

STEPHAN SCHNEIDER

ステファン・シュナイダーは伝統的なメンズウェアをデザインコンセプトの基礎に置き、アンチファッション派に向けた服を作り出す。デザイン哲学は、服によって着る人の個性を表現すること。シュナイダーの服にはつねに、非の打ちどころのないクオリティと、都会的なエッジが共存している。

ドイツ生まれのステファン・シュナイダーは、1994年にベルギーのアントワープ王立芸術アカデミーを卒業した。卒業制作コレクションが高い評価を受けたことで、パリのファッションウィークに作品を出展するチャンスを得る。そこで、世界各地のバイヤーから注文を受け、ただちにビジネスを立ち上げるようになった。

ステファンシュナイダー／

シュナイダーの会社は順調に成長を続けてきた。現在では世界各地に70カ所の販売拠点を持ち、中でも日本を最大の市場としている。1996年、ヨーロッパ1号店となる旗艦店をアントワープの中心部にオープンさせ、2001年2月には東京店もオープンさせた。2007年には、ベルリン芸術大学でファッション学科の教授に就任している。

シュナイダーの服は、着る人の自己表現とブランドの個性の確立を目指す。メンズウェアにレディスウェアと同じ素材を用いるシュナイダーのコレクションは、男性の“ジェントルな性質”と彼が呼ぶものを表現している。シュナイダーの会社はベルギーの工場に自社所有の設備を構えており、裁断は手作業で行われ、時間をかけて最高級の仕上げがなされる。シュナイダーは、幅広い種類の素材を使って個性と特徴を打ち出すことで、一見して彼のデザインと分かる服を作っている。

メンズコレクションには、シュナイダーの年齢と男性性に関する考えが反映されている。「男性の持つ最も魅力的な要素は、少年らしさだと思う。人によっては、一生持ち続ける性質だ。僕のメンズウェアは、男の中の少年の部分を強調するものなんだ」この若々し

いヴィジョンがシュナイダーのスタイルの特徴であり、それは服だけでなく、コレクションのプロモーション写真にも表れている。「僕のデザイン哲学は、情熱とひと続きになっているんだ」とシュナイダーは言う。「優れたメンズウェアというのは、一見気楽に見えて、実は洗練されている。メンズウェアは急激に変化するべきではないけど、たえず強い感情を呼び覚ますものでなくてはならない。僕の美意識は、洗練と大衆文化の境目に位置する、生意気なパラドックスといったところかな」

シュナイダーは、コンテンポラリーなメンズウェアには新鮮さが必要であり、既存のものに寄りかかりすぎではいけないと言う。服は人間らしく、チャームングであるべきだと考えるシュナイダーは、デザインに完璧さは求めていない。「大事なのは、やめどきを知ることだよ」と彼は言う。「僕はデザインを変えて試作を繰り返すことはないんだ。どのアイテムも最初のヴァージョンを使うようにしている。最初に作った服は洗練されていないから、いまいちパツとしないように見えるものだ。でも、ずっと見ているうちに、魅力が感じられてくるんだ。初めて見たときはどうかなって思うスタイルでも、ジョップに並べてから半年経つと、すっかり気に入ってしまう」

シュナイダーがデザインをするうえで最も楽しいのは、完成した作品に驚かされるときだ。「コレクションを作り出す作業は、いつ

〈お詫びと訂正〉

誠に申し訳御座いません。弊社の商品「モダン・メンズウェア」の174と176ページの文章に誤りがありました。お詫びして訂正させていただきます。
ブルース・インターアクションズ編集部 2008.10.1

※174と176ページは、下記の文章が正しい内容となります。写真のキャプションはそのまま正しい文章です。

CITING TRADITIONAL MENSWEAR AS THE BASIS OF HIS DESIGN CONCEPTS, STEPHAN SCHNEIDER CREATES CLOTHES FOR THE ANTI-FASHION ESTABLISHMENT. HIS DESIGN PHILOSOPHY IS CONCERNED WITH ALLOWING THE INDIVIDUAL TO BE SEEN. HIS CLOTHES ALWAYS HAVE IMMACULATE QUALITY COMBINED WITH AN URBAN EDGE.

GERMAN-BORN STEPHAN SCHNEIDER GRADUATED FROM THE ROYAL ACADEMY OF FINE ARTS IN ANTWERP, BELGIUM IN 1994. FOLLOWING THE SUCCESS OF HIS FINAL GRADUATE COLLECTION, SCHNEIDER WAS AWARDED THE OPPORTUNITY TO EXHIBIT A STAND OF HIS WORK DURING PARIS FASHION WEEK. HE RECEIVED SEVERAL ORDERS FROM INTERNATIONAL BUYERS AND SET HIS BUSINESS UP IMMEDIATELY.

も順調に進むわけじゃない」と彼は言う。「でも、これがどんなふうになるのか、この小さな布きれが完成したらどんな服になるのか、型紙に描かれたこのプロポーションが体の上でどう見えるのかを想像すると、胸がわくわくするんだ」

デザインプロセスの中で最も難しいのは、想像することだとシュナイダーは言う。デザインの過程では、色や素材、プロポーションが実際の服としてどう見えるかを想像する必要がある。「そのうえ、素材や型紙を決めるためには、ファッション界の動向も考えに入れなきゃいけないからね。僕はシーズンごとに、自分の中の欲求を自覚することから始める。求めているのは、服だったり色や素材だったりする。だから、コレクションによっては、スタイルの違うシャツが15種類入っていることもあれば、3種類しかないこともあるんだ。フォーマルが作りたいたとか、遊び心を出したいところから、そのシーズンの雰囲気が決まるからね。そこから、じっくりと素材の構想を練っていくんだ。コレクションで使う素材の90パーセントは、僕がデザインと色を決めている。あとは、ボリュームを調整して、型紙を作っていく」

完成したコレクションを見てそれに驚かされるのが、シーズンごとのシュナイダーの楽しみだ。彼が“ニッチな顧客”と呼ぶ自分の服の愛用者が、その服を着てくれることを思うと嬉しくなるとい

「僕のお客は、ファッションをステータスの証だとは考えていない。一種のアンチファッション派で、ブランドはあまり気にしないんだ。着る服は自分で見つけたいと思っているから、ブランドのイメージには興味がないんだよ」

シュナイダーは、自分のメンズウェアはすべて伝統に基づいていると言う。「僕にとって伝統は文化だから、それを排除しようとは思わない。僕は発明家じゃないし、斬新なものを作ることに価値を感じないんだ。それよりも、時代に沿ったものを見たり作ったりするほうがいいね」

ステファン・シュナイダーの創作、ビジネス両面での急激な成功は、進歩的な方法で表現されたコンテンポラリーなメンズウェアが、世界的な市場で評価され、通用することを証明している。シュナイダーは十代の頃、Jean-Paul Gaultier のタートルネックや、Yohji Yamamoto のスーツ、John Flett のジャケットを思っ

て眠れない夜を過ごしたという。シュナイダーにとってデザイナーは、まさに天職だったのだ。「1990年にファッションの勉強を始めてからは、夜はぐっすり眠れるようになったよ」