

# DOLCE & GABBANAのデザイン及び製品設計

Product design of DOLCE & GABBANA

宮武恵子・宮澤俊恵

Keiko MIYATAKE and Toshie MIYAZAWA

## 1. はじめに

2009年の2月にパリ・ミラノ、同年9月と2010年2月にミラノを訪れて、イタリア・ラグジュアリー・ブランドの概要、物作りの方法について研究を行ってきた<sup>1)</sup>。その結果、イタリアのラグジュアリー産業界では、当たり前の概念として3つの事が確立されていなければブランドとして成立しないことが理解できた。第一に商品に対しての絶対的な価値を落とさないことを持続していくことである。第二に世界展開している店舗についてはそれぞれの国の特性は理解しながらも統一したイメージを追及するために店舗の外観・内装・什器にいたるまで綿

密に計画されていることである。第三にイメージを提供するアドバタイジングが重要であるということである(図1)。

ラグジュアリー・ファッション分野における理論的枠組みについて海外の文献を調査すると、フランスでは、2007年にUche Okonkwo氏が「Luxury Fashion Branding」の中で、ブランディング戦略としてクリエイティブ・ディレクションの重要性を説いている<sup>2)</sup>。クリエイティブ・ディレクションとは、イメージ戦略も含めたデザインを示している。クリエイティブ・ディレクションは、商品・店舗・イメージの戦略には、欠かせないものである。2009年にはイタリアのERICA CORBELLINI氏とSTEFANIA

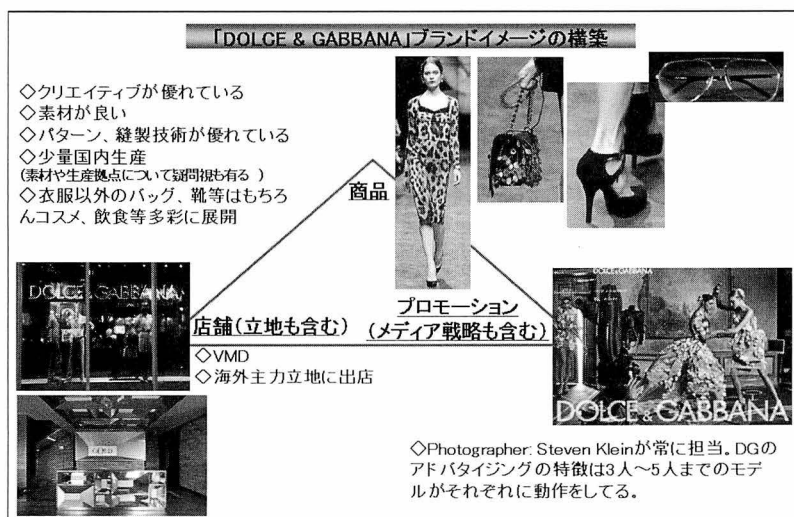


図1

SAVIOLO氏が、「Managing Fashion and Luxury Companies」の中で、ラグジュアリー・ブランディングについて体系化している<sup>3)</sup>。これら海外文献について、プレタポルテ・ブランドは、幾つかの要素の中の一つに「商品に対しての絶対的な価値を落とさないことを持続(サスティナビリティ)していくという概念」がある。価値を落とさない概念はクリエイティブと技術の融合である。

現況のイタリア・ブランドの中でもアパレルから発祥した多くのブランドでは、他分野展開でブランドを拡大している。レディース、メンズのアパレルにとどまらずに下着、バック、靴、時計、メガネ、香水、ジュエリー(デザイン・ジュエリー)、ホーム・コレクション/インテリア、ホテルまでビジネスを広げている。近年では、生活シーン、時間をすごすためのビジネス提案へと拡大している。ホーム・コレクションにとどまらずにホテルやスパまで提案している。「ブルガリ」や「アルマーニ」がその事例である。「アルマーニ」は、2009年3月に「アルマーニ・ホテル」がドバイにオープンし、ミラノでは、モンテナポリオーネにオープン予定である。これらのビジネスの基盤になっているのは、アパレルである。アパレルのクリエイティブの強い信念があるからこそビジネスを広げることができる。

クリエイティブの発想、言い換えればデザイン発想する源は、ブランドのクリエイティブ・ディレクターであるスティリスタ(日本ではデザイナー)である。本研究では、イタリア・ブランドとして確立しているDOLCE & GABBANAをベンチ・マークして、デザイン及び製品設計の概要について考察することを目的とする。

## 2. 研究方法

研究の方法としては、2つの視点で分析する。

第一に、先行及び文献調査から、ドメニコ・ドルチェ(DOMENICO DOLCE)とステファ

ノ・ガッバーナ(STEFANO GABBANA)の生い立ちからブランドが確立された背景について分析を行なう。生まれてから生きてきた環境そのものがデザインの根源になっていることが推測できる。デビューから20年間のプレタポルテ・コレクションのテーマ、スタイル、デザインを分析し、歴史的考察を試みる。

第二に、2009年2月と9月にミラノで行なったインタビュー調査、フィールド調査から明らかになったイタリア・プレタポルテにおける製品設計の概要(図2)に沿って2010年秋冬のデザイン予測を行なう実験をする。デザイン発想の実験は、4つの段階で行なっていく。

①デザインのルーツを考察する。ブランド立ち上げから現在までのコレクション作品を検証してデザイン・ルーツの分析を行なう。またフィールド調査で展開商品の定点観測を行い、現状の商品展開の方向性を探る。

②デザインを発想するための基盤となるムードの設定をした<sup>4)</sup>。ここで言うムードとは、クリエイティブな発想をする上で、インスピレーションを受けた具象物を写真に撮ったり、雑誌等を切り抜いたりして大きなボード(天井まで届くほどの高さのボードや壁一面を覆い尽くす

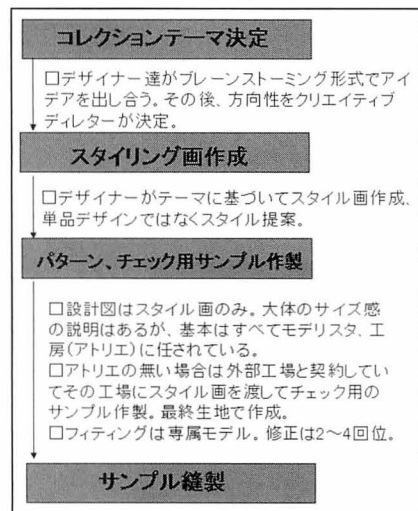


図2

ほどのボード) に貼り付けていく手法のことである。ミラノではムードと称しているが、欧州ではムードボード、テーマボード、ストーリーボードとも言っている。ムードは、(図3)のように、抽象的な表現である<sup>5)</sup>。

③予測をしたデザイン画に基づいてミラノ在住のモデリスタ(日本ではパタンナー)に型紙作成を依頼する。サンプル縫製は、縫製工場に量産を前提として依頼する。サイズ設定は、プレタポルテ・モデル寸法のサイズ40で、身長170cm、バスト83cm、ウエスト66cm、ヒップ92cmとした。モデリスタは、年間600型のパターンをおこしている日本人で、主な取引先はJil Sander(ジルサンダー/クリエイティブ・ディレクターは、RAF SIMONS/ラフシモンズ)、LUCIANO SOPRANI(ルチアーノ・ソプラニ)、ロンドンコレクションに出展しているデザイナー等のプレタポルテに携わっている。依頼先によってパターンだけ、又はパターンからファースト・サンプルまで関わる等業務は異なる。今回のデザイン予測の作品については、スタイル画と素材をモデリスタに送付し、トワルチェックはミラノ(モデリスタのSTUDIO)で行なった。ミラノ・プレタポルテ商品のトワルチェックは、トワルは最終生地又は生地がない場合は最終生地に近い風合いのものを使用する。また通常各ブランドがフィティング・モデルを確保してある。モデル・フィティングのためのサンプルは、ロック始末等の縫いしろ始末はし

ていない状態で行う。今回の実験では、トワルチェック用の縫製については、個人商店のような工場に依頼している。この工場は、現在79歳の女性が経営していて、全て彼女の個人技術に頼っている状況である。サンプル縫製は、モデリスタが取引をしている工場、場所は、国鉄プレーシャ駅から10キロ程度、50名くらいの従業員がいる非常に丁寧な仕事をする事で評価されている縫製工場に依頼する。この工場は、ミラノ・プレタポルテの有名ブランドを取り扱っている。モデリスタによると、縫製の質は大変高く、出来上がりも「今風」ということである。記載のように今回の制作はすべてミラノ式で進行していく。

④デザイン予測をした作品については、2010年秋のDOLCE & GABBANAブランドの店舗で調査をおこなう。予測をした作品と展開されている商品のデザインについて妥当であったのか検証を行う。

### 3. 歴史的考察

#### (1) DOLCE & GABBANA略歴

DOLCE & GABBANAとは、ドメニコ・ドルチェ(Domenico Dolce)とステファノ・ガッバーナ(Stefano Gabbana)がイタリアのミラノで本拠地を構えるブランドである。

ドメニコ・ドルチェは、1958年8月13日、シチリアにあるパレルモのポリッツィ・ジェネローザで生まれた。シチリアで仕立て工場を営する父サヴェリオの家業を年少の頃より手伝い、また母親は服や下着、水着、ストッキング、布地、カーテン、裁縫用具などを扱う雑貨店を持っていたことから、彼は服作りやその素材が常に身近にある環境で成長したことがわかる。その後、シチリアからミラノへ行き、多くの専門家をモード界へ送り出している服飾専門学校インスティテュート・マランゴニ(Istituto Marangoni、1935年創立、ミラノ)で1年半学び、デザイナーのアシスタントとして働いた。一方のステファノ・ガッバーナは、1962年11月

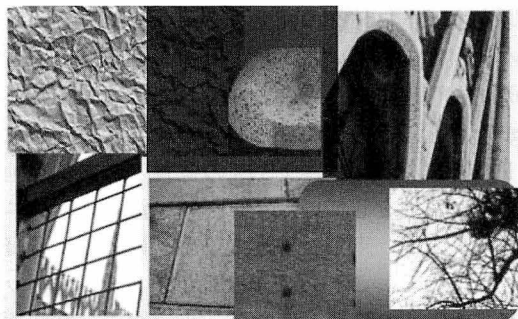


図3

14日、ミラノで生まれた。父親と母親は印刷関係の仕事をしており、彼自身もグラフィック・デザインを学び、グラフィックスタジオで働いた経歴をもつ。そして、ドルチェがアシスタントをしていたデザイナーのスタジオへ、ファッションに興味はあるが経験の全くないガッバーナが面接の応募をしてきたことをきっかけに二人は出会った。それからドメニコがガッバーナにスケッチを指導し、彼らはスタジオで活動を共にした。その後、1982年にドルチェとガッバーナの二人で独立をした。

1985年10月、彼らはミラノ・コレクション新人部門でDOLCE&GABBANA (レディス) を発表し、ブランドが誕生した。1986年3月には、自社製作による初コレクションを発表した。1988年10月、レニャーノ (ミラノ郊外) のドルチェ家が所有する衣料生産工場であるドルチェ・サヴェリオ社とプレタポルテ製品の生産契約を結び、1990年1月、最初のメンズ・コレクションを発表し、同年4月にはニューヨークにて初のメンズ、レディスファッションショーを行うなど、次々に新たな展開を進めた。

一方、1989年7月にはインナーウェアとビーチウェアのコレクションを発表し、1991年9月、ライセンス供与による初のアクセサリー・コレクション (スカーフ) がスタートした。その後、ライセンスアイテムはネクタイ (1992年1月)、メンズのビーチウェア (1992年7月)、メンズのインナーウェア (1993年1月) とアイテム数を増していった。1992年10月には、ブライダルコレクションとユーロイタリア生産・販売による最初の香水ドルチェ・アンド・ガッバーナ・パフュームを発表した。

アーティストとの関わりも深い。1993年9月にアメリカの歌手マドンナの「The Girlie Show」ワールドツアー用衣装150点を独占製作した。ドルチェとガッバーナは強い個性を持つ女性を理想とし、その後もマドンナとのコラボレーションは続く。

1994年1月にはイタリアのイゼルニアにあるイッティエレ社が生産・販売にあたる、若者向けのセカンド・ラインであるD&Gが発表され、D&Gメンズ・コレクションがスタートした。続いて同年3月には、D&Gレディス・コレクションが発表された。その後、1995年1月、メンズ、レディス共にドルチェ&ガッバーナ・ジーンズを発表し、ますます活躍の場を拡大した。

1999年5月、DOLCE&GABBANAは商品の製造および販売過程一元化のため、グループの服飾部門で主要なライセンス保持者となっているDolce Saverio S.p.A.社 (現 Dolce & Gabbana Industria S.p.A. 社) の51%を取得し、また、販売店への流通を独自に管理運営するDGS社の100%を取得した。2000年2月、新しい時計ライン「D&G TIME (ドルチェ&ガッバーナタイム)」をイタリア国内およびヨーロッパで発売。Binda International (ビンダ・インターナショナル) 社が生産・流通にあたる。また、2000/01年秋冬から、インナーウェアとビーチウェア、スカーフ、およびネクタイの生産・流通ライセンスを自社に吸収し、さらなる販売過程の一元化を進めた。2005年1月にはドルチェ&ガッバーナS.r.l.はイタリア初のアパレル企業として、中国で現地代理店を仲介せずに事業を行うことができる事業認可を取得し、杭州市にフラッグシップ・ストアをオープンさせた。2009年6月、D&G初のオンライン・ブティックが開設された。販売開始時点で欧州、米国、日本を含む31カ国で利用可能となった。現在、販売ネットワークの開発ガイドラインはミラノ本社が作成している。イタリアの直営店は小売販路を管理するために設立されたグループ企業が管理し、その他のヨーロッパにある直営店はドルチェ&ガッバーナS.r.l.の監督下にある現地企業が管理をしている。さらに、海外市場はニューヨーク、東京、香港の子会社によって監督されている。これらの子会社はドルチェ&ガッバーナS.r.l.の管理下にあり、小売および卸売販売のマネジメントを各地域で調整している。

また、新たなコレクションのあり方として、2011-12年レディス・コレクションにおいて、インターネット・ワイヤレス接続を導入し、コレクション会場を訪れたゲストがコレクションの様子を伝えることができるようになった。ゲストのコメントはキャットウォーク奥に置かれたスクリーンに映し出され、Facebook、Twitter、DOLCE&GABBANA公式ページに公開された。

DOLCE&GABBANAの活躍は文化やスポーツの場面からもみることができる。スポーツにおいては2004年9月よりイタリアのサッカーチームであるACミランの公式ユニフォームを製作したことを始まりに、FIFAワールドカップ2006年ドイツ大会におけるイタリア代表オフィシャルスーツをデザインした。また文化面では、2010年11月から2011年6月にかけて、パリの服飾装飾美術館にて「理想的な現代モードの歴史 Vol. 2 : 1990年から2000年」展が開かれ、DOLCE&GABBANAの作品2点が展示された。このことから、ドルチェとガッバーナがイタリアを代表するデザイナーとして認められ、また、彼らの作品が現代のモードを象徴する重要な作品として評価されていることは明らかである。

DOLCE&GABBANAと日本の関わりは、1989年4月に東京で初のレディスファッションショーを行ったことから始まる。1996年4月にDOLCE&GABBANAとD&Gラインは日本における販売を三崎商事と契約した。その後、2001年8月に日本支社としてドルチェ&ガッバーナ株式会社が新設され、直営店やショッピンショップに対してDOLCE&GABBANAラインとD&Gラインの流通を開始した。しかしながら、現在は2010-11年秋冬コレクションの販売をもって日本国内におけるD&Gのウェアと皮革製品事業を休止している。

## (2) 作品について

デビューから20年間のレディス・コレクションの作品をもとにDOLCE&GABBANAの特徴を捉えブランドとして確立した背景を考察した

い。デビューの1986年S/Sから2005-06年A/Wまでのコレクションテーマを表1にまとめた(S/S=春夏、A/W=秋冬、以下同様)。また、ドルチェとガッバーナのコメントや作品から各シーズンの特徴を捉え記した。そして、その中で頻繁に登場したアイテムをピックアップし、そのアイテムが登場したシーズン数を表2にまとめた。

1986年S/S、ヴェルサーチやアルマーニによる大きな肩やミニスカートが流行していたミラノにおいて、彼らの最初の作品はトップスに繭のようなボリューム感を出した、それとは全く異なる提案であった(図4)。これは後に「服作りは常に女性のフェミニンさを強調しながら、縛られず、自由に生きるためのパーソナリティを表現することだ」<sup>9)</sup>と語る彼らの姿勢を表わすデビューとなった。

1987-88年F/Wのテーマは「Sicily」。ジャージー素材を基調とし、踝ほどまであるロングのワンピースでドレープが特徴的である(図5)。いずれも無地で黒やグレー、ブラウンといった落ち着いた色調でシチリアの女性を表現している。イタリアのシチリアは前述の通り、ドルチェの出身地である。その後も1988年S/S「The Leopard」(映画「山猫」、ルキーノ・ヴィスコンティ監督、1963年、イタリア貴族を描いた作品)、1988-89年F/W「Baroque and Neorealism: Rossellini/De Sica/Visconti」(Rossellini=ロベルト・ロッセリーニ、De Sica=ヴィットリオ・デ・シーカ、Visconti=ルキーノ・ヴィスコンティ、彼らはネオリアリズムといわれる、イタリアにおいて1940~50年代に映画と文学で盛んになった潮流を代表する3人の映画監督)、1989年S/S「La Targa Florio」(タルガ・フローリオとは、1906年から1977年にかけてシチリアで行われた公道自動車レース)、とイタリアをテーマにしたコレクションを次々と発表している。また、イタリアの画家の絵画作品がプリントのモチーフとして用いられることもあった。1990年S/Sには、ラファエロの「ガラテイアの勝利」、

表1 DOLCE & GABBANAのコレクションテーマ

| シーズン    | テーマ | 特徴   |  |
|---------|-----|--|--|
| 1986    | S/S | Geometrissimo  | 幾何学的な裁断により、ジャケット、スカートにも見えるドレスを提案。                    |
| 1986-87 | F/W | Real Women   | 友人をモデルに起用したことからこのテーマとなった。                            |
| 1987    | S/S | Trasformiamo   | 変形することで何通りもの着こなしができることを提案。                           |
| 1987-88 | F/W | Sicily   | イタリア南部のシチリアを創造源に、ジャージー素材を多用し、敬虔な女性を表現した。             |
| 1988    | S/S | The Leopard  | 映画「山猫」ルキノ・ヴィスコンティ監督の情景から発想。                          |
| 1988-89 | F/W | Baroque and Neorealism:<br>Rossellini/De Sica/Visconti | バロックとネオリアリズムとして代表的な映画監督の世界観を発想源とした。                  |
| 1989    | S/S | La Targa Florio  | ジャケット、シャツのマニッシュなスタイルとかが針織みを用いたロマンチックなスタイル。           |
| 1989-90 | F/W | The Forties  | ドット、花、星柄とこれまでにほとんどなかった柄ものが登場。                        |
| 1990    | S/S | The Sixties  | ラファエロの絵画から浮遊するイメージをヒントにスワロフスキーのストーンを多用した。            |
| 1990-91 | F/W | Little Italy   | ビーズや羽による装飾が施されたコルセットが印象的。メンズがスタートした。                 |
| 1991    | S/S | Love   | セクシーな衣装が本格的にスタートし、多種多様なコルセット、ブラジャーが登場した。             |
| 1991-92 | F/W | Pin-Ups  | レオパード柄のファーや大ぶりなストーンの装飾による華やかなコルセットを提案。               |
| 1992    | S/S | La Dolce Vita  | 1960年公開の映画「甘い生活」と「ナポリ湾」のソフィア・ローレンから発想。               |
| 1992-93 | F/W | The Trips  | ピンストライプのスーツ、白シャツ、コルセットが印象的。                          |
| 1993    | S/S | The Seventies  | ポッティチェリの絵画のプリントやパッチワークのロングスカートなど華やか。                 |
| 1993-94 | F/W | Orient-Express   | ビクトリア朝風でマニッシュとロマンティックが融合した雰囲気。                       |
| 1994    | S/S | Mediterraneo   | アルマータデマの絵画をイメージしたプリントとシチリアのレースカーテンの白を多用。             |
| 1994-95 | F/W | New Rock 'n' Roll                                      | エルビス・プレスリーの50年代ロックにビニール素材を用いたジャケットを提案。               |
| 1995    | S/S | Hollywood Glamour                                      | 男性的なジャケットと白いシャツ、ネクタイにショートパンツを含めることで女性らしさが強調されたスタイル。  |
| 1995-96 | F/W | Belle de Jour  | カトリーヌ・ドヌーヴ主演の映画「昼顔」より女性の二面性を表現している。黒が基調となっている。       |
| 1996    | S/S | Aeolian  | 洗練されたイタリアの夏をアニマル柄を多用して表現した。ファーも使用している。               |
| 1996-97 | F/W | Fellini/Le Notti di Cabiria                            | フェデリコ・フェリーニ監督の映画「カリビアの夜」から、柄と柄をうまく組み合わせたスタイルを提案。     |
| 1997    | S/S | China  | 中国刺繍が施されたロングスカートにレオパード柄とコルセットをスタイリングし、中国とのコラボレーション。  |
| 1997-98 | F/W | Fellini/Roma - The Vatican                             | フェデリコ・フェリーニ監督の映画「ローマ」、ロングドレスにコルセット、ヴェールと羽の装飾りが印象的。   |
| 1998    | S/S | Stromboli  | ストロンボリ山はイタリア南部、リバリ諸島北東端の火山島。シフォンで透け感のあるドレスや装飾りが目立つ。  |
| 1998-99 | F/W | Dior and Balenciaga: Romantic<br>and Tailoring         | 輝くサテンやメタリックなシルバー地など新しい素材を使い定番のコルセットやスーツと組み合わせている。    |
| 1999    | S/S | New Black - Hologram                                   | ビニール素材やフォログラムがプリントされた生地などを用い、グラマーでロマンチックなスタイルを提案。    |
| 1999-00 | F/W | Kitsch   | 柄と柄、ファー、ビーズ、刺繍、ストーンとあらゆるものを組み合わせた色で溢れたコレクション。        |
| 2000    | S/S | Mix and Match  | 万華鏡を覗いた様な色使いは前作に引き継ぎ、柄、ファー、ストーン、ビーズなど異素材を組み合わせたもの。   |
| 2000-01 | F/W | Tamara de Lempicka                                     | アールデコの画家タマラ・ド・レンピッカをテーマに、フリーツを用いたドレス、パンツ、コートが新鮮である。  |
| 2001    | S/S | Madonna - The Eighties                                 | 80年代マドンナをテーマに、黒のスーツやスエードのフリンジのついたパンツなどウエスタンを加えたスタイル。 |
| 2001-02 | F/W | New Hippies  | レース、花柄、ミニドレスなどロマンティックにスキニーブーツやファーのしっぽをプラスしたスタイル。     |
| 2002    | S/S | Latina   | 南アメリカの雰囲気でも赤、黄、オレンジ、ターコイズと鮮やかな色使い。コルセットも麻素材が登場。      |
| 2002-03 | F/W | Rustic Autumn  | 裾にフリンジの付いたスカート、ボンチョ、マフラーやシチリアを連想させる帽子、ベストなどのアイテムも登場。 |
| 2003    | S/S | Vintage - Sex and Love                                 | チェーンやビス、シルバーなどメタリックなイメージの強いスタイル。                     |
| 2003-04 | F/W | Techno Romantic  | クリスタルのフリンジ、シフォンやサテン、レースを使ったドレスに幾何学柄などをミックスした。        |
| 2004    | S/S | Flower - Power   | ベイズリー、フラワー、ポップアートなどのプリント地とレースを組み合わせ40～60sの雰囲気を出している。 |
| 2004-05 | F/W | Helmut Newton  | ファーを使ったコートやジャケット、レースの袴やストーンの飾りによりラジギャリーなスタイル。        |
| 2005    | S/S | Africa   | バイソン、アニマル柄、フェザーを主に用い、レースやストーンを加えることで独自のサファリを表現。      |
| 2005-06 | F/W | Swinging London  | 豪華にファーを使ったコートやツイードのパンツやコートから上品な雰囲気を感じさせるスタイル。        |

参考: 参考文献(2)

1993年S/Sではポッティチェリの「ヴェーナスの誕生」が生地にプリントされスカートなどで登場している。DOLCE&GABBANAはイタリアで生まれた文化からインスピレーションを得てデザインに取り組むことが多いとわかった。2002年S/Sのような南アメリカなど時には発想の源がイタリアから離れることはあっても、根底にはイタリアの存在があり、2002-03年F/Wのように、翌シーズンには再びシチリアに戻っている。

そしてイタリアの伝統を取り入れたクラシカルな要素も多く含んでいる。ガッバーナはシチリア文化であるかぎ針編み、黒、作業帽のコッポラ、ピNSTRAIPが大のお気に入りである<sup>7)</sup>と語り、またシチリアで生まれ育ったドルチェにいたっても、シチリア島には、厳格で独特な

アイデンティティのある伝統が今も豊かに継承されている。シチリア生れの僕は無意識に影響されていると思う<sup>8)</sup>という。この言葉の通り、これらのクラシカルな要素は彼らのコレクションの中で重要な役割を果たしている(図6)。ピNSTRAIPのスーツ(図7)は、ドルチェが仕立屋の息子として幼少期から服作りに慣れ親しみ、腕を磨いてきたことにより得られた上質なマニッシュ・スタイルであろう。マニッシュなジャケットやスーツスタイルは繰り返し登場し(表2)、彼らの作品群を引き締める効果をもたらしている。イタリア、特にシチリアをキーワードとして捉えることができるだろう。

その一方で1988年S/Sにはブラジャーとスリッパを登場させた。下着としてではなく、ドレスとして登場したこのアイテムはこれ以降、コ

表2 アイテム登場割合(1986年S/S~2005-06年F/W)

| アイテム         | 登場回数(回) | 割合(%) |
|--------------|---------|-------|
| コルセット/ブラジャー  | 36      | 90    |
| ジャケット/スーツ    | 24      | 60    |
| ピNSTRAIP     | 13      | 32.5  |
| アニマル柄(ファー含む) | 21      | 52.5  |

注: 参考文献(2)より観察できたアイテムの集計

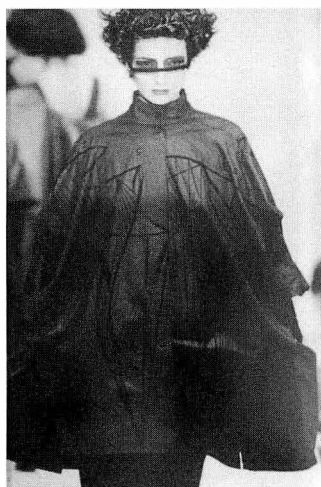


図4 1986年S/S 出典: 参考文献(2)



図5 1987-88年F/W 出典: 参考文献(2)

ルセット(図8)と同様に常に登場している(表2)ため、DOLCE&GABBANAには欠かせないアイテムいえるだろう。本来は他人に見せることはない女性だけが身につけるアイテムを表に出すことで〈女性〉を前面に表現している。また、1991-92年F/Wではマリリン・モンローやエリザベス・テイラーなど1950年代のハリウッドスターを彷彿させる「Pin-Ups」をテーマにジャンプスーツを提案している。そこで用いられたレオパード柄は、見る者に野生的で強いイメージを与える。それまでは無地や無彩色が多く使われていた中で新たな試みを果たしている。その後、レオパード柄やゼブラ柄などのアニマル柄は何度も用いられる(表2)ためDOLCE&GABBANAらしいと感じさせる要素の一つとなっている。コルセットやアニマル柄はDOLCE&GABBANAにおいて女性のセクシーさを表現すると同時に、女性の力強い個性を表現するアイテムであると言えるだろう。

彼らは「…僕には僕のスタイルがあるんだ…客は流行を求めにうちの店に来るのではなく、ひとつのスタイルを求めにくるんだ。…いつで

も流行についていこうとしないこと、自分のスタイルに忠実であること。」と語っている<sup>9)</sup>ように、〈シチリア〉〈強いパーソナリティを持つ女〉をキーワードに、伝統や上質感を追求したクラシカル・スタイルとアニマル柄やコルセットなどでボディラインを強調したセクシー・スタイルの2つの面から、一貫して彼らの理想とする〈強い女〉を表現していることがうかがえる。DOLCE&GABBANAはこの一貫した姿勢により、自由さを持ちながらも確立されたブランドとして発展し続けているのだろう。

#### 4. 2010年秋冬DOLCE & GABBANAブランドを起点としたデザイン予測の結果と検証

##### (1) 2010年秋冬のデザイン予測

デビューをした1986年S/Sから2008-09年F/Wまでのスタイルを検証してデザインのルーツを分析した。デザインのルーツについては、大きく2つのスタイル提案が見られた。ドレスを主体としたセクシー・スタイルと上質感を追求したクラシカル・スタイルである(図9)。またフィールド調査から、イベント・見せるこ

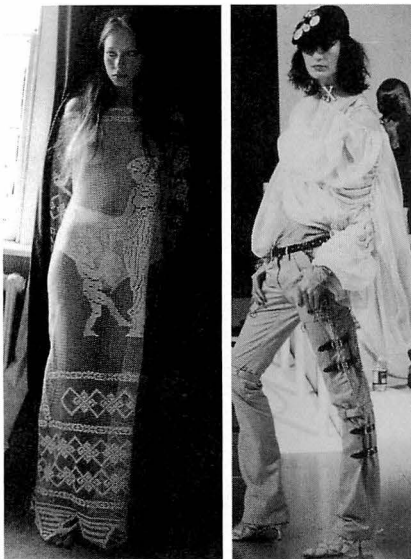


図6 左1994年S/S、右2003年S/S  
出典：参考文献(2)

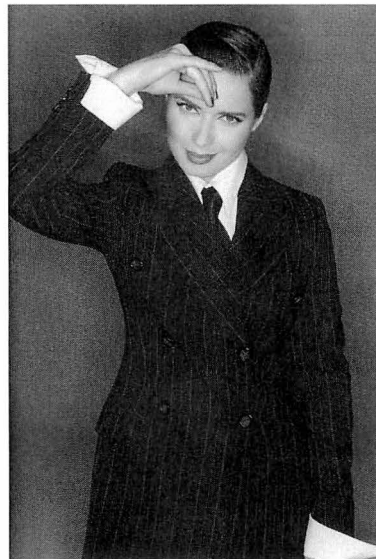


図7 1994-95年F/W  
出典：参考文献(1)



図8 1992-93年F/W  
出典：参考文献(2)



とを目的としたランウェイ商品群と売ることを目的としたプレ/メインコレクションのための商品群があることが分かった(図10)。

今回の実験では、クラシカル・スタイル、売ることを目的とした作品をサンプル作成することとした(図11)。次にムードを設定した(図12)。50年代女優のエレガントで強い女性像を

イメージした。

素材については、2009年、9月8日(火)にMIRANO UNICAを訪問し、情報収集とサンプル生地をピックアップする。生地については、ウールを主体としたツイード素材を念頭においている。MIRANO UNICAの「トレンドエリア」で2011秋冬の素材トレンドをチェックして、



図9 出典：引用文献<sup>10)</sup>



図10 出典：参考文献(3)

当初イメージしていたツイード素材がトレンドに即しているのかどうかを確認する。さらに発想の源である「ムード」に沿った生地を探して、5サンプルの生地を収集した(図13)。そのうち3素材をサンプル用として8.0m発注する。

次にスタイル画を描く。「ムード」を基に素材の特性を生かしたスタイル画を作成した(図14)。加えてそれぞれのアイテムごとに画を描

き、バック・スタイルはハンガー・イラストで描いた(図15)。デザインについては、クラシカル・スタイルの要となるメンズライクなジャケットと同素材のスカートを設定した。テーラード・ジャケットのシルエットは紳士服をイメージしながらも女性らしい身体のラインが出るようなデザインを意識している。特にウエストの絞り具合と位置に気をつけて画を描く。スカ



図11 出典：引用文献<sup>10)</sup>、参考文献(3)

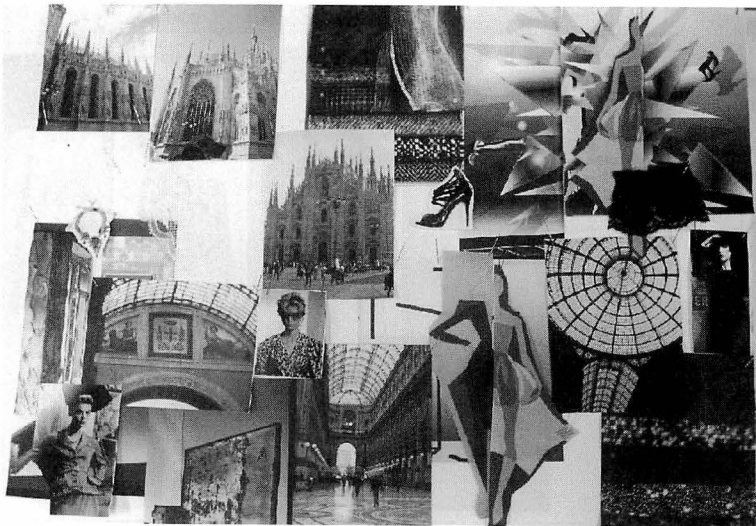


図12

ートについては、ツイードの素材が柔らかいためドレープを入れて柔らかさを表現したデザインとした。インナーはDOLCE & GABBANAのキー・アイテムでもあるゴルセットをイメージしたデザインをおこした。同じ素材で作ることによりセット売りもできるということになる。

(2) サンプル制作

トワルチェックは、2010年2月25日にモデリスタのSTUDIOで行なった(図16)。モデルはサイズ設定に合うモデルで、約2時間の予定で進めた。トワルの仕上がりは、画を描いていたような出来ばえである。詳細を確認する。ジャケットの衿の刻みについてモデリスタと検討する。イメージしていた強い女性像を表現するた

| ブース<br>番号 | 会社名                             | 品番      | 混率                        | 単価            | サンプル反チャ<br>ージアップ |
|-----------|---------------------------------|---------|---------------------------|---------------|------------------|
| H04       | ITHITEX SRL                     | 002065  | WN87%,PA13%               | 12.80 ユー<br>ロ | サンプル 30%<br>UP   |
| M10       | LANIFICIO CORTI<br>MARCELLO SRL | INSETTO | WO49,PL31,PC8,PA8,SE3,LY1 | 8.25 ユーロ      |                  |
| M12       | LANIFICIO<br>LAMBERTO           | EBONY   | WV92,PA8                  | 1650 円        | 40%UP            |
|           |                                 | BEAT    | WV54,PA25,SE10,LY1        | 1185 円        |                  |
| H15       | TESSILBELLA                     | 10352   | W100                      | 14.80 ユー<br>ロ | 20%UP            |
| H19       | LANIFICIO<br>FAISA S.r.l.       | 110230  | PC37,WO28,PL26,AF7,PA2    | 8.89 ユーロ      | 50%UP            |
|           |                                 | 112035  | WO39,PL36,PC21,AF5        | 9.26 ユーロ      | 10%UP            |
|           |                                 | 112036  | WO68,PC22,PA10            | 10.3 ユーロ      | 10%UP            |

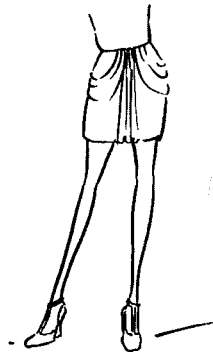
図13



図14



図15



めに襟の刻みデザインは鋭くしたい。検討した結果、イメージのように形を修正する(図17)。スカートについては、ドレープが綺麗な形状で表現されている。描いていたエレガントなイメージが想定していた以上に表現されている。修正は不要と判断し、縫製について検討した。ウエストの始末についてモデリスタと検討をした。タックを深くとっているためウエストに厚みが出てしまう。話し合った結果、ファースト・サンプルは、見返し始末で進行して、仕上がり具合を確認してから再度縫製について検討する事にした。コルセットについては、デザイン線の修正と縫製始末について話し合う。肩紐の付け位置については、トワルより1.0cm外側につけたいと希望する。モデリスタはその意図に従って確認のためのピンうちをして、付け位置を修正する。

サンプル縫製については、3月1日に縫製工場にモデリスタが作成した型紙と簡単な仕様を記載した書類を縫製工場に持ち込んだ。ボタンと裏地以外の資材(型パット、芯地、テープ、

ファスナー等)は全て縫製工場の判断で選定する。選定の基準は、型紙と素材を検証して、合った付属を選んでいく。工場の判断に委ねるとするのがミラノ式である。3月4日に縫製工場にてサンプルをチェックした(図18)。縫製工場からは、ジャケットの袖の形状について検討をしてほしいと依頼された。ミラノ式では、袖の形状は前に振っている形状が好まれる。その理想の形状になるように修正した方が良いと助言される。モデリスタに伝え検討すると意見を述べた。スカートの縫製については、大きなタックを何本も取っているため、トワルチェックの際に予測したように、ウエストの部分に厚みが出てしまった。工場側から、縫製仕様についてグログラン・テープを使用した始末にした方がよいと助言された。裏の厚みを軽減するために、グログラン・テープを使用した始末についてはトワルチェックの際にモデリスタと検討した。しかしながら、難しい始末と考えて、見返し始末を指示した。工場側は、縫製技術を持っているので、グログラン・テープ始末で処理出



図16



図17

来ると申し出た。工場には、製品仕上がりを優先して提案していく姿勢が見られた。

### (3) サンプル・デザインと製品・デザインの検証

2010年9月に神戸元町にてDOLCE & GABBANAの店舗を調査した。その際に店舗ではツイード素材の商品が何点か展開されていた。カタログで表現されていたのが(図19)である。さらに2010-11年F/Wミラノプレタポルテコレクションで発表されたDOLCE & GABBANAの作品を検証した(図20)。デザイン予測したデザイン画とDOLCE & GABBANAのコレクションで発表されていた作品と比較した(図21)。

デザイン予測したスタイリングは、ジャケットのメンズライク(硬さ)なイメージとスカートで表現したような女性らしさ(柔らかさ)の融合である。DOLCE & GABBANAのコレクション及び店頭商品で表現されていた商品は、予測していたスタイリングと類似している。具体的に表記すると、使用されていた素材は、ツイード素材。テーラリングを主とした提案である。またボタムのシルエットやディテールでは、ドレープやタック等を施した表現があり、予測したデザインと近い表現であり、デザイン予測できた判断できる範囲であると解釈した。



図18

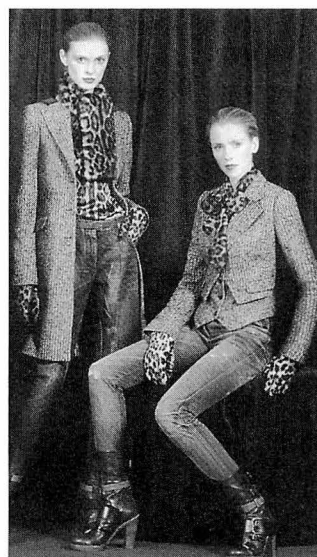


図19 出典:DOLCE&GABBANA  
2010年秋冬カタログ

## 5. まとめ

今回の研究では、デザイナーの育ってきた環境や生活を考察することによりデザインのルーツを探ることができたと考えている。また、DOLCE & GABBANAブランドの成長過程の推移についてもデザイン発想及び商品企画のイメージ発想に関わる要素となっていると考えられる。コレクションで発表されたテーマ、スタイル、デザインの表現がその根拠である。

デザイン予測については、ブランドの商品企画やデザインのルーツに沿ってトレンドを意識しながら実験を行った。ブランドのコンセプトを理解しながら、デザイン発想をすることが重要であることを改めて認識する結果となった。デザイン予測した作品と実際に商品化された商品のデザインとの類似がその裏付けとなった。

サンプル制作については、ミラノ方式に沿った制作工程を行うことにより、日本方式と異なった事象も明らかになった。今回サンプル制作に関わっていただいたモデリスタの発言である「服の匂いは微妙な線」や、ファッション業界

の実務者の意見である「イタリア製はニュアンスがある」というあいまいな表現について、わずかながらその源に触れたと思われる。モデリストの「微妙な線」という表現についての具体的な例として、ジャケットのパネル切り替えの線をあげる。モデリストは、線の形状を限りな

く直線に近い線でひくことにより、若々しさと縫製がし易い線になったと提言している。これは、長年培ってきた経験と試行錯誤からうまれたとしている。時間をかけて探求する姿勢が「微妙な線」の形状にいきつく。今も探求し続けていると言っている。

日本とミラノでは、それぞれの専門分野での責任、また発言権について業務に関わる力量が異なる。顕著な例として、時間のかけ方において、確認しながら業務を進行していく日本式と、まずは製品を上げてから検討するミラノ式の業務進行に差がみられる。

日本の縫製工場では、依頼先から「こうして下さい」と言われればそのための努力はするが、指示がなければ依頼先の指示通り仕上げるとするのが、日本式業務の現状である。副資材の種類や調達についても差があることが明らかになった。多構造パットや多品種テープ等の調達がイタリア式では当たり前であるが、日本式では、コストと量が先に机上の理論として挙がってくる。総合的にまとめると日本には技術があるが、量産の効率を追い求めて試行錯誤を積み重ねた結果、失ったものがミラノには生き残っていたと言える。失ったものとは、時間をかけて商品を創りあげていく一人一人の専門家としてのこだわりである。

今後は、日本とミラノの製品設計の研究を、さらに深めていくことを考えたい。そのために、引き続きプレタポルテのデザイン発想、型紙作成、縫製技術を含めた専門職の概要を明らかにしていきたいと思っている。

#### 引用文献

- 1) 日本学術振興会科学研究費補助金 課題番号092867.研究代表者信州大学大谷毅教授、研究テーマ「ファッションアパレルの設計・生産・マーケティングと国際競争力強化に関する調査研究」
- 2) Uche Okonkwo 「Luxury Fashion Branding」Palgrave Macmillan 2007



図20 出典：参考文献(3)



図21 出典：参考文献(3)  
DOLCE&GABBANA 2010年秋冬カタログ

- 年7月10日、276頁
- 3) ERICA CORBELLINI、STEFANIA SAVIOLO「Managing Fashion and Luxury Companies」ETAS 2009年、137～236頁
- 4) Richard Sorger & Jenny Udale「FASHION DESIGN BASIC」BNN 2010年4月1日、26～27頁
- 5) 宮武恵子、大谷毅「ミラノ・プレタポルテの設計工程の設計工程とカルタモデロ(パターン)の機能」東レ繊維トレンド No.82 2010年7月
- 6) 「ハイ・ファッション」文化出版局 1999 102頁
- 7) Sarah Mower: 「20YEARS DOLCE&GABBANA」5 Continents Editions 2005年 40頁
- 8) 6) に同じ
- 9) スザンナ・フランケル著、朝倉協子、谷川直子、長岡久美子、春宮真理子訳: 「ヴィジョナリーズ ファッション・デザイナーたちの哲学」ブルース・インターアクションズ 2005年 77頁
- 10) <http://www.vogue.co.jp/collection>

参考文献

- (1) フランカ・ソッザーニ著、平澤直美訳: 「Mémorie de la mode DOLCE&GABBANA」光琳社出版株式会社 1998年
- (2) Sarah Mower 「20 YEARS DOLCE&GABBANA」5 Continents Editions 2005年
- (3) DOLCE&GABBANA公式ホームページ <http://www.dolcegabbana.jp/>