

交差するラグジュアリーとストリートカルチャー

Crossing Luxury and Street Culture

Bunka Fashion Graduate University
Kyoko Arakawa

文化ファッション大学院大学
荒川 京子

要旨：ハイファッションとストリートのミックススタイルであるラグジュアリーストリートは「ラグスト」などとも略されファッションにおけるひとつのジャンルとして定着した。トレンドとしては落ち着いた感はあるが、依然としてファッションの主流のひとつとなっている。ラグジュアリーブランドがストリートやコラボレーションを得意とするデザイナーを起用するケースも続いている。ラグジュアリーストリートというシーンを築き上げた人物が現在のファッションを牽引していると言っても過言ではなく、ラグジュアリーブランドとも増々距離を縮めている。ラグジュアリーストリートなるものの登場、現状を把握するため本調査を行う。

1.はじめに

近年、ファッションシーンでは 90 年代当時のスタイルが再燃している。90 年代といえば、「裏原宿ブーム」なるものが起こりスケートボードやヒップホップカルチャーなどを見事に融合させたブランドが生まれオーバーサイズなスタイルが流行した。スニーカーをファッションアイテムとしてここまで押し上げ、巨大マーケットへと成長させたのはそれらの功績も大きい。今やヒップホップはラグジュアリーブランドと結びつく時代となったが、現在のファッションシーンを見ると、ヒップホップを始めとした音楽やサブカルチャーとファッションがより歩み寄っていることが見て取れる。とりわけ、近年のラグジュアリーストリートと呼ばれるブランドを見るとそのような面を強く感じるのは、90 年代という時代に青春時代を過

ごした世代が現在のファッションシーンの中心的
位置にいるからであろう。

2. ラグジュアリーストリート

ラグジュアリーストリートは「ラグスト」などとも略されファッションにおけるひとつのジャンルとして定着した。トレンドとしては落ち着いた感はあるが、依然としてファッションの主流のひとつとなっている。

「ラグジュアリーストリートブランドの代表」などと言われるブランドに「Off-White c/o Virgil Abloh™」（以下オフホワイト）があるが、同ブランドのデザイナーを務めるヴァージル・アブロー氏は現在のファッションシーンの話題の最前線のひとりでもある。

ヴァージル・アブロー氏は、2012 年に米国人ラッパー・カニエ・ウェスト氏が立ち上げたクリエイティブ・エージェンシー「DONDA」にクリエイ

提出年月日：2021 年 1 月 15 日

受理年月日：2021 年 2 月 28 日

イティブディレクターとして参加している。動画プロジェクトに始まりブランド化に至ったという「Pyrex Vision」（以下パイレックスヴィジョン）を立ち上げ、同ブランドのアイテムを米国人人気ミュージシャンなどが着用したことで話題となった。その後、パイレックスヴィジョンの後身となる前述のオフホワイトがデビューしている。現在ではラグジュアリーストリートを牽引しているなどと言われるブランドも数多く存在し、また、伝統のあるラグジュアリーブランドが新たにデザイナーを迎えストリート色を強めるなどしてこの流れが形成されてきた。

3. ラグジュアリーストリートとキーパーソン

ニューガーズ グループ

前述のオフホワイトを擁するのが、2015年イタリア・ミラノで設立されたニューガーズグループである。

2019年に同グループがECサイトFARFETCHの傘下となったことや、2020年には日本のアクセサリ・ファッションブランド「AMBUSH®」を買収したことも話題となった。¹⁾

現在、オフホワイト他、同じくラグジュアリーストリートの代表的なブランドである「Heron Preston」（以下ヘロンプレストン）、「Palm Angels」（以下パームエンジェルス）、「MARCELO BURLON COUNTY OF MILAN」などを始めとしたブランドを傘下としている。（2020年12月現在）

同グループの創業者のひとりである会長兼最高経営責任者ダヴィデ・ドゥ・ジーリオ氏は、2020年3月9日発行のWWD ジャパン Vol.2128 でストリートの影響力が絶大な理由のひとつ、このラグジュアリーストリートというマーケットを開拓した人物などと紹介されインタビューに応じている。インタビューの中では同氏の現在に至るまでや、ヴァージ

ル・アブロー氏との出会い、傘下のブランドが成功している理由などについて語っている。²⁾

ファッションアイコンとマルチクリエイター

前述のカニエ・ウェスト氏は、ヒップホップファンのみならず多くの人がある名を知るファッションアイコンでもある。

2018年6月11日発行のWWD ジャパン Vol.2032において、「米WWDが選ぶメンズファッションを動かすトップ7」という5ページにわたる特集が組まれた。その中で、メンズ市場を牽引しているとしてカニエ・ウェスト氏と共にヴァージル・アブロー氏を始めその周辺人物が紹介されている。

同特集では、カニエ・ウェスト氏とドイツのスポーツウェア会社「adidas」（以下アディダス）とのコラボレーションによるブランドがメンズファッションを動かすトップのひとつとし、同ブランドがどのようにラグジュアリーストリートというシーンやメンズ市場に影響したかについて書かれている。また、そのアディダスによる他のアーティストやファッションブランドとのコラボレーションによる成功にも触れており、記事の中でアディダス最高経営責任者カスパー・ローステッド氏は、そうしたスターの存在が助けになっているなどと述べている。³⁾ これは本調査を通じて感じたことでもあるのだが、カニエ・ウェスト氏及び同氏とクリエイションなどを通じて関わりのあった人物らが現在のファッションシーンにおいてその存在感を放っている。この他にも、海外のファッションアイコンやアーティストなどは、SNSの存在なども手伝いファッションが盛り上がりを見せるのに大きな影響力を持っているということがわかる例は多数ある。

ヴァージル・アブロー氏はファッションデザイナーの他、建築家、DJなどの顔も持つことは知られている。その他にも、その多彩な才能を通じてカニエ・ウェスト氏と関わっていた人物が現在では自身のブランドを成長させている。昨今、ストリートシーンでの活躍に限らず、ラグジュアリーブランドへも新たにクリエイターとして迎え入れられているのが、こういったデザイナーの他に様々な肩書や並行して行っている活動を持つマルチクリエイターである。DJ、アーティスト、フォトグラファーなどファッション以外にもマルチな才能を持ち、各方面から得た経験やインスピレーションをファッションに反映させていると感じる。

4. ラグジュアリーストリートブランドとそのアプローチ

ラグジュアリーストリートブランドも今ではさまざまに派生しているが、前述のニューガーズグループ傘下のブランドを例に挙げると、いずれもラグジュアリーストリートブランドの代表として多くの人が名前を挙げるだろう。ストリートファッションの定番アイテムながらハイクオリティ、ストリートのスタイル、インダストリアルなものなどさまざまに独自の表現がされている。

スタイリングに欠かせないアイテムであるスウェットやTシャツに多く見られるロゴやグラフィックでのアレンジには、ストリート色とブランドのアイデンティティが表れている。ブランドのロゴであったり、ブランドのシグネチャー的なモチーフ、または大胆なプリントなどが散見される。スケートボードやヒップホップなどのカルチャーは、グラフィティ、エアロゾールアートなどや、それらでカスタマイズするなどの側面も持っており、ビジュアル的な面だけではなく自己の内面の表現であったりもする。これらのブランドのその表現はそういったものを想起させるものや、アート作品を思わせ

るもの、また多方面からインスピレーションを得ていることが感じ取られて興味深い。



図1. スプレーで描いたようなデザイン
(オフホワイト)

出典

[https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=634
&page=4](https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=634&page=4)

フォトグラファーなどの顔も持つフランチェスコ・ラガッツィ氏によるブランド・パームエンジェルスは、イタリアのブランドでありながらアメリカ西海岸の生活やスケート文化などからインスピレーションを受けている。バックに入ったアーチ状のブランドロゴは当ブランドの特徴的なもののひとつである。(図2) また、前にも述べたが、ロゴだけでなくプリントも印象的であり、それらを用いたアイテムも多い。スポーツアイテムであるトラックジャケット、トラックパンツはブランドの定番となっている。



図 2. パームエンジェルズ

出典

https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=1000

ヘロンプレストンを手掛けるヘロン・プレストン氏もまた DJ のほか多彩な顔と経歴を持つ。

ヘロンプレストンというブランドからは、「ワークウェア、ユニフォーム」といったものを連想する。ワークウェアやユニフォームからインスピレーションを得たり、ワークウェアのアップデートなど、デビューコレクションでもそれらが話題となった。

枠にとらわれず既存のものや一見ファッションと相容れないものを新しく解釈し、ファッションに昇華させていると感じる。

これまでもワークウェアやユニフォームといったものを多く手掛けてきており、過去に行ったコラボレーションの例を見ても斬新である。例えば、2016 年にはニューヨーク市衛生局とのコラボレーションユニフォームを発表し話題となった。

アメリカのワークウェアブランド「Carhartt WIP」とのコラボレーションでは「ラグジュアリーウェアとワークウェアの交差点」をイメー

ジし、⁴⁾ 2020 年には同じくアメリカの大手建設機械等製造会社である「キャピタラー社」とのコラボレーションを行い、キャピタラー社のロゴと工業的なアレンジを加えたストリートウェアをリリースした。

そのコラボレーションの領域は多岐に渡っており、NASA（アメリカ航空宇宙局）などともコラボレーションを行いデザイン性の高いものを生み出している。



図 3. ブランドのシグネチャー的なロゴや色をアクセントに配したデザイン（ヘロンプレストン）

出典

https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=844&page=3

ここに記述したブランドはごく一部であるが、既存のものにアレンジを加える、何かと何かを組み合わせて新しいものを作るといった DIY (Do it yourself) 的な手法に、そのさまざまな分野での才能や個性が表現されていると感じる。

5. ヒアリング：ラグジュアリーストリートブランドについて

今後の調査の参考及び若年層の意識を把握するためヒアリングを行った。概要、内容は以下の通りである。

回答者：ラグジュアリーストリートブランドを中心に
取扱うセレクトショップ販売員 男性 (21 歳)

方法：電話

質問内容と回答：

Q.ラグジュアリーストリートブランドとは？と問われたらどう答えるか。

A. 認識は人それぞれ。ストリートテイストとラグジュアリーを掛け合わせたもの。

Q.ラグジュアリーストリートブームのきっかけは何だと思うか。

A. オフホワイト。ヴァージル・アブロー氏。ストリートテイストを掛け合わせた。

ヴァージル・アブロー氏が自身の2つのクリエイターとしての経験を生かし両デザインを落とし込んでいるところが人気。

パイレックスヴィジョンの延長線上がオフホワイト。

Q.現在のファッションシーンにおいてはカニエ・ウェスト氏と関係のある人物が存在感を放っている気がするが。

A. カニエ・ウェスト氏中心になって、(周辺人物も活躍)、多くの人の認識なのではないか。

Q.これから先、ファッションはどうなっていくと思うか。

A. (ヴァージル・アブロー氏のインタビューなどを聞いていると)「古着」に行くのではないか。

Q.ラグジュアリーストリートブランドといえば？と問われたらどう答えるか。

A. **BALENCIAGA**

Q.人気のブランドは。

A. オフホワイト。

Q.昨今のデザイナーのファッション以外の才能について。

A. 音楽とファッションをうまく掛け合わせている。

自身も、今回の調査において実店舗や電話での問い合わせの際に、人気のあるブランドは何かという質問をさせて頂いたが、かなりの高確率でオフホワイトの名が挙がった。

また、別の店舗関係者によると、過去にもストリートカルチャーを融合させたファッションブランドは多々あるが、よりラグジュアリーに昇華させている点が違いであるとの見識であった。

6. まとめ

昨今、ラグジュアリーブランドのコラボレーションの領域がさらに広がったと感じる。ラグジュアリーブランドと他ブランドとの「異例のコラボレーション」などと報じられたものは過去に複数存在するが、思い返してみれば、それぞれがその時代を反映していたのではないかと。そういったことを繰り返し、ストリートのレベルが上がり現在に至っているのではないだろうか調査を終えて感じている。

昨年 2020 年にも、コラボレーションや新世代デザイナーの起用などで話題となったケースがいくつかあり、今後も同様と思われるため注目していきたい。

本調査を行うにあたり、商品を見たりブランドのフィロソフィーに触れたりし、90 年代が自分の時代だった世代が現在のファッションを作っていると感じた。

7. おわりに

ヒアリングが有益であり、単なる情報収集としてだけでなく若年層の視点をとらえることが出来た。この点は次回への参考とした。また、今後もさらに調査を進めていきたいと考えている。

謝辞

画像を借用させていただきました
deepinsideinc.com 様並びにヒアリングにご協力下さいました某セレクトショップ販売員様に感謝申し上げます。

[注釈及び引用サイト]

1) WWDJAPAN ホームページ

<https://www.wwdjapan.com/articles/1002602>

(参照 2021.1.15)

2) WWD ジャパン Vol.2128 2020年3月9日発行8、9頁

3) WWD ジャパン Vol.2032 2018年6月11日発行12、13頁

4) WWDJAPAN ホームページ

<https://www.wwdjapan.com/articles/787421>

(参照 2021.1.15)

[参考サイト]

GIRL HOYHNHNM ホームページ「THE WORLD IS CRAZY FOR LUXURY STREET 続”ラグジュアリーストリートシーン”の現在」

https://girl.houyhnnm.jp/fashion/the_world_is_crazy_for_luxury_street.php

GQ JAPAN オンライン

<https://www.gqjapan.jp/fashion/news/20141130/luxury-streetwear-2>

i-d.vice.com

<https://i-d.vice.com/jp/article/evzegn/10things-about-virgil-abloh>

WWD ジャパンホームページ

<https://www.wwdjapan.com/articles/465188>

Wikipedia 「New Guards Group」

https://en.wikipedia.org/wiki/New_Guards_Group

Wikipedia 「DONDA」

<https://en.wikipedia.org/wiki/DONDA>

VOGUE JAPAN 公式サイト

<https://www.vogue.co.jp/>

FASHION PRESS

<https://www.fashion-press.net/brands/3050>

FASHIONSNAP.COM

<https://www.fashionsnap.com/>

WWDJAPAN.com <https://www.wwdjapan.com/>

SSENSE EC サイト <https://www.ssense.com/ja-jp>

[参考文献]

WWD ジャパン Vol.2032 2018年6月11日発行

「米 WWD が選ぶメンズファッションを動かすトップ7」

[図版出典]

図 1 : deepinsideinc.com

https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=634&page=4

図 2 : deepinsideinc.com

https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=1000

図 3 : deepinsideinc.com

https://www.deepinsideinc.com/brand.php?brd_id=844&page=3