



Fashion Channel News

- August, 2018 -

- #1511 2018 Spring/Summer Tokyo Collection part 8
[収録ブランド] ティート・トウキョウ / トクコ・ブルミエヴォル / ユナイテッドトウキョウ / ヴィヴィアンノ・スー / リトゥンアフターワーズ
- #1512 2018 Spring/Summer Tokyo Collection part 9
[収録ブランド] ヨウヘイ・オオノ / ユキヒーロープロレス / ユキ・トリキ・インターナショナル / ジン・カトー / ファイブノット
- #1513 2018 Spring/Summer Paris Haute Couture Collection
[収録ブランド] アザロ / ゴルチエ・パリ / イリス・ヴァン・ヘルペン / ヴィクター&ロルフ / ユイマ・ナカザト
- #1514 2018-2019 Fall/Winter Milan Men's Collection part1
[収録ブランド] ドルチェ&ガッバーナ / ディースクエアード / エンポリオ・アルマーニ / エルメネジルド・ゼニア / フェンディ / ジーシーディーエス / ジョルジオ・アルマーニ / ハンティング・ワールド



7-17-14 Roppongi Minato-ku Tokyo 106-0032
TEL. 03-3746-3323 FAX. 03-3408-5549
URL. <http://fashionnews.co.jp> E-MAIL. info@fashionnews.co.jp

Collection

#1511-#1512

あらゆるカルチャーをミックスしてフェミニンに落とし込む
2018 春夏 東京コレクション



東京の最新ファッションを世界に発信する「アマゾン ファッション ウィーク東京」が10月16日～21日の6日間にわたり開催された。参加ブランドは55。そのうち海外から9ブランド、初参加は21ブランドを数えた。アマゾンファッションが冠スポンサーになって3シーズン目を迎えた今回は、アジアから香港、フィリピン、インドネシア、マレーシアのデザイナーが参加したほか、「バンクーバー ファッションウィーク」主催による合同ショー「グローバル・ファッション・コレクティブ」を開催するなど、国際色豊かなランウェイショーが披露された。



発信されたトレンドは、“ミリタリー”“アウトドア”“ランジェリー”“キモノ”“浮世絵”といった異なる時代背景やカルチャーをミックスしたスタイル。先に発表された欧州コレクションの流れを受けて、ギャザーやシャーリング、レース使いで甘さを演出する一方、メタリック素材やネオンカラーで輝きをプラスする。また、ストライプ、ボーダー、ドット、ゼブラ、ボタニカルといったプリントを一つのアイテムに複数掛け合わせて使用するのも今シーズンの特徴だ。襟や袖、パンツの裾にボリュームを与えたデフォルメスタイルにも注目したい。



注目ブランドは2017年、第35回 毎日ファッション大賞を受賞した「HYKE(ハイク)」(デザイナー：吉原秀明・大出由紀子)。“ミリタリー”と“アウトドア”という2つのマニッシュな要素をギャザー、プリーツ、曲線使いでフェミニンにアレンジした。ミリタリーテイストのコートやジャケットは着丈をアンダーバストのラインまで短くし、ロングプリーツスカートとコーディネート。アウトドアブランド「THE NORTH FACE(ザ・ノースフェイス)」とコラボしたロングフーディやスウェットシャツも登場し、モード服をストリートに寄せている。



坂部三樹郎、シュエ・ジェンファンがデザインする「MIKIO SAKABE(ミキオサカベ)」は花魁を想起させるぼっくりや束髪、キモノ、女子高生、カワイカルチャーといった幅広い時代背景のジャポニズムをミックス。袖を極端に幅広にしたミニキモノや、襟と袖口を大きく膨らませたブラウスにロングベストとプリーツスカートを合わせた制服風スタイルなど、アイテムのパーツがデフォルメされている。さらに東京オリンピックを思わせるバッグやシューズが加わり、一つのルックにあらゆる要素が混在している。

Collection

#1513

職人技に新たな価値を見出す

2018 春夏 パリオートクチュールコレクション

2018 春夏 パリ・オートクチュールコレクションが 2018 年 1 月 22 日～25 日の 4 日間にわたって開催された。伝統的な職人技に新たな価値を見出す市場動向から、ブランドのアイデンティティを追求したスタイルが提案されると同時に、革新的なハイテク技術と手仕事を融合させてフューチャリスティックなスタイルに落とし込む動きも見られた。“シニョールレアリスム”をコレクションテーマに掲げ、アートとモードの融合を図ったブランドも少なくない。



注目ブランドはパリの植物園でコレクションを開催した「IRIS VAN

HERPEN(イリス・ヴァン・ヘルペン)。“Ludi Nature”をテーマに、植物の蔓や木目など自然が生み出す幾何学模様を 3D プリントでドレスに投影した。植物の躍動感を透ける素材に重ねた造形美は、衣装デザインも手掛けるイリスならではの。

Collection

#1514

過渡期を迎えたメンズコレ。トレンドはストリート化が加速

2018-2019 秋冬 ミラノメンズコレクション



2018-2019 秋冬メンズコレクションはいま、大きな過渡期を迎えている。ロンドンやニューヨークで再びメンズコレクションが提案されるようになり発表の場が分散されたこと、レディースコレクション開催時期に男女合同ショーをおこなうブランドが増え日程が短縮されたこと、更に“See Now Buy Now”の動きが収束に向かったことも手伝って、メンズコレクションの立ち位置が様変わり。その一方で、この流れをポジティブに受け取り、若手デザイナーがメンズコレクション参加に名乗りを上げている。



そんな中、提案されたトレンドは新進ブランドと老舗ブランドでは傾向が二分している。若手デザイナーが手掛けるブランドはストリートやカジュアルへの傾倒が加速。反面、老舗ブランドではブランドのアイデンティティを追求し、ブランドイメージを強化する動きが見られる。番組ではミラノメンズは日本人デザイナーが手掛ける 2 つのブランド「YOSHIO KUBO(ヨシオ・クボ) (デザイナー：久保義男)、「HUNTING WORLD(ハンティング・ワールド) (デザイナー：相澤陽介)を含む 16 ブランド、パリメンズはブランドのアイデンティティに磨きをかけた 23 ブランドを紹介する。

ミラノメンズで最も注目したいのは「MARNI(マルニ)」。Francesco Risso(フランチェスコ・リッソ)をクリエイティブ・ディレクターに迎え 3 シーズン目。“旅の記憶”をテーマに、ミリタリーの要素を取り入れた冒険的なルックを提案した。マルチストライプのシャツとパッチワークではぎ合されたムートンコートの組み合わせや、ブリティッシュテイストのツイードスーツ、アーティスト Frank Navin(フランク・ナビン)のポップなイラストを配したオーバーサイズコートなど、旅の中で出会った様々な要素が交差する。袖が極端に長いシャツが登場したと思えば、今度は極端に短い丈のニットベストが現れるといった意外性に注目したい。