

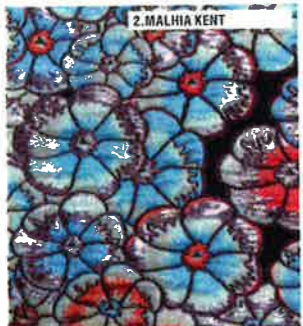
MEMO 株式会社アパレルカンパニーは、自前産品の生産から、自前産品の販売までを一貫して行っており、品質の向上と生産性の向上に努めています。また、自前産品の生産から、自前産品の販売までを一貫して行っており、品質の向上と生産性の向上に努めています。

2017 S/S
PREMIERE
VISION

2017年春夏のイチオシはトロピカルな光沢

1 糸と加工で ラメ光沢ブーム

ブルミール・ヴィジョンを席巻したのが、ラメやフィルム糸を使った光沢素材。モノフィラメントや特殊な染色で作ったシルクのラメ糸、オーセンティックなストライプテキスタイルに織り込んだ光沢糸など、ラメ糸のパリエーションが大幅に増えた。一見するとチクチクしそうなプラスチック系の素材を、シルク糸やフィルム糸にすることで、意外な柔らかさを感じさせる。



覚えておきたいキーワード

keyword
1 モノフィラメント
通常コットンや合繊、ウールは細い繊維を撚り合わせて一本の糸にしているが、シルクや釣り糸のように一本の糸のみで構成されるもの。モノフィラメントを使うと、テキスタイルの表面が薄いフィルムを乗せたような光沢に。

keyword
2 フラットヤーン
この数年続いているのが、平らな糸(フラットヤーン)を使ったテキスタイル。糸を切りっぱなしにしたカットジャカードでフリンジのようにしたり、カラーのフィルム糸をラメのように使ったり、ツイードにしたりと、いろいろな使い方ができる。

keyword
3 楊柳
シルクやポリエステルなどの強靭糸で作ったタテにシボのある織物。丈夫で、しわになりにくく、風通しがいい。従来は軽くてフワフワする素材だったが、2017年春夏シーズンのイチオシは特殊な加工でトロトロしたもの。

keyword
4 ロープ染色
デニムに使用される糸の染め方。芯の部分まで染まり切っていないので、着れば着るほど、色落ちして味が出る。日本企業が「合織メーカー」と開発した。スポーティデニムは世界に広がりつつある。

3 インディゴブルーが パリでも人気

デニムトレンドから派生したインディゴカラー旋風は、欧州では根強く続きそうだ。ただ、デニムと同じロープ染色による細番手コットン糸を使ったり、ジャカードで製品染めしたりと、高度なテクニックを駆使している。イチオシは東レインターナショナルが開発した、極細の中空ポリエステルをミックスした、80番手クラスの極細デニム糸の高密度織物。着れば着るほどよく馴染むロープ染色デニムでありつつ、軽量感とパリパリの風合いを持つ画期的なデニム素材だ。



1.東レインターナショナルの高密度スポーティデニム 2.グラフィカルなブルージャカード 3.多彩なジャカード柄をインディゴカラーで製品染め 4.デニムのスタンダード 5.80番手のロープ染色の糸を使ったシャツ 6.インディゴカラーで染るエスニック柄 7.ラメとインディゴ染め

4 コンテンポラリーな アフリカが来た

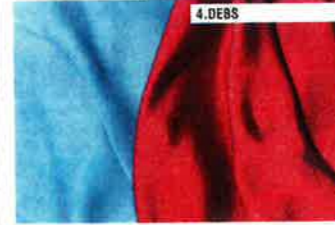
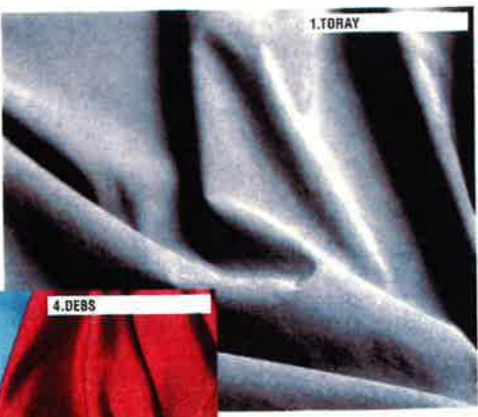
白と黒の小さな柄を反復させたシンプルかつミニマルなデザインや、トロピカルなカラーを使ったグラフィカルなデザインや柄は、アフリカをコンテンポラリーに解釈したもの。ここ数年シーズン続いたエスニックとジオメトリックが融合したかのよう。春夏にもかわからず、赤や黒、イエローという暖色系の組み合わせはどこまで受け入れられるのか？



1.金線を使って都会的に2.メッシュと透明な糸の組み合わせ 3.黒と白を使ったコンテンポラリーなアフリカ柄 4.アフリカカラーを使ったツイード 5.シンプルでデザインを組み合わせ、不思議なグラフィックアートにも見える

2 カリカリ& トロトロの風合い

ラメやアフリカ、インディゴなど、カラーや柄が目立つシーズンだが、紙のようにパリッと仕上げたタッチと、水溜り片栗粉のようなトロツとした風合いにも注目。軽くてフワフワそうな楊柳をトロツと仕上げたり、洗いざらしのコットンのように加工しながらカリカリにしたりと、多彩な表情を持つポリエステルがいい。



1.一本の糸にナイロンとポリエステルが合体した糸を、特殊な加工でカリカリ仕上げ。スポーティかつカジュアルという不思議な風合いに 2.通常はソフトな肌触り。糸と加工の工夫でトロトロに 3.軽快感を追求した手洗いリアのイチオシのペーパータッチ 4.トロツのあるポリエステル素材 5.極細のコットンを使った田舎風のテキスタイル。タッチはドライ



ミケレ・カニアルト / マテリアルコネクション社長

サステナブルはファッション業界にとどまらない世界的な潮流だ

「素材の重要性は、業界・業種を問わず世界で高まっている」というのは、世界22拠所にショールームを持つ、ユニークな素材コンサルタント会社マテリアルコネクションのミケレ・カニアルト社長だ。同社は「革新性」など独自の基準で選定したテキスタイルやプラスチック、ガラス、セラミックなど7500点の素材情報を、ファッションやスポーツ、エレクトロニクス、自動車などの業界に提供している。顧客はケリングやエルメスといったラグジュアリーブランドから、ナイキ、アディダスなどのスポーツ、ハーマンミラーやイケアなどの家具・インテリア、BMWなどの自動車まで、グローバル企業を中心に3万6000に及ぶ。「テクノロジーの進化により、これまで考えもしなかった用途が可能になりつつある」という。BMWとコラボレーションし、08年には世界で初めて外装材にテキスタイルを使ったコンセプトカーを発表した。「非常に優れた素材も、業界が変わればまるで知られていないこともある。業界が分断されているからこそ、われわれのように業種を横断できるスペシャリストが求められている」という。会員は年に20〜30%のペースで増加し、コンサルティングの依頼はそれ以上に増えている。カニアルト社長がいま一番注目しているのは、リサイクル性や環境への負荷が低い「サステナブル素材」だ。「これは業種を問わず、しかも長期的な大きなトレンド。特に日本は、伝統工芸からハイテクまで技術の幅広さがあり、しかもそれらが横断している面白さもある」。



東京・青山にあるショールーム

MEMO V.K.K.は2016年度ファッションイノベーション賞を受賞した。これは、ファッションイノベーション賞を受賞した。これは、ファッションイノベーション賞を受賞した。