

研究論文

## メンズウェアデザインにおける立体裁断からの製作アプローチ ～コレクション分析とパリメゾン取材による現状と可能性～

### Production Approach from Draping in Menswear Design

Bunka Fashion Graduate University

Shoji Babazono

文化ファッション大学院大学

准教授 馬場園 晶司

要旨：衣服の西洋化の伴い、メンズウェアの世界では背広を中心に世間に普及し親しまれてきた。また、同時に製作においても、長い間培われてきた技術（平面裁断）が現在まで継承されてきている。しかし、時代の変化によって男性消費者の価値観が変化し、様々なスタイルが新たな付加価値として提案されるようになり、メンズファッション全体が多様化してきた。そこでこれまでの平面作図を中心とした製作アプローチだけでなく、立体裁断という新たなアプローチを中心としたプロセスの提案を目的とする。

#### 1. 緒言

日本において、一般市民に背広を着用され始めたのは大正時代頃と言われ、繊維産業から紡績産業へ発展し、縫製会社が数多くできあがっていく過程の中で背広が日常的に作られるようになってきた。当時は既製服ではなくオーダーメイドによる製作が行われ、大量生産されるようになったのは戦後のことである。このようなオーダーメイドから既製服への変化により、日本のテーラー技術は衰退傾向となったが、欧米のスーツ文化の良い点をうまく取り入れながら、日本人の好みや時代のトレンドに応じて自由に進化させ技術を継承してきた。

また、時代の変化と共にメンズファッションにおいてはカジュアル化が進行し、国内外のファッションデザイナーを中心に新

たなメンズスタイルが提案され、さらに多様化が進み、メンズウェア市場もレディースウェア同様活気付いてきた。

そんなメンズファッションの勢いに拍車をかけたのが、2000年にクリスチャン・ディオールに招かれ、ディオール・オムのクリエイティブ・ディレクターに就任したエディ・スリマン<sup>1</sup>の存在である。彼は、それまでメンズウェアには見られなかった細身でセクシーなシルエットのテーラードでまとめたスタイリングを発表し、まったく新しい男らしさの可能性を追求した。この新たな価値観がファッション感度の高い消費者を中心に世界中で絶大な支持を受け、男性消費者のファッションに対する「憧れ」や「こだわり」が増し、メンズファッションビジネスが急成長する原動力となった。

小売業も新たな市場のニーズをいち早く察知し、2003年9月に大手百貨店の伊勢丹

提出年月日：2015年1月26日

受理年月日：2015年2月26日

が、新宿本店隣に「メンズ館」をリニューアルオープンし、男性マーケットの開拓を図り成功した。この成功に続き、阪急百貨店が2008年2月大阪・梅田に「メンズ館」、2011年10月東京・有楽町に「阪急メンズ館」をオープン。メンズ市場は勢いを増していると同時に、消費者のファッションに対する意識がますます高まってきている。

このような背景の下、メンズファッションにおいては、①伝統と格式をかたくなに守るスタイル②伝統と格式を取り入れながらトレンドに柔軟に対応するスタイル③伝統と格式を意識せず自由な発想で提案されるスタイルの3つに大きく分けられると考えられる。本稿においては、③のスタイルにフォーカスをあて、パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨークにおける2014S/Sメンズコレクション分析によるメンズウェアの現状調査とパリメゾンの取材調査を行い、これまでメンズアパレルではあまり用いられなかった立体裁断の現状と可能性に焦点をあて、新たな製作アプローチを検証する。

## 2. 立体裁断の予備的な考察

立体裁断は、平面裁断では作ることが困難な独特なフォルムや立体的で独創的なデザインを製作する上で、効率よくイメージ通りに作業が出来るというメリットがあり、コレクションブランドを中心に多くのメゾンで用いられている。主にバスト、ウエスト、ヒップの差が大きい女性の服を製作するのに用いられ、立体裁断によって製作された服は多くの女性を魅了してきた。

これまでメンズウェアを製作する上で、立体裁断があまり用いられなかった理由として、①男性の体型が立体的な女性の体型

に対し、チェスト、ウエスト、ヒップの差が少なく平面的であること、②男性消費者が自分の着用する服において装飾的なデザインをあまり好まない傾向にあったということ、③社会全体も男性がそのような華美なデザインの服を着ることに違和感を持っていたということの3つが挙げられる。

しかし、男女の境目を軽やかに踏み越える「ジェンダーレス」な現代において、メンズとレディースの壁はどんどん低くなり、レディースブランドにおけるマニッシュなデザインの提案やメンズブランドにおけるフェミニンなデザインの提案もこれまで以上にバリエーションを変え発表されている。またショップにおいても、メンズとレディースを併設する試みが多く見られる。つまりファッションを考える上で、「男らしさ」や「女らしさ」を意識するというより、消費者が自分にあつたものを自由にセレクトし、自由にコーディネートすることで「自分らしさ」を意識する傾向が強くなってきたと思われる。また社会全体もそのようなスタイルに違和感を持たなくなってきた。

このように消費者や社会全体のファッションに対する価値観の変化に伴い、これからのメンズファッションにおいて、これまでにない新しいスタイルの提案が新たな価値観を得ることになると予測される。その為には、服作りのプロセスを一新して考えることが重要であり、これまでメンズアパレルで用いられなかった立体裁断による製作アプローチが有効であると考えられる。全体のフォルムを立体裁断で製作する以外にも、部分的なデザインを立体裁断で製作するなど、バリエーションを展開する上でも、効率的に作業を行う手段となり得る。

### 3. 2014S/S メンズコレクション分析

毎シーズンデザイナーの鋭い感性で時代の流れを察知し、次代に向け最新の作品を発表する場であるメンズコレクション。パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨークの4大都市において開催されるメンズコレクションは、世界中のファッションジャーナリスト、バイヤー、プレス、ファッション業界関係者などから注目され、メディアに取り上げられることにより、新しいトレンドやスタイルが生まれ、メンズファッション市場に大きな影響を与えている。

本稿では、パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨークにおいて開催された2014S/Sメンズコレクションを分析し、メンズファッションの動向を推測すると同時に、立体裁断を用いた製作アプローチの現状を調査する。また、パリメンズコレクションにおいては、実際にコレクション視察（2013.6/26～6/30実施）を行い、レディースコレクションとの相違についても考察を行う。

4大都市における2014S/Sメンズコレクション開催期間は次のとおりである。

- ・ロンドン：2013.6.15～6.18（4日間）
- ・ミラノ：2013.6.21～6.25（4日間）
- ・パリ：2013.6.26～6.30（5日間）
- ・ニューヨーク：2013.7.21～7.24（4日間）

パリにおけるメンズコレクションとレディースコレクションの開催期間と発表されるブランドの数を同じ2014S/Sシーズンで比較してみると、メンズコレクションは、5日間で63ブランド、レディースコレクションは、7日間で96ブランドが作品を発表する。ファッション業界全体で考えると、ま

だまだレディースウェアが主流であることは否めないが、メンズウェアにおいても様々なスタイルが発表されコレクション会場はレディース同様活気付いている。



図1 ISSEY MIYAKE MEN ショー会場



図2 JOHN GALLIANO ショー会場

2014S/Sメンズコレクションを分析した結果、様々なデザイナーが提案するスタイルの中から、メンズファッション市場に影響を与えると予測される新スタイルを、5つのキーワードに分類しまとめる。

- ①ニュートラディショナル・スタイル
- ②スポーティブ・リラックス・スタイル
- ③ニューコーデイナー・スタイル
- ④ワントーンレイヤード・スタイル
- ⑤ジェンダーレス・スタイル

① ニュートラディショナル・スタイル  
ベーシックなスーツスタイルや、テラードジャケットの着こなしも数多く提案されているが、その中でもブランドのアイデ

ンティティを様々な解釈でジャケットに取り入れ、新しいスタイルとして提案されている。

図3は、ジャケットの内部構造を表に出し、さらにジャケットのウエストから下の部分のみを新たなアイテムとして提案し、パンツと絶妙なバエランスで組み合わせている。図4は、まだ製作途中のような袖が付いており、シャツの前立て部分には、装飾的な別布飾りが付いている。図5、6は各アイテムの切り替え部分に異素材を自由に組み合わせ、モダンな印象を提案。図7、8はベーシックなスタイルだが、巾着袋や、バンダナをネクタイ風に首に巻くなど、これまでにないカジュアルな小物使いが新鮮である。



図3  
MAISON MARTIN MARGIELA  
(PARIS COLLECTION)



図4  
COMME DES GARCONS  
HOMME  
(PARIS COLLECTION)



図5 LES HOMMES  
(NY COLLECTION)



図6 DIOR HOMME  
(PARIS COLLECTION)



図7  
BURBERRY PRORSUM  
(LONDON COLLECTION)



図8  
LOUIS VUITTON  
(PARIS COLLECTION)

## ② スポーティブ・リラックス・スタイル

スポーツテイストを取り入れたリラックススタイルは、メンズウェアにおいて若者を中心に人気のあるスタイルであるが、オリジナル素材使いや、新しいコーディネートで独特なスポーティブ・リラックス・スタイルが提案されている。

図9、10、11、12は、トップスを重ね着でコーディネートし、無地柄+柄物、柄物+柄物で組み合わせたり、メッシュやレースのように透ける素材を重ねて使用するなど、独特なカジュアル感を表現している。図13は、2枚ボクサーパンツを履いているようなデザイン。図14は特殊な染色技法を用いた素材で新しいリラックス感とスポーツテイストを表現している。



図9 PRADA  
(MILAN COLLECTION)

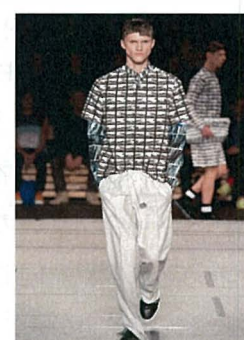


図10 KENZO  
(PARIS COLLECTION)



図 11 JAMES LONG  
(LONDON COLLECTION)



図 12 ASTRID ANDERSEN  
(LONDON COLLECTION)



図 15 DIOR HOMME  
(PARIS COLLECTION)



図 16 DRIES VAN NOTEN  
(PARIS COLLECTION)



図 13  
CHRISTOPHER SHANNON  
(LONDON COLLECTION)



図 14  
ISSEY MIYAKE MEN  
(PARIS COLLECTION)



図 17 JIL SANDER  
(MILAN COLLECTION)



図 18 CARVEN  
(PARIS COLLECTION)

### ③ ニューコーデイナー・スタイル

ショートパンツとトップスの組み合わせが多く提案される中、コート丈のトップスとショートパンツのコーデイナーが新鮮なスタイルとして目立つ。丈の長いトップスを合わせると全体的に重い印象になりがちだが、ボトムスを短くすることで、軽快な印象になり、メンズスタイルにおいて新しいスタイルといえる。

図 15、16、17 は、コート丈よりパンツ丈が短いスタイル。図 18、19、20 は、コート丈から少しパンツが見えるスタイル。同じスタイルでも、素材やシルエットによって表情が異なり、クラシックやカジュアル、スポーティーなど様々な印象を与える。



図 19 CHRISTOPHER KANE  
(NY COLLECTION)



図 20 OPENING CEREMONY  
(PARIS COLLECTION)

### ④ ワントーンレイヤード・スタイル

ワントーンカラーのコーデイナーや同じ柄を組み合わせたスタイルなど、色や柄を同系色でまとめた全身レイヤードスタイル。メンズウェアにおいて、オリジナルテクニスタイルや多様な配色バリエーションはますます進化し続けているが、インパクトが強い組み合わせにより、一種の全身装飾として注目されるスタイル。

図 21、22 のように強烈なプリント柄のレ

イヤードや、図 23、24 のように、刺繍や染色柄のレイヤード、図 25、26 のようにベーシックなチェック柄を自由に組み合わせたレイヤードなど、様々な全身レイヤードが提案されている。

30 のように女性的なアイテムの組み合わせやシルエット、図 31、32 のように立体裁断を用いて作られたと思われる造形的なデザインなど、メンズウェアにおいてこれまでにない画期的で斬新なスタイル。



図 21 GIVENCHY  
(PARIS COLLECTION)



図 22 CHRISTOPHER KANE  
(NY COLLECTION)

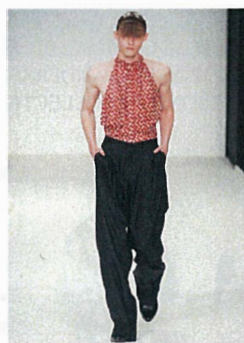


図 27 J.W.ANDERSON  
(LONDON COLLECTION)



図 28 THOM BROWNE  
(PARIS COLLECTION)



図 23 3.1 PHILLIP LIM  
(PARIS COLLECTION)



図 24 ISSEY MIYAKE MEN  
(PARIS COLLECTION)



図 29 RAF SIMONS  
(PARIS COLLECTION)



図 30 3.1 PHILLIP LIM  
(PARIS COLLECTION)



図 25  
BOTTEGA VENETA  
(MIRAN COLLECTION)



図 26  
COMME DES GARÇONS  
HOMME  
(PARIS COLLECTION)



図 31 J.W.ANDERSON  
(LONDON COLLECTION)



図 32 J.W.ANDERSON  
(LONDON COLLECTION)

#### ⑥ ジェンダーレス・スタイル

女性的なスタイルをメンズに取り入れたジェンダーレスなスタイル。図 27、28、29、

このようにレディースコレクション同様メンズコレクションにおいても、これまでにないオリジナル素材の追求、独特なスタ

イリングやフォルムの実験など様々な提案がなされ、新たに評価されるであろう価値観をあらゆる観点から模索していると考えられる。今回の2014S/Sメンズコレクション分析からは、実際に立体裁断を用いて製作されたと思われる作品はあるものの、まだまだ少ないのが現状である。しかし、立体裁断という未開拓な部分に着目し、独自のアプローチで作品製作を行うことで、他との差別化をはかり、新たな価値観の提案につながると予測される。

#### 4. パリメゾンの現状

パリのメンズウェアにおいて、実際に立体裁断を用いて作品を製作しコレクションを発表しているメゾンの取材(2013.6.30実施)を行い、デザイナーへのインタビュー調査の結果、デザイナーとスタッフの各シーズンにおける動向、および、パリにおける立体裁断の現状を中心に、知りえた範囲で紹介する。本稿では、メゾンのクリエイション領域に関する内容を中心とする。

##### 4-1: 取材メゾンとデザイナーの経歴

取材メゾンは、パリ3区にある「アトリエグスタヴォ・リンス(ATELIER GUSTAVO LINS)」。道路に面したドアから建物の中に入ると、細長い通路があり、その奥に3つに分かれた部屋がある。エントランスフロアのすべてがオフィスになっており、パターン製作やサンプル縫製などを行うアトリエ部門の部屋、サンプルや商品を保管し、ファッションショーの準備や広報関連の業務を行うプレス部門の部屋、営業や経理などの業務を行うビジネス部門の部屋の3つで構成されている。現在(取材当時)、フラ

ンス9店舗、イタリア1店舗、イギリス1店舗、ベルギー1店舗、スイス1店舗、クウェート1店舗、ロシア1店舗、日本3店舗のセレクトショップに商品を卸し、ビジネスを展開している。

デザイナーは、グスタヴォ・リンス(GUSTAVO LINS)。グスタヴォ・リンスは1966年ブラジル生まれ。建築家を志しブラジルへ留学するが、ファッションに目覚め、パリへ渡る。シャンプル・サンディカル・クチュール学校を卒業後、アニエスベー、クリスチャン・ラクロア、ケンゾー、ルイ・ヴィトンなどの有名メゾンでモデリストとして働き、2003年に自身のブランド「グスタヴォ・リンス」をスタート。毎シーズン、レディースおよびメンズコレクションを発表すると同時に、オートクチュール期間中においてもクチュールコレクションを発表。日本にも強い関心を持ち、構築的なシルエットやディテールと和のスピリットを投影した作風で知られ、着物を再構築した作品も発表するなど、服のアートとして高く評価されている。



図33 グスタヴォ・リンス



図34 室内の様子

##### 4-2: アトリエの現状

「アトリエ グスタヴォ・リンス」は、デザイナーのグスタヴォ・リンスを中心に、AD(アシスタントデザイナー以下同様)3

名（2名は日本人）、スタージュの学生2名の合計6名でパターン製作からサンプル縫製まですべてを行っている。コレクションで作品を発表するまでのスタッフの流れは次のとおりである。

#### ①デザイナー・AD

↓ 素材展（例：Premiere Vision）に出向き、様々な素材をチェックし、素材サンプルを調達する。

#### ②デザイナー

↓ 調達した素材をベースに、イメージデッサンを描く。この段階では具体的なデザインではなく、インスピレーションの湧くままに、いつでも自由に多くのデッサンを描く。デッサンを何枚も描くことで、アイデアを整理していく。

#### ③デザイナー

↓ 本を読む。文学、政治、経済などその時一番気になっている分野の本を読む。本を読むことで、頭の中を一度空にするのと同時に、デザインを哲学的に捉えることを目的とする。また、時には旅行をする。何かを求めてということではなく、パリから離れて違う空気を吸い、気分転換することが目的。その土地の美術館や建築物などを見学し、積極的にその国の文化や歴史に触れることを心掛ける。

#### ④デザイナー

↓ パリへ戻り改めてデザイン画を描き、デザインを具体的にまとめる。

#### ⑤デザイナー

↓ 立体裁断で型出しを行う。ボディーは、デザイナーのサイズを標準としており、ストックマンメンズのサイズ48（チェスト：96、ウエスト：77、ヒップ：94）をベースに、部分的に多少補正が施され、上半身タイプ、下半身タイプ、全身タイプの3種類を使い分ける。デザイナーがすべての型出しを行い、形のベースを作る。

#### ⑥AD

↓ デザイナーが型出した立体裁断を整え、ファーストパターンを作る。

#### ⑦デザイナー・AD

↓ サンプル生地を裁断し、縫製を行う。

#### ⑧デザイナー

↓ サンプルをボディーに着せ、最終確認を行う。また、自ら着用し納得のいくまで何度も行う。

#### ⑨デザイナー・AD

↓ サンプルを仕上げる。

#### ⑩デザイナー

コレクションで作品を発表する。

上述のとおり、デザイナー本人がほぼすべての工程において携わっており、作品にかけるこだわりや思いが非常に強い。同時にADも、デザイナーの理想に忠実に近づけるよう最大限に力を発揮している。

また、メンズコレクション、レディースコレクション、クチュールコレクションを発表しているが、毎シーズン1つのテーマを軸に、それぞれのコレクションでイメージをまとめ、3つのコレクションが終了した時に、すべてのストーリーがつながるようにデザインが展開されている。





図36 全身ボディー



図37 上半身ボディー



図38 サンプル縫製の部屋



図39 デザイナーによるサンプルチェック

グスタヴォ・リンスの商品は、95%がフランスの縫製工場生産され、ニット関係はイタリアの工場生産している。また、使用する生地は、ほぼ100%イタリア製の生地を使用。そのため、販売価格は全体的に高めであるが、オリジナルを追求したデザインとテキスタイルから作りだされる商品は非常に魅力的である。

#### 4-3: グスタヴォ・リンスのコレクション

2014S/S パリメンズコレクションで発表された作品のうち代表的なスタイルは、次

のとおりである。

■コレクション日時: 2013.6.29

■会場: パレ・ドゥ・ラ・ブルスの大階段  
(旧パリ証券取引所)

■発表体数: 21



図40 2014 S/WS



図41 2014 S/S



図42 2014 S/S



図43 2014 S/S

一見すると、シンプルでベーシックなスタイルに見えるが、すべてのアイテムにおいて形を出すための基礎となる構造線の位置やラインの形状、ボリューム感など、立体裁断を駆使して作られた機能性とフォルムの美しさにこだわった作品が披露され、高い評価を得た。

#### 4-4: パリメンズメゾンのアトリエにおける立体裁断の現状

フランスのレディースウェアは、オートクチュールから始まった歴史があり、それぞれのメゾンには、卓越した技術を持ったモデリストが存在し、モデリストがボディ

ーに直接布をあて様々な形を作り出すところから始まっている。つまり立体裁断が服作りのベースにあり、立体裁断から作り出されるクリエイションを非常に重視し、費用も投資してきた。その考えは、現在においても多くのメゾンに引き継がれ、毎シーズン発表される作品は、世界中から注目され、トレンドとしてファッション界に影響を与えている。

本稿では、グスタヴォ・リンスがメンズのモデリストとして携わった経験を持つメゾン「KENZO」(2000年)の現状を例にあげる。当時KENZOのアトリエ内では、平面裁断が主流で立体裁断は行われていなかった。しかし、彼はこれまでレディースにおいて一般的に用いられている立体裁断からパターンを製作。立体裁断に用いたボディーは、ストックマンメンズのサイズ48( Chest: 96、ウエスト: 85、ヒップ: 97)。周りのスタッフは、当初困惑した表情を見せていたが、デザイン性と機能性を考慮した立体裁断からのパターンによって作り出された作品は、これまでの作品に比べ格段に動きやすく着心地が良いものだった。その結果、売上も上がり、KENZOのメンズアトリエ内において革命をもたらした。彼はその後も立体裁断を用いてパターンを作り続け、周りのスタッフにも多大な影響を与えた。

彼がこれまで実際に経験した他のメゾンにおけるメンズアトリエにおいても、立体裁断を実際に用いているメゾンはまだ少ないのが現状である。しかし、今まさに変わろうとしているメゾンが多く、メンズアトリエでも立体裁断を取り入れつつある傾向がある。この傾向は、今後メンズファッ

ションにおいて、新たなスタイルの誕生を予測させることであり、メンズアパレル業界においても影響を与え、メンズ市場に新たな風を吹かせると考えられる。

## 5. 考察

今後ますます、他ブランドとの差別化や新たな価値観の提案が求められていく時代において、メンズウェアにおける立体裁断からの製作アプローチは、大きな可能性を秘めており、これまでの概念を覆す1つの有効な切り口になりうると思う。しかし、まだまだ限られたマーケットのみで評価されている現状を、今後どのように消費者へ提案し、ビジネスにつなげていくかという事を考える必要がある。

## 6. 今後の課題

今後の課題として、日本における①コレクション、展示会、アトリエ、市場の視察調査、②男性消費者のメンズウェアデザインに関する意識と購買行動の調査の2つをベースに調査分析を行い、時代の動向や消費者が何を求めているのかを把握する。その結果をふまえて、メンズウェアにおける新たな可能性を探り、さらなる立体裁断の効果的なアプローチの方法を検証する。

本研究によって、日本のメンズアパレルにおいて、独自の新しいメンズウェアデザインの製作アプローチを構築し世界に発信していくことで、これまで以上にメンズファッションの広がり活性化をはかり、新たな創造領域の開発に寄与していきたい。

[参考文献]

「ONE HUNDRED YEARS OF MENSWEAR」  
メンズウェア100年史  
キャリー・ブラックマン著  
桜井真砂美訳  
株式会社ブルース・インターアクションズ  
2010年6月25日  
「gap PRESS MEN vol.34」  
2014SPRING & SUMMER PARIS/MILAN  
(株)ギャップ・ジャパン  
「FASHION NOW」TASCHEN  
テリー・ジョーンズ・エイヴリル・  
マイアー著 2003年6月30日

[図版出版]

図 3

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/maison-martin-margiela/collection/19>

(Photo: Marcus Tondo)

図 4

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/comme-des-garcons/collection/29>

(Photo: Yannis Vlamos)

図 5

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/les-hommes/collection> (Photo: Yannis Vlamos)

図 6

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/dior-homme/collection/3> (Photo: Yannis Vlamos)

図 7

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/burberry-prorsum/collection/13>

(Photo: Yannis Vlamos)

図 8

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/louis-vuitton/collection/2> (Photo: Marcus Tondo)

図 9

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/prada/collection/19>  
(Photo: Monica Feudi)

図 10

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/kenzo/collection/18>  
(Photo: Yannis Vlamos)

図 11

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/james-long/collection/12> (Photo: Yannis Vlamos)

図 12

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/astrid-andersen/collection/10>

(Photo: Yannis Vlamos)

図 13

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/christopher-shannon/collection/13>

(Photo: Filippo Fior)

図 14

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/issey-miyake/collection/28> (Photo: Marcus Tondo)

図 15

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/dior-homme/collection/12> (Photo: Yannis Vlamos)

☒ 16

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/dries-van-noten/collection/41> (Photo: Yannis Vlamos)

☒ 17

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/jil-sander/collection/32> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 18

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/carven/collection/18>  
(Photo: Filippo Fior)

☒ 19

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/christopher-kane/collection/6>  
(Photo: Courtesy of Christopher Kane)

☒ 20

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/opening-ceremony/collection/15>  
(Photo: Courtesy of Opening Ceremony)

☒ 21

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/givenchy/collection>  
(Photo: Monica Feudi)

☒ 22

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/christopher-kane/collection/8>  
(Photo: Courtesy of Christopher Kane)

☒ 23

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/3-1-phillip-lim/collection/37> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 24

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/issey-miyake/collection/29> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 25

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/bottega-veneta/collection/35> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 26

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/comme-des-garcons/collection/20>  
(Photo: Yannis Vlamos)

☒ 27

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/j-w-anderson/collection/18> (Photo: Yannis Vlamos)

☒ 28

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/thom-browne/collection/35> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 29

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/raf-simons/collection/19> (Photo: Yannis Vlamos)

☒ 30

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/3-1-phillip-lim/collection/23> (Photo: Marcus Tondo)

☒ 31

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/j-w-anderson/collection/16> (Photo: Yannis Vlamos)

図 32

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2014-menswear/j-w-anderson/collection/25> (Photo: Yannis Vlamos)

図 40

<http://www.apparel-web.com/collection/2014ss/parismens/gustavolins/05.html>

(Photo by Gustavolins)

図 41

<http://www.apparel-web.com/collection/2014ss/parismens/gustavolins/15.html>

(Photo by Gustavolins)

図 42

<http://www.apparel-web.com/collection/2014ss/parismens/gustavolins/07.html>

(Photo by Gustavolins)

図 43

<http://www.apparel-web.com/collection/2014ss/parismens/gustavolins/39.html>

(Photo by Gustavolins)

[注釈]

<sup>1</sup> 1968年パリ生まれ。ジョゼ・レヴィやジャン・ジャック・ピカールの元でアシスタントを経験した後、1997年にイヴ・サンローラン・リヴ・ゴーシュ・オムのディレクターに就任。2000年にリヴ・ゴーシュ・オムを離れ、ディオール・オムのディレクターに就任。コンテンポラリーなファッションにおけるメンズウェアの形と重要性を定義し直す作業の中心的な役割を果たし続けているデザイナー。「FASHION NOW」TASCHEN p424