

ファッション
ashion

力
RYOKU

TOKYO
BRAND PICK UP
ファッションの裏技拝見
BED j.w. FORD
山岸慎平さん

November 2023 Vol.61

見
澄
ま
せ
、
如
意
ノ
リ
ヨ
シ
マ
シ



【表紙】ボタンベスト206580円、レザー
 ショートパンツ72270円、キャリービッグ
 ボタン165000円 (RequaL=/ESTEEM
 PRESS 03-5428-0928)、シャツ44000円
 (VOLTAGE CONTROL FILTER/Sakas
 PR 03-6447-2762)、シューズ27500円
 (YUKI HASHIMOTO/Sakas PR) 【右】デ
 イテールベスト143000円、ベストレイヤー
 ドシャツ61600円、ディテールパンツ96800
 円、ネクタイマフラー 72600円(RequaL=/
 ESTEEM PRESS)、モヘアグローブ19800
 円 (COGNOMEN/Sakas PR) 【左】キル
 ティングベスト88000円、星柄シャツ55000
 円、ペロアインナー 19800円、キルティン
 グパンツ60500円、ペロアタイツ16500円
 (TENDER PERSON info@tenderperson.
 com) 【裏表紙】ベスト104500円、ジャケ
 ット154000円、シャツ47300円、トップス
 26400円 (ATTACHMENT/Sakas PR)、ド
 レス44000円 (YUKI HASHIMOTO/Sakas
 PR)、その他スタイリスト私物



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 : Karin Ikeda [@ikd_yokkori](#)
 Styling : Ryusei Ueda [@ryusei0318](#)
 Hair : Miki Nonaka [@miki.nonaka](#)
 Make-up : Miku Shigeyama [@miku_shigeyama](#)
 Model : Sen [@oyasumi...](#)
 Location : ilio [@ilio_koenji](#)

FILE:024

スタイリスト

上田 竜成

バンタンデザイン研究所卒業後、スタイリスト市
 野沢祐大氏に師事中。



Maximalism

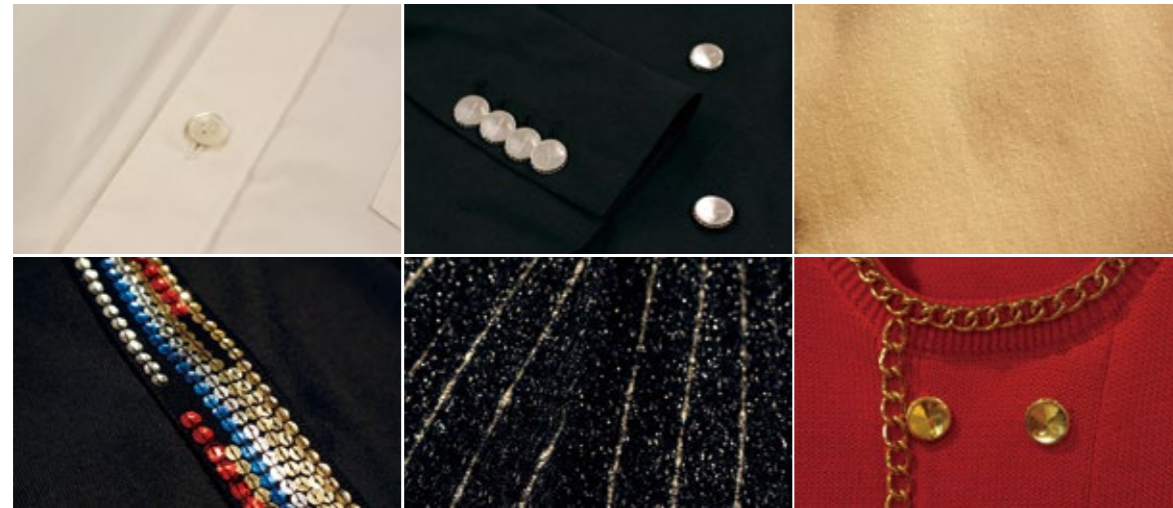
派手なカラーリング、ユニーク
 な形、質感や色のミックス、異
 なる素材感のレイヤー。
 色合いや形、質感から素材に
 至るまで全てを最大化し、個
 性を表現し、視覚で訴える。
 maximalistは常に自分の好き
 を正直に表現する。

TOKYO BRAND PICK UP

Vol.61

6月に開催されたパリ・メンズコレクションの公式スケジュールで、2024年春夏コレクションを発表したメンズブランド「BED j.w. FORD (ベッドフォード)」。8月には東京・神宮前に旗艦店をオープンするなど、その勢いは止まらない。デザイナーの山岸慎平さんに会うため、ショールームを訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya



パリで発表した2024年春夏コレクションのテーマは「last morning」。繰り返しのようだけど同じ朝は二度と来ない、そんな意味が込められている。「エンドロールの向こう側を見に行く気持ちで、新しい朝をパリで迎えたけど、やっていることは今までと何一つ変わらない」と山岸さん。前シーズンから継続して扱っているシルク素材は、春夏仕様で手法を変えて展開。定番アイテムとして作ったシャツ地は、風合いに毛羽立ちを持たせるため、コットンにシルクを混紡した。素材やディテールから垣間見る、気張らないエレガンスが小気味良い。



“なぜそれを作るのか、
意味がない服は後世に残らない”

PROFILE

Shinpei Yamagishi

石川県出身。高校卒業後上京し、古着屋に勤務。その後「マウンテンリサーチ」でキャリアを積み、2010年に「ベッドフォード」を立ち上げる。16年、東京ファッションアワード受賞。17年春夏、東京でランウェイデビュー。24年春夏、パリ・ファッションウィークでランウェイショーを開催。23年8月、直営店をオープン。



SHOP

外苑西通りにオープンしたフラッグシップショップでは、ベッドフォードのフルコレクションはもちろん、直営店限定商品やコラボレーションアイテム、山岸さんによるセレクト品など、ここでしか出会えない特別なラインナップを楽しめる。
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 2-9-11 営業時間：12:00-20:00 定休日：水曜日 @ bedjwford_tokyo



ベッドフォード

BED j.w. FORD デザイナー 山岸 慎平さん

📍 <https://bedjudewillford.com> @ bed_j.w._ford

■ファッションに興味を持ったきっかけは？

地元は石川県の田舎町で、情報源は専ら雑誌でした。初めて手に取ったファッション誌は『アサヤン』で、大ファンの本ンジューこと浅井健一さんが表紙を飾っていました。その号に「ジェネラルリサーチ」の特集があって、森の中で半裸の男性がムートンジャケットを着ている写真が載っていました。それを見た瞬間、音楽を聴いているような感覚に包まれて、それから少しずつファッションの世界に興味を抱くようになりました。

中学〜高校時代は上京を夢見て、学校を辞めたいと親に訴えるほどでした。服装や髪型が自由で免許がいらぬ洋服屋で働く考えで、部屋だけは親が借りてくれましたが、高三の冬に上京。卒業証書は郵送してもらいました。とにかく上京すれば、何者かになれると信じていたんです。

■どんな東京生活でしたか？

原宿の古着屋でバイトを始めるんですが、夕方になると若い年くらいの学生たちが店に来て、楽しそうに服の話で盛り上がるんです。上京後しばらく会社の上下関係だけで友達が居なかったから、すごく羨ましかったです。ただ、一人の時間が自分にとっては大きな意味になりました。いろんなブランドの洋服を見に行ったり、雑誌のスタイリングを見るだけの数年でしたから、「このアイデアソースは何だろう」とかを勝手に考えるのですが、共有先がない寂しくも贅沢な時間でした。今思えばではありません。

上京して3〜4年経った頃、中学時代に感銘を受けたジェネラルリサーチの後身「マウンテンリサーチ」がスタートして、デビューシーズンを見に行きました。新しいプロダクトなのに、物作りの姿勢は何も変わっていませんでした。その強さに感動して、この人の役に立ちたいと素直に思いました。履歴書をポケットに入れて店を訪ねると、すぐに面接の日が決まりました。デザイナーの小林節正さんとの面接は雑談のようでしたが、帰り際に僕の足元を見て「いい靴を履いているやつは信頼できる」と言ってくれました。それから小林さんの元で働いた4年間は、僕にとって学校のようなでした。物事に対する姿勢はすべて小林さんから学びました。

■その後、ブランドを立ち上げるまでの道のりは？

独立のきっかけは、憧れのブランド「ナンバーナイン」が終了すると知った時。自意識過剰にも、自分の番だと思っただけです。裏原でもなくモードでもない新しい時代のエレガント、「ナルシスト」をキーワードに都会で生きる人たちのための洋服を作ろうと、2010年にベッドフォードを立ち上げました。最初はブランドと称するものもおこがましい型数で、基盤が出来上がるまで5年はかかりました。

■ブランドスタートから13年。24年春夏コレクションはパリで発表しました。

たくさんの人に見てもらえて、仕事にも繋がりが嬉しい反面、「まだまだ全然ダズ」という気持ちもあります。「日本のブランド」と呼ばれるのではなく、「ベッドフォード」として早くパリで名を馳せたい。

■デザインはどうやって考えていますか？

機屋さんや縫製工場へ行って、自分の中で辻褄を合わせていきます。例えば、どんな生地があるか、どんな糸が余っているか、工場の動きを把握した上で、自分は何を表現すべきか考えます。そこで手札を集めているような状態というか。かっこいいからこんなデザインのものを作ろうという発想はないですね。もちろん素敵に仕上げようというのではありません。なぜそれを作るのか、ちゃんと意味があつて強くないと後世に残っていかない。

■若者へメッセージ。

最後まで突き進める人は、自分の中に強い信念や正義を持っている人だと思ふ。他人の意見に関係なく「これだけは」と思える価値観があると、後々役に立ちます。もちろん周りの言うことに耳を傾けることは大事ですが、やはり最後は自分の正義を守ることが大事です。

ファッションの裏技拝見

FEATURING A KEY PERSON

Vol.28

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Vol.28は、ジュンの「CRM (カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)」業務に携わる寺岡香織さんにインタビュー。ブランドの魅力を的確に伝え、顧客との関係を育むその仕事の内容や面白みについて聞いた。

Interview : Masahiro Kubo Text : Masahiro Miyashita Photo : Sakura Tsuchiya



PROFILE

Kaori Teraoka 2003年、ジュンに入社。「ROPÉ (ロペ)」の販売スタッフ、店長を経験。16年から産休・育休の後、19年にロペに復帰し、複数店舗をマネジメントするショップディレクターを担当。20年から現職。

☐ <https://www.jun.co.jp>

ジュン CRM部 寺岡 香織さん

「恋愛」のように、お客様との幸せな関係を培う コミュニケーションの在り方を設計します ～ CRMの仕事～

■CRM部、その中で寺岡さんのお仕事についてお聞かせください。

もともとはカスタマーサービス(CS)を企画する部署だったのですが、その後、顧客データに基づいてお客様との関係を育んでいくCRMの業務が組み込まれました。現在はCRMを軸とした部になっています。お客様は価値観が多様化し、よりパーソナルな提案によって、顧客生涯価値を高めていくことが大切になったからです。私は主に顧客情報の分析、コミュニケーションのシナリオ設計、それを反映したメールマガジンの制作・配信、そして配信後の効果測定を担っています。

■どんなメルマガを制作しているのですか。

大きくはジュングループ、ブランド、公式ECサイト「ジャドルジュンオンライン」の3種類で、他にCRMチームが主導したメルマガもあります。グループのメルマガは会社として伝えたい情報を発信し、ECのメルマガは毎週行われるEC担当者の会議に参加して情報や方向性を把握した上で、制作・配信しています。ブランドのメルマガは各ブランド担当者が制作し、CRMのチェックを経て配信しています。レギュレーションに沿っているか、ブランドや会社の施策との整合性はどうか、

か、表現は対象者に響くものかなどを確認します。特に表現は大切です。私たちが初見で感じたことは、お客様も感じると思うんですね。違和感があれば指摘して、お客様に伝わる表現へと調整していきます。

■CRMチームが主導するメルマガとは？

メルマガの購読者は現在、全体で約65万人に上ります。膨大なデータから傾向を発見し、こんなお客様にこんな提案をしてみたらどうだろうと感じたことを企画に落とし込んでいます。その作業を「シナリオ設計」と呼んでいて、強いシナリオを作るためにチーム全員で検討します。例えば、前シーズンに通勤着を買ったお客様をさまざまなデータを組み合わせて年代別に分析し、今シーズンにはエントリープライスのバッグを提案しようとか、40代は腕回りが気になるからドルマンスリーブのシャツを提案しようとか。過去ご購入いただいたアイテムを生かし、今年らしい着こなしを提案する企画も行いました。確度の高い企画を見つげるために、現在はそのような切り口のメルマガを強化中です。反応が良い企画はブランドへと展開していきます。



過去ご購入いただいたアイテムに合わせたコーディネート術

■CSに集まる客声も反映している？

はい。最近では会員サービスをわかりやすくお伝えするメールを作りました。ジュンの会員サービスは、買い上げ金額に応じてランクが決まり、ランクに応じてポイント付与率が変わります。ランクの査定は一般的には年に一度ですが、ジュンは毎月、購入するとすぐにランクに反映されることがメリットです。ただ、査定の計算が複雑なため、「あといくら購入すればランクアップするのか」という声が、CSによく届いていました。そこで月の途中に「ランクアップまで、あといくらか」をお知らせするメールの配信を始めたんですね。結果、メールを受け取ったお客様のランクアップ率が、メール無しのお客様の2倍以上になりました。お客様の不便を解消しつつ、お買い上げにもつながった。嬉しい経験でした。



ランクアップ訴求のメルマガ

メッセージやサービスを届けられることに興味を持ったんです。とはいえ、最初はチンプンカンプンで……。『CSVで吐き出してVLOOKUPでぶつけてみよう』と言われても、『?』。エクセル上で二つのデータを突き合わせ、必要なデータを抜き取ることなのですが、『何を吐き出して、何をぶつけるのですか?』(笑)。それでも何とか仕事ができるようになりました。

■ゼロからのCRMだったんですね。その経験を踏まえ、学生たちにメッセージを。

CRMはよく恋愛に例えられます。それを聞いて、私もストンと胸に落ちました。1回目のデートで良いコミュニケーションが取れないと、2回目はないですね。幸せを感じ合えるコミュニケーションを続けていくことが大切です。お客様とも同じで、1回目のコミュニケーションから関係を育んでいくことで上顧客になっていきます。CRMの本質は人間的。ジュンは販売職から始まりますが、CRMはお客様としっかり向き合った経験を生かします。働き方も含め、次のキャリアとして考えられる職種だと思います。



強い「シナリオ」を作るため、部のメンバーと意見を出し合う

TAIWAN DESIGNERS INTERVIEW

Interview: Ewori Wada Photo: Brand official



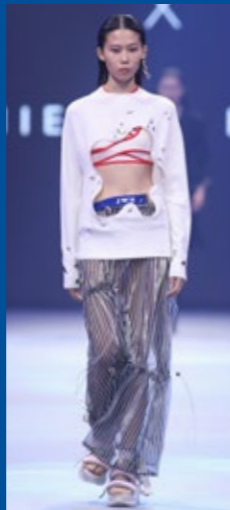
オープニングショーでインパクトのあるアイテムを多く見せた「JUST IN XX」(ジャスティン ダブリュー エックス)



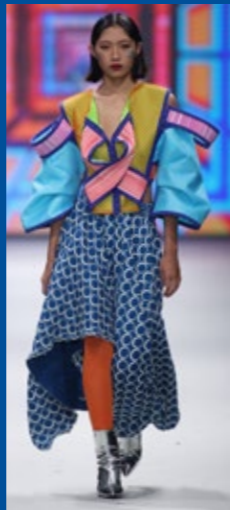
郊外の商業施設「NOKE」で小ぶりなランウェイを行ったロンドンでも披露している「RAY CHU」(レイチュウ)



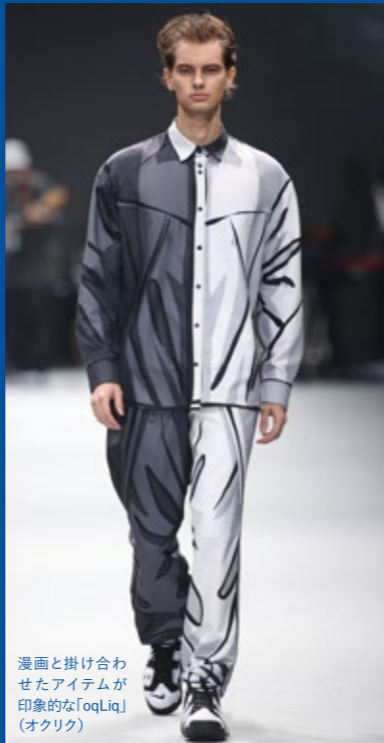
デザイナー団体の副会長を務めるベテランの「GIOIA PAN」(ジョイアパン)



工芸との掛け合わせを仕込んだ合同ショーで、金工の蘇小夢とコラボした「Jamie Wei Huang」(ジェミーウエイフワン)/黄薇



様々なテキスタイルや柄を同じ型に落とし込んで見せた「WEI.TZU-YUAN」(ウェイ ツィユエン)



漫画と掛け合わせたアイテムが印象的な「oqLiQ」(オクリク)

ポップアップストアやバイヤー商談会でも支援



忠孝復興駅の上にある台北SOGOデパート復興館の5階で開かれたポップアップストアには、40ブランドをラインナップ



ショー会場のすぐ近くで開かれた「ビジネスマッチメイキングトレードショー」に参加した韓国人と台湾人によるウイメンズブランド「URNAVY」のシンディ・ヤンさん

~台北から生まれるニュー・ウェイブ~ 見澄ませ、台湾ファッション

東京から飛行機で3〜4時間、手軽な海外旅行先としてお馴染みの台湾。グルメやスイーツがたびたび話題となるが、今ファッションにも注目が集まっていることをご存知だろうか？ 今号のファッション力では、そんな台湾の首都、台北で行われた台北ファッションウィークと台北の注目すべきファッションエリアを現地取材。楽天ファッションウィーク東京に参加した台湾発のブランド「セイヴソン」「アイレンセンス」のデザイナーへのインタビューも行った。隣のファッション事情をチェックする。

Text & photo : Masahiro KUBO Photo : Taipei Fashion Week Illustration : Hiroko Fukuchi



オープニングショーをヒップホップダンスで飾った「.67ARROW (ドット67アロー)」と「(A)crnysis* (アクリアプシス*)」

台北ファッションウィーク 2024春夏

台湾最大級のファッションイベント「台北ファッションウィーク2024春夏」が、文化部(文化庁)、經濟部(経産省)、台北市などの共同主催で10月11〜17日、松山文創園區で開催された。11日には、オープニングファッションショー「青・春」が行われ、「ユースカルチャー」をテーマに6つの次世代ブランドがティーンズの好む要素を解釈し、台湾のストリートファッションを世界に発信した。ウィーク中には15のブランドが参加し、4つの合同ショーを行うなど若手ブランドのインキュベーター機能も果たしていた。

またショー会場の並びでは12〜16日に、「ビジネスマッチメイキングトレードショー」と名付けられたバイヤー商談会も開かれた。さらには「台北ファッションウィーク・セレクトショップ」と題して11月29日、台北SOGOデパート復興館5階でポップアップストアも開催された。

会期中、海外メディアの取材に応じた文化部の王時思次長は、「比較的強い台湾の川上の背景と若いクリエイターを繋ぐことでファッション産業をより強くしていきたい」と意気込みを語った。

王時思 文化部次長



D 信義エリア

再開発されたエリアで、巨大モールや百貨店などがいくつもひしめく



E 大安区

30代以上の大人向けブランドショップや高感度セレクトなどが集まる



大人向けのセレクトショップ「ARKIVE STUDIO」



Come True COFFEE

日台マーケティング会社、専任国際を営む荘寧(ニン・チュアン)さんがおススメする台北スイーツは、アフリカの水資源確保の活動に寄付をしている「カムトゥールーコーヒー」のふっくらパンケーキ



one fifteen

コンデ・ナスト台湾のオードリー・チャンさんがおススメするセレクトショップは、エッジの利いたインターナショナルデザイナーや日本ブランドも数多く扱う大安区の路面店「ワン・フィフティーン」

B 松山文創園區

台北ファッションウィークの会場にもなる松山文創園區は、たばこ工場跡をそのまま使った雰囲気のある建物があり、小さなクラフトショップなどがたくさん入っている。



BaganHood

編集長のおススメは、松山エリアのビーガンレストラン「バガンフード」のハンバーガー。もちろんお肉ではないのに、お肉以上の美味しさ!



NOKE

比較的新しい商業施設で、「ワイヤードカフェ」や「ツタヤ」など日本のショップを数多く誘致している

A 富錦街

ビームスの路面店があり、落ち着いた佇まいに惹かれて店ができてきているエリア



C 東区

通称「東区」は、20～30代向けのセレクトショップがたくさん集まったエリアで東区という名の行政区は存在せず、一般的におしゃれエリアの名称として使われている模様



1.韓国のヤングトレンドブランドを集めた「NIHOW」 2.日本のストリートブランド「9090」のポップアップストアを開催していた 3.言わずと知れた日本が誇るデニムブランド「EVISU」 4.日本のデザイナーブランドを集めた「EVEN」 5.欧米デザイナーも多く入ったセレクトショップ「ARTIFACTS」 6.台湾のストリートカジュアルブランド「WEAVISM」

F 赤嶺街

ノスタルジックな街並みに若者向けのおしゃれな雑貨店やカフェ、ヘアサロンが集積している



TRENDS Concept57

日本を含むインターナショナルデザイナーの大型セレクトショップ

エネルギーみなぎるノスタルジックワールドへようこそ ファッションカ的 台北ガイド

～ 2023 ～



日本から3時間ほどで行ける気軽な海外として人気の台湾。その中心都市、台北は、古い街並みと高層ビルが林立し、それらが共存するエキゾチックな佇まいを見せる。

特に10～20代の若者を中心に人気の赤嶺街には、レトロな街並みの中にリノベしたカフェや雑貨店、ヘアサロンが軒を連ね、連日、若者たちで賑わっている。「東区」と言われるショッピングエリアには、20～30代向けのセレクトショップやブティックが立ち並び、14時頃のオープンから、22時頃の閉店時刻まで、お目当てのエッジの利いたアイテムを探すショッピングタウンとして活況を呈している。

東区と大通りを挟んで南西側には、大人向けセレクトショップやデザイナーのオンリーショップが居を構えている大安区のショップ集積がある。インターナショナルデザイナーブランドの品ぞろえなら、このエリアをチェックする必要がある。

富錦街には、ビームスの路面店が出店し、周りにはおしゃれなカフェなども散見されるが、まだ集積途上といったところだ。

松山文創園區は、市政府駅の北東エリアに広がる再開発区。「誠品生活」なども入居する大型商業施設の近くには、元々は工場をリノベした雰囲気のある平屋建築があり、その中では、クリエイターやアーティストなどの小さなショップやブームがたくさん並ぶマルシェのような趣の商業施設に生まれ変わっている。隣接する広場では、週末、マーケットイベントなども開催される。

手始めに、こんなところから回ってみては、どうだろうか。

RAKUTEN FASHION WEEK TOKYO 2024 S/S

@ rakutenfwt

TEXT : MASAHIRO KUBO
CAPTION : SAKURA TSUCHIYA
PHOTO : EWORI WADA
: BRAND OFFICIAL



SEVEN BY SEVEN

「セブン バイ セブン」(川上 淳也)は、アメリカ西海岸の空気を感ぜさせる気取らなさに織り込まれた繊細な手仕事を落とし込み、ラフでありながらも品のあるスタイルを提案。ハーフパンツと合わせた、直線的なパッチワークで構成された抜け感のあるジャケットは、豊かな表情に彩られ、作り手の遊び心を感じさせる。

@ seven_by_seven_official



SEVESKIG / (UN)DECIDED

「セヴシグ/アンディサイテッド」(長野 剛誠)は、「IF YOU BREAK DOWN THE WALL」をタイトルに掲げ、スラブの民族衣装や神話をモチーフとしたアメリカンスタイルをバリエーションで見せた。画像生成AIによる花やチャットGPTとの対話をグラフィックとして採用した他、「エヴァンゲリオン」とのコラボアイテムも登場した。

@ seveskig @ undecided_tokyo



SHINYA KOZUKA

エレファントカシマシの楽曲をBGMに、月夜の下でショーを披露した「シンヤコズカ」(小塚 信哉)。夜道に遭遇した人々や情景からヒントを得たワードローブを、ミッドブルーとゴールドのコントラストで描く。「ストリートはファンタジーだ」と語るデザイナー。見る側の想像力をかき立てるスタイリングが楽しい。

@ shinyakozuka



FETICO

「フェティコ」(舟山 瑛美)のファーストコレクションは、大胆に露出するシースルーのハンカチーフドレスにサボを合わせたコケティッシュなスタイル。今季はお馴染みのボディコンシャスなアイテムに、インテリアから着想を得たという芍薬(しゃくやく)柄プリントや、幾何学模様のレースニットなど、ロマンチックな要素を取り入れた。

@ fetico_official



HARUNOBU MURATA

春夏シーズン初参加の「ハルノブムラタ」(村田 晴信)は、上野・法隆寺宝物館の水際をランウェイに選んだ。肌が見え隠れする格子柄のシアードニットは、微細な輝きがエレガンスをより際立てる。軽やかなスカイブルー、花卉のように色付く鮮やかなグラデーション、優雅なリゾートシーンをコレクションに重ねた。

@ harunobumurata



KANAKO SAKAI

今季のトップバッターを務めた「カナコ サカイ」(サカイ カナコ)は、ラメニットやスパンコール、メタリックブーツなど煌びやかなテクスチャーが目に残る。尾を引くフリンジ、揺れ泳ぐフレアパンツ、後半は貝殻を織り込んだ蝶細(らでん)織のコートも登場。廻りすぐりのテキスタイルでニュートラルなスタイルを提案した。

@ kanakosakai_official

ストリートキッズが喜ぶメンズ、モードシツクなウイメンズも揃う

学生も避けて通れない画像生成AI、もう使っていますか？



画像生成AIをファッションに落とし込むサービス・プロダクトの開発に取り組むオープンファッションとJFWO、一般社団法人東京ファッションデザイナー協議会(CFD TOKYO)は、FW中に開催「ジェネレーティブAIとファッションの未来#2」と題するセミナーイベントを開催した。第3部では、JFWO古茂田博事務局長(中)、オープンファッション上田徹CEO(右)と本誌編集長でもある久保雅裕CFD代表理事・議長(左)が登場し、ファッション業界における技術の進化によるメリット・デメリット、今後必要なリテラシーやガイドラインなどについてパネルディスカッションを行い、意見を交わした。

YouTube /



うだ。これらの塊もいずれは欧米のFWに旅立っていくのだろうが、その孵化(ふか)装置としての東京という位置付けが明確になっていくの喜ばしいことだ。

一方で、所謂「東京コレクション」が一般に認知されているとは言い難く、C(消費者)向けへのアピールの機能も一層強化していかねばならない。渋谷・原宿界隈のあちらこちらで、この一週間にゲリラショーやプレゼンテーションがいくつも行われ、たくさんの方が見て回るようなお祭りにしていく必要がある(実際にパリはそうになっている)。

東京を彩るメンズストリーットの元氣なブランド群と大人女子が喜ぶモードシツクなブランドに分けて紹介しよう。

このところ、東京ストリート発のメンズブランドが続々とパリ進出を果たし、日本の精緻で潤沢な素材背景も活用して世界に認知されてきたせいも、どうも世界から東京は、メンズストリーットの強いファッションウィーク(FW)というイメージが高まっていったように見える。パリでのショールーム参加を支援する「東京ファッションアワード」もスタート時は、メンズ時期のみの開催だったことも影響したようだ。あるいはウイメンズブランドは、早々に東京を切り上げてパリなり、ミラノなりに出て行ってしまったせいもあるかもしれない。

そんな中、今回は、それらストリートキッズに人気のメンズがありつつも、大人の女性が楽しめるシツクで少しだけモードなウイメンズブランドの塊も見えてきた。「JFW ネットブランドアワード2024」グランプリに選ばれた「カナコサカイ」がショーのトップバッターを飾ったが、その筆頭とも言える

C向けアピールと共に、欧米ファッションウィークへの孵化機能も

「Rakuten Fashion Week TOKYO (楽天ファッションウィーク東京)2024 S/S」(主催:一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構/JFWO)は8月28日〜9月2日、渋谷ヒカリエ表参道ヒルズを主会場に開かれ、50(前年49)ブランドが参加した。うち35(同年49)がフィジカル発表、15(同22)がデジタル発表、13(同15)が初参加で、海外からは7ブランドの参加があった。

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、「ア・ベイシング・エイブ」が選ばれ、30周年メモリアルで東京初のランウェイショーを開催した。

CHANEL



SACAI



LOEWE



UNDERCOVER



PRADA



2024 Spring & Summer

Prêt À Porter Collection

スタンダードアイテムに
ディテールを加え
新しいフォルムの提案

24年春夏
ミラノ・パリコレクション

萩原輝美の ワンポイント レッスン

春夏のアクセサリとしてシルバーやゴールドの大ぶりなネックレスやバングルが旬。スタンダードアイテムにアクセントとしておしゃれに取り入れたい。

アンダーカバーらしい毒気もありながらぐっとエレガントな印象です。

「ロエベ」は、シルバーやゴールドのオブジェを置いた会場でランウェイを発表しました。大きな金属ボタンが付いたローゲージのロングマントにデニムのフレアパンツを合わせストリートラインを強調しています。ローウエストで履くハーフパンツは金の棒針でウエストを止め、シンプルなアイテムの中にアートディテールのアクセントが際立ちます。ぼかしプリントのニットドレスや布を割いたようなストリングドレスなど手技を加えたドレスは繊細で美しい。カジュアルに着こなしたいアイテムです。

「サカイ」は、先シーズン打ち出したフォルムを強調するコレクションを進化させました。球体を描くような丸いシルエットのブラウスやジャケットにパンツやブルマーを合わせています。コートやアウターなどユナイティードアイテムにランジェリーの要素を合わせ、独自のシルエットで描くフェミニンなスタイルです。どのアイテムも単品で着たいインパクトのある服。新しい服のフォルムが新鮮です。

「シャネル」の会場一面には南仏を思わせる花の映像が映し出されています。薄手のツイードで作られたロングのサックドレスやケープなどリゾートシーンを思わせるアイテムが登場します。縦横アシンメトリーにはぎ合わせたスーツも遊び心たっぷり。フィナーレを飾るフラワープリントのドレスもビーチサンダルと合わせるなど軽快なコレクションです。

9月末から10月に発表された2024年春夏ミラノ・パリコレクションは、先シーズンから引き続きスタンダードアイテムに非日常のディテールや着こなしを加えるコレクションが主流となりました。

「プラダ」は、メンズコレクションと同じくビッグショルダーのテラードジャケットが登場しましたが、ウエストインしてショートパンツと合わせるなどフェミニンなスタイリングです。羽衣のような薄いオーガンジーを重ねたドレスは布端が優しく揺れ軽やか。1枚でシンプルに着たい。ショートパンツに重ねるフリンジのオーパースカートなど、女性の動きによって揺れ動くフォルムが新鮮なコレクションです。

「グッチ」は、サバト・デ・サルノによるデビューコレクションを披露。従来の装飾を削ぎ落としたミニマルドレスを並べました。

「アンダーカバー」は、コンクリート剥き出しの会場内にチュールに包まれたシャンデリアを無造作に置き、その黄色い光のなかコレクションがスタートしました。黒グレーを切り替えたテラードスーツはシフォンで覆われています。フィナーレは透けるバルーンスカートの中にはらの花が光で浮かびあがる白いドレスを並べました。チュールのヘッドピースで頭を覆い、幻想的なイメージの中、シュールなコレクション。

CECILIE BAHNSSEN

コペンハーゲンで作り出す

優しいフェミニンな服



DESIGNER

Cecilie Bahnsen

セシリー・バンセン

デンマーク、コペンハーゲン出身。2010年イギリスロイヤル・アカデミー・オブ・アーツでウイメンズウェアの修士号を取得。アーデム、ジョン・ガリアーノなどいくつかのブランドで経験を積んだのち、2015年にコペンハーゲンでブランドを設立。マガザン・デュ・ノール・ファッション賞、デンマーク皇太子ご夫妻賞のスターダスト賞、LVMHプライズのファイナリストに選出された。

◎ ceciliebahnsen

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。

◎ hagiwaraterumi

◎ ten_official

セシリーバンセンは2015年デンマーク、コペンハーゲンでブランドをスタートしました。透けるコットンの大きなパフスリーブドレスなどフェミニンなアイテムが人気で、日本のセレクトショップでも展開しています。数シーズン前から、正式スケジュールでパリコレクションに参加、24年春夏のショー発表の後、パリのシヨールームを訪ねました。

Q::大きなパフスリーブやバルーンシルエットがブランドのアイコンとして浸透していますが、服を作る時に大切にしていることは？

A::「フェミニン」です。女性らしさが漂う服、着ている女性が気持ちの良さを感じられる服を心がけています。だからエアリーな服が好きなんです。

Q::特にイメージしている女性はいませんか？

A::いいえ、アトリエのスタッフがみんな思い思いにセシルの服をアレンジしてきています。そんなリアルな着こなしに「フェミニン」に対する「コントラスト」を見つけて作っています。

Q::今シーズンはデニム地が多く使われているのが新鮮でした。

A::はい、先シーズン少しインディゴだけを使いましたが、今回はブラックデニムやカラーデニムも使いました。

Q::それもコントラスト？

A::エアリーな生地ばかりだとアウターが作りにくい。そこでデニムのジャケットを合わせたかったんです。もちろん、日本のデニムです。

Q::素材にはこだわりがありますね。

A::はい、ほとんどがオリジナルで生地から作っています。小さい頃から両親が仕事をしていたので祖母に育てられたんです。祖母はクロシェステッチ刺しゅうの名士でした。そんな繊細な手仕事を見て、温もりのある生地が好きになりました。

Q::いろいろなブランドとコラボをしてきましたがマッキントッシュとは続いていますね。

A::はい、マッキントッシュのコートは7人で7日間かけて1着しかできないんです。そのクラフトマンシップを尊敬していますし、ブランドの共通点を感じています。

Q::ではもし、ファストファッションから依頼があったら仕事しますか？

A::もちろんNOです！

Q::今までジョンガリアーノのアトリエなどでキャリアを積みましたが影響を受けたデザイナーはいますか？

A::目を輝かせて「REIKAWAKUBO」です。今でも遠い目標です。

Q::今後、やりたいことは？

A::じっくり仕事をするタイプなのであまり多くは望みません。でもいつかは自分の世界観を持ったお店が欲しいですね。

インタビューを終えて

仕事の合間の気分転換は、3歳になったばかりの息子とコペンハーゲンの自然の中で遊ぶことだそうです。そんな環境でのプライベート生活があつてこそ、あんなにロマンティックで優しい服が作れるのだと感じました。セシル自身も大人可愛い人です。

コミュニケーションで
更に理解度アップ



LOUIS VUITTON

千鳥のように縞(かたど)られたプラスチックテープを編み込んで、さらに千鳥格子のように見せたテキスタイルが圧巻のクラフトワークだった「ルイヴィトン」

ZOOM



VAQUERA

ドーバーに出演した「ヴァケラ」は、疾走感のあるショーでもインパクトを残した



A-POC ABLE ISSEY MIYAKE

「エイポック・エイブル・イッセイミヤケ」は、炭を練り込んだ「トリポーラス」を使ったコレクションを楽団のコスチュームとして制作した



JUNKO SHIMADA

生花と併せてプレゼンテーションした「ジュンコシマダ」



TOMO KOIZUMI

一枚の四角い布状になるフリルに手でペイントした「トモコイズミ」。うち3体は、パリに着いてからペイントしたそう。

ROKH

前回のミレニアム時代のオフィス演出と打って変わって、普通のランウェイショーになった「ロック」



AVELLANO

ほぼ全ルックが独自開発したラバー素材だった「アヴェラナーノ」



UJOH

ステンドグラスが差し込む光が美しいアメリカンゴテドラルを舞台に落ちて着いた静謐(せいひつ)なルックを並べた「ウジョー」

KIMHEKIM

リボンモチーフを自在に取り入れた「キムヘキム」

ANREALAGE

透明のPVCが色とりどりに変色していくパフォーマンスを見た「アンリアルエイジ」

素材感まではっきり分かるプレゼンテーション

RUI

カットワークの多彩さでポンテージュやランジェリーの可能性を広げる「RUI」



PAULA CANOVAS DEL VAS

カラフルな色彩感覚が真骨頂の「パウラ・デル・ヴァス」



JAREL ZHANG

美学生がデッサンするというインスピレーションを見た「ジャレルチャン」

NICCOLO PASQUALETTI

キッチュな色彩とオモシロ形状のパーツの組み合わせが楽しい「ニコロ・パスカレティ」

VAUTRAIT

ビッグシルエットのジャケットなどを披露した「ヴォートレ」



MERYLL ROGGE

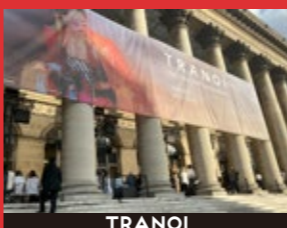
体数が多く、1時間近い濃密プレゼンテーションとなった「メル・ログゲ」



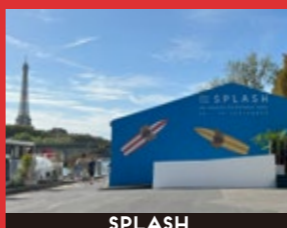
648ブランドが プルミエールクラス、トラノイ、スプラッシュ・パリ、ウーマンに出展



PREMIERE CLASSE



TRANOI



SPLASH



WOMAN

パリ・セカンドセッションのトレードショーが、市内各所で開かれた。服飾雑貨中心のプルミエールクラス(9月29日、10月2日/313ブランド/コロナ前比25.8%減)はチュイルリー公園のテント会場、カットイングエッジなブランドを集めたトランイ(9月28日/10月1日/194ブランド/43.4%減)はパリ旧証券取引所、ピーチ・リゾートウエアのヌアラッシュ・パリ(9月28/30日/113ブランド/15%減)は、チュイルリー公園からアレクサンドルIII世橋たもととセーヌ河畔に移動し、テント会場を設え、ナチュラ系のウーマン(9月29日/10月1日/28ブランド/65%減)はレリュブリック広場近くの会場で開いた。出展者数(648ブランド)については、コロナからの完全回復期に入ったにも関わらず、19年10月(20年春夏/1006ブランド)のコロナ前までの回復には至っていないところか、前年(661ブランド)より若干後退した。ウクライナ情勢の長期化が影を落としている中、PFW終了後に勃発したパレスチナ・イスラエル情勢の緊迫化で、次シーズンには更に不透明な状況に陥りそう。

PARIS FASHION WEEK 2024
SPRING / SUMMER

編集長の
パリ雑記帳

Text & Photo : Masahiro Kubo

ファッションキャピタルに
相応しいポリウムに

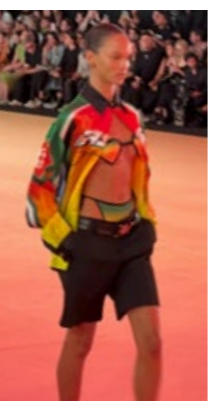
2024年春夏のパリファッションウィーク(PFW)が、9月25日〜10月3日に開かれ、108ブランドが参加。このうち67ブランドがフィジカルショーを開催した。さらに9月28日、10月2日にウイメンズ・トレードショーが開かれ、パリ市内各地でもコレクティブ・ショールームや個展が開かれた。この2シーズンほど、コロナからの完全復活を期待していたが、中国からの本格的な来仏が望めない状況で、腰折れしすれといった印象も持たざるを得なかった。理由は、ビザ発給制限のせいなのか、あるいは中国経済の減速懸念のせいなのか、判断としない。一方で、中国文化センターでのオフスケジュールのショーが3つも開かれ、「トラノイ」には中国ファッション協会のパビリオン参加があるなど、一部、力のあるブランドやバイヤーが渡仏を果たして、プレゼンスを高めてきたのも今シーズンになってきた韓国勢の力強さを引き続き感じるシーズンともなった。

冒頭述べたショーの数字は、あくまでもフランスオートクチュール・モード連盟の公式(オンスケジュール)なので、オフスケジュールのショーも同程度開かれており、文字通り「ファッションキャピタル(首都)」の名に相応しい規模感に戻ったと言えよう。メジャー、伸び盛り、若手に分けて、ショーを紹介するとともに、展示会やプレゼンテーションのブランド、さらにはトレードショーの概要も報告する。

大御所、知名度抜群のブランドたち

UNDERCOVER

ラストルックの仄かな光に花々と蝶が舞うバルーンスカートが幻想的だった「アンダーカバー」だが、動物愛護団体に抗議され、謝罪することになった。



CASABLANCA

インビテーションは、テーマカラーのレコード盤だった「カサブランカ」



ISABEL MARANT

パレロワイヤル内の公園そのものをランウェイにした「イザベルマラン」



LEONARD

ミモザをモチーフに刺繍やプリントを施した「レオナルド」



LOEWE

股上が深いハイウェストパンツのリーンスタイルがたくさん登場した「ロエベ」



YOHJI YAMAMOTO

「ヨウジヤマモト」のウイメンズショーはいつもと同じパリ市役所の荘厳なホール



EENK

勢いのある隣国から進出した「イंक」は、プレーンな生地をバリエーション変化で見せた



WEINSANTO

ラストルックの顔まで覆うドレスはインパクトが絶大、ドーバーストリートマーケットショールーム(ドーバー)で扱われている「ヴァインサント」



CFCL

テーラードジャケットタイプの無縫製ニットも登場してパリエーションが充実した「CFCL」

RUOHAN

モデストながらミニマルではなく、流れるようなシルエットが特徴的な中国の新進ブランド「ルオハン」

CHRISTIAN COWAN

このルックは手が出ないだけで、顔も出ない球体ルックが登場した時には、会場に笑みがこぼれた「クリスチャンコワン」

若手、新進ブランドは要チェック

ファッション甲子園 2023

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。応募は39都道府県1044チーム1810点、一次審査で20都道府県35チームが入選して最終審査会に臨みました。

2023年8月27日 青森県弘前市市民会館 主催：弘前商工会議所・青森県・弘前市 <http://www.f-koshien.com>



審査員は、ファッションディレクター原由美子、クリエイティブディレクター天津晏、織研新聞記者青木規子、ゲスト審査員にファッションデザイナー岩谷俊和の4名。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会長の有賀昌男（エルメスジャパン代表取締役社長）が参加した。



大会史上初、
2年連続優勝!

優勝

準優勝

テーマ：一つの命
バンタンデザイン研究所
高等部東京校（東京都）

第3位
キラリ賞

出場チームの引率教員の
投票で決定する賞

テーマ：富嶽三十六景
神奈川沖浪裏
宇部フロンティア大学付属
香川高等学校（山口県）

テーマ：呼吸

(学)石川学園
横浜デザイン学院高等課程
(神奈川県)

ハニカム構造から可能性を感じデザインしたドレス。全体のフォルムを彫刻のようになめらかなラインで仕上げ、チュールとレースの素材感で呼吸の浅さ、深さ、荒さなど多面的に表現した。



テーマ：Inside
青森県立弘前実業高等学校（青森県）



テーマ：潜る
愛媛県立松山南高等学校高部分校（愛媛県）



テーマ：イザナギとイザナミ
愛媛県立松山工業高等学校（愛媛県）



テーマ：Jeanne d'Arc
東京農業大学第三高等学校（埼玉県）



テーマ：Dreamer
兵庫県立西脇高等学校（兵庫県）



テーマ：浮遊
(学)山本学園山高等学校（山形県）

特別賞海外ファッションブランド協会賞

審査員特別賞（青木規子賞）

審査員特別賞（原由美子賞）

ゲスト審査員特別賞（岩谷俊和賞）

審査員特別賞（天津晏賞）

キラリ賞



©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



ジェンダーからの解放！

シトウレイです、こんにちは！今回はこの2～3月に行われたパリコレ（24S/S）のストリートから見たファッションの「今」をお届けします。まず強く感じたのは**ファッションの役割が気が付けば大きく変わっていた**、ということ！どうということ？遠く遥の昔からファッションというのは違いを表現するものでした。それは男女という性別の違いであったり（例えばスカートは女性、パンツは男性といったような）、貴族や平民と言った立場を表現するものだったり（貴族だけが使える色だったり、アイテムだったり）、年代もそこはかとなく表現されたり（例えばピンクは若い女性だけが着るもの、ママは落ち着いた色を着るべき、的な暗黙の縛り）しました。しかし！その「違い」というのを表現するのがいよいよ曖昧になってきたんです。具体的に見ていきましょう。まず性差を表す最たるアイテム「スカート」がジェンダー関係なく履かれるように。スカートを履く男子というのはLGBTQの方のイメージが強いあなた！今はもうその概念すらなくなってきています。男でも女でもLGBTQでも誰でも履きたかったら履けばよい。**アイテムでジェンダーを縛らない**という流れがいよいよ本格的になってきました。数年前に流行った言葉「ジェンダーフリード」(ジェンダーの区別がなくなってきたよ)という状態が、例えばグラスに入った氷入りのお水がまだ氷が半分溶けた状態をさすとしたなら、さしずめ今は完全溶け切った状態と言いますか、水と氷の区別がつかない状態になっている。つまりスカート履く男性=LGBTQという偏見という固定概念が外れてきている状態に。



もう一つは下着、特に**ショーツの概念がガラッと変わった**ということ。ショーツという隠すべきもの、見られると恥ずかしいもの、つまり「女性らしさ」というものを色濃く反映するアイテムだったもの——言い方を変えると男性が女性に対して性的な見方をついしてしまうアイテム——が、今やそれが堂々とファッションとして「見られて平気」なアイテムに。見られて平気なアイテムになるという事は、即ち性的な視線で見られるものではなくなる（見ても興奮しない）ものになる、ということ。かつてはブラも見えては恥ずかしいアイテムでしたが、昨今見せブラが一般になってきて、見ても恥ずかしくないという概念に変化したと同様に、ブラの次はショーツにもその波が来ています！これは女性による女性性（＝つまり性的興奮を感じさせるエロみ）の破壊と再構築ともいえます。エロの視線で見られることを無効化するというのはある意味ジェンダーを超えたとも言えます。LGBTQをそういう目で見ない、女性を性的な目で見ない、見た目でもどんな属性であれどもジェンダーというものを意識しなくなることがファッションから始まっています。それはひいては人々の固定概念や常識を上書きすることにつながって、社会全体を変えることになるんだと思います。「どんなジェンダーも生きやすい世の中に」。そのきっかけの始まりがファッションが作り出せるのだとしたら、これほど尊いことはありません（感動！）。あらやだ！つい語りすぎてしまいました、また次回お会いしましょう、シトウレイでした。

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49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。

一食抜いてでも是非! ★★★



11月3日(金・祝)、TOHOシネマズ シャンテ他 全国順次ロードショー 配給：ギャガ
© 2023 MANDARIN & COMPAGNIE・FOZ・GAUMONT・FRANCE 2 CINEMA・SCOPE PICTURES - PLAYTIME PRODUCTION

私がやりました

恋愛ドラマから社会派問題作まであらゆるジャンルで完璧を求め、唯一無二の傑作を作り続けるフランソワ・オゾン監督。新作「私がやりました」でもそのパワーを証明してくれました。設定と衣装にこだわり抜いた1930時代のクライムミステリーの登場です。始まりは有名なプロデューサーが自宅で射殺された事件。以降、クセのあるセリフの応酬とスピーディーな展開は、時代劇なのにもなる現代劇風味です。まず若手女優マドレーヌが疑われ、彼女のルームメイトで駆け出しの弁護士ポーリーヌがサポート。そして「私が殺した!」とオーバー気味に現れるベテラン女優。三人三様の言い分と企みと本音と真実がポロポロ出て来て、警部や判事、検察たちの慌てっぷりに大笑いです。オゾン流ひねりの効いたユーモアとシャレのごった煮は、またもや「女子力、凄!」ってヤツかな。メインキャスト3人が30年代の香り漂うドレス、ワンピース、マニッシュ系とそれぞれ全く被らないオリジナルをデザインしたのは監督と組んで20本目のパスカリーヌ・シャヴァンヌ。男性陣を含めて時代考証したうえで、シーンのトーンや肌色とのバランスを考え今風アレンジを加えている。衣装が役を作ることを熟知するプロのお仕事は学びの宝庫です。

モナ・リザ アンド ザ ブラッドムーン

新作は頭を真っ白にして鑑賞・・・が基本。でも先読み出来るのがゼロじゃないのもポイント。が、映画の始まりは見たことあってもそんな心配まったくなし!の「モナ・リザ〜」。何じゃこの不安と興奮と緊張感は何って感じ。12年間精神病院に隔離されていたモナ・リザは赤い満月の夜、突然覚醒して特殊能力に目覚め、施設を脱出。ニューオリンズの街をさまよひ、多くのワケあり過ぎの人々と出会い、助けたり助けられたり。でも何が目的か、どうしたいのか、何ものなのか、全く分からない。しかも登場キャラ全員ミステリアスです。特に彼女をあることに引っ張り込むポルダンサーのポニーは、男前で頼れるのに、いい人だか、やな奴だか、モナ・リザと同じくらい謎。実はポニーのコスチュームがキモの本作。赤のショートパンツ、タトゥーだらけの肌丸見えのスケスケメッシュのトップスなど、強烈に出まわってます。つまりキャラからスタイリングした彼女の私生活&パーソナリティーね。モナ・リザの衣装はほぼTシャツ。でも病室の拘束着のシーン、ここはインパクトあります。異次元過ぎてかっこいい白。胸には大きなバックルだらけ。街の兄ちゃんからも「イカしてるぜ!」と目をつけられる優れものです。ポップでスタイリッシュでダークなファンタジー・スリラー・ヒロイン編。乞うシリーズ化!



11月17日(金) ヒューマントラストシネマ渋谷、新宿シネマカリテほかにて公開 配給：キノフィルムズ
© Institution of Production, LLC

一食抜いてでも是非! ★★★



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)。



Kitty, Daisy & Lewis (キティー・デージー・アンド・ルイス): ノース・ロンドン出身の3姉弟バンド。2008年、バンド名を冠したセルフ・タイトル作でアルバム・デビュー。2011年『Smoking In Heaven』、2015年には『The Third』を発表。こちらはザ・クラッシュのミック・ジョーンズをプロデューサーに迎えたことも話題に。最新スタジオ・アルバムは『Superscope』(2017)。

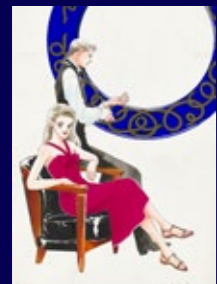
古き良き時代の音楽とファッションを現代に表現する キティー・デージー&ルイス

ブルース、ロックンロール、ロカビリー、ジャンプ、スカ、カリブソといったグッド・オールド・ミュージックを下敷きにしたオリジナリティー溢れる楽曲で知られるノース・ロンドン出身の3姉弟バンド、キティー・デージー&ルイス(以下KD&L)。今年がアルバム・デビューから15年ということで、5年ぶりとなる日本公演が行われたのも嬉しいニュースであった。父はレコードのカッティング・エンジニア、母はポスト・パンク・バンド、ザ・レインコートのドラマーという音楽的に恵まれた環境のもと、10代の頃から演奏活動を始めたデージー(長女)、キティー(次女)、ルイス(長男)。1940~50年代の音楽への愛情を余すところなく詰め込んだデビュー・アルバム『Kitty, Daisy & Lewis』は、3人のクールな佇まいやビンテージ感たっぷりの質感も相まって大きな話題となった。このバンドの魅力は、なんといっても古き良き音楽を現代のサウンドとして生き生きと

プレゼンテーションしているところなのだが、それは3人のファッションにも現れている。なんらかのカルチャーやムーブメントに結びつくアイテムをスタイリングに取り入れる際、思い入れやもとのカルチャーの持つ「匂い」の強さから、どうしてもコスプレっぽくなってしまいがちだが(1970~80年代の日本のロックンロールやロカビリー・リバイバルはまさにその典型だったといえる)、KD&Lにあっては奏でる音楽とシンクロした'40s、'50sのムードがありながらもファッションとしてきちんと成立しているのである。画像検索してもらえばそのことがよくわかるのではないだろうか。さて、そんなKD&Lだが、来日記念としてこれまで7インチ・シングルでリリースされた楽曲を網羅した日本独自編集盤『Singles Collection』が発売されている。このアルバムの解説は私が執筆しているので、ご興味を持たれた方はぜひお手に取っていただけたらと思う。捨て曲なし、充実の一枚である。

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。



楨村さとの展

2023年にデビュー50周年を迎えた楨村さとの作品は「自立を求める女性」がコンセプトとなっていて、一貫して「若い女性たちを応援したい」というテーマを持ち続けている。ダンサーやアスリートの身体を美しく見せるダイナミックな描写や、自立した前向きな明るい女性像が魅力的。数々の作品を生み出す傍ら、ファッションや健康法についてのエッセイ本も多数発売し、ライフスタイルも注目されている。

2024年1月5日(金)~3月31日(日)
休館日: 月曜日(ただし1月8日、2月12日は開館)、1月9日(火)、2月13日(火)
開館時間: 10:00~17:00 ※入館は16:30まで
観覧料: 一般1000円/大・高生900円/中・小生500円
会場: 弥生美術館 1・2階展示室



コシノジュンコ 原点から現点

常にモードの先端を走り新たな創造を繰り広げるコシノジュンコの活動の全貌を紹介する過去最大規模の展覧会。世界各地でショーを開催し高い評価を得る一方、近年では服飾デザインの領域を超え新たな境地を切り開いている。装苑賞受賞作をはじめとする衣装約100着に加えて、デザイン画、写真パネル、映像演出など約200点を通して、初期から近年にいたるまでの魅力に迫る。

2023年11月23日(木・祝)~2024年1月21日(日)
休館日: 11月27日、12月31日、1月1日
開館時間: 火~金10:00~20:00、土日祝10:00~18:00 ※入館は開館の30分前まで
観覧料: 一般1700円/大・高生1300円/中・小生500円
会場: あべのハルカス美術館

TOPIC 1 / 編集スタッフいち押し本を紹介!



なにがみてるゆめ

スタイリストの小山田孝司による作品集。2020年1月から撮り始め、2023年5月まで断続的に撮影を繰り返して、最終的に被写体の数は287人、撮影を担当した写真家は22人になった。被写体のその日のコーディネートに、小山田氏が集めた服や装具をそっと1点だけ加えて撮影された写真群は、ポートレート、ファッションナップ、ドキュメントのあいだをゆるやかに縫いつけては解いていく。

著者: 小山田孝司 発行: 白石洋太 版元: Dog Years 5720円



ファッションイラストレーション・テクニック

服の構造を理解して描く

初めて描く人にもわかりやすいよう、人体のプロポーシオンやポーズなど、人物の描き方からスタート。服の構造の図解や布地による表現の違い、柄の描き方など、色を塗る時のコツやテクニックも紹介。デザインのバリエーションや作例も豊富に収録しているため、ファッション画に限らず、コミックや人物イラストを描く人の参考としてもおすすめ。

著者: 福地宏子 出版社: マール社 2640円



ファッションカ

FASHION-RYOKU

November 2023
2023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
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

Photography: Karin Ikeda
Styling: Ryusei Ueda
Hair: Miki Nonaka
Make-up: Miku Shigeyama
Model: Sen
Location: iiiio

📷 fashionryoku

