

コレクション情報誌

衣料から靴・バッグ・ヘアメイクにまでいたるファッション関連の業界では、商品企画や販売計画においてファッション情報は必要不可欠なものといえる。一口にファッション情報といっても内容と目的はさまざま、ファッション傾向（流行）の予測情報誌から一般向けファッション誌、ストリートや店頭における市場観測・調査情報などが挙げられる。またファッションと関連商品全体を対象とした情報から、色、素材、スタイル、小物などファッション構成要素別にくくられた情報もある。なかでもコレクション情報は、世界のファッションをリードする著名デザイナーたちの次期シーズン（商品企画上でのシーズン）に向けたデザインや色の傾向が、実物の衣装として把握できる情報である。

ここでいう「コレクション」とは、世界的に有名なデザイナーたちが、パリ、ミラノ、ニューヨーク、ロンドン、東京などの各都市で通常年2回（春夏・秋冬）開くファッションショーや展示会（世界中のバイヤーやジャーナリストに来てもらうため、彼らの便宜上、都市ごとに特定の期間内で集中的に行なわれる。オートクチュールとプレタポルテブランドで日程は異なる）のこと。このコレクションの中から、新しいスタイリングテーマ、シルエット、色使い、素材使い、柄、アイテム、デザインディテール、グッズ（装身具・シューズ・バッグ類）などの情報が発信される。

コレクションが終了すると、その情報は各メディアをとおして流される。一番速いものでは日刊や週刊の業界新聞やインターネット（“firstVIEW”などが著名サイトだが年間契約が必要）が、コレクションを終えたばかりのブランドを取り上げている。また最近では、コレクション終了後1、2週間くらいで各メゾンのほとんどの作品を載せたCD-ROMが販売されている（ニューヨークならNYコレクション終了後1、2週間で手元に届く）が、やはり年間契約が必要である。会費を払って各期ごとに映像情報付きのコレクション解説セミナーに参加するのもコレクション情報を収集する手段のひとつである。しかし一般的なメディアとしてはやはり、コレクションを特集した専門雑誌であろう。コレクション終了の約1か月半から2か月後に、平均2か国分の情報を1冊にまとめて、順次販売される。

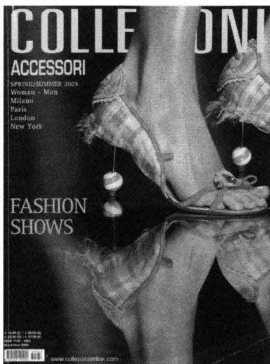
1980年代までは日本でもイタリアの「Collezioni」（Zanfi 1987—、出版社は数度変更し現在はLogos社）などの洋雑誌が主流であったが、

1988年4月にギャップ・ジャパンが季刊でレディスプレタポルテコレクションの専門誌「Collections」(1988-)を創刊してからは、この雑誌が主流になってきた。

創刊当初の「Collections」は、6か国のコレクションを2か国ずつ3冊(マドリッド・ミラノ編：ロンドン・パリ編：ニューヨーク・東京編)にまとめて発行された。現在では情報量もより多くなり、7か国4冊(ニューヨーク・ロンドン編：ミラノ編：パリ編：東京・バルセロナ・マドリッド編)の展開になっている。そして世界同時発売である。特徴としては、B4判という大型サイズであることが、まず挙げられる。大きな写真誌面は、ディテールにいたるまで見やすい。また、各メゾンに分けた編集は、それぞれの特徴を把握しやすくしているといえる。かつてはメゾンごとに掲載する作品を絞り込んでいたが、最近ではむしろより多く作品を載せる方向になっている。そして、雑誌メディアとしては早い段階で発売されるので、情報のスピードも特徴のひとつといえることができる。

ギャップ・ジャパンではその後、「Haute couture collections」(1989-)と「Men's collections」(1989-)を立ち上げている。また、純粹にコレクションシーンをメゾン別に掲載する雑誌以外にも、コレクションを独自の分析で編集(カラー、素材、柄、ディテール、テクニク、アイテム、スタイリングテーマ、小物などジャンル別に写真をまとめる)した「Collections trends visual map」(1998-)や、4大コレクションで展開されたそのシーズンの主なテーマやシルエット、ディテールをシーン別にクローズアップしたカラー写真でビジュアルに見せるのが特徴の「Fashion show」(1990/91-)を次々と創刊させ、時代の多様なニーズに対応している。これらはシーズントレンドを把握しやすいことから、商品企画や買付けのフォローに役立てられている他、服飾関連の評論家・専門家や研究者・教員・学生にも、広く利用されている。

前記したイタリアの「Collezioni」*は、2005年1月現在では本体の「Collezioni」がレディスのプレタポルテ“donna”とオートクチュール“haute couture”、を交互に特集して(サブタイトルとして)年6回発行。それ以外に、季刊のメンズ“uomo”(1988-)、スポーティ&ストリートファッション“sport & street”(1995-)、アクセサリ“accessori”(1988-2000)、年2回刊の子供服“bambini”(1989-)、ウェディングドレス専門の“sposa”(1998-)、ビーチウェア“beachwear”(2004-)など、ターゲットやアイテム別にシリーズ化している。なかでも同シリーズのアクセサリ類の誌面では、アイテムがコレクション会場でモデルが着用しているウェアと一緒に写っているので、コンセプトなどがわ



「Accessori collezioni」
2005. spring/summer号表紙

かりやすい。

以上のような業界向け専門雑誌以外にも、業界人はもとより、ファッション分野を目指す学生や一般のファッション好きの人たち向けに、リーズナブルな価格のコレクション速報雑誌も発行されている。やはりギャップ・ジャパンが季刊で発行している「Gap press」シリーズや、「WWWマガジン：WWD for Japan保存版」から誌名変更して継続発行されている「Fashion news」（インファスパブリケーションズ 1989－）は、独自の分析結果とメゾンごとの作品紹介を行なっている。なお現在刊行されている「Gap press」シリーズには、“prêt-à-porter collections”（1995－）、“haute couture collections”（1999－）、“men”（2003－）の3種がある。

元来モード系ファッション誌だった、「Mode et mode」（モード・エ・モード 1961－）は、80年代から徐々にコレクション情報に力を入れるようになり、1990年からは春夏・秋冬のコレクションシーズンごとに4大コレクションの情報を2号に分けて発行するコレクション情報専門誌にシフトした。さらに同誌は2000年5月から別冊「M press」を発行し、こちらで東京コレクションを特集している。このほか、「ハイファッション」（文化出版局 1960－ 隔月刊）や「流行通信」（インファスパブリケーションズ 1969－ 月刊）も創刊当時から各コレクションの特集にかなりのページを割いてカラー写真をふんだんに載せ、解説もしている。さらに「Vogue（各国版）」「Elle（各国版）」「Marie Claire（各国版）」、「装苑」（文化出版局 1936－ 月刊）、「Spur」（集英社 1989－ 月刊）など、コレクション特集記事を組んでいるファッション誌は多い。

なお、ギャップ・ジャパンの「Gap」（1993年「Gap Japan*」から誌名変更）も、コレクション報道にカラー誌面を多く割いているが、前記した同社の「Collections」や「Gap press」シリーズとは異なり、ファッション業界向けの業界情報・マーケット情報誌である。（澤住倫子）



「Gap press」：
haute couture collections
Vol.13（2005. spring/summer）
表紙

- * 「Collezioni」シリーズ各誌の誌名またはサブタイトル（カテゴリー名）は変遷・統廃合が激しいので、上記には2005年1月現在のカテゴリー名で載せた
- * 「Gap Japan」は大出一博氏のファッションジャーナル社が1980年から1985年の間発行。その後1987年にギャップ・ジャパンが新たな「Gap Japan」を発行した（発売元はジャパン・プランニング・アソシエーション）。ギャップ社（フランス）のファッション業界情報誌「Gap」、その提携誌「Gap Italia」と独占契約を結び、両誌から日本の業界に必要な情報を抽出し、それを中心に編集されている
- * 各誌のタイトルと出版社名、刊行頻度は、2005年1月現在のもの