

モード Mode Mode は語る

中野 香織

ファッションブランドのロゴ変更が続く。セリーヌ、バレンシアガ、バーバリー、そしてZARAまでも。デザイナー交替で路線が変わったと示すため変更する場合もあれば、フォントを変えただけにしか見えないケースもある。

実際、ファッション領域において、新ロゴでしか「新しさ」を表現できないのではと思うことがある。ダイエットプラダ (@diet_prada) というインスタグラムのアカウントがある。大胆不敵な管理者は、ファッションにおけるノックオフ（盗用）疑惑を情け容赦なく、時にユーモラスに暴いていく。

既存メディアは広告が入らなくなるこ

「新しさ」生む難しさ

盗用疑惑、インスタで暴く

とを恐れて、ブランドにももの申すことができない。しかしダイエットプラダは、どんな大御所であれ作品のネタ元をばらし、フォロワーと公開で議論する。2年間ほど匿名アカウントだったが、昨年、トニー・リュウとリンゼイ・スカイラーのふたりが管理者だと明らかになった。

次々に暴かれる有名ブランドの盗用疑惑写真を見ていると、「新しさ」を生み出すことがかつてなく困難な時代になっていることがわかる。グーグルの画像検索を使えば類似作がすぐに出るので、過去作品へのオマージュやリスペクトは最大限に慎重であらねばならない。創造性を発揮するためには思索の時間が必要だ



♡ ◻ ▽ ● ◻
we richard_hainesさん、 他19,533人が「いいね！」しました
diet_prada Was the phrase "borrowed from the boys" meant to be this literal? Or should it be "stolen from the boys"? Lol.

ダイエットプラダ
では類似デザイン
が比べられている

が、モードのサイクルが早く短くなり、デザイナーにそんな猶予は与えられない。新作が作れなければあっさり交替だ。

マルタン・マルジェラは、忘れられた古着を新解釈で現代に蘇らせることで「新しさ」を出した。今をときめくヴァージル・アブローは、DJの腕を活かし、複数のデザイナー作品のリミックスで「新しさ」を生む。「新しさ」など放棄して数年前の売れ筋を再生産するだけのブランドもある。リユース、リミックス、リプロダクションによる提案。そういえば消費者自身が、インスタグラムを通してコピーしあい、メルカリで古着を売買し、勝手にリミックスを楽しんでいる。

消費者がフォローしているのはもはやデザイナーの作品ではなく、売り手の手法そのものである。次は印鑑のフォントでも変えてみようか。（服飾史家）