

STORY

02

「初めまして」なので デザイナーっぽいこと 書いてみました

私は日々、ゴルフウェアと一般的なファッションとの違いを感じつつ仕事をしていますが、世界で発信されるファッションのトレンド情報は「ゴルフウェアと共有できる」ことを踏まえ、デザイナー目線でお伝えできればと思っています。

今年は暖冬——。このビジネスに携わる方々は考えることが山積していると思いますが、ファッション界はメンズもレディースもすでに世界の主要4都市で2020-21年秋冬コレクションが発表され、イタリアやフランスでは2021年春夏素材の展示会が終わったところ。3月後半～4月くらいになれば、ファッションジャーナリストがファッショントレンドセミナーを開催して分析などを聞くことができます。

こういった様々な情報を横目で見ながら、毎年2～3月ころは日本の多くのブランドが2021秋ごろ開催の展示会や内見会に向けて、2021SSの企画を徐々にスタートしている時期です。

せっかくなので来年2021年に向けて注目されている厳選(独断と偏見あり)3色を紹介しますね。

今はネット検索で何でもわかる時代なので、ご存知の方も多いかと思いますが、トレンドカラーを語る前にお約束の説明をさせていただきます。実は2021年のトレンドカラーは2年前の2019年に決定しています。ヨーロッパ、アジア、アメリカの17か国から構成される国際流行色委員会(インターカラー)という国際組織に加盟各国が提案色を持ち寄り、話し合いでトレンドカラーの方向性が決められます。その決定内容を持ち帰り、国内市場向けに方向性や素材などが話し合わせ、シーズンの約1年半前に正式にトレンドカラーが決まります。その後、ファッション情報として消費者に



①2021年トレンドセミナーの②PANTONE 19-4052 Classic Blue
ご案内DM

商品として伝達され、トレンドカラーになっていきます。

では、お待たせしました。気になる1色目は『ピュアホワイト』です。またですか? というくらいゴルフ業界では「白推し提案」が多くありますが、なぜただの『白』ではなく『ピュアホワイト』なのか。これは、サステイナブル(持続可能)な活動に取り組む中、漂白技術の向上により再生することで生まれたサステイナブルを象徴する色だからという理由です。

2色目は『ブラウン』。ブラウンはもう流行っているのでは? と思うでしょうが、エコロジー・サステイナブルという時代のメッセージ色。ゴルフ業界では売りにくいと敬遠されがちな色ですが、ブラウンは引き続きファッショントレンドとしては重要そうなので注目してみましょう。最後の3色目は『ブルー』。パントン社が2019年12月にパントン・カラー・オブ・ザ・イヤー2020で安らぎをもたらす『クラシック・ブルー』の発表や、セレブリティがこぞって授賞式などでクラシック・ブルーのドレスを着用するなど、マストトレンドに影響を与えると期待されます。

デザイナーとしては、魅力的なゴルフウェアを提供してゴルフファンが増えるように、関係者に根気よく情報共有していきたいと思っています。



Sanae Senoo

妹尾紗那江

(株)クレールブリュス代表。大手アパレルのデザイナーやデザインディレクターを経て、2016年に独立。現在はメンズ・レディース問わず、ゴルフブランドの新規立ち上げやシーズンコンセプトの立案などに携わる。

STORY

03

「サステナブル」に 本気で向き合うときが 来てしまった

2 020-21秋冬のゴルフウェアの展示会では、新型コロナウイルスの影響で展示会開催延期、来場者の減少といった話題とともに、ファッション業界で数年前から注目されている「サステナブル」というワードが聞こえ出した印象でした。

あるゴルフアパレルの社長さんが「サステナブル」の第一段階の取り組みとして、良質な素材と快適な着心地の商品を開発してプロパーで大事に売っていくこと、つまりシーズン毎のセールをしない商売で無駄をなくすことから始めると力説されていました。ゴルフ業界では「サステナブル」はまだ先のことだろうと思っていたのですが、何か新しいことができそうな予感がするので、今回は「サステナブル」に関してのづくり側に影響があった出来事をいくつか書いてみようと思います。

いまさら言うまでもないと思いますが、「サステナブル」は、「持続可能な」という意味で、とくに地球の自然環境の維持に役立つ事業や開発、自然環境に配慮した行動を表現する際によく耳にする言葉です。実は、ファッション業界は石油産業に次いで2番目に環境汚染に影響を与えているといわれます。よく知られているのは「大量生産・大量消費・大量廃棄」の焼却処分が発生するCO₂(二酸化炭素)による地球温暖化と、防水膜・撥水コーティングの製造工程で使用される環境や生物に蓄積される有害化学物質のPFCs(フッ素化合物)の問題があります。

PFCs については2017年2月の欧州最大のアウトドア展示会「ISPO(イスポ)」でGORE-TEXの製品を製造するGore-Fabrics社が2020年末までに85%削減し、2023年までにPFCsを全廃すると発表。同じころ



TRATTOの展示会ディスプレイ

グローバルアパレルブランドも2020年末までにフッ素系撥水剤の全廃を宣言し、これによりフッ素フリー撥水剤の開発競争が起こり、スポーツやアウトドア市場で有害なPFCs使用が過去のものになるうとしています。

廃棄問題については、2019年6月にフランス政府が「2023年までに売れ残りの洋服や非飲食品の廃棄処分を完全に禁止」する意向を表明し、ファッション業界の大きなニュースになりました。同年9月にパリで開催された2020-21秋冬のファッション素材見本市「ブルミエール・ヴィジョン(PV)」では「サステナブル素材しか見ない」というデザイナーやテキスタイル担当が増え、PVに出展した日本の生地メーカーはサステナビリティに本気で取り組まないと商売にならないとの危機感を持ったそうです。

20世紀後半からエコブームの波が何度となく訪れましたが、この「サステナブル」の流れはこれまでのエコブームやファッショントレンドワードに使う程度の一過性のものではなく、かなりマジみたいです。サステナブルな開発素材は割高で使いにくいイメージがありますが、これからスタートする2021春夏に向けては、サステナブルにつながる素材を積極的に採用して、世界の大きな流れに乗っていこうと考えています。



Sanae Senoo
妹尾紗那江

株式会社クレールブリュス代表。大手アパレルのデザイナーやデザインディレクターを経て、2016年に独立。現在はメンズ・レディース問わず、ゴルフブランドの新規立ち上げやシーズンコンセプトの立案などに携わる。

2020-21秋冬レディースコレクション 無駄なく少ないモノで豊かに暮らす 「黒」は無のキーワード

ア パレルデザイナーの私は例年この時期、街をリサーチしたり、トレンドセミナーに出向いて同業の人たちと会ったり、様々なアプローチでトレンドを感じられた気がします。ただ今年は新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響でセミナーもウェブ配信だったり、素材メーカー各社の展示会が中止だったり、2021SS企画のスタートへのモチベーションが上がりがづい状況が続きそうです。

それでは、2020-21秋冬のファッショントレンドをおさらいしてみたいと思います。

2020-21秋冬NY・LONDON・MILANO・PARISレディースコレクション(2020/ 2/14 ~ 3/ 3)はCOVID-19のヨーロッパへの拡大で、アジアからのブランド関係者やインフルエンサーの派遣自粛が相次ぎ、ミラノコレクションはアルマーニが無観客で実施、最終日に予定されていたブランドのショーが中止になりました。スケジュール最後のパリはミラノほどの騒ぎになっていなかったのではほとすべてのショーが行われました。

トレンドを一言でいうと、スポーツ・ミリタリー・ワークを背景とするユーティリティ・ストリートスタイルが減って、クラシカルやフレンチシックなど『脱ストリート』の流れが続く傾向があります。先シーズンから大きな変化がなく、ブランドによってはファッションの楽しさをアピールする演出がトピックスになったりもしています。そんな大きな変化のないトレンドに新しさを表現するには色・柄・素材が重要になりますね。そこで今回はトレンドを取り入れやすくてわかりやすい色と柄についてみてみましょう。

ジル・サンダーやヴァレンティノ、プラダなど数多く

のデザイナーがファースト룩に選んだ『黒』。レディースに関しては『強い女性像』への注目が『黒』に結び

つくという解釈になっています。全身『黒』のほかに赤をアクセントとして組み合わせる艶やかなコーディネートも注目です。また、メンズやスポーツウエアに関しても『黒』は重要で、その背景に無駄のない少ないモノで豊かに暮らすというデザイン観を推奨する『ゼロ・無』のキーワードから無彩色、その中でも『黒』が目立っています。

ゴルフではネイビーの方が好まれる傾向にありますが、今までネイビーをエッセンシャルカラーとしていたブランドが黒を打ち出すタイミングとしてはとてもいいシーズンではないでしょうか。

次に柄ですが、今までより柄の種類は少ないものの『バラ』や『ラン』の花柄を大柄やアクセント使いしているブランドが目立っています。全体にシンプルなスタイルが多いのでクラシカルな『ドット』や『チェック』、継続のバイソンやレパードなどの『動物柄』をモノトーンで表現するのもいいようです。『ドット』は何年かのサイクルでトレンドになってゴルフウエアとしても取り入れやすく、打ち出すと売り上げに貢献してくれるので21SSまで続くことを期待しています。チェックは毎年『今年のトレンド』として紹介されますが、ドリス・ヴァン・ノッテンやステラ・マッカートニーを参考にしてみても？



セミナーもウェブ配信開始画面



Sanae Senoo
妹尾紗那江

株式会社クレールブリュス代表。大手アパレルのデザイナーやデザインディレクターを経て、2016年に独立。現在はメンズ・レディース問わず、ゴルフブランドの新規立ち上げやシーズンコンセプトの立案などに携わる。

リモートワークの普及で ゴルフウェアに商機到来？ ここで一言いわせください

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い「世界」は大きく変わっています。アパレルデザイナーの私も無縁ではありません。取引先との商談を『リモートで！』と連絡がきたり、色見本を送る際にすべてカラーをRGB表記して、メールだけで染工所まで色の詳細が伝わるように工夫したり。資料をメールで共有して、相手方と2人なら電話でいいのですが、何でもかんでもリモートにしないでちゃみみたいなムードもありますよね(笑)

さて、このコロナ禍でリモートワーク(在宅勤務)するための『だらけ過ぎないきちんと感のある』家着やリラックスウェアのことが、最近話題になっています。まさにゴルフウェアは衿も付いているし「リモートワークウェアに最適！」と興奮している方も少なからずいるのではないのでしょうか。ただ、ゴルフウェアは大きなロゴが付いたり、大胆な柄のプリントが施されているものなどポロシャツのデザインは様々なので、ゴルフウェアなら何でもいいのかというわけではないと思います。

そこで今回は、ひとまず大人のメンズファッションの動向などお伝えしましょう。

メンズのコレクションはレディースよりも約3ヶ月早く発表され、2020年春夏コレクションは2019年6月ごろ発表されました。大きな流れとして、2019年秋冬のドレススタイルや合繊主体のアスレジャースタイルから、2020年は天然繊維主体のワークスタイルに変化しているところです。また、『サステナブル』のキーワードから無駄を省くことを楽観的にとらえ、適度なリラックス感と構築性が融合したスタイルも注目です。以上のことを踏まえて、スタイリングは『ワーク・

ミリタリーテイスト』のセットアップ、カラーは『ナチュラルとパステル』。色使いの参考にす



2020S/Sカラーパレット

るなら、HERMS(エルメス)とLouis Vuitton(ルイヴィトン)が素晴らしいです。

アイテムとしては、トップスもボトムスも少しゆとりのあるサイズ感であることと、ワーク・ミリタリージャケットやカーゴパンツのようにマチ付きポケットや機能的なポケットのデザインが特徴です。キャッシュレス化で持ち物も少なくなり、手ぶらスタイルにもポケットは活躍しそうですね。

あと、素材はテクスチャー効果のあるものやリネン・リネンライク・セルロース系・オーガニックコットン・リサイクル素材など、サステナブルを意識したものに注目が集まっています。

大人の方々には『CLOSED(クローズド)』『LARDINI(ラルディーニ)』『Brunello Cucinelli(ブルネロクチネリ)』が参考になるのではないのでしょうか。この3ブランドの2020春夏はポロシャツやポロセーターを使用したスタイリングも多く、取り入れやすいので興味のある方は以下のリンクでご確認いただければと思います。

<https://www.closed.com/men/>

https://www.lardini.com/it_it/giacche-casual.html

<https://shop.brunellocucinelli.com/ja-jp/>



Sanae Senoo

妹尾紗那江

(株)クレールブリュス代表。大手アパレルのデザイナーやデザインディレクターを経て、2016年に独立。現在はメンズ・レディース問わず、ゴルフブランドの新規立ち上げやシーズンコンセプトの立案などに携わる。

STORY

04

2021S/S注目色は3つ サステナブル・グリーン 太陽のイエローと空のブルー

毎年7月は次年の春夏展示会スタートの時期ですが、今年はコロナ——。アナログだと言われるアパレル業界もオンライン展示会に切替えるブランドが多く、各社どのようなプレゼンをされるのか楽しみです。今回は、展示会前に2021年春夏の注目色について一足早くご紹介しましょう。

来年春夏のインターカラーは2019年5月、この年の世相だった『環境汚染・異常気象・旧体制からの脱却・英国EU離脱・Z世代の新しい価値観』などを背景にして『BALANCES (均衡) とCLASHES (対立)』というテーマを掲げました。2021年の特徴として、時代の変化がある時は感情を高揚させるカラーや過激で破壊的な配色、その反対で調和があり心が落ち着く穏やかなカラーも選出されます。今季の特徴は両極をつなぐ『ニュー・ニュートラル』という考え方で、季節・世代・年齢問わず使いやすく、他の色との組み合わせに適したホワイト系、グレー系、ブラウン系の3グループのベーシックカラー設定がありました。

その中でも未染色のオフホワイトや技術開発によって再生素材でもピュアホワイトが可能になり、サステナブルな観点からもホワイト系の注目が継続していますが、ベーシック以外の色はどうでしょう。ここでは注目の3色を紹介します。すべて『サステナブル』をキーワードにした色で、1番目は、サステナブルの象徴色であるグリーンのバリエーションです。2020春夏のミントや青磁などの青みのグリーンは継続しつつ、深みのあるビリジアンやエメラルド、マラカイトグリーンやイエローグリーンはオリーブを含め新たなエコロジーカラーとして台頭しそう。2020年春夏にマルニやヴァレンチノ、パレンシアガが先駆けた提案色



PV 2021 S/S Best Color



GREEN検証

です。ゴルフウェア開発者としては、芝生のグリーンバックにこの色で目立つことができるスタイル提案はとても難しいですね。次のグリーンは黄味寄りに変化しますが、芝生と同化しないように青みがけたり、明度を調整したり、他の色と組み合わせた柄物を考案するなど売れるグリーンのポロシャツ開発に挑戦です。ちなみに反対色の赤系も引き続き重要。

2番目は、太陽の光があたったようなやさしいイエローを中心としたオレンジ〜ブラウン。コロナ禍の不安な気持ちを溶かし、心に活力を与えるような印象。光の象徴色である白と組み合わせたプリント柄などもコレクションで見かけます。それから、イエローの一部としてブラウンに近いダークイエローに光沢感を持たせると、光を感じさせるゴールドになり、アソートカラーとして活躍しそうです。

3番目は、地球や世界をつなぐ空のブルー。スカッとした爽やかなというより、少しグレイッシュなニュアンスのある色で、『01.Sky on earth』としてブルミエールヴィジョンのメインカラーでした。新しいニュートラルカラーとしてバイオフィリックデザインにはグリーンと共に欠かせない色で、分野問わず活躍する色ようです。

では、2019年に考えられた色がこのご時世に合ってしまう不思議を感じつつ・・・。



Sanae Senoo

妹尾紗那江

(株)クレールブリュス代表。大手アパレルのデザイナーやデザインディレクターを経て、2016年に独立。現在はメンズ・レディース問わず、ゴルフブランドの新規立ち上げやシーズンコンセプトの立案などに携わる。