

WWD

FOR JAPAN

2010-11年秋冬

ミラノ

コレクション特集

March 08 vol.1569

「ドルチェ&ガッバーナ」圧巻のテーラリング

未来に向かう 原点回帰

ミラノ発一かつてのミラノスタイル黄金期をリードしたブランドたちが、一齐に「原点回帰」という共通キーワードを打ち出している。先行き不透明な市場の中、自分たちのルーツを遡り、ブランドのアイデンティティを直球で打ち出そうとする姿勢からは、デザイナーたちからの未来に向けたポジティブなメッセージが感じられる。(P.4に続く)

新鋭コンフォートトラッドが急浮上

メンズバイヤーが今、最も注目する 「キソヴェル」の実力と可能性とは?

今、セレクトショップのバイヤーたちの中で注目を集めているのが京都発のメンズブランド「キソヴェル」だ。リラックス感のあるテーラードスタイルからレザーやデニムによるカジュアルスタイルまで独特の世界観、そして玄人を唸らせるフィット感やオリジナル素材。2009年春に本格デビューしたばかりだが、先行受注会での完売も相次ぐ。



comment

どこか土臭さがある色気もある
服好きの琴線に触れるブランド

三崎博之/エル・シー・アール「イタルスタイル」事業部マネジャー

私を含めてスタッフには「キソヴェル」ファンが多いです。どこか土臭いところがあって、それでいて色気がある。男性の琴線に触れるブランドなのでしょう。特にチノパンやジーンズの動きが良いですね。チノは太めのゆったりしたシルエットで、もともとのワークウエアの味を残している。細めのパンツが流行ですが、それに迎合せずに世界観を追求している点がカッコイイ。崩してもキレイめでもどちらでも決まる、懐が深いブランドです。



factory

オリジナル素材の開発現場とは?

尾州にある「キソヴェル」の生地加工工場を覗いてみた。





「キソヴェル」は2010-11年秋冬コレクションの展示会を3月16日(火)～19日(金)の4日間、東京・代官山のグレンヌーヴォーで開催する

「キソヴェル」の特質を最も表しているのはジャケットだ。柔らかい風合いのテラードジャケットは見た目以上に軽く、それでいて男性の体のラインを美しく見せる。通常は肩や前身頃部分に大きく使う毛芯を、肩の部分に小さく使うだけ。その代わりにレディースのドレスで用いる合織の薄い芯地をあてる。ウエストのシェイプもダーツのみではなく高度なプレス技術によるものだ。その完成度はセレクトショップの目の肥えた消費者に新鮮な印象を与える。トゥモローランドの永原太蔵バイヤーは「今テラードジャケットは決してよく売れるアイテムではありません。しかしお客さまは『キソヴェル』のジャケットに何かを感じて手に取り、袖を通してその軽やかな仕立てに一様に驚きます。見た目のインパクトと着心地の良さ。そのマッチングが素晴らしいのです」

と太鼓判を押す。トゥモローランド 京都店の矢野玲央・店長も「お客さまは『キソヴェル』のクリエイションが醸す色気、毒気、可愛げに敏感に反応します。『他人と同じ服は嫌』という思いに応える久々のブランドが登場したと思います」と話す。同ブランドの取り扱いは今のところ「トゥモローランド」や「イタルスタイル」など全国18店程度に限られる。まだ認知度は高くないにもかかわらずコアなファンをつかみ、先行受注会では完売する店も出るほどだ。

「キソヴェル」はデザイナーの岩岸仁行(33)のユニークな個性抜きには語れない。高級婦人服でキャリアをスタートさせた岩岸は、その後、紳士服のテラードでの修業を経て、染色及び生地加工工場で5年間職人として働き、さらにはカジュアルメーカーに移って欧米でも発



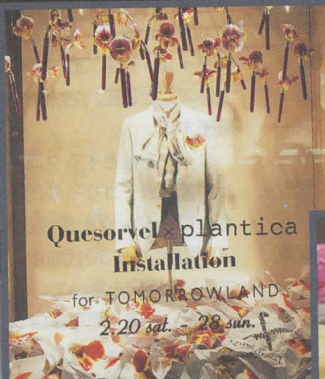
1. 年季の入ったシンガー製のミシン 2. 生地に表情を与える紙やすりのロールは何百種類もある 3. 柔軟や色落ち効果のための薬剤 4. 何本ものロールを通して生地が加工される 5. 柔軟加工を経た生地が大きな器に収まっていく

売されたジーンズの商品企画を担当する。多岐にわたる経験がクリエイションの幅を大きく広げた。糸からオリジナル開発する知識を備え、オートクチュールからテラードまで自由に行き来する技術を持つデザイナーは極めて異色だ。岩岸は「僕はお客さまを驚かせるのが好きなんです。試着室で着たときに思わずニヤリとするようにね」とイタズラっぽく笑う。一方で岩岸は決して技術一辺倒には陥らないバランス感覚も併せ持つ。「僕はデザイナー兼プロデューサーでありたい。素材、技術、クリエイションは当然として、マーケティング、店頭オペレーション、販売計画まで客観的な目で見ることが大切です。そうでなければリアリティのある服は作れません」。大きなポテンシャルを秘めた「キソヴェル」がどのような進化を遂げていくのか、多くの人が注目している。

トゥモローランド 京都店で開催 華道ユニットが演出する贅沢な販売受注会

トゥモローランド京都店で2月20日(土)～28日(日)の9日間、「キソヴェル」の2010年春夏コレクションの販売受注会が開かれた。京都を拠点とする「キソヴェル」と地元縁で企画した催しだったが、当初の販売計画をわずか2日目でクリアした。驚異的な売れ行きに関係者はうれしい悲鳴をあげた。期間中、同店2階のメンズフロアの一部分と四條通りに面したショーウィンドーの空間プロデュースを華道の新鋭クリエイティブユニット、プランティカが手掛けた。「キソヴェル」をイメージしたワインレッドのパフィ

オ(蘭)を大胆に配したディスプレイが妖しげなオーラを放ち、足を止める人の姿が見られた。その効果もあってか、実際に手に取り、試着する顧客が多かった。なかには雑誌の紹介記事に導かれ、他県からやってきた男性もいたという。ジャケット6万円前後、パンツ2万円前半といったコストパフォーマンスの高い商品の反応が良く、デニムジャカードのパンツの動きが活発だった。顧客からの反響を受け、「キソヴェル」では今後も販売受注会を積極的に開いていく方針だ。



華道家・木村貴史率いるクリエイティブユニットのプランティカは、真紅のパフィオを効果的に使い、「キソヴェル」の毒気表現した。『岩岸氏と話を重ね、このブランドらしいかぶいた感じを追求した』と木村氏