Presse écrite JPN

WWD JAPAN(PRESSE DU JAPON)

Famille du média : **Médias étrangers**
Périodicité : **Irrégulière**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **18 septembre 2023**
P.2-5
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **601**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

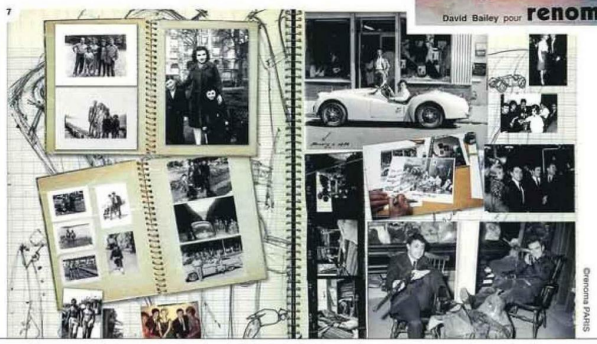
WWDJAPAN 昭和54年4月24日第三種郵便物認可 週1回月曜日発行

60周年を迎えた「レノマ」次世代とともに

「レノマ」を創業したモーリス・レノマは、今でこそ主流になっている"ドレスダウン"のスタイルを日常の光景にした立役者の一人だ。1963年、パリ16区のポンプ通りにブティック「ホワイトハウス」をオープン。フォーマルなジャケットにカジュアルなデニムを合わせたり、漁師が使うフィッシュネットをバッグに取り入れたり。若者たちの着こなしやカルチャー、時代のムードを汲み、クラシックなテーラードにアレンジを加えた斬新なスタイルが話題を呼び、数々のヒットを飛ばした。

こうしたルールに縛られない自由なファッションは、60〜70年代を沸かせたセレブリティーたちに注目されることになる。71年、ジョン・レノンが「イマジン」のプロモーションビデオで「レノマ」のジャケットを着用。モーリスと親交が深かった俳優のセルジュ・ゲンズブールは、妻のジェーン・バーキンと10年にわたって広告ビジュアルに登場している。ほかにも、サルバドール・ダリやアンディ・ウォーホル、ジェームス・ブラウン、イヴ・サンローラン、カトリーヌ・ドヌーヴらが顧客リストに名を連ねた。

日本に本格的に進出したのは73年のこと。以降、ヨーロッパとアジアでライセンス事業を拡大。92年には、GMS向けの低価格ライン「ユー・ビー レノマ」もスタートした。2000年代に入ってからは、ライフスタイル業態のプロデュースに乗り出す。アート・ファッション・飲食を融合したカフェギャラリーを、パリやマレーシアにオープン。ブランドの新しい可能性を示す、次世代に向けた日本企画のカプセルコレクションも始動した。アニバーサリーイヤーの今年は、ファッション専門教育機関のエスモードパリ校とコラボレーションして学生の作品を集めた展示会を初開催。こうした過去に固執しない新たな取り組みは、モーリスの変わらない創作意欲と時代に柔軟に対応するポジティブなマインドがあってこそ。ブランド創設から半世紀以上たった現在も、「レノマ」の世界観は広がり続けている。



1.1963年オープン当時のブティック外観。尊敬するジョン・F・ケネディ大統領にちなみ「ホワイトハウス」と名付けた 2.「レノマ」の赤いベルベットジャケットを着たサルバドール・ダリ 3.「レノマ」のブレザーを着こなすブリジット・バルドー 4.7.60周年を記念したアーカイブ・コレクションより 5.アンディ・ウォーホルは81年、「レノマ」のマルチポケットジャケットを着て中国を旅した 6.モーリス・レノマと親交が深かったセルジュ・ゲンズブールは「レノマ」の重要なファッション・アイコンの一人。妻のジェーン・バーキンと一緒にキャンペーン・ビジュアルに登場。撮影したのはデイヴィッド・ベイリー

interview

「レノマ」は若者たちに刺激をもらってさらに進化する

モーリス・レノマ／「レノマ」創始者、ディレクター

PROFILE：1940年10月23日生まれ。17歳から家業の仕立屋を手伝い、23歳の時ブティック「ホワイトハウス」をオープン。ヨーロッパとアジアで「レノマ」ブランドビジネスを拡大する。写真家としての一面も持ち、94年に写真集を発行。97年、パリフィルムフェスティバルにて作品を発表し、フランス文化省から芸術文化勲章を受勲。2001年、パリに「レノマカフェ ギャラリー」をオープンし、12年にはクアラルンプールにも出店。14年には東京・青山で50周年イベントを実施。ファッションのみならず写真・アート・音楽・飲食のトータルライフスタイルの提案にも注力している

「レノマ」を創業して60年、クリエイティブの第一線を走り続けてきた。「ずっと大切にし続けてきたスピリットは"好奇心"と"自由"」と振り返る。「私たちはマーケティングの制限を受けることなく、完全に自由にクリエイティビティーを表現し続けてメゾンを確立した。この喜びは自分だけではなく皆でシェアし、若い世代へとつないでいきたい」。常に若者たちのカルチャーに目を向け、創作の源泉にしてきたことがうかがわれる。創業当時の1960年代は「ポップカルチャーとオルタナティブのムーブメントが最高潮に達していた時期。若者はファッションと音楽を渇望していた。まさに過剰消費だった」。80歳を超えてもなお、カメラを常に抱えてストリートスナップを欠かさない。時代の変化を敏感にとらえるモーリスは今、何を思うのか。「ファッションを学ぶ学生や次の世代と話すのはとても刺激的なこと。今日の彼らが目を向けているのは非消費、つまり環境問題だ」という。自身も、写真活動を通して問題提起を行っている。プラスチックの金魚のアイコンを印象的に用いて、プラスチックごみの現状を風刺した「クリストバル」というポップアートを発表した。「時代は変わっても、若者は相変わらず面白い。パリだけに限らず、エスモード東京校の学生ともコラボレーションできたらうれしい。そして、フランスやイスラエルで成功しているカフェやホテル業態を日本で開くのが次の目標だね」と今後の意気込みを語った。

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

歩むその先

パリの老舗メゾン「レノマ」が今年、創業60周年を迎えた。
保守的なテーラードの概念にとらわれないユニークで独創的なスタイルが注目を集め、
ミュージシャンや俳優、映画監督といった時代を彩る多くのセレブリティーに愛されてきた。
2000年代に入ってからは、写真やアート、ライフスタイル分野のプロデュースにも注力。
「レノマカフェ ギャラリー」や「レノマ ホテル」といった業態も手掛けている。
ここでは貴重なアーカイブと共に60年を振り返り、日本独自の取り組みや今後の展望を紹介する。

EDIT&TEXT : CHIKAKO ICHINOI

renoma PARIS

キーパーソンが語る
日本独自のカプセルライン

2008年、日本企画のカジュアルラインがスタートした。プレザーから始まり徐々に規模を拡大し、現在は毎シーズン10型ほどのカプセルコレクションを発表している。卸先はインターナショナルギャラリー ビームスやユナイテッドアローズ、レショップといったセレクトショップが中心だ。クリエイティブを監修する堀切道之氏とPRを担当する小塚源大氏に、ブランドのコンセプトや最新コレクションについて聞いた。

WWDJAPAN(以下、WWD)：メインラインや「ユー・ビー レノマ」との違いは?

堀切道之「レノマ パリス」クリエイティブ・ディレクター(以下、堀切)：現代の技術を取り入れながら、アーカイブに新しい解釈を加えたコレクションに落とし込んでいる。現在、卸先のメインはセレクトショップ。バイヤーは、「レノマ」の背景に非常に詳しい人が多く、このコレクションにも共感してくれている。

小塚源大アントリム代表・PRディレクター(以下、小塚)：「レノマ」について僕は最初、エレガントなフレンチテーラードのイメージを持っていた。けれどモーリス(・レノマ=ディレクター)に実際にお会いしてから、がらりと意識が変わった。彼の自由なマインドに触れて、ルールありきの装いではないのだなと。常に前向きで好奇心旺盛な彼から、カジュアルで自由に楽しむ着こなしが「レノマ」の魅力だと教えてもらった。

堀切：モーリスは元々クチュリエだったわけではなく、仕立屋の息子として生まれてブランドを作った。だからこそ、既存のテーラードの着丈を長くしたりラベルを広げたりと、時代の空気を読んだアレンジが上手だと思う。60年経った今もその魅力は変わらない。

小塚：このカプセルコレクションは、まさにそれを伝える役割。「レノマ」の歴史を知らない20代の顧客が多いのも面白い。古着などとミックスした自由な着こなしをタグ付けしたポストがSNSにあふれていて、パリの本社の人たちも興味深く観てくれている。もちろん、背景をよく知っていてセルジュ・ゲンズブールに憧れる年代の顧客もいる。この現象は日本ならではだ。

堀切：2023-24秋冬は60周年を記念して、ジョン・レノンが「イマジン」のPVで着用したジャケットなど、アイコニックなアイテムにフォーカスした。とはいえ過去にとらわれず、未来を見据えて今何ができるかを深掘りしたコレクションだ。当時のスタイルはそのままに、現代の最新素材で復刻した。バックデザインが印象的なジャケットは東レの人工スエードを使い、日本の職人が丁寧にフラット縫いして仕上げている。型数が少なく凝縮されたコレクションだからこそ、こういう細かなところにフォーカスしたい。

小塚：ルックではモデルが横たわったカットを縦に使うなど、美しいだけでなく不思議な違和感のある世界観も「レノマ」らしさが表現できた。

堀切：フレンチテーラードはなかなか定義が難しいスタイルではあるが、今の若い世代のように細かいことは気にせず、軽やかに着こなしてもらいたい。「レノマ」はずっと新しいことに挑戦してきたブランド。日本独自のやり方で、新しいムーブメントを起こして盛り上げていきたい。

PHOTO : SHUHEI SHINE

小塚源大／アントリム代表・PRディレクター
PROFILE：国内外のブランドのPRやブランド戦略の立案、コンサルティングなどを請け負うPRオフィス、アントリムの代表・PRディレクター。「レノマ」のPRを15年務める

堀切道之／「レノマ パリス」クリエイティブ・ディレクター
PROFILE：2008年就任。自身のブランド「クラス」も手掛ける。ビームスのオリジナルブランド「トゥー・スーン・トゥ・ノウ(TOO SOON TO KNOW)」のデザイナーも兼任

topics

ゴルフラインが今年始動 ディレクションは熊谷隆志

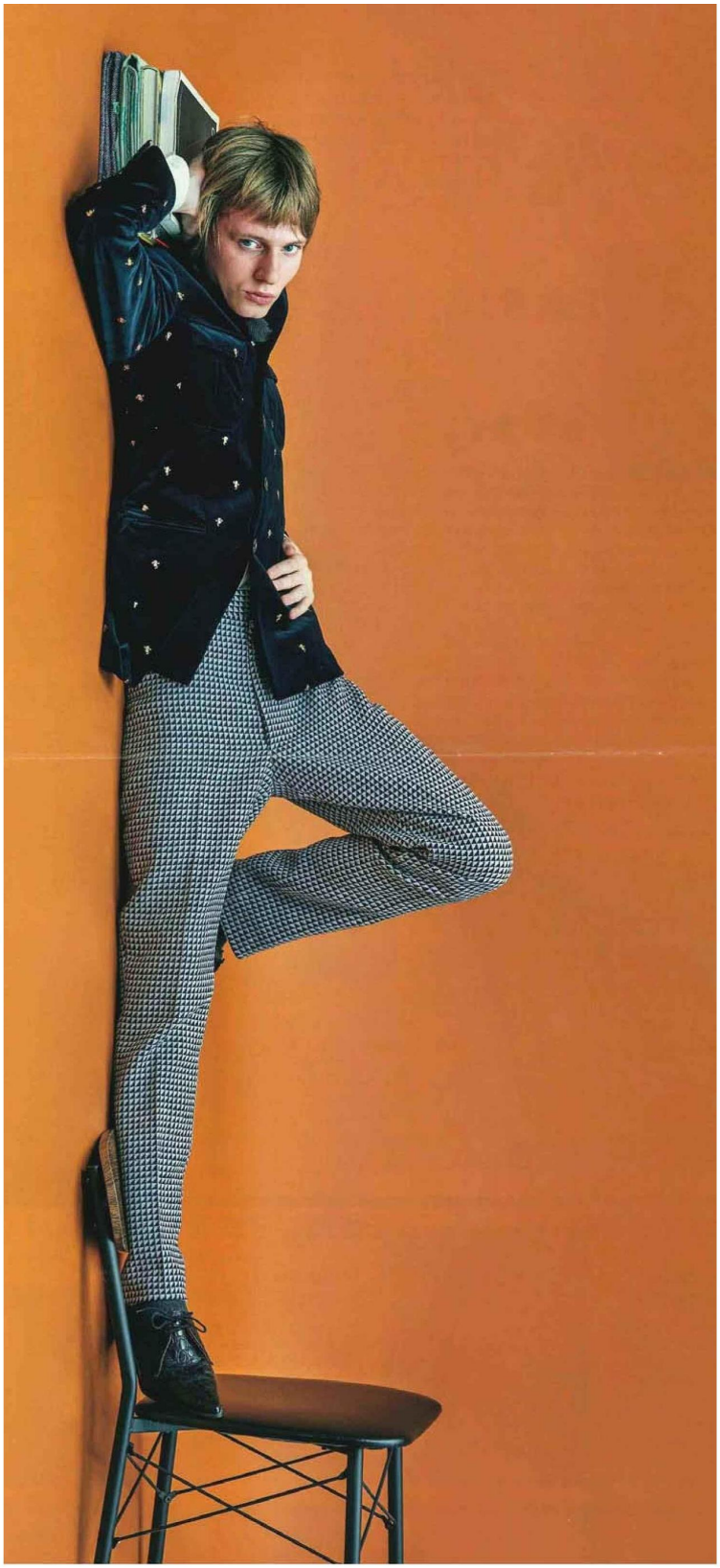
2023年1月、「レノマ パリス」のゴルフライン「レノマ ゴルフ」が日本で始動した。スタイリストの熊谷隆志がディレクターを務め、タウンユースにも対応するシンプルで機能的なスポーツウエアを打ち出す。最新コレクションでは、ロゴの「r」をパターンにしたキルティングパンツや、速乾性・保温性に優れたフリースセットアップなどを発表。9月20日から10月3日まで、高島屋新宿店に期間限定店をオープンする。

周年を盛り上げる イベントを各国で開催

60周年を迎えた今年は、お膝元のフランス・パリを中心にさまざまなイベントを開催している。6月30日から2週間、パリ16区にあるレノマ・アパルトを開放して、ファッション専門教育機関のエスモードパリ校の学生の作品を展示する「ESMOD Hors les Murs」を開催した。日本国内でも、各セレクトショップで2023-24年秋冬コレクションをクローズアップしてアニバーサリーイヤーを盛り上げる。

60e anniversaire 1963

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.