
2001年秋冬のファッション傾向と靴

コーディネーター・文化服装学院講師 鈴木玲子

業界全体を見廻してみても感じるもののひとつはこのままでいいのか、ということである。

世の中 I T 革命とやらで、物凄いスピードで変化している。物凄いスピードで変るもの、前へ、前へと走るものもあるが、もう少し、じっくりと構えるものもあるのではないか。世界中の企業や個人が1つの情報をインターネットやメールで同時に入手し、同時に走り出すのは今や常識である。乗りおくれぬ努力は必要であるが、「自分」に何があるかを考えないことには、乗りおくれることよりも、すべり落ちる確率の方が高いのではないか。それを乗り越えるもの、あるいは同じ価値のあるものとしては、たしかに技術と創造性、すべてはこの一言につきると考える。

たしかに技術とは、それを継続することで成りたつものであり、その継続の努力はどのようにして行われているのか。技術者の高齢化による、伝えるべき技術の空洞化もあり、機械がすべてをやってくれるという考えもある。しかし、機械と手仕事（技術）は対極にあるもので、今は手で物を作ること、手仕事のにおいに大きな魅力を感じている時代でもある。人の手とハイテクがよいバランスで仕事をする、これだけが生き残る手段のように感じている。

次代の物作りについて大きな警鐘を伝える本がある。赤池 学氏の、「ローテクの最先端は実はハイテクよりずっとスゴインです」という本であり、技術の基盤と創造的な物作りへ脱皮する時期であるという内容である。

ハイテクとローテクの共生する世界をきちんと見極めることが大事な時期であることは業界で仕事をする私にも充分感じられることである。特に、ファッションについては、21世紀へ

のキーワードとして、「人へのアプローチ」をあげたい。

ファッションは、きわめて情緒的なものであり、靴も同じレベルで考えられるものである。何よりも人の気持ちが介在すると考えてみれば、I T 革命と同時にもっと深く人へのアプローチが重要なことになる。

ある企業が東西500人のOLに靴についてのアンケート調査をした結果をみると、「通勤にはく靴をどのように選定しているのか」という問いに対し、実に69.1%のOLが服とのコーディネートで決めると答えている。大阪64.1%、東京73.7%、年代では30代が70.5%と高い。

価格、色も重要ではあるが、それよりも服とのコーディネートという明快な答えに対して、業界は今迄と違う視点での靴づくり、商品構成などあらゆるポジションにおいて「人へのアプローチ」を意識することが最も重要なことになるのではないかと感じたことである。

年齢、経験も必要ではあるが、時代の風を感じることも必要である。これだけ人々の価値観が変化していくのであるから、こちらもきちんと変化しないとついていけないことになる。

人の気持ちが流通のシステムをも変えるという事実をきっちりと認識しなければと思う。

クチュール感覚のカシミアのコートの下にユニクロを着ることが当たり前という時代の風を鋭く感じたいものである。

これこそ新しい時代の軽やかさと思う。

次シーズンは「人へのアプローチ」をベースに
伝統の重さを知り、それを楽しむ
ルールの厳格さを知る
視覚的な楽しみ、装飾のリバイバル

技術を基盤とした創造性

個の主張 オーダーメイドの下地

などがシーズンを通して、あらゆる物作りの基本となる。

次に素材、色など靴の傾向を項目別に記すことにする。

靴の傾向

ここ数シーズンの靴は、ハイテクとローテクによって形づくられたと考えてもいい。機能性を追求するスポーツシューズ、スポーツカジュアルシューズは、足学から運動機能学まで、足とその機能を徹底的に解剖し、その結果機能性とファッション性をうまく融合し、ナイキ、プラダが両雄として並んでいる。

片方では自分の手で靴を作りたいという若者がいかに多いことか。今の若者にとってみれば、身につけるもののなかでただひとつ残された未知の魅力は靴だけのようである。

「どうして上と底はつくのですか」、「ヒール、底、靴型はどこで売っているのですか」など、自分の好きな形を自分で作ろうとし、「売っているのはみんな同じジャン」といいながら、なんとか作ろうとする。

それを聞きながら職人の世界を書いた本の徒弟5年、職人15年、そして親方という一節を思い出したりする。

靴は人間の知恵で作るのだとすれば、人間は先づ手を使い、年を重ねることで知恵という重さがついてくるのである。

次シーズンはもう1度、靴、歩くという原点を考えるシーズンになると思う。

厚底靴、細いストラップ1本のミュール、細すぎるヒール、アートヒールなど、快適な歩行とはいえない靴が大きな話題となった。多くのメディアがとりあげ、TVや一般紙、ファッション雑誌までがその是非を論じたものである。

靴はファッション産業であるといわれつづけてきたが、今シーズンこそ本当にメーカー、売場、消費者まで全部の人が、靴はファッション

産業だと改めて確認したのではないだろうか。しかし反面、靴は足、歩行という、ファッションとは一番遠いところにある道具という商品であることを認識したのも事実である。

だからこそ、もう一度「歩ける靴」を買いたいという消費者は、楽しく歩ける靴が欲しいという難しい注文を業界につきつけている。

ほどほどの価格なら、もう少し高くても歩きやすい靴を買うという声を聞くことが多い。先づ基本的なしっかりとした靴を買ひ、そのあとでシーズンの楽しい靴を自分のライフスタイルに合わせて買う。一番大事にしたいのは自分の足、健康だからということである。

靴の情報量を考えれば当然のことであるが、業界は消費者の生の情報をどのように収集し分析するのかを考えたいところである。

物を言ってくれない消費者が一番怖いお客だと思う。2度と歩きにくい靴は買ってくれないはずである。

以上のことを考えながら、次シーズンの具体的なポイントをあげてみる。

・ハイカットから、ローカットへ

深く足を包みこむスタイルから、トップラインは浅く、秋冬でもミュール、バックレス、セパレーツ、ローカットのパンプスなど一連の浅物が継続し拡大する。



・サンダルとブーツ

シーズンに関係なく、新素材、新しい色味の

組み合わせ、クラシカルなテクニック、或いは異業種のテクニックなども取入れたサンダルとブーツが店頭に並ぶ。

・ベーシックなラウンドトゥ

細くのびたトゥ、薄くシャープなスクエアトゥの継続はあるが、ベーシックなラウンドトゥに改めて、やさしさ、懐かしさをこめて熱い視線がそそがれる。

・男の靴、女の靴の差異が縮小される



変わる男の靴

紳士靴の条件は//婦人靴の条件は//などフォルムも素材も、色も、そしてヒールも、どちらでもいいよとなる。

・直線から曲線の構成

丸味のあるトゥラインとヒール、特にルイヒールのバリエーションがさまざま提案され、デザインの面構成も直線のパッチワークにジグソーパズル、植物などの曲線が多くなる。



・大きなアクセサリ

ローカットのポンプス、ローファーに大きなバックルやビットなど、古典的なものを現代的、コンテンポラリーによみがえらせ足許のアクセサリを楽しむ。

・ジオメトリー

カラーブロックで都会的なグラフィックスタイルの構成。モダンスタイルとして、色や素材で表情豊かに。70年代からのインスピレーションでのアレンジ。

・セカンドスキンのソフト感

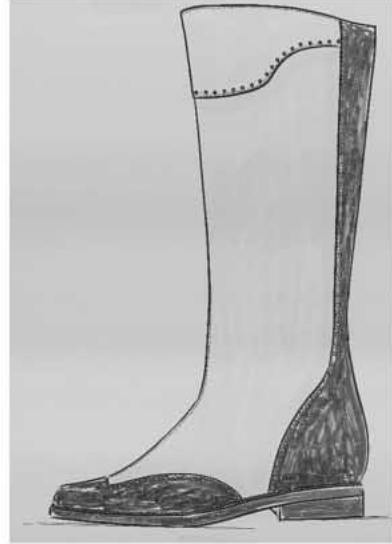
病院や研究室、図書館など公共の利用施設からのイメージで、ダンサーのようにしなやかな動きを思わせる、フラットシューズあるいはソックシューズなどの新提案。

・乗馬用ブーツ

乗馬用ブーツは、美しい質のいい素材とクラシックカラー使いで、モダン都会派の定番。ビンテージスタイルと言われるテニスシューズやゴルフシューズなど一連のクラシックスポーツからの流れ。

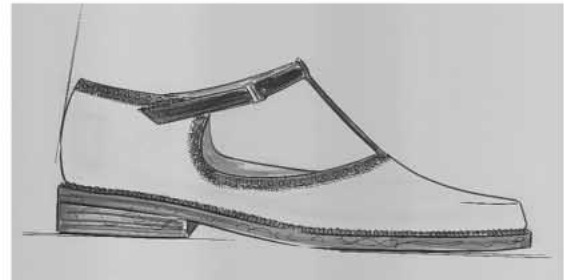
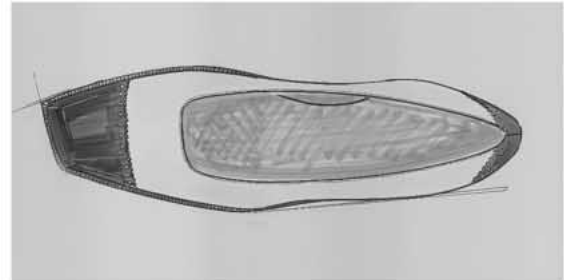
・エスキモー・ブーツ

実用性と可愛らしさを強調したブーツ。縮織のあまいフェルトや、ゴブラン使い、ファー、刺しゅう、フリンジなど色で楽しく。



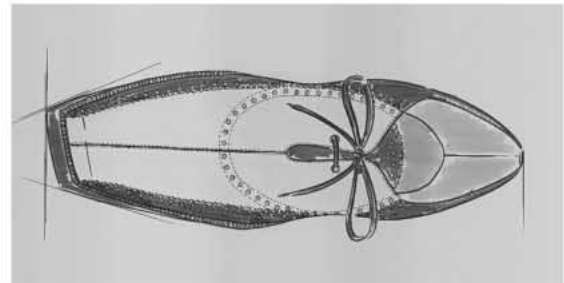
・50年代のテクニック

手仕事が見えるような縫う、刺す、通すなどあらゆるステッチワークがボディの色と糸の色との組み合わせなど、甘く、楽しく、豪華に、セクシーになど、あらゆるイメージに展開される。



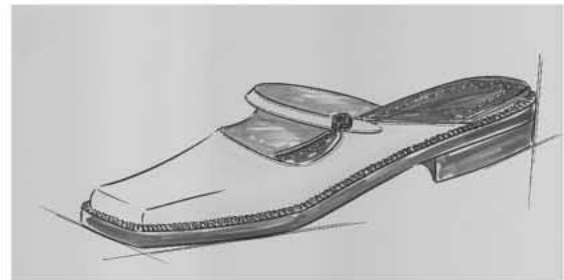
・光るアクセント

エナメルのパックル、ゴールドの大きなバックル、ラインストーン、光るファンシーヒールなど、クチュールスタイルから、また70年代のパンクファッションからのインスピレーションを得て、チェーンや鉾などもアレンジされる。



・ヒール

細く高いヒールは6～7cmヒールで継続。新



クラシックを遊ぶ

たにキューバンヒール、ホールヒールなど5～6cmヒールが新定番として、シルエットや磨きなど様変わりして再登場。

素材傾向

ファッション全体の傾向をみても、ハイテクとローテクの共生が進化する。しかしローテクは単なる手作業ということではなく、あくまでもクリエイションをする人の楽しみこそが新しいという視点である。

これまでの伝統や技術の積み重ねをふまえて更に新しい感覚、自由な発想へと拡がりをもせていく。

特に「シーズンや用途を問わず」が大きなポイントになる。冬だから、夏だからも、この素材で靴をつくる？などは、今や死語と考えるべきである。

発想の拡がりや常識をくつがえすことであったり、古い時代のテクニックをよみがえらすことであったりと、表現の多様化が新鮮なものとして受け入れられるシーズンである。

素材は業界のプロだけがわかるという、微細な変化ではなく、消費者の目にその違いが一目でわかる明快さが一層魅力を感じるものである。

皮革という特性はたまたまプロにだけわかる違いと言いたいものではあるが、その魅力、新しさを感じるのは一般消費者であることを改めて念頭に入れるべきである。

バリアフリー、ボーダーレスという言葉が一瞬頭に浮かぶが、素材＝皮革ということではない。現実に店頭で並ぶものがいかに皮革以外のものが多いかを業界は実感しているはずである。

靴は洋服と同レベルで語られ、同じテクニック、色で表現されている。

特にナショナルブランドでは、この素材で、この値段!!と驚くが従来の常識では考えられない素材を形にしてしまう技術力と、オリジナリティこそ新しい価値の提案であり、消費者の買いたいという思いを満足させてくれることでもある。

次シーズンは皮革のみにこだわるのはやめよう。とにかく従来さわったことのない素材にも手を出してみよう。そこから何かが生れてくると考えたいものである。

皮革を真中にドーンと置いてみて、何と組み合わせるとこの皮革がもっと魅力を増すかを考えたい。

主な傾向としては外観と感触との落差が新しさを表現する。

外観はナチュラルと感じるが、良く見るとどうやら、ハイテクを駆使してのナチュラルの見せ方、感じ方であったり、ハードに見えるが手ざわりが非常にソフトである、薄くしなやかに見えるが、これは男子靴にも充分いけそうだと思う厚味とかたさがある、手工芸的なテクニックに見えるが、ハイテクによる表現の処理であったりと、実にさまざまところで、ハイテクとローテクがうまく組み合わせられていることに気付く。靴の素材は一言でいいきれない程に多様化している。

天然皮革の良さを靴づくりの伝統的な技術によって表現されるものと、新しい感性によって種々の素材をもって表現されるものとの二極化がみられる。

皮革、天然繊維、合繊、ハイテクによる新素材など単一素材ではなく、誰に、何を、どんなシルエットをつくるかなど、デザイナーのイメージはMDの能力までが問われる時代である。

・クラシックを代表するカーフ、キッド、シボ加工のソフトな肉厚感。

・豪華でスタイリッシュを代表する光沢感。特にゴールドは最重要視される素材になる。フラットな表面感から、後加工による、エンボス、プリント、特に転写プリント、更にストレッチ素材の上にゴールドの箔押し、しかも全面の箔押しは、のびて、ひび割れが入ればそれは従来にはない面白さ、アートに近い表現にもなるだろうと、ゴールドは想像以上に、しかも身近な素材として多様に提案される。

・リッチで正統派スポーツを代表する素材はナッパ。肉厚ではあるが手触りのやさしいソフト感、ヌバックや光沢のあるソフトエナメルなど、テニス、ゴルフ、ヨットなどをイメージした、ハイテクによる機能性を強調したもので大きな市場性が期待される。

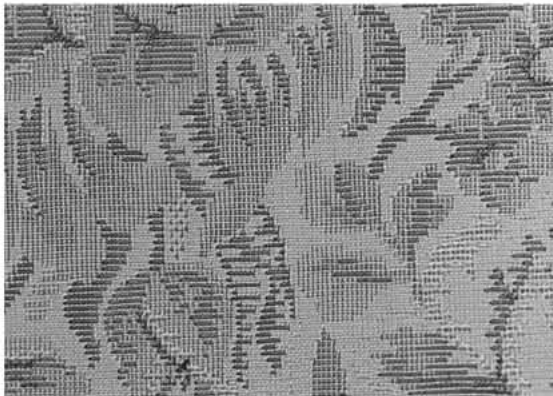
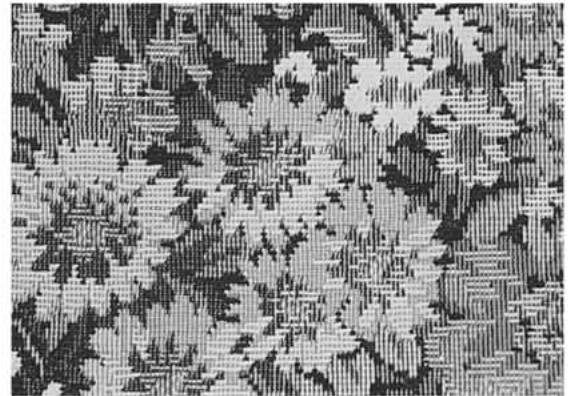
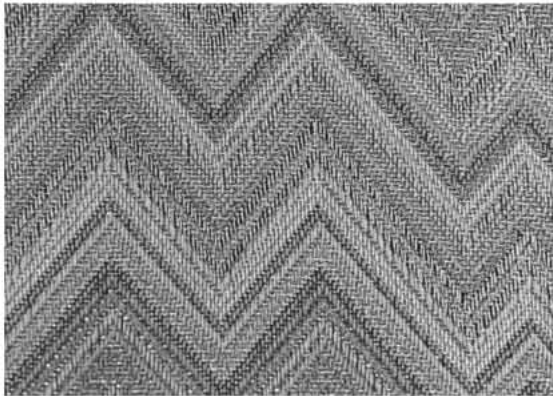
・素朴さ愛らしさを感じさせるものとして、ゴブラン織りやピロードなど、どこかに懐かしさや幼さを感じるものがリバイバル。特にゴブランは、年齢層のやや高いおばさんバッグの素材というイメージが強いが、懐かしさ、陽だまりの匂いなどアンティーク素材として急浮上の傾

向がみえる。

素材傾向をまとめると

- ・クラシックだけれどモダン
- ・冷たくみえるけれど暖か味を感じる
- ・固くみえるけれど手触りがやさしい
- ・重そうにみえるけれど軽い
- ・ナチュラルで素朴にみえるけれど、それはハイテクの結果
- ・光っているけれど、凄く日常的

などなど、ますます面白くなり、それに負けない力、創造力が物を言うことになる。





色の傾向

今年の夏ほど色が街にあふれたことはなかったと思う。

何もかも、特に靴、ハンドバッグの色の洪水には消費者も本当にうれしいことだったと思う。いつもいつも黒か茶、そしていつの間にかベージュはおばさんの色になってしまい、洋服がこんなに色が豊富なだから靴についてもなんとかしてほしかったというのが本音のようである。

業界は「色物は売れたためしがない」「だから色物は作らない」と言っていた。これは黒の靴であればいい、黒は積んでおいてもいつか売れるからという神話を21世紀だという今も信じているのではないだろうか。

黒はとっくに流行色になっている。だから黒い靴は日常的な利便性はあるが、それだけではない。今年の洋服に合わせて、全体傾向の中で話題になっている色、シーズンのテーマカラーの靴がほしいという消費者の気持ちを満足させるに十分な今年の夏だったと思う。

しかし夏の色は足をつつみ込まないスタイル、ミュール、サンダルでまず体験してみたということを念頭に入れておきたい。

色は実に情緒的なものであり、しかも靴となれば、秋冬の洋服とのバランスを考えて、夏ほ

どのカラフルさは考えられない、ある意味でうまい具合にシーズンのバランスがとれるように思う。春夏は思い切りカラフルに、秋冬はややベーシックにということである。

消費者はこの夏を体験して靴のスタイルの履き分けも、色の履き分けも学習したのではないだろうか。

色も素材と同じくクラシックをベースにした色味と、パワフルで型やぶりな若々しさや激しさをもつ色味との両極が提案される。

- ・クラシックをベースにした茶系はオフホワイトから、やさしいベージュ、上品なキャメル、甘いライトブラウン、トラディショナルなブラウン、重厚なブラウンと表情豊かに茶系のバリエーションが注目される。

またナチュラルな色として、プラスター（漆喰）、ボーン（骨）、セラミック（陶器）な色があげられる。

更にオートクチュールからの影響を受けて、燃えるようなレッド、ピンク、バイオレットが本物の贅沢はこれだとばかりに色によって表現される。

- ・パワフルな色は、サンシャイン、イエロー、グリーン、ブルーなど伝統的ではあるが、遊び心が溢れるコントラストの強いブライトカラーと、黒、白との組み合わせによるグラフィックな色使いなど、70年代、80年代をイメージソースに21世紀の初頭を飾ることになる。

- ・ゴールドを中心にしたメタルカラーが新しい。豪華、クチュール、エレガンスなどのイメージでゴールド、古色を帯び、ミステリアスな、錆や緑青などが話題になる。

色も素材と同じく単色ではなく、デザイナーの頭の中で絵を描くように、色のバランス、質感のバランスによって表現されるものである。