

# モード Mode Mode は語る 「ハッキング」で冒険に挑む

中野 香織

人と会う機会が激減したことで、消費者が「今シーズンの新作」を求める動機が減り、ファッショントレンドなるものが空洞化している。「新作」の意味も価値もあいまいになっている。

一方で、中古市場が活況を呈している。「サステナブル・ブランド・ジャパン」という情報サイトによれば、2019年に2兆9000億円だった世界の古着市場は、24年に6兆7000億円になると予想されている。中古品を着ることは、持続可能な循環型社会に貢献するという意識が育っていることも市場を盛り上げる。

ブランド側も、中古市場に参入している。偽造品を徹底排除するためには、直

## 新旧が混在する時代

接、ブランドが中古品市場に関わることに不可欠になった。自社独自の「認定中古」なる概念を持ち込む企業もある。

そのように新旧が混在している時代において、モードが提供できる新しさとは何なのか？

グッチのアレッサンドロ・ミケーレが4月中旬に発表した「アリア」コレクションに、そのヒントを見る思いがした。彼は他のブランドと足並みをそろえるファッションウィークから外れ、独自のペースで発表した。さらに、コレクションには「2021年秋冬」のようにシーズンを限定せず、アリアと称した。「メヌエット」「エピローグ」のように音楽的にコ



グッチとバレンシアガのロゴが並ぶ  
ミケーレの作品＝Gucci提供

レクションを分類していくことで、作品は時を経ても「古く」なることはない。

また、ミケーレは「バレンシアガ」のデザイナー、デムナ・バザリアに敬意を表し、バレンシアガとグッチの特徴を融合した服に両ブランドのロゴを並べた作品も発表した。従来ならコラボだが、ミケーレはそう呼ばず、これを「ハッキング」（侵略）と呼んだ。悪いイメージではなく、両者をシャッフルして天真爛漫（らんまん）に遊んでいる印象である。

システムの枠内で新しさをつくらうとするのではなく、そこから出て別次元の 카테고리をつくり、そうした実験にふさわしい意外性のある用語で自分の活動をとらえなおす。多くの同時代人に応用可能なヒントを見る気がする。「新しさ」は、冒険に挑む脳内に生まれるのだと、ミケーレは教えてくれる。（服飾史家）