

ファッション  
ashion

RYOKU

学生が注目する日本ブランド

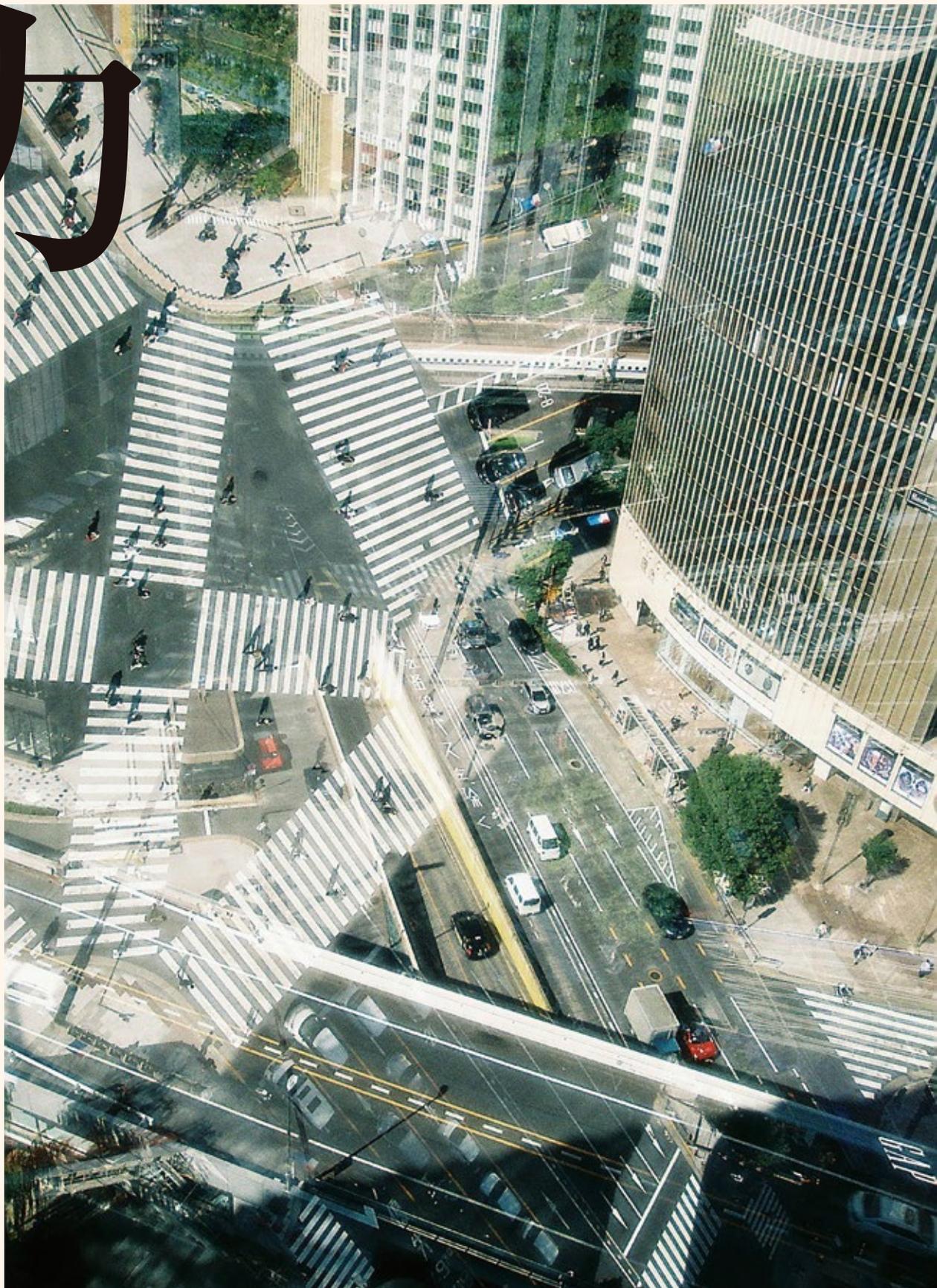
TOKYO  
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

amok

大嶋祐輝さん

November 2022 Vol.57





注目クリエイターによる  
撮り下ろしビジュアル

# N<sub>EW</sub>

**HOT CREATOR**

Photography : Aki Takayama @ aki\_takayama

FILE:020

フォトグラファー  
**孝山アキ**

大阪府出身。  
上京後、写真家として主にファッションフォトや  
ポートレート撮影などで活動中。  
2022年、「第50回公益社団法人日本広告写真家  
協会公募展 (APA AWARD 2022)」入選。

×

## ワードローブ

そのシーズンが持つ都市の  
シルエット、トーン、彩り。  
感覚が反応したものをただひ  
たすらに収集して、選んで、  
その素材を自分なりに構築す  
る。



“ 音楽やアートのように「残る服」を作っていきたい ”



1. 古着を使ったアートピースを生み出すアーティストKOTA KAWAI (コウタカワイ)とのコラボレーションチェアとMA-1 (右ページ写真)。 2. ハンドペイントを施したトロンプリュウ (だまし絵)のスカジャンは、遠くから見るとGジャンのように見える。 3. 着るのに少し抵抗がある骨柄は、amokらしいカラーリングとニット表現でポップに仕上げた。 4. 毎シーズン登場するステッチシリーズは、縫い目に見立てた波線をくり抜き、裏からテープで補強する新しいステッチのアプローチ。

■若者へメッセージを。  
困難を乗り越えた先の美しい景色を想像しながら、目標へと突き進んでほしいです。ダメだったとしても、その過程や努力は違う形で必ず自分に返ってきます。当初の目標よりいいものが返ってくることもあると思います。

■今後の目標は？  
国内の卸先をもっと増やして、ビジネスの基盤をしっかり築いていくこと。国内で売れることが、海外につながると思っています。また近年、ルックブックの作り込みに力を入れてきてすごく好評だったので、今のamokだからこそできる見せ方、ランウェイやインスタレーションなど、枠にとられない新しい表現方法を見つけないです。

■ブランドのこだわりは？  
時代をまたいで新しい技術を追求すること。長い歴史の中で何万通りのファッションが作られてきたと思うけど、視点を変えればまだまだ違う作り方はあると思うんです。職人さんと模索しながら、その可能性にアプローチしていくのがamokの服作りです。あとは、僕がそうだったように、誰かのファッションに興味を持つ「きっかけ」に、自分自身がならないといけないなと思っています。アパレルには流行というサイクルがあるから、芸術とは切り離されているけど、そこに惹かれていいるからこそ、音楽やアート作品のように「残る服」を作っていきたいんです。例えば職人さんがハンドペイントで描く作業はアートになり得るし、一点一点の重みを大事にしていきたいです。

その後も何度かパターンを引きに行つて、そのシーズンのコレクション発表日に名刺をもらい就職が決まりました。それからアンリアルレイジがパリに行くまでチーフパタンナーとして任せてもらい、寝る間も惜しむ猛勉強の日々でしたが、すごく刺激的でした。三原さん、森永さんの背中を追い、だんだん自分に自信が持てるようになってきたこと、憧れだったデザイナーという存在が近くなっていると感じて独立を決心しました。

■ブランドを立ち上げるまでの道りは？  
卒業後は、粘り続けていたミハラヤスヒロにパタンナーアシスタントとして就職。トワルを組むのがメインでしたが、三原さんと一緒に行動して、メンズもレディースもアシストしていたのでかなり力が付きました。一年後に退職して、海外へ行くことも視野に入れていたのですが、決断する前に後悔しないようにと、働きたいブランドへ面接して欲しいと電話を掛けたんです。その電話に出てくれたのが「アンリアルレイジ」の森永さんでした。「すぐ面接に来て」と言われて事務所に着くと、「これを引いて」とパターンを渡されました。「試験だから」と

ファッションの裏技拝見

# TOKYO BRAND PICK UP

Vol.57

2015年にスタートした「amok (アモク)」は、見慣れたモチーフをパロディーにしたグラフィック、インパクトのある刺繍表現やドッキングデザイン、アーティストとのコラボレーションなど、そのアートな世界観が話題のメンズブランド。デザイナーの大嶋祐輝さんに会うため、10月に移転したばかりというアトリエを訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya Photo : Sakura Tsuchiya



amok デザイナー 大嶋 祐輝さん

1986年、群馬県高崎市生まれ。東京モード学園卒業。「MIHARA YASUHIRO」、「ANREALAGE」でパタンナーを経験したのち、2015年より自身のブランド「amok」をスタート。

http://www.amok-tokyo.com @ amok\_inc

■ファッションに興味を持ったきっかけは？  
高校生の時、地元の古本屋で見つけた雑誌『ジャップ』を読んだのがきっかけで、ファッションの世界に魅了されました。それから雑誌を読み漁るようになり、お金を貯めて洋服を買うようになりました。当時の高崎はドメステックブランドやブランド古着のお店も多く、とんとん服の面白さにのめり込みました。その頃からデザイナーになりたいという思いはありましたが、憧ればかりで現実味がなかったんです。そのまま高校を卒業して、進学もせずフラフラ過ごしていたのですが、半年経って「やっぱり服が作りたい」と東京モード学園へ秋期入学。行くからには一番ならうと腹をくくりました。まず秋期入学生は、時間的に半期分の課題しかできないので、自宅で勉強するからと先生に頼み込んで、半年で一年分の課題をこなしました。二年次は、ひたすらコンテストに挑戦。審査員の傾向まで調べて制作したのを覚えています。三年次になると一ヶ月間のインターンシップ制度があり、憧れの「ミハラヤスヒロ」に参加。期間後も通いたいと申し出て、以降ずっと通い続けました。同じ頃、東京モード学園の先輩、天津愛さんが「エディグリーファレンハイト」のショールをやるからサポートして欲しいと声が掛かり、パターンを手伝いに行きました。その時に引かせてもらった服が東コレのランウェイを歩いたんです。学生時代にこの経験ができたのは、自分の中ですごく大きかったです。

ファッションの裏技拝見

# FEATURING A KEY PERSON

Vol.25

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.25は、大手総合商社の「丸紅」のグループ会社「丸紅ファッションリンク」でブランドマーケティング部に所属する千葉宣宏さんにインタビュー。千葉さんには欧米からの輸入に関わる仕事の魅力を聞くため、代々木の本社を訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Utako Amino Photo : Sakura Tsuchiya



買い手、売り手に信頼されるパートナーになるため、  
人との関係性を高めることが大切です  
～輸入の仕事～

丸紅ファッションリンク ブランドマーケティング部 営業第1課  
千葉 宣宏さん

千葉 宣宏 Nobuhiro Chiba

福島県いわき市出身。1999年イタリアへ留学、2001年ファッションスクールセコリ校卒業。2003年丸紅欧州会社ミラノ支店に入社、2006年に帰国し丸紅株式会社での勤務を経て、2007年に丸紅ファッションリンクへ入社。

http://www.mfl.co.jp

■千葉さんの仕事内容を教えてください。

丸紅ファッションリンクはブランドの買付部門、OEMやODM等の製造・販売部門、素材の生産・販売に関わる部門の大きく三つに分かれて、仕入先と日本のアパレル企業をつなぐ仕事をしています。私はブランドの買付に関わるブランドマーケティング部所属で、国内のセレクトショップ向けに世界各国で服や雑貨の買付のサポート業務をしています。大手セレクトショップのバイヤーと一緒にパリやミラノ、ロンドン、ニューヨークなどへ出張し、海外のメーカーとの商談に立ち会い、通訳からその後の発注、納品、支払いなど、バイヤーの希望する商品を国内へ円滑に輸入してお店に届けます。扱う商品は上代3000円位のストールから、ラグジュアリーブランドのシューズなど幅広いです。近年はコロナの影響でバイヤーが海外出張できない状況が続き、買付の業務は大きく打撃を受けました。そこで自分たちが目利きした新規ブランドを日本の代理店として販売するエージェント・ディスプレイビジョンビジネスを加速させ、ECサイト「LOYTOSTORE」も立ち上げ新たなビジネスモデルにチャレンジしてきました。

■千葉さんの仕事に肩書をつけるならば？

商社の営業ですが、強いて言うならば「バイニングコーディネーター」という言い方がわかりやすいかもしれません。

■年間でどのくらい海外出張していますか？

大きくは春夏、秋冬で時期が分かれています。1〜3月と6〜9月が繁忙期です。コロナ後は少し減りましたが、フレンチエミラノ、パリなどで開催されるメンズコレクションからレディースコレクションの時期に4〜6回、コロナ前はニューヨーク、ラスベガスなども含めて8回位出張していました。長い時は一度の出張で1ヶ月日本に帰らないこともありましたね。

■仕事で大切にしていることは？

買い手、売り手の中間に入ること、何のメリットがあるのかを感じてもらわなければいけない仕事なので、クレームが出るような商品が発生した場合には回収をどうするか、売り手と買い手にとってベストな判断を求められますし、バイヤーのコンサルタント的な役割として、ショップに合ったブランドを事前にリサーチして提案することもあります。もっとも信頼されるパートナーになるためにも、人との関係性を高めることが大切だと思っています。

■この仕事に就くために求められるスキルは？

この仕事に就くために求められるスキルは？

語学は英語に限らず、英語以外の語学力も



ショールームにはイタリアメイドのバッグブランド「リエンビーレ」などが並ぶ

あると役立ちます。大体のことは社会人になってから経験を積めば良いので経歴は問いません。外国人、日本人に関わらず誠意をもって対応できて、ネガティブなことも乗り越えられるメンタリティーの強さが求められるので、いかに人間力を高められるかは重要かもしれません。

■千葉さんがファッションに興味を持ったきっかけは？

父は着物屋、母がブティックを開いていた環境もあって、幼い頃からファッションは好きでしたが、高校生の時に男子寮で生活していた、部屋には『メンズノンノ』や『フラインボーイズ』など当時のメンズ雑誌がたくさんあり、それらを読んでいるうちにバイヤーへの仕事に興味を持ち始めました。とはいえ、一般大学に進学したため、就活してもファッションの知識やスキルをもった服飾系の大学や専門学校を相手にまったく太刀打ちできませんでした。やはり他人にはない強みがないといけな



ミラノのセレクトショップ「ディエチ・コロソ・コモ」の販売員時代

いなど、イタリアへ留学し、語学を学んだ後にファッションスクールの1年コースへ通いました。それから手当たり次第に現地のアパレルへ履歴書を送ったところ、ミラノを代表するセレクトショップ「ディエチ・コロソ・コモ」から声が掛かり、販売員として働くことになりました。当時、ミラノに出張で来るファッション業界人が必ず訪れるショップだったので、丸紅の社員も接客していて、「こんな仕事があるけどやってみる？」と声をかけてもらったことをきっかけに丸紅欧州会社ミラノ支店の業務に従事しその後帰国、現在のファッションリンクに入社し、今に至ります。

■若者にメッセージを。

これからDXもどんどん進化していくと思いますが、私達も新しい価値観や意見を取り入れながら成長したいと思っています。当社は40年続く会社ですが、既存のビジネスにとられず、若い世代の新しい価値観を取り入れながら、時代に合ったファッションビジネスを一緒に作っていきたくです。



**yoshiokubo**

「ヨシオクボ」(久保嘉男)は、ネオンカラーのシースルーネットがたゆたう、ドレスライクなスポーツウェアを並べた。コレクションテーマは「HITODAMA (人魂)」。

**ANREALAGE**

ブランド設立20周年を迎える「アンリアルエイジ」(森永邦彦)は、プロジェクションマッピングを駆使したファッションショー。新作とアーカイブコレクションも披露した。

期化に対する評価は上々だが、海外からの来場が叶わない中では、そのメリットを十分に生かされず、来年に向けて希望を繋いでいきたい。

さて、本誌では若手を中心に取り上げていくが、まずは今シーズン、JFWOが新設した次世代ブランド支援プログラム「JFWNEXT BRAND AWARD」フィジカル部門を受賞した「フェティコ」がオープニングショーを飾った。続けてキラキラ、フリフリをレイヤードで見せた「ホウガ」、フェミニンなクシクシチュレースがキュートな「アヤム」、再構築とドッキングアイテムで魅せる「リコール」、フェティッシュとエレガンスを融合させた「ヨウヘイオオノ」、カラフルなワンダーランドを出現させた「ワタルトミナガ」、小さくまとまらずにジェンダーレス、ダイバーシティーを表現した「クードス/スドーク」にフォーカスした。

今シーズンもJFWOが招待した1名以外、海外からのバイヤー、ジャーナリストの来日が叶わなかった。入国前72時間以内のPCR検査やビザ申請などの煩わしさが響いた模様だ。

また会期を世界のコレクションカレンダーの先頭に変更して2回目となり、その成果が問われるシーズンともなった。総じて早い

次シーズンには、コロナが明けて海外バイヤー・ジャーナリストの集う日を願う

Rakuten Fashion Week TOKYO

2023 SS COLLECTION



**KUDOS/SODUK**

「クードス/スドーク」(工藤 司)は、カジュアルな解釈のマリエをファースト룩に、シャツやスラックス、ジャージにデニムと誰もが馴染み深いアイテムを次々と登場させた。ランダムに装飾されたブランドタグ、ドロ잉を重ねたテキスタイル、琉球ガラスをアップサイクルしたブローチなど、デザイナーの人柄を感じさせるディテールが目を引く。



**WATARU TOMINAGA**

「ワタルトミナガ」(富永航)は、キャラクターを連続させたプリント柄をはじめ、ビビッドカラーのクロシェやグラニースクエア、コンピュータニットなど、豊かなテキスタイル表現でランウェイをカラフルに彩った。ピコピコサウンドをBGMに、ピースやエクステをカラーージュしたヘアメイク、寝具やテレビを抱える痛快的なスタイリングが楽しい。



**YOHEI OHNO**

国立科学博物館に並ぶ骨格標本と共に、造形的でエキセントリックなスタイルを提案した「ヨウヘイオオノ」(大野陽平)。身を守る甲羅に似た丸いフォルム、椎骨のように連なるレイヤードパーツ、反り返る牙のような裾のモチーフはタコ足ウィンナーから着想を得たという。顔周りで揺れるクエスチョンマークが世界観をより際立たせた。



**AYÂME**

「アヤム」(竹島 綾)は、ギャザーのチューブトップにみぞおちまでであるハイウエストボトム、シースルーシャツをさらりと羽織るクールなりゾートスタイルを提案。フリンジが優雅に揺れるカットジャカード、花のモチーフが浮き上がるオーガジー、箔プリントを施し淡くきらめくりネンガーゼなど、軽やかで上質なファブリックを揃えた。



**REQUAL**

「リコール」(土居哲也)は、ブランドの看板である遊びの効いたテラードジャケットやトレンドコート7色のパレットで展開。付属する無数のコートベルトは結んだり垂らしたり、自在なアレンジを着る側に委ねる。毎度ボリュームな룩が取材陣を驚かせるが、今季は膨大なチュールのモチーフをモデルが背負い華やかにラッピングして見せた。



**HOUGA**

フリルをレイヤードするドレスアップスタイルがお決まりの「ホウガ」(石田 萌)は、鉱石や宝石をイメージしたというシルバーやピンク、ブルーの色彩が印象的。フリルシリーズは定番のハーネスや付け襟をはじめ、ガーター、アームカバー、Tシャツとバリエーションを増やした。職人と作り上げたアレンジメントバッグも新たに登場した。



**FETICO**

「フェティコ」(舟山瑛美)は、かつて女優・作家として活動した鈴木いづみのコケティッシュな女性像を描いたコレクション。ボディラインを強調するシルエット、大胆な肌の露出や際どいカットティングは挑発的だが、繊細なディテールと組み合わせて上品に見せる。一貫した女性らしさを主張する姿勢から、デザイナーの芯の強さを感じる。

若手に曙光を見た  
今シーズンの  
**東京**

**Text**  
Masahiro Kubo  
**Caption**  
Sakura Tsuchiya  
**Photo**  
Hiroki Wada  
(AYÂME, kudossoduk)  
Mayu Hamada  
(Masahiro Kubo, ANREALAGE)  
Masahiro Kubo  
(yoshiokubo)  
**Brand Official**  
FETICO, HOUGA, YOHEI OHNO

## tanakadaisuke

タナカダイスケ

Q.1でも7位にランクインした「タナカダイスケ」は、デザイナー田中大資が手がける2021年にデビューしたばかりのファッションブランド。SNSを通じて、刺繍をベースとした繊細なディテールとロマンティックな世界観が評価され、実際商品を購入している学生も少ない要注目ブランドだ。



購入した人を  
発見!

盆栽をミシン刺繍とフェルト素材を組み合わせて表現した刺繍の巾着バッグは編み込まれた革ひももアクセントになっている。



## Q.3

3シーズン(2022SS、2022AW、2023SS)の間に  
楽天ファッション・ウィーク東京へ参加した日本ブランドで、  
実際にアイテムを購入した  
or もらったブランドは?

(byR参加ブランドは除く)

KIDILL (3票) / tanakadaisuke (3票) /  
AKIKOAOKI (2票) /  
FUMIE=TANAKA (2票) /  
BED j.w. FORD / blackmeans /  
CFCL / DAIRIKU / FETICO / HOUGA /  
kudos / LITTLEBIG / MASU /  
NON TOKYO / pillings / tac:tac



## kotohayokozawa

コトハヨコザワ

2019-20年秋冬以降、楽天ファッション・ウィーク東京には参加していないが、Q.1で1位となったアキオアキに並ぶ人気ブランドで、デザイナー横澤琴葉が2015年にスタートさせた。ZOZO限定ブランド「SINK」をはじめ、定番のプリーツトップスは学生が着用する姿もよく見かける。

## Q.2

楽天ファッション・ウィーク東京  
参加の可否に関わらず、  
注目している・購入している  
日本ブランドは?

※総合アパレル企業展開ブランド、  
著名人のプロデュース系ブランドは除く  
(アルファベット順)

AKIKOAOKI (2票) / Allege. / AMBUSH® /  
ANREALAGE (2票) / BALMUNG (2票) / BISHOOL /  
BlackEyePatch / CFCL / Chika Kisada / chloma /  
CUNE® / DAIRIKU / FETICO / foufou / FUMIE=TANAKA /  
FUMITO GANRYU / grounds /  
ha | za | ma / HAENGAE / HATRA / HEIHEI (2票) /  
HOUGA / HUMAN MADE® / Jenny Fax / JUHA / JULIUS /  
Ka na ta / Keisuke Kanda /  
KEISUKEYOSHIDA / KIDDIL (3票) / KIRIKOMI /  
KISHIDAMIKI / kotohayokozawa (3票) / KOTONA /  
LEH / Mame Kurogouchi (2票) / memeci /  
MIKIOSAKABE (4票) / MURRAL (6票) /  
nori enomoto / PAMEO POSE / papier / PERMINUTE /  
PHOTOCOPIEU / pillings / rurumu: (2票) /  
RYUNOSUKEOKAZAKI / SOSHIOTSUKI / SUNSEA /  
support surface / TAAKK / TELMA / TOMO KOIZUMI /  
TTTMSW / YUIMA NAKAZATO / YUKI TORII / YUKI FUJISAWA /  
yusho kobayashi / ヌ / 歪hizumi



## MURRAL

ミューラル

杉野学園の卒業生、村松祐輔と関口愛弓のデザイナーデュオによるブランド。近年はECを中心に展開しているが、今年でブランド立ち上げ10周年を迎え、2023年春夏は3年ぶりにランウェイショーもおこなった。

## MIKIOSAKABE

ミキオサカベ



日本人の坂部三樹郎と台湾人のシュエ・ジェンファンブランドで、立ち上げ当時から根強いファンを持つ。特にミキオサカベ監修のスニーカーブランド「grounds(グラウンズ)」は学生にも大人気。

# いま注目すべきは このデザイナーブランド!

ファッションを学ぶ学生は、日本のブランドにどのくらい関心を持っているのだろう。今号の『ファッション力』では、服飾系大学・専門学生へのアンケートを実施。楽天ファッション・ウィーク東京参加ブランドの認知度や注目デザイナーブランドを調査した。1位に輝いたのは・・・!?

アンケート協力校(50音順): 同楽園トータルデザインアカデミー、札幌ファッションデザイン専門学校 DOREME(北海道)、杉野服飾大学、杉野服飾大学短期大学部、杉野服飾大学大学院、学校法人杉野学園ドレスメーカー学院(東京都)、ファッション文化専門学校 DOREME(宮城県)、武蔵野ファッションカレッジ、和洋女子大学 回答数 444人

## Q.1

3シーズン(2022SS、2022AW、2023SS)の間に楽天ファッション・ウィーク東京へ参加したブランドで、  
知っているブランドベスト10 (byR参加ブランドは除く)

東コレ参加ブランドで一番認知されていたのは「アキオアキ」だった。2014年にデザイナー青木明子が立ち上げ、若手デザイナーを集めたプロジェクト「東京ニューエイジ」でコレクションを発表してから9年、若い世代から着実に支持を集めているようだ。ちなみに1票も入らなかったブランドはひとつもなく、服飾系学生は少なからず東コレブランドをチェックしていることが分かった。

<p>5位 NON TOKYO ノントーキョー</p> <p>31票</p>	<p>4位 TOMO KOIZUMI トモコイズミ</p> <p>36票</p>	<p>3位 YOKE ヨーク</p> <p>38票</p>	<p>2位 KIDILL キディル</p> <p>40票</p>	<p>1位 AKIKOAOKI アキオアキ</p> <p>41票</p>
<p>10位 HOUGA ホウガ</p> <p>22票</p>	<p>9位 EZUMi エズミ</p> <p>23票</p>	<p>8位 Requal≡ リコール</p> <p>25票</p>	<p>7位 tanakadaisuke タナカダイスケ</p> <p>26票</p>	<p>6位 BASICKS ベイシックス</p> <p>29票</p>



Simone Rocha



ERDEM



Toga



JW ANDERSON



## 2023SS LONDON COLLECTION

### ボディを意識した ジェンダーフリーのコレクション

エリザベス女王の喪に服す期間に始まった2023年春夏ロンドンコレクションは、規模を縮小し80のショーやプレゼンテーションが行われました。

「アーデム」は女王への哀悼の意を感じさせる黒のベールを覆ったモデルが着るバラ刺しゅうのルックからスタートしました。小さなプラトプにタックを重ねたフラワープリントのポリウレムドレス、チュールを重ねたレースのラインドレスなどしっかりとしたエレガントな服を並べました。

2年半ぶりにリアルショーを行った「JWアンダーソン」は、オーバーサイズの

Tシャツドレスから始まり、ゆがみ、ひねり、巨大なバルーンシルエツトを加え新しいフォルムを探るコレクションを披露しました。フィナーレには「The Queen Thank you」と書かれた黒のTドレスが登場、女王への感謝の意でショーを締めくくりました。

「シモン・ロシャ」は今シーズンから手がけるメンズウエアもランウェイに登場。シフォンのフリルを重ね、袖やスカートにポリウレムを加えたバルンドレスに、ボマージュケットやパラシュートテープでスポーティーに仕上げました。メンズにもバ

ルーンシルエツトのスカートを重ね甘さと強さを共存させています。

「トーガ」は映像とプレゼンテーションで見せました。ボディースーツやプラトプに透ける素材を重ねたシンプルなスタイルはボディを強調しています。布をひねったホルターネックのブラウス、ローウエストからペラムが広がるニットやフレアパンツなどに優しくエッジを利かせます。独特なフリルのバルーンスカートやクリノリンドレスもクロスジェンダーで男女モデルがキャットウォークしました。

Text : ファッションディレクター 萩原輝美



## 2023SS NEW YORK COLLECTION

布で遊ぶ!ベーシックの新しいセオリー



PROENZA SCHOUER



ALTUZARRA



TOM FORD



MONSE

2年以上続くコロナ禍で共存を求めたNYの経済復活は凄まじいスピードで行われている。ノードストロームは、「ニューヨークファッショウィーク(NYFW)」中も色々なイベントで集客と売り上げ向上を目指し、今年創立150周年を迎えるブルミングデールズも同様にデザイナーとの限定商品の開発や、イベントを行って賑わっていた。「アリス+オリーブ」も店舗前でコットンキャンディーの配布やブランドバスをポップアップ展開し、広告と物販を兼ねたイベントを行なった。それから小売店の奮闘が街を活気づかせたの「一役買っていた」。

ロシアによるウクライナ侵攻については、ウクライナ国旗カラーの作品を見せるなど、ウクライナ人デザイナーを支援するイベントや、チャリティーが数々行われていた。

また、ファッショウィーク中のエリザベス女王の崩御に際し、即日の店頭でオマージュを捧げるデイスブレイやコメントに、アメリカ国民のイギリスへのリスペクトを感じた。

NYFWはバーチャル主体で対面式のファッショショーは限られた数での開催だった。全盛期に比べれば、まだまだ半分にも満たない数だが、オフイシャルだけでも、対面で107(ワイメンズ70、メンズ12、ユニセックス20)のショーが開催された。ポジティブなニュースとしては、普段ミラノコレクションで発表している「フェンディ」「マルニ」やファストファッショの「コス」が初めてNYで発表した。秋冬物の即売形態ではあるが、「トミー・ヒルフィガー」が久しぶりにNYで大規模な野外ステージのショーを行ったのも印象深い。

昨シーズンまでは、ショーへの参加にワクチン接種と陰性証明書が必須

だったが、今シーズンはほとんどのショーで提示を求められることはなく、まるで、すべて通常に戻ったかのような空間だった。

このような状況下で行われたコレクションの傾向だが、まず紹介したいテーマは「アーバンワーカー」。現場で働く人のユニフォームやアスレチックウエアに装飾的なバイアスをかけてクールに昇華させた。70年代に人気を博したヒップハンガーが復活。トップスをあえてクロップトにすることによってできる大胆な隙間が今年らしいスタイリングを作り上げている。次に「フンジェリルック」で、体の中心部に素肌が見えるのが今シーズンの特徴だ。クロップトトップスやボタンを留めないトップスにローライズというスタイリングや、カットアウトやレースを含めシアーな素材を重ねるものまで手法は様々だ。続いてうらうらけ染めから発展したプリントの「アフリカン」が熱い。フランス語圏ではパニユとも呼ばれている。カラフルでリズムカルな柄の繰り返しによって作られたアフリカのカルチャーを象徴するパターンが今シーズン、NYの都会的な洗練と融合し旬な輝きを見た。主に綿や綿混にプリントされることが多く、全面にプリントされインパクトは絶大だ。最後に「フアフリックレイヤード」。パンツやスカートの上に更にスカートを重ねる、布の重なりと折り返しのできるパブルヘムなど布を重ねた空気感やシルエツトがテーマ。翼のようなマントがヘムから首元まで背面で繋がっているものも目新しい。軽量の落ち感のあるシルクなどの素材が歩くたびに、クリスプなNYの初秋の風を纏い立体的なシルエツトが作られているのも印象深い。

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)

# Y2K

# MILAN PARIS

2023 SPRING & SUMMER PRÊT-À-PORTER COLLECTION

## Y2Kスタイルをベースにしたニューミニマリズム



CHANEL



SACAI



DRIES VAN NOTEN



FENDI



BOTTEGA VENETA



GUCCI

2023年春夏ミラノ、パリコレクションです。プレタポルテの取材は2年半ぶりですが、本格的なリアルショーの復活でジャーナリストの数もぐっと増え活気を感じます。春夏ということもありコロナ後を意識した明るく軽やかなコレクションが目を見えます。数シーズン前から登場している肌見せやショートスカートなどY2K(2000年)スタイルを意識した新しいミニマリズムが旬になりそうです。

「グッチ」は久しぶりにミラノ本社での発表。68組の双子モデルにそれぞれ同じデザインを着て着たランウェイをしました。「同じ服を着ても着る人の個性が存在する」ことを問いかけます。コレクションは80年代を意識したテラーリングからスタート、ガーターベルトのように見せかけたパンツが新鮮です。

「ボッテガヴェネタ」のショーは気鋭のアーティスト、ガエタノ・ベッシーエのポップな招待状と会場デザインで楽しい雰囲気を作り出します。マチュウ・プレイジーが手がける2シーズン目は、ベーシックアイテムにアンバランスなディテールを加えた独自のモダンエレガンスです。オーバーシャツにレザーのラップスカートを合わせたルックからビーズ刺しゅうにフリンジをつけたプラトトップドレスなどボッテガらしい手技も加えた作品が並びました。

「フェンディ」は7月にオートクチュールで発表したジャポニズムを引き継ぎながらクロップトジャケットにカーゴパンツなど軽やかなコレクションを披露しました。シャープなスリットを入れた型押しレザーコートには帯ベルトを締めています。アクセントに合わせているピスタチオやコーラルカラーのブーツやバッグは人気を呼びそうです。

「ドリス・ヴァン・ノッテン」は2年半ぶりにリアルなショーを発表しました。観客以上にドリス自身が楽しんでいるような高揚感を感じます。会場はシャンテリアの下がる市庁舎からモンパルナスの灰色の倉庫に移りました。黒のテラーリングからスタートしたコレクションは胸にたわみを寄せたクチュールテイストのジャケットにミニスカートに合わせています。後半、イエロー、グリーン、ピンクなど色とりどりのフラワープリントが重なり合うルックを並べ、一気に春を呼び起こしました。

「サカイ」の勢いが止まりません。今シーズンは1トーンのルックが目立ちますが、その分カッティングの冴えが際立っています。丁寧に畳んだブリーツから広がるフレアーシルエットはMA-1のトップスからパンツまでシャープでエレガントなルックを描きました。フェイクレザーのシルバートミニドレスやパンツの光沢感がクールなテイストを加えています。

「シャネル」に新たなパワーがみなぎっています。1961年公開の映画『去年マリエンバード』にはガブリエル・シャネルがデザインしたクチュール服が登場します。ヴィルジニー・ヴィアールはその映画からイメージした服をコケティッシュにモダンに仕上げました。ステージに映像が流れる中、ショーがスタートします。ケープを羽織るフォトプリントのトップスにはシルクのショートパンツを合わせています。羽飾りやビーズ刺しゅうのミニドレスにはメッシュのハイソックスを合わせモダンに演出しました。

### 萩原輝美のワンポイントレッスン

23年春夏はピスタチオやコーラルカラーが新鮮ですが、ブラック&ホワイトのルックが人気になります。ミニマルな黒のワンピースに小物で色を楽しむのもおしゃれですね。





DESIGNER  
Dawei Sun ダウェイ・スン

1981年 中国、大連で生まれる。  
2001年 渡仏、サンディカ・パリ・クチュール校に入る。「バレンシアガ」、「ジョン・ガリアーノ」でアシスタントデザイナー。  
2011年 「キャシャレル」のクリエイティブ・ディレクターとしてパリコレクションに参加。  
2016年 自身のブランド「Dawei」を立ち上げる。  
2019年 「Dawei」としてパリコレクションデビュー。

Instagram: dawei\_studio

TEXT / FASHION DIRECTOR  
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。

Instagram: hagiwaraterumi

Instagram: ten\_official



**インタビューを終えて**  
意外にも遅いデビューで現在41歳。パリで知り合った中国人の奥様と息子さんと猫と暮らしているそうです。次のバカンスは日本に行くことを計画中とのこと。息子さんは「日本は大好きなウルトラマンが住んでいる国」と言い、楽しみにしているそうです。ダウェイは「日本のオムライスが食べたい」と優しいお父さんの顔を覗かせました。

**Q**…今シーズンのコレクションのテーマは？  
**A**…シルエットとボリュームです。学校で学んだクチュールテクニックを大切にしています。  
**Q**…ファストファッションについてどう思いますか？  
**A**…価格から作る服についてはクリエイターとして納得できない。すぐ飽きられて捨てられる服は自分が作りたい服ではありません。

コレクションは風をはらむような量感あるシャツやボトムスが軽やかに登場しました。ピンクやグリーンを挿し色にエレガントに仕上げています。

**Q**…「ジョン・ガリアーノ」のアトリエでアシスタントをされていましたが影響を受けたことはありますか？  
**A**…ガリアーノのクリエイションはスケール感が違うんです。一つイメージが決まると世界中、過去から未来までの資料を集めて構築していきます。それは素晴らしいアプローチなのですが、僕にはできません。もう少し身近なものからデザインするのが僕のやり方です。

**Q**…服を作るときに大切にしていることは？  
**A**…「リアリティ」です。日中の時間を過ごす服。スペシャルな気分で行事ができる女性の服を作りたいと思っています。

**Q**…実際にパリでの生活はどうでしたか？  
**A**…ここには「自由（リベルテ）」があります。もちろん自分の責任が伴うことですが、パリではいろいろな可能性を自分のリズムで生きることが出来ます。クリエイションするには最適な場所です。

**Q**…中国でモードの勉強をした後、渡仏しサントディカ・パリ・クチュール校に入られたのですね。  
**A**…はい、パリはあこがれでした。ファッションの仕事をするなら絶対パリに行こうと思っていました。

「ダウェイ」は2019年秋冬にパリコレクションデビューした中国人デザイナーです。デビューコレクションはエッジの効いた量感ある服で粗削りの若さをアピールしていました。その後コロナ禍で発表は中断しましたが、23年春夏で久しぶりにランウェイを披露、日本でのエージェント契約も決まり勢いを感じるダウェイのショールームを訪ねました。

## DESIGNER'S INTERVIEW DAWEI

LANDSCAPE SPOT



1.夕景に染まるオペラ大通りから臨むオペラ座は、圧巻 2.ホテルの窓から遠くに見えるサクレクール寺院と夕陽 3.よく見かけるウォールアートもパリの一コマ 4.次のショーへ移動するVIPとプレス専用の電気バスは、エコだが小さいので揺れる 5. LVMHグループの百貨店として、昨年6月に再生されたサマリテラス百貨店の吹き抜け空間は見応えがある 6. 創立170周年を記念したコーナーが設置され、たくさんのブランドとコラボした限定品が並ぶル・ボンマルシェ百貨店 7. ウーマンの会場（共和国広場）近くで開かれていた蚤の市の和雑貨ブースが人気 8. サザビーズによるラランヌ所蔵コレクションの一部オークション作品を展示する内覧パーティーがクリスチャンディオールのモンテーニュ店で開かれた

FOOD



1. オングレやアントレコットなど部位ごとのステーキがどこでも充実している牛ステーキ 2. ショーのメイン会場「パレ・ド・トーキョー」の前でマルシェが開かれていた 3. マルシェで見つけたトルコのパイのような料理、鶏肉とズッキーニのブレックラUNCH 4. やはり忙しいショーの間には、ファストフードのケバブが一番 5. ラップタイプのケバブの方が食べやすい 6. ベトナム系移民のフォーの店で、何故かシंगाポール焼きそば

PERSON



1. 子供服トレードショー「ブレイタイムパリ」スタッフのカロリーヌとブルミエールクラスの入口で再会 2. 日本でPRをやっていた友寄隆之進さんとキコ・コスタディノフのショー会場でバッタリ、なんとロンドンに移り住んで、ショーのヘアを担当しているというから凄い

パリに戻ってきたのを  
実感

BEAUTIFUL PEOPLE

何通りかの着方を披露する形式で、ギミックに対する理解が深まるビューティフルピープル

MERYLL ROGGE

大きな人形に着せ付けてプレゼンテーションしたメリル ログゲ



SONIA CARRASCO

椅子ごとに1コーディネートが置かれ、着替えを見せつつプレゼンテーションするため、レイヤードが分かりやすいが、やや間延びする感はあるがなかったソニアカラスコ

CAROLINE HU

静かに歩くモデルたちを自由に眺められ、フォトシュートできるカロリーヌフー

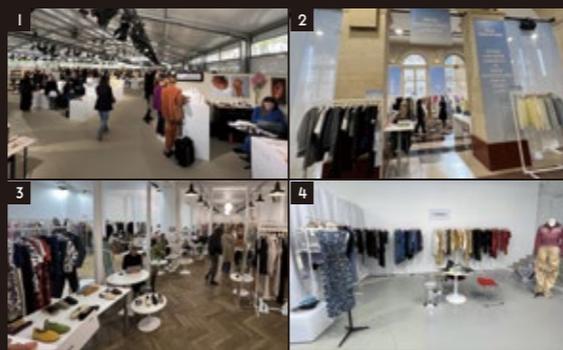
分かりやすさを実感、じっくりと見せてくれるのは有り難い

中国バイヤーの回帰待ちで、出展見送り目立つトレードショー

この7年間のセカンドセッション・トレードショーの推移を見ると、2015年10月の16年春夏からコロナ前の20年春夏までの4年間は、トレードショー全体で3割減とダウントレンドだった。そして20年3月に開かれた20-21年秋冬シーズンを終えた直後にロックダウンとなり、その半年後に開かれた21年春夏は、前年比78.9%減、2割強の出展者数まで落ちた。ここからは、まさにイレギュラーな展開と言わざるを得ないが、やはりコロナ前までの回復が見られるのが今回の焦点となっていた。結論から言う

と、34.3%減、約6割まで回復したと言える。では、元に戻るために必要なことは何か。それは、中国、アジア圏からのバイヤーが回帰することというのが、一般的な見方だ。常連だったブースの多くが出展を見送った理由は、これらアジア圏、特に中国のバイヤーが来ない状況下では、相対的に高いトレードショーの出展料を支払っても見合う効果が期待できず、であれば少ない費用で自社単独、もしくは複数ブランドによるショールームで、もう1シーズンは、やり過ぎずという選択になった模様だ。

1. 半分くらいになったチュイルリー公園テントの「ブルミエールクラス」 2. ソウルファッションウィークが団体出展していた「トラノイ」 3. 出展者が大幅に縮小した「ウーマン」 4. トレードショーではないが、定着してきたサンディカ主催の若手合同展「スフェール」にも注目。写真は、出展していた香港ブランドの「PONDER.ER (ボンダー ER)」



コロナ禍で約2年半振りとなったパリファッションウィーク取材。帰国72時間前のPCR検査も無くなり、ワクチン3回接種を証明する「MYSOS」アプリを見せれば、いつも通りにすんなりと日本に入国でき、日常がほぼ戻ったと言える。さらにパリ市内では、マスクを着ける人は、メトロ1車両に4〜5人ほど。ほぼマスク無しの生活に戻っており、日本の日常との落差を見せつけられた。もちろん、どちらが正しいということではなく、マスクに対する文化的見解の相違が大き過ぎるのだろう。

さて今シーズンのサンディカ（フランス・オートクチュール&モード連盟公式スケジュール（いわゆるオンスケ）は105ブランドで、うち5ブランドがデジタル発表のみ。それ以外は全てショーかプレゼンテーションを行った。フィジカルショーの本数は62本で、プレゼンテーションのブランドも含め、そのほぼ全てがデジタル配信も行った。そういう意味では、フィジカルを見られなくても、デジタルで世界のどこに居てもパリコレを見られる時代になったと言える。

そんな中、気になったコレクションを幾つかピックアップしてみた。

CFCL

コンテンポラリーダンスからショーをスタートしたシーエフシーエル



A.W.A.K.E MODE

編み込みや丸くカットアウトした素材を繋げたアウェイクモード



UNDERCOVER

カットアウトのディテールが目立つアンダーカバー

ANREALAGE

パッチワークがさらにカラフルになったアンリアルエイジ



COURREGES

大きな蟻地獄のような穴に、まるで滝のように吸い込まれる砂をバックに展開したクレージュ



ENFANTS RICHES DÉPRIMÉS

強いストリート感とパンクテスト全開のアンファン・リッシュ・デプリメ



ISSEY MIYAKE

冒頭「イマジ」の曲とともに三宅一生氏の顔写真がスクリーンに投影されオマージュを表現したイッセイミヤケ

ACNE STUDIOS

ピンクのベッドが設えられ、観客は寝転がることもできたアクネ・ストゥディオス

カットアウト、カットオフ、ねじる、編み込む、繋ぐ、ホールガーメントなどの技法とギミックが満載

KIKO KOSTADINOV

色の奇抜さにグランジ感とストリート感加わるキコ・コスタディノフ



YOHJI YAMAMOTO

パリ市庁舎大広間のデコラティブな装飾の中で、デザイナー自身による『島人ぬ宝』が流れていたヨウジヤマモト



LEONARD

スペクタクルの一語に尽きる

ANN DEMEULEMEESTER

往年の女優・歌手のスケジュールが来場し、熱気ムンムンとなったアン・ドゥムルメステール



3年ぶりの弘前開催!

# 全国高等学校ファッションデザイン選手権大会 ファッション甲子園2022



高校生のページ第38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2,108点、一次審査で18都道府県33チームが入選して最終審査会に臨みました。今年は3年ぶりに弘前市民会館で開催され、高校生がモデルとなって、ファッションショー形式で審査が行われました。

2022年8月27日 青森県弘前市民会館 主催：ファッション甲子園実行委員会

## 第3位

Mix

山本学園情報文化専門学校 (愛知県)

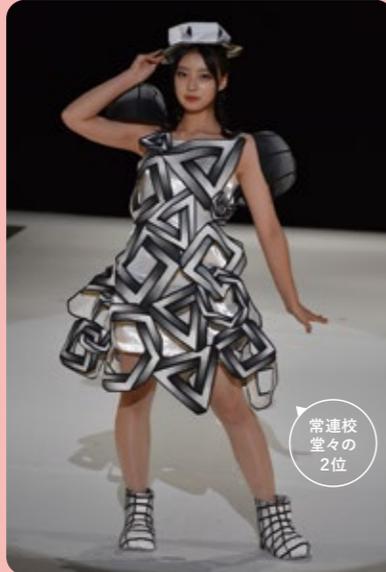


前回  
入賞校が  
レベルアップで  
みごと3位!

## 準優勝

gimmick

青森県立弘前実業高等学校 (青森県)



常連校  
堂々の  
2位

## 優勝

単細胞な...

学校法人石川学園 横浜デザイン学院 高等課程 (神奈川県)



初出場  
で  
W受賞!

キリン賞  
※出場チームの引率教師の投票で決まる賞

## 優勝チーム



「自分が今、かわいいと思うモチーフだけを組み合わせ、絶妙なバランス感を大切にデザインした」という茂木菜真さん(右)と、モデルの秋濱優奈さん(左)。初めての応募で優勝という結果にとにかくびっくり!テーマの「単細胞な...」は、球体を細胞に見立てたイメージと、「単純な考え方」という意味を込めた。作品のポイントは、こだわったベースの生地と、ワッフル生地を自分好みの赤に染めたところだそう。

## CORONA

埼玉県立越谷総合技術高等学校 (埼玉県)



ベスト審査員特別賞  
小湊千恵美賞

## 雨

大阪府立泉尾工業高等学校 (大阪府)



審査員特別賞  
(天津泰賞)

## 梅雨の貴婦人

熊本県立熊本工業高等学校 (熊本県)



審査員特別賞  
(津幸里賞)

## 瑠璃も玻璃も照らせば光る

学校法人館田学園  
五所川原第一高等学校 (青森県)



特別賞「海外ファッションブランド協会賞」  
審査員特別賞(原由美子賞)

## 最終審査



審査員は、ファッションディレクター原由美子、ファッションデザイナー津森千里、クリエイティブディレクター天津憂、ゲスト審査員に『FASHIONS AP』ファッションディレクター小湊千恵美の4氏。さらに特別賞選考として、海外ファッションブランド協会副会長のジョルジオアルマーニ ジャパン 世野和泉 代表取締役社長が参加した。

こんにちは! シトウレイです



©Hiroshi Shimizu

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



## パリはデニムが百花繚乱!

シトウレイです、こんにちは!今回は10月に行われた2023年春夏パリファッションウィークで見つけたトレンドについてお届けします!特に今回はファッション業界にいる方や、インフルエンサーではなく、「とにかくお洒落大好き!ファッション大好き!」な情熱溢れたファッションキッズのトレンドについてお話しできればと思います。大好きなブランドのショー会場に精一杯のお洒落をして集まって、仲間とワイワイ盛り上がるキッズの間で流行っているのはDIY!パンツにシャツにスカートに...いろいろなアイテムをDIYでリメイクしている人が多いんです。既製品ではなくて、自分なりのクセ加えて唯一無二のオリジナリティーを作ろうとするその姿勢がもう素晴らしい。お仕着せのトレンドではなくて、自分らしさを追求するその姿を見て何だか嬉しくなりました。きっと彼らがいるのだから、ファッションの未来は明るいはず...!

さて、キッズ達。DIYでいえば特にデニムをリメイクしてる人が多かった!古着屋さんでも比較的どこでもあるから手に入れやすい&安価である、そしてリメイクしやすい生地でもあるということもあって、リメイクデニムは本当にたくさん見かけました。一番多かったのはパンツを途中でチョキンと切っちゃって、彼女(写真左)のように



安全ピンや何かでとめて再びつなぎ合わせるパターン。切る場所は太もも、膝、膝下など色々なパターンがありました。ちなみに彼女、デニムオンデニムかと思いきや、よく見るとビュスティエ(ブラ?)もデニムとデニム3つ巴!右の彼女は色の異なるデニムをパッチワークして羽織るタイプのトップスをDIY。この切りっぱなしの粗削りな感じもチャーム。そして注目は頭回り!もう一つのトレンドとしてヘアアレンジを伝えさせてください!彼女のようにピンを大量にパチパチと頭全体を覆うようにつけてアレンジしている子が多かった!とにかくボリュームにこれでもか!ってくらいに大量に着けるのがポイントです。また、プロダクトのテイストにもトレンドがあります。彼女のようにぱっちんどめだったり、ヘアメイクさんがメイク途中でつけてる前髪に跡がつかないタイプのヘアクリップをつけていたり。どちらかというとデザインされたお洒落ヘアクリップではなく、質実剛健な業務用ばいクリップの方がトレンドになっている模様。

キッズトレンド、みなさんも試してみるみる?  
それでは今日はこの辺で。また次回お会いしましょう!

シトウレイYouTubeチャンネル #シトウレイ #reishito.



© Rei Shito's 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45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

BEAMSにてプレス、クリエイティブディレクターや音楽部門（BEAMS RECORDS）のディレクターを務め、2021年に独立。現在は文筆家、DJ、選曲家として活動する。近者は「音楽とファッション 6つの現代的視点」(リットーミュージック)。



## ミセス・ハリス、パリへ行く

今年の締めめにぴったりの必見作登場です。理由は4つ。50年代の「クリスチャン・ディオール」のファッションからメゾンの裏側までじっくり描きつつ、物語はステキな奇跡がテンコモリ。おまけに人生のマスト・スパイスがコッテリときてどんな時も正直なヒロインに背中を押されればなし。ね、いいとこだけでしょ？  
始まりは50年代のロンドン。家政婦として働くミセス・ハリスは、雇い主のクローゼットで目にしたディオールのドレスに一目惚れ。私も着たい！絶対に買う！と決めたものの500ポンド(当時のレートで250万～400万円)は夢のまた夢。フランスへ行く旅費さえ難しいのに、さ、どうする？  
ポイントは彼女の誠実でまっすぐなキャラと、ディオールの全面協力(笑)。つまり、ヒロインとメゾンが一体化して様々なエピソードを彩っているのです。ここまで裏表を披露するのは映画界初。当時を再現したメゾンでのファッションショーは生ツバものです。何着かホンモノも?!で、この映画が教えてくれたこと。夢はいくつになっても諦めちゃダメ。勇気と優しさは人生最高の宝物。かな。

11月18日(金) TOHOシネマズ シャンテ、渋谷ホワイティシネマほか全国ロードショー  
配給: パルコ ユニバーサル映画 © 2022 FOCUS FEATURES LLC.



## マリー・クワント スウィング・ロンドンの伝説

マリー・クワントといえば60年代のロンドン・カルチャーの伝説的デザイナー。ミニスカートでファッション革命を起こし、ビートルズやストーンズ、ツイッギーらと共に当時のファッションや音楽シーンで世界中の若者を熱狂させた中心人物ね。彼女にとって初の公式長編ドキュメンタリーは1940年代から現在に至るまでの背景を写しながら、時代とどう関わり、インパクトを与え、変化を起こし、世界に影響を与え続けたのかを分かりやすくサクッと綴った90分です。ファッションを学ぶ皆さんの方が私よりずっと詳しいマリーのことですが、何があるかと才能を信じて支え続けた旦那様とのラブラブ秘話などドラマ化したほど感動的。もちろんドキュメンタリーには欠かせないインタビューも、仲良しセレブにデザイナー、ベテラン女優、夫に息子と彼女回りはほぼクリアです。プラス、チャーミングでオシャレな素顔満載のレアなアーカイブ映像もたっぷり。マリーの功績が再評価される昨今、本作の公開に合わせて、英国で話題になった「マリー・クワント展」(Bunkamuraザ・ミュージアム)も同時開催されるので、よろしかったら合わせてどうぞ。

11月26日(土) Bunkamuraル・シネマほか全国順次ロードショー ©2021 MQD FILM LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.



## TOPIC 2 / 見逃せない注目の展覧会

※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。



### クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ

創設者クリスチャン・ディオールが影響を受けた芸術から、彼の庭園に対する愛、豪華な舞踏会の魔法、ディオールのコレクションに最初から影響を与えていた日本の豊かな創造性への魅力など、素晴らしい発見を伴う75年を超える情熱にスポットを当てている。本展では「ニュールック」の永遠の象徴である「パ」スーツをはじめとした、過去から現在までのアクセサリやオートクチュール モデルの数々が展示される。

2022年12月21日(水)～2023年5月28日(日)  
休館日: 月曜日(1月2日、1月9日は開館)、12月28日(水)～1月1日(日)、1月10日(火)  
開館時間: 10:00～18:00(最終入館は17:30まで)  
入場料: 一般2000円 / 大学生・専門学校生・65歳以上1300円 / 中高生以下無料  
会場: 東京都現代美術館



### 大竹伸朗展

大竹伸朗は1980年代初めに華々しくデビューして以来、絵画、版画、素描、彫刻、映像、絵本、音、エッセイ、インスタレーション、巨大な建造物に至るまで、おびただしい数の仕事を手掛け、トップランナーであり続けてきた。今回の大回顧展では大竹が「既にそこにあるもの」と呼ぶテーマのもとに半世紀近く続してきた制作の軌跡を辿る。

2022年11月1日(火)～2023年2月5日(日)  
休館日: 月曜日(1月2日、1月9日は開館)、12月28日(水)～1月1日(日・祝)、1月10日(火)  
開館時間: 10:00～17:00(金・土は20:00まで) ※入館は開館の30分前まで  
観覧料: 一般1500円 / 大学生1000円 / 高校生以下および18歳未満 無料  
会場: 東京国立近代美術館 ※愛媛、富山へ巡回予定

《残像》©2022年 212x161x16cm Photo: 岡野直

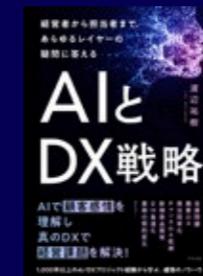
## TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



### 音楽とファッション 6つの現代的視点

音楽とファッションが出会い、生まれたムーブメントや流行、そしてアイコン的なアーティストの姿から、現代の問題意識と通底しているトピックスをピックアップしている。ジェンダー、他者の文化、レイズムズといった現代的な視点で、映画や文学にも接近しながら、音楽とファッションの相互作用を鮮やかに考察。単なる「音楽とファッションの歴史本」ではない、アクチュアルな問題意識を提示する1冊。

著者: 青野賢一 発行所: リットーミュージック 2640円



### 経営者から担当者まで、 あらゆるレイヤーの疑問に答える AIとDX戦略

DXへの取り組みを始めているものの、大きな成果を得られている企業はほんの僅か。多くの経営者やDX担当者にとって、DXはまだ道半ばであり、成功の道筋を模索している状況であると考えられる。著者が携わってきた1000件以上のプロジェクトにおける成功体験や失敗体験、多くの経営者やDX担当者やディスカッションの中で得られた知見をもとに、AI/DXを今後どのように企業戦略に組み込み、プロジェクトを成功に導いていくべきかについて描いた1冊。

著者: 渡辺祐樹 発行所: すばる舎 1650円



## PRESENT

「大竹伸朗展」の展覧会チケットを5組10名にプレゼント! ①メールの件名に「ファッションvol.57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15日までに publish@sugino.ac.jp 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 2022

2022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:https://www.sugino.ac.jp

**COVER**

Photography : Aki Takayama

 fashionryoku