70ブランドが秋冬新作披露

第42回モード・イン・フランス展

フランス婦人プレテポルテ連盟は1月11～13日、第42回モード・イン・フランス展を開催し、3日間で2016年1月展を上回る1020社・1521名が来場した。今回より会場をベルサール渋谷ファーストに移し、オープンな雰囲気の中、63社・70ブランドがパリに先駆けて2017／18秋冬コレクションを発表した。

会期中、昨年7月に同連盟の会長に就任したピエール＝フランソワ・ルルエ氏がプレスミーティングで挨拶を述べた。ピエール氏は1973年生まれ。ネリーロディ(ジャポン、トレンドラボ、ボックス)、ナウ・アイディアズ、エチュード・スデュディオの代表を務め、2007年よりパリ・モード・フェミニン組合役員、2013年にフランス婦人プレテポルテ連盟の役員に就任していた。ネリーロディ時代に40回近く来日したというピエール＝フランソワ氏は日本市場を重視しており、フランスに進出する日本ブランドと双方向の発展を目指している。

フランソワ・ル・ルエ会長

「フランスではファッションブランドが100万人の雇用を生み、GDPの2・7%を占める。モード・イン・フランス展は20年以上前から開催しており、100年以上の歴史を誇る出展社がある」と市況を述べ、「当連盟の使命は、参加企業の輸出を発展させることであり、参加企業のデジタル対策をサポートする。フランスではレディースウェアはネット販売が17%を占め、10年前の6%から大きく増加している。また、ディストリビューターのニーズを把握するため、日本のバイヤーへのヒアリングを含んだ調査研究を進めており、6月に結果を発表する」と支援策を語った。

老舗の「ラリック」

ジュエリーブランドは21社が出展した。2回目の出展となる「ラリック」は1888年設立の老舗ブランドとして、アール・ヌーヴォーやモダン・ジュエリーの世界をリードしてきた。今回はセレクトショップ向けの商材を多く集めた。今年で創業30年になる「サテリット」はエスニックなデザインが特長で、様々な素材を大胆に組み合わせたファッションジュエリーを提供してきた。今回が初出展だが、「コレクション フランセーズ展」の常連である。

EPV認定を受けた「フィリップフェランディス」

「フィリップ・フェランディス」は1986年の創立で、高級コスチュームジュエリーのブランドとして知られる。2011年にはEPV（無形文化財企業）の認証を受けた。今回は日本市場向けに小ぶりな商材を用意したという。初出展の「センズ」では全てメードインフランスで、全てシルバー925やシルバー1000を使用し、3ミクロンのゴールドメッキを施している。シンボルマークは日本の扇子で、名前の由来でもある。

初出展となった「センズ」

フランス婦人プレテポルテ連盟のパトリシア・ブラフマン国際部長によると、「今回は前年の1月展より20%出展社が増加した。次回は2階の展示ホールとの併用も検討している。来場者の傾向として小売店が減少する一方でインポーターや輸入卸が増えた」という。

私の H＆B 日記

箸使いの「ビューティ」を追い求めて

小欄題目の片翼を担う「ビューティ」に絡め、箸使いの美しさについて筆者が考えていることを綴ってみたい。

2016年6月、東京銀座で通りすがった箸専門店に吸い寄せられるように入り込んだ。

子供の頃から持ち越している「箸使いが汚い人間」というネガティブな自覚を、この箸店は解決してくれるのではないかという瞬間かつ直感的な判断に背を押された格好だった。

期待は叶い、「持ち方矯正用」と掲げた箸を見つけることができた。生涯型といえそうな悩みを解決できるなら、2500円は安い投資だと思えた。

結論を先にいうと、矯正箸は悩み解決の「打ち出の小槌」ではなく、「こうして直してはいかがですか」と導いてくれる教材だった。

以降、年が変わった現在までに美しい箸使いを手に入れるための苦闘が続いている。

数十年間も染み付いたクセは簡単に修正できるものではなく、苦闘を始めた当初は手先から前腕を伝ったシビレと痛みが肩まで達し、食事が美味しくないこともしばしばだった。

何度も投げ出しそうになりながら継続する中、カタツムリのような速度で上達しているものと信じている。

こうした正しい箸使いへの憧れには、明確な理由がある。至極単純に、目にして「美しい」と息を飲んだ数えきれない経験による。

言い換えると、公私を問わない人付き合いの中で箸使いが美しい人物は例外なく上級な人物だと自信を持って言い切ることができる。

具体的いうと、焼き魚をマナー読本の写真の如く食べるタイプは、多角的に尊敬できる人物ばかりだった。

筆者は一時期、企業は人材採用において箸使いで人を見極めたら優秀で好漢な戦力が集められるだろうと想像し「名案だな」と悦に入っていたところ、さきごろ読んだ本で既に入社試験でエントリー者に箸を使わせる会社があることを知り、自分だけの妙案でないことが分かった。箸にも棒にもかからない人間にならないよう努力を続けていきたい。（石）

新年恒例の「開運 初売り」を開催

――エトワール海渡

エトワール海渡は、1月4日に新年恒例となる「開運 初売り」を開催した。

この日は毎年通常よりも1時間早い8時に開店したが、それより前に待っていたお客が会場となるファッション館の正面玄関から建物の裏の道路まで長い列をつくっていた。開店に先駆け、太鼓集団「鼓粋(こすい)」による祝い太鼓の演奏や豪華景品の当たる空くじなしの開運抽選会を行うなどして新年の仕入に意気込むお客をさらに活気づかせた。

開店時には、入口で早川謹之助社長をはじめ、同社役員の面々が新年早々の来店に感謝の意を表するため、お客一人ひとりに「開運 小判益」を手渡しした。

店頭では、新商品や売れ筋品を多数揃えて出迎えたほか、「おめでとう」のメッセージが入った紅茶パックの謹呈、価値ある商品が多数特別価格となる「開運 宝市」や「招福 宝飾&毛皮特価展」、さらに数量限定や時間限定で特別価格となる「タイムサービス」など、様々な企画を用意し、同社の営業も新春にふさわしく賑やかにスタートを切った。