

アーロン・デルグッソ
LIKELIHOODオーナー（米シアトル）

生地の革新性を求める、ブランドがどのように色を進化させているかに注目しています。反射素材をはじめ、生地の機能性が高まっていく進化をワクワクしながら見守っています。控えめな、またはスキンカラーのパレットが今後も登場するでしょう。この色彩は、ラフ・シモンズが手かけたアディダスのサンドカラーのスニーカーや、Yeezy 1コレクションの成功が影響しています。また、ビッグトレンドに関しては、マスキュリンの復活を予想しています。中性的なラインを数多くにしてきましたが、これは“男らしさ”や厳格な着こなしの“決まり事”から離れたマスキュリンの再定義を導いたと思います。しかしながらこれからは、より伝統的で男らしいカラーパレットやシルエット、スタイリングに、コンセプチュアルなデザインの大膽なグラフィックやインパクトのあるブラック&ホワイトを加えたものが復活すると予想しています。



ペトラ・フィッシャー
FISCHER FASHION HOUSE
マネージングディレクター
(ドイツ・コンスタンツ/ジンゲン)



デザイナーのコレクションやベーシックなコレクションの国際的なトレンドに加えて、個性を強調したものに注目しています。私たちは、お客様が本当に求めているものを探しているのです。これに応えるためには、お客様との親密な関係を築いていかなければなりません。お客様お一人おひとりが自分らしさを表現する方法を求め、個人主義への傾向がますます際立っています。お客様は特別なものを求めているのです。品質の高いアクセサリーを使えば、独特の個性を引き立てることができます。成熟した女性は高級品を購入し、スポーティーと女性的なクラシックを組み合わせ、都会の着こなしを作り上げています。

澤村 泰介
吾亦紅 ディレクター（東京）

これから先の展示会やデザイナーによるファッションショーに求めるものは、素材が重要だと思います。そしてその素材をどうアレンジするかといったアイデアに注目しています。次のビッグトレンドとして予想するのは、アンティークとヴィンテージ。ショップとしての独自性が今後のマーケットの中で重要視されていくと思うので、他にはない唯一無二なもの、店から発信する独自のスタイルが求められていると思います。



ジョルジオ・ダントーネ
DAAD DANTONEオーナー（ミラノ）

お客様は常に、私たちが提供するニュースとモダンな女性と男性になるための“方程式”を求めています。ここ最近、中国の新進デザイナーが作るフォルム、ボリューム、生地へのニーズが高まっており、ショップのスペースも広く設けています。いつもそうですが、次のキャットウォークでも、お客様を驚かすことができる何か新しい提案を探します。90年代初期のロマンチックなスタイルが、大きなトレンドになる予感がしています。



アネット・ベンドラーーヴィーダーホフナー
BENDLER SHOWROOMオーナー
(ドイツ・エアフルト)

とても着心地が良い高級素材と完璧なカットの技術が見られるデザイン。これが私が求める重要な要素です。数シーズン前から、ビッグトレンドを追いかけるのはやめました。今の時代のトレンドというものは、明日には廃れてしまうようなものだったり、数えきれないほど複製されるようなもので、メインストリームと均一性とが取り違えられていることがよくあります。しかしながら前シーズンのお客様は、明らかにニットのロングカーディガンとフリンジのディテールを施したアイテムを求めていました。



ヘレン・キルコヴァ

AT ATELIER 1マネージングディレクター兼共同創設者（ウクライナ・キエフ）

私にとって、キャットウォークや展示会を見ることはとても重要です。そこで新しいもの、超最新のもの、ファーストシーズンやファーストコレクションを目撃し、誰よりも先にデザイナーを発掘し、フォローしていきたいのです。成熟したブランドについても、どのように一步先を行き、どう商品化していくかに注目しています。とても控えめなスタイル（セリーヌ）と、とても大胆なスタイル（モスキーノ）の中間を行くものが、これから数シーズン続いていると思います。自分がオリジナルになるスタイルや、インパクトのある商業的なアイデアを組み合わせるのも良いでしょう。お客様は、アーカイブの素材にヴィンテージやコンテンポラリーを組み合わせたりもしています。ランパン、バレンシアガ、ディオールに就任する新しいデザイナーのファーストコレクションを、2016年に目撃できる日を今から楽しみにしています。

