

ファッション
ashion

RYOKU
力

韓国ファッション

まだまだ加速する



TOKYO
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

Requal

土居哲也さん

May 2023 Vol.59

注目クリエイターによる
撮り下ろしビジュアル

N_{EW}

HOT CREATOR

Photography : Shunya Sasaki @ shunya.sasaki

Model : Miyu Kobayashi @ myukbys

Styling : Moyashi Nakamura @ mys0321

Hair & Make-up : sarara @ __09srr

Direction : Kanta Endo @ kanta__endo

FILE:022

Kanta Endo デザイナー
遠藤 幹太

2017年、杉野服飾大学大学院在学中に Kanta Endo を立ち上げる。「服」という外面的な形態よりも、「服」の在り方を問題にし、「服」と「人」この2つの言葉に着目して「服は人が着てこそもの」というシンプルなテーマで制作。



nobloose

loose but noble = nobloose (ルーズだが、品がある。)をブランドコンセプトに人が服を着ることによって生み出されるシルエットを重視し、ブランドとしてのスタンダードを提案。ワードローブに加えてもらえることを目指して、デザインから縫製、販売までデザイナー自身で行っている。実店舗は無くポップアップを中心に活動している。

Costume : Kanta Endo 2023 S/S @ kanta__endo

「服と人」

明日着る、日常の服。
人が着てはじめて服になる。

「理想の服」

今日見ても可愛い。
そんな服をつくつていきたい。

「服って、なに」

人が服を着る。
服を人が着る。

当たり前のように当たり前前ではない事。
ぼくはそんな事を大切にしたいと思つている。

服ってなんだろう。

人それぞれ違う価値観を持つている。

それは他者とは分かり合えないことも多々あると思う。

日常で着る服。

特別な日に着装する服。

ただただ所有してたい服。

部屋に置いて眺めてたい服。

着ないのに何故か買ってしまった服。

十人十服。

服って面白いな。



“ 服の中に宿すべきは、知的好奇心をくすぐるもの ”



1. これまでに発表したコレクションやアワードなど、リコールの軌跡をまとめたポートフォリオ。思わず見入ってしまうアートブックのような装本に土居さんのセンスが光る。 2. 岡山県児島でダメージ加工とハンドペイントを施し、経年劣化を忠実に再現したアランニット。 3. しつけ糸がアクセントの「チムニー(煙突)ハット」は、カンカン、ポーラー、ウエスタンの3種を展開。 4. コレクションでは大きなボタンをモチーフにしたバッグや帽子、ベストなどが多数登場した。

■若者へメッセージを。
「憧れを持って」ということですね。上の世代から学ぶことによって未来と希望しかないです。憧れる人がいたら、憧れた分だけ「なぜ憧れたのか」を考えられるし、リスベクトを形に変えてほしい。それをこれからの世代に直接伝えていくのが僕の役目です。講義や講演にもぜひ呼んでください！

■今後の目標は？
世界中の人たちにリコールを届けて、誰かを笑顔にさせたい。お客さんが全くないところから始まったのに、今ではこんなにたくさんの人に知ってもらえて、続けてきて本当に良かったです。僕を通してファッションに興味を持ってくれた人もたくさんいると思うので、そんな人たちに感謝を還元していきたいです。

■リコールのコレクションは毎回客席から笑いがこぼれる楽しいルックが印象的です。
いかに見せるかを大事にして、常にものづくりであることも大事にしています。何が「普通」か常に考えていますし、考えた結果普通じゃないものも出来上がります。王道のコレクションを作りたい時もあるんですけど、ものから溢れ出る面白さみたいなのが好きなんだと思います。

■服作りのこだわりは？
最近特に意識していることは、自分の着たい服であり、着ると魅力的な気持ちになれる服であること。服の中に宿すべきは知的好奇心をくすぐるものであってほしいし、単純な消費だけで服を作っていたら僕は多分潰れると思う。学生時代に感じていた「この服いいでしょ」って感覚を、ようやく自分で作り出せるようになってきました。今はそれが楽しいですね。

■ブランド名の由来は？
時間に対して常に等しいものづくりをしたという意味が込められているんですけど、僕はガラクタ世代なのでメールのやりとりを重ねると件名に「Re...」がどんどん増えていくのが時間の記号に思えました。「Re...」に対してイコールで、リコールです。

■どんな学生生活でしたか？
東京モード学園在学中に通っていたファッションスクール「このがっこう」で、デザイン画を酷評されて不登校になってしまったんです。服作りに対する劣等感やフラストレーションがどんどん溜まってきて...そんな気持ちぶつつけようと挑んだコンテスト「装苑賞」でイートキン賞を受賞しました。自信を取り戻して、「このがっこうへ行く」と「この作品良くないから他にやりたいこと書いてきて」と講師のミキオさんに言われ、もう何をやっていいかわからなくて、ジャンヌダルクのヤスさんの絵を描いたんです。そしたら「この絵いいよ、アルマーニみたいじゃん」って。でも当時の僕はアルマーニの良さが全然分らなかったんです。それがまた悔しくて、だったら良さが分かるまでやってやろうと、アルマーニのテーラーを再構築した服を作ってみました。このオマージュ行為が徐々に自分のオリジナルテイラーを形成して、リコールの服作りに繋がりました。そして挑戦した「イエル国際モードフェスティバル」では審査員特別賞を受賞。それがきっかけで「東京ファッションアワード」を受賞して、21年春夏に東京コレクションデビューを果たしました。

■ファッションを志したきっかけは？
幼稚園時代、小学校の体験入学があったのですが、僕だけ隣学区の幼稚園で違う制服を着ていたのが、みんなから好奇の視線を浴びたんです。自分の装いを意識した初めての体験でした。中高は私服校だったので、今日はアメリカ、今日はモルド、今日はエスニック...と毎日いろんなファッションを楽しんで着るようになりました。それから、ビジュアル系ロックバンド「ジャンヌダルク」を初めて聞いた時、見た目も歌声も男性的な女性性な気分がなくて、すごく魅力的なジェンダーを感じたんです。本当に稲妻が走ったんですよ。「この人を追いかけよう」と地元岡山を飛び出して、東京モード学園でファッションを学ぶに至ります。

リコール
Requal ≡ デザイナー 土居 哲也 さん
Tetsuya Doi 岡山県出身。東京モード学園、文化ファッション大学院大学、このがっこう、meで修学。2016年、Requal≡として活動開始。2019年、イエル国際モードフェスティバル審査員特別賞受賞。2020年、TOKYO FASHION AWARD受賞。2022年、ベストデビュタント賞受賞。
© re_qual_

ファッションの裏技拝見

TOKYO BRAND PICK UP

Vol.59

2021年春夏シーズンから東京コレクションに参加している「Requal≡(リコール)」は、見る人をわっと驚かす大胆なシルエットや誇張されたモチーフ、ボリュームたっぷりのポップなスタイリングが持ち味のユニセックスウェアブランド。毎シーズン、遊び心あふれるアプローチで、ファッションデザインの可能性、楽しさを体現してくれる頼もしい存在だ。デザイナーの土居哲也さんに会うため、アトリエを訪ねた。

Interview : Sakura Tsuchiya Photo : Ewori Wada



リコール
Requal ≡ デザイナー 土居 哲也 さん

Tetsuya Doi 岡山県出身。東京モード学園、文化ファッション大学院大学、このがっこう、meで修学。2016年、Requal≡として活動開始。2019年、イエル国際モードフェスティバル審査員特別賞受賞。2020年、TOKYO FASHION AWARD受賞。2022年、ベストデビュタント賞受賞。

© re_qual_

ファッションの裏技拝見 FEATURING A KEY PERSON

— Vol.27 —

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.27は、マッシュスタイルラボが展開するレディスブランド「リリー ブラウン」のランジェリーライン「リリー ブラウン ランジェリー」でデザイナーを務める細淵和気さんにインタビュー。
細淵さんにランジェリーデザインの魅力を聞くため、オフィスを訪ねた。

Interview : Utako Amino Photo : Sakura Tsuchiya



“ 見えないからこそ、なりたい自分に挑戦できる ”

リリー ブラウン ランジェリー デザイナー 細淵 和気さん

【 PROFILE 】

Waki Hosobuchi 服飾系大学を卒業後、ランジェリーの小売り、卸企業へ入社しデザイナーとして経験を積む。2018年、オリジナル商品を企画するランジェリー企業へ転職し、年間40型以上の商品を担当。2022年、マッシュスタイルラボに入社。リリー ブラウン ランジェリーの立ち上げから、デザインに携わる。

📍 <https://lily-brw.com/lingerie/> 📷 [lily_brown_official](https://www.instagram.com/lily_brown_official)

■細淵さんの仕事内容を教えてください。
年4回実施される展示会に向けてシーズンテーマを決め、アイテムを制作していきます。

まずはリリー ブラウンのウェアチームと打ち合わせをして、テーマが決まるとビジュアルマップ作り。それからMDが作成したMDマップも踏まえてアイテムを決め、実際に絵型を描いていきます。

■ウェアチームと一緒に打ち合わせするのは、

はい。ただウェアとランジェリーでは生産時期が異なり、ウェアチームが秋服を制作している頃にランジェリーチームは次の春夏の商品を作らなければいけません。ランジェリー制作において、洋服との大きな違いは、使用するパーツが1着につき20種類以上と圧倒的に多いこと。色や素材もパーツの分だけ指定しなければならぬし、サイズ展開も幅広い。大きさによって若干パターンを変えていることもあり、細かい分だけ形にこだわって作っています。刺繍のレースなども実際に絵を描いてオリジナルで作っているの、街中で散歩中に草花を見るとランジェリーのデザインにならないかなと頭の中で自然とイメージしています。

■なぜランジェリーデザイナーになろうと思ったのですか？

大学生の頃、ビビッとくるランジェリーに出会ったことがきっかけです。正直それまでは見えない部分だし、こだわりもそこまでなかったのですが、その商品だけではどうしても欲しくて自分のお小遣いで買いました。大学は服飾系の学校に通っていましたが、卒業後はランジェリーの会社へ就職。デザイナーとしての経験を積み、転職して現在に至ります。リリー ブラウン ランジェリーで働く魅力は、洋服と連動してデザインを考えられること。もともと洋服も好きなので、たとえば背中あたりのワンピースから見えてもお洒落なランジェリーなど、洋服のことも考えながらデザインできることにやりがいを感じています。

■現在発売している商品について教えてください。

今夏シーズンは「Vibrant Vacation」がテーマです。旅先で見つけたエッセンスをもとに、貝殻のようなモチーフのブラや、オリエンタルな配色のランジェリーなどが登場します。

■最近のランジェリーのトレンドは？

何年か前までは、ノンワイヤーで柔らかな心地のブラがトレンドになっていましたが、最近は厚みがあるカップで、程よいボリュームメイクができる商品が増えていきますね。フェムテック系の商品など、機能面に特化した商品の開発も進んでいるので、今後はリ



【LILY BROWN Lingerie】 コルセッタブラ / リリーマーマイド

リリー ブラウンでも挑戦していきたいいなと思っています。

■今後の目標などありますか？

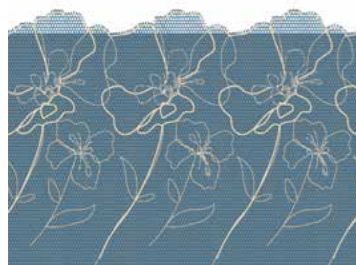
今はウェアの一角にランジェリーコーナーを設けて販売していますが、行く行くはランジェリーの単独店も出店できるくらい商品の幅が広がると嬉しいですね。

■ランジェリーデザイナーになるためにやっておくと良いことは？

自分のことを振り返ってみると、最初は手描きでデザインしていましたが、現在はデザインソフトを使ってシミュレーションを作成したり、刺繍の図案を描いたり、効率的にできるようにしたので、イラストレーターやエクセルなど、コンピューターのソフトのスキルを早めに身につけておいたら良かったなと思います。あとは、服飾の学校に通っていてもなかなか下着の素材を触ったり裁縫する機会がなかったです。企業やブランドが独自で開発している素材も多いので、そういった素材



【LILY BROWN Lingerie】 コルセッタブラ / オリエンタルポビー



細淵さんがデザインした刺繍の図案

■細淵さんが感じる、ランジェリーの魅力は？

見えないからこそ、さまざまな自分に挑戦できるところが大きな魅力です。私自身、身体にコンプレックスがありましたし、多くの女性は何かしらの悩みや理想があるのではないかと思います。胸の大きい人も小さい人も、スタイルが良く見えるように洋服の内側からサポートしてあげられるのがランジェリーです。朝出かける前に身につけると気分をあげてくれる、そんな一着を作れたら嬉しいですね。

まだまだ加速する 韓国ファッション レポート

서울 지도

SEOUL MAP

コロナからの復活を遂げたこの数シーズン、パリで見かけるアジア人バイヤーと思しき人々からは、振り返るとハングルが聞こえてくることが多い。トレードショー「トラノイ」内にも、「ソウルファッションウィーク」がパビリオン出展する。そんな勢いのある韓国・ソウルでベンチマークすべきショップをマッピングした。



ドラマ、グルメ、K-POPと、20年近くあらゆるジャンルでブームが衰えない韓国カルチャー。ファッションにおいても若者の心を惹きつけてやまず、その勢いはまだまだ続きそうだ。今号のファッション力では韓国現地取材を含め、昨年日本に上陸して話題の韓国ファッションサイト「ムシンサ」、日本に複数の店舗をもつ韓国セレクトショップ「エージェム」を取材。韓国ファッションブームの実態をレポートする。

Interview : Masahiro Kubo, Utako Amino Photo : Masahiro Kubo, Sakura Tomii, Sakura Tsuchiya, Ewori Wada Illustration : Hiroko Fukuchi

A
10corsocomo

ミラノの有力セレクトショップのソウル店。カフェも併設し、ライフスタイルブランドも数多く取り揃えている。

☎ 416 Apgujeong-ro, Gangnam-gu, Seoul
📷 10corsocomoseoul

カンナム
강남

C
tom・グレイハウンド

新進ブランドも揃えるソウルぎってのセレクトショップで、パリ・マレ地区にも進出して話題となった。

☎ 10-3 Dosan-daero 45-gil, Gangnam-gu, Seoul
📷 tomgreyhound

D
ブーン・ザ・ショップ

清潭の路面店と新世界百貨店などにテナント出店するラグジュアリーなセレクトショップ。

☎ 21 Apgujeong-ro 60-gil, Gangnam-gu, Seoul
📷 boontheshop_official

ホンデ
홍대

F
ムシンサ テラス

韓国最大規模のファッションストア「ムシンサ」が運営するキュレーションスペースで、弘大入口駅ビルの17階に位置し、テラスからの眺望は抜群。カフェやポップアップスペースなどで情報発信基地として機能している。

☎ 17F, 18B, Yanghwa-ro, Mapo-gu, Seoul
📷 musinsaterrace

H

東京で例えるなら渋谷や原宿のようなお洒落ティーンズが集まるエリア、弘大(ホンデ)。デニムやミニスカートをあわせたカジュアルスタイルが多かった。ちなみに写真上の2人はエーランド弘大店のショップスタッフ。

B
ビーカー

ハン江を挟んで2店舗を展開するビーカーは、世界からブランドをそろえるセレクトショップ。木製のビンテージ仕器に囲まれ、どこかほっこりとした感覚で楽しめる。

☎ 408 Apgujeong-ro, Gangnam-gu, Seoul
📷 beaker_store

I
ヨイド
여의도

韓国の北部を流れる河川、漢江(ハンガン)に近い汝矣島(ヨイド)は、無地でシンプルにまとめるスタイルが多い。デートスポットとしても人気のエリアで、カップルはシンプルコーデのベアルックが流行っている。

E
ムシンサ スタンダード

ムシンサのプライベートブランド「ムシンサスタンダード」の路面店。ウェアから小物まで、トータルで揃うシンプルでベーシックなラインナップがソウルの若者の支持を得ている。

☎ 144, Yanghwa-ro, Mapo-gu, Seoul
📷 musinsa_standard

A'gem

実物を試着したいならココ！
日本に実店舗多数の「エージェム」



A'gem harajuku @agem_tokyo_harajuku



CHECK

猫のオリジナルキャラクターのショッパーが目を引きエージェム。原宿には2店舗あり、他店よりもストリート寄りのカジュアルアイテムをメインに取り揃えている。ユニセックスブランドが多いが、女性もオーバーサイズを好んで購入するそうだ。5人組YouTuberのコムドットが紹介してからバズっていた「パラグラフ」のアイテムは、スマイルマークやカラフルなデザイン、ロゴモチーフなどキャッチーな商品が昨年から売れている。

国内に複数の実店舗を構えるエージェムは、アパレル企業「パワー・ボム」が運営する韓国ブランドをメインに取り扱うセレクトショップだ。コロナの入国規制緩和後、10～20代を中心とした若者や外国人観光客で賑わう原宿店は、「パラグラフ」をはじめ、「OY」「マハグリッド」「ナイスゴーストクラブ」などの人気ブランドを揃え、売り上げも好調。「取り扱っているブランドはデザイナー自身が若いケースが多いです。韓国は若手デザイナーへの支援制度が充実していて、日本と比べて若者がブランドを始めやすい環境が整っています。取り扱っているブランドの中には、数年前まで自宅で打ち合わせしていたデザイナーが、一等地の一棟貸しビルをオフィスにするくらい成長した例もあります。大人がデザインするとどうしても商業的になりがちですが、消費者と同じ世代のリアルな感覚でデザインされた商品だからこそ惹きつける魅力がある」とは原宿店の宮前裕司店長。インフルエンサーとして人気のあるデザイナーもいて、来日したデザイナーと直接触れ合えるイベントでは多くのファンが店を訪れたという。「流行のスピードが早いのも若者文化ならではの。昨年売れていた商品も今では落ち着いているので、時代の流れを常にキャッチすることが大切です。バイヤーとして月1回位、韓国へ出張することもあります。日本にとっては近場で時差がないので、送料や関税などの面でも取引しやすい」と、事業としても継続していく予定だ。今後どんなブランドが登場するのか、ぜひ足を運んでチェックしてほしい。

MUSINSA

昨年グローバル進出した注目の
ファッションストア「ムシンサ」



MUSINSA JAPAN @musinsa_japan



MUSINSA GLOBAL @musinsa_global



CHECK

期間限定で原宿にオープンしたポップアップストアには、ムシンサがキュレーションした「サグクラブ」や「2000アーカイブス」など、新進気鋭の若手ブランドをはじめ、選りすぐりの韓国ブランドが揃った。他にも韓国人気スイーツ「ノッテッドーナツ」や「コンパクトレコードバー」のDJブースなどホットな韓国カルチャーを体験できるコンテンツが盛り沢山で、オープニングにはグローバルアンバサダーのニュージーンズが来日し話題を呼んだ。

2001年オンラインファッションコミュニティとしてスタートしたムシンサは、韓国国内で2009年にオンラインストアをスタートし、2022年に日本をはじめグローバルサイトをオープンさせた注目のファッションストアだ。国内で約7000ブランドを展開し、日本では約300ブランドを取り扱っているが、グローバルアンバサダーであるK-POPグループ『NewJeans (ニュージーンズ)』を起用してから日本でも認知度を大幅に拡大している。「世界中の皆さんに韓国ファッションの良さを知ってほしいという思いからグローバル進出しました。今後は今より女性向けのブランドも増やしながら様々なスタイルを展開していきたい」とムシンサグローバルマーケティングチーム室長のキム・ユンジョンさん。現在10～30代の購入者が多く、フレンチカジュアルテイストの「マルディメクルディ」は花柄アイコンのアイテムが人気で、日本での売れ行きも良い。また、「韓国は日本に比べて歴史の長いブランドが少ない。韓国のブランドも長い歴史を保持するように頑張っています」と、若手ブランドのサポートにも注力している。韓国5ヶ所にある「ムシンサスタジオ」は、ファッションに特化した共有オフィス。ブランドを始める人や始めたばかりの人の成長を支援するために、パターンやファブリックを集めたサンプル室や、商品を撮影するための空間など、ほかの共有オフィスには無い充実した設備を揃えている。今年4月には東京初のポップアップストアも開催。「今後は持続的に消費者との接点もつくっていききたい」と、日本でのさらなる展開にも期待したい。

POINT

全体を黒で統一し、透け感を出せるようにコーディネートしました。



トップス/ me+em select ポトムス/perstep

No. 5

あこむ

POINT

スポーツミックス。今日身につけているWOOLONGほか、LMCなど韓国アイテムはネットで購入しています。



帽子/ WOOLONG シューズ/ AKIII CLASSIC

No. 4

ゆりま

POINT

大好きなK-POPアイドルが着ていたレザージャケットとニットをお揃いにしたくて購入。韓国コーデでは定番のフリースカートを含わせました。



アウター/ Partimento ニット/ mahagrid

No. 3

今津真鈴

POINT

紫をポイントに、他は黒でまとめました。mahagrid,OY,oioiなど他にも韓国ブランドが好きで購入しています。



トップス/ LUV IS TRUE

No. 2

りんたん

POINT

お気に入りのガイコツ柄のリュックとテカデカのジャケットをポイントにクールなイメージでまとめてみました。



リュック/ LAUGHER ジャケット/ MAGJAY スカート/ BURU N JUDY

No. 1

チヨコ



STUDENT'S SNAP

韓国ファッションを愛する杉野服飾大学の学生をスナップ！本人が購入したお気に入りの韓国ブランドアイテムでコーディネートしてもらいました。

前シーズンから一転、海外メディアも来日 リアルな再会に心躍る



KHOKI

コッキ(デザインチーム)は、巨大な布を張り巡らせた会場で魔法使いや能力者のような風貌のモデルが闊歩するファンタジーなコレクションを披露。世界観を表現するヘッドピース、親近感のあるパッチワークキルトやローゲージニットが心をくすぐる。

◎ khoki146

TANAKA

ピアノの生演奏をBGMに、モデルがランダムに行き交うランウェイは「NYの街並みをイメージした」というタナカ(タナカサヨリ)。ブランドの強みである多様なデニムに加え、スカーフやスタジャンの再構築など、キャッチーなウェアがコレクションを彩った。

◎ tanakanytyo

SEVESKIG

セヴシグ(長野剛誠)は、今敏監督映画『パプリカ』とのコラボアイテムをの街並みに登場するグラフィカルなシーンをプリントしたTシャツやパーカーに加え、ランウェイにはARカメラアプリを介すと3Dアニメーションが現れるという仕掛けも施した。

◎ seveskig

Queen&Jack

イタリア製生地で作立てる高級制服ブランド、クイーンアンドジャック(小池優子)が東コレに初参加。台襟シャツとローファーのスタイリングをベースに、ファーやレースをはじめ色柄豊富な異素材をカラーージュしたモードなスクールアイテムを並べた。

◎ queen.and.jack.collection

YOHEI OHNO

ヨウヘイオオノ(大野陽平)は、デザイナーのアトリエにあるインテリアやアンティーク雑貨を会場に並べ、プレゼンテーション形式でコレクションを発表。瞳のモチーフや角の強調、円形がむき出すパターンなど、数学的なディテールが目を引いた。

◎ yohei_ohno



matohu

まとふ(堀畑裕之・関口真希子)は、島根県松江市の手仕事に思いを馳せた。焼き物に用いるスリップウェア技法や陶器ボタンを取り入れたコート、旅中出会った夕暮れの情景を織り上げた長着が登場。今春はブランドの創作を追うドキュメンタリー映画が公開されるなど、日本のものづくりを第一線で支えている。

◎ matohu.official



Chika Kisada

元バレリーナが手掛けるブランド、チカキサダ(幾左田千佳)は、楽天の支援プロジェクトby R枠から6年振りに東コレ参加。アウターやデニム、ニットなどのカジュアルな装いを、クリノリンや淡いシフォンで覆い、ぐっと舞台の世界へ惹き付ける。ショーでは音楽隊とバレエダンサーによるパフォーマンスも披露された。

◎ chikakisada

「タイプサロン」と合同の前夜祭も開催した。

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無くなったことにより、海外の取材スタッフも大幅に増えた模様だ。

さて、本誌では従前からファッションショーの在り方に対して疑問を投げかけてきた「まとふ」によるプレゼンテーションに注目した。数シーズンに渡って丁寧な説明とビジュアル映像と共にコレクションを紹介してきた同ブランドだったが、久しぶりのフィジカルでの発表で、やはりショー形式の見せ方に「一石を投じた。その功績は小さくないと言える。「ヨウヘイオオノ」もそんな疑問から出発してプレゼンテーションに変えた一人だ。

「ダイバーシティ多様性」という言葉通り、パブリックコレクションでは100を超えるオフスケのプレゼンテーションとショーが開かれており、東京においても楽天以外のプレゼンテーションが同時刻に複数の場所で開催されているという状況が早晩作り出されることを願う。

本誌では若手を中心に取り上げていくが、まずは自身の出自でもあるクラシックバレエの演出で見せたチカキサダが圧巻だった。さらにLVMHプライズセミファイナリストにもなった「コイケ」のデザイナー、小池優子を起用した「クイーンアンドジャック」は、スクールガールから大人の女性へと昇華していく姿を凝ったディテールを交えながら表現した。元気でピースフルな表現で純粋にオーディエンスを楽しませるショーを行ったのが「セウシグ」「コッキ」と「タナカ」ともにカジュアルやデニム、ワークといった庶民ルーツのスタイルを解体再構築してアップサイケルした。サステイナブルの時代性を自然と反映したものだ。る。

Rakuten Fashion Week TOKYO

2023
A/W COLLECTION

◎ rakutenfwt

Text : Masahiro Kubo
Caption : Sakura Tsuchiya
Photo : Mayu Hamada (matohu),
Brand Official (Chika Kisada, YOHEI OHNO,
Queen&Jack, SEVESKIG, TANAKA, KHOKI)

「Rakuten Fashion Week TOKYO (楽天ファッションウィーク東京 2023/W)」(主催:一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構)は3月13〜18日、渋谷ヒカリエ、表参道ヒルズを主会場に開かれ、58ブランドが参加した。うち42がフィジカル、16がデジタル、17が初参加、海外は6地域からの参加があった。

また楽天ファッションが日本のファッションブランドを支援するプログラム「by R (バイアール)」には、「チカキサダ」「タカヒロミヤシタザソロイスト」が参加した。

次回、24年春夏は2023年8月28日〜9月2日を予定している。

今回は、前シーズンと打って変わってコロナ下からの脱却を印象付けるシーズンとなった。初日が「マスクの着用を個人判断に委ねる」とした政府方針と重なるたこともあり、さらにスポンサーの日本酒「獺祭」の鏡開きで始まったオープニングセレモニーが開催され、より一層の開放感を後押しした。また一般への発信を強化するために連携した「TOKYO CREATIVE SALON (トウキョウクリエイティブサロン)」と合同の前夜祭も開催した。



MILAN PARIS

2023-24 AUTUMN&WINTER PRÊT-À-PORTER COLLECTION

Text : ファッションディレクター 萩原輝美

ブランドのヘリテージを再解釈 ラグジュアリーをリアルなコーディネートで遊ぶ

2月から3月にかけて行われた2023・24年秋冬ミラノ、パリファッションウィークはジャーナリスト、バイヤーの数も増え、街全体にも観光客が溢れて活気を取り戻しました。全体の傾向としてはブランドの「原点回帰」。改めてメゾンのアイデンティティーをアピールしながらファッションの楽しさ、着飾ることの喜びを感じさせるコレクションが目立ちます。

「プラダ」はミウッチャ・プラダのクリエイションのベースである相反するテイストミックスの中で、新しい日常と非日常、デイリーウェアとフォーマルウェアを表現しました。ウエディングのようなクチュール技の刺しゅうや花モチーフのフレアスカートにシエトラニットを合わせます。パレエシユーズでリアルに着たいルックです。

「グッチ」はアレックスandro・ミケレの突然の退任で、デザインチームによるコレクション発表となりました。トム・フォード時代のマニッシュなテラリングをソフトなシエイクで表現。ミケレのプラトプやシースルーアイテムと組ませアークイブ作品をベースにグッチらしさをアピールしました。

「トモコイズミ」はドルチェ&ガッバーナのサポートを受けて彼らの本社で新作を披露。作品はドルチェ&ガッバーナのカラフルなシチリアプリントをアップサイクしたフリルドレスが並びます。ファイナー

レ、レインボーカラーの巨大な服を5人が纏い、旗のようになびかせて歩きました。

「サカイ」がぐつとエレガントになりました。直線的に深いスラッシュの入ったコートやドレスはほっそりとしたボディーと繋がり優しく揺れます。ブラック&ホワイトのルックは甘さを控えたフリルやフリアを加えシャープに収めています。ハイブリッドから抜け出し、フォルムを見せるエレガントなコレクションです。

「ロエベ」のジョナサン・アンダーソンが今回選んだアーティストはララ・ファヴァレットです。真っ白い会場にペーパークラフトで作られたカラフルなオブジェが置かれたスペースでミニマリズムを極めたコレクションを発表しました。シアリングのブードルシエイクのコート、フェザーを何枚も重ねたトップスとバミューダパンツはクチュール技が光ります。ルーズなパンツと合わせてリアルな着こなしに落とし込んだ軽快なコレクションです。

「シャネル」はアイコンであるカメラア(椿)をイメージしたコレクションです。インスピレーションはメゾンのアンバサダーである小松菜奈のモノクロ写真。会場の中央には大きなカメラアのオブジェが置かれ小松菜奈の顔が映し出されるという趣向です。ニットのインターシャやクチュール技のビーズ刺しゅうなど、さまざまなカメラアのトップスとバミューダパンツの組み合わせがキュートです。ヘリテージをぐつとモダンにデザインしました。

萩原輝美のワンポイントレッスン

ベーシックな着こなしの中に非日常アイテムを取り入れる。そんな着こなしが多い今回のコレクション。白のアイテムをバイカラーで着るのがおすすめです。

▶TEXT
ファッションディレクター
萩原 輝美
Terumi Hagiwara

毎シーズン、ミラノ、パリなど世界のデザイナーズコレクション、パリ・オートクチュールコレクション
取材。ファッション雑誌に記事、コラムを寄稿。専門学校、各種セミナー講師。エレガンスをリアル
に落とし込むファッション提案に定評がある。ブランド「ten. (テン)」のプロデュースも手がける。

📷 hagiwaraterumi 📷 ten_official

Interview Photo : Manabu Matsunaga

WEINSANTO

Victor Weinsanto



コレクションはカラフルなプリントの
量感たっぷりのコートやブルゾンが登場。
インナーにはレースアップで締めた
コンシャスなドレスを合わせています。
クラフト感たっぷりのコレクションです。

ヴィクトル・ウェインサントはパリのアトリエ・シャルドン・サ
ヴァールで修業、その後「ワイプロジェクト」、「マキシム・シモア
ンス」、「クロエ」、「ジャンポール・ゴルチエ」等で経験を積み、
「ウェインサント」を立ち上げる。エネルギッシュで陽気な精神、レ
トロと未来、キャバレーをテーマにコレクションを発表している。



VAQUERA

Patric DiCaprio
Bryn Taubensee



コレクションは黒い小さなブラトップに
サテンのワイドパンツを合わせ、
スタッズのハーネスやビッグショルダーの
ジャケットを重ねています。
ウォッシュアウトのデニムやスタッズ付きのレザーが
ビンテージ感とデストロイな印象ですが、
メッシュやニットのキャップがキュートさを加え、
二人の魅力が融合されたコレクションです。

アラバマ出身のパトリック・ディカプリオが立ち上げたニューヨー
ク拠点のブランドで、現在はブライアン・トーベンシーと共にコレ
クションを制作。「ファッション界のファンフィクション」というコン
セプトを追求し、大胆な質感、オーバーサイズカット、イノベーティ
ブな生地を組み合わせるアップデートされたアイテムを展開する。

インタビューを 終えて

可能性をいっぱい秘めな
がら、ドキドキとキラキラを感じ
させるデザイナーたちです。
DSMPとは契約制で
はなく、毎シーズンのコレク
ション次第で続くそうです。
これからは楽しみです。

Q: コレクションのベースになっているものは?
A: キャバレーのムードを表現することがウェインサントらしい服作りの原点です。

Q: 早いデビューでしたが、デビューするにあたって何が大切だと思いますか?
A: もちろんやる気とコネクション、ネットワークです。僕はダンスが好きだったので毎夜クラブに行き、ファッション関係の人脈を作りました。

Q: いろいろなメゾンでキャリアを積みましたが、一番得たことは?
A: ゴルチエに影響されたことです。まじめに働く意識でメゾンに入ったのですが、ゴルチエはいつも夢を描きながら仕事を楽しくていました。仕事を楽しむことで、次の可能性が見えてくることを痛感しました。

Q: 次の目標は?
A (P & B): 東京でランウェイを発表したい!

Q: DSMPとの出会いは?
A: ニューヨーク (NY) でショーをやったNYのドーバーストリートマーケットに商品が並ぶようになったのだけれど、経済的に厳しく次のランウェイができないことをバイヤーに相談したらDSMPを紹介してくれたんです。本当にラッキーだった。

Q: 二人の出会いには?
A (ブライアン): お互い美術学校の頃から知り合ってたけれど、2016年に突然連絡があり「一緒にやろう」と言われたの。

Q: どちらもNYエス?
A: ヴァケラの大ファンだったから気持ち「即イエス」だったけれど、考えるふりして返事したわ。

Q: 二人でクリエーションすることの難しさは?
A (パトリック): 最初のコミュニケーションが大変。いつもランウェイを想定しながらデザインしているんだ。完成するのはいつもショー当日。だから僕たちにとってランウェイが目標地点なんです。

Q: 今まで目標を必ず叶えてきた2人。きっと東京でのコレクション発表を実現できると期待します。

Q: 今シーズン「ヴァケラ」と「ウェインサント」のランウェイを発表。後日ショールームにデザイナーを訪ねました。

Q: 二人の出会いには?
A (ブライアン): お互い美術学校の頃から知り合ってたけれど、2016年に突然連絡があり「一緒にやろう」と言われたの。

Q: どちらもNYエス?
A: ヴァケラの大ファンだったから気持ち「即イエス」だったけれど、考えるふりして返事したわ。

Q: 二人でクリエーションすることの難しさは?
A (パトリック): 最初のコミュニケーションが大変。いつもランウェイを想定しながらデザインしているんだ。完成するのはいつもショー当日。だから僕たちにとってランウェイが目標地点なんです。

Q: 今まで目標を必ず叶えてきた2人。きっと東京でのコレクション発表を実現できると期待します。

Q: 今シーズン「ヴァケラ」と「ウェインサント」のランウェイを発表。後日ショールームにデザイナーを訪ねました。

Q: 二人の出会いには?
A (ブライアン): お互い美術学校の頃から知り合ってたけれど、2016年に突然連絡があり「一緒にやろう」と言われたの。

Q: どちらもNYエス?
A: ヴァケラの大ファンだったから気持ち「即イエス」だったけれど、考えるふりして返事したわ。

Q: 二人でクリエーションすることの難しさは?
A (パトリック): 最初のコミュニケーションが大変。いつもランウェイを想定しながらデザインしているんだ。完成するのはいつもショー当日。だから僕たちにとってランウェイが目標地点なんです。

Q: 今まで目標を必ず叶えてきた2人。きっと東京でのコレクション発表を実現できると期待します。

Q: 今シーズン「ヴァケラ」と「ウェインサント」のランウェイを発表。後日ショールームにデザイナーを訪ねました。

Q: 二人の出会いには?
A (ブライアン): お互い美術学校の頃から知り合ってたけれど、2016年に突然連絡があり「一緒にやろう」と言われたの。

Q: どちらもNYエス?
A: ヴァケラの大ファンだったから気持ち「即イエス」だったけれど、考えるふりして返事したわ。

Q: 二人でクリエーションすることの難しさは?
A (パトリック): 最初のコミュニケーションが大変。いつもランウェイを想定しながらデザインしているんだ。完成するのはいつもショー当日。だから僕たちにとってランウェイが目標地点なんです。

Q: 今まで目標を必ず叶えてきた2人。きっと東京でのコレクション発表を実現できると期待します。



MAISON KITSUNE

パンクとプレッピーの融合をテーマに本社で展示会を行った「メゾンキツネ」は、「パプアー」「アンドワンダー」とのコラボも披露。日本製デニムのカモフラワー、花柄の刺繍やジャカードなどもラインナップした。



ICICLE

ジョルジュサンクに路面店を持つ「アイシクル」は、中国のハイブランドとして名声を上げてきており、伊勢丹、阪急のみの展開で日本に上陸した。



RIZRIZ PARIS

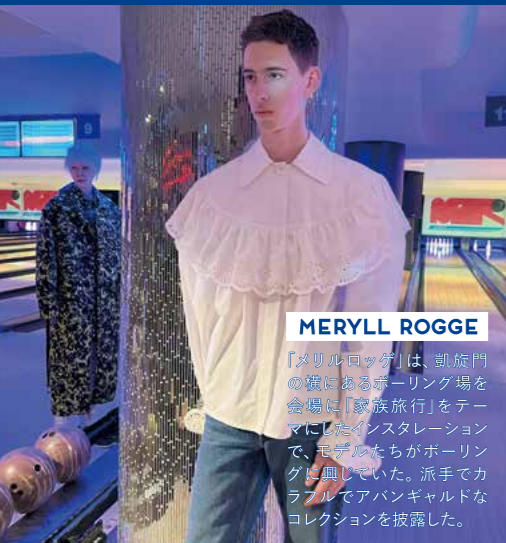
中国人デザイナー、Yun Xia Zhangによる「リズリス・パリ」は、アートとファッションの中間領域で表現するインスタレーションを開催。徳島藍の作品も展示された。

プレゼンテーションや展示会にも注目



PAULA CANOVAS DEL VAS

「パウラ・カノヴァス・デル・ヴァス」は、前シーズン同様にモデルが動く様を自由に見られるプレゼンテーション。美大生なのかアーティストなのか、様々なキャンバスやアクリル板などにペインティングする姿に自由でハッピーな世界観を感じ取れた。



MERYLL ROGGE

「メリル・ロゲ」は、凱旋門の横にあるボレーンク場を会場に「家族旅行」をテーマにしたインスタレーションで、モデルたちがボレーンクに興じていた。派手でカラフルでアバンギャルドなコレクションを披露した。

老舗から中堅・若手まで、層の厚さを感じさせるパリ

KIKO KOSTADINOV

「キコ・コスタディノフ」は、身体の線に沿うような薄い生地感とシルエットで、淡いスカイブルーが印象的だった。



HELIOT EMIL

「エリオット・エミル」には、火だるまの男が登場。黒ベースでダウンの幾何学的な縞み合わせやジップ使いが多かった。

A.P.C.

「アーペーセー」は、いつものスケール感やプレッピーなスタイルを押し出し、小柄なモデルやぶくぶくしたモデルでダイナミズムを感じさせた。



LEONARD

「レオナルド」は、得意のハキッとした色目のプリントはありつつ、フクレ加工のラメジャケットや着物を想起させる柄にキルティングなど素材パリエーションが豊富になった。



TRANOI



PREMIERE CLASSE

トレードショーは、トラノイ、プルミエールクラス、ウーマンの3展で553ブランド

服飾雑貨中心ながらアパレルも加えてきたプルミエールクラスは、最盛期の2/3程度の規模で、チュイルリー公園のテント会場に370ブランドが出展。6年前に比べると40.4%減、3年前比では13.6%減。

トラノイは、パリ旧証券取引所1ヶ所での開催となり、3年前に開かれていたもう一つのカルーゼル・デュールブル会場での開催は無かった。出展者数は164ブランドで、6年前に比べると64.0%減、3年前比は41.6%減と大幅に減った。だが、2020年に世界最大規模の生地見本市「プルミエールビジョン」を運営するGLイベントに会社を売却したことにより、パブリックな方向へと舵を切った。現在は、仏アウトクチュール・モード連盟唯一の公認トレードショーと位置付けられ、メンズは50ブランド、レディースは150ブランドまでに絞り、さらに選考を同連盟と共にするなど、新たな座組みで改革に取り組んでいる。

ウーマンは、コロナ前のヴァンドーム広場のホールから昨年9月と同じくバブリック広場近くの小さな会場で開き19ブランドが出展、6年前と比べると78.9%減、3年前比でも78.4%減とかなりの縮小となった。3展全体の出展者数は総計553ブランドで、6年前より52.6%減、3年前より33.9%減となった。

ROKH

Y2K時代のオフィスを再現したようなセットで「ロク」らしいシックでマニッシュであり、またセクシーでアバンギャルドでもあるコレクション。



ISSEY MIYAKE

「イッセイミヤケ」は、クラシックモードが満載のチャトレ座でミュージシャン、Trio SR9によるマリンバの音色に合わせて披露。オレンジやペパーミントグリーンの2色切り替え、絞りチェックが印象的だった。

三宅一生門下も頑張る

CFCL

三宅一生門下生「CFCL」はバレットキーボードでニットのバリエーションを膨らませ、編み地変化でプレーンからシャギーへの切り替えを袖や裾に用いた。



PARIS FASHION WEEK 2023-24 AUTUMN / WINTER

編集長のパリ雑記帳

TEXT & PHOTO : MASAHIRO KUBO

中国バイヤー待ちは変わらずとも、さらに盛り上がりを見せるパリファッションウィーク

今シーズンは、明らかに昨年9月のウイメンズコレクションよりも盛り上がりを見せていた。2月28日～3月7日のウイメンズファッションウィーク、3～6日のウイメンズ・トレードショーと駆け足の8泊10日のパリ出張から見えてきたもの。それは端的に言うと、フィジカル、リアル、力強さとアジア勢でひとり気を吐く韓国という構図だ。

さらに1月のメンズ同様、7日には「年金改革反対」のストライキに見舞われた。メトロ・バスのスト以外にも、デモ行進のコースにシャルルドゴール空港が巻き込まれ、高速道路を2.5kmも2個のスーツケースを押しながら歩く羽目になったというオチも付いてきた。泣けるエピソードだが、もう笑うしかない。笑ってほしい。



ISABEL MARANT

半分はDJ・Gabber Eleganzaとミュージシャン・Lulu Van Trappのライブ会場と化していた「イザベルマラン」。



MERCI

おしほりに訪れた有力セレクトショップ「メルシー」は、さらにキッチュになっていった。

TOMO KOIZUMI

「トモコイズミ」の小泉智貴デザイナーとツーショット。ミラノでショーを行い、東京でも発表!!



2023春のオープンキャンパスに集まった高校生SNAP!

COORDINATE SNAP

高校生のページ第40弾は、杉野学園のオープンキャンパスに参加したおしゃれさんをスナップ!
この春から高校3年生のみなさん、お手頃価格の古着やメルカリ、ネットショップなどをうまく利用して、自分の「好き」を楽しんでいるようです。

Question

- 1 今日のファッションポイントは?
- 2 普段服はどこで買う?
- 3 好きなファッションテイストは?
- 4 将来の夢は?
- 5 ファッションについて思うこと

自分を表現できる、 自分に自信が持てる!



東京都立黒川高等学校

1 淡色でまとめた GRL
2 カジュアル・淡色
3 服の企画やデザイン
4 好きな服や小物を身につけて自分らしく楽しめられる。

高木 元花 (たかき げんか)さん
神奈川県立津久井高等学校



1 古着屋で買ったカーディガンとDr.マーチンの靴
2 GU・SHEIN・古着屋
3 モード系・アンティーク系・古着
4 ファッションデザイナー
5 自分の「好き」を忘れない!!

1 最近買った青シャツと黒のコーデ
2 ZOZOTO
3 WN
4 レディース寄りのテイスト
5 ファッションに関わること
6 スカートはいいです!



東京都立三軒松高等学校



茨城県立取手第一高等学校

1 最近メルカリで買ったイッセイミヤケの靴
2 古着屋・メルカリ
3 果が入って個性的なデザインのあるコーデ・モード系や古着系
4 洋服をデザインする仕事
5 自分の好きなことを表現できる。楽しい。自分に自信が持てるようになる。

1 お気に入りの古着屋 liberte でつけたビッグニット
2 古着屋 (liberte・セカスト・フリマ)
3 古着・モード系
4 自分の好きな服に関わっていたい
5 楽しい!!!



千葉県立大宮高等学校

1 ミニスカートとニーハイブーツに古着のジャケットを合わせて
2 古着屋
3 ストリート
4 スタイリスト



福岡県立筑紫高等学校

右: 1 最近買った古着のカーデ SHEIN・古着屋
2 コスロリ・大人っぽい感じ・サブカル
3 衣装作家・デザイナー
4 可愛い服を見るとワクワクする。普段着られないコスロリは小さい頃からずっと憧れていた。
左: 1 母のカーディガンを借りてコーディネート
2 古着屋
3 女の子みたいなファッションが好き
4 服に関係する仕事
5 今日のファッションは紫のブラウスとネットレスの色が合っていて好きです。



伊藤 結衣 (いとう ゆい)さん
千葉県立宇都宮高等学校

1 祖母からもらった着物
2 SHEIN・GU
3 和洋のミックスコーデ
4 来世
5 入目を気にせずどんなファッションでも出かけるようになったらいいなと思います。



静岡県立清水南高等学校

右: 1 岡本太郎原のお土産Tシャツとデニム
2 古着屋
3 古着・BEAMS
4 プロダクトデザイン・商品企画
5 自分らしく、自分で自分を好きになれるのでファッションが大好きです! 着るのも見るのも楽しい!
左: 1 黒のコーデに、茶色い母のベルトがポイント
2 古着屋・SHEIN
3 モード・クール
4 MD・ファッション系の企画
5 歩いている人や店にある服を見るのが大好き。特にDr.マーチンが好きです。黒系統を着ることが多いので、もっと色を使えるようになりたい。



群馬県立高崎高等学校

みらいさん
群馬県立高崎高等学校



©Hiroshi Shimizu

こんにちは! シトウレイです

東京ストリートファッションを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



2023-24年秋冬トレンド全部乗せ!

シトウレイです、こんにちは! 薄着のシーズンがやってきましたね、夏好きとしては嬉しい限り! さて今回はこの2023-24年秋冬コレクション中のミラノ、そしてパリで撮ったストリートスナップから読み解くトレンドを盛り沢山でお届けしたいと思います!
さて肌の露出の増える時期にうってつけのトレンドから。それは肩出し! お腹や背中への肌露出は市民権を得てきましたが、次に注目されているのが肩、そしてデコルテ周りの露出! ポイントは「肩は出す分、二の腕以下は隠す」。左の彼女のようにアームウォーマーとセットで着るとメリハリがついた着こなしに。アクセサリーでいうとチョーカーが再び注目に。この背景には肩/デコルテの露出が多いからこそ、少し首回りが寂しくなるからそれを補う...という理由があります。もう一つ注目はサングラス! サングラスこそ半年ごとにトレンドの形が変わるものはないな、と毎回ストリートを撮って思うのですが、今シーズンの旬感あふれる形はズバリ彼女のようにやや釣り目気味、スクエアに近い形のシルエット。一つ持っておくだけで途端に顔周りにトレンド感が出てきます。顔周りでもう一つ! 彼女のように昆虫の触覚のような細い髪束を顔周りにあしらうヘアアレンジをしている人が多かった! こちらに関して言えば現在トレンド



真っ只中のY2Kファッションの影響を色濃く感じます。もう一つ肌露出にまつわるトレンドを。右の彼女のように透け感のあるアイテムはここ数年シーズン人気ですが、そこにさらなる進化が出てきました! 透け感アイテムはトップス、特にカットソーが主流でしたがそこに下半身侵攻が始まりました! そう、彼女が履いているスカートのように、ボトムスも透け感アイテムが出てきたのです! 透けすぎて恥ずかしい...そんな場合はトップスを長めにするなどして透ける面積を調整するのが着こなしにおけるコツです。そして最後のトレンドは「さかさま」! 彼女のトップスのカットソーをよく見ると首回りにタグが付いているのがわかるでしょうか。そう、前後逆に着ているんです。これは「ミュウミュウ」であったり「ヌメロヴェントゥーノ」というミラノ発のブランドのランウェイでも見られたスタイリングです。まさに「何を着るか、ではなくどう着るか」でトレンド感を作り出せるという好例のようなスタイリング! トレンドのアイテムやスタイリングで自身のスタイルをアップデートしてファッションをより楽しんでもらえたらと思います。それでは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 #シトウレイ #reishito.



©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47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。近著は『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)。

苦い涙

フランソワ・オゾンといえば、作品ごとにジャンルや作風を変えつつも常に人の性や心理を毒気たっぷりに描く脚本家&演出家。映るものすべてにアーティスト感覚が漂う多才多芸の巨匠です。新作『苦い涙』は70年代のドイツ映画のリメイクですが、設定を変えてユーモアも少々。いつもの「美意識」で攻める力作です。映画監督ピーターは恋人くと別れたばかり。普段も感情の起伏が激しいタイプなのに最近是最悪。住み込みの助手カールに対して究極のイジメとかパワハラの連打です。が、親友の女優が訪れ気分は少々上がり気味。おまけに彼女が連れてきたアミールに会った途端、フニャフニャのメロメロに。好物の若くて美しい若者だもの、放っておくはずがない。新作のオーディションをセットしたり、お小遣いを渡したり、遂に「君をスターにする！」と約束して同居スタートです。彼らの関係がどうなるかのほぼ一年は・・・残酷かも。注目すべきは黙々と雑事をこなし、監督の理不尽な命令もフォローするピーターの存在です。背筋ピン。歩幅一定で泳ぐように動き、髪の毛ベツベツ。タートルネックのセーターを細めのズボンにイン。仕事中はベストを重ねてピシッ。目線、表情、動き、衣装のスキの無さったら、凄過ぎ！です。姿を消してようで実は常に部屋のどこかで観察してる。彼目線でもう一度。毒気が刺さります。



6月2日(金)よりヒューマンラストシネマ有楽町、新宿武蔵野館ほか全国順次公開
©2022 FOZ - France 2 CINEMA - PLAYTIME PRODUCTION ©Carole BETHUEL_Foz

一食抜いてでも是非! ★★★

70歳のチア・リーダー

人生いろいろ。青春は若いもののためだけにあるんじゃない！と本気のやる気を見せてくれる『70歳のチア・リーダー』は、2005年からフロリダで活躍するチア・ダンスチーム「カレンダー・ガールズ」の日常を追ったドキュメンタリーです。メンバーはシニアのみ。持病があったり、旦那さまに嫌味を言われたり、過去も現在も山あり谷あり。プロじゃないし、ダンスも体型も何だかなあ〜、なんて、どうでもいいんです！へっちゃらです！だって楽しいから！と励まし合い、涙を流し、優しく寄り添う彼女たち。頼まれたら決してノーと言わず、タダで地域のイベントやチャリティー、パレード、高齢者施設でパフォーマンス。目的の一つが盲導犬を贈るための慈善事業なので、盛り上がり過ぎて欲しいと衣装もヘアもメイクもガッツリ。最初はドラッグクイーン?かと思ったほど、濃い。後ろ姿は、年齢不詳。週3日の練習と年間100回以上もの公演を行い、出し物に合わせてコスチュームやヘッドドレスを手作り。そのセンスは時にエレガント、セクシー、奇抜、たまにワイルド、まれに着ぐるみやゾンビも。どれもキラキラビッカビカ。素顔は普通のおばあちゃん、でもステージでは誰もが映えるダンサーね。元気をサンキュー！



6月23日(金)よりアップリンク吉祥寺にて公開!

いいね! ★★



Yazmin Lacey (ヤズミン・レイシー) : イギリス・ノッティンガムを拠点に活動するシンガー・ソングライター。EP「Black Moon」(2017)、「When The Sun Dips 90 Degrees」(2018)、「Not Today Mate」(2020)を経て2023年にファースト・アルバム『Voice Notes』をリリースした。同作の国内盤にはボーナス・トラック3曲が追加収録されている。

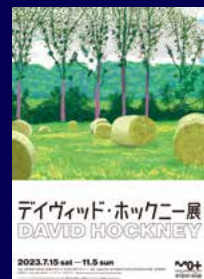
UKソウル、ジャズ・シーンの注目株がアルバム・デビュー

2017年に発表した12インチEP「Black Moon」を皮切りに、イギリスを代表するDJのジャイルス・ピーターソンが主宰する(Brownswood Recordings)のコンピレーションに楽曲がピックアップされたり、ジャズの名門レーベル(BLUE NOTE RECORDS)に遺された名曲を現在のアーティストがそれぞれの解釈でカバーするトリビュート企画盤『Blue Note Re:imagined』(2020)に参加するなど、その活動に注目が集まっていたシンガー・ソングライターのヤズミン・レイシーが待望のファースト・フル・アルバムをリリースした。エリカ・バドゥやジル・スコット、アーロ・パークスがしばしば引き合いに出さ

れるように、このデビュー・アルバム『Voice Notes』はいわゆるネオ・ソウルやR&Bを基調としたサウンド・アプローチだが、それにとどまらず、現行のジャズや往年のソウル、ヒップホップ、そしてレゲエやアフリカンのフィーリングを持った曲も収められている充実の内容だ。そんなサウンドにのる彼女の歌声は実に自然体。いわゆる歌い上げ系ではなくどこかクールな質感のその歌声は、聴く側がどのようなコンディションであってもスッと気持ちに入り込んでくる心地よさがある。5月7日にはビルボードライブ東京で初来日公演が行われたヤズミン・レイシー。ますます今後の動向が気になるアーティストのひとりである。

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。



デイヴィッド・ホックニー展

デイヴィッド・ホックニーの国内の美術館における大型個展は1996年以来27年ぶりとなる。60年以上にわたり絵画、ドローイング、版画、写真、舞台芸術といった分野で多彩な作品を発表し、近年はiPadを用いて身近な主題を描き続けている。2023年に86歳を迎えてなお一層制作に打ち込み、現代美術の第一線で活躍するホックニーの「今」を紹介。

2023年7月15日(土)~11月5日(日)
休館日・月曜日(7/17、9/18、10/9)は開館、7/18(火)、9/19(水)、10/10(火)
開館時間:10:00~18:00 ※入館は開館の30分前まで
観覧料:一般2200円/大学生・専門学校生・65歳以上1600円/中高生1000円
会場:東京都現代美術館 企画展示室1F/3F



ガウディとサグラダ・ファミリア展

スペインのバルセロナを中心に活躍した建築家、アントニ・ガウディ(1852-1926)。一度見たら忘れることのできないユニークな建築は、今なお世界中の人々を魅了し続けている。長らく「未完の聖堂」と言われながら、いよいよ完成の時期が視野に取まってきたサグラダ・ファミリア聖堂に焦点を絞り、この聖堂に即してガウディの建築思想と造形原理を読み解いていく。

2023年6月13日(火)~9月10日(日)
休館日・月曜日(7/17)は開館、7/18(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2200円/大学生1200円/高校生700円/中学生以下無料
会場:東京国立近代美術館 1F企画展ギャラリー

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



高田賢三と私 「バリの息子」とすごした37年間

2020年10月に逝去した世界的デザイナー、高田賢三(『KENZO』ブランドの創設者)の功績や人柄を綴った書籍。高田賢三と公私ともにビジネスパートナー、プライベートマネージャーとして37年間を支えた著者・鈴木三月が語る、人間味溢れ、心温まる「高田賢三」の素顔と横顔。貴重な画像も多数掲載されている。

著者:鈴木三月 出版社:時事通信社 2420円



伸縮素材×ロックミシンの シンプルウェア

ブルオーバーからカーディガン、ジャケット、パンツ、ワンピースなど、伸縮素材を使ったアイテムを多数掲載。布地の選び方、ロックミシンの基本操作のプロセスを写真とともに解説している。S、M、L、LLの縫い代つき実物大パターン2枚付き。高田祐子による最新第6弾ソーイングブック。

著者:高田祐子 出版社:文化出版局 1980円

INFORMATION
AND
REVIEW

ファッションカ

FASHION-RYOKU

May 2023

2023年5月26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
和田えり

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: Shunya Sasaki

Model: Miyu Kobayashi

Styling: Moyashi Nakamura

Hair & Make-up: sarara

Direction: Kanta Endo

📷 fashionryoku