

シンポジウム

感動するデザイン —進化するクリエイション—

2017年1月31日(火) 遠藤記念館大ホール



パネリスト

- 今崎 契助 PLASTICTOKYO デザイナー
イン チソン IHNN デザイナー
小高 真理 malamute デザイナー
佐藤 順哉 saat デザイナー
茅野 誉之 CINOH デザイナー

モデレーター

- 榎下町 伸一 文化ファッション大学院大学 ファッションクリエイション専攻 教授

司会 ただいまより、学校法人文化学園文化ファッション大学院大学主催、BFGU ファッションウィークシンポジウムおよびファッションショーを開催いたします。はじめに、文化学園理事長、文化ファッション大学院大学学長・大沼淳よりご挨拶を申し上げます。

大沼 本日はお忙しいなか、ファッションウィークのためにおいでいただきましたことを厚く御礼申し上げます。さらに、ご協賛・ご協力をいただいた各社の皆さまに、あらためて御礼申し上げたいと思います。

文化ファッション大学院大学は、専門職大学院制度に定められた修士の学位を取れるファッション分野における専門職大学院の第1号として2006年に開設され、昨年で10周年をむかえました。院生が学習成果を競い、また各界の方々を招いての対話・議論の場として2009年に始まったこのファッションウィークは今回で9回目になります。

この9回の歴史は非常に厚いものでございまして、国際的にも知られることになり、修了生の中からも世の中に大きく羽ばたいていく人がたくさん生まれました。大学院大学として多くのものが生まれましたが、文化ファッション大学院大学はお陰様でうまくいっている学校として評価を頂いております。

昨日は文部科学省の中央教育審議会の会長で三井住友銀行の会長でもあります北山さんにもおいでいただいて、ファッションショーの模様をつぶさにご覧いただきました。そしてこれからの日本の専門職大学院の運営の一つの指針として考えていきたいとおっしゃいました。

今年のシンポジウムには文化学園と長年にわたって交流を続けてきているロシアのサンクトペテルブルク国立技術デザイン大学の学生も作品を持って参加していただいています。加えて、チェコの国立プラハ応用美術大学の学生も作品を持って、先生方と来ていらっしゃいます。

このように、このファッションウィークは大変国際的な広いつながりを持ち、これからは世界的な存在の一つになっていくのではないかと考えております。

院生たちがこの学校で2年間努力して巣立っていくその先に、今日ご来場くださった皆さま方がいらっしゃいます。その皆さま方のお力添えをいただきながら、文化ファッション大学院大学を国際社会の中でも役立つ、存在感のある大学院に育てていきたいと思っておりますので一層のご協力をお願い申し上げて、開会の挨拶に代えます。ありがとうございます。よろしくお願いいたします。

司会 お待たせいたしました。ただいまよりシンポジウムを開始いたします。パネリストの皆さまにご入場いただきます。まずはモデレーターを担当する文化ファッション大学院大学・櫛下町伸一教授です。



櫛下町 伸一 (以下、櫛下町) ここからは私が進行をつとめます。

さて、本日お招きした5人の若手のデザイナーの方々ですが、ほとんどの方々が1980年代前半のお生まれです。巷ではこの世代のことを「ミレニアル世代」と申します。この80年代、日本のファッション業界は大変活気のある元気な時代でした。ご存じの通り DC ブランドブーム、ヨウジヤマモト、コム・デ・ギャルソン、BIGI、ニコール、ピンクハウス、メルローズなどなど、枚挙にいとまがありません。

またその頃世界では The Police の「Every Breath You Take」、邦題「見つめていたい」がヒットしていました。1983年のヒット曲です。この1983年は東京ディズニーランドが開園しました。また、NHKの朝ドラ「おしん」が驚異的な視聴率60%越えを記録した年でもあります。そして、任天堂のファミリーコンピュータ、「ファミコン」が発売されました。そんな時代背景のもと、この世に生を享けた5人のクリエイターの思考の断面、脳（ブレイン）の中身をちょっと覗いてみたいと思います、楽しみです。

登場していただくのは、PLASTICTOKYO デザイナー・今崎契助さん、IHNN デザイナー・イン チソンさん、malamute デザイナー・小高真理さん、saat デザイナー・佐藤順哉さん、最後にCINOH デザイナー・茅野誉之さんです。

PLASTICTOKYO デザイナー・今崎契助

櫛下町 まず最初に、今崎さん、昨年の毎日ファッション大賞新人賞受賞おめでとうございます。

今崎 契助 (以下、今崎) ありがとうございます。

櫛下町 受賞前と受賞後で変わったことはありましたか？

今崎 去年の11月に受賞したばかりなので、まだそんなに実感はないですね。

櫛下町 今度の展示会はお客さんが増えるのではないのでしょうか。

今崎 そうですね、賞の効果で訪れる人が増えればと思っています。

櫛下町 新人賞の対象は会社設立またはコレクションを始めて5年以内の方です。新人賞は1回しか受賞できませんし、めったに取れないものですから大変うれしかったのではないですか？

今崎 はい。

櫛下町 5人の方の自己紹介については、みなさんの作品を見れば一番よく分かると思いますので、作品を見ていきたいと思います。今スライドに出ていますように今崎さんはメンズのデザイナーですが、私の記憶するところによりますと以前はレディースをやられていましたよね。メンズに変わったのはどうしてでしょう。



今崎 学生的时候はファッションでビジネスをするというイメージを特に持たずにレディースを作っていました。それから洋服のブランドをやろうと思ったときにメンズを選んだのは、自分が着たいと思ったり自分が欲しいと思えるような服を作るのが一番いい方法だと思ったのです。また、異性の服を作るということを考えたときに、まだレディースのブランドらしさをつくる自信がなかったということも一点あります。

櫛下町 メンズを作るときにはディテールに凝るとか、いわゆる本物志向でないとなかなかバイヤーの方にも買っていただけないのではないかと思います。

今崎 そうですね。メンズは歴史のある服があります。過去から現在までの服の成り立ちを踏まえてその先の服を作るとなったときは、そういう歴史のレイヤーをさらに未来に進めるために、過去のを参考にしています。

櫛下町 いわゆる「軍物」なども参考にしますか。

今崎 そうですね、軍物、ワーク物は特に見えています。

櫛下町 マニアックな方がたくさんいて、よくご存じですから難しいですね。作品を見ていきましょう。

今崎 スライドに映されている三点で、2016-17年の秋冬シーズンに作ったものが左の二つです。一番右は2017年春夏シーズンのものでそれぞれテーマが違いますから、テーマについての説明からします。秋冬シーズンの二つは「スクランブル」をテーマにしていました。渋谷のスクランブル交差点からの着想です。渋谷のスクランブル交差点は今の東京を象徴するような場所だと僕は思っているのだから横断歩道のボーダーの感じをボーダーの生地やリボンテープで表現したり、たくさんの人が一挙に行き交うさまを無秩序なレイヤードなどで表現したというシーズンでした。そこで、ボーダーやリボンがついてるアイテムを使ったり、本来はインナーに使うようなものに中綿を入れてアウターにしています。

櫛下町 レイヤードルックは今の若手のデザイナーがよく使う手法ですね。真ん中のデザインはずいぶん軽い感じがしますが、これも秋冬ですか。

今崎 そうです、真ん中も秋冬です。これはビッグサイズのTシャツのように見えますが、裏地をつけて中綿を入れて、アウターの上から着られるようなTシャツになっています。

櫛下町 「シーズンレス」という言葉がありますが、最近の若い方は冬でもレースを着ることがありますね。

今崎 そうですね。最近は気候が安定しないので重衣料が売りづらかったり、ここ数年で店頭で売れる

ものも変わってきているのではないかと思います。そういったこともしっかり考えながらアイテム制作をしています。

櫛下町 右側の2017年春夏はいかがでしょうか。

今崎 2017年春夏はシーズンのテーマを「イミグレーション」というものにしてしています。それは2016年がオリンピックイヤーだった(リオ)ことと、2020年は東京(オリンピック)ということで、日本の玄関口である空港の入国審査場から着想しています。それで、ファッションにおいての入国審査ってなんだらうと考えたときに、レストランのドレスコードがそれにあたると思いまして、ストリートウェアをいかに“料理”して一流レストランのギャルソンの目をあざむいて入店できるかということを考えました。

この人物の服装は、身体の左側はジャケットスタイルでボトムスもスラックスになっているんですけど、右側はインナーがTシャツでボトムスが軍物のパンツという左右別形のスタイリングをしています。片側からだけだとフォーマルに見える、というような、ちょっとユニークな目線でものづくりをしています。

櫛下町 モデルさんの髪型は半分長髪にするとか、頭まで分けるとよかったですね(笑)。



今崎 今後そうします(笑)。

櫛下町 シニカルな表現、ということですかね。今崎さんの服はいま、どこで買えますか。

今崎 卸を中心にやっています、買えるのは新宿や渋谷、原宿が多いですね。

IHNN デザイナー・イン チソン

櫛下町 それでは続いてインさんをお願いします。インさんは展示会をやるようになってまだ5シーズン目ですが、1シーズン目や2シーズン目は大変ご苦労なさったようですね。

イン チソン (以下、イン) そうですね。最初のシーズンは誰も知らない無名のブランドだったので、5日間の開催で業界の人は1、2人しか来なかったです。

櫛下町 最近はどう回るようになりましたか。

イン 最近バイヤーさんやメディアの方が少しずつ来るようになりました。

櫛下町 大変有名なバイヤーさんがいらしてるようですね。

イン バーニーズNYや伊勢丹などのバイヤーさんがいらっしゃっています。

櫛下町 それらの方々がバイイングしてくれるようになったわけですね。

イン そうですね。少しずつですが買い取ってもらえるようになって、良かったなという感じです。

櫛下町 それでは、そのバイヤーのお眼鏡にかなった作品、これは実物があるのでモデルにご登場いただけます。向かって右側から見ていきます。これはニットのワンピースですね。



イン はい。素材の黄色のところと赤のところはモヘアの糸を使っていて、黒の部分はウールでケバ感を出しています。私がいつも使っているジグザグの模様をインパクトのある配色で入れて、分かりやすいニットかなという感じです。

櫛下町 これはすべて秋冬物ですね。

イン そうですね。これは2015・16年の秋冬です。真ん中は、そのときのテーマ「シュールリアリズム」から着想して、シュールリアル＝超現実というイメージにレトロっぽさを入れて作ったものです。レトロ感のある茶色に昔風のベルベットみたいなものを合わせたり、シュールリアルをイメージさせる花の刺繍を入れたりしたコートとパンツですね。

櫛下町 刺繍はどこでやられたんですか。

イン 岐阜県の刺繍屋さんです。

櫛下町 これは側章がついていますし、後ろは大きなスリットが、ベンツが二つ、センターに一つ、ボックスのベンツが入っていますね。見せかけですかこれは。

イン そうですね、後ろのところは見せかけで、スリットは深い感じで。

櫛下町 メンズのチェスターフィールドのような感じですね。

イン チェスターフィールドコートにデザイン要素を入れたコートです。

櫛下町 カフスのあたりも変化をつけていますね。

イン カフスは大きくして内側に黒いスエードを付けているので、袖をまくっても着られるように作っています。

櫛下町 三つ目の、革のブルゾンを見ましょう。

イン これは本物のレザーを使っています。レザーはきれいなプリントをのせるのがすごく難しいんです。きれいにプリントがのるレザーを探している中で見つけたラムのレザーに自分が作ったオリジナル柄をのせたライダーズジャケットです。

櫛下町 レザーにプリントするのは難しいですね。

イン そうですね、たとえば人の肌にプリントをしてもすぐに取れてしまうように、レザーにきれいにできるようにするのも難しかったです。



櫛下町 このプリント作業はどこで行ったんですか。

イン 韓国の技術のあるところでやってもらいました。

櫛下町 韓国だと加工代は日本とは違いますか。

イン いや、結構高かったです (笑)。

櫛下町 これは上代はおいくらぐらいでしたか。

イン 24万円ぐらいです。

櫛下町 加工賃がいかに高かったかよくわかりますね。これはインナーはどうなっていますか。

イン 私は異素材の組み合わせが好きなんですが、これはレトロ感のあるベロアに、真ん中の赤い部分にリブのニットを組み合わせたトップスです。その上の白い部分もベロアですね。

櫛下町 スカートに化繊のような素材の部分がありますね？

イン スカートはベロアと、MA-1に使われるナイロンツイルです。

櫛下町 ありがとうございました。

malamute デザイナー・小高真理

櫛下町 続きまして小高真理さんですが、この中で唯一 80 年代の後半にお生まれになっている若い方です。小高さんのブランド名の malamute (マラミュート) というのは聞きなれない単語ですが、どういう意味でしょうか。

小高 真理 (以下、小高) 犬の種類です。シベリアンハスキーに似た、昔アラスカの民族が雪ソリ用に飼っていた犬の品種の名前から、響きのよさでつけました。

櫛下町 その malamute の作品を見ていきます。この 5 体はすべてニットですね。小高さんはニットのデザイナーですが、学生時代からニットを作っていたんですか。



小高 はい。学生時代にあったニット CAD の授業がすごく面白くて、ニットにのめり込んでいきました。

櫛下町 それはパソコンに入力しての作業ですか。

小高 はい、プログラミングしたものを試し編みします。もともとニット CAD をよくやっている先輩がいて、その先輩からいろいろ教えていただいたので私もやってみたいなと思って、そこからニット CAD の先生にもいろいろ教えていただいてやりました。

櫛下町 及部先生ですよ。小高さんが学生時代にニットで作っていたのはホールガーメントですよ。

小高 ホールガーメントもやっていたけど、ストールもやっていました。

櫛下町 それでは作品を右から順にご説明いただきます。一つ目はずいぶん透明感のあるニットですね。

小高 はい。ハイゲージタイプのラメ糸で薄く仕上げているので、ブラウスみたいな感覚で着られるニットです。

櫛下町 光って見えるのはラメ糸なんですね。スカートはどうですか。

小高 引き返し編みという円形に編める技法があるんですが、サーキュラースカートのような感じでボダーで編んでいったうえに、さらにシワ加工を施しています。

櫛下町 シワ加工はどうやってやるんですか。

小高 シワ加工は手でクシュクシュと揉んで小さくして行って、それをストッキングのようなナイロンを筒状にしたものに入れて縛って、プリーツを作るときにも使う真空の蒸し器で2時間くらい蒸します。

櫛下町 二つ目にいきます。ブルゾンから見ていきましょう。

小高 このブルゾンはアジサイの柄をジャカードにしています。4色ジャカードのニットになっていて、ベースをストレッチの糸で編んでいるので伸縮性のあるスポーティーな仕上がりになっています。

櫛下町 ワンピースはどうですか。

小高 ワンピースはインターシャという手法で作っています。ジャカードと違って軽い仕上がりになる編み方ですね。これは2色の糸で編んでいます。

櫛下町 インターシャはテクニックのいる編み方ですよ。

小高 そうですね。真ん中のクシャツとなっているところにストレッチの糸を当てはめているので自然にギャザーが寄る感じになります。

櫛下町 三つ目はどうでしょう。

小高 三つ目はレース編みのニットなんですけど、これはローゲージのニットのジャケットですね。コットン100%なので編んだあとに洗いをかけてふんわりした加工をするんですけど、すごく肌触りのいいものになります。



櫛下町 上はレース模様のダイヤ柄をしています。ローゲージのニットですか。

小高 3ゲージのニットです。

櫛下町 下のほうは。

小高 下はプリーツスカートですね。編みでプリーツを編んでいるものです。インナーはアロハシャツ、ニットアロハです。ニットにヤシの葉の模様をデジタルで転写プリントしています。

櫛下町 四つ目へいきます。

小高 これは一つ目のニットと同じ黒の糸で編んだもので、ハイゲージのラメ糸で編んでいます。下は二つ目のアジサイ柄のジャカードと同じベージュのスカートです。

櫛下町 五つ目は。

小高 これも一つ目のものと同じ手法です。

saat デザイナー・佐藤順哉

櫛下町 それでは佐藤順哉さんにお話を伺います。

佐藤さんは以前、日本を代表するブランドにお勤めになっていました。その頃はメンズを担当されていて後にレディースへ移行したという、今崎さんとは対照的な経歴ですね。

佐藤 順哉 (以下、佐藤) はい。私もみなさんと同じように文化を卒業してコレクションブランドのレディースのパタンナーになりました。その後、メンズのデザインに配置転換してからずっとメンズをやっていました。自分でブランドを始めるときに、もともと学生時代にレディースを作っていたので原点に戻ってアイテムの幅の広いレディースでやろうと決めました。

櫛下町 メンズはディテールに凝るところがありますが、レディースは直感的なものづくりを要求されるのではないかと思います。

佐藤 メンズはディテールだったり素材のうんちくだったり、制限のある中でもものを作っていくというところがあったんですけど、そこで勝負するより自分の力を生かせるようなところでやりたいとレディースをスタートしました。

櫛下町 それではその作品を見てみましょう。
解説をお願いします。



佐藤 一番右のものが 2017 年の春夏の商品です。身頃の上の部分がポリエステルレーヨンの生地をオパール加工して、ジオメトリック柄に顔料をプリントしています。身頃から下のテカテカ光っている部

分はポリエステルにシリコンを加工しています。このシーズンに初めてニューヨークで展示をしたので、海外向けの直線裁ちのシリーズということで一着仕立てました。

櫛下町 二つ目はどうですか。

佐藤 一つ目と同素材で、下に赤い裏地をかませて作ったブルゾンです。パンツもジョッパーズのもので、継続して定番的に作っているタイプですね。

櫛下町 形は MA-1 的ですよ。三つ目です。

佐藤 これは、saat がテーマカラーをブルーにしているので、そのカラーを使ったジャンプスーツです。私は女性のパタンナーと一緒に仕事をしているのですが、彼女ジャンプスーツが好きなので、工賃が高いんですが毎回作っています。

櫛下町 では四つ目です。

佐藤 遠目で見るとクロコダイルみたいな柄に見えますが、これは特殊な溶剤をクロコダイル柄にプリントしています。触ると紙みたいにパリパリしていますが、これは綿 100%でつくったオリジナル素材です。

櫛下町 これは型押しですよ。薄そうな見た目ですね、シャリ感があるというか。

佐藤 そうですね。タイプライター生地を使っています。

櫛下町 五つ目は。



佐藤 これは 2015・16 年秋冬のデビューシーズンのものです。これもオリジナルのストライプ柄を使ったシリーズですね。ドルマンスリーブでマチを入れて、手を下げたときのストライプが切れていくところを生かしています。全体的にマニッシュで品が良く、仕立ての美しい服を目指してビジネスパートナーと一緒に作っています。

櫛下町 ちなみにどういうところに卸していますか。

佐藤 都内の個店ですね。今は九州を中心に卸し先を広げています。

櫛下町 ありがとうございました。

CINOH デザイナー・茅野誉之

櫛下町 それでは最後に茅野さん、お待たせしました。この中では一番稼ぎ頭ではないかと思いますが、つい先日、織研新聞が掲載した、日本の有力店が選ぶ「最もクリエイティブなデザイナーランキング」の国内レディース部門で9位になりましたが、感想はいかがですか。

茅野 誉之 (以下、茅野) 微妙な位置ですね (笑)。

櫛下町 (笑)。でもいろんなブランドがある中でベスト 10 に入っているのが素晴らしいことだと思います。

茅野 今崎君が新人賞を取られたので、あまり……頑張ります (笑)。

櫛下町 実際に国内でも国外でも、有名なお店に多くの販路をお持ちで、素晴らしいことだと思います。このランキングはバイヤー、つまりプロの目で選ばれたということですが、その作品を見ていきましょう。茅野さんは大変素材に凝る方ですので、その辺もお話いただければと思います。左から見ていきましょう。



茅野 これは2017年リゾートコレクションで店頭に出ているものです。テーマは「ワーク」ですが、繊細なものにしたかったので、ブラウスにはシルクロードのウイグル自治区で作られているトルファンコットンという糸を選びました。シルクタッチのコットンにポリエステルを混ぜて、シワがあまりつかないような混率にしています。PUを少し入れることで立体的な形が出るように設計しています。パンツもウネの強いキャバリーツイルを使ったんですけど、普通のキャバリーだと若干落ち感が出てしまうか

など思ったので、後から少しハリが出るような加工をしてフォルムを作っています。

櫛下町 上は高密度織物ですか。

茅野 そうです、タイプライターです。



櫛下町 佐藤さんも同じタイプライターを使っていましたが、ハリ感、清涼感のある素材だと思います。下はキャバリー、騎兵隊が穿いていたようなタフなもの、頑丈で耐久性のあるものですね。カーゴパンツですね。

茅野 次の真ん中ですが、これは 2017 年の春夏のものです。「コントラスト」・「グラフィック」がキーワードだったので、グラフィック関係の本を読んでいて目に付いたチュニジアの王様の柄を僕がいろいろ加工したものです。エスニックなものにマニッシュな要素を入れてシルクで作ろうと思いました。コーディネートにはジャケット的なものを合わせようと思ったんですが、その中で昔のバーバリーを見たときに現行のものに比べるとハリが強いなと思ったので調べてみたら打ち込みが今と昔で違うらしいのです。それでハリの強さを再現したものをつくってもらって、ジャケットを作りました。

櫛下町 このヴィンテージバーバリーも高密度ということですかね。

茅野 そうですね、今のものと比べると数値的には 1.2 倍くらいの打ち込み本数が入っていたのでかなり高密度だったんだと思います。

櫛下町 最後のボトムですけれども。

茅野 これはデニムです。今 CINOH は 9 型の定番デニムを作っていて、コンセプト的にはきれいなマニッシュなデニムを作るというのが一つあるので、今日は一番分かりやすいスラックスタイプのを写真に選びました。8 オンスぐらいのライトオンスのデニムです。

櫛下町 マーベルト仕様ということはメンズ仕立てですか。

茅野 はい。メンズ仕立てで裏は白いマーベルトにしています。

櫛下町 ジーンズにマーベルトは珍しいですね。

茅野 そうですね。移染するので、それも味かなということで白を使ってやっています。

櫛下町 いわゆるメンズライクのワイドパンツを作って、ウエストを絞らずということでかなりローライズになっているんですね。

茅野 はい、ヒップのラインがメンズのスラックスのようになるものを作りたかったのです。

デザインの発想法

櫛下町 茅野さんは一年に4回作品を発表されています。他の皆さんは6カ月に一度、茅野さんなら3カ月に一度新しいものを作り出していく、挑戦していくということは大変なパワーがいると思います。

茅野 大変ですね。

櫛下町 何回も何回もアイデアを出しながらそのアイデアをかたちにする、立体にしていかなければいけないというのは難しいことですが、続けている中でデザインの手法がだんだんと固まってくるのではないのでしょうか。

今崎さんは何か変わった手法をやっていらっしゃるということですが、どのような手法でしょうか。

今崎 僕はそのシーズンのテーマを決めたあとに開発予算と売り上げ達成目標を決めて、その中から型数を決めます。そのあとにこういった文章化した表を作って作るものを決めたあとにデザイン画を描くという流れでデザインを作っています。

櫛下町 いきなりデザイン画を描き始めるわけではないんですね。

今崎 デザイン画は最後ですね。多分みなさんは生産計画を頭の中でやっていらっしゃると思いますが、僕は頭の中だととっちらかっちゃうので、一回文章にして整理して、テーマの一貫性を保っています。デザイン画を先に描くと感覚でいいものの方を優先したりしがちなんで、このやり方だと一貫性を保てるということをやっています。



櫛下町 茅野さんがデザインを発想する手法というのはいかがでしょうか。

茅野 僕は先ほどもお話したように、生地から作ります。どういう生地を作るかというところから入って、生地が上がってくるまでにデザインを別途考えるというふうに完全に切り離してやっているの、テキスタイルデザイナーという側面と両方持ちながらやっているということです。

櫛下町 シーズン毎にすべてイチから開発した生地を使っているわけではないですよ、それをやっていたら大変な時間がかかりますから。

茅野 半オリジナルとかオリジナルとかいろいろありますけれど、開発するのは8割ぐらいですね。たとえば今だとデザインは秋冬のものがだいたい終わって今サンプル待ちですけど、一方で春のテキスタイルをやりつつという感じなので、並行で春も夏も進んでいますね。

櫛下町 最後に自分の考えたデザイン画と生地をうまくマッチングさせるわけですけど、なかなかはまらないものもあるのではないですか。

茅野 そうですね、別個で考えるので、生地があがってきたあとにデザインのパターンを直したり、仕様を直したり、微調整をしつつ進めていきます。

櫛下町 小高さんは作品に花のモチーフを毎回入れていらっしゃるそうですが、その花のモチーフはどのあたりからとってきますか。

小高 小説とか映画とか、そのときに気になっているものからです。その小説の中で咲いているお花だったり、映画の中で飾られているお花だったり、そういうものから発想した花のジャカードとかを最初にしてしまうんですけど、そこからデザインをたくさん考えていくという形ですね。

櫛下町 先シーズンは映画から着想を得たそうですが。

小高 そうですね。先ほどのアジサイのジャカードはルキノ・ヴィスコンティの『ベニスに死す』という映画です。あの作品ではホテルのロビーやレストランなどいたるところにアジサイが飾られていて、それを素敵だなと思ったのでアジサイのデザインにしました。

櫛下町 ヴィスコンティはイタリアの巨匠の監督です。ずいぶん古い映画をご存じなんですね。

小高 母が教えてくれました。学生のときに見て素敵な綺麗な映画だったので印象に残っていて。

櫛下町 ビョルン・アンドレセンですね。お母さんはアラン・ドロンの好きだったのでは(笑)。

小高 はい、『山猫』のアラン・ドロンがすごいかっこよかったって言ってました。

櫛下町 続きまして、佐藤さん。先ほど、パートナーの方についてお話の中で出てきましたが、佐藤さんがラフスケッチを描かれて、パートナーの方はパタンナーをしていらっしゃるのですか？

佐藤 パターンもデザインも両方やっています。私はコレクションブランドとセレクトショップの企画もやっていましたが、共通してずっとやっていたのはリサーチです。街、ショップと基本的にリサーチをやり尽くしてからデザインをするという形でやっています。アパレルの業界紙以外にも新聞、ニュース。独立してからは世の中の流れを気にして見るようにしています。今は毎シーズンそういう中で「ユーティリティ」とか「クリーンさ」などのキーワードを一つ決めて、パートナーと共有をしてその時点で溜まったアイデアをスケッチに描き出して作っていくという形です。彼女はパターンのプロなので、デザインしたものを構造物として組み上げていきつつ話をしながら即興でアイデア出しをして、彼女の頭の中で全ての仕様が決まった段階で一気にモノとして仕上げていくという感じです。

櫛下町 ベテランのパタンナーがいるというのは心強いですね。ディテールの部分というのはそういうパタンナーの方が決めていらっしゃる場合がありますからね。先ほど「ミレニアル世代」と申し上げましたが、そういう部分でソーシャルメディアを活用した販売の方法を考えていらっしゃるということですが。

佐藤 今現在はまだスタートしていませんが、これからはアパレル産業が今までよりも厳しい時代に入っていくって、ドメスティックブランドのマーケットも厳しくなっていくと思います。だから過去のデザイナーズブランドがやっていたこととは違うことを、SNSを含めて、粗利の高いことを、利益が出るようにやっていかないといけないというのは日々考えています。ブランド単体の商売では、卸以外での仕掛けを作っていくということを考えています。

櫛下町 なかなか差別化は難しいですよ。

佐藤 そうですね。世の中の流れをしっかりと見ながらものづくりをしていくのが重要だなと感じています。

櫛下町 インさんに伺います。インさんも同じような手法で、言葉の中から発想しているようですが、お一人でやられるわけですか？

イン そうですね、僕は一人で全部やっています。テーマや予算から組むデザイナーさんもいると思うんですけど、僕は、僕の周りにあるいろいろな言葉、本を読んだり旅行で見た「言葉」を自分なりに再解析して新しく創造して、それからデザインを発想するというのをいつもやっています。

櫛下町 今崎さんのように商品構成まではその段階ではまだ考えないですか。

イン はい。僕は頭の中に浮かぶものをいっぱい書き出して、その中でテーマとリンクさせるということをしったりしています。

質疑応答

榎下町 まだまだ 5 人の方々からお話を伺いたいのですが、時間がきました。続いて会場の方との質疑応答に移ります。

司会 質問のある方は挙手をお願いします。

質問者 今崎さんにご質問します。もともとはレディースをやられていて今はメンズに移られたということですが、レディース時代に培ったものの中で現在のメンズで生かしていることがあったら教えてくださいいただけますか。

今崎 僕は他のデザイナーさんと違って、どこかのブランドのパタンナーだったというバックグラウンドがないまま始めたので、レディースの経験というのもほぼほぼないようなものです。なので、今には生きていることはないかもしれません(笑)。ただ、今後レディースのラインをやっていきたくて、ちょうどレディースのアイテムを開発するためにどういうふうにしていけばいいんだろうということをすごく考えている途中なので、今日の他のデザイナーさんの話はすごく参考になりました。



質問者 5人のデザイナーみなさんにお伺いします。ものづくりをしていてクリエイションとビジネスの部分はどういうふうな形で折り合いをつけていらっしゃるのか、みなさんそれぞれのお考えをお聞かせください。クリエイション最優先なのか、ビジネスの視点を最優先するとか、間をとっているけれどこのポイントは譲らないといったお話を聞かせていただければと思います。

茅野 僕も今崎さんと同じくバックグラウンドを持たずに始めているので、クリエイションをするため

にお金が必要だということは今までの経験で身にしみてわかっています。基本的に売れるものを作らなければいけないというところはあります。ただ、発表するものに関してそれをやりすぎてしまうとあまり面白くないので、うちは **LOOKBOOK** とかには押し出すアイテム、売りたいアイテムは載せずに、展示会の際にまずバイヤーさんにお見せして売っていくというやり方をしています。そういうオーセンティックというか合わせやすいものがあることで、デザインものも売れてくるといふことがある。売ることを考えないものも、それによって売れているというのが現状です。

佐藤 私は企業に勤めていたこともあるので売るとは最優先に考えています。一回、自分の嗜好が強いものを一挙に作った時期があったんですけど、まったく売り上げにつながらなくて、それは精神的にもコストとしてもかなりダメージを受けました。そのときに売り上げがつかないで、そこはしっかり考えていかないとダメだなというふうに反省した経験がありました。なのでクリエイションとビジネスは相反するものがありますが、それを一つに統合させるところが独立デザイナーの力かなと思います。

小高 ビジネスが成り立たないと次のコレクションが作れないということが一番あるのでそれが大事ですけれど、**malamute** らしさやブランドらしさを伝えていけるアイコンになるルックみたいなものも作っていかないといけないので、私のブランドは花柄のジャカードを目立つように作っているんですが、それは売れてます。なので、そういうビジネスの仕方を今考えています。**malamute** らしいビジネスの仕方というか。

イン 最初はいいデザインをしたら売れる、デザインがよければ売れると考えていたんですけど、シーズンが経つうちに、売れることを考えながらデザインも入れる、そのバランスがうまくないものとしては売れないかなということが分かるようになったんです。それでも自分としてはデザイナーという仕事をしているので、“グッドデザイン”を出したら、それは売れる目線で作ったものでなくても売れるかなと、まだ思っています。

今崎 今のファッションシステムの中で継続的に発表していくということではビジネス目線のアイテムもとても必要だとは感じています。ただ、ビジネスをメインに考えているとそのブランドのファンだという人が増えていかないと思っています。なので、いかにアイテムに付加価値をつけて高いお金でお客さんに価値を見出してもらおうかというところがブランドには大事だと思うので、そういう意味でもクリエイティブなアイテムは意識して作っていかなくちゃなと思っています。

質問者 今年の4月に文化服装学院に入学予定です。ファッションの勉強をするうえで何かアドバイスはありますか。

小高 私は学生的时候、自分がやりたいと思ったことは一通り全部やりました。後悔しないことが一番重要だと思います。

佐藤 この仕事はすごく面白いです。僕は燃え尽きたような時があつて2年ぐらいこの業界から離れた

けれど、やっぱり時間を見つけてコツコツ服を作り始めたということがあったんですね。だからやっぱり継続すること、継続は力なりというか。あとは喜んで服を作ることが一番大事かなと思います。

櫛下町 2年の空白の時間はあったけれど、ファッションが好きだったから戻って来たということですね。

佐藤 そうです。

質問者 私はパタンナーになりたいと思って、今 BFGU のファッションテクノロジーコースに所属しているのですが、デザイナーのみなさん、佐藤さんもおっしゃっていましたが、パタンナーに対して求めるものや、パタンナーになるにあたってあり方というものがありましたら教えていただきたいです。

佐藤 私はコレクションブランドではパタンナーをやっていましたが、パターンはあまり得意ではなくて、今のコレクションの大半はパートナーがパターンを引いています。同じデザイン画でもパタンナーの線の捉え方で甘く上がったり辛く上がったり、服は全く変わってくるので、相手が求めているものを捉える力と具現化する力量が必要なんではないでしょうか。

茅野 学生さんなので言いづらいのですが、学校で習うことは社会に出たときに……クエスチョンなところもあって (笑)。というのは技術的な面じゃなくてセンスの部分のことですけれど。いかに現代に合わせたセンスでモノを作れるかということは結構大切だと思っています。僕も卒業して 10 年ちょっとたちますが、その頃に比べるとトレンドの捉え方やフォルムの作り方は変わってきたと思うので、いろいろなものを見て、自分のストロングポイントを生かせるセンスを身につけていくしかないのかなと思います。

櫛下町 教師としては聞き捨てならないお話でしたが (笑)。基本的なベースがあるからこそセンスを生かせるのだと思いますが、センスは教えられないものであります。弁解するわけではありませんが、この学校の中でいろんなものを見聞きした中からもセンスは作られていくと思います。最後に自分らしさを決めるものもセンスでしょう。

今崎 社会に出ると、パターン会社や個人でもオペレーターのようなパタンナーさんはごまんといいます。目指すところはそこの差別化だと思うので、デザイナーさんの思いや、ブランドをこうしていきたいということちゃんと共感してくれてブランドらしさを作っていけるような人と一緒に仕事をしたいと思います。なので、技術も大事ですが、それ以外の面もとても大事な職業だと感じます。

櫛下町 ほとんどのデザイナーは少人数でやっているのですが、デザインを形にするときにパターンまで手が回らないと思います。OEM を使うことで等質化するとかデザインが似通ってくるとか、タグを取ったらこのブランドか分からなくなってしまうというような言い方もされています。その点、皆さんはパターンまで分かっている教育を受けていらっしゃると思いますが、その辺はいかがですか。

イン 僕は今現在、ブランドとしてのパターンのことはパタンナーさんに任せている段階です。でも学

生時代は修了作品まで CAD で自分でパターンを引いていてパターンのことを勉強していたので、パタンナーと共感できるどころや、パターンを見て直したりもできます。デザインしか分からないよりはいろいろパターンのことを知っていたらブランドとしては良くなるんじゃないかと思います。

小高 私はニットのパターンは自分で引いているんですけど、縫製仕様の仕方が分かっていないといろんな小技とかができなかつたりするので、いろんな服の仕様をいっぱい見るといいと思います。

質問者 自分らしさをどう服に表現するか、自分しか作れないものをどう見つけてどう作るかということとで悩んだときに、どのように解決してきましたか。

今崎 僕はブランドを始めるにあたって自分にしかできないデザインって何だろうということで悩んでいました。僕が今まで育ってきた中での服との関わりは、10代のときに裏原宿のストリート系がはやっていて、そのあとにヘルムート・ラングとかマルジェラみたいなクリエイティブなファッションブランドが現れました。そういうところを歩いていざ社会に出るときにファストファッションという津波のようなものがきました。そういう自分が通ってきたファッションとの関わりの中でファッションの現在地をいかに発展させるか、拡張するかということを考える上での自分のバックグラウンドがその当時はありませんでした。その代わりに、等身大の自分が新しくファッションを発展させることってなんだろうと考えたときに今のようなブランドに行き着いたということがあります。今まで歩んできたファッションとの関わり、ファッション以外のことも見つめ直す、そしてその先に何ができるだろうということ考えると、何かヒントになるかもしれないと思います。

イン 僕も学生時代に悩みました。すごく悩んでいて BFGU1 年次の時は展示会に出展する作品が間に合わなかったんです。2年次の時にはとりあえず作ろうと思って作りました。やっぱり作れば自分らしさが出るので、悩んでいる時間にシャツの一枚でも作れば自分のアイデンティティーが出ると思うので、考えすぎずに手を動かすといいと思います。

小高 私も悩んでいた時期がありました。自分の育った環境やファッションに出会う前はどうかだったか、そこから自分がどうなっていったかをちょっと考えて、どういうものが嫌いどういうものが好きかを考えていって、分からなくなると、イン君のようにシャツやニットやいろんなものを作っているうちに自分らしさがだんだん分かってきた感じです。なので、たくさん作ってください。

佐藤 数を作ることと、考えながら服を作っていくことでしょうか。服作りは作り手の人間自身が表れるんじゃないかと思っています。服以外のもの、その人間が持ったアーカイブというか、そういうものが自然に氷山の一角みたいに出てくるのが服かなと思うので、さまざまなものを吸収しつつ服を作り続ける事が大事かなと思っています。

茅野 僕は今現在でも自分にしか作れないものは何だろうと悩んでいます。好きなことを突き詰めてやっちはいるんですけど、やればやるほどいろんなものが見えてきて、他にも自分のような人がたくさんいるなと気づいたりもします。皆さんが言っているとおり、やり続けるしかないですし、それだけず

っと探し続けられるいい仕事だと思うので、デザイナーになりたいということであれば、ずっと向上心を持って頑張ってもらうことが一番いいんじゃないかなと思います。

櫛下町 あっという間に時間になりました。

最初に申し上げましたように今日のゲストの方々は80年代の生まれです。感傷にひたるわけではありませんが、確かに80年代は良い時代でした。日本のファッション界も勢いのある時代でした。そのときにファッション界には世界に進出する大きな起爆剤となる方々が出てきました。80年代と2010年代は環境も違いますし、消費者の好みも多様化しています。

そういう意味ではここにいらっしゃる30代の方々が次の10年、20年を背負って立つような、日本のデザインを代表するようなデザイナーに育ててほしいと思います。日本のファッション界の起爆剤になっていただきたいと思いますので、希望を込めてエールを送ります。

本日はどうもありがとうございました。