Fashion 力

ファッション

RYOKU

TOKYO BRAND PICK UP

ファッションの裏技拝見

TAAKK

森川拓野さん

May 2020 Vol.47

FOOD × TEXTILE

食べ物の無駄を次の価値に変換するサステイナブルな物作り

クリエイター独自の視点で
注目ワードを紹介

NEW

HOT CREATOR

Photography:Yuya Shimahara shiman_
Styling:Kumiko Suzuki kumiko__szk
Hair & Make-up:Akiko Utsugi (kilico.) u22yan
Model:Saku Iwasaki (étrenne)

FILE:011

スタイリスト
鈴木くみこさん

スタイリストmichiko氏に師事後独立。
雑誌、広告、テレビなど幅広いジャンルで活動中。

NATURE MOOD

都会的なエネルギーと花の持つ繊細さをイメージしたスタイリング。トレンドでもあるシアー素材とボールドショルダーで今年っぽさをプラス。

【表紙】ジャケット87000円（以下税別）、パンツ53000円（ともにAKIKOAOKI 03-5829-6188）、チョーカー76000円（flake 03-5833-0013）、その他スタイリスト私物
【右上・左】ワンピース32000円（NON TOKYO ／エスティームプレス 03-5428-0928）
【右下】レイヤードトップス19000円、エプロントップス57000円、エプロンスカート38000円（全てAKIKO AOKI 03-5829-6188）、バングル12000円（flake 03-5833-0013）、その他スタイリスト私物

ファッションの裏技拝見

TOKYO BRAND PICK UP

Interview : Masahiro Kubo, Sakura Tsuchiya

ターク TAAKK デザイナー／森川 拓野さん

東京のファッションデザイナーを一組選定、表彰し、パリでのファッションショー形式のコレクション発表をサポートする「FASHION PRIZE OF TOKYO」（東京都／繊維ファッション産学協議会主催）の第三回受賞ブランドに選ばれた「ターク」。1月のパリ・メンズコレクションに参加し、パリで初めてのプレゼンテーション発表を終えたデザイナーの森川拓野さんに会うためショールームを訪ねた。

■プライズ受賞おめでとうございます。パリコレクションで発表した感想を聞かせてください。

ようやくスタートしたなという感じですね。こういった支援の枠組みがあったからこそ挑戦できたことに、まずは感謝です。準備も含めなかなか大変だったけど、終わった今はすごく楽しかったし、続けたいという思いが強い。コレクションは多くの人に見てもらうことが狙いだったので、パリの中心部にある改装中のホテルを会場に選んで、そこのエントランス通路をランウェイにして発表しました。一回だけやった東京コレクションの時もヒカリエの通路で発表したからリンクするのかなと思って。ちょっとした角度の違いを見つけるのが好きなんです。

■そもそも森川さんがファッションの道へ進んだきっかけは？

洋裁に凝っていた母の影響が大きく、子供の頃から服作りは身近にありました。高校の時、欲しくてもお金がなくて買えない服を借りてきて、母にパターンを抜いて作ってもらった。それを見て面白そうだなと真似して作り始めたのをきっかけに、服作りに没頭するようになりました。地元の秋田から東京へ遊びに行った時に型紙や製図の本を買ってきて、素人なりに一から作ってみたり、友達に作ってあげたり、とにかく服が作りたかった。それから上京して文化へ進学。同級生にガンリュウ、チノ、エフィレボルもいて、毎日がすごく刺激的でした。

20-21 AW COLLECTION

人が驚いてくれるような面白い服、ワクワクする衝動を作り続けたい

PROFILE

森川 拓野　Takuya Morikawa
文化服装学院卒業後、株式会社イッセイミヤケに入社。「ISSEY MIYAKE」「ISSEY MIYAKE MEN」パリコレクションの企画デザイン担当を経て独立。2012年、森川デザイン事務所設立。自身のブランド「TAAKK（ターク）」を立ち上げる。2017年「TOKYO FASHION AWARD」を受賞。2020年「FASHION PRISE OF TOKYO」を受賞。

1. 畳んだ状態でシルクスクリーンをかけ、内布の重なりを浮き出させたパンツ。 2. デニムのダメージをスキャニングした図案で織り上げたコンピュータージャカードのデニム。 3. オパール加工を施した半透明のTシャツは「別ブランドのTシャツの上に着たら、タークとのコラボTシャツになる」と森川さん。

■ブランドを立ち上げるまでの経緯は？

文化を卒業してイッセイミヤケに就職。7年間企画デザインに携わって、ちょうど30歳の時に独立して「ターク」を立ち上げました。いろいろ経験してきたし、当初は自分で作れば売れるってすごい勘違いをしていました。イッセイミヤケにいた時に作った服は、「イッセイミヤケの服」だから売れるのは当たり前なんですよね。甘くないなって本当に思い知らされました。それでもやっぱり「自分の服」が作りたくて、苦戦しながら周りに支えてもらいながら、今まで作り続けてきました。かっこいいコンセプトは何もないけど、自分が積み重ねてきた経験や、毎回手を動かして作ること、新しいことにチャレンジしてその都度ワクワクする衝動を単純に作りたいし、着てもらいたい。

■タークのこだわりは？

人が驚いたり感動したりするものを一つ一つ作ることが僕のこだわりです。素材にしろデザインにしろ、関わる人たちと一緒にどんなものが作れるか、新しい発想や今までにない仕様を考えて提案するのがデザイナーの役割だし、何よりもこだわらなきゃいけないことだと思う。例えば定番で作っているデニムのジャカードは、履いている時に自然にできるデニムのダメージをスキャニングして生地に織り込んだもの。本来は後から加工されることを最初から図案にして、工程を入れ替えるという逆転発想。今ある仕組みの中で、どう角度を変えて作るか考えるのが得意なので、そこが強みかな。

■若者へメッセージを。

学校の優等生でいるだけじゃプロにはなれない。学生のうちから現場へ出て大人と接したり、インターンへ行って仕事を覚えたり、課題以外にも自分の将来に繋がることを見つけて、なりたい自分に正直になって欲しい。その方が社会に出てからもっと面白くなると思います。

ファッションの裏技拝見

FEATURING A KEY PERSON

Vol.15

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.15は、三越伊勢丹MD統括部・MD計画部の編成局担当プランニングスタッフ、寺澤真理さん。「TOKYO解放区」立ち上げ当時のこと、自身がバイヤーとして働くまでの話から今とこれからの仕事について探るため、伊勢丹新宿店を訪ねた。

Interview : Masahiro Kubo, Maiko Narikiyo　Photo : Sakura Tsuchiya

“どんな仕事も、自分がどう取り組むかで変わっていく”

三越伊勢丹　MD 統括部・MD 計画部 編成局担当 ／ **寺澤 真理**さん

PROFILE

寺澤 真理　Mari Terasawa　伊勢丹新宿店のコンセプトショップ「TOKYO解放区」・「DECADE（ディケード）」の立ち上げに携わり、ショップのブランディング・ディレクションから、イベント企画立案、バイイング、MD&空間プランやPR戦略までトータルで手掛け、同店が誇る独自のファッション性の発信を行う。現在は、三越伊勢丹のリアルとデジタルのシームレス化（CRM・EC・デジタル事業等）の早期実現に向けた業務に携わっている。

伊勢丹 オフィシャルサイト　https://isetan.mistore.jp/store/index.html

■「TOKYO解放区」を手掛けられていた、当時の仕事について教えてください。

私は、2013年3月の伊勢丹新宿店婦人服フロアの再開発オープンに向け「TOKYO解放区」と「DECADE」という新ショップの準備室メンバーとして立ち上げから携わりました。「新人デザイナーを商業施設が積極的に取り上げることこそ、ファッションの活性化や人材の育成、未来に繋がる」という思いを持って90年代に誕生した「解放区」を、再開発のタイミングで進化させ誕生したショップが「TOKYO解放区」。この場所に来ると今の日本や東京のファッションシーンがわかるというコンセプトショップですね。私は、その概念に基づきながら世に出ていない未来あるデザイナーや面白い注目のモノやヒトをピックアップしていきました。どう空間を作りあげるかが最も重要なので、ただ商品をバイイングするだけではなく、店頭でのイベントや集客まで考えながら企画していましたね。

■企画のアイデアソースはどこから得るのですか？

まずは、企画そのもののコンセプト構築から始まります。デスク作業は極力ミニマルにおさえ、なるべく外に出てオープニングレセプションや展示会、美術館や話題のイベント、可能な限り顔を出し人脈を掴む。企画アイデアの種を調べては、ひたすら人に会ってしゃべることが仕事なので名刺の減りは凄まじかったです（笑）。オープンしてからでは探しに行く時間が限られるので、準備期間の一年間で約半年から一年先位までのアイデアやリソースを探しストックしました。オープン後は、人が人を繋いでくれる出逢いも増え、デザイナーさんご自身が持ち込み企画を提案してくれることも。私が企画を立てる上で大切にしているのは、まず自分から動き、投げかけること、たくさんの方に会うことだと思っています。

■印象深い企画はありますか？

「TOKYO解放区」から羽ばたいていったデザイナーもたくさんいらっしゃるので、振り返ってみるとどれも記憶に残る企画ばかり。その中でもオープニングイベント「ジェニーファックス」（13年3月開催）のポップアップは忘れられないですし、ミュージカル「テニスの王子様」の10周年記念イベント（13年10月開催）も勉強になりました。個人的には、小沢健二さんとのハロウィーンイベント（17年10月開催）も良い思い出。企画を成功させるためには、一緒にイベントを行うデザイナーさんやクリエイターと一緒に、どれだけ同じゴールや楽しい世界が見られるか。どれだけ実現したいことに共感し賛同していただけるかですね。

■寺澤さんがバイヤーを目指したきっかけは何ですか？

実は私、やりたいことがたくさんありすぎて進路が決められず（笑）。本当は雑誌の編集者に憧れ、出版社を受けたこともありましたが落ちてしまって。当時思い悩んで、学校の先生に相談したら「君のやりたいことは流通にあるよ」とアドバイスをいただいてたんです。それからいくつかの流通企業を受けた中のひとつが伊勢丹でした。最初に内定通知をいただいた御縁から、迷いなく入社。まずは、趣味雑貨部に配属になり販売員を経験。その次は化粧品フロアに異動しました。まったく興味がなかった美容という分野の仕事で最初は困惑しましたが、どうせやるなら徹底的にやり切ろうと思い、7年間美容部員をしていました。その後婦人服売り場に希望を出し、のちにアシスタントバイヤーとして働くことになるのですが、今思うとやりたいことがありすぎた私にとって、転職せずとも思ってもみないたくさんの経験ができる百貨店は、進路として最適な選択だったのかもしれません。その多くは、その後の企画や発想力、創造力を養うことにも繋がり、とてもありがたい経験をたくさんさせていただいたと思っています。

■今の仕事について教えてください。

18年度まで「TOKYO解放区」のバイヤーとして勤めていましたが、これまで培ってきたノウハウをもっと社内外や世の中に広げていくような活動にシフトしたいと会社に伝え、異動を申し出、19年度の一年間はその活動をしていました。「TOKYO解放区」ではモノを売っているだけでなく、情報発信という側面も持ち合わせていたので「まるで雑誌を作るような仕事だ」と言われることも多かったんです。自社メディアを活用し情報発信をしたり、社内外を繋ぐ提案や学生に対して講義を行うなどしていました。そして今年度からは、編成局担当プランニングスタッフとして、新シームレスサイトの立ち上げに携わることになりました。何だか今までの仕事の集大成のようで不思議な巡り合わせです。

■若い人達にメッセージをお願いします。

ファッションは、身に纏うとか機能性があるといったことだけでなく、人生をより豊かにし、たくさんの学びをくれる存在です。服を作ることや売ることだけがファッションの仕事ではないと思っています。何をしているのかが重要ではなく、どんな仕事であっても自分がどう取り組むか、自分次第で変わっていきます。まずは自分自身と向き合う時間を大切に、人生の選択をしていただきたいですね。

FOOD × TEXTILE

食べ物の無駄を次の価値に変換する
サステイナブルな物作り

石油産業に次いで二番目に環境を汚しているのがファッション産業という現実がある。
サステイナブル(持続可能)な物作りは、今やブランドにとって不可欠と言える。
その中で大量に廃棄される食材を染料や生地に再活用するなど、
ファッションの観点で無駄から価値を生む動きが広がりつつある。
ブランディングにおいて「FOOD×TEXTILE」をどう位置づけ、展開しているのか。
ジャパンブルー、シップス、コンバースの取り組みを追った。

Text: Masahiro Miyashita　Illust: Hiroko Fukuchi

「バナナデニム」2020A/W コレクション

JAPAN BLUE JEANS

ジャパンブルージーンズ

“ エシカルな物作りを進化させ、デニムで世界をハッピーに ”

「桃太郎ジーンズ」など旧式力織機によるセルビッチデニムの国産ブランドを世界展開するジャパンブルー。無農薬栽培で手摘みのコートジボワール綿を使い、売り上げの一部を農場に還元するなど、生産そのもののサステイナビリティーを追求してきた。この取り組みをさらに深掘りし世界に発信していこうと今年3月、海外戦略ブランド「ジャパンブルージーンズ(JAPAN BLUE JEANS)」で新ライン「エシカルプロダクト」を立ち上げた。
今回初めて取り組んだのが、バナナ繊維。事業部長の岸本裕樹さんが2018年にタイを訪れた際、「バナナの木は収穫後に実が成らないため、伐採して焼却処分され、大気汚染の要因にもなっていると聞いた」のが発端だった。帰国後にバナナの茎から繊維が作れることを知り、「再活用が増えれば課題解決に役立てる」と製品化を決めた。バナナ繊維は伸度が低いため、コートジボワール綿との混紡にしたが、それでも「細い糸ほど切れてしまう。混合比、織る速度やテンションの調整を重ねた」と言う。糸の硬さからファーストサンプルで感じられたチクチクとした肌触りも、仕上げと洗いの工夫で解消した。
約2年をかけて完成した「バナナデニム」は綿82%、バナナ繊維18%。ジーンズは、スレーキにオーガニックコットン、パッチにデニム廃材を採用し、ウエスト回りは身体に沿うカーブベルトに、リサイクルしやすくするためリベットは使わずかんぬき止めに替えた。同仕様で、軽石を使わずにバッカリングを再現し、洗い回数を削減する「フレンズ加工」を施したものと2型を揃えた。他にジャケット1型、コート1型、シャツ2型を展開する。動画などを作成してウェブを軸に発信し、物作りの背景を含め伝えていく考えだ。
生産工程も大きく見直している。糸の染色や製品洗いなどで発生する排水の浄化・再利用へ、難しいとされてきた設備の開発に成功し、水の使用量を80%削減。脱色加工の塩素系薬剤を撤廃し、光線で染料を直接昇華させるレーザー加工や、人体に影響がないオゾン加工に切り替えるなど改善した。
この背景には「私たちの街をハッピーに」というテーマがある。地元に住む人がハッピーになり、周辺へ、さらに岡山、日本、世界へと輪が広がっていく。まずはその起点となる地元に活気を生み出す物作りのあり方として、環境負荷の軽減がある。
現在は新たなリサイクルやリメイクの方法も研究中。「思いつくことを片っ端から試し、少しでも正解に近いと実感できるものを探していく」としている。

コートジボワール綿：栽培から収穫まで農家の手作業で行われる。品種改良されていない、原種に最も近い綿とされる。

COLUMN

左のロゴマークはエシカルプロダクトのアイテムであることの証し。タグでは「わたしたちの街をハッピーにしたい。」のメッセージを発信。織ネームには再生ポリエステルを使用している。

工場との連携を密に排水の浄化・再利用などエシカルな物作りを進化

FOOD TEXTILE

CONVERSE e.c.lab

コンバース イーシーラボ

「ALL STAR FOOD TEXTILE HI」サクラ、ドリップコーヒー、ブルーマロウの3色で、各9900円(税込)

“サステイナブル×ファッショナブルで、スタンダードのその先へ”

コンバースは1世紀以上にわたり継続している主力アイテム「オールスター(ALL STAR)」で2019年8月、環境に配慮した素材を実験的に使用する新シリーズ「コンバース イーシーラボ(converse e.c.lab)」をスタートさせた。ニーズが高まりつつあるサステイナビリティーに注目し、これからのスタンダードのあり方を追求している。

その第1弾モデルが、廃棄予定の食材や植物を染料として再活用する「フードテキスタイル(FOOD TEXTILE)」の生地を使ったハイカットスニーカー「オールスター フードテキスタイル ハイ(ALL STAR FOOD TEXTILE HI)」だ。「イーシーラボを立ち上げるタイミングでフードテキスタイルとの出会いがあった」とコンバースジャパンの西村早貴さん。「食品ロスを削減する活動はもちろん、そこから生み出される色のストーリーが興味深く、キャンバス素材であることも相性が良かった」ことからコラボが実現した。

アッパーの生地は、散った桜の花びらによる「サクラ」、ハーブティー等に使用するマロウブルーの規格外品による「ブルーマロウ」、ドリップ後のコーヒーの出がらしによる「ドリップコーヒー」の3色。ナチュラルな色合いは、コーディネートもいろいろ楽しめる。

ディテールには、リサイクルラバー入りのアウトソール、植物由来の素材を使ったオーソライト社のエコインソールを採用し、綿のシューレースや低めの専用木型で成形したトウスプリングでクラシック感を追求。「サステイナビリティーを追求しながらもファッション性を高めた」と言う。

発売以降、環境への関心の高まりもあり、ファッション誌だけでなく、エコ関連の報道で様々なメディアに紹介され、「普段着用いただいているお客様以外にも認知が広がった」という。「サクラ」「ブルーマロウ」「ドリップコーヒー」とイメージが広がるカラー名、クラシカルなシルエットや履き心地を高める細部の機能も相乗し、幅広い年代層の購買につながっている。好評を受け、フードテキスタイルの継続採用を検討中だ。

さらに昨年10月には漂白・染色をせずオーガニックコットンの風合いを生かした「オールスター ムセンショクキャンバス ハイ(ALL STAR MUSENSHOKU-CANVAS HI)」を発売。今年3月からは、国際的なサステイナブルプロジェクト「THE NEW DENIM PROJECT」のアップサイクルデニムによる「オールスター ザニュー デニム プロジェクト(ALL STAR THE NEW DENIM PROJECT OX)」を展開し、スタンダードの進化を図っている。

THE NEW DENIM PROJECT:残布を回収・再紡績して新しい糸や生地、雑貨を作るグローバルプロジェクト。

COLUMN

(左)第2弾の「ALL STAR MUSENSHOKU-CANVAS HI」(右)第3弾の「ALL STAR THE NEW DENIM PROJECT OX」

「コンバース イーシーラボ」の商品は直営店のWhite atelier BY CONVERSE原宿店・吉祥寺店、オンラインショップで販売

FOOD TEXTILE

SHIPS any

シップス エニィ

「FOOD TEXTILE」とコラボしたトートバッグ。計8色、各3410円(税込)。エキナセア(ハーブ):ナチュラルカラー、チャコールグレー/エスプレッソ(コーヒー):ベージュ、ブラウン/紫キャベツ:ピンク/ブルーマロウ(ハーブ):ライトブルー、ブルー、ラベンダー

“「少しのいいこと」をテーマに等身大でできる環境貢献をMD化”

セレクトショップのシップスは今春、新ブランド「シップス エニィ(SHIPS any)」を立ち上げた。「どんな人にも、どんな場所にも、どんな時にも似合う服」をコンセプトに、20〜40代のファミリー層に向け、ミニマルなデザインを基調にカジュアルからビジネスまでをカバーする。性別・年齢を問わずサイズ感を楽しむ傾向を踏まえ、定番の「シップス エニィ スタンダード(SHIPS any Standard)」はレディス、メンズ、キッズを同素材・色柄で開発。10サイズ展開で、親子のリンクコーデやシェアも楽しめる。素材も地球環境や労働環境に配慮した農法によるU.S.Aコットンに10の機能を持たせた「マルチファンクションファブリック」など、付加価値の高い自主企画を中心に揃えた。価格帯は「シップス」より3割程度低めに抑え、こだわりと買いやすさが特徴となっている。

同ブランドの底流にあるのが「サステイナブル」の考え方だ。シップスではこれまでも商品開発やブランドセレクトなどで取り組んできたが、シップス エニィでは「SHIPS any 少しのいいこと」としてブランドのテーマに据えている。「大上段にサステイナブルを謳うのではなく、まさに継続していけることが大事」と商品4部の篠原渉さんは話す。

その象徴的な商品が、繊維商社・豊島のテキスタイルブランド「フードテキスタイル(FOOD TEXTILE)」と協業したトートバッグ。食品関連企業などの廃棄予定食材を生かした染料を使い、8色を展開している。ハーブやコーヒー、キャベツなどから採れたカラフルで温かみのある色合いが特徴で、大きめ(W52×H35×D11.5cm)、内ポケット付きと機能的。「このくらいのサイズ感のエコバッグを探していたお客様が、下げ札や接客を通して廃棄食材で染められていることを知る」ことが多く、その背景への安心感や共感の上に色味が魅力となって購入している。今後はTシャツなど他アイテムにも広げる考え。

下げ札には「SHIPS anyは人のため、環境のため、小さなことでも何かできることから始めます。この商品はその理念のもと、環境に配慮してつくられています」のメッセージがあり、プライスタグのQRコードをスマホで読み取ると商品ごとに生産背景を確認できる。このタグや下げ札、ショッパーにはFSC(森林管理協議会)認証紙、ハンガーには廃棄材を活用している。

「お客様が自然と環境に貢献できているような取り組みにしていきたい」と、等身大のサステイナビリティーを追求する。

フードテキスタイル:「着る野菜」をコンセプトに、廃棄予定の野菜や食材を染料として活用する豊島のテキスタイルブランド。食品関連企業から提供された食材をファッションブランドと連携して商品化し、フードロス問題に取り組んでいる。

COLUMN

今年3月7日にオープンしたSHIPS any渋谷店。エシカルマインドに対応した素材や機能、デザインの商品をオリジナル7割、セレクト3割で提案

「少しのいいこと」のメッセージを記した下げ札

2020-21 AW TOKYO COLLECTION

Rakuten Fashion Week TOKYO
https://rakutenfashionweektokyo.com/jp/the30th/collection/

コロナ禍で楽天ファッションウィーク東京が中止に

20-21年秋冬の東京コレクションの中核をなす「楽天ファッションウィーク東京」が新型コロナウィルス感染症の影響で中止となった。これでソウル、上海など東アジアのファッションウィークは、このシーズン全滅となった。ファッションウィークが中止となるのは、東日本大震災以来の出来事となったが、その影響は計り知れないほど大きく、08年のリーマンショック以上の規模となりそうだ。中国を端に発したこの病魔は、欧米から全世界へと拡大し、今年6月の21年春夏ミラノとパリのメンズ、20-21年秋冬パリ・オートクチュールも中止に追い込まれた。引き続き、新型肺炎の影響による9月のウィメンズプレタポルテコレクションの行方にも注目が集まっている(20年4月30日時点)。

本誌では通常、東京コレクションの全般的傾向とランウェイの写真を紹介してきたが、本号では、このシーズンにランウェイやプレゼンテーション形式で発表を予定していたブランドのルックを掲載し、少しでも力になれればと思う。

Photo : Japan Fashion Week Organization　Text : Masahiro Kubo

MILAN PARIS

2020-2021 AUTUMN&WINTER PRÊT-À-PORTER COLLECTION

Text : ファッションディレクター 萩原輝美

クラシックテイストに手技を加えるモダン服が旬

2月から3月初めにかけて20-21年秋冬ミラノ、パリコレクションが開かれました。ミラノコレクションの後半、新型コロナウイルスの感染者が、イタリア北部のロンバルディア地方から出たことで最終日の「ジョルジオ・アルマーニ」はショー当日の朝急遽、無観客ショーに変更しました。ウイルスの影響で日本からのプレス、バイヤーも通常の半数くらいでスタートしたヨーロッパコレクションですが、パリは予定通りのスケジュールをこなしました。こんな時こそ、ファッションの力で少しでも明るい気分になれたらと思います。

ミラノではツイードやカシミヤなどクラシック生地のIラインドレスやセットアップがトレンドをリードしました。シルエットはシンプルですが、ドロップした肩から膨らむ量感たっぷりの袖が特徴です。

シルビア・フェンディがデザインする2シーズン目の「フェンディ」は、インビテーションから会場のソファまでペールピンクで統一されて優しいムードです。構築的なシルエットのコートやドレスにボリューム袖が女性らしさを添えます。プラトップやコルセットをはめてボディを強調しながらも上品で凛とした女性を演出しています。

「プラダ」のファーストルックはワイドショルダーのテーラードジャケットに動くたびに揺れるフリンジスカートを合わせました。ウエストは大きなバックルの革ベルトできゅっと絞られています。対照的なディテールを組み合わせて新しいマスキュリン&フェミニンを表現するミウッチャ・プラダの世界です。今シーズンはグラマラスにフォーカスしています。

「グッチ」はショー会場にサーカス小屋を思わせる空間を設置。会場に入るとそこはモデルたちがヘアメイクをしているバックステージになっていました。ショーの舞台裏までが演出の一コマであり、アレッサンドロが考える「再現できることのできない儀式」がスタートするという仕掛けです。円形ステージで着せつけられたモデルたちの舞台はメリーゴーランドのように回転します。子供服をイメージしたフラットカラーやプリーツスカートのモデルがこわ可愛い人形のように並んでいます。モデルが去った後、着せつけたスタッフがその円形ステージを回りました。

パリではメゾンの手技をアピールするブランドが際立ちます。「ロエベ」はクラシックなシルエットのボリュームドレスにビーズ刺しゅうやクラフトワークを加え、モダンドレスに仕上げました。ボディの中心にドレープを寄せたIラインドレスには日本人陶芸家、桑田卓郎とのコラボによるメタリックな突起の飾りをつけてクールに仕上げています。桑田作品のオブジェをつけたバッグはアートピースとして登場しました。

「メゾン マルジェラ」は1月のオートクチュールコレクション「アーティザナル」に続き、伝統的なブルジョワジーのドレスコードを再解釈したコレクションを発表。チュールドレスに解体されたビンテージのコート、ボウタイとワンショルダーのボリューム袖を重ねたルックは新しいバランスを感じます。ビンテージビーズとクラフトワークで大胆にアップサイクルしたモダン服は、今までにない美しさを提案しています。

「セリーヌ」は70年代のブルジョワスタイルを再現しました。ボータイブラウスにプリーツスカートを合わせ、ロングブーツとショルダーバックで仕上げています。

「ヴァレンティノ」はボリューム袖にマーメイドシルエットのスカートを合わせるルックを並べました。レザーのキルティングワークや手技の刺しゅうは圧巻です。

注目デザイナー、「マリーン・セル」もツイードやレースを接ぎ合わせたマーメイドシルエットのドレスを打ち出しました。生地やアクセサリーのパーツはブランドコンセプトであるアップサイクルに技を効かせています。

ブラック&ホワイトを中心に軽快なランウェイを見せたのが「シャネル」。ラッフルブラウスに乗馬をイメージしたサイドオープンのパンツとバイカラーブーツを合わせています。

「エルメス」はメゾンのルーツでもある乗馬をイメージしたルックがジャンピング用のバーの間をキャットウォークしました。コートにパンツ、全身オフホワイトやオレンジなどワントーンでまとめているのがシックです。

「サカイ」はシフォンドレスをベースにぐっと大人になったコレクションを披露しました。シフォンに重ねるミリタリーテイストのアウターやトレンチコートは、複雑なハイブリッドのテクニックではなく、服のシルエットとパーツの力で見せる新しい魅力を感じます。パリコレクション最終日、ゴルチエのクチュールライン「ゴルチエ・パリ」の第1回目のコラボデザイナーに阿部千登勢が選ばれたニュースが発表されました。ますます世界を広げています。

萩原輝美のワンポイントレッスン

先シーズンから登場しているテーラーリングですが、思い切りフェミニンなスカートを合わせてコントラストの着こなしを楽しむのがおしゃれです。

LOEWE

GUCCI

Courtesy of Gucci by Dan Lecca

PRADA

©PRADA

FENDI

SACAI

HERMÈS

©Filippo Fior

MARINE SERRE

MAISON MARGIELA

Paris snap

パリコレクション会場スナップ 2020

男女共に定番アイテムであるジャケットは、シルクサテンやベルベットなど美しい光沢をもつ素材をチョイス。スニーカーやヒールの低いブーツを合わせることでシック×カジュアルを上手にミックスしていました。ボトムスはワイドパンツなどゆったりとしたシルエットを選ぶ人が大多数。女性の肌見せも少なく、ユニセックススタイルはウィメンズファッションがメンズファッションに寄せるかたちで落ち着いてきた様子。オレンジや緑、青を差し色にしたコーディネートも多く、春に向けて少しずつ色付いていました。気まぐれに降る雨は帽子やフードでオシャレに避けるのがファッショニスタ流。スカーフを頭巾のように被る上級者にも出会いました。

Text: : Nami Kawada

※杉野服飾大学パリ研修旅行の学生が取材・撮影。

rokh

技と若い感性が織りなすrokhの魅力

DESIGNER
Rok Hwang
ロック・ウォン

1984年、韓国に生まれ、米国で育つ。2010年、セントラル・セント・マーチンズを卒業後、セリーヌ、ルイ・ヴィトン、クロエでデザイナーを務める。2016年、自身のブランド「rokh」を立ち上げる。2018年、LVMHプライズで特別賞を受賞。パリコレクションに参加。

TEXT
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

rokh 2020-21
autumn & winter collection

Interview photo: Manabu Matsunaga

今、パリコレクションで最も勢いのある若手ブランド「rokh（ロク）」。コレクションを発表して3年目、ショー終了後にパリのアトリエを訪ねました。

Q: rokhというブランド名はシンプルで逞しい。本名ですか？

A: 本名はROK HWANGです。名前に苗字のHをつけて覚えやすくしました。ROKは韓国語で緑の意味。癒される名前なんです。

Q: 学校はロンドンのセントラル・セント・マーチンズですね。ロンドンを選んだのは？

A: 目標はインターナショナルに活躍するデザイナー。パリコレクションを目指してヨーロッパで学びたかったんです。

Q: 憧れのデザイナーは？

A: もちろんレイ・カワクボ！ 僕の中のベスト、ベスト！ 次にジョン・ガリアーノ、ラフ・シモンズです。

Q: コレクションを作る時、最初にインスピレーションするものは何ですか？

A: いつも一人の女性をイメージして広げてゆきます。僕たちと同世代の身近な女性です。今回は妹だったんです。実はショーと同じ日、妹は韓国で結婚式を挙げました。僕は行けなかったから妹にコレクションをプレゼントしたんです。ウエディングドレスも作れなかったから…。妹の大好きなデンマークのフラワー、エリカで会場を埋め尽くしました。

Q: 服を作る時に大切にしていることは？

A: 「セリーヌ」でフィービー・ファイロのアシスタントをしていたときラグジュアリーブランドの技に驚かされました。今自分のブランドではその技を、違うアプローチで実践しています。僕たちのジェネレーションだから活かせるカッティングやフォルムに挑戦しています。

Q: 今後の目標は？

A: ブランドを少しずつ大きくしたい。同世代の人たちは大切、みんなそれぞれ違う価値観で自分を表現しています。僕のチームはファッション業界を一緒に旅する友人、これからも旅を続けます。

コレクションは、しつけ糸を垂らしたテーラーリングスーツからスタートした。コンシャスしたカッティングが美しい。ウエストからバルーンシルエットに広がる黒のロングドレスには大胆なチェーンネックレスが合わされている。黒のコレクションの後、優しいフラワープリントが登場するが解体されたトレンチコートと組み合わされている。技とフレッシュな感性がリアルで魅力的なコレクションに仕上げている。

インタビューを終えて

質問に対して穏やかに優しく答えてくれる。きっと大変なこともいっぱいあるのに顔には出さず、楽しい旅の途中だと言います。もっともっとビッグになりそう。最後に、ユニクロからオファーがあったらコラボする？の問いには「もちろん！日本大好き！日本に行ける仕事は絶対やりたい！」とお茶目に答えていました。

2020-21AW
PARIS FASHION WEEK

編集長のパリ取材雑感

新型コロナウィルスの拡大が差し迫ったパリで、コレクションを開催できたのは奇跡だったのかもしれない。フランス国内のオーバーシュート(感染爆発)は、会期終了後から始まっていたのだ。そんな不穏な空気の中、デザイナーたちは、秋冬の自信作を堂々と披露した。

Text & Photo Masahiro Kubo

CHRISTIAN WIJNANTS

THOM BROWNE

XULY BET

LITKOVSKAYA

RUNWAY / SHOW

PATOU

UMA WANG

PRESENTATION / EXHIBITION

THEBE MAGUGU

新型肺炎の広がりが迫る中、決行されたパリコレクション

20-21年秋冬パリコレクションは、20年2月24日〜3月3日の会期で開かれた。ミラノコレ最終日が中止となった状況で、市中に広まる危険性も考慮し、既に中止を決めていた中国ブランド以外にも急遽「アニエスベー」や「A・P・C」がショーの中止を決定し、「LVMHプライズ」のカクテルパーティーなども取りやめとなった。しかし、イタリアほどの感染状況ではなかった事もあり、マスク姿もほとんど見られず、通常と大差ない開催となった。まさかその後一気に拡大し、ロックダウンとなるとは誰も想像しえなかったことだろう。

さて、今回のトピックスは何と言っても「ズリーベット」の復活。もう20年近く前に一世を風靡したアフリカンストリートが戻ってくるという事で、会場でのファンの盛り上がりは凄かった。個人的にはパリのショッピングモール「フォーラム・デ・アール」のクリエーターゾーンで、出張中よく物色した事を思い出す。

中国ブランドという事でショーを諦めた「ユマ・ワン」のショールームでは、デザイナー本人から説明してもらい、生地の作り込みに対する彼女の思想性を聞くことができた。

日本人では「ウジョー」が初のパリコレ参加を果たした。夫婦二人三脚で作ってきたことを象徴するフィナーレで、照れながら登場した2人の姿が眩しかった。

今年6〜7月に行われる21年春夏メンズと20-21年秋冬オートクチュールが中止と決まったパリのコレクション。代替の策は、デジタルツールを駆使したものになるだろう。平和で安心して暮らせる世の中でこそ、ファッションも楽しめる。それを模索していくこともファッション業界人とその予備軍に課せられたテーマなのかもしれない。

ANREALAGE

JUNKO SHIMADA

MOON YOUNG HEE

ANN DEMEULEMEESTER

BEAUTIFUL PEOPLE

MAME KUROGOUCHI

UJOH

ISSEY MIYAKE

JAPANESE DESIGNER

YOHJI YAMAMOTO

KENNETHE IZE

EACH X OTHER

TRADE SHOWS

総出展者数は、3年前の7掛け 新型肺炎の影響で、デジタルが加速か?

トラノイの縮小感は否めず、3年前と比べると6掛けとなった。服飾雑貨にアパレルも加える形が定着してきたプルミエールクラスも3年前と比べると7掛けだったが、前年同期比では1.8%減と下げ止まり感が出てきた。ウーマンは3年前と比べると2.2%減だが、前年同期比では3.5%増となった。3展全体の出展者数は総計797ブランドで、前年同期比11.2%減、3年前と比べると31.6%減と7掛けの出展者数になった。そんな中、ニューヨーク拠点の「リアセンブルドショー」が初めてパリで開催された。出展者数は39ブランドと小振りで米国のブランドを中心にややナチュラル感のあるビンテージテーストのブランドが多かった。

さて新型肺炎の影響で、「中国をはじめ韓国などアジア勢、米国、イスラエルなどの来場が大幅に減った」との声が多く聞かれた。やはり昨今のアジア頼みの受注が大きく減退したのは痛手となったと考えられる。また急速に感染者が増えたイタリアからの来場も厳しかった。今回の新型肺炎による消費マインドの低迷と先行き不安感が発注量に及ぼすマイナスも懸念され、見通せない状態がしばらく続きそうだ。これはトレードショーに限った危機ではなく、ショールームビジネスにも同じことが言える。リアルな出会いの場であるこうした機会に替わるバーチャルトレードショー・ショールームの台頭が加速されるかもしれない。

TRANOI

PREMIERE CLASSE

WOMAN

REASSEMBLED SHOW

2020春

ファッションの道に進む高校生たち！

高校生のページ第26弾は、ファッションの専門学校に進学を決めた家政科の高校生にメール取材しました！
新型コロナウィルス感染症の拡大で、卒業式・入学式もままならない学生たち。どんな苦境に直面したとしても、
みんなの夢は変わらない。明るく未来を見つめましょう。ファッションの世界にようこそ!!

POP

保坂 菜々子さん
千葉県立木更津東高等学校家政科3年

お気に入りコーディネート

高3の課題で制作したタイトスカートと古着屋で購入したTシャツでバブル時代を感じさせるコーデ。最先端のファッションより昔のファッションを今風に着ることがマイブーム。

カラフルなふわふわバッグ

無地の服を着る時に持つバッグの上にあるのは、存在感がありどんな服にも合うお気に入りのピアス。

GUCCIの1960年代調花柄の財布

ネイルはどんな服にも合うように抑えめに。ガラスストーンを貼って高級感を。

3年生の時のコンテスト出品作品

自分の好きなものを詰め合わせたデザイン。

GUCCIのカラフルシューズ

一目惚れして購入。

Question

1. 高校で服飾系を選んだ理由は？
2. 将来の夢は？
3. ファッションに関する情報はどこから？
4. 好きなファッションは？
5. 好きなデザイナーやブランド
6. どんなことを気にして服をコーディネートする？
7. 普段、洋服はどこで買う？　最近買ったものは？
8. 最近気になっているもの（こと）、凝っているもの（こと）
9. ファッションについて思うことなど

❶ずっと習っていた新体操を続けたいと思っていたけれど怪我が続き辞めてしまいました。母から勧められて「新体操の衣装や舞台衣装を作ってみるのもいいかも」と思い家政科の高校に入学。❷最終的な目標は自分のブランドを持ち、世界中に自分のブランドを広げたい。舞台衣装関係の仕事もやってみたい。特にシルクドゥソレイユの衣装 ❸つい1年前までは原宿を歩いて「あ、今はこの服が流行なのか～」っていう感じで情報を得ていましたが、世界で活躍するには日本だけではなく世界の流行を知らないといけないと思い、最近は『Vogue』や『Numero』なども見ています。❹カラフルでポップな感じがすごく好き。特にピンクが好きなのでピンクの服ばかり着ています。❺好きなブランドは「& ellecy」「GUCCI」などたくさんありますが一番好きなのは「6%DOKIDOKI」です。好きなデザイナーももちろん増田セバスチャン。初めて増田セバスチャンの作品を見た時に衝撃を受け、それから衣装も作ってみたいな～と思い始めました。私がファッションの道に進もうと決心したのは増田さんのようなデザイナーになりたいと思ったからです。❻コーディネートする時はほんとに自分の好きなもの、気分が上がるものを着ています。❼普段は原宿や渋谷。最近、竹下通りの古着屋さんで男性のワイシャツを2枚使って作ったスカートを見つけ、すごく面白いアイデアだなと思ったので即買いました。❽バッグや靴の作り方。服が個性的になるにつれてバッグや靴も個性的なものが欲しいのですが、思い通りのものがなかったり値段が高かったりするので、自分で作ってみたいなと思っています。❾今年2週間ほどオーストラリアに語学留学して感じたことなのですが、日本人は自分の体型や世間の目を気にしすぎだなと思いました。オーストラリアの人は自分の着たいものを着ているな、という印象を受けました。実際に話を聞いてみたら「私はこれが着たいから着るのよ。体型や人の目を気にしていたら着たい服を着ないで人生終わっちゃう」と言っていました。日本も人の目を気にせずにみんなが着たい服を着てお互いに尊敬しあえる世界になればいいなと思います。またわたしがそういう世界にしていきたいです。

NATURAL

栗原 菜那さん
栃木県立宇都宮白楊高等学校服飾デザイン科3年

お気に入りコーディネート

入学式で着用しようとしていた自作のセットアップ

少しオシャレしたい時につけるアクセサリー

シンプルなデザインでいろんな服装に合わせやすいのが好き。

❶洋服が好きで、服に関わる仕事に進みたかったので。❷ブライダル衣装に携わる仕事。自分が制作したウエディングドレスを着て最高に幸せになってもらいたい、たくさんの人の笑顔を見たい。❸ファッション雑誌やインスタグラム ❹いろいろ着るけど、キレカジ系やナチュラル系が好きです!! ❺「GU」「Ems excite」「Samansa Mos 2」「dazzlin」など ❻身長や体型にあったもの、色合いや着方を工夫しています ❼安くて私好みなのでGUが多い ❽特になし ❾誰に何を言われようと、自分の好きを貫くのが大切

GIRLY

黒川 佑華さん
東京都立忍岡高等学校生活科学科3年

お気に入りコーディネート

渋谷や原宿に行く時のお気に入りコーデ。ブラウス・バッグ・靴下は白で揃えスカートのピンクを効かせて。

女の子らしいデザインがとってもお気に入り。

友達から誕生日プレゼントで貰ったアクセサリー。

どこに出かけるにも楽で使いやすいリュック。

リュックも服装に合せてガーリーテイストなものをチョイス。

高校の卒業制作

テーマは「リボン」。全て手縫いで仕上げました。

❶コンサートや舞台を見て私も衣装を作りたいと思い、被服コースがある高校を選びました。❷衣装製作 ❸インスタ、雑誌 ❹キュート ガーリー ❺キム・ジョーンズ ❻色や柄を比べてそこから上着や小物も一緒に決めていきます。❼「Ankrouge」のブラウス、スカート、ライダース ❽ショッピングモールをまわること、音楽鑑賞 ❾洋服は組み合わせ方によってテイストが変わるので飽きない。いつでもどこでも楽しめるのがファッションだと思います。

©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

トレンドを身につけ、気分一新フレッシュに！

シトウレイです、こんにちは！今回は今年の2～3月に行われたパリコレで見つけたストリートでのトレンドをご紹介させてもらいますね！
今シーズンはズバリ**「襟」**！そう、襟にポイントを置いたアイテムが多数登場してきてたんです。左の彼女のように存在感のあるボリューミーな襟であったり、大きなフリルがほどこしてあったり、セーラーカラーのアイテムなんかも久しぶりに見かけて。とにもかくにも襟があるアイテムを着る事で、一気にトレンド感がある着こなしに。つまりトップストレンドはズバリ、**シャツ**！カットソーではなく襟がついたものを取り入れるのをおすすめします。そして今シーズンぽさを象徴するのはトップスだけでなく足元にも注目。彼女の足元を見てください。つま先がちょっぴりぽっこりした、いわゆる「おでこ靴」形のブーツです。とにかく注目はこの形！若干厚底でぽってりしたこのボリューム感が、ファッショニスタには新鮮に映った模様で、多くの人達が履いていました。彼女のように雨の日に履くみたいなラバー（ゴム）素材だと、さらに「トレンド解ってます」感がでます。靴のトレンドでいうと、やはり一世を風靡したスニーカートレンドは段々と終焉を迎えているのを感じました。
もう一つ！久しぶりにニョッキリ感が戻ってきました！そうミニ丈のパンツもしくはスカートがトレンドにカムバック！2月3月、冬の寒さなんてなんのその、下の彼女のように「あれ？ちゃんとボトムスはいてます？」といぶかるかのような丈感のボトムスをよく見かけました（よく見たら彼女も襟のついたシャツタイプの上着ですね！）。とはいえ「私は足の形に自信がなくて…」な人も結構いるはず。ポイントはトップスのボリューム感！彼女のようにボリュームのあるトップスをチョイスすると、相対的に下半身が細く見えます。もしくは明るめの目立つ色味を選び、トップスに目が行くようにすると気になる下半身が目立たなくなります。これからのシーズンにうってつけの、この下半身ニョッキリシルエット。是非取り入れてもらえたらと思います。
そうそう！彼女の頭に掲げたバックに注目（そう、今回のパリは毎日雨が降ってたんです…実際大いにカメラマン泣かせなシーズンでした）！これはイタリアのメゾン**「ボッテガ・ベネタ」**というブランドのバッグなんですが、デダニエル・リーと新しく若いフレッシュなデザイナーさんに変わってからは破竹の勢い！一気にイットブランドへの階段を駆け上がりました。とにかくボッテガのバッグや靴を今シーズンはよく見かけました＆今後も要注目のブランドです。
色々落ち着かない昨今ですが、少しでも気持ちを前向きにハッピーでいたいものですね。そんな時は洋服の、ファッション力を借りて、気分転換しましょ！ファッションは病気を治したり、政治を変えたり世界をドラマチックに変えることは出来ないけれど、例えば新しい服を着る、トレンドの着こなしにちょっとチャレンジしてみることで少し気分をウキウキさせたり、塞いだ気持ちをちょっと前向きに転換させたりすることは出来る。そんな小さな「幸せ」を、日々自分に施してあげる、見つけて行くことが人生を楽しく生きるコツだったりします。
ではでは今日はこの辺で。また次回お会いしましょう、チャオ！

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

REI SHITO PHOTO SNAP

青野賢一の オトノヒキダシ

青野賢一
Kenichi Aono

セレクトショップBEAMSにて、個人のソフト力を主に社外のクライアントワークに生かす〈ビームス創造研究所〉のクリエイティブディレクターと音楽部門〈BEAMS RECORDS〉のディレクターを務める。
www.beams.co.jp

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。

Yaeji（イェジ）：DJ、プロデューサー、トラックメーカー、シンガーのイェジは韓国人の両親のもとニューヨークで生まれた。大学在学中に学内のラジオ局に関わったことでDJと音楽制作に携わるようになり、2017年に『Yaeji』『EP2』をデジタルリリース。今年4月、名門XL RECORDINGSより『What We Drew 우리가 그려왔던』を発表した。

注目株、イェジが待望のフィジカル作品を発表

今回ご紹介するイェジはニューヨーク生まれの韓国人アーティスト。私が彼女の存在を知ったのは3年ほど前だろうか。確かニューヨークで開催されたBOILER ROOMでのDJセットをYouTubeで観たのが最初だったと思う。DJセットと書いたが、一曲目からマイクを持って歌うというユニークなプレイスタイル。このセットの約半分を占める自身の曲は、ハウス、ヒップホップ、R&B、エレクトロといったジャンルに囚われないエクレクティックな内容で、涼しげで穏やかな彼女のボーカルとも相まって実に印象深かった。
イェジはこれまでデジタルでのみ作品を発表していたが、今年4月に初のフィジカル作品をリリースした。『What We Drew 우리가 그려왔던』というタイトルのこのアルバムは、先に述べたようなジャンル横断的なスタイルはそのままに、ブルックリン在住のラッパー、ナッピー・ニーナや東京を拠点に活動するDJでプロデューサー、シンガーのYonYonらが参加し、楽曲に彩りを添えている。イェジ曰く「友人、家族、感謝と支えがメイン・テーマになっているの」という本作、聴くとさながら彼女のDJセットのようなスムースかつ起伏に富んだ内容。アルバム通して聴いていただければと思う。

襟川クロの シネモード

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。

映画パーソナリティー襟川クロさんの連載企画、第35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。

「コンフィデンスマンJP プリンセス編」

いいね！ ★★

ウイルスや細菌など"見えない敵"と闘うのは"映画の中の恐怖"と思っていた。でも、現実。感染拡大を阻止するには世界中ガマンの自粛…とは言え終わりが見えないって心も体もヤラれそう。そこで、気分転換にピッタリの映画を紹介しようとしたら、宣伝部から"待った！公開延期"の声。でも、必ず公開するので取り上げますね。もしかしたらTVドラマで知ってるか前作を見ていたか、ダントツの面白さを誇る「コンフィデンスマンJP」の第2弾"プリンセス編"です。
今回の舞台はマレーシアのリゾート、ランカウイ島。大富豪フウ家の当主が亡くなり遺産を巡って争う３姉弟の前で執事トニーの発表した相続人は隠し子"ミシェル"の名。誰も知らないミシェル捜しと10兆円の遺産…こうなったらダー子、ボクちゃん、リチャードの出番です。おなじみの詐欺師3人組プラス過去作に登場した訳ありの面々が現れ、仕掛けて騙して笑わせてラストはちょっとウルウル。今回も衣装には気合を入れてレッツゴーです。南国のリゾートファッションあるあるから華麗なフォーマル、テレテレのジャージやドレス、JKの制服（ここ、一瞬なのに爆笑）と長澤まさみ扮するダー子の変身は、このままカタログになる楽しさです。男子グループだって負けてない。特に五十嵐（小手伸也）ときたら完璧に地元の人。ユニフォームもコスプレも似合いすぎです。蛇足ながらデビ夫人とのエピソードはまさかの可笑しさ。たぶんデビ様のドレスは自前だと思うな。

近日公開予定　※公開日は決定次第、公式HP等でお知らせします。
©2020「コンフィデンスマンJP」製作委員会

「ANNA」

一食抜いてでも是非！ ★★★

『ファッション力』の読者は必見！と断言したい「ANNA(アナ)」。なぜかと言うと、ヒロインのキャラクターがポイントだから。表の顔はスーパーモデル、裏の顔はソ連の凄腕スパイという２つの顔を持つ女。その設定にピッタリのアナ役が本物のスーパーモデル、サシャ・ルス。カジュアルからモデル時の衣装を含めとっかえひっかえ計48着！まぁ絵になるしカッコイイ。数秒のシーンでも同じものは2度と着ない徹底ぶりです。黒で統一した殺し屋スタイルでさえ、セクシー系からラフ&カジュアルとバラエティーに富んだ贅沢さ。おまけに彼女と絡むKGBのエージェントとCIAの捜査官…保守的なソ連側のファッションとニューヨーカーらしいゼニアのスーツなど、パリとモスクワの90年代にドップリです。さすがノンストップ・アクション得意のリュック・ベッソン監督。昔からスラリの細身、若い、美しい新人が大好物でしてサッシャも例外ではありません。ロシア出身のスーパーモデルとして、「ディオール」「シャネル」「ヴァレンティノ」などのキャンペーンモデルを経て女優デビュー。遂に本作で主役。役と重なるぶん娯楽度倍増です。"姿"良し。"キレ"味良し。にしても「それで動けます？」と突っ込みたくなるほどピッタリ&ピッチピチのワンピースでターゲットに挑むってすご！と彼女の身体能力に感心しつつ、ソコに銃を隠してた?!と二度見必至のデザインに釘付けです。"お仕事着"の創意工夫、ここにあり。

近日公開予定　※公開日は決定次第、公式HP等でお知らせします。

INFORMATION AND REVIEW

編集スタッフ
いち押し本を
紹介！

REVIEW 01

「ゼロ・ウェイスト・ホーム ーごみを出さないシンプルな暮らし」

カリフォルニア在住のフランス人女性による、シンプルでモノを持たない暮らしの実践ガイド。リフューズ（断る）、リデュース（減らす）、リユース（繰り返し使う）、リサイクル（資源化）、ロット（堆肥化）という5つの基本ステップをもとに、生活のシーンごとに実践的な取り組みが紹介されている。持続可能でシンプルな暮らし方の提案のみならず、人生で大切なことや見つめ直すべきことに気づかせてくれる一冊。

著者：ベア・ジョンソン（著）、服部雄一郎（翻訳）
発行所：アノニマ・スタジオ　1700円（税別）

REVIEW 02

「女子エコ日記 366days おしゃれとエコって、両立するの？」

裸で寝るって、エコよ。
買い物もお酒も大好き、買えないものはやっぱり彼氏……。そんな彼女が1日1エコをブログでスタート！「ださくないエコバッグ」を探し、冷蔵庫のコンセントを抜き、車を売り、「運命の人」をゲットするまでの1年間の悪戦苦闘。カナダ発、地球のためのゆるゆるな取り組み。

著者：ヴァネッサ・ファーカーソン（著）、枝廣 淳子、長澤 あかね（翻訳）
発行所：講談社　1600円（税別）

REVIEW 03

「'80sガールズ ファッションブック」

80年代の女の子ファッションをぎゅっと詰め込んだ、ビジュアルアーカイブブック。ニューウェーブからDCブランドブーム、オリーブ少女の出現、ロマンティック、ティーンズパワー、そして第二次ドメスティックブランドブームまで。ガールズファッションが大きく進化した時代を、当時のブランドブックやアイテム、関係者インタビューで振り返る。

著者：竹村 真奈
発行所：グラフィック社　2,000円（税別）

REVIEW 04

「『イノベーター』で読む アパレル全史」

シャネル、サンローラン、アルマーニ、御木本幸吉、芦田淳、柳井正…。アパレルやファッションの分野で革新的な功績を残し、業界の常識、そして社会に変革をもたらしたデザイナー、経営者、ディレクターなどイノベーター（変革者）に焦点を当ててアパレルの歴史を概観する一冊。ファッションやアパレルの歴史をざっくり学びたい人が最初に読む入門書としても最適。

著者：中野 香織
発行所：日本実業出版社　1,800円（税別）

ファッション力
FASHION-RYOKU

May 2020
2020年5月15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:http://www.sugino.ac.jp

COVER
Photography : Yuya Shimahara
Styling : Kumiko Suzuki
Hair & Make-up : Akiko Utsugi (kilico.)
Model : Saku Iwasaki (étrenne)

fashionryoku