

ファッション週刊紙WWDジャパン

ウイメンズ・ウェア・ダイリー・ジャパン WOMEN'S WEAR DAILY FOR JAPAN
FASHION & BUSINESS NEWS vol.1748 昭和54年4月24日創刊三輪郵便物認可
週1回月曜日発行 2013年(平成25年)5月20日(月曜日)発行 2013年5月20日・5月26日

May 20, 2013 vol.1748

バン格拉のビル崩壊
日本市場への影響は？

p.6

名物記者スージー・メンケス
ガリアーノを語る

p.4

売れるトレンド

UA、ローリーズファーム、スナイデル、シュプールetc.
バイヤー、企画、販売員、編集者**92人**に聞いた

ディースクエアード流必勝法
「売りのカギはプレコレだよ」

p.20

DSQUARED²

PHOTO BY LESLIE KEE
MODEL BY AI TOMINAGA(IMAGE)
HAIR BY RYOJI IMAIZUMI(SIGNO)
MAKE-UP BY SADAFUMI ITO FOR
NARS COSMETICS(SIGNO)

セレクトショップで話題の 仏ブランド「トムセン」とは？

仏ブランド「トムセン」のデザイナーのアリックス・トムセンが4月、期間限定ポップアップショップのために来日した。2009年、メンズとウィメンズのベーシックなシャツ数十型でスタートしたブランドだが、コンパクトな丈感やシルエットが好評でパリの旗艦店のほか、約200店舗の卸先を持つ。日本では、エディット・フォールルやトゥモローランドなど、セレクトショップでの人気が高く、都内だけでも20店舗以上で販売している。「パターンのミックス感が日本のバイヤーや顧客から好評」とデザイナーのアリックス。仏歌手のフランソワーズ・アルディーや画家のフリーダ・カローの詩的な作品から影響を受け、「フランスのブルゴーニュ地方の古典



アリックス・トムセン/
「トムセン」
デザイナー

PROFILE: 南アフリカ生まれのパリ・ブルゴーニュ地方のクラフト・ルメール時代の「ラコステ」や「クロエ」でデザイナー・アシスタントとしての経験を積み、2009年にブランドをスタート

的な家の壁紙やアームチェアの柄などが着想源」と続ける。価格も1万6000～4万5000円と手頃だ。13-14年秋冬コレクションのプレゼンテーションでは、パリ9区のホテル全室の内装をアリックスがデザイン。役者が演じる宿泊客が「トムセン」の服を着て、各部屋でストーリー展開するというユニークなプレゼンテーションを発表した。コレクション

だけでなく、程良くガーリーで抜け感のあるブランドの世界観全体が支持されている。今後は、「インテリアやファブリックのデザインも手掛けてみたい。日本にショップも持ってみたいわ」。



パリ9区のホテルを会場にした2013-14年秋冬のプレゼンテーション。各部屋や通路に「トムセン」を着た役者が登場して、ミニストーリーのパフォーマンスを披露した



「ヘレンカミンスキー」が30周年 日本を皮切りに世界でイベントを開催

オーストラリア発のアクセサリーブランド「ヘレンカミンスキー」が、今年ブランド設立30周年を迎える。エルサ・ロー「ヘレンカミンスキー」が「カミンスキーXY」ヘッドデザイナーが、プロモーションのため4月末に来日。伊勢丹新宿店や六本木ヒルズ店でコーディネート提案のイベントを開き、顧客とのコミュニケーションを図った。

ローデザイナーは、2009年から「ヘレンカミンスキー」のデザインチームを率いる英国生まれの34歳だ。「クラフツマンシップが最大の魅力。ブランドの代名詞でもある、天然素材のラフィアを使った製品は、職人がひとつひとつ丁寧に作り上げている。その行程は、芸術的でもある」と話す。デザインす



エルサ・ロー/「ヘレンカミンスキー」
「カミンスキーXY」ヘッドデザイナー

PROFILE: 英国ウェールズ出身。ブライトン大学でファッションテキスタイルを学ぶ。英国ブランド「ホイッスルズ」(ジグソー)のアクセサリーデザイナーを経て、2009年にヘレンカミンスキーに入社。現職に就く

る時に心掛けていることについては「ブランドのDNAを守りながら、新しい素材も取り入れている。また、ファッションのトレンドを意識し、コーディネートしやすいよう仕上げていく。帽子やバッグは、普段のスタイルに個性を加える重要なアイテムだ」と語る。

日本に本格的に上陸して約16年。当初は、カジュアルなのに高価な商品としてなかなか消費者に受け入れられなかったという。「ブランドを支えてきたのは丁寧な接客。ブランドの背景を説明したり、コーディネートを提案することで、製品の良さを伝えてきた」。現在国内では、直営3店舗、百貨店約120店舗で展開する。



左: 定番商品「クラシック5」のアンバーサリエーション 上: チェーンが付いたトートバッグ

デザイナー来日は62回目 日本のDNAが宿る「メゾン タクヤ」

「メゾン タクヤ」は、デザイナーがフランス人のフランソワ・ルッソ、本社をシンガポールに構え、ヨーロッパの高級レザー素材を使用して、タイに設立した自社工場で生産するグローバルな高級レザーブランドだ。ルッソが2008年に設立して以来、世界で急速に人気が高まり、ニューヨークのバーグドルフグッドマンやパリのコレットを始め、販売先は現在19カ国に及ぶ。東京にもブランドデビュー当初から進出し、伊勢丹新宿店メンズ館(5月29日から6月11日まで、1階でフェア開催)、阪急MEN'S TOKYO(5月24日から27日まで、1階でカラーオーダー会開催)などで販売されている。ルッソ自身も、とりわけ日本に強い愛着を持つ。「10代のころ、両



フランソワ・ルッソ/
「メゾン タクヤ」
創設者、デザイナー

PROFILE: フランス生まれ。フランスの著名インテリアデザイナー、アンドレ・ブットマンの会社の経営を任せられ、2003年に同社の社長に就任。08年「メゾン タクヤ」設立

親にパリの日本料理店「衣川」に連れて行ってもらった時のこと。装飾的なフランス料理とは逆の洗練された日本料理のシンプルさに衝撃を受けた。日本からは、今でも多くのインスピレーションを得る」と来日したルッソ。それ以来、日本への興味を深め、1986年の初来日以降の訪日は今回で62回を数えた。ブランド名の「タクヤ」は、日本語の「卓越」「開拓者」「先駆者」という意味を込めている。同ブランドの特徴は、高級レザーを使用した、100%手縫い・手裁断。「完全なハンドメイドは、ヨーロッパで失われつつある。妥協のない品質本位のアジア発ラグジュアリーブランドとして、世界でポジションを確立したい」という職人肌だ。日本の総代理店は、FARE (ファール) inc。



「メゾン タクヤ」はバッグが9万5000～500万円、小物が7500円から。左: 全カーフ素材(9万9750円) 右: ジャーマンシェケンカーフ(25万2000円)

パリ発の新進気鋭アートデュオ アホネン&ランバークが個展を開催

フィンランド出身の女性アート・ディレクターデュオのアホネン&ランバークのアート展が5月26日まで、青山のカフェラウンジ「アィドル」で開催中だ。アンナ・アホネンとカタリーナ・ランバークは、2006年に活動をスタート。繊細に描いた自然の風景をデジタル処理し、エッジに仕上げたアート作品に定評がある。これまで「カルヴェン」「ジョン ローレンス サリバン(以下、JLS)」「アキラ ナカ」などにデザインを提供。同展では、それらのアートワークを展示している。

柳川荒土「JLS」デザイナーとのコラボレーションは4年目。気鋭のアーティストとのコラボレーション企画「ザ サリバンズ」でTシャツを作ったのがきっかけだ。以来、ルックブックやインビテーションの制作に携わるなど、信頼関係を築いている。「二人が描くテイストはまさに自分の好み。明るく元気な二人からは想像がつかないほど、作品がシャープなもの面白い! 期待以上のク

リエイションをクイックに生み出すから、毎回驚かされている」と柳川デザイナー。アンナ・アホネンは「JLS」のコレクションをパリで観た時、どんな人が作っているのかすごく気になっていたから、オファーをもらった時はとても嬉しかった。カタリーナ・ランバークは「13-14年秋冬コレクションでデザインした「毒気」のある花柄が一番のお気に入り。ランウェイに登場した時は感動だったわ! 次シーズンもまたコラボレーションするのだけど、アイデアが次々湧いてきてワクワクしている。コレクションを楽しみにしていほしい」と意気込みを語った。



左から、カタリーナ・ランバーク、柳川荒土「JLS」デザイナー、アンナ・アホネン、柳川デザイナーが二人の作品を気に入り、オファーしたのが始まり。右は「ジョン ローレンス サリバン」2013-14年秋冬コレクション

