年8月20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:https://www.sugino.ac.jp

**COVER**

**Photography** : Akiyoshi Taniwaki (Lifo)  
**Styling** : Tomoka Hishi  
**Hair** : Aso Yuma (mille management inc.)  
**Make-up** : Rino Ujikawa (mille management inc.)  
**Model** : Kanon Hara (mille management inc.)  
**Project** : ASSEM