

ファッション  
ashion

RYOKU  
カ

ファッション  
サブスクリプション

TOKYO  
BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

ODAKHA

小高真理さん



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

Photographer / Director : Milleh Kojima (ARTEMODERNO) @ milleh.kojima  
Photographer Assistant : Taka (ARTEMODERNO)  
Model : Isabella (AUBE) @ isabellaguzman99  
Make up : Yushi Tanimoto @ yushi.tanimoto  
Hair : Hiroaki Takenouchi @ take523  
Stylist : Kazushi Uemura @ kazushi\_0514

### FILE:023

フォトグラファー / ディレクター  
小島 美礼

**MILLEH KOJIMA**  
日本広告写真家協会「APA AWARD」2022年、2023年広告作品部門入選。女子美術大学では、付属中学・高校と計10年デザインを学び、その後写真の世界へ。写真は12年以上のキャリアで、モード色の強いフォトグラファーとして評価を受け、自身の全ての撮影において、ディレクター、フォトグラファーを務める。数多くのコレクションブランドのルックブックを撮影し、国内外のファッションマガジンの表紙等も含め、ヨーロッパでの撮影も行っている。またブランドディレクターとして、いくつかのファッションブランドをRakuten Fashion Week Tokyo に送り出して、ランウェイショーを行っている。

✕

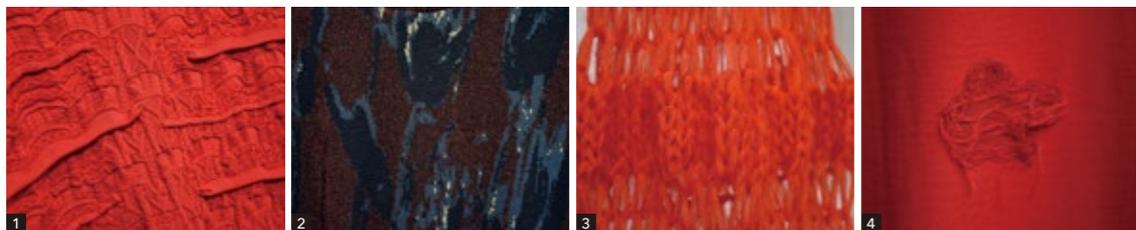
## INSISTENCE

「芯のある人」  
この写真では  
それを表現している。

【表紙・右】コート・ニット・スカート・ブーツ(UNDERCOVER)、  
チョーカー(SAINT MARIA) 【左】ブルゾン・ジャケット・ジャン  
パースカート・靴(Rhodolirion)、シャツ(vintage) 【裏表  
紙】ジャケット・ブラウス・トラウザーズ(RUMCHE)



“ 人から人へ渡り、アップデートされていく服づくり ”



アメリカの現代芸術家、サイ・トゥオンブリーが描く赤い花からインスピレーションを受けた2023-24年秋冬コレクション。素材違いの赤地が織りなす陰影をニットのバリエーションで見せた。  
 1. 長年タグを組んでいるプログラマーと作る「クレイジーニット」シリーズ。その複雑で緻密な模様は「毎回ニットの柄の限界に挑戦している」と話す。 2. 小高さんが描いたチューリップ柄のホールヤーンジャカード。 3. チューブヤーン、ナイロン、モヘアの3種を用いたハンドニットのドレス。 4. 花のモチーフを連想させるシルエットやディテールが楽しいコレクション。

■若者へメッセージを。  
 やりたいことや気になることは、学生のうちにたくさん経験して、面白いものをどんどん創造してください。素敵なアイデアを見ると私も励みになります。

■今後の目標は？

これまではニットの職人さんだけでしたが、今後はニット以外の職人さんとのモノづくりにもチャレンジしていきたいですね。ODAKHAの「H」にはhand to handの意味も込めていて、デザイナーやアイデアって人から人へ渡ることです。職人さんとの会話の中でより面白いものに改良されることもありますし、それはやっていって一番楽しいところですね。

■服づくりへのこだわりは？

内面的にも物理的にも行動しやすい服を考えていつもデザインしています。着ると前向きな気持ちになれたり、エネルギーをもらえたり、それでいて動きやすく活動しやすい服であることを常に意識して作っています。

■ブランド設立からまもなく10年。思い入れのあるコレクションはありますか？

2019年春夏シーズンに、バルコの支援で初めて東京コレクションに参加しました。ファッションブランドとしてトータルで見せていこうと、ニットだけでなく布帛アイテムの展開を始めて、そのタイミングで取引先も増えたので、大きなターニングポイントでした。

■その後、ブランドを立ち上げるまでの道のりは？

卒業後は、ニットのOEM会社に就職しました。少人数の会社だったので、縫製から仕上げまで任せてもらって、生産の流れも学べましたし、色々なニッターさんに出会えました。コレクションブランドの製造も受けていたので、だんだん作りたいたい気持ちが増えてきて、2014年にニットを強みとした自身のブランド「マラム्यूト」を立ち上げました。

■どんな学生生活でしたか？

大学では、ゴブラン柄をワールや透ける素材にプリントしてゴブラン織のように見える作品など、テクスチャーの研究をしていました。その後大学院へ進学して、ニットCADの授業で編み地のサンプルを見せてもらった時に、オリジナルの柄から不思議な模様まで、色々なテクスチャーを投影できることに感動して、コンピュータープログラミングニットの世界にのめり込みました。修了制作では、ニットの技術を惜しみなく使った作品を発表しました。

■そもそもファッションに興味を持ったきっかけは？

幼少期に祖母から花柄のワンピースをプレゼントしてもらったのですが、それを着るのがすごく嫌だったんです。フリルが可愛い素敵なワンピースだったんですけど、当時はもっと動きやすい方が良く、自分で服を選ぶようになりました。高校生の時、ファッション雑誌を読むのが大好きで編集の仕事に興味を持ち、ファッションの大学へ見学に行きました。たくさん作品を見ていたうちに服作りに興味が湧いて、クリエイションを学ぶ学科を選びました。

■ブランド名を変えた経緯は？

2022年に「東京ファッションアワード」を受賞して、初めてパリのショールームへ出展したのですが、ニットのアプローチに対しても品質についても、すごく反応が良かったんです。でも海外で「マラム्यूト」は大種のイメージが強いみたいで、日本で作っていることをもっと強く発信していくために、ブランド名を自分の名字である「オダカ」に変えました。タグにはすべて「メイドインジャパン」と表記しています。ジャパンメイドの素晴らしいさをオダカで体現して発信していきたいです。

ファッションの裏技拝見

# TOKYO BRAND PICK UP

Vol.60

ニットウェアに特化したウイメンズブランド「malamute (マラム्यूト)」が、2023-24年秋冬シーズンよりブランド名を「ODAKHA (オダカ)」に改め再スタートを切った。ファーストコレクションから続けている日本各地の職人と二人三脚で生み出すハイオリティなニット表現を、海外に向けて発信していく。デザイナーの小高真理さんに会うため、ショールームを訪ねた。

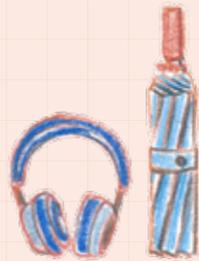
Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya Photo : Sakura Tsuchiya



オダカ  
**ODAKHA** デザイナー 小高 真理さん

Mari Odaka 文化ファッション大学院大学卒業。メーカーでニットデザイナーとして経験を積んだ後、2014年に自身のブランド「malamute」を設立。2022年、東京ファッションアワード受賞。2023-24年秋冬シーズンよりブランド名を「ODAKHA」に改名。

🌐 <https://odakha.jp/> 📷 [odakha\\_official](https://www.instagram.com/odakha_official)



杉野学園ドレスメーカー学院・杉野服飾大学の学生

約 **200人**に聞きました！

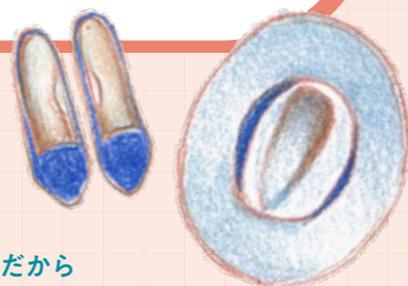
服を「借りる」ファッションレンタルサブスクについて、ファッションを学ぶ学生はどう感じるのだろうか？ ドレスメーカー学院と杉野服飾大学の学生にアンケートを実施。ファッションレンタルサブスクに対する意識調査を行った。学生が見るファッションレンタルサブスクのイメージとは。

利用したことがある  
**1.4%**

利用したことがない  
**98.6%**

**Q.1**

ファッション系のサブスク  
(服や靴などのレンタル、シェアリング)を  
利用したことがありますか。



**Q.2**

利用しない  
理由はなんですか？

- 壊したり、汚したりしたら嫌だから  
(ドレスメーカー学院1年生)
- 人が使ったものを使うのに抵抗がある  
(杉野服飾大学2年生)
- 借りた後、送り返す手間がめんどくさい  
(杉野服飾大学2年生)
- 服や靴は自分が気に入ったものを購入して長く使いたいから  
(ドレスメーカー学院1年生)

**Q.3**

どんなサブスクサービスがあれば  
利用してみたいですか？

- アクセサリーのサブスク  
(杉野服飾大学2年生)
- インディーズなブランド中心のレンタルサービスがほしい  
(ドレスメーカー学院2年)
- ロリータ服のサブスク  
(ドレスメーカー学院2年)
- お手入れの難しい服をまとめて送ると洗ってくれるサービス  
(杉野服飾大学3年)



## ファッションサブスクは サステイナブル社会の立役者となるか

近年急速に広まりをみせたサブスクリプションサービス(サブスク)。動画や音楽、あるいは飲食など業界や形態を問わず様々なサブスクが提供されており、SDGs、サステナビリティの面でも注目を集める現在成長中のビジネスモデルだ。今号のファッション力では服のレンタル、シェアリングなどを行う「ファッションレンタルサブスク」に注目し、コロナ禍を経ても勢いの衰えない2社に、それぞれの取り組みや今後の展望について聞いた。

Interview : Masahiro Kubo Text : Ewori Wada Interview Photo : Sakura Tsuchiya Illustration : Hiroko Fukuchi



## AnotherADdress

様々な理由で好きな服を着ることを諦めてしまう人たちに、  
好きな服に袖を通す楽しみを伝えたい



株式会社大丸松坂屋百貨店 アナザーアドレス 事業責任者 田端竜也さん



## airCloset

忙しい女性の日々の生活の中に、  
ファッションとの出会いを通して「時間の価値」を提供したい



株式会社エアークローゼット 代表取締役社長 兼 CEO 天沼聡さん



「1991年のバブル崩壊から日本の景気が低迷する中、百貨店のファッション発信力は弱まってきています。デザイナーファッションを楽しむ層は限られ、等身大の生活を送る人にはなかなか届かない状況です。また、大量生産、大量廃棄が業界の現実という中、サステイナビリティの面も踏まえて洋服の生産後の流通プロセスを工夫し、服が着られる機会を増やし、服の寿命を延ばしたいという思いがアナザーアドレスのサービスには宿っています」と熱く語るのは、事業責任者の田端竜也さん。

レンタルの際は目的や好みに合わせて自由に服を選ぶ。プランによって一着ないし三着、五着を一ヶ月間レンタルすることができ、サイズやデザインが合わない場合は一回の注文につき一着まで返却できる。また気に入った洋服はレンタル回数に応じて、割引価格で購入可能だ。特徴的なのは、気軽に休会が可能なこと。「今月は外出予定が少ないから休会する」と自分の予定に合わせて利用するタイミングを決めることができる。

「お金が無いからファッションを楽しめない、だから合理的に判断して着まわしの利く無難な服を選び、自分の着たい服を諦める流れが既に顕在化している。今はその流れを合理的に逆転換しなければデザイナーファッションマーケットが保たない」と危惧する。

ファッションビジネスにおいて売れ筋が良いのはブランドロゴが入ったアイテムで、デザイン性の高い服は素敵でも売れにくい傾向にある。アナザーアドレスはそんなアイテムを取り揃えレンタルという形で提供することで、消費

国内ファッションレンタルサブスクの先駆的存在であるエアークローゼットは、2015年に月額制ファッションレンタルサービス「airCloset（エアークローゼット）」のサービス提供を開始以降、現在100万人の会員登録者数を突破している。

「創業するにあたってどんなサービスを提供するか考えた時の最初の思いが『長く人のライフスタイルが豊かになるようなことをしたい』でした。そこで目をつけたのがすべての人が平等に持つていても使い方、感じ方によって不平等になる『時間の価値』です。そこから時間の価値を最も感じやすいターゲットを考えた時に辿り着いたのがライフステージによる環境の変化が多い女性でした。仕事や育児でなかなか自分自身のために時間を使えない女性に対して『働く女性、ママさんなどの忙しい女性が、日々の生活リズムを変えなくても新しいファッションに出会えるサービスを作ろう』がサービス構想のスタートでした」と代表取締役社長の天沼聡さんは話す。「忙しくても新しいファッションと出会えるワクワクを楽しんでもらいたい」という思いから構想されたエアークローゼットのサービスは、プロのスタイリストによる個人に合わせたパーソナルスタイリングや「返却期限を無くす」「返却前のクリーニング不要」といったレンタル時の煩わしさを無くす仕組みにした。プランによって3着または5着借りることができ、届いた服が気に入ればそのまま購入も可能だ。サブスクの他に、無料会員でも利用できる「エコセル」がある。エコセルでは、レンタルで貸し出した洋服を割引価格で購入することができる。

サステイナビリティやSDGsの面においても、ファッションレンタルサブスクが担える役割がある。サービス利用者からの洋服に対するフィードバックや、貸し出し記録など多くのデータを参照することで洋服の生産量の最適

**PICK UP!**  
世界一  
選びにくいサイト?

金額やメンズ・レディースなどの表記を無くした商品選択画面は、モデルの着画ではなく服をメインにした画像が特徴的で、普通のECサイトとは一味違う。服に付随する様々な情報を気にせず、洋服を選ぶ楽しさを重視したUI作りがされている。

<https://www.anotheraddress.jp/>

**PICK UP!**  
MES VACANCES  
x airCloset

俳優の柴咲コウさんプロデュースのアパレルブランド「MES VACANCES」とエアークローゼットによるコラボ。エアークローゼット利用者のデータをもとにブランドへ新たな方向性を提案、働く女性に支持される限定コラボラインを企画・開発した。

<https://www.air-closet.com/>

者が普段手に取らない服を気軽に楽しめる構造を作り出している。なおかつ衣類の廃棄を減らすサステイナブルな事業でもある。

「ファッションを積極的に楽しむ購入層とそうでない潜在層には大きな違いがある。百貨店で服を買う人とアナザーアドレスを利用する人は8%ほどしか被っていない。百貨店で服は買わないが、デパコスやデパ地下は利用する人たちがアナザーアドレスは相性が良いと思っていて、将来的にそこを連携することでグループのシナジーを発揮していきたい」と田端さん。今後はサービスの利便性向上の他、服飾学生と連携したブランド服のリメイクなどのアップサイクルな取り組み強化も構想している。

化を図ることが可能な他、物流の面でも、AIが季節や流行をもとに貸し出しの多くなる服を予測し倉庫内の効率的な配置を算出することで、動線の無駄を改善することができる。

「我々の基盤を元に他社にもファッションレンタルサブスクが広まり、業界全体がより良くなれば良いと思う。また我々のデータを活用してブランドとコラボレーションでモノづくりをするのは新しい消費の在り方として注目しているため、今後積極的に拡大していきたい」と天沼さん。ファッションレンタルサブスクから広がる未来は大きい。



TAAKK



DOUBLET



LOEWE



LOUIS VUITTON

# PARIS MEN'S COLLECTION

2024 SPRING & SUMMER

## パリをジャックした ファレルの初陣

2024年春夏のパリ・メンズ・ファッションウィークに参加したのは、ショー枠とプレゼンテーション枠を合わせて全81ブランドで、うち日本勢は17ブランドを占めた。トレンドとして浮上ったキーワードは、「ワーク」を綺麗めに表現した「エレガンス・ワーク」、縦に細長いフォルム、テラードの復権、ジェンダーレスな女性服の要素を取り入れたインナーなど。そしてもっとも話題を集めたのが、ファレル・ウィリアムスの初陣となった「ルイ・ヴィトン」だった。

招待者はオルセー美術館前に集合し、船でセーヌ川をクルーズしながら会場のボンヌマ向かう。レオス・カラックスの1991年の作品『ボンヌマの恋人』の舞台となったパリ最古の橋をランウェイに見立てたのだ。橋は前日から通行止め、当日は最寄りの地下鉄駅も封鎖。石造りの橋のランウェイは、ゴールドのダミエ柄でラッピングされている。ヴァージルの時代にシテ島のドフィーヌ広場を封鎖して行ったショーがあったけれど、今回はそれを遥かに上回るスケールだ。その会場のスケールに負けなくらい、

ショーも壮大なものだった。ミリタリーを軸に、テラード、ストリート、スポーツなどをおり混ぜ、とにかく最初から最後まで「ダミエ」にこだわったコレクションは圧巻の一言。もっとも印象的だったのが、ファレルが「ダモフラージュ」と名付けたデジタル調のカモフラージュのアイテムで、世界中のセレブリティの間で争奪戦になるのは間違いないだろう。90年代のヒップホップを連想させるエアブラシで描かれたレザーブルゾンや、黄色のクロコダイルのバッグ（キーホル）など、これまで以上に豪華なアイテムも目を惹いた。ショーの後に行われたJAY-Zとファレルのライブを含め、もはやファッションショーの枠には収まらない空前絶後の一大デビューショーだった。

「ロエ」が掲げたキーワードは、パースペクティブ（遠近感）、ものの認識とスケールを決定する視点、そして認識とスケールが描き出すシルエット。超ハイウエストのデニムや、顕微鏡で覗き込んだような拡大したアーガイルのニット、寝袋を体の前に貼り付けたようなアイテムなど、シンプルながらも目がバグるキレのあるクリエイションは相変わらず素晴らしい。

Aーからフィードバックを受けながらコレクションを製作したのは「ダブレット」。カオス刺繍などのブランドを象徴するディテールは、Aーの「バグ」でいささか不自然に進化している。でも、その不自然さは職人との密なコミュニケーションによって生み出されたもの。新しさを拒絶せず古きを大切にするとスタンスが圧倒的に新しかった。

「ターク」も回を重ねるごとにパリでの存在感を増している。今季は貝殻の螺旋や蜂の巣などの自然の造形からインスパイアされたコレクションで、とくにテキスタイルの斬新さは圧巻だった。

文／ファッションジャーナリスト  
増田海治郎



YUIMA NAKAZATO



THOM BROWNE



VIKTOR&ROLF



CHANEL

## スタンダードアイテムを とびきりおしゃれに

2023-24年秋冬パリ・オートクチュールコレクション

7月3日から6日までパリ・オートクチュールコレクションが開催されました。今シーズンは世界各地から顧客が招待され従来と同じような活気を感じます。前日には「パトウ」が24年春夏ブレタポルテを、「アライア」が23年冬24年春コレクションを発表しました。

着飾ることの楽しさを取り戻しつつ、日常と非日常が曖昧な中、クチュールでもブレタと同じようなスタンダードアイテムが多く登場しています。

「シャネル」はエツフェル塔を望むセーヌ川のほとりでランウエイを発表しました。イメージするのはパリジェンヌの日常です。ツイードコートからスタートしたコレクションは、膝丈のツイードスーツやニットとタイトスカートの組み合わせなどリアルアイテムの中にスパンコール刺しゅうなどのクチュール技を散りばめました。秘めたラグジュアリーを花のバスケットを持つモデルや犬を連れて

歩くモデルが散歩道を歩くようなキヤットウオークです。

ウエアラブルアーティストと名乗る「ヴィクター&ロルフ」は装飾的な水着コレクションを並べました。アイコンであるリボンでボディーを包む水着、トレーンを引きずる水着など。フィナーレはタキシードルックのマネキンを抱き抱えるというユーモアたっぷりの作品が登場しています。

「トム・ブラウン」がブランド20周年を記念して初めてクチュールコレクションを発表。選んだ会場はオペラ座です。と言っても観客は裏口から入りステージの上の客席に座ります。緞帳（どんちよう）が上がると椅子席にはサンクラスにグレースーツ姿の男性パネルが一面に並んでいます。

ショーはトム・ブラウンらしいグレーのスイツ中心にクジラやカメなど海の生き物たちを丹念に刺しゅうした量感たっぷりのドレスが並びました。

最終日、「ユイマ・ナカザト」のコレクション会場はエブソンとの協業による真っ赤なプリントで床を飾りました。そのケニアでのゴミ山を北斎の「赤富士」に見立てたプリント地は、ギャザーたっぷりのドレスでも登場。シンプルなシルエツトがプリントの迫力をアピールしました。

### 萩原輝美の ワンポイントレッスン

リアルアイテムが多くなったクチュールコレクション。中でもシャネルのブラックニットと白いスカートの組み合わせはお気に入りです。アクセサリ次第でオケージョンにも楽しめるルックでした。

# 編集長の パリ雑記帳

TEXT & PHOTO : MASASHIRO KUBO

## 日本人デザイナーの クリエイションに対する 生真面目さが際立った パリ・メンズファッションウィーク

次のショーに  
連れて行ってくれる  
ナビゲーター(バス)

コロナ禍からの着実な回復を見せるファッションカレンダーも早1年。今年1月の秋冬シーズンと比べても日が長く、夜10時まで明るいパリの空の影響もあり、盛り上がりを見せていたと言いたところだが、日本からの出張者について言うなら、肌感覚ではまだ8割方しか戻ってきていないとの印象だ。やはり航空運賃やホテル代の高騰と円安が悪影響を及ぼしている。さて初日の「ルイ・ヴィトン」によるポンヌフ(新橋と訳せるが、パリ最古の橋)を使い、周辺の交通を規制して行われたスペクタクルショーの余韻とインフルエンス力に阿るメゾン、そこに群がるマスメディアを見るにつけ、「モードのクリエイションは何処?」との疑問が頭を擡げる数シーズンだが、よく見てみると日本のデザイナーたちが生真面目にクリエイションに取り組み、誠実に表現している姿を見て、ナショナリズムからではなく、日本人のDNAを感じられる瞬間が幾度となくあった気がする。

そんな両極端な発露を感じながら6月20～25日のメンズファッションウィーク、22～25日のメンズ・トレードショーを回った。この時期のパリの気候は爽やかな晴れが多いという事で、屋外ショーが多かったのだが、後半は生憎の猛暑で、ショーが始まる合図が出るまで、木陰で待ちながら、やり過ごすという作戦で凌いだ。

## 日本人の 生真面目さ 際立つ

HOMME  
PLISSE  
ISSEY  
MIYAKE

長い巻き紙を敷く一  
所々切る→めくると  
服が入っている→モ  
デルに着せてショー  
がスタート。ブリー  
ツの種類が豊富で、  
色も多彩、どの色も  
自然にありそうな綺  
麗な無地とプリントが  
「オムプリッセ・イッ  
セイミヤケ」らしい。



AMIRI

広大な植物園の公園に大きなテラスを設けた「アミリ」は、爽やかな夏のリゾート気分を存分に演出していた

## リゾートテラス、演劇、 バンドと演出も多彩

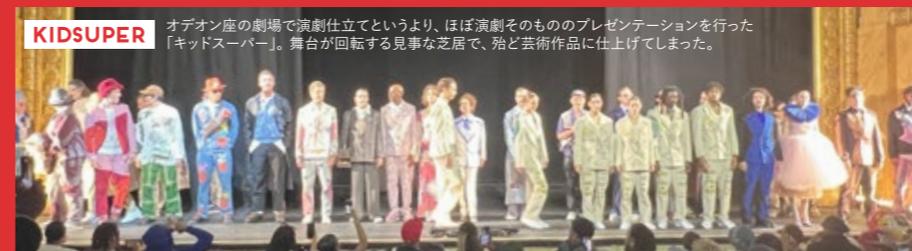
MAISON MIHARA YASUHIRO

ビルアケイム橋近くの駐車場で、バンド演奏とともにショーを行った「メゾン・ミハラヤスヒロ」。生演奏の演出は、得意中の得意。



KIDSUPER

オデオン座の劇場で演劇仕立てというより、ほぼ演劇そのもののプレゼンテーションを行った「キッドスーパー」。舞台が回転する見事な芝居で、殆ど芸術作品に仕上がってしまった。



## プレゼンテーションや 展示会にも せっせと足運ぶ



ACNE STUDIOS

「アクネ・ステュディオス」は、レザーや布帛、デニムのダメージ物をパッチワークした生地をリアルにプリントしたマテリアルがジーンズ、デニムジャケット、シャツ、バッグまで其処彼処(そこかしこ)に。



HOUSE OF  
ACNE

Ofrリブリー・ギャラリーで「ハウス・オブ・アクネ」のローンチイベントが開かれた。同書は「アクネ・ステュディオス」の家をコンセプトに様々なアンティーク家具や内装作品などと共に盛り下ろしビジュアルも満載している。



UNDERCOVER

「アンダーカバー」は、レザーにボタニカルモチーフのレザーパッチ刺繍をふんだんに貼り付けたジャケットを提案。価格は、高めの国産車1台分。



BERLUTI

「ベルルッティ」の春夏新色の中で、ひと際目立ったのがデニムブルー、ミラタリーやサファリ、アウトドア要素を超え質素材でクラス感のある装いにする。



CAMPER LAB

「カンペララボ」は、新作ローンチイベントを開催。スモークが焚(た)かれた中、忽然(こつぜん)と現れる4色のスニーカーのうち、個人的にはミントグリーン推し。



## トレードショーは、 ウェルカム エディションが 最大規模に

メンズ・トレードショー総出展者数で見ると、2015年春夏(14年6月)から比べて、この9年間で4掛けとなった。612ブランドから242ブランドへという凋落(ちょうらく)もふりだ。4年前の20年春夏、299ブランドと比べても8掛けと、まだコロナ前を回復できていないのが分かる。そんな中トピックとなるのは、ヘリテージ系ブランドを集めた「ウェルカムエディション」が113ブランドを集め、「マン」「トラノイ」を抑えて最大規模となった点だ。主催者は「これ以上の拡大を望んでいない様子」で、今後増えても130ブランド程度に収めると見られる。20年にGLイベント傘下となり、仏オートクチュール・

モード連盟唯一の公認トレードショーと位置付けられているトラノイは、会場をマレ地区西部の「LA GAITE LYRIQUE(ラ・ゲテ・リリック)」に移し、絞り込んだ55ブランドで開催。引き続き「ソウルファッションウィーク」のバビロン出展や複数のショールーム、ポルトガルのコーナーも設置するとともに、「コンテンポラリー」「フレンチクリエイション」などテースト別のコーナー展開も施し、デザイン・モード寄りの展示会という位置付けが明確になってきた。マンは、お馴染みの「バビヨン・ヴァンドーム」の1階と地下を使用し、地下の一部に日本の「ジャンブル・パリ」が復活出展していた。ウェルカムエディションよりは、幅広いカジュアルウェアというポジションで、3展それぞれのキャラクターがはっきりしてきた模様だ。またジャンルはレディスだが、スィム・リゾートウェアの「スプラッシュ・パリ」も約100ブランドを集めて、マレ地区の「Le Carreau du Temple(ル・カロー・デュ・タンブル)」で開かれていた。本格的な回復へ向けて再始動したパリのトレードショーが、今後どんな手を打ってくるのか、見どころが増えたと言える。



LOUIS VUITTON

「ルイ・ヴィトン」は、ダミエ柄とカモフラを掛けて「ダモフラージュ」というテーマで表現の幅を広げる。全体的には、これでもかのモノグラム世界。パリの街並みとエッフェル塔や凱旋門、オペリクスまで再現した展示会場の造作が凄い。



MAN



WELCOME EDITION



SPLASH



TRANOI

WALTER VAN BEIRENDONCK

「ウォルター・ヴァン・ベイレンドンク」は、「科学技術を取り入れる事に障害はないが、AIは現代人を探検家に変え、モルモットのような実験対象ともなっている」と警告を鳴らす。そんな硬い殻に包まれた盾のようなモチーフで身を守るという。



PAUL SMITH

「ポールスミス」は、スッパリとしたハーバニッツスーツ、シャツと共布の無地ネクタイなどスッパリとしたコレクションを披露。



BOTTER

プラスチックチューブで編んだニット、金髪ウィッグが背中から垂れたディテール、ジャケットの襟が胸元に付いたギミックジャケットなど、かなりユニーク。

LUDOVIC DE  
SAINT SERNIN

ソロ活動から大手メゾンへ。そしてまたソロに戻って、やりたい事は変わらず線が細いフェティッシュな世界観を表現し続ける「ルドビク・ド・サン・セルナン」。

## 老舗、ベテランから 若手まで



KOLOR

「カラー」は、得意の色を幾重にも切り替え、そこにシフォン、オーガージーを差し込むなど凝り方が半端ない。



AURALEE

「オーラリー」は、鮮やかブルーやエメラルドグリーン、朱色など無地のレイヤードスタイルに袖捲(まく)りてアクセントをつける妙味が小気味良い。



SULVAM

「サルバム」はパリの裏通りを使ったストリートショー。糸を垂らすディテールなどで、テラードやキチンとした服が崩れているような熱(こな)になり、良い意味で「気障(きざ)り」という言葉が似合う。



WHITE MOUNTAINEERING

「ホワイトマウンテニアリング」は、絶妙な配色のマウンテンパーカーに有機的なプリントなど自然に馴染むコレクションを披露。



YOHJI  
YAMAMOTO

「ヨウジヤマモト」は、天使のプリントや大きな安全ピンが切り替え部分に沿って幾つも付いているディテールなどが新鮮だ。



KIDILL

「キディル」は、カルーゼル・デュ・ルーブル内のアップルストア跡地で披露。デフォルメされた仏像や地獄絵図を思わせるプリントが印象的。仏人の刺繍入りロングスカジャンが映えた。



SACAI

「サカイ」の「カーハート」コラボのベージュ×黒のコートやジャケットは、インサイドアウトと切り替えのギミックが力強い。



DOUBLET

「ダブルット」は、某防寒コートブランド風ウッペンやジーンズをプリントしたスカートがキャッチーで、パープルの箔プリントを施したデニムも目立っていた。バランススクーターで登場する演出も。



TAAKK

「ターク」は、コード刺繍、フロック、編み込み、グラデーションジャケットなど凝ったテクニクで、エレガントなコレクションを披露。



BED  
J.W. FORD

トラノイと同会場披露した「ベッドフォード」は、ゴールドチェーンブレードを施したノーカラージャケットやファンシークラッシュツイードが目立つアイテムだった。

FACETASM

「ファセッタズム」は、ひらひらりボンテールを何本も叩いたディテールが可愛らしさを演出していた。定番の横ジップは縫いで、ワードローブとの組み合わせも可。



初挑戦!

# 夏のファッション甲子園

高校生のページ第41弾は、「ファッション甲子園」最終審査に臨む2校取材した。

「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熱い闘いを繰り広げている。第22回となる今年は、5月19日に第一次審査が行われ、全国39都道府県97校1044チーム1810点のデザイン画の応募の中から、35作品(20都道府県30校35チーム)の入選が決まった。入選チームは8月27日の最終審査会に向けて制作中。結果は次号掲載予定、乞うご期待。

主催：弘前商工会議所・青森県・弘前市



## 夢に向かって、納得できる作品に仕上げたい 江東服飾高等専修学校



江東服飾高等専修学校は1946年に江東洋裁研究所として創立され、現在は服飾の高等課程・専門課程を併設する歴史と伝統ある学校だ。少人数制教育で個性や感性を大切に服飾教育に力を入れている。ファッション甲子園には1年から3年生まで全員が1点以上のデザインを応募した。

デザイン：白土日菜さん(右) モデル・サポート：水村日那乃さん(左)



**テーマ**  
**ほおずき**  
赤のドレスは女性の強さを表現、重厚感と光沢にこだわって素材を探した。ほおずきの皮が網目状になった様子を表現するのに、カッティングしたジュートに糊材としてお米を使用して張りを持たせるなど、まだまだ試行錯誤中。

「昨年是一次入選したものの制作は辞退することになってしまったので、今回は出場できるのがとても嬉しい」と話してくれたのは、この作品をデザインした白土さん。小さい頃からファッションデザイナーに憧れ、中学の時に見た「アレキサンダーマックイーン」のコレクションに衝撃を受けて、ファッションデザイナーになると決めたのだそう。縫製は苦手という白土さんだが、心強い相棒を得て「優勝してバリに行きたい」と意気込みを語ってくれた。



一方、人形の服や小物、刺繍など、作ることが大好きな水村さんは、「白土さんのデザインは本当にステキなんです。私はデザインが苦手だから、今回彼女のデザインと一緒に形にすることができて幸せです。モデルとしても『私が一番!』と思って役割を果たしたいと思っています」と話してくれた。お互いを尊重しながら、「納得のいく作品を自信を持って発表したい」と声を揃える二人が頼もしく見えた。

## 挑戦! それが私たちの成長の糧となる 東京農業大学第三高等学校



農大三高は東京農業大学が併設する男女共学の高校で、1進学重視、2文武両道、3スポーツ科学、そして中高一貫コースの4コースが設置されている。1コースの「グローバル課程」では、英語力を高め将来的に国際社会で活躍することを目指して、スピーチコンテストなど自己表現するさまざまなコンテストに挑戦。ファッション甲子園は、この課程の阿部佑太先生がファッションやアート好きな3人にやってみないかと声をかけたことから始まったのだとか。

デザイン・モデル：徳木優海さん(中) サポート：田島一斗さん(右) サポート：神田陽奈さん(左)



**テーマ**  
**Jeanne d'Arc**  
ベストの時代に勝利を切り拓いたフランスの英雄「ジャンヌダルク」をイメージしてデザイン。コロナ禍やウクライナとロシアの戦争が終わることを願いながら制作している。縫製知識など全くないので、素材はもちろん、どのように形にするか、何もかも研究、試作しながら制作中。

応募にあたってデザインから一緒に考えたという息もびつたりな3人は、他の高校にはないオリジナリティを發揮したい!とんだかとても楽しそう。モデル担当の徳木さんは「デザイナーか画家になり制作を通して世界に関わりたい、ファッションやデザインで世界平和を表現したい」。化粧品の開発に関わる仕事がしたいという田島さんは「一日中洋服のサイトを見ていることもあります。自分に自信を持てるのがファッションの魅力だと思います」。海外でも活躍するファッションニスタになりたいという神田さんは「これから自分たちが生きる時代で自分色を出していきたい」と、それぞれ熱い思いを語ってくれた。



納得がいくまで話し合います

金網で形作り



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



## 夏のお洒落は小物とメイクで!

シトウレイです、こんにちは!  
夏も本番、連日連夜の灼熱と湿気の毎日。こうも熱いとお洒落したいけど暑さの方が勝ってしまっつついっつい涼しいのが一番!身体締め付けられない楽ちん服って最&高!になってしまいがち。朝の洋服選びでも「お洒落楽しみたい!」、「でも暑い!」とファッションと気候のせめぎ合いが日々行われる毎日。  
そんな時は少し目線を変えてみましょう!ズバリ「夏のお洒落は小物とメイクでとりいれる!」そうすると涼しく楽な洋服は着つつもお洒落はしっかり楽しめます。  
という訳で今回は小物やメイクで「今」を感じるスタイルを作り上げるコツをお伝え出来たらと思います。  
まず押さえておくべきは①サングラス!サングラスこそトレンドが色濃く反映されたアイテムはないなと私は思います。かつそのトレンドがほぼ半年ごとに更新されている…!では今シーズンのサングラスの特徴とは。ドンズバの「今っぽさ」を感じるの一番左、真ん中の女の子のシルエット。左から2番目、4番目、5番目も「まあこれも今っぽいかな?」と言った所。そう、今シーズンのサングラスは



© Rei Shitouri STYLE from TOKYO (http://reishito.com/)

「ちょっと吊り目気味のサングラス、かつメガネ部分が長方形に四角い形」です!ちょっとトリッキーなシルエットだけこれ一本かけるだけで途端にトレンド感を演出できます。  
さて次はヘアアイテムを見ていきましょう。こちらに関しては多くの人々が着けているもの、というよりもお洒落レベルもトップオブトップ人たちが取り入れているアイテムと言えます。それは彼女のような太めのヘアバンド。おでこを深くスッキリだして、顔の輪郭がしっかり見せるのがポイントです。このアイテムに関してはこの時期のジメジメした日本の気候にもピッタリ!  
最後に注目目はメイクですね。ナチュラルな太眉ブームが続くこと数年、目の早い人たちはもう次のトレンドへと移行しつつあります。そうそれは細眉、もしくは眉毛なしメイク!1990年代後半~2000年代に流行ったブームが再燃しているんです!眉の存在感を極力なくすことで、逆に目のフレームが際立ち、まなざしの強さが表れるこのメイク、眉をかえるだけで途端に今っぽさあふれる顔立ちになります。  
この夏はぜひぜひトライしてみてくださいね。それでは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.



# 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48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。

## ダンサー イン Paris

映画は、夢、ファンタジー、マジック、アート、娯楽、感動、眠つぶし・・・などなど人によって思うところはいろいろ。個人的には娯楽とアートと夢と感性刺激かな？ってことで「ダンサーインParis」。パリ・オペラ座でエトワールを目指すエリーズは才能豊かな若手ダンサー。しかも絶賛恋愛中・・・だったけれど突然恋人に裏切られ、ショックで本番中に足首を痛め、完治しない可能性ありの絶望的状况に。バレエー筋の彼女には初めての挫折でした。若いし自暴自棄になるのも分かるわよね。が、ここから始まる奇跡の快進撃。ヒロイン第二の人生へのチャレンジはあっと驚くまさかの出会い。見て、聴いて、触れて、味わって、感じるシーンが山盛りです。自分が動けば回りも動く。拍手喝采の大団円に気分スッキリ。エリーズ役は本物のオペラ座のダンサーが初出演。冒頭から美しい衣装でバレエをタップリ。オフは誰もがそのままパリの若者ファッション風サラサラの速乾綿シャツに着心地よさそうなオーバーサイズのコートやスエット。ステージとのギャップが楽しめます。ダンスのパートはバレエからヒップホップ、コンテンポラリーまでホンモノを堪能出来るし。プラス、お袋の味っぴいお料理もヘルシーで美味しそう。ね、五感刺激間違いなし！



9月15日(金)より、ヒューマントラストシネマ有楽町、Bunkamura・シネマ 渋谷宮下、シネ・リーブル池袋ほか全国順次公開  
© 2022 / CE QUI ME MEUT MOTION PICTURE - STUDIOCANAL - FRANCE 2 CINEMA Photo : EMMANUELLE JACOBSON-ROQUES

一食抜いても是非! ★★★

## ジャンポール・ゴルチエの ファッション狂騒劇

これまで有名デザイナーの「素顔に迫る」ドキュメンタリーはゴマンと作られそのたびに勉強になったり、時には唾然としたり。さて、彼の場合は？  
ご存じゴルチエの自伝的ミュージカル「ファッション・フリーク・ショー」の舞台裏を2年間に渡って追跡。なので準備からプレミアまでをガッツリ体感出来ると同時に、そもそもこのショー自体が彼の企画・脚本・演出なので音楽も衣装もセットも登場人物たちも、まるまるゴルチエのリアル過去。幼少期から異端児としての苦悩時代、ビジネスパートナーでもあった最愛の人との出会いと死まで、よくぞ披露したなあ見応え満載です。曰く「人は誰もがフリーク。美はいたるところにある」。確かに！登場する衣装もモデルもダンサーもファッションブル、パンク、エレガント、セクシーでカッコいい。クスとなったのがベテランお針子さんのコメント。「引退してのに呼び戻されてミシン踏んでます(苦笑)。ノーと言えないの。彼のためならね」。  
マドンナの「とんがりプラ」やSM衣装に腰が抜けそうになった大昔の私。でも映画を見てイメージが変わりました。チームでの仕事を尊重し、気さくだから彼の回りには古くからの仲間がいっぱい。人徳かな？



9月29日(金)より、ヒューマントラストシネマ有楽町、ヒューマントラストシネマ渋谷、シネ・リーブル池袋、シネマカリテほか全国順次公開  
© CANAL+ / CAPA 2018

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

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)。



Photo by Charlie Gross

Messhell Ndegeocello (ミシェル・ンデゲオチェロ)：1968年生まれのベーシスト、シンガー・ソングライター、マルチ楽器奏者。ワシントンD.C.の名門ハーワード大学で音楽を学ぶ。その後、ニューヨークに移りソロ・アーティストとして活動を本格化。マドンナ、ローリング・ストーンズなどと共演を果たす。最新アルバム『The Omnichord Real Book』は名門(BLUE NOTE)移籍第一作である。

## さまざまなアメリカ黒人音楽をアップデートした ミシェル・ンデゲオチェロ待望の新作

ハーブ奏者のブランディー・ヤンガーがこの4月にリリースしたアルバム『Brand New Life』がとてよかったのだが、このなかにミシェル・ンデゲオチェロのクレジットを見つけて、そろそろミシェルのアルバムも聴きたいものだと思っていたら6月に約5年ぶりとなる新作『The Omnichord Real Book』がジャズの名門レーベル(BLUE NOTE)から発売された。  
ベースをはじめさまざまな楽器を操るシンガー・ソングライターのミシェル・ンデゲオチェロはベルリンに生まれ、幼い頃にアメリカに転居し、ダニー・ハサウェイやロバート・フラックを輩出したことで知られるワシントンD.C.のハーワード大学で音楽を学んだ。その後にニューヨークに移り、ソロ・アーティストとして活動を続けている。これまでグラミー賞に10度ノミネートされていることからわかるように世界的に高い評価を得ているアーティストである。  
ロバート・グラスパーやロイ・ハーグロウヴのRHファクターといったジャズ・ミ

ュージャンクのアルバムに参加していることから、ジャズ系のアーティストと考えられている節もあるが、前作『Ventriloquism』は1980～90年代のファンクやR&Bをカバーしたもの。オリジナリティー溢れるアプローチでジャズともR&Bとも括ることができない作品となった。先ごろリリースされた『The Omnichord Real Book』は全曲ミシェルのオリジナルで、ジョエル・ロス、ブランディー・ヤンガー、ジェイソン・モラン、ジェフ・パーカーといった面々が参加。アフロ・ビートとゴスペルライクなコーラスが印象的な「Georgia Ave (feat. Josh Johnson)」で幕を開けるこのアルバムは、さまざまな時代のアメリカ黒人音楽をコンテンポラリーにアップデートした素晴らしい仕上がりとなった。凄腕ミュージシャン——もちろんここにはミシェルも含まれる——による卓越した演奏とそれを実にさりげなく聴かせる巧みさ、そして何よりミシェルの深く沁み入るボーカルに、このアルバムでぜひ触れてみていただきたい。

## 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。



### イヴ・サンローラン展 時を超えるスタイル

2002年の引退まで約半世紀にわたり世界のファッションシーンをリードし、サファリ・ルックやパンツスーツ、ビーコート、トレンチコートといったアイテムを定着させるなど、女性たちのワードローブに変革をもたらしたイヴ・サンローラン。20世紀後半における偉大な才能から生み出される、唯一無二でありながら、豪華絢爛な美の世界をルック110体のほか、アクセサリ、ドローイング、写真を含む約300点によって、12章構成で余すところなく紹介。

2023年9月20日(水)～12月11日(月) 休館日：火曜日  
開館時間：10:00～18:00 ※金・土は20:00まで(入場は閉館の30分前まで)  
観覧料：一般2200円 / 大学生1500円 / 高校生900円  
会場：国立新美術館 企画展示室1E



### 開館20周年記念展 コスチュームジュエリー 美の変革者たち

20世紀はじめ、ポール・ボワレが嚆矢(こうし)となり、シャネルによって広く普及したコスチュームジュエリー。宝石や貴金属といった素材の既成概念から解放され、優れたデザインや衣服との組み合わせの魅力によりパリのモード界では不可欠の要素となり、やがてアメリカへも伝わった。本展は日本初のコスチュームジュエリーの展開を包括的に紹介する展覧会となる。

2023年10月7日(土)～12月17日(日) 休館日：水曜日(ただし12月13日は開館)  
開館時間：10:00～18:00 ※11月10日(金)、12月1日(金)、12月16日(土)は20:00まで(入場は閉館の30分前まで)  
観覧料：一般1200円 / 65歳以上1100円 / 高大学生700円 / 中学生以下無料  
会場：パナソニック汐留美術館

## TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



### ACNE PAPER ISSUE 18 HOUSE OF ACNE PAPER

『ACNE PAPER』の最新号は、家具、芸術、アートワークの幻想的なコレクションを特集し、「House (家)」のアイデアを中心に届ける。9つの部屋と1つの庭からなる10の章で構成し、コンテンポラリーデザイナーによる作品から、装飾美術の歴史におけるアイコン的なアイテム、シュールレアリスムの美術品から、年代物の骨董品まで、興味深い作品の数々を収録している。

出版社：Acne Studios 5500円



### 80歳、 ハッピーに生きる80の言葉

日本を代表する世界的ファッションデザイナーの鳥居ユキ。前向きに生きていくために好きな物を見つけ出し、選び、喜び、自らのモチベーションを高めてきた。仕事、プライベート、家族、好きな物、旅行、健康管理方法、今まで心がけてきたことや考えていることなど、80歳でデザイナーとして活躍し続ける秘訣が様々な角度から描かれている。

著者：鳥居ユキ 出版社：主婦と生活社 1760円



# ファッションカ

FASHION-RYOKU

August 2023  
2023年8月25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  
和田えをり

## 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

Photographer / Director:  
Milleh Kojima (ARTEMODERNO)  
Photographer Assistant:  
Taka (ARTEMODERNO)  
Model: Isabella (AUBE)  
Make-up: Yushi Tanimoto  
Hair: Hiroaki Takenouchi  
Stylist: Kazushi Uemura

📷 fashionryoku

