WWD
2009.03.02

ニュースの真相 深層心想

第43回

最新のニュースを取り上げ、その意味すること、今後の展開、波及などを担当記者たちがフリートークするコーナーです。

今週のお題

「ナンバーナイン」廃業

得田由美子・WWDジャパン特集担当ディレクター（以下、得）：丸井今井をめぐる三越&伊勢丹と高島屋の買収合戦や大丸の松菱（浜松市）跡への出店断念、心斎橋そごう跡を約370億円で大丸が取得など、百貨店再編をテーマにする予定だったのですが、「ナンバーナイン」廃業のニュースが飛び込んできました（今号P.3参照）。「ナンバーナイン」が店を出しているニューヨークからの手紙による通知でした。差出人名はアレキサンダー・スーパートランプ。映画「イントゥ・ザ・ワイルド」（ショーン・ペン監督／2008年公開）の主人公です。自分探しの旅に出てアラスカで野垂れ死にする人物です。デザイナー兼社長の宮下貴裕が今の気分を表現しようとして使った名前らしいですよ。

三浦彰・弊紙編集委員（以下、三）：宮下君らしいな。以前から言われている「心の病」が原因なのかな。まさか放浪の旅に出て、野垂れ死にするつもりじゃないだろうな。

得：編集部でも本人に連絡を取ろうとしたのですが、海外に行ってしまって、行方不明みたいな感じのようです。会社（クークス）のホームページでは社員募集を現在もしていますよ。

三：全く会社の体をなしていないな。放り出された社員はたまったもんじゃないね。勘繰れば、ブランド名通りに彼は「9」にこだわる男。たとえば2001年11月の東コレは11月19日の午後9時9分にスタート予定だった（実際はかなり遅れた）。今年は2009年で、なんか期するところがあったのかもしれないな。復活はないだろう。ある意味無責任にデザイン活動を放り出したわけで、まともに論じる価値は本来ないのだけれどもね。

得：ビジネスはどうだったのでしょう？

三：ビジネスはそこそこだったと思うし、この不況で急にビジネスが難しくなったということはないと思うが。

得：最近では、夫人の妊娠が原因でブランドを休止した「アリーン」、育ててもらった会社を辞めて自分のブランドを4月に開始する森下公則、ちょっと逆上るとスポンサーとのトラブルからデザイン活動を休止した「ナイーマ」の柳田剛など、若手デザイナーをめぐる話題は多いですね。

三：一言で言うとみんなビジネス基盤が脆弱であるか、しっかりしたビジネスパートナーがいなかったのが原因。

得：「ナンバーナイン」はファンが多かったですよね？

三：意外かもしれないけれど、個人的には私も秘かにファンだった。伏し目がちにノロノロ、フラフラと暗いランウェイを歩くモデルは「ひきこもり」ファッションの元祖みたいな感じだったな。また、ロックテイストファッションというのはすでに確立されたジャンルだが、宮下君の場合は、もっとモロにロッカーへのオマージュという形でショーが構成されていた。

得：ショーの直近に亡くなったミュージシャンというのがよく取り上げられていましたよね？

三：ザ・クラッシュのジョー・ストラマー（2002年没）とかザ・ビートルズのジョージ・ハリスン（2001年没）などをテーマにした時は完全に追悼ファッション・ショーの趣だった。

得：デザイナーの中学生時代のヒーローだったガンズ・アンド・ローゼス、レッド・ツェッペリンなども取り上げられていました。

三：でも何といっても、「ナンバーナイン」と言えば、ニルヴァーナ＝カート・コバーンがほとんど同義語みたいなもので、「ニルヴァーナ・ナイン」なんて私は呼んでいたけれども。

得：そう言えば、廃業告知の手紙の日付は2月20日。カート・コバーンの誕生日ですね。なんか全てが因縁めいていますね。過去を捨てて新しい人生を始めます、の意味ですか。

三：2003年4月の東コレで、デカメガネをかけたモデルがネルシャツにカーディガンひっかけてランウェイに現れた時は、ドヨメキと拍手が起こったのを今でも鮮烈に覚えてる。カートの代名詞とも言うべき出立ちだったからね。あの頃の東コレはたしかに独特のオーラがあったな。

得：その後カートは氣銃自殺して、夫人だったコートニー・ラブは、最近、前「ディオール・オム」のデザイナーだったエディ・スリマンをカメラマンにして写真集を出していますね。エディはすでにアーティストになりっていて、デザイナー復帰もないのでは。なんか宮下さんもそういう感じになっちゃうのでしょうか？

三：サッカーの中田英寿みたいに、本業をやめて「旅人」や「アーティスト」になるのが現代の男たちの究極のトレンドなのかな。

MEMO ▶ セント・ジョン（後）の船内秀樹・営業部部長は2月末日付で同社を退社し、3月1日からフェラガモ ジャパンの営業本部長に復帰した。

FACE

「シャネル」を自分で洗濯できたら楽しいでしょ

リンジー・ウィーバー（左）、グウェン・ホワイティング／「ザ・ランドレス」設立者兼オーナー

PROFILE：米国コーネル大学で知り合う。卒業後、リンジーはシャネル米国支社でマーケティング、セールスなどを担当し、グウェンはラルフ ローレン ホームのデザイナーを務めた。在職中から洗剤の開発をスタートし、2004年「ザ・ランドレス」設立

カシミヤやシルクを使った高級衣類を、自宅で洗濯できる洗剤を扱う高級ファブリックケアブランド「ザ・ランドレス（THE LAUNDRESS）」が昨年12月、日本に上陸した。ブランドを設立したのはメガブランドで活躍していた女性2人。リンジー・ウィーバー＝前シャネル米国支社セールスマネジャーと共同経営者のグウェン・ホワイティング＝前ラルフ ローレン ホーム・シニアデザイナーだ。プロモーションのために来日した2人はイキイキと語った。「2人は同じ大学出身で、格好がよく似ていたからすぐに打ち解けたの（笑）。いつか一緒にビジネスをするのが夢だった」とホワイティング。一方ウィーバーは、「展示会で、ドライクリーニングしかできない商品は、傷むから買わないと言う顧客がいて、みんなが高級衣類のケアに悩んでいることに気づいた。NYで働きながら、大学で繊維科学を学び直し、約3年間かけて開発した。お互いのオフィスが2ブロック先にあったから、仕事の合間に打ち合わせをしていた（笑）」。「ケア」をすることが前提で、素材ごとに成分の違う洗剤がある。また、エッセンシャルオイルを配合しているため香りも楽しめる。『『シャネル』や『ラルフ ローレン』を自分でケアできたら楽しいでしょ」。「ルシアン・ペラフィネ」などとコラボし、限定商品を共同販売するなど、業界出身者だけあってプロモーションアイデアやネットワークも豊富だ。「夢はショップをオープンすること。店内でウォッシングサービスも提供したい」。日本では家具などを扱うアントレックスが総代理店を務め、トランジット ジェネラル オフィスがPRディレクションを行なっている。現在「トゥモローランド」「コンランショップ」などで販売中だ。

洗剤の種類は、全天然用と、素材別のスペシャルケア用途別のファブリックケアなどとある。90オンス（2.7リットル）容器にしては1,575円（税込）と手ごろ。

TOPICS

本物志向の男が求めるバッグとは？

老舗の松崎が新ブランドを発表

創業120年の老舗カバンメーカーで昨年11月にトライアイズ グループの傘下となった松崎が2009年4月に新ブランド「ヴァレー パーキング」をスタートする。ヴァレーパーキングとは、レストランやホテルで、従業員に鍵を預け、車の出入庫をしてもらう駐車場のこと。そんなリッチな特別感をバッグを通じて表現したいという。仕掛人は、田代俊明＝フリー・フォー会長（元グッチ グループ ジャパン社長）。「市場分析を進めていく中で、ラグジュアリーでもない、ストリートでもない、大人の男性に似合うカジュアルバッグに辿り着いた」。全4ラインのうち、09年春夏は2ラインを発表。「ジェット セッター ライフ」は、気軽なトラベルに対応したアイテムが中心。素材には、「グッチ」や「プラダ」なども使用するリモンタ社のコットンを用い、車のマフラーなどをモチーフにしたパーツで色気を添えている。「ロハス ライフ」は、柔道着に使われるコットンを使い、軽さと質感に特徴を持たせた。いずれも価格帯は3万～5万円が中心だ。

フリー・フォーが市場分析、デザインワーク、生産リソースの紹介を行ない、松崎は生産管理、受注、デリバリー、卸先の選定などを担当。「田代氏の海外ブランドでの経験と松崎の高度なモノ作りのスキルを武器に、新しいビジネススキームを成功させたい」と語るのは、松崎の小野雅司・取締役。松崎は「イサブロー1889」などオリジナルブランドを中心に、「キャサリン ハムネット」を始めとする9ブランドのライセンスも扱うが、デザイン、工場の提示まで受けるのは今回が初めてだ。販路は東西の百貨店各3店舗を予定。有力セレクトへの卸や、ゆくゆくは百貨店インショップ展開も視野に入れている。さらに、「3月に出展する香港レザーフェアをきっかけに、まずはシンガポール、香港にプッシュしていく」と、海外展開も狙う。初年度の売り上げ目標は9,000万円、次年度はその倍。初の展示会は3月4～5日に代官山のパンゲアソラリアムで行なわれる。

左：「ジェット セッター ライフ」は黒、緑、黄色の3色展開
上：「ロハス ライフ」のドラムバッグは4万8,300円