

AKEMISONE

NEW YORK



AKEMI SONE
DESIGN PHILOSOPHY



When Akemi Sone sets out to design a particular garment, her goal is to create a piece that will stand on its own as a distinctive fashion statement.

Sone brings to each collection she designs the spirit and creativity she developed in Japan and has continued to develop in the United States. "Certain details, like the drape of a particular skirt or the slit of a sleeve, may be reminiscent of the kimono," she explains, "but my overall design sensibility is primarily American and European."

Likewise, all of the fabric prints and patterns in Sone's collections, which are of her own design, are delightful combinations of Eastern beauty and Western spirit.

The designs in Sone's collection share a distinctive femininity that is both flattering and extremely wearable. "I envision the woman who will be buying these clothes -- what her life is like, where she will be wearing them -- and I try to design what I think she will want and need," Sone says.

"At every stage of creation, from rough sketches to examining a finished dress, I always keep the woman who will be wearing my clothes in mind."

●AKEMI SONE CAREER PROFILE

- 2005 • Opened new studio for N·Y·B·S CREATIVE ARTS at 5th Avenue.
 - Book Debut in Japan from Sunmark Publishing, Inc.
 - 『AKEMI SONE New York Style 「Aqua Makeup」』
- 2002 • “Red” Total Beauty Collection at The Westin Osaka and The Meridien Grand Pacific Hotel Tokyo, Japan
- 2000 • Opened new studio for N·Y·B·S CREATIVE ARTS.
 - Founded N·Y·B·S CREATIVE ARTS.
- 1999 • Opened new office for N·Y·B·S CREATIVE ARTS at The Gray Bar Building at Grand Central Station.
- 1998 • Flower & Garden Show by AKEMI SONE SPECIAL COLLECTION at Rockefeller Center.
- 1997 • AKEMI SONE SPECIAL COLLECTION at the United Nations.
 - MIKIMOTO AMERICA LTD. Scarf designed by AKEMI SONE.
- 1996 • Opened AKEMI SONE boutique.
 - Designed and created private costume for Placido Domingo.
 - Founded NEW YORK BEAUTY SPACE INC.
 - Created skin care line 「DERMA SYSTEM」
 - Created cosmetics line 「N · Y · B · S」
- 1994 • Designed and created private costume for Michael Jackson.
 - Presented Fall/ Winter '94 New York Collection at the Waldorf Astoria Hotel, NYC.
- 1993 • Introduced Spring/ Summer '94 New York Collection at the “7th on Sixth” Fashion Show at Bryant Park, NYC.
 - Presented Fall/ Winter '93 New York Collection at own atelier, NYC.
- 1992 • Founded IMEKA NEW YORK Co., INC., and international apparel firm that designs, manufactures, and distributes “couture” quality women’s wear.
 - Producer, artistic director, and design consultant for Hakuhodo Advertising America, Inc. and Tsumura International Inc., the world’s largest toiletry and beauty care companies.
- 1991 • Presented Fall/ Winter '92 New York Collection at own atelier, NYC.
- 1990 • Made American debut by presenting Spring/ Summer '92 New York

Collection at the Royalton Hotel NYC.

- Designed and created stage costumes for Grover Washington, Jr., La Toya Jackson, and other celebrities.

1989 • Founded AKEMI SONE STUDIO, INC., in NYC.

1987 • Designed the "Akemi Sone" line of kimonos for JURAKU Co., in Kyoto, Japan.

- Kimono IROHA by Akemi Sone is new line of kimonos at the Japan Art Festival in Kyoto, Japan.

- Presented Avant-garde new kimono show with rock music at the Parco Theater in Tokyo, Japan.

1986 • Presented "AKEMI Kimono Fashion Performance" at Aoyama Spiral Hall in Tokyo, Japan.

- "Akemi Sone," a new line of kimonos, and "Yuki Azuma," a new line of long-sleeved kimonos, are designed and produced for the Yasuda Tashichi Co., in Kyoto, Japan.

- Designed costumes for performance of Shakespearean plays "Ophelia" and "King Lear" at the Japan Art Festival in Tokyo, Japan. "Ophelia" won the Japan Arts Academy Prize.

1985 • Produced and directed kimono show for The Snow Festival in Niigata, Japan.

- Produced and orchestrated kimono show with Hiroshi Itsuki, one of Japan's most prominent singers.

1984 • Presented "Shiromuku," a kimono performance at the NBC Arena in Honolulu, Hawaii.

- Coordinated the CELINE kimono debut collection at The Imperial Hotel in Tokyo, Japan.

1979 • Founded AKEMI SONE KIMONO FASHION STUDIO in Meguro, Tokyo, in Japan.

- Established AKEMI SONE LADIES BEAUTY ACADEMY, a training institute for kimono models. Also produced and orchestrated kimono shows.

- Designed and coordinated costumes for singers and actresses.

1975 • Taught traditional kimono wearing at Hatsumi Kishimoto Total School and at more than twenty schools throughout the Kobe region of Japan, while working as a music journalist for Music Research Co. in Osaka.

1973 • Studied kimono in Kyoto, Japan

●AKEMI SONE CAREER PROFILE

- 2005・N・Y・B・S CREATIVE ARTS スタジオを5番街に移転。
『AKEMI SONEのニューヨーク流「水肌メイク」』
株式会社サンマーク出版よりブックデビュー
- 2002・「Red」トータルビューティーコレクション開催（ウェスティン
ホテル大阪/ホテルグランパシフィック・メリディアン東京）
- 2000・NEW YORK BEAUTY SPACE 改め、
正式名 N・Y・B・S CREATIVE ARTS スタジオ開校。
- 1999・NEW YORK BEAUTY SPACE ニューオフィスをグランドセントラル、
ザ・グレイバーに開設。
- 1998・「ロックフェラー・フラワー&ガーデンショー'98 by AKEMI SONE
スペシャルコレクション」発表（ロックフェラーセンター）。
ショー後の作品展示は3週間で300万人の動員を記録。
- 1997・国際連合スタッフデーにて「'97 AKEMI SONE スペシャルコレクション」発表（国際連合・本会議場）。
・MIKIMOTO AMERICA LTD. AKEMI SONE デザインスカーフ発表。
- 1996・AKEMI SONE ブティック、ミッドタウンにオープン。
・世界三大テノール、プラシード・ドミンゴのプライベート
コレクション制作。
・NEW YORK BEAUTY SPACE, INC. 設立。
・スキンケア・ライン「DERMA SYSTEM」発表・設立。
・メイクアップ・ライン「N・Y・B・S」発表・設立。
- 1994・NEW YORK BEAUTY SPACE スタート。
・マイケル・ジャクソン、プライベートコレクション制作。
'94 秋冬ニューヨークコレクション発表
（ウォルドルフ・アストリアホテル）。
- 1993・'94 春夏ニューヨークコレクション発表「7th on sixth」
（ブライアントパーク）。
- 1992・'94 秋冬ニューヨークコレクション発表（アトリエにて）。
・IMEKA NEW YORK Co., INC. に社名変更。
・Hakuhodo Advertising America Inc. のビジュアルディレクターとし
て、コンサルタントライセンスを結び、Tsumura International の新
製品、デザイン、企画、イメージグラフィック、プロダクションに至
るまでを総合プロデュース。
- 1991・'94 秋冬ニューヨークコレクション発表（アトリエにて）。

- 1990・'91 春夏ニューヨークデビューコレクション発表
(ザ・ロイヤルトンホテル)。
- ・ラトーヤ・ジャクソン湾岸戦争戦士への慰問コンサート、コスチュームデザイン、制作。
- ・グローバー・ワシントン Jr. ステージ・コスチュームデザイン、制作。
- 1989・ニューヨークに移住。
- ・AKEMI SONE STUDIO 設立。
- 1987・「きもの衣紹覇 (いろは) by AKEMI SONE」
(株) じゅらくより発表 (京都見本市)。
- ・オリジナルきものブランド「AKEMI SONE」デザイン、
プロデュース、(株) じゅらくより発表。
- ・「ステファニー&AKEMI SONE・ロックと KIMONO ショー」
制作・プロデュース (パルコ劇場)。
- 1896・オリジナルきものブランド「曾根あけみ」デザイン、プロデュース、
安田多七 (株) より発表。
- ・オリジナル振袖ブランド「遊貴東」デザイン、プロデュース、
安田多七 (株) より発表。
- ・オリジナルブランド「流布」デザイン、プロデュース、
(株) 東レ・ル・モンド光洋より発表。
- ・「緋魅 (あけみ) KIMONO ファッションパフォーマンス」発表
(青山スパイラルホール)。
- ・芸術祭参加作品「オフィーリア」衣裳デザインと総合コーディネイト、
芸術祭賞受賞 (国立劇場)。
- ・オペラ舞踊「リア王」衣裳デザインと総合コーディネイト
(青山円形劇場)。
- 1985・新潟雪祭りきものショー総合、演出プロデュース。
- 1984・「日米エアロビクス・インストラクター・コンテスト」
スペシャルゲスト。
- ・きものパフォーマンス「白夢紅 (しろむく)」制作・プロデュース
(ハワイ/ホノルル NBC アリーナ)。
- ・「セリーヌきものコレクション」日本初発表、トータルコーディネイト
(帝国ホテル)。
- 1979・「曾根あけみレディースビューティーアカデミー」開校。
- ・きものモデル・ファッションモデルの育成。
- ・きものショーのコーディネイト、演出、プロデュース。
- ・歌手、女優、タレントの衣裳コーディネーターとしてテレビ、舞台、
CM、その他のジャンルで活躍。
- 1975・ミュージックリサーチ社にて、音楽ジャーナリストとして活躍。
- 1973・京都にてきものを学ぶ。

AKEMI SONE プロフィール

Akemi Sone は、美しい山々と雄大な自然に囲まれた兵庫県に生まれ、子供の頃を神戸で過ごし、洗練された都会の空気と世界観を受け止めながら、今日の感性を育んだ。1989年に渡米以来、ニューヨークに在住する現在に至るまでAKEMI SONEの日本でのキャリアも歴史が深い。

両親が経営する着物学院で、着物の専門的技術やあらゆる知識を得て、自ら師となり伝統文化を伝えていった。こうした着物に対する愛情と経験は、その後手がけるすべての仕事にとって大きな影響力となっており、モダンとクラシックの両者の競合を見事に奏でるファッションを生み出す序曲となった。

あらゆるジャンルをこなすタイプのAKEMI SONEは、着物を教える一方、ミュージックジャーナリストとしてのキャリアを持っていた。歯切れの良い単刀直入なインタビューと磨かれた文面で好評だった。もうひとつの評判をささやくものとして、ファッションに対する専門知識があった。記事を書く一方で、芸能界のアーティスト達から信頼される衣装コーディネーターという肩書きをも持っていた。

ミュージックジャーナリストから衣装コーディネーターへの道が、多くの期待によって広がっていった。1980年、東京に移り、彼女自身の会社を設立。翌年、若くして、トータル・ビューティー・アカデミーを設立。ファッションモデルの育成、着物の総合教育、プロ技術、ヘアメイク…あらゆる美を追求するための知識、技術を教えてきた。

東京での最も著名な着物エキスパートとしてでは飽き足らず、AKEMI SONEは、洋服のデザインを始めた。伝統的着物から変化を求め、独創独自の100種

類ものスタイリングを生み出した。伝統の趣を失うことなく、着物をファッションとして蘇らせたのである。1986年“KIMONO ファッションパフォーマンス”でコレクションを発表。このコレクションでは、着物とスパッツをスタイリングさせたり、ミニにして見せたり、着物をからだに絡めてイブニングにしたりした。これはファッション界においても革命であり、大成功を収め、日本のマスコミだけではなく、米国CNN・TVをはじめ世界中の報道が動いた。洋服のデザインの研究を続けながらも、ニューきもののデザイナーの第一人者として、数々のブランドを京都から発表し、常に新しい提案をし続け、着物ブームの時代が生まれていた。

着物のビジネスが東京で活発な状況の中、ニューヨークでのファッションデザインを目的に渡米した。彼女自身のスタッフと共にニューヨークでアトリエを設立し、デザインに対する独自の観点で人々の心をつかむ第一歩を踏み出した。

アメリカは全く新しい方法で彼女を魅了した。全く違った二つの文化のブレンドによって、新しい布、刺激的な感触、革命的で洗練されたシルエットが生まれた。日本の自然に見る豊かな色とニューヨークの人工的な空の色からインスピレーションを受けて、曾根あけみの色が作られた。

「わたしの作品を着る女性は、自分自身に自信を持っていて、自らのスタイルとエレガンスのある女性です。異質な文化も自分なりに取り入れ、個性にしてみましょう。それを積極的に楽しみ、人生観を広める。そんな女性に、わたしは親近感を覚えます。」……彼女はそう語る。

AKEMI SONE デザイン哲学



AKEMI SONE のデザインは、
それ自体が独特のファッションとして、
発言力を持っているような作品ばかりである。
日本で育み、アメリカで成長し続ける創造力とスピリットを、デザインに植え付ける。
例えば、スカートのドレープの具合や袖のスリットなど、
着物を思わせるような特徴が至る所にあるが、
全体的なデザイン感覚は、根本的にアメリカとヨーロッパのものである。

同様に AKEMI SONE のコレクションに使われる布地のプリント模様は、
彼女自身のデザインによるもので、
東洋の美と西洋の美のスピリットとの見事なコンビネーションが開花したものである。

独特な女らしさを表現するデザイン、
着る人をより美しく見せるだけでなく、極めて着心地がよい。

「わたしの作品を着てくれる人のことを常に心に描くのです。
どんな人生を過ごしている人なのか、わたしの作品をどんなところに着ていくのか、
そして、そんな女性が必要としている、着たいと思っているものをデザインするのです。
ラフスケッチから始まって、出来上がった作品を手にするまでに、
わたしは常に、わたしの作品を着る女性のことを念頭に置いているのです。」
……曾根あけみのデザイン哲学には、こうした心が根底にある。



「AKEMIのスタジオでメイクすると、顔の輪郭まで変わる」といわれるそう。モデルの子はね、泣き出しちゃったりするのよ」。あまりの変貌ぶりに、びっくりするのだという。

メイクアップアーティスト AKEMI SONEさん



曾根あけみ 昭和31年、兵庫県生まれ。早くから着物に親しみ、高校卒業後は、実家が経営する着物スクールで講師を務める。音楽ライターを経て23歳で上京、「曾根あけみレディーズビューティーアカデミー」を開校。62年には着物ブランドも発表する。平成元年に渡米。翌年よりニューヨークコレクション参加。12年に「N・Y・B・S Creative Arts」を開校する。

一人ひとりをデザインする

NYらしいスタイルを日本へ

「NYらしいスタイルを日本へ」
自身が開校した学校「N・Y・B・S Creative Arts」には、メイクアップアーティストやスタイリストを目指す人々が世界中から集まってくる。もちろん日本からも。タマゴだけでなく、日本で活躍中の美容師もいる。

「あとで日本で、カリスマと呼ばれていることを知るの。だって私には言わないんだもの」
アメリカに渡ったのは、十六年前。ファッションデザイナーとしてだった。渡米の翌年にはニューヨークコレクションに参加。東洋と西洋の文化の溶け合った美しい衣装に、注目が集まった。その後、国連本会議場やロックフェラーセントアールに会ったらどきどきを見

る。顔を見てヘアスタイルや眉のかたちをチェックする。メイクへの関心もかつてないほど高まっている。

着物にも造詣が深い。幅広いファッションとビューティーのキャリア、そして日米双方の文化的バックボーン。そこからオリジナルのメイクが生まれた。

ニューヨークでは、仕事に集中できる、という。「無駄な声を聞かないから」。あれこれ詮索する声も、おせっかいな声も聞こえない。孤独なぐらいだ。ただ、マンハッタンに一人たたずんでいると、今でも「寂しい」という気持ちがこみ上げてくるという。「多分それが、私の力になっているんじゃないかな」といって、「まったく落ち込んだこともないし、ショックを受けたところも見たことがない。どんなことも吸収して、次に行くのは、アシスタント女性の昇進じゃあ次は。」「ニューヨークらしいAKEMIスタイルを、いずれは日本に持ちこみたいな」。前へ前へ。夢が広がっていく。

文 岸本佳子
写真 川村寧

ク
リ
プ
撮

セ
レ
ブ
主
婦
の
ハ
チ
バ
チ

愛子お世継ぎに

皇子妃
41
太子妃
41
一生半身
不随夫は歩いて通勤
43
密室会議に朝日新聞

伴田来 誕生日の夜 横山 駆けつけモツ鍋彼氏 23 25

横山 25

白昼濃厚 路チューの相 36

新築豪邸めぐり近所トラブル

三田 寛子 39 高級外車で隣町内へゴミ出し!

12月15日号

定価320円



噂のヒロかわ
伴田嬢

全国戦慄

出ても地獄 耐震偽装マンション

- 姉齒 殺される! 息子も震える日々 49
- 小嶋 106%買い上げの呆れた嘘 52
- 5万円わかるうちのマンション大丈夫?

インフルエンザから
命を守る!

免疫力を高める
10のキーワード

「食費専用」「交通費専用」...4つに分けるなるほど

実例



クオン・サン 100組に
新作映画チケットプレゼント

趣味・テレビゲーム、貯蓄・150万円以下... 下流社会の書き方
わが子を下流にしないために

デニムで夫ちよい計画

お別れの言葉は?

「別れてせいせい」の一方で、「美容室にも
行けない」「パートと年金でカツカツ」
結婚20年以上の破局はいまや年間4万件
新われらの時代に
熟年離婚
してみたけれど

大掃除 25人の
法則



10分で作れる

コミックシリーズ **GO! GO!**

N.Y.発。冷水を含ませたコットンでパッティングするだけで、
毛穴・たるみ・小じわが消える！

水肌パッティングで アッ上がった！

この効果は
やみつきよ！

肌子さんはたるみと毛穴がお悩み。
そこで、N.Y.で活躍中のカリスマ美容家が特別な道具やコスメがなくても確実に効果が現れるパッティング方法を伝授。ホントに上がる！

あーれ、肌子さんハイ どうしたんですか？

はー

頬もたるんできたし 毛穴も目立つの…

ホーッホッホッホ

あなたは N.Y.で活躍中の トータルビューティー クリエーター 曽根あけみさん

用意するものは コットン・水・水 これだけ

美容院などで 売っているカット綿を 半分に切って使うと ちょうどいい大きさ

大判で値段も 手頃なので オススメ

さすが N.Y. 活躍中だけ あそこ すごいキャラ だね

コットンを5枚くらい重ねて 水7対水3の割合に 浸します

そこに 小さじ一杯の 塩と みりんを

料理じゃ ないんだから

二つに折って 軽くしぼります

水を吸って すっぴん？ 重いじゃない？

中指と人差し指で コットンを狭め 顔に当てていきます

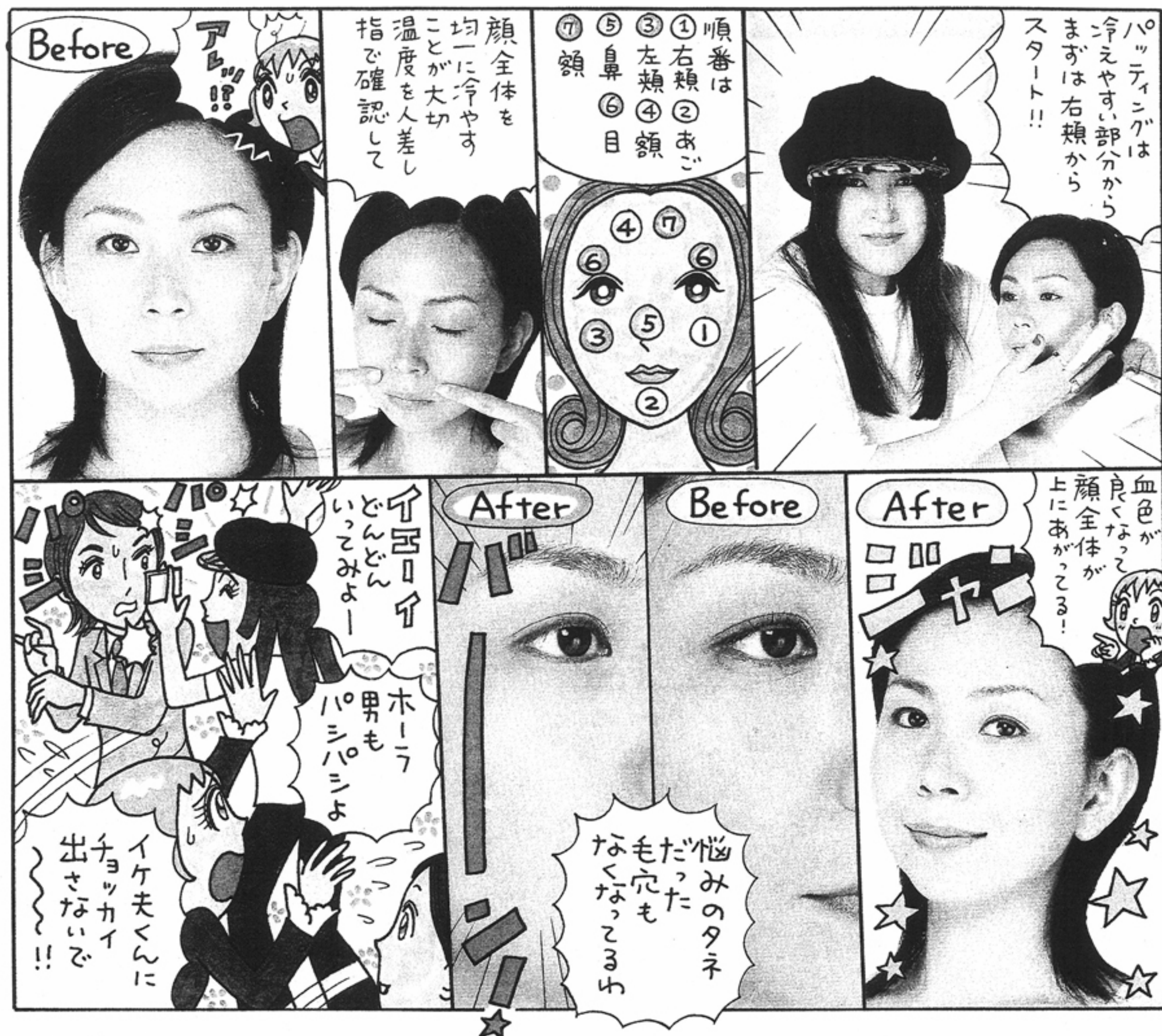
さっさく はじめよう

指でたたいたのでは 振りの端を 肌に当てます

これも オーバーよ

全然冷たくなくて 肌の内側から ホカホカしてくる 感じ

肌が耳の後ろから ギューッと引っ張ら



「水肌パッティング」は一回試せば
すぐに効果を実感できます

「私は毎日朝晩15分ほど水肌パッティングを
実践しています。ファンデーションのノリが
全然違うので、メイク前は欠かせませんね」と
語る曾根あけみさんは89年渡米。ファッシ
ョン、メイクなどのトータルビューティース
クールを開校し、多くのモデル、著名人も手
がける。「モデルさんにメイクする前にも必ず
パッティングするんです。顔がキュッと引き
締まり、肌の色ムラもなくなるんですよ。ほ
とんどの方が「毛穴が消えて、つるんとした
肌になった!」とか、「小じわが薄くなった」
と感激してくれます。私は15分以上パッティ
ングすることもあるんですが、5分でも十分
に効果的。続けることが重要なんです。パッ
ティングの最中に、コットンの温度が上がっ
てきたら再度、氷水に浸し、常にコットンを
冷たくしておくことが大切。洗顔後が基本で
すが、これからの季節はパッティング中も乾
燥が気になるころ。そんなときは、化粧水
や乳液を塗ってからパッティングしてくださ
い。より肌がしっとりしますよ!」

環境  **&**
マーケティング
ビジネス

特集:「見せかけ」それとも「本物」!? 環境ISO時代

ISO ビジネス 勝因の舞台裏

初めてのISO / その導入方法・実践に間違いはないか

特集

2003年注目の業界・企業

環境「調査」「計測」「分析」
好調な理由

エコデザイン最前線

環境マインド生活者なら このPCを狙え

このPCメーカーが偉い!

導入と実践「環境ビジネス最前線」

先端システムの「機能」「実績」「実力」徹底検証

2002年版「消えて欲しい7人」

金子勝 (慶應大学教授)

2003. **2**

“人と心”が 私の人生テーマ。 内面を強くして 綺麗になる!

ニューヨークコレクションデザイナー
トータルビューティークリエイター

AKEMI SONE

曾根 あけみ

兵庫県三木市出身。実家は着物学校を経営。

1973年 京都にて着物を学ぶ

1976年 ミュージックリサーチ社入社

1980年 東京で曾根あけみKIMONOファッション
スタジオを設立。

1984年 ハワイNBCアリーナできものパフォー
マンス「白夢紅(しろむく)」を公演。

1986年 芸術祭参加作品「オフェーリア」(国立
劇場)衣装デザインとコーディネート。

1986年 東京青山スパイラルホールで「KIMONO
ファッション・パフォーマンス」発表。

1987年 「ロックwith AKEMI SONE」ニュー
きものショーをバルコ劇場にて公演。

1987年 京都府総合見本市会館で「きもの衣綴
覇(いろは) by AKEMI SONE」を発表。

1989年 ニューヨークに移住。市内にAKEMI
SONE STUDIOを設立。

1990年 ロイヤルトンホテルで91年春夏ニュー
ヨーク・コレクションを発表。

1993年 94年春夏コレクションを「ニュー
ヨーク・コレクション」にて発表。

1994年 マイケル・ジャクソンのプライベート
コレクションを制作。

1996年 オペラ歌手ブラシド・ドミンゴのプ
ライベートコレクションを制作。

1997年 国連本会議場にて「AKEMI SONE
スペシャルコレクション」を発表。

1998年 ファッション・パフォーマンス「花の
女神」をロックフェラープラザにて公演(写真下)。
ショー後の作品展示には3週刊で300万人の動員を
記録。

2000年にはN・Y・B・S CRATIVE ARTSを正式
名称し、今春東京校を開校する



子供の頃から音楽が好きで、歌手や女優になるための教育を小学校の1年生ぐらいからずっと受けていました。クラシックのボイストレーニングからスタートして、オーディション番組などで優勝したりしました。某芸能プロダクションにスカウトされてデビューのために本格的にレッスンも始まりました。実家が兵庫県の三木市で着物学院を経営。私は歌のレッスンのために大阪まで片道2時間かけながら、ひとりでどこかへいくということにドキドキ。エキサイティングな子供時代でした。

18歳で着物の講師 23歳で東京に会社を設立!

親から、好きなレッスンは続けていいけどそのかわり家業を継ぐため、着物の勉強もするように言われた。15歳から着物の勉強を始めました。そして18歳で実家が経営していた着物学校の初級インストラクターになりました。18歳から1年間、父が学校を持っている大阪、京都、神戸、それから広島、九州は鹿児島、

熊本、宮崎地区で着物の講習会をしている場所を講師として回ったのです。それを毎日1年やって嫌になっちゃった。仕事が嫌だということではなくて、着付けを教えても今の人たちは着物を着ないでしょ。それに、次に半年後に集まって、「みんなお正月に着物うまく着られた?」と聞いたら、「美容室で着せてもらった」って言うわけ。美容室で着させられちゃったら、自分の体にあった着付けというのは不可能なんですよ。全部同じように、折り紙を折るように着せていくじゃないですか。襟の開け方も帯の位置も、全部パターンにはめていくだけだからです。

本当は着物って洋服と同じでひとりずつの体型に合わせて帯の位置とか襟の場所とか肩の落とす位置とか全部あるのに。教えたことが全部が毎回帳消しになっていく。これは一生の仕事としてやっていくには無意味だなと自分の中で思いました。

ちょうど九州から帰ってきた翌日、東宝レコードの支社長と副支社長にお会いして、私は1時間自分がやり

たいことを話しました。自分が歌手として芸能界にデビューしたいわけではなくて、裏方としてやっていきたいと。そしたらおふたりが感動されて、19歳で将来のコンセプトがこれほどはっきりしている子を見たことがないぞって言われて。翌日おふたりの紹介でミュージックリサーチという業界誌の局長に会い、就職が決まりました。

朝6時50分に自宅を出て、帰宅が夜中の1時半です。三木市の田舎から、往復5時間、8ヶ月通った。昼休みはランチを取らないで、局長の横で、編集の本の整理をしたり、山のように積んであるレコード会社からのLP



ミュージックリサーチ時代 21歳。

の試聴盤をコツコツ片付け、何年のレコードでどこのレコード会社か書いて整理しました。そうした努力が認められて局長に気に入られて経理から記者としての仕事に就けるようになりました。ミュージックジャーナリストのキャリアを積んでいくうちに芸能界のアーティストからも信頼され、「衣装コーディネーターとして仕事をしないか？」と言うことで、演歌歌手の方や女優さんなどに、着物のアドバイスをする機会も増え、両親の経営する着物学院で学んだ知識が大変役にたちました。

そして23歳で舞台を東京に移したのです。まず会社を作りました。“曾根あけみレディースビューティーアカデミー”というのを目黒の白金の交差点のところでオープンしました。

スペインのマドリードにメトロポールというランドマークのビルがあるそうですが、それをイメージして作られた“メトロポール”のペントハウスをワンフロア全部貸り切ってスタジオをオープンしました。これはファッションモデル、着物のスペシャリスト、エアロビのインストラクター用の養成スクールで、きもの専科では最低着物教室でお免状又は、看板まで取った人を対象に教えていました。

素人の人も教えてみたけど、やっぱりプロを目指す人の方がおもしろい。目的意識がぜんぜん違うからです。今ニューヨークでやっている学校もメイクアップアーティストになりたいという人を対象にやっていますが、コンセプトはその頃から同じなのです。

そのころ私はデビュー前の新人を含め50人ぐらいのタレントを担当し



1986年柳下則夫氏と青山劇場にて「リア王」

ていました。絶対着物が欠かせない演歌歌手でレギュラーは小林幸子、川中美幸、坂本冬美……など。レコードジャケットの撮影とか、テレビのコマーシャル、歌番組、あとは劇場関係を担当していました。

そして今度は「着物」じゃなくて、4文字のひらがな、「きるもの」を考えました。着物からジーパンをも着るものとして「纏う」「巻きつける」「羽織る」……。例えば、後ろ前逆に着たり、襟と袖をとった形であっ

たり、アイデア次第で洋服感覚で着られるんですよ、という提案をしました。これが大成功して、日本のマスコミに大きく取り上げられました。

1986年、この作品をまとめ上げた形として青山のスパイラルホールでKIMONOショーを開催。その模様は全米のCNNとヨーロッパと日本でオンエアされまして、それに伴ない全米の新聞や、ニューヨークタイムズなど世界中のプレスから取材がくるようになりました。

その後考えに考えたあげく、ファッションとしてきものを活かす方法



1990年ニューヨークコレクション発表

として一般の人に着てもらうには、日本の色柄を残して、パターン化し洋服に仕上げる必要があるという結論に達しました。

そこでその作品の発表の場をニューヨークに選びました。

「N.Y.コレクション」で衝撃のデビュー

それで1989年ニューヨークへ移住、この時の私は本当にコレクションに参加できるのかもわからず、会社もなく、ワーキングビザも無く、家もなく、知人も居ない——。ニューヨークへ自分の直感だけを信じて

やってきました。関西から東京へ渡り、自分なりに築きあげてきたものをゼロにすることに対しては何の後悔もありませんでした。まず市内にスタジオを設立しました。1990年9月にホテル・ロイヤルトンでニューヨークコレクションの1回目を発表する事ができました。世界の新人デザイナーたちの仲間入りを果たすことができたのです。

翌年2回目は、ニューヨークコレクションのトップ25人だけのショーをテントでやる企画が持ち上がり、日本人で私だけが選ばれたのです。

私のデザインの特徴は「イースト・ミーツ・ウエスト」、東洋と西洋の融合がコンセプトです。これは当時かなり評価されました。

1994年にはマイケル・ジャクソンのプライベートコレクションを製作。1996年にはブラッド・ドミンゴ氏との出会いもありました。1996年、すでにアトリエでスタートしていたN・Y・B・Sを正式に設立しました。今年で8年目のスタジオの生徒

はプロのスタイリストで10年やっているとか、大手の化粧品会社の奥様とか、あとは歌手、女優さん、ファッションモデル、メイクアップアーティストなど、既にプロで活躍している人が半分。あとの半数が全く経験ない人です。

プロの人でも一般の人でも顔って一番大事だと思うのです。顔があつての洋服だと思う。まず顔を確立してあげるという意味でメイクアップなのです。顔をつくってあげてから次にヘアスタイル、そして洋服。トータルで美を追求するための知識・技術・感性を教えてきました。そうなることで内面も大きく変化してきます。

アメリカのビジネスで必要な条件

アメリカビジネスでは、やっぱり弁護士ですよ。最初にいい弁護士を見つけること。向こうは弁護士が入らないと会社も作れません。ライセンスも、ビルを買収する時も、ビザのことも弁護士がやります。私も偉

そうなことは言えないですけど、日本の企業って計画の作り方が甘いと思います。バブルの頃お金が余って、一時はエンパイアステートビルディングとかロックフェラーの一部とかも全部日本の企業を買収してたけど、今は恥ずかしいかな全部半額以下のお金で叩かれて全部お返しした。同じような問題はアメリカとかヨーロッパでもあるけど、日本の後処理は甘いんですよね。そこら辺、N.Y.ではもっと厳しい目でやるのに、日本はだらだらとやっていて。アメリカの企業はお金があってもなくてもすごく緻密。政治がそう、裁判もそうだと思います。日本って政治がすごくいい加減じゃないですか。

ビューティー＝“人と心”というのが私の人生のテーマ。性格の形成っていうのもビューティーの範疇に入ると思う。内面が不安な人って顔に出てるよね。やっぱり内面を強化しないと人って綺麗になっていかないし、幸せになれないと思う。

(写真・文 佐々木芳郎)



11月25日・26日大阪と東京で開催された、2003年スプリング&サマー「ヘア&メイクアップ☆ビューティーコレクション」左端がジェニファー・ロベスやディカプリオを顧客にもつ、ヘアアーティストのローランド氏。真ん中が今回の演出/プロデュース/コスチュームデザインの曾根あけみさん。右端がメイクアップアーティストのデン・ファジオ氏。ニューヨークで今一番ホットな3人が美を競い合った。ゴッドハンドを一目見ようと約1500人の観客が集まった。

*Rockefeller Center
Flower & Garden
Show*

In association with



J U L Y 1 6 - A U G U S T 2 , 1 9 9 8



INTRODUCTION

Welcome to Rockefeller Center

RCPPI Trust and Tishman Speyer Properties are pleased to present the sixth annual Rockefeller Center Flower & Garden Show, and to introduce our 1998 title sponsor, Home & Garden Television. As the television network dedicated solely to the improvement and beautification of home, HGTV is the perfect partner for the Rockefeller Center Flower & Garden Show. Now seen across the U.S. and in countries all over the world, HGTV offers dozens of original programs featuring gardening and landscaping, building and remodeling, decorating and interior design, crafts, special interests and more. HGTV brings millions of people closer to all the things they love about home.

The Rockefeller Center Flower & Garden Show was created in 1993 by David Murbach, Manager of the Gardens Division, and continues to be a signature event year after year. The show is a natural evolution in the development of the Channel Gardens, where the displays grow in drama and imagination with each passing season. The Flower &



“Flower Goddess”

When Akemi Sone sets out to design a particular garment her goal is to create a piece that will stand on its own as a distinctive fashion statement. Akemi Sone brings to each collection she designs the spirit and creativity she developed in Japan and has continued to develop in the United States. “Certain details like the drape of a skirt or the slit of a sleeve may be reminiscent of the kimono,” she explains, “but my overall design sensibility is primarily American and European.”

Likewise, all of the fabric, prints and patterns in an Akemi Sone collection are delightful combinations of Eastern beauty and Western spirit.

AKEMI SONE

217 East 49th Street New York, New York 10017

tel: 212-753-9233 fax: 212-753-9225


MIKIMOTO
THE ORIGINATOR OF CULTURED PEARLS, SINCE 1893

THE PONDS LAW FIRM

LAW OFFICE
OF
ROY P. MILLER


NEW YORK BEAUTY SPACE

**BEAR STEARNS
ARTHUR J. PACHECO**



“Flower Goddess”

When Akemi Sone sets out to design a particular garment her goal is to create a piece that will stand on its own as a distinctive fashion statement. Akemi Sone brings to each collection she designs the spirit and creativity she developed in Japan and has continued to develop in the United States. “Certain details like the drape of a skirt or the slit of a sleeve may be reminiscent of the kimono,” she explains, “but my overall design sensibility is primarily American and European.”

Likewise, all of the fabric, prints and patterns in an Akemi Sone collection are delightful combinations of Eastern beauty and Western spirit.

AKEMI SONE

217 East 49th Street New York, New York 10017

tel: 212-753-9233 fax: 212-753-9225

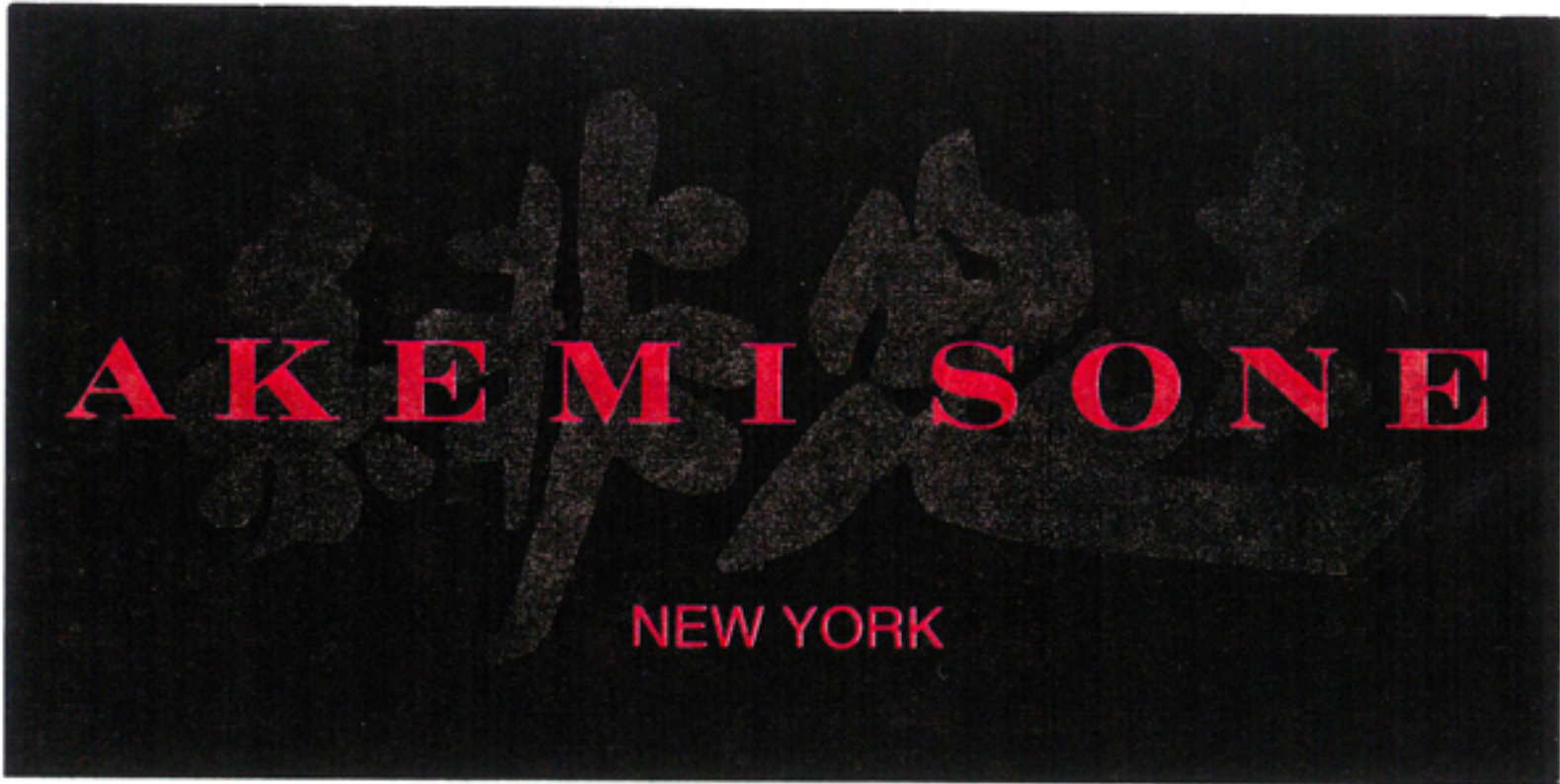

MIKIMOTO
THE ORIGINATOR OF CULTURED PEARLS SINCE 1893

THE PONDS LAW FIRM

LAW OFFICE
OF
ROY P. MILLER


NEW YORK BEAUTY SPACE

**BEAR STEARNS
ARTHUR J. PACHECO**



AKEMI SONE

NEW YORK

Invites you to Rockefeller Center Flower & Garden Show 1998

"FLOWER GODDESS"

Wednesday, July 15th, 1998

Fashion Show

Noon - 12:30

Rockefeller Center

In front of 30 Rockefeller Plaza

RSVP

Quinto + Company

212.965.1146

Flower Goddess

From Hyogo Meadows to Manhattan's Channel Gardens,
Akemi Sone Has Colorful Designs on Seventh Avenue

written by Jay Jimenez
photography by Jo Lance



Rockefeller Center's Channel Gardens was the chosen backdrop for last week's premiere of exciting, new fashions created by Akemi Sone (pronounced so-nay). Her collection of botanical-inspired couture was robustly received by the crowd of three-hundred plus fashion elite nestled deep within the canyon of the Center. As one of the world's pre-eminent clothing designers, Akemi has often marched to the beat of a different drummer. Her attractive clothing styles are typically experimental with a pronounced flair for Eastern tradition. Sone explains the significance of cultural cross-over in her work: "My customer is a self-confident woman of style and elegance, a woman who appreciates the thrill of embracing the facets of another culture as part of her own personal style." She adds, "I feel a true affinity with this woman."

Sone's sense of fashion is greatly influenced by her upbringing. Born and raised in Hyogo Prefecture, a densely mountainous region in Japan, Akemi's early years were filled with nature, wildlife and art. Later, in sophisticated Kobe City, the future designer developed a taste for cosmopolitan fluidity. The rest is history. Today, Akemi's unique approach to design has placed her in the company of Vera Wang, Donna Karan and Vivienne Tam.

Her fashion shows continue to fascinate even the most skeptical of critics with her ability to underscore the universal truth that creativity need never go out of style. Akemi Sone's recent line of signature fashions—devoted exclusively to the splendor of flower blossoms—is her most ambitious effort to date. At the Flower and Garden Show at Rockefeller Center, Sone meticulously hand-crafted delicate gowns and mini-

dresses entirely from real flowers. Her imaginative utilization of yellow orchids, purple magnolias, white sunflowers, peach and red roses created a virtual bouquet of natural brilliance never before seen in the fashion world. And if Akemi's individuality is what has caught the eye of Seventh Avenue, so has her humble charm. She is poised, yet polished; simple, yet stylish.

The Rockefeller Center Flower and Garden Show (which was created in 1993) continues to be a widely visited attraction year after year. According to the Center's 1998 brochure: "The show is a natural evolution in the development of the Channel Gardens, where the displays grow in drama and imagination with each passing season." Enter Akemi Sone. With her profound love of nature—specifically the "rich hues of the Japanese countryside"—it was an obvious choice for Sone to combine her colorful and exciting fabrics with the urban, man-made environs of Rockefeller Center. Her culturally, floral designs express a balance between ethnicity and modernity. Taking a classical cue from Greek mythology, however, the whimsical Akemi affectionately refers to her models as "goddesses" and "flower angels". The models are: Annet, Christa, Claudia, Hazuki, Jeannetta, Jennifer, Joanna, Johanna, Kristina, Nurisha, Tara and Tori. Together these statuesque beauties (and two pint-sized cherubs) lent the mid-June event a touch of elegance.

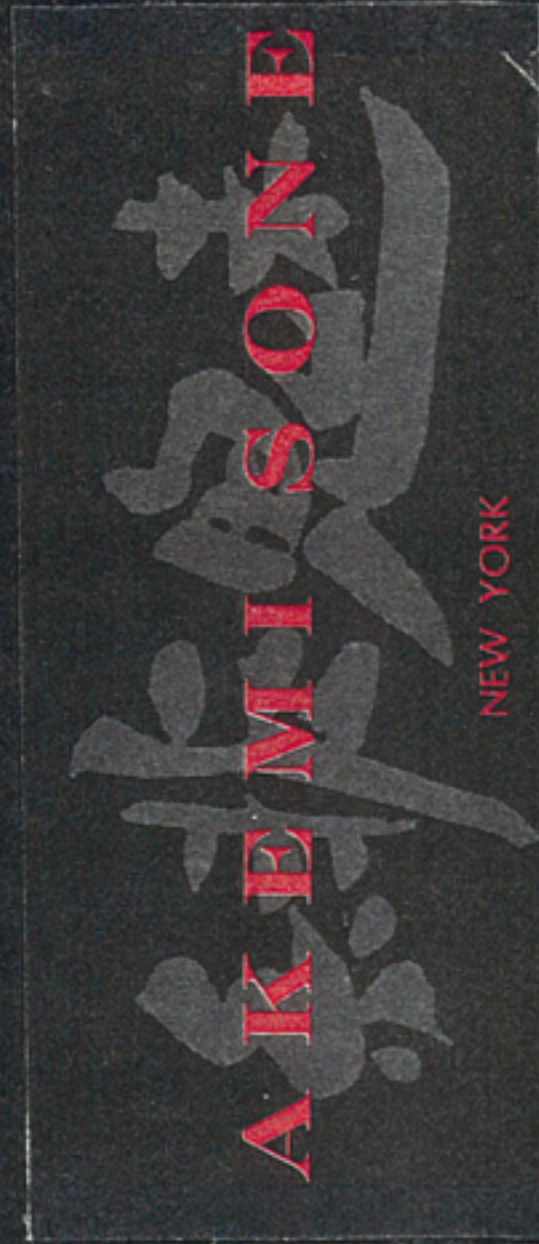
In recent months Akemi Sone has shown her favorite New York ensembles at many prestigious outlets, notably the Seoul Collection Fashion Show. Again, her artistic vision was bestowed with numerous accolades within the fashion world. Here, Sone was lauded for her intriguing couture with a bevy of top models sporting Akemi's designs on the runway. Blonde supermodel Eve and countless others have worn Akemi's designs culminating in a high profile visibility that has further ensured the recognition of Sone's work.

Manhattan is the final destination for the fashion industry locomotive, it's only natural for a designer like Akemi Sone to create her own fashion station for the long haul. Thus having established a successful New York City atelier at 217 E. 49th St., it appears that life for Akemi the "Flower Goddess", is apt to be a bed of roses.

Akemi Sone



7.24.98 NEXT MAGAZINE



ロックフェラーセンター

花と緑のカーニバル

エラーセンター・フラワー&ガーデンショー」は、夏の風物詩として定着した人氣イベントとなっている。

今年は美しいチョウを放った野草園や白樺林に囲まれたミニゴルフ・コースまで出現する。昼休みのビジネスマンや観光客はつかの間、ロマンチックな自然を摩天楼の中で満喫できる仕掛けだ。



今年は、その開幕を告げるオープニングイベントとして、関西出身のファッションデザイナー、曾根あけみさん（ニューヨーク在住）が華やかなパフォー

バラ、ラン、ガーベラ、マグノリアといった花のドレスに身を包んだモデルが次々に登場するという趣向に、詰めかけた観客は思わずうっとり。中でも今回のフラワー&ガーデンショーに合わせてデザインされたドレスの数々は、シルクを花びらの色に1枚1枚染め上げて本物の花と見間違えばかりに仕立てたぜいたくな作品とあって、ファッション関係者だけでなくナチュラリストたちの喝さいを浴びた。

ドレスの一部は、ショーが終了した後もカーニバルが終了する8月2日まで会場内に展示され、しばらく行き交う人々の目を楽しませてくれる予定だ。

（在NY・中野 恵子）

スポーツニッポン

平成10年(1998年)

7月19日

スポーツニッポン新聞大阪本社
大阪市北区梅田3丁目4番5号
代表電話06(6346)8500・5308278
名古屋総局名古屋市中村区名駅4丁目7
(昭和24年2月10日第三種郵便物認可)
©スポーツニッポン新聞社(日刊)

夏色のNY



胡蝶ランの花ビラを全身にあしらった妖精のようなドレスに会場からはタメ息

日本は今、空前の園芸ブームというが、アメリカ人の間でもここ数年、趣味のトップにランキングされているのがガーデニング。マンハッタンのような大都会でも、いや大都会だからこそ、市民の緑や土への思い入れは相当強く、5年前からスタートした「ロックフ

が集まって自慢の腕を披露するこのイベントは、まだこの辺りが市有地だった19世紀初めに、植物園だった歴史に基づいてスタートしたという。ブルドーザーがアスファルトの上に土を運び、あつという間に池ができ、橋が架かり、丘が造られ、なん

マンスを繰り広げたことも、ニューヨークの注目を大いに集めた。「花の女神」と題したパフォーマンスの舞台は「タングルウッド・コンサバトリリーズ」と名付けられたビクトリア風のエレガントな温室。ハスの花が浮かぶ池に囲まれたステージを、



Light Phase



Light Phase



CyberShot Pro

花の女神

HIDEKI FUJII

+

SATOSHI NAGASHIMA

+

衣装デザイン AKEMI SONE

ファッションデザイナー「曾根あけみさん」インタビュー

ラシド・ドミンゴ、マイケル・ジャクソン、グローバー・ワシントン・ジュニア...

世界的な歌手やエンターテイナーの名前が次々に飛び出す。いずれも曾根さんがファッションを手がける顧客である。ニューヨークのミッドタウン49丁目のビルにブティックを構え、デザイナーとビューティースクール校長という二役をこなす。90年ニューヨークでセンセーショナルなデビューを飾り、以後、常識にとらわれない発想で次々と斬新なデザインを発表してきた。昨年9月には国連本会議場でファッション・ショーを開催。世界の平和を象徴する国連で、東西の融合・世界の平和をファッションを通じて世界中の人々の前で表現した。また、この7月には毎年恒例のロックフェラーセンター・フラワー&ガーデンショーのオープニングを飾るイベントとして、ロックフェラープラザでファッション・ショーを開催。世界中の観光客を魅了した。

日本から渡米して10年。ニューヨークを拠点にKIMONOデザイナーとして活躍する曾根あけみさんにこれまでの活動、着物に対する思い、今後の抱負などを語ってもらった。



***** 曾根さんのバックグラウンドである日本での活動から伺います。最初、着物のデザイナーを目指された理由を教えてください。**

「もともと私の実家が着物の学校を経営していました。着付け・作法等を嫁入り前のお嬢さんに教える学校です。小さい頃からジーンズを履くように着物を着ていましたので、私にとって着物は決して特殊なものではなかったんです。実家や京都で着物の勉強をし、また同時に歌や踊りなど女優になるための勉強もしていました。そして、19歳になって両親との約束どおり着物学校を継ぐときになって、すごいやになったんです。生徒たちはせっかく着物を習ってもすぐに忘れてしまう。なぜかという、着物を着る機会がまずない。着ていく場所がない。着物が日常生活に合っていない。つまり私は社会に全然役に立ってない仕事を選ぶことになる。それがすごいやでした。」

「それで、家を飛び出して音楽関係の取材記者の仕事をして4年ほどやりましたが、それでも日曜日には帰って、着付けを教えました。23歳のときに東京で着物のファッションスタジオをつくり、着物のモデルを育成する一方、音楽ジャーナリストの仕事を通して知り合った小林幸子さんや川中美幸さんなど、歌手やタレント、女優さんたちの着物のコーディネートを手がけました。着物のモデルの方は京都のJ社が一番需要が多かったですね。」

***** この頃から独自ブランドの着物の制作をはじめ、「流布」、「遊貴東」、「曾根あけみ」などの作品を発表。京都においても、87年に京都府総合見本市会館にてオリジナルブランド「AKEMI SONE」を発表した。**

「その一方で、どうすれば着物を現代に生かせるかという思いが強くなりました。一年に数えるほどしか着る機会のない着物は現代生活に合わない、このままでは着物は滅んでしまうと。時代によって着物の着方も大きく変化しています。そこで、「昭和の女」の着方があっていいんじゃないかと考えたんです。それが86年の東京青山のスパイラルホールでショーをするきっかけになりました。そのショーでは、着物の形を変えないで、フィッティングによって着物を見せるということをやりました。着物を「まとう」という観点で考えた場合というのは180通りぐらいに着物が変わるんですよ。例えば、後ろ前逆に着たり、襟と袖をとった形であったり、伝統の着物ではまったくないんですが、アイデア次第で洋服感覚で着れるんですよという提案をしました。これが大成功して、報道関係者に大きく取り上げられました。テレビにもよく出演して着物のことについて話したんですが、私は何もこのショーで発表したものをそのまま一般の方々に着てくださいと言ってるわけではなくて、着物を「きるもの」と考えて、一枚の布と考えると、こんな形にも変化するんですよという一つの提案をしたまでなんです。ところがあまりの反響のすごさに、このあとの私の方性を決めなければならなくなりました。そして結局、着物を「きるもの」としてファッションとして一般の人に着てもらうには、その色柄を生かすために着物からもつと離れて、パターン化して洋服に仕上げる必要があるという結論に達しました。そして活動の場をニューヨークに移すことを決心したんです。」

***** 曾根さんにとって日本は伝統やしきたりに縛られた、狭い活動の場であったでしょう。固定観念にとらわれず、自由に創作活動ができるニューヨークを選んだことは当然の帰結であったのかも知れません。**

「パリだとまた伝統的なところに戻ってしまうんですね。一番シンプルなもの、ごまかして見せることができないところというのはニューヨークだと思います。極端に言えば、裸電球一本の下でシャツ一枚見せて、いいか悪いかということ。プレスが書いてしまう。日本だとすべての雑誌がほめて書いてくれますけど、こちらは100%ほめることは決してないんです。そういうきびしさがニューヨークにはあります。5年ほど前まではファッションはパリだってことになって

ましたけど、最近ではニューヨークが世界のファッションの中心になっています。今の時代の家庭は日本も含めて、非常にシンプルな傾向にあります

「ニューヨークのシンプルなファッションやコスメティックスが世界をリードしているという状況になつてますね。」

*** 89年にニューヨークへ移住。市内にデザイン・スタジオを設立され、デザイナーとしての活動を開始されました。90年9月にホテル・ロイヤルトンで渡米後初めてのファッションショーを開催し、一躍、有力新人デザイナーたちの仲間入りを果たすことになりました。会場を埋め尽くしたのは、有カマスコミのほかニーマン・マーカスやバーグドルフ・グッドマンなど米国の有力専門店、百貨店の経営者バイヤー約300人。テーマは「水紋」。ジャガードの地紋からプリント図案など糸から吟味した一貫したデザイン作品を揃え、その新鮮さにニューヨークのプロたちも驚嘆された。

曾根さんの洋服には着物地を使っており、伝統に培われた染色や縫製技術が取り入れられている。着物の持ち味を損なうことなく、美しさを表現されています。着物をベースに見事な発想転換をやったのけたことについて。

曾根デザインの特徴、着物から新しいファッションへの発想の転換は一体どういうところからくるのですか？

「私のデザインの特徴は“イースト・ミーツ・ウエスト”東洋と西洋の融合がアケミ・コレクションのコンセプトなんです。生まれたときからずっと着物に囲まれて育ちましたから、そういう日本の伝統に培われたものが色や柄に表れてくるんだと思います。着物の中で育ってきたというのはすごい財産なんですね。」

アイデアについて言えば、いろんなところで出てきます。道を歩いているときやレストランで食事しているとき、夢の中にでてくることがあります。ですから普段からメモ帳が手放せませんね。」

*** 曾根さんは学生の頃、京都で着物の勉強をされたということをお聞きしましたが、京都の文化や風土から影響を受けたということはあるのですか？

「私は実際に京都に住んだことはないのですが、学生の頃は外で習った方がいいという両親の考えで、京都の著名な先生に個人レッスンを受けていました。また、東京に行って着物を発表するようになってから、しょっちゅう仕事で京都に通うという生活をしてました。京都は日本に帰ったら必ず立ち寄りたところですし、友人も着物業界を通じて各界にいます。特に、着物作家とか陶芸家、写真家など彼らは東京の人間にはない自由な発想を持っていて好きですね。ただ、残念なのは京都の古い町並みの保存についてです。ニューヨークやパリだったら、古い大事なものは必 壊します。日本の場合はいらないものはつぶしてしまえって感じで、すごくもったいない気がします。めったに日本に帰りませんので京都のくわしいことはわかりませんが、大事なものをどんどん失くしているように感じられます。」

*** 93年には「ニューヨーク・コレクション」の晴れの舞台も経験するなど、本場ニューヨークで一流デザイナーの地位を着実に固めつつある。昨年9月には国連本会議場で新作ファッションショーを開催し、その名を一層高めた。舞台が舞台だけにいろいろな苦労があったようである。

昨年の国連でのファッションショーについて聞かせてください。

「そもそものきっかけは、昨年の一月に国連から使者が来て、今年9月の国連スタッフデー（国連で働く職員とその家族を対象に毎年行われる恒例行事）の招待イベントの一つとして、日本人デザイナーによるファッションショーをやりたいと。そのときは私のほかに森英恵さんと三宅一生さんの名前があがってたんですが、最終的には私の作品が国連に一番マッチするということで私に決まったそうです。それで最初に話を聞くと、どうもお金は出ないらしいし（笑）、その上1時間もショーをやってほしいと言われるし、普通ファッションショーというのは20～30分ですから、1時間となるとすごい点数になるので、制作費の問題もあって最初は悩みました。企業のスポンサー探しのために、国連の方で当時の小和田国連大使の名前で手紙を書いてもらったんですけど、全然だめでしたね。協力していただいたのは結局一社だけでした。」

実際国連でやってみてよかったと思いますが、とにかく今までで一番大変なショーでした。国連の人たちはスタンバイが何もできてないんです。できないんだったらこっちでやるからと言っても、だいたいようぶだからって言うんです。おかげで当日、ラックがないとか、違う靴を履いて出てしまうとかアクシデントだらけで、観客の方は全然わからなかったみたいですけど、私が描いていたショーの完璧なイメージが見事にぶちこわされてしまいました（笑）。」

*** 需要の低迷する京都の和装業界にアドバイスを。

「深刻な状況になる傾向は私がニューヨークに来る前からありました。現実的に考えて、今はもう着物が売れる時代ではなくなっています。価格の問題、着物を着る機会が少ないこと、現代生活に合わないこと。浴衣のように日常生活でふっと着れるものは大丈夫だと思いますが、それ以外の着物はどの角度から見ても生きていく場所が難しい状況です。」

私はもう、これまでの伝統の技術を生かしながら着物から洋服に転換するしか生き残る道がないと思います。トライ

することを怖がってたら、絶対前には進めないし、日本のマーケットが小さいというのであれば、海外でビジネスを展開すればいいんです。私だって裸になってもいい覚悟でニューヨークに来て一からやりました。

「でも私は着物が好きですから、その伝統文化は後世に残していかなければならないと思っています。でもビジネスとして考えた場合、生き残るためには着物それ自体を売ってはいけません。10年前にも業界の方々に洋服業界を視察しませんかって話をいろいろしましたが、誰も乗ってきませんでしたね。」

日本の伝統技術を使ってインターナショナルに販売できるアイデアというのはたくさんあるんです。これからのファッションは必ず多種の民族文化が入り混じったものを新しく洗い直したものしか生き残らないと思っています。京都の伝統技術・技法は絶対活きますから、それを現代の生活に生かす方向を目指してほしいと思いますね。」

―――今後の抱負を聞かせてください。

「“イースト・ミーツ・ウエスト”から始まった私のコレクションは今後ファッションからライフスタイルに移行していくことを考えています。日本の温泉のコンセプトをニューヨークのホテルに新しく生まれ変わらせるというプロジェクトです。これは10年後の夢なんですが、ホテルの最上階に露天風呂を作って、摩天楼を眺めながらお風呂に入れるようにする。部屋は日本の旅館のシステムを取り入れて、各部屋に担当者を置く。至れり尽くせりのシステムをここに持ってくるんです。それと、一番のコンセプトは「あるものすべてが自社製品」であることです。ファブリクスでいえば、カーテン、テーブルクロス、バスローブ、ベッドカバー、それら全部を自社製品にしてホテル全体がアートショップみたいな感じにする。私の作品を発表する手段がホテルになるんです。」

*** ファッションからライフスタイルへ、曾根さんの夢は大きく膨らんでいる。インタビューは予定の1時間を超えて約2時間に及んだ。ときに情熱的に語る曾根さんのキモノに対する熱い思いがひしひしと伝わってくるインタビューとなった。



曾根さんの作品

プロフィール・あけみ

兵庫県三木市出身。実家は着物学校を経営。

- 80年 東京で曾根あけみKIMONOファッションスタジオを設立。
- 84年 ハワイNBCアリーナできものパフォーマンス「白夢紅(しろむく)」を公演。
- 86年 芸術祭参加作品「オフェーリア」(国立劇場)衣装デザインとコーディネート。
- 86年 東京青山スパイラルホールで「KIMONOファッション・パフォーマンス」発表。
- 87年 「ロックwith AKEMI SONE」ニューきものショーをパルコ劇場にて公演。
- 87年 京都府総合見本市会館で「きもの衣紹覇(いろは)by AKEMI SONE」を発表。
- 89年 ニューヨークに移住。市内にAKEMI SONE STUDIOを設立。
- 90年 ロイヤルトンホテルで91年春夏ニューヨーク・コレクションを発表。
- 93年 94年春夏コレクションを「ニューヨーク・コレクション」にて発表。
- 94年 マイケル・ジャクソンのプライベートコレクションを制作。
- 96年 オペラ歌手プラシド・ドミンゴのプライベートコレクションを制作。
- 97年 国連本会議場にて「AKEMI SONEスペシャルコレクション」を発表。
- 98年 ファッション・パフォーマンス「花の女神」をロックフェラープラザにて公演。

スポーツニッポン

2001年(平成13年)

11月3日
土曜日

スポーツニッポン新聞大阪本社
大阪市北区梅田3丁目4番5号
代表電話06(6346)8500・5308278
名古屋総局名古屋市中村区名駅4丁目7
(昭和24年2月10日第三種郵便物認可)
©スポーツニッポン新聞社(日刊)

第18930号
12版

誰もか元気になる不思議な町

Akemi Sone
ビューティフル
ピープル活N
躍Y
ので期待と不安の中の
旅立ちだったが…
人々は温かった

1989年春、長年住み慣れた東京は目黒のスタジオを後にし、私はニューヨークのJFK空港に立っていた。これから日々出現してくるであろう、山のような諸問題は期待とエキサイティングの陰に隠れ、トランクの中に詰め込まれてきた私の作品たちだけが唯一、ニューヨークコレクションのための証であった。

この時の私は本当にコレクションに参加できるのかどうかもわからず、会社もなく、ワーキングビザもな

各界の
お友達を紹介しますAKEMI SONEが主
宰するスクールN.Y.B.
Sの講義風景

ニュージャージーに世界から勝負をかけた、自分見たさの人間が集まり、ここにいるだけで世界中のカルチャーを知り、学び、遊べる。

これから私はファッション、スポーツ、エンタテインメント、アート、レストランなど各界のトップを目指して戦っている世界中の友たちを、ここで紹介させていただきます。どうぞお楽しみに!



◇AKEMI SONE ニューヨークコレクションの代表的ファッションデザイナー。ロックフェラーセンターでファッションショー「花の女神」を開催するなど活躍。また、トータルビューティークリエーターとして養成スクール「N.Y.B.S」を主宰。

く、家もなく、知人もいないこのニューヨークへ自分の直感だけを信じてやって来た。関西から東京へ渡り、自分なりに築き上げてきたものをゼロにする事に対しては何の後悔も持たなかった。

到着後すぐ「デコレーションは必要ない。裸電球の下で、1枚の白いシャツの値打ちを決定する。それがニューヨークだ」とファッションビジネスのニューオーカーに言われた。「オモシロイ。裏の裏まで見ていただきましょう!」と胸を張って答えた。新しい事があるたびに、日本時代にはなかった日本人としての誇りやプライドを、今自分が感じている事がとてもうれしかった。

ニューヨークは私のような異邦人を包み込んでしまう、本当に不思議なエネルギーを持っている。それゆえに世界から勝負

悲しみのハロウィーン ○…仮装パーティーなどで盛り上がるハロウィーン(万聖節前夜祭)は決してロマンチックな祭りではないが、ジョン・レスタ、シルビアさん夫妻にとってはハロウィーンはロマンスそのものだった。5年前に事務所での仮装パーティーで出会い、2年前にプロポーズしたのもハロウィーンの日だった。そして昨年結婚。しかし、米国中枢同時テロの日、2人は世界貿易センタービルの96階で働いていて、命を落とした。シルビアさんは妊娠7カ月だった。夫妻の関係者の悲しみは深い。(ニューズデイ)



曽根あけみ スペシャルコレクション

AKEMI SONE SPECIAL COLLECTION AT THE UNITED NATIONS

-
- 日時：1997年9月12日（金） UNITED NATIONS『スタッフデー』
 - 場所：国際連合本会議場 GENERAL ASSEMBLY BUILDING
 - 主催：国際連合スタッフデー委員会 UNITED NATIONS STAFF DAY COMMITTEE
 - 後援：国際連合日本政府代表部
-

このコレクションは、1997年1月、国際連合スタッフデー委員会が、日本のファッションデザイナーの代表として AKEMI SONE を選出、その要請を AKEMI SONE が受理したことにより開催される運びとなりました。その後、国際連合日本政府代表部が後援に決定。1997年9月12日、国際連合本会議場（G.A.B.）で開催される『スタッフデー』で披露されます。

国連加盟国大使、国連スタッフが一堂に会する国連『スタッフデー』は、国連本会議場を舞台にして、1953年から毎年開催され、各国の文化交流と相互理解を深めるため、あらゆるジャンルの芸術、音楽、文化が発表される大規模なイベントである。

日本の伝統文化“きもの”の中から生まれ出たファッションデザイナーの AKEMI SONE は、常に独自の世界を追求。日本時代、きもの作家として一世を風靡し、現在渡米9年目に入り、世界の第一線のファッションデザイナーとして活躍する。

なかでも、糸選びから始まり、オリジナルプリントもすべて AKEMI SONE のハンドペイントで製作するファブリックの素晴らしさは、インターナショナルクラスの人々に高く評価されている。日本の、色、柄、形をファッションとして昇華したその芸術性が、この度あらためて国連『スタッフデー』への参加を決定させるに至った。

このショーでは、世界の中の特定4カ国の四季のイメージを設定。AKEMI SONE の作品を大きな4つのパートに分けて、フォーシーズンズを表現する。

国連連合が発足してはや50年が経過した現在、世界の平和を願って、国際文化親善を図り、各国間の親睦を深めるべく、このイベントでの AKEMI SONE の役割が注目される。

UNITED NATIONS



NATIONS UNIES

POSTAL ADDRESS—ADRESSE POSTALE: UNITED NATIONS, N.Y. 10017
CABLE ADDRESS—ADRESSE TELEGRAPHIQUE: UNATIONS NEWYORK

REFERENCE:

UN Staff Day 1997
Fashion Show

06 August 1997

LETTER OF RECOMMENDATION

Earlier this year, the United Nations Staff Day Committee invited **Akemi Sone** to be a representative of **Japanese fashion** at the **United Nations Staff Day** on **September 1997**.

For the first time in the history of Staff Days at the United Nations, a Japanese fashion designer is invited to participate in this grand event. The spirit of this event is premised upon **goodwill**, and therefore, the collection production is **non-profit**.

Under such circumstances, Akemi Sone is seeking your support.

We would greatly appreciate a donation to this project.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "N. Samoilova".

Natalia E. Samoilova
Vice-Chairperson
UN Staff Day Committee
United Nations, L-350
New York, NY 10017
Telephone: (212) 963-7433
FAX: (212) 963-2388

平成9年8月6日

国連スタッフデー
AKEMI SONE スペシャルコレクション
運営委員会 委員長 曾根あけみ あて

国際連合日本政府代表部
特命全権大使 小和田



国連スタッフデーにおけるファッションショー「AKEMI SONE
スペシャルコレクション」に対する後援名義使用許可について

平成9年7月15日付申請のありました本件については、これを許可しま
す。

なお、事業計画等を変更したときは、すみやかにこれを報告し、許可を求
めるとともに、本件開催後その結果について報告書を提出して下さい。



AKEMI SONE SPECIAL COLLECTION AT THE UNITED NATIONS

- DATE : AT 4:30 SEPTEMBER 12, 1997 THE UNITED NATIONS STAFF DAY
- PLACE : THE UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY BUILDING



『国際連合日本政府代表部 齋賀富美子公使のご挨拶』

国際連合日本政府代表部として、まずはじめに 1953 年よりほぼ毎年開催されているこのファッションショーの運営を続けてこられた国際連合スタッフデー委員会の皆様に、今回のショーのご成功をたたえ、謹んでお祝いの言葉を申し上げます。

この度、特別に日本人デザイナー曾根あけみさんを迎えてのショーという事で、日本政府代表部は大変喜ばしく思っております。

時代をリードするデザイナーの一人、曾根あけみさんは、すでに国際的国境を超越したデザインでファッション界では名声高き存在となっております。

曾根氏は兵庫県三木市ご出身で、神戸、大阪、そして京都で母親の経営する着物学院で着物の着付けを教える傍ら、若い頃から洋服やファッションに興味を示し、独自にデザイン活動を続けてこられ、きものデザイナーを経て今現在へと至っておられます。これらの経験を通じて得た伝統的きもの形式、素材、そして色彩に対する深い知識と感性によって、曾根氏のモダンかつ西洋的なスタイルに日本の伝統美を組み込んだ独自の作品が生まれたのです。このようなスタイルは現代のファッション界において、類のない斬新なものです。曾根氏は西洋スタイルのデザインに、日本の伝統的なエッセンスを取り入れる事を提唱し実践してきました。

まさに「東洋と西洋の出会い」と言えましょう。

1989年、ニューヨークにスタジオを設立以来、曾根あけみの名前は世界のファッション界にとどろいております。本日、この特別な機会にあたり、曾根氏の世界、ファッション界におけるすばらしい貢献をたたえつつ、また今後の益々のご活躍をお祈り申し上げます。



AKEMI SONE SPECIAL COLLECTION AT THE UNITED NATIONS

- DATE : AT 4:30 SEPTEMBER 12, 1997 THE UNITED NATIONS STAFF DAY
- PLACE : THE UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY BUILDING



" LOVE · PEACE & BEAUTY "

PART-1	INTRO	"DREAM"
PART-2	SPRING	"WALTZ of the ORCHID"
PART-3	SUMMER	"METRO"
PART-4	AUTUMN	"FUSION"
PART-5	WINTER	"GALA"
PART-6	IMAGE SYMBOL	"LOVE · PEACE & BEAUTY"

SPECIAL THANKS

PERMANENT MISSION OF JAPAN TO THE UN
IMEKA NEW YORK CO., INC.
NEW YORK BEAUTY SPACE INC.
LAW OFFICE of ROY P. MILLER
MIYUKI CO., INC.
BEAR STEARNS ARTHUR J. PACHECO
THE PONDS LAW FIRM
SPACE CRAFT KAZU KATAOKA

Pearl & Jewelry
Fabric & Material

MIKIMOTO AMERICA LTD.
TORAY . TAKESITA-RI . KURABO INDUSTRIES INC.
TOKYO MODERN . NIPPON LACE . TAKUMI KOGEI
PAGO FABRIC . HORIKOSHI NEW YORK INC. . NIPPON VILENE
JENOVA

Hair

YOSHIYUKI OKUBO
SEIICHIRO HAMADA
CORY L. TUTTLE, LUDEN HERIQUEZ
EUGENE TOYE, JOEY BLAYLOCK
EMI TANAKA
SANAE KUNIEDA
TOMOKO KAWAMOTO, SEIICHIRO KAWAMOTO
SEIKO IHARA, SHINICHI MURATA
OTHELLO
HIDEYUKI TATEBAYASHI
TARO FUJIWARA, PATRICE P. FIDOLE
TOP SPIN
ALLAN

Atelier Production

HIROMI SHINMEI
MITSUYO IWANAGA
YOKO TANAKA
CHANGBUM KIM
NORICO KANEKO
DUNIA BARLEY
KUMIKO KUBODERA

Make up

YUKIHITO USHIKI
SINTARO MEGURO
MIKIKO KAWASHIMA
MINORU OBATA
SETSUKE HOSOMI
MITSUNORI HIRASAWA
YUKA WASHIZU
(Momotaro) Kosuda Salon)
(Momotaro Shige
(Lancome) MIYAKO ODAGAKI
KELLY FRICK
RACHEL RAE
PRICEILLA WAED
TANYA MARSHALL
VEVERLY GOLD

(S-E-I SALON)

Director
Photographer
Music
Video
Lighting

Total Producer

AKEMI SONE

AKEMI SONE

217 East 49 th Street, New York, NY 10017
Phone (212)753-9233 Fax (212)753-9225

4:30 p.m. General Assembly Hall

International Fashion Show presented by IMEKA of New York

This performance has become possible thanks to the generous support of MIKIMOTO America Ltd. And the Permanent Mission of Japan to the United Nations. The evening event of the International Fashion Show has been co-ordinated by Ms. Natalia Samoilova, a staff member of the Department of Public Information.

AKEMI SONE



Profile:

Akemi Sone, an accomplished fashion designer whose creative concept grew from the traditional Japanese "KIMONO", has always explored the world of design with her own unique vision. Prior to moving to this country 9 years ago, she was working as a well-known and successfully established Kimono designer. Now living in this country, Akemi has been designing her creations actively using her unique background. The actual process of her creativity begins with producing her own fabrics by first selecting the threads for weaving, and then hand painting patterns on such fabrics. Therefore, Akemi's fabric itself even before made into garments, is a form of art, having a special refinement and uniqueness that captures the sophisticated and highly cultured eye. The collection that is to be introduced on "Staff Day" will be divided into four groups for a theme of "Four-seasons" of four countries she has chosen. Throughout the collection, the garments will reflect the sublimation of Japanese color and patterns that are transformed by Akemi's creativity.



Akemi Sone
Design Philosophy

When Akemi Sone sets out to design a particular garment, her goal is to create a piece that will stand on its own as a distinctive fashion statement.



Sone brings to each collection she designs the spirit and creativity she developed in Japan and has continued to develop in the United States. "Certain details, like the drape of a particular skirt or the slit of a sleeve, may be reminiscent of the kimono," she explains, "but my overall design sensibility is primarily American and European."

Likewise, all of the fabric prints and patterns in Sone's collections, which are of her own design, are delightful combinations of Eastern beauty and Western spirit.

The designs in Sone's collection share a distinctive femininity that is both flattering and extremely wearable. "I envision the woman who will be buying these clothes -- what her life is like, where she will be wearing them -- and I try to design what I think she will want and need." Sone says.

At every stage of creation, from rough sketches to examining a finished dress, I will keep the woman who will be wearing my clothes in mind."

MIKIMOTO.

730 FIFTH AVENUE AT 57TH STREET, NEW YORK 1-800-431-4305
SOUTH COAST PLAZA · TOKYO · LONDON · PARIS



Life Style FASHION WATCH

国連本会議場を舞台に

9月にファッションショー

曾根あけみさん

国連関係者や世界各国の大使が一堂に集まり九月十二日に開かれる「スタッフ・デー」の中で、ニューヨークで活躍するデザイナー、曾根あけみさんⅡ写真Ⅱのファッションショーが開かれることがこのほど決定した。

企画に携わる国連スタッフからの申し出にこたえたもので、日本人デザイナーとしては初めての参加。本会議場を舞台に約一時間のコレクションが披露される予定だ。

曾根さんの作品は、和服が持つシンプルで自由な着こなしができるスタイルと

生地作りからこだわることも知られている。ニューヨーク・コレクションへの参加経験もあるが、今回はいわゆる業界向けのショーとは趣向も異なり規模も大きい。

「世界のある場所をシーズンごとに想定しながらストリー性のあるパフォーマンス仕立てにし、その中で日本の美しい色と柄にこだわったデザインを披露したい」と意欲を見せる。また、「ニューヨークを拠点に活動始めて九年の総まとめとして、できれば、それを日本にも持ち帰って紹介したい」と話している。

AKEMI SONE FASHION SHOW AT THE UNITED NATIONS



During "Staff Day" the September 12th, 1997 event attended by parties concerned with the United Nations as well as ambassadors from all over the world, AKEMI SONE will have a fashion show and will be the first New York based Japanese designer to ever present a fashion collection there.

AKEMI SONE is honored to accept the offer to be the first Japanese designer to have a show at the United Nations from a UN staff coordinator involved in this event.

The show will be held in the General Assembly Building and will last for approximately one hour.

AKEMI SONE's designs are known for a style which originates from KIMONO's simplicity, particularly the fabrics, which are also designed by her.

"I pick the cities in the world according to the seasons and set the stories behind them. I would like to show my concern in the colors and the patterns from Japan in the collection." AKEMI SONE is enthusiastic about this show.

"It has been nine years since I arrived in New York. I would like to take this collection back to Japan to present it as an assembly of my work of these nine years." She adds.

From The Yomiuri America

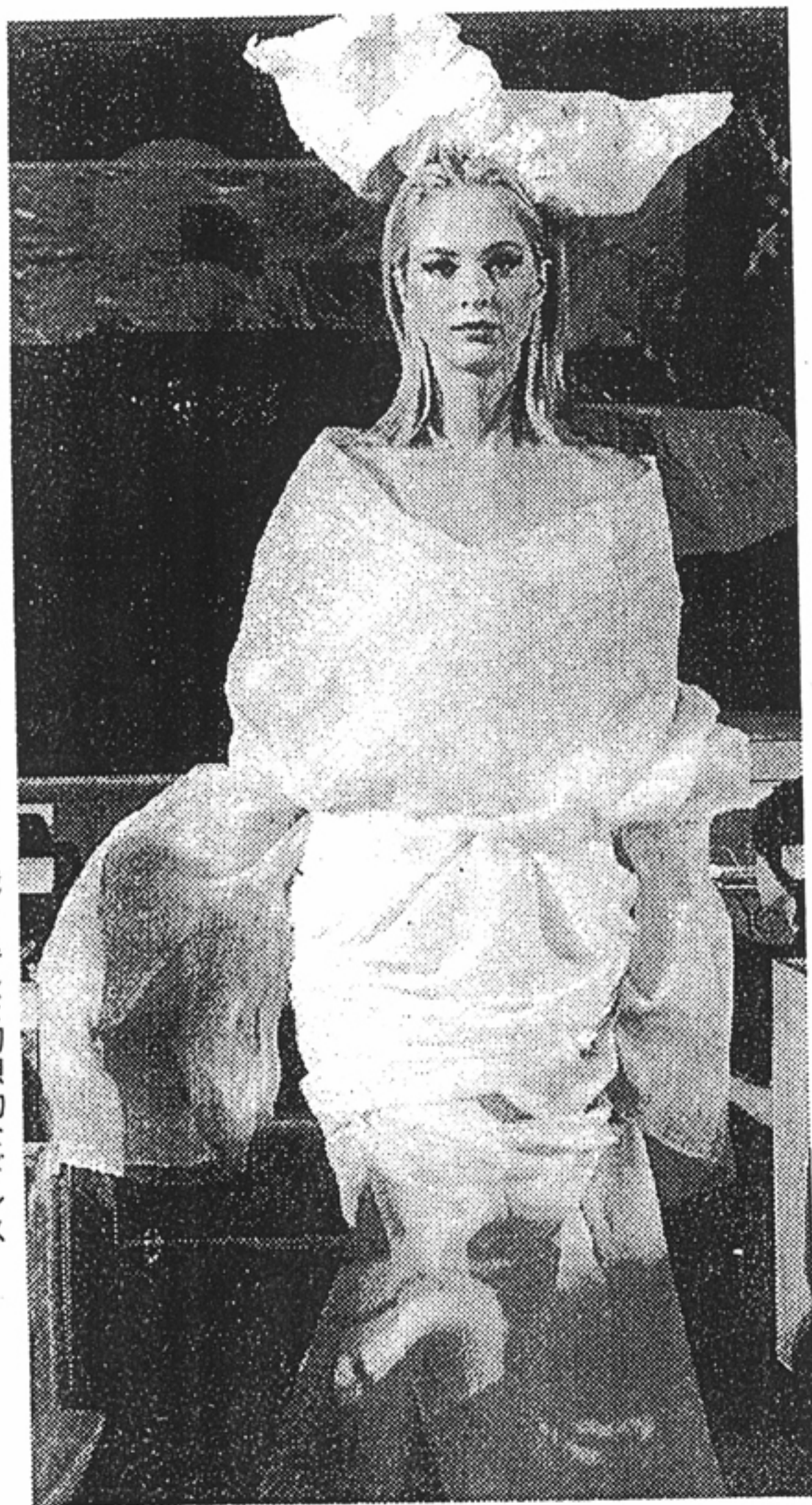
新作コレクション 国連本会議場で披露

東西融合、四季で表現

曾根あけみさんが独壇場

ニューヨークを拠点に活躍中のファッションデザイナー「国連スタッフデー」の招きで、曾根あけみさんの新作コレクションが十二日、国連本会議場を舞台に披露された。

これは、国連に勤務する職員と家族を対象にした「国連スタッフデー」の招待イベントの一つとして企画されたもので、日本人ファッションデザイナーとしては初の試み。新作ドレスは約二百点が約一時間にわた



オープニングを飾った和紙にシルクを織り込んだ幻想的なドレス



フィナーレで会場の拍手にこたえる曾根あけみさん

ってステージを彩り、この十年の曾根さんのニューヨーク活動の集大成ともいえる見ごたえのあるショーとなった。

着物の着付け教室を主宰する両親のもとで育った曾根さんのデザインは、和装のシンプルで美しいと洋装の機能性を兼ね備えた「東西の融合」が特色。伝統的なフアブリックを現代女性に合わせたカッティングで仕立て上げることで知られている。このショーのためにデザインはもとより、

素材選び、縫製おこし、染め付けなど生地作りからかわるこたわりようで、京都や新潟の職人との綿密な打ち合わせを一月から開始。仕上がった生地をニューヨークのアトリエに運び込んでからはショーの直前まで念入りに準備が進められたという。

構成は、カトレアのブリント模様がワルツに舞う「春」、都会の女性が砂漠のしやく熱の太陽の下でさっそうと着こなす「夏」、日本の伝統的な色、柄、形を国際的なシルエットにデフォルメしたシックな「秋」、着物の段染めの手法を取り入れたイブニングドレスでドラマチックな「冬」を演出。一万個の真珠を一粒ずつ縫い付けた純白のウエディングドレスを天使の少女たちががとり囲むファンタジックなフィナーレには、国際色豊かな会場から盛大な拍手がわき起こった。

神戸新聞

夕刊



写真Ⅱが開かれた。

△：国連総会を前に毎年催されている「国連スタッフ(職員デー)のイベントとして招待されたもので、総会議場に集まった各国大使らから大きな拍手を受けた。

△：作曲家の

かけ橋

△：米ニューヨークの国連本部で十二日、日本の東京ポップスオーケストラなどと一緒に「上を向いて歩こう」や世界各国の民謡を演奏。曽根さんは、和服

出身で当地在住の日本人デザイナー・曽根あけみさんに特のドレスやスーツを披露した。

International English As It Occurs

A Fashionable Meeting of East and West

私たちが服を着るのは外界の環境から身を守るためですが、ファッションにはこの基本的な機能の他に自己を表現するという役割があります。近年、服は自由になり、さまざまなタイプの服が受け入れられるようになっってきました。このトレンドにより、デザイナーは自由なスタイルを創造することができるようになりましたが、今ほど着る人の心を理解しなければならぬ時代はないと言ってよいでしょう。今週はファッション・デザイナーの曾根あけみさんが、着物デザイナーから洋服デザイナーに転向した理由と、ファッションを通して伝えたいことについて話します。



東洋と西洋の感性の融合を目指す曾根さんの華やかなファッションショー

Akemi Sone



PROFILE

曾根あけみ。兵庫県生まれ。両親が経営する着物学院で学ぶ。1980年に東京に移り、着物の総合教育のための学校を設立。1986年に初めてコレクションを発表する。1987年、着物とスバツを組み合わせた斬新な作品を発表し、注目を集める。1989年、ニューヨークに移り、東洋の美と西洋の美を融合させた独自の創作を続けている。1997年9月の国連スタッフ・デーで、日本人として初めてファッションショーを開いた。

LISTENING POINTS

- 曾根さんは Tada さんの質問に短く答えたと、その理由を述べています。この種のインタビューを聞く場合には、答えを聞いたらすぐにそれはなぜかを推測し、その後でその推測が正しかったかどうかを確かめるとよいでしょう。
- 曾根さんはなぜ着物デザイナーから洋服デザイナーに転向したのですか。
- ニューヨークでうまくいけば、バリでも問題ないと言ったのはなぜですか。
- 曾根さんがデザインするのはどのような女性の服ですか。
- ファッションショーを開くにはファッションの他に何が必要ですか。
- 曾根さんの顧客のうち日本人は何パーセントいますか。

Japanese Boutiques Opening In Succession Fashion For Autumn



Akemi Sone
Making Clothes Only For You

ファッションの秋

邦人ブティック 次々登場

この秋、次々に新しいブティックが誕生する中、マディソン街七十七丁目目世界に活躍する日本人デザイナー、「イツセイ・ミヤケ」の新店舗もオープンした。先月行われたオープニ

メンズの充実図る—イツセイ・ミヤケ
自分のための一着仕立てる—曾根あけみ



Assey Miyake
Fullness Plan Men's Clothes

ング・カクテル・パーティーには約三百人のゲストが集まり、店内に並んだ、鮮やかな色遣いの秋冬物コレクションを楽しんだ。新店舗は、古い店舗と同じ場所だが、面積が約一・五倍広くなった。最近アメリカで需要が高まっているメンズ・コレクションの充実を

ため、店舗拡張に踏み切ったという。レディース、メンズの洋服に加え、ネクタイやスカーフといった小物も、個性的なものがそろっている。「この秋は、ほとんどのブランドも次々に新店舗をオープンさせています

が、これは単に偶然が重なっただけ。競争が激しくなっただけで困っている「アメリカでのビジネスは順調です。この新店舗で、現代のライフスタイルに合った新しいメンズ・ウェアをプロモートしていきます」と考えています(同)

日本で大ヒットした「リッツ・ブリーズ」シリーズなど、革新的な新素材の開発技術でも知られる、

ブランド。「モダンな素材を使ったクラシックなデザイン(同)で、さらなる市場の拡大を狙うそうだ。

また、十月十日には、これまでニューヨークでオートクチュール・デザインを手掛けてきた曾根あけみさんのブティック「I ME K A・ニューヨーク」(東四九丁目二七番地)がオープンした。

このブティックには、仕がった服は一点も置かれていない。店内には曾根さんのデザイン・コンテと、アルと呼ばれる仮縫い状態の白いスーツが十一組、ト五種類がディスプレイされている。客は好みのスタイルを選んだ後、用意された布地のサンプルをめぐりながら好みの風合いや色を選び、採寸を経て、世界に一着しかない体にぴったりフィットした服を作

November, 1996

US-JAPAN BUSINESS FOCUS

new york
clippings

今月の気になる話題

世界初、洋服の置いていないブティックがオープン
AKEMI SONE New York

服飾デザイナーとして独特な作品を発表してきた曾根あけみさんが、この度ニューヨークでブティックをオープンした。なんとこのお店、ブティックとはいっても、完成した洋服が一着も置かれていない。店内には、トアルチェック（仮縫い）状態のジャケットやスカートと曾根さんのデザイン・コンテが飾られている。顧客は、トアルの中から自分の好きな型を選ぶと、今度はたくさんの生地のコレクションの中からコレというものを選ぶ。お店には服飾専門のアドバイザーがいて、各

顧客の個性を最大限に引き出し、さらに体型にフィットした服をコーディネートしてくれる。メイクアップからウォーキング等のレッスンを提供するニューヨーク・ビューティー・スペースを併設する同店は、女性をいかに美しく見せるかを追求してきたプロに支えられているので心強い。自分が納得のいく型と生地が決まったらさっそく注文、2~3週間後には自分だけの洋服が手に入るというわけだ。

オートクチュールのデザイナーとして活躍してきた曾根さんだが、一般の人にもっと自分の作品を着てもらいたいとの願いから、同店のオープンを果たした。スカートは350ドルから、ジャケットは600ドルから。半分オートクチュール、半分プレタポルテの感覚で、自分の好みに合った服をこの値段で買えるのが魅力だ。今月から新しいドレスのデザインも5点追加される。



コート5点、スーツ11点のトアルが並ぶ

AKEMI SONE

217 E49th St. 212-753-9233

世界が舞台

ブランド・ドミンゴ、マイケル・ジャクソン、グローバー・ワシントン・ジュニア……。世界的な歌手やエンターティナーの名前が次々に飛び出す。いずれもファッションを手がける顧客だ。ニューヨークのしゃれたビルで、デザイナーとビューティー・スクール校長という時代の先端をゆく二役をこなしている。

昨年に発表した新ブランドは、名前を逆さに読んだ「IM E K A N Y」。仮縫い状態の白いサンプルを店内に並べ、客は気に入ったスタイルを選ぶ。それから生地の色を吟味して、一着を作るユニークな方式を取り入れている。

常識にとらわれない発想が評価され、国連の「世界にはばたくトップデザイナー」の一人として今秋、表彰を受ける。

「美しくなりたい」という永遠の

テーマを求めていくと、服装だけ、美容だけと境界線を引くわけにはいかない。さらに、内面から輝いてこないと真の美しさとはいえない。『トータルビューティー』の創造を強調する。

郷里の三木市、神戸や大阪など関西一円で着物学院を経営する両親のもとで、「ジーンズをはくように着物に親しんで」育ち、高校卒業間もなく着付け講師になった。しかし、「二年に数えるほどしか着る機会のない着物は、現代のライフスタイルにそぐわない」と実感。音楽評論の道を併せて歩む。

二つの世界を行き来するうち、芸能人から衣装コーディネートの

そね 曾根あけみさん 40

世界のトップデザイナーとして国連で表彰される



相談を受ける機会も増えた。十九歳で上京し、舞台衣装を手がけるようになった。「実家を離れることで、一本のひもで着物を様々に変化

略歴 三木市出身。76年から音楽ジャーナリストとして活躍する一方、80年に「曾根あけみKIMONOファッションスタジオ」を設立。オペラ「リア王」の衣装デザインなどを手がける。89年渡米し、「ニューヨーク・ビューティー・スペース」社を昨年設立。

させ、ロック音楽と組み合わせるなど、さん新たな企画で業界に新風を吹き込んだ。

日本では首をかしげる人もいたが、アートとして高く評価して、れたのが、今もCNNのファッションリポーターとして活躍するヤルザ・クレンチ。「行動する時にあれこれ前置きする必要のない中で、のびのび創作してみたい」と、活動の拠点をニューヨークに移した。

着物のシンプルな仕立てや美しい色合いを洋服に取り入れるようになり、一九九三年にはニューヨーク・コレクションの晴れ舞台を体験した。

「日本の緑、着物の緑は深くて深みがある。心に一本筋が通る感じ。アメリカに来て、日本の伝統がはっきりするようになった」

毎シーズン十着ずつ発表するワンピースは、上下の組み替えがきく。色で遊ぶことができ、裏地に凝るのも自在だ。「着る人を自由な自分させるヒントを着物から教わった」と話す。

(読売アメリカ社・小野恵)

米で見えた日本の伝統

第15887号 (日刊) ©読売新聞大阪本社1997年

THE YOMIURI SHIMBUN

発行所
読売新聞大阪本社
大阪府北区野崎町5-9
郵便番号 530
電話 (06) 361-1111

2月26日 水曜日
1997年(平成9年)

読新新聞

U.S. Frontline

MONTHLY

April, 1997

US-JAPAN BUSINESS FOCUS

NO.55

U.S. FRONTLINE NEWS, 330 Madison Avenue, 2nd Floor, New York NY 10017 Tel. 212-922-9090

© Entire contents copyright 1997 by U.S. FRONTLINE NEWS, INC. All rights reserved

33 U.S. Frontline April 1997

ファッション・デザイナーが考えるトータル・ビューティー

ニューヨーク・ビューティー・スペース・アカデミー

女性であれば、多少出来が悪くても自分の顔には愛着があるもの。きれいになりたいのは山々だが、アメリカにいて塗り固めるようなメイクでせっかくの個性を隠してしまうのも考えものだ。それぞれの個性を活かすメイクを集中的に学べるコースをニューヨークで発見した。すでに口コミで広がり、熱心な美容ファンが日本から旅行がてら駆け付けることもあるほど。

着物の素養をベースにした服飾デザインで独自の世界を展開しているデザイナー、曾根あけみさんが主催するニューヨーク・ビューティー・スペースで開講しているアカデミーがそれだ。ナチュラル/クチュールと目的別に設置されたコースは、ニューヨークで目下活躍中のメイクアップ・アーティストを講師に迎え、少人数制でメイクアップのノウハウを本格的に学べる（授業料390ドル）。受講者の写真を見せてもらったところ、単純にきれいになっただけでなく、表情が明るくなっていて魅力的になっているのが印



象的だった。

メイクを学ぶことは内面を開くことの手段、と曾根さんは話す。常にモデルをいい顔でステージに送り出すことに心を砕いたデザイナーとしての経験も役に立っている。3年前

に腸捻転を患った時にできたしみを治したことをきっかけに、徹底的にスキンケアを研究、ダーマ・システムというラインを発案した。日本人に多いコンプレックス・スキンに効果を発揮するという。メイクアップ・アーティストを目指している人のためのコースや、モデルや女優志望者を対象にしたウォーキングやスキンケアを含めた総合的なコースもある。また、日本のエグゼクティブの相談に応じ、自分をプレゼンテーションするための個人指導も行なっている。

問い合わせ： ニューヨーク・ビューティー・スペース 212-753-9233



美人になる 春の美容大特集

冬の冷たい空気にさらされて、肌のかさつきが目立ってしまった。冬の間おいしい物を食べ過ぎて、体型も少し気になると取り返しがつかない。春の訪れとともに肌の活気を取り戻し、身体にもエネルギーを取り入れ

よう。流行最先端のニューヨークから、今人気のエステティックサロン、個性的なメイクアップ・スクール、矯正下着など、色々な角度から美を追求する。きれいな春を楽しむための必読特集。

夢に賭けて

13

「ニューヨーク・ビューティースペースアカデミー」では、モデルやメーカーの女の子からキャリアウーマン、ミセスまで大きな鏡とにらめっこ。メイクの基本から歩き方、ファッションセンスの習得に余念がない。

「美しくなりたい——この永遠のテーマを求め」

「デザインのお仕着せになつては装う楽しみはない」。客と一緒に作る新ブランドの誕生。からは、約二十年間の試行錯誤の結果得た自信が感じられる。毎シーズン十着発表するシンブルなスーツは上下の組み換えがきくようになっている。色で遊ぶことができ、裏地を凝ることも自在だ。着る人を自由な気分になつてくれるヒントは、一時嫌いになりかけた着物が教えてくれたようだ。

女性の永遠のテーマ追う

ファッション・デザイナー 曾根 あけみさん(40)

ニューヨークのミッドタウンにあるしゃれたビルでファッションデザイナーとビューティー・スクールの校長という二役をエネルギーにこなす。

一階にあるブティックに昨秋デビューさせたばかりの新ブランドは、アルファベットの名前を逆から読んで名付けた「I MEKA NY」。仮縫い状態の白いサンプルを店内に並べ、客はその中から気に入ったスタイルを選んだ後、生地の色や素材を吟味し、体にフィットしたクチュール感覚の一作を作るというユニークな方式をとっている。

一方、二階で展開する「ニューヨーク・ビューティースペースアカデミー」の創造を提案する。関西で着物学院を営

する両親のもとで、「ジーンズをはくように着物に親しんで育った」という曾根さんは、高校卒業間もなく着付けの講師としてキャリアをスタートさせた。しかし、「一年に数えるほどしか着る機会のない着物は、現代のライフスタイルにそぐわ

い感覚で着物スベシヤリストとして珍重がられた。やがて十九歳で上京し、舞台衣装を手掛けるようになる。

「実家から離れてみることで着物を『着る物』、一枚の布という発想で客観的に見つめられるようになったのはこのころか

要のない国でのびのび創作してみたいという思いに駆られて」活動の拠点をニューヨークに移すきっかけになったという。

当初、古典柄や着物スタイルにこだわった時期もあったが、やがてそのシンブルな仕立てや美しい色合いを洋服にとり入れるようになり、九三年にはニューヨーク・コレクションの晴れの舞台も体験した。

(小野 恵記者)

着る人を自由な気分に着物で知った美の神髄

それは、「行動する時にあれこれ前置きする必

ずか二十三歳で親の学校経営とは独立した形の「曾根あけみレディースビューティーアカデミー」を目黒に開校。着物モデルの育成をはじめ、ここでは和装のヘアメイク、マナーなどをトータルに教えるノウハウを身に付けた。一方、着物をデザインしたり、一本のひもで着物を七変化させてロック音楽と組み合わせるなど斬新なファッ

ション・クリエーター

「パリ・コレ」同様 世界の一流60人競演

NYコレ

大盛況

もう雪が舞い始めた米国ニューヨークで、カルバン・クラインはじめ世界のデザイナー六十人が競演するファッション・ショーが六日間にわたって行われた。有名なパリ・コレ(パリ・コレクション)と同様、今回は初めて市内のグランド・パークに大テント二つを張っての開催となったが、日本人ではただ一人、曽根あけみさんが参加、注目を集めた。



オープンの初日から 有名女優らが続々

ある新聞には「ビッグ・アップル・サーカス」の大きな見出しが躍った。ニューヨークのシンボル、アップル(りんご)にひっかけたものだったが、華やかに繰り広げられるビッグイベントにあわしい形勢だった。

今回のNYコレクションは、これまでは会場をホテルなど分散開催していたが、初めて一つの会場での開催となった。グランド・パークに大きなテントを二つ(シモン・フィッシュ・シアターとガルト・ルド・シアター)張って、パリ・コレのスタイルをまねた形。ニューヨークの世界的な情報発信都市としての自信と意欲の表れともいえた。

オープンの初日から、注目の筆頭は、なんと、カルバン・クライン。二千人もアフロでないモデルを登壇させる一方、スーパーモデルのイオナ・スカイらが出演。一時は膨大な負債を抱えて危機に陥っていたものの、

注目の筆頭は、なんと、カルバン・クライン。二千人もアフロでないモデルを登壇させる一方、スーパーモデルのイオナ・スカイらが出演。一時は膨大な負債を抱えて危機に陥っていたものの、

スポンサーの援助で、さらに作品の話題性に人気は回復。その国、さらには世界のファッション界の注目を集めた。NYコレの初日は、まさにファッション界の一大イベントとなった。



曽根あけみさんも、このショーに参加し、注目を集めた。彼女の作品は、まさにファッション界の一大イベントとなった。

CONGRATULATIONS TO THE NEW YORK COLLECTION

オープン初日から 有名女優らが続々

ある新聞には「ビッグ・アップル・サーカス」の大きな見出しが躍った。ニューヨークのシンボル、アップル（りんご）にひっかけてのものだったが、華やかに繰り広げられるビッグイベントにふさわしい形容だった。

今回のNYコレクション、これまでは会場をホテルなど分散開催していたが、初めて一つの会場での開催となった。フライアント・パークに大きなテントを二つ（ジョセフィーヌ・シアターとガルト・ルド・シアター）張って、パリ・コレのスタイルをまねた形。ニューヨークの世界的な情報発信都市としての自信と意欲の表れともいえた。

オープン初日から、メグ・ライアン、ダリル・ハンナ、ソフィア・コッポラ（フランシス・コッポラ監督の娘）ら有名女優も多数見学に訪れたが、華やかなムードを一層盛て危機におちいったものの、



曾根あけみショーのラストを飾った作品、奇抜さとかわいらしさの同居したデザインに会場から大きな拍手が沸いた

スポンサーの援助で立ち直り、さらに作品のヒットで一気に人気を回復。『チャンス』の国々では話だが、ニューヨークの人気のすべは彼の注目度の高さを見せつけた。ほかに、DKNY、ラルフ・ローレン、ドンナ・カラン、ニコル・ミラーら多彩な顔ぶれ。ショーに登場する作品も多彩で、中には妊婦モデルも登場して注目を集める一幕も。そんな中で、日本人ではた

だ一人参加したのが曾根あけみさん。日本でKIMONOデザイナーとして活躍後、五年前に渡米してニューヨークに拠点を構えた。今回は三年ぶりの出展だった。曾根さんの作品は、日本と西洋の二つの文化のブレンドによる美しい布、刺激的な肌ざわり、革新的かつ洗練されたシルエットなどが特徴だ。着物デザイナーらしく、染めから自分でやってしまいが、「素材づくりから自分でしないと自由なデザインができない」との考え。また、「日本の自然に見る豊かな色と、ニューヨークの人工的な色からインスピレーションを受けて」彼女の独自の色が作られたという。実際、彼女のスタジオがあるセントハウス屋上からはエンパイア・ステート・ビル、クライスラー・ビルなど摩天楼の見事な眺めが展開する。今回のショータイトルは「EVOLUTION（進化）」。作品テーマは「パッション・フルール（情熱の花）」。

「人気ばん回」カルバン・クライン

当日のショーでは、カクテルドレスからリゾットウェアまで、大胆なシルエット、独創的な染めの作品が多数出品された。ラストには花いっぽうに飾られたドレスを来たやじ取ったようだった。世界へのトップデザイナーへ、また一歩前進したのを、曾根さん自身もはつきりと感じ取ったようだった。



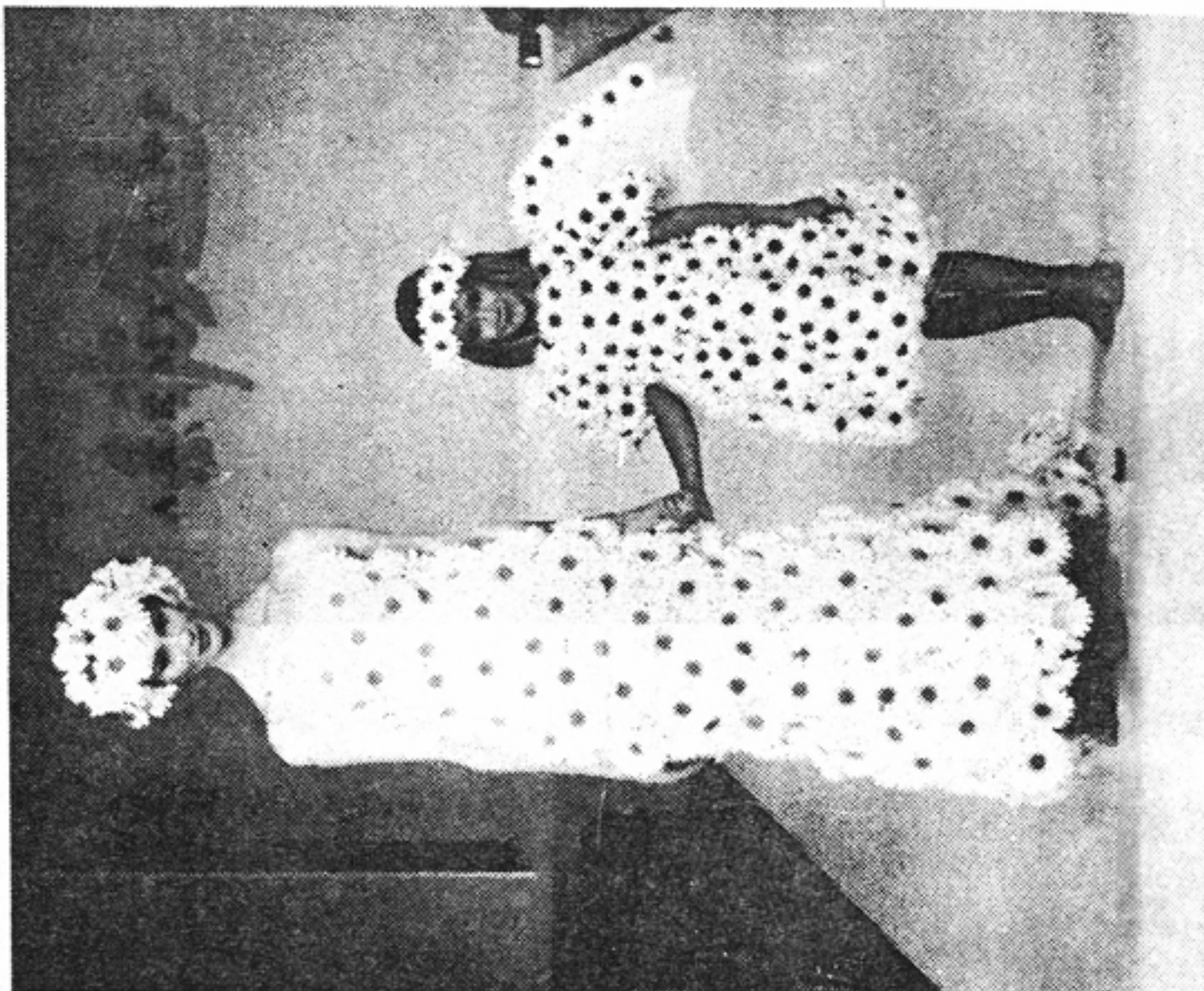
テレビ局のインタビューを受ける曾根さん（中）

大胆シルエット&独創的な染め
「世界の曾根あけみ」へまた前進

スポーツニッポン

平成5年(1993)
11月18日
木曜日

スポーツニッポン新聞
大阪市北区梅田3丁目
代表電話06(346)8550
名古屋総局 名古屋市中村区
(昭和24年2月10日第三種郵便)
©スポーツニッポン



素材が注目される曾根あけみさんのフューチャーの作品

'94春・夏ニューヨーク・コレクション

デザイナーが一堂に集まって「テント」でファッションショーを開く。東京では代々木テントで、ミラノではフィエラでというように定着しているが、十月三十一日から開催されている「'94春夏ニューヨーク・コレクション」でも、初めての試みとして、ニューヨーク図書館裏のブライアント公園にテントを作り、ほとんどの有名デザイナーがショーを開催して評判になっている。

これまでのニューヨーク・コレクションはそれぞれのデザイナーが別々に、ホテルのバンケット・ルーム、ソーホーのロフト、シヨールームなどでショーを開いてきた。

しかし、世界各国から集まるバイヤーや報道関係者の注目を集めるには、ひとつ屋根の下に力を結集した方が効果的ということに進

められてきた企画で、その名も「SEVENTH ON SIXTH」——ニューヨークのアッシュン・メーカーの多くがオフィスやシヨールームを連ねる七番街が六番街の角地に引越してきたという意味合いが込められている。

この試みに対し、人々の反応は様々。招待客側からは、市内に分散した会場を右往左往する不便が解消されたことと好評を得ている反面、昨年までデザイナーが思い思いの会場を選んで繰り広げてきたショーを懐かしむ声も。

また、会場の収容人数にいつそう制限が加わり入場許可を得るのが難しくなったことなどから「公共の場を使っているにもかかわらず、市民はシャットアウトとは」という批判の声もテントの外ではささやかれている。

一方、デザイナーのタナ・キヤラは、ニューヨーク・タイムズ紙のインタビュに「ニューヨークのアッシュン業界が一丸となつて一緒に成功する。今はそういう時期。ここへ来

れば、ニューヨークの空気を感ずることができる。このテントはそんな空間」とニューヨークアッシュンの新たなエネルギーを感じさせるコメントを寄せていた。

テント方式に賛否両論

一般の人はいれません

唯一の日本人デザイナー

曾根あけみさん

テーマは「進化」

このアライアント公園のヨークに「アケミ・スタジオ」を設立したのは四年前。込んでバッチワークのような形にしたり、プリントも独自のデザインしたものをコンピュターで図案化したりと、凝っている。東洋と西洋が自然なかたちで一体となっていて、そのオリジナリティも、年を追うにつれ、着物を彷彿（ほうふ）とさせるような柄やバ

ターンが特長。流行の透ける素材、シルクオーガンジを知的にサテンシルクと組み合わせ、リボンを挟み込んでバッチワークのよう

このアライアント公園のヨークに「アケミ・スタジオ」を設立したのは四年前。込んでバッチワークのよう



ニューヨーク図書館西側のアライアントパークに設置されたアト

PARIS, MILAN, LONDON,
MADRID, NEW YORK,
SEOUL, TOKYO,
OSAKA, KOBE

パリ、ミラノ、ロンドン、マドリード、ニューヨーク、ソウル、大阪、神戸、そして東京のコレクション、すべてのメゾン解説掲載。



ALL COLLECTIONS
IN THIS ISSUE!



Ralph Lauren, Ralph, Polo Sport
ラルフ・ローレン、ラルフ、ポロ・スポーツ

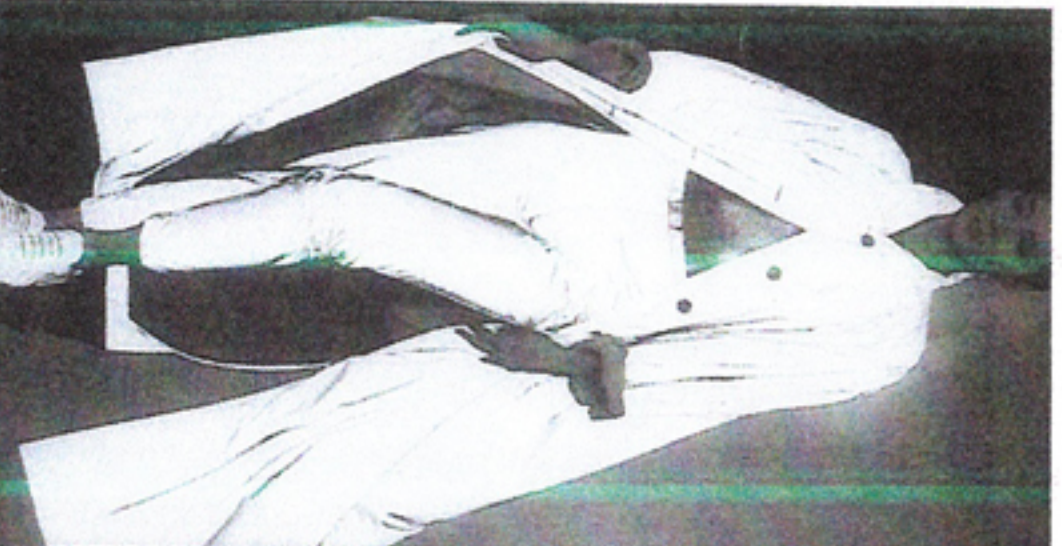


今回もベストデザイン賞を選ばならラルフ・ローレンだ。今シーズンからスタートしたヤングライン「ラルフ」と「ポロ・スポーツ」と三つあわせて発表された。今回のトレンドはサスペンダー、バギーバンズ、ジレなど。スエードや表革のラップスカートやミドリフ丈のジレが目立つ。「ラルフ」(上3点)はフランス風の味つけをしたクラシックなアメリカンスタイル。「ポロ・スポーツ」(下3点)はトレーニングウェア、ゴルフウェア、乗馬服など。★ポロ・ラルフ ローレン ジャパン 電話03-3222-6630

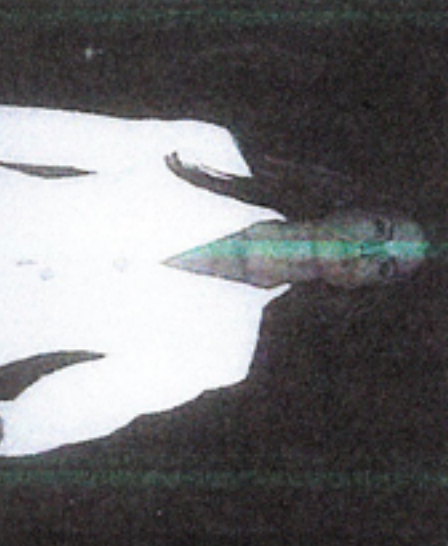


Akemi Sone
アケミ・ソネ

特別エキサイティングなものではないが、ユニークなプリント生地を使っていることで人目を引いた。派手ではなく落ち着いていて、エレガントで、着る人と一緒に流れるように動く服を発表した。ほかし染めや日本的な花柄があるかと思えば、帽子からつま先まで、全身マーガレットをびっしりつけたドレスも登場。シリアルク使いやバスローブドレスも大人っぽい。



Donna Karan
ドナ・カラン



今までのように体の輪廓を流れるイブニングドレスが、タイトすぎずゆ〜

3 に見る の普遍化

日本航空 米州地区

広報部長 藤松忠夫

海外駐在 Information for World Enterprises

A・HINT・OF・K
IMONO

九月十八日の朝九時に、ニューヨークの最もファッショナブルなホテルのひとつと言われるロイヤルトンのロビーを使って、曾根緋魅さんのファッション・ショーが行われた。

アケミさんはもとキモノのモデルでもあり、キモノ地のデザイナーでもある。だからニューヨークのファッション界にデビューしたいという話をうかがったときに、またか、と思い半信半疑だった。というのも、日本のキモノ及びキモノ風のファッションをアメリカに持ち込もうとして過去十年間に様々な人がチャレンジしたのだが、正直なところあまり成功していないか

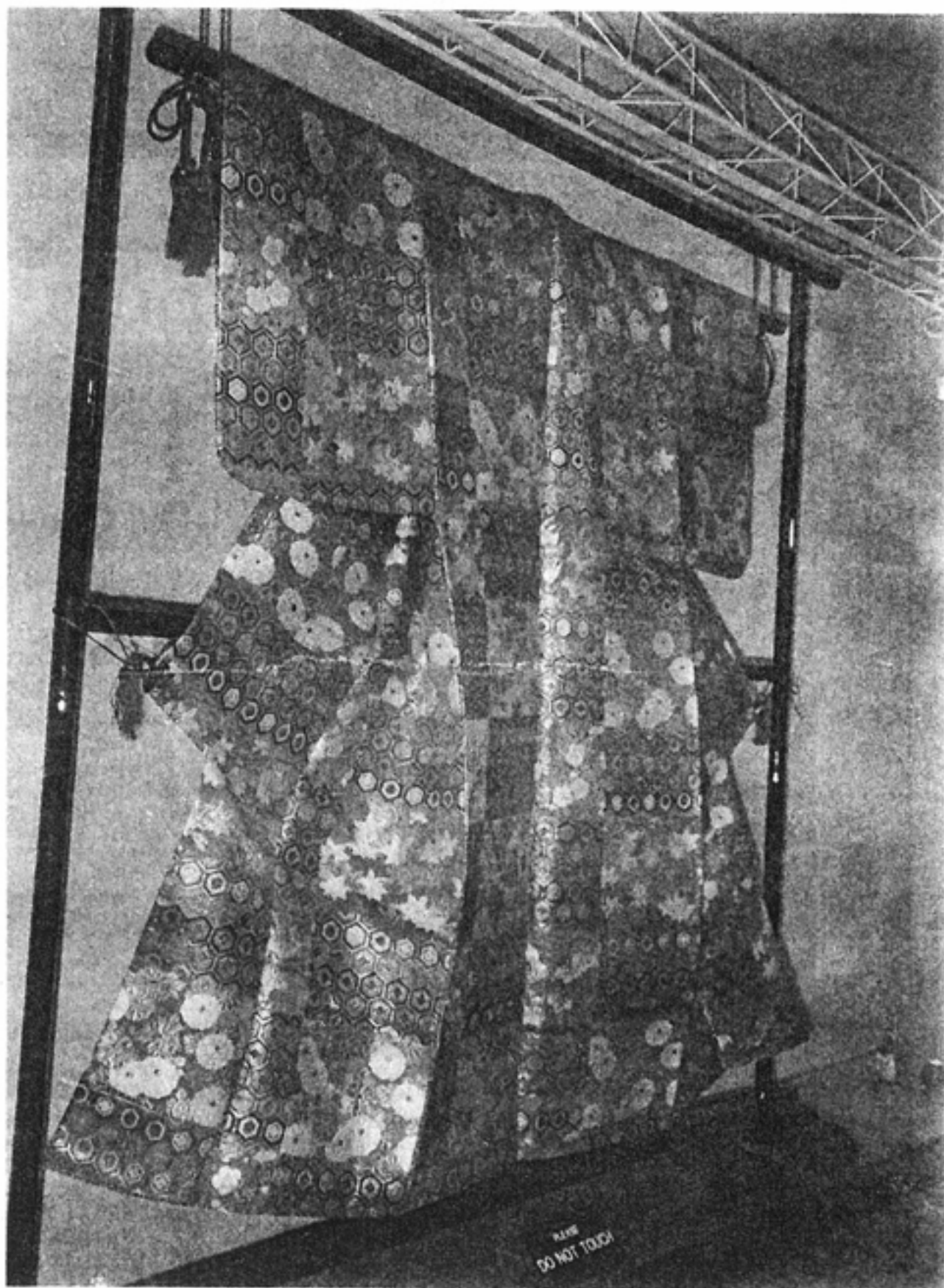
らである。

しかし、ショーの華やかな音楽にのって、アメリカ人のモデルがマーメイド型のイブニング・ガウンで登場したとき、あっと思った。これはいける——と。

シースケイプと題されたシャツやジャケット、パンツ、キャミソールも同様に、たしかに着物に使える布地を使っているのだが、どこにも着物はなかった。強いていうならば、風を切って歩いていくモデルの体にまわりつく感じに、着物独特のセクシーなフィーリングがかすかに残っているかな、と思

う程度である。

見ているアメリカ人のジャーナリストたちは、この例えようもなくエレガントな、しかも自分たちが今夜にでも着て歩けると思える作品に盛大な（お世辞でない）拍手を送っていた。途中で、カスリというシリーズがあり、これはまさに着物の柄がふんだんに使われていたが、それも完全に洋服の発想法で消化され、まったく違和感はなかった。カミシモに似たデザインのキモノに最も近い発想の作品が三点だけあり、私はいいと思ったのだが、これにはさっぱり拍手が湧かなかった。



アケミ・ソネ 伝統文化

January 1991

1

月刊

チョコレート入り豆腐の 発想法

異なった伝統文化をもつ商品を異国に持ち込もうとする際に、いくつかの困難な問題がある。

たとえば、キモノのエキスパートというものは、キモノなるものにこだわりがちで、どうしても着物の良さをフルに利用したいと考えるのが通常である。ところが、アメリカ人の方はキモノという言葉が英語の辞典で引けばわかるとおりに、湯上りに羽織るガウンという認識しかない。これは正装であってワンセット三百万円するんだと説明したところで、相手には全く通じない。

アケミさんがアメリカに一年生活して、「アメリカ人の発想法でキモノを見直してみた」という点が成功の原因

で、英語の表現を使うと、料理の中にわずかにベイズルが入っているのがわかる時、ヒント・オブという言葉を使う、あれである。つまりヒント・オブ・キモノを感じさせるウエスタン・スタイルの服をつくるということなのだ。

それは日本の陶器のヒバチを二つ並べて上にお厚いガラスの板を置き、すばらしいコーヒー・テーブルを作るのに似ている。風呂敷を壁かけに使ったり、ウチワを何本か組みあわせてユニークなランプ・シェードを作ったりするのも同様の発想法だ。また豆腐という日本人は湯豆腐か冷奴ぐらいしか思いつかないか。アメリカ人は、これに砂糖を入れバナラを入れ、アイスクリームと全く同じものを作ってしまう。これをトフティとよんでいるが、チョコレート・トフティなどというものもある。要するにマーケティングというものは、コンシューマーのニーズに適合する商品づくりをするテクノロジーであって、伝統文化の側からものを考えてはいけないのである。

底にはキッチンとした伝統が……

ジョン・ナイスピットとパトリシア・アバディーンは「メガトレンドズ二〇〇〇」の中で、九〇年代の世界を動かす十のトレンドのひとつとして「ライフ・スタイルのグローバリゼーション」と「文化のナショナルリズム」という、一見

矛盾する傾向を挙げている。

今年のはじめ、久しぶりにサンパウロを訪れ、ホテルの部屋でテレビのチャンネルを廻していたら、ブラジル語の番組にまじってCNNの歯切れのいい英語が聞こえてきた。モスクワでもアフリカでも中南米でもCNNを同時に見ているということは、一種の革命的な状況をつくり出している。このことは、ソ連でマクトナルド・ハンバーガーが食べられ、コンゴでリーバイスのジーンズが売れるという状況にも結びついている。つまり、ライフ・スタイル自体が輸出されてしまえば、ハンバーガーもジーンズもそのままの形で入って何の不思議もないのである。キモノが受け入れられないのは、そのようなライフ・スタイルが存在しないからだ。

ただし、世界が均一化すればするほど、それぞれの民族が伝統として保ちつづけてきた固有の文化は、ますます重要になる。アケミ・ソネの魅力は、あくまでも着物を捨て着物から離れたがらも、その底に着物のもつ優美さ、あでやかさをしっかりとマスターした伝統が、キッチンと生きつづけているところにある。

すぐれた寿司職人は、ごはんを外側につけたカリフォルニア巻きをつくっても、十分においしい寿司をつくれるのと同じである。「カリフォルニア巻なんて寿司じゃない」というような寿司職人は、もはや今後の世界には通用しなくなるということだ。

夕刊

読賣新聞

THE YOMIURI SHIMBUN
EVENING EDITION (日刊) 第41401号

8月30日 金曜日
1991年(平成3年)

発行所
読売新聞社
東京都千代田区大手町1-7-1
郵便番号100-55
電話(03)3242-1111
郵便振替口座東京4-612

© 読売新聞社 1991年



(そね・あけみ)ファッションデザイナー

歌手の川中美幸さんや坂ヤクソンの姉、歌手のラトエタかった。けれど、アメ上がらず、吐く。一挙に百本冬美さんの衣装を手がけーヤ・ジャクソンやジャズリ力でも日本趣味で売れる枚。まだ「描きたい」と思っていた。「ニューきもの」のグローバー・ワシントン時代は終わり。いいものしょう。「わが子を産む気持ち」を仕掛けた一人だった。・ジュニアが愛好する。たか通用しない。日本では、かしら」

一昨年春、スタッフとたとえばウロコ模様の、絹のわたし作品はみな着物と見てくれた。米国では半の街へ。十月には92春夏コレクションを開く。「ロン

ドン、パリ、ミラノにも事務所を持つて、洋服からインテリアま

で、ニューヨークに渡った。東京時代、CNNの取材にこたえて「近くアメリカ人は素晴らしい色彩を楽しむのオリジナル」作品から「きもの」が消る。でトータルに」と構想す

CNNの取材にこたえて「近くアメリカ人は素晴らしい色彩を楽しむのオリジナル」作品から「きもの」が消る。でトータルに」と構想す

で仕事をします」。また、ンでいた。これが、デザイン作品から「きもの」が消る。でトータルに」と構想す

二十代から、仕事はこの街ナーとしての基本認識だつてきた。逆にいえば自分の仕事は「NY発」。事務周して東京へ。なぜなら、で、と強い予感がしていた。そして日本人は、着物の仕事を移して、こんな得難い「わたし、日本の色柄が

からだ。を「着る」というより「ま成果を手にした。大好きですもの」

昨秋、初のコレクションとう」。集中する。三か月間、ぶ写真川島徹

を開いた。次が今年二月。「そんな『まとう文化』、つ通して図柄を描く。手も

いま作品は、マイケル・シ日本人ならではの着装を訴

キモノ文化を世界に

文 稲谷 章一

写真 川島 徹

略歴 昭和31年、兵庫県生まれ。34歳。生家は 京で曾根あけみきものファッションスタジオなど

着物学校。京都で着物を学び、昭和55年以来、東 を開校。ニューヨーク「アケミ・スタジオ」代表。

ラトリーヤ・ジャクソン、川中美幸らお気に入り

18歳から 着付け指導 覚悟の渡米で成功

内外で人気、10月にコレクション開催

「トータルファッション目指したい」

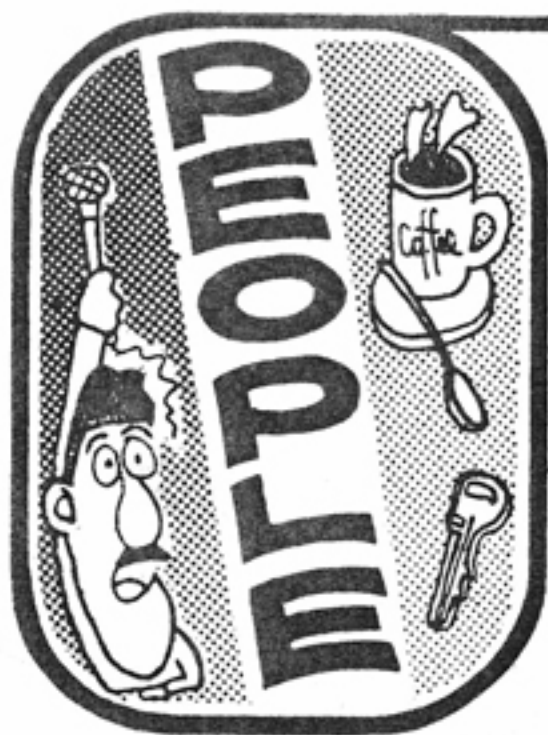
「三カ月、着付けを教えても、半年後にはもう忘れていく。帯も結べない。まあ、着物といえば現在では成人式と結婚式ぐらいしか着ないので無理もないけど、要するに頭で考えていても、手先が覚えていないんですよ」――母親には悪いが、これまでの着物のイメージが、なんだかむなしくなったのも事実。

曾根さん自身、東京でファッションスタジオを経営していたが、

「三カ月、着付けを教えても、半年後にはもう忘れていく。帯も結べない。まあ、着物といえば現在では成人式と結婚式ぐらいしか着ないので無理もないけど、要するに頭で考えていても、手先が覚えていないんですよ」――母親には悪いが、これまでの着物のイメージが、なんだかむなしくなったのも事実。

こう記すと何やらアメリカ一辺倒のような曾根さんだが、日本にも多くのファンはいる。歌手の川中美幸、坂本冬美ら。「川中さんとはもう十六年ものおつきあい」とNHK紅白歌合戦の川中の舞台

(白石治)



NYで一躍脚光浴びたデザイナー
ファッションとしての着物、追求

曾根あけみさん

ニューヨークに「AKEMI SONE」の名が一躍脚光を浴びたのは、そう遠い日のことではない。NYに渡ったのは一昨年春のこと。昨年九月、ロイヤルトンホテルで「水紋」をテーマに初のコレクションを開いたが、アメリカのマスコミは「ファッション界のニュー・キッズ」と一斉に取り上げた。そして、今秋十月にもコレクションを開催する。「日本-NY-パリで三角形ができるようになりたい」瞳を輝かせる曾根さんとは、一体どんな女性なのか。



母親が生家の兵庫県三木市のほか、神戸、大阪、京都で着物学校を開校していた。「基本的にはあ」と継ぎということで、十八歳の時から先生とよばれる。

従来の着物を民族衣装の観点から「着るモノ」として発想、つまりファッションとして考え出したころから「だんだん面白くなってきた」という。

この東京時代、CNNのインタビュ取材を受けたとき「私はNYに行って、いい仕事をする」とキッパリ。「これといったイメージブックも出来ておらず、英語もしゃべれなかったくせに」しかし、あえて思い切った発言をしたのは、ギリギリ絶えきに立って見て、自身の覚悟のほどを試してみなかったのか。

「NYはもともと住みたかったところ」へドを吐くほどの仕事の成果があったのか、自信のようなものを体得したのか。昨年九月、マンハッタンにあるロイヤルトンホテルで曾根さんのデビューショ「一九九一年、春夏コレクション」

曾根あけみさん

昭和三十一年九月八日生まれ。

兵庫県三木市出身。生家は着物学校を経営。

京都で着物を学び、二十三歳から東京で曾根あけみきもの

のファッションスタジオやモデル学校などを開校。NYの「アケミ・スタジオ」代表。スタッフ八人。B型。

The New York, NY

monthly magazine

1991年4月号 1991年4月5日発行
第1巻・第1号 通巻1号 毎月5日発行
定価\$5/¥700

ニューヨーク エンタテイメント情報

創刊号

4

APRIL 1991



*Akemi Sone & Arthur J. Pacheco with John A. Halligan
at "Haleyon", RHGA Royal Hotel New York (see Page 63)*

NY FINDS

おみやげショッピング情報

NYのダイナミズムに「キープ・イン・タッチ」

NY PICKS

最新アトラクション情報

OUT ON THE TOWN

最新ナイトクラブ情報

保存版
「ニューヨーク通史」

COVER STORY



ニューヨークでもっともエキサイティングなアトラクションは、この都市に魅せられた「ビートル自身」かもしれない。夢、愛、情熱——人の感性が、ビートル・ウオッチングを通じてメッセージとして伝わってくる。

「オシリ・ニューヨーク」の情報誌として本誌は、表紙から、情報の発信源としてのニューヨーク・ビートルを鮮やかに描きたい。この不思議な都市に魅せられ、この都市と切れない人々——ニューヨークをメイン・テーマに活躍する人々をゲストに、そのふれあいをとらえていく。

ほんなりしたあでやかさが結ぶ縁

「スタイリッシュ・ソフィステイケーショ——AKEMI SONE」。いまニューヨークでもっとも注目される新進ファッション・デザイナーの一人として、曾根あけみさんの名がある。

彼女は昨年9月、例のロイヤルトンホテル（ホテル革命をもたらしたといわれるデザイン志向の「ブティックホテル」でファッションショーを催したが、それがセンセーションを巻き起こした。アメリカのマスコミは早速、「ファッション界のニュー・キッズ」(A New Kid on the Block)と一斉に取り上げたが、日本では以前から知る人も多いだろう。

曾根さんはもとより、きもの地のデザインが専門だったが、伝統的なきものデザインを現代に生かそうという大胆な試みで、日本の現代ファッション界では注目されていた。ニューヨーク・デビューはしたが、実力の裏づけのある必然的なものだった。

「きものの直線と曲線がつくり出す「ほんなり」したあでやかさを現代に息づかせたい。懐かしいものから新しさが引き出せれば、世界の人に受け入れられる普遍的でドラマティックなファッションになると思うのです」

ニューヨークでの生活は仕事第一。いまは（2月末・取材時点）秋冬コレクション



ン「ソフィステイケーテッド・フローラル」の発表で燃えている。

「デザインは孤独な作業で一匹狼的なところがあります。でも、ふっと息ぬきのとき、パチエコさんに声をかけて食事を一緒にしてもらいます。きょうは私がデザインしたドレスを着てきました。が、そんなときは、きものでレストランへ出かけることも多いんです。もちろん伝統的なきものも好きですから」

アーサー・パチエコさんは有力証券会社ベア・スターンズ・マナー・ジェン・ディレクター。写真で見るとおり、幅、押し出しのよさは申し分ないが、聞いてみれば43歳。いかにも紳士、穏やかでやさしいまなざしは女性にもてそう。ただし既婚、お子様3人のよき父でもある。

「あけみさんとはときどき食事を一緒にする。私もビジネスから解放されるひととき。彼女のデザインはオリエンタルの雰囲気、神秘的。『ハンナリ』という言葉も翻訳不能がいいですね」

* *

今晚のデザイナーはリー・ガロイナルホテル・ニューヨークの「ハルシオン」となった。ここは大阪のロイヤルホテル・グループが昨年9月にオープンさせたホテルで、ホテルとしてはニューヨークで最高

層（54階）、かつ初めてのデラックスオールスイートホテルである。

「ハルシオン」（波を静めるという伝説の鳥の意）はホテル・オープン早々、いくつかの有力レストラン・ガイドで異例の高い評価を得、そのフランス料理を



ベースにしたヌーベル・アメリカン料理が注目されている。

シェフは若手29歳の精鋭、ジョン・ハリガン料理長。CIA（本誌36ページ参照）卒業後、リー・ジェンシー（NY）、セントジェームズクラブ（ロサンゼルス）などで活躍してきた注目のシェフ。

「味はもちろん、盛り付けも大切。オリジナリティとカラー・コーディネートが重要。その意味であけみさんのお仕事と共通しますね」

現代料理もまた深く感性に関わっているわけである。

90年9月にロイヤルトンホテルで行なわれた「91年春夏コレクション」より。水紋をテーマに、布、色彩は新鮮、デザインも創造的（Women's Wear Daily）と絶賛を博した。

500室のデラックス・オールスイートホテル、リー・ガロイナルNY
• RIHGA Royal Hotel New York: 151 W. 54th St.
(212)307-5000
• Halcyon: 同ホテル内
(212)468-8888

マスコミ、バイヤー注目の中で 曽根あけみ NY本格デビュー

写真提供=ニューヨーク読売



注目を集めたオフショルダーのイブニング



曽根あけみは去る9月18日、ニューヨークのホテル・ロイヤルトンで渡米後初めてのファッションショーで「91春夏コレクション」を行ない、一躍、有力新人群のデザイナーとしての地位を確保した。

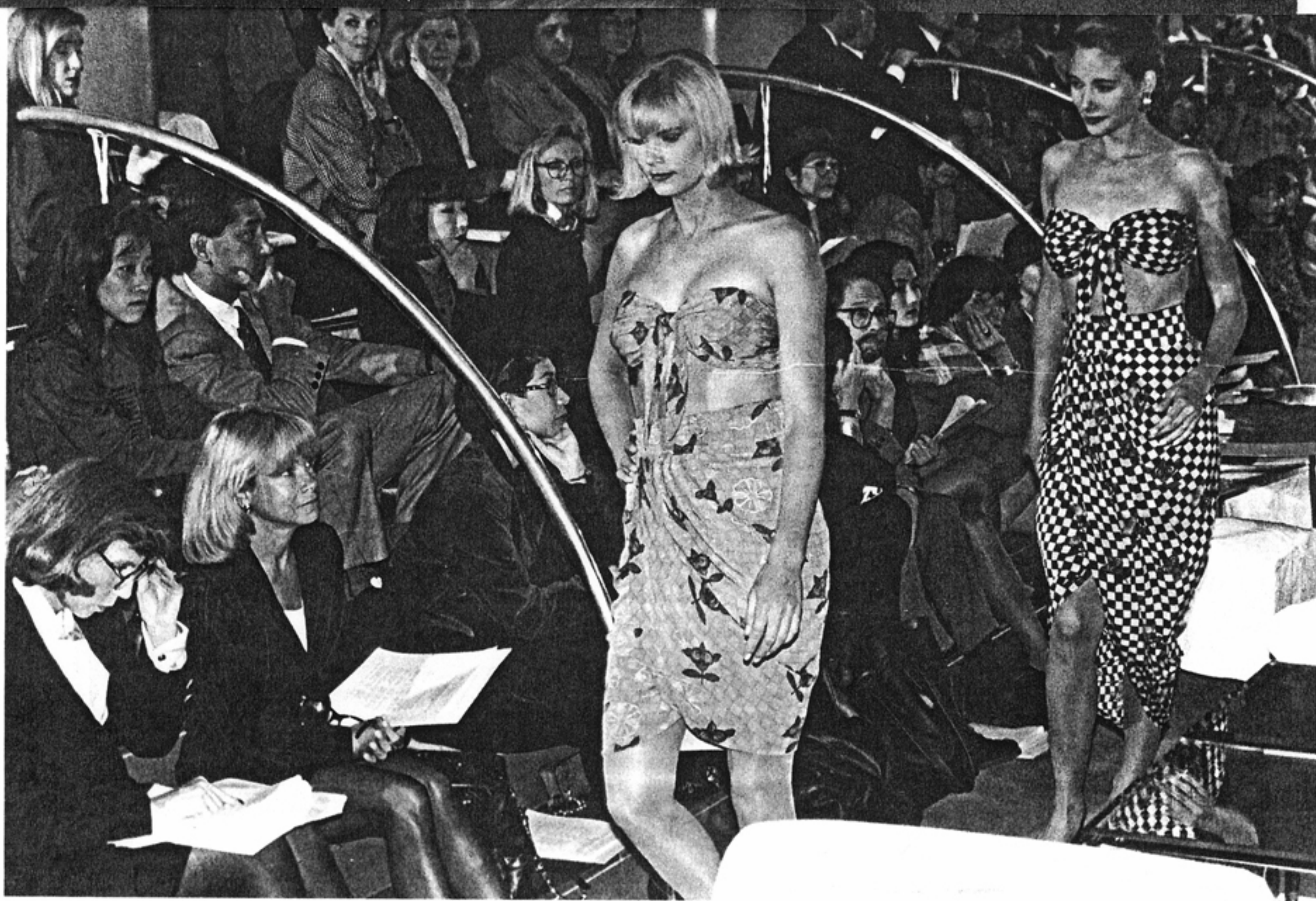
会場を埋めつくしたのは、有力マスコミのほかニーマン・マーカス、バーグドルフ・グッドマンなど米国の有力専門店、百貨店の経営者バイヤー約300人。

テーマは「水紋」。作品はデイウェアからイブニングまでの54点。いずれもジャガードの地紋から、プリント図案など糸から吟味した一貫したデザイン作品を揃え、その新鮮さにニューヨークのプロフェッショナルたちの度肝を抜いて大成功。日本の大手百貨店からも彼女の洋服を売りたいとの申し出もあり早くも逆輸入の道も開けている。

ニューヨークのマスコミはアケミ ソネを21歳で華々しくデビューしたクリスチャン・フランシスロス、トッドオールダム、ザントイ……といった注目の新人群の中に早速位置づけ「これらの若者は今の時代を代表する個性」にすぐなれる」（ニューヨーク・ニュース

リネアモータ

MODA



曽根あけみショー会場は大盛況

デイ紙」と報道している。

ニューヨークタイムス、ニューヨーク「ELLE」の取材、1月には「コスモポリタン」誌の表紙に決まっているほか、NBC-TVで全米に紹介された(10月22日)。

このほど一時帰国した際も、日本の報道陣のインタビュウがあい次ぎ、テレビ東京の「フアッション通信」でニューヨーク特集としても来年1月に放送される予定。

ニューヨークに渡って一年半。ことし3月現地に「アケミ・スタジオ・インク」も設立。その初めてのコレクションで、マスコミ、バイヤーから一挙に注目された日本人デザイナーも珍しい。

曽根は「富士山でいえばまだ六合目に登りついたといったところかしら」と謙遜する。

「ニューヨークの一年半は私にとってとても勉強になりました。ニューヨークは自分に合っている気がします。とてもラッキーなことが次々と起こり、香水のボトルのデザイン、パッケージのデザインの依頼があったり、今年のグラミー賞の優勝者に私のドレスが選ばれる予定もあったり…」。

「将来、ニューヨークでは洋服のデザインばかりでなく生活空間全般、たとえばバスルームのデザインなどもやっていきたい」と抱負も大きい。

ニューヨークではスタッフ20人。そのうち18人が女性という女性軍団が彼女を支えている。

「コレクションの前は一週間睡眠をとらずにがんばりました」と今回の成功を噛みしめていた。

兵庫県生まれ。もとは(きもの)の専門家で、その感性がニューヨークで見事に華を開かせたといえよう。来年4月にはニューヨーク・コレクションで91秋冬を発表する。これからが本番。



Photo by Walter Chin

曾根あけみ

キモノ の創造

伝統的イメージを抜け出し、着物の育んだ彩りや、ラインを現代の感覚にいきづかせたデザインで注目される、曾根あけみさんのファッション・ショーが、今月十八日、ニューヨーク市のロイヤルトンホテルで開かれる。

NYで初のショー

服装としては非合理的とも言われる着物に飽き足らず、着付け教師からデザイナーへ転身。数年前、裾を胸元にくり付けたスタイルを打ち出し、墨で染めた大胆なデザインはクリエティブな現代の着物アレンジャーとして、米CNN放送でも紹介された。パフォーマンスにも近かったこれまでの活動だが、昨年、本拠を東京からNYに移し、

ファッションとして、その国際的真価を問おう、というのが今回の試みだ。

鳥、水草といった古典柄を生かし、紋をシルク100%のジャガードに織り込むオリジナル素材を使い、胸元や肩に着物のエッセンスを残したデザインは、これまでだれも手をつけなかった、着物地による現代的装いとなっている。

「着物の直線と曲線が作り出す、はんなりとした日本の文化、オリエンタル・ファッションを世界の女性に着てもらいたい」と曾根さんは話している。(フリーデザイナー・真関暁子)

ステータス FOR HIGH VALUE BUSINESS マーケティング

トピックス

AKEMI SONEコレクション ショー発表

9月18日・ニューヨーク市で

きものデザイナー 曾根あけみさんが、より広いファッションビジネスへのチャレンジをもとめて、ニューヨークに渡って、1年半がすぎた。

きものがもっている“着るもの”としての様々な思想を取り入れた“AKEMI”のドレスが近日、発表される。

糸を選び、オリジナルの地紋出しの白生地を織り、プリントの柄と配色を決め、できあがってきた布をデザインしていく。その全てに自身がタッチし、AKEMIの感性によるドレスファッションがつくられる。そんな「AKEMIコレクション」がいまニューヨークの7番街(ファッション業界)で注目されはじめているという。

Akemiは、すでにニューヨークコレクションのメンバーとしても登録されている。ブランド名は「AKEMI SONE」

今秋、ヨーロッパのファッションコトリ（週間）に合わせて、AKEMIのデビューコレクション「1991年春夏コレクション」がショー発表される。

日時) 1990年9月18日

場所)

(ニューヨーク市)

今回のコレクションテーマは、「水紋」。

すでにニューヨークポスト紙をはじめ、多くの新聞やファッション誌紙が、デザイナー AKEMIについて、AKEMIコレクションについて記事を掲載している。また米国3大ネットのひとつNBCTVの本年9月からオンエアーされる番組「レビュー」の“話題の人”のコーナーでも紹介されることが決定している。

そして、彼女をサポートする多くの優秀なスタッフも忘れることはできない。



▲曾根あけみさん



▶ AKEMI SONEブランド'91年春夏コレクションより

Fashion Topics

K-MONOTRUSで ニューヨークに進出した デザイナー 曾根あけみ

曾根あけみさんがニューヨークに活動拠点を移した。女史を着物ファッションデザイナーとして従来のジャンルにあてはめて、紹介するのは難しい。

AKEMI SOZUの創りだすのは日本のK-MONOTRUSであり、これから曾根さん自身がニューヨークを中心に発表する新しい分野のファッションだ。逆輸入のような形で入ってくる情報に目を見張りたい。現地フティックがオープンする日もそこ遠くなさそうだ。

曾根さんと着物の出会いは早く、恵まれた環境のなかで育ってきた。

そして、着物業界が次第に斜陽化していく現実に向き合ってきた。しかし、保守的な体質や複雑な流通機構はすぐには変わらない、変えられない事にいち早く気づいていた。

ニューヨークでは、ファッションはビジネス優先で評価される。マテリアルなどはあまり問われない。日本で窮屈な思いをしていた女史にとって願ってもない市場だ。



自作の服を着た曾根あけみさん(ニューヨークにて)

女史の作品には洋服よりのデザインのものが多い。しかし、原則的な着物地を使っていることで着物の持ち味を損なうことなく、美しさを表現している。トリスやシャケットのように着付けから解放されて、誰でも自由に着られる。着せられていた着物から、着る人に主導権の持てるK-MONOTRUSだ。

着物を熟知したうえで、大胆な発想転換をやった女史をニューヨークは快く受け入れてくれるにちがいない。また、細部には伝統に培われた染色や、縫製技術が取り入れられている。日本人としてニューヨークにも解ってもらいたい。

最近、ニューヨークのハイソサエティーが集まるパーティーに招かれ、自作のトリスで出席した彼女は出席者たちから「どっで買えるの?」「欲しい」という質問せめ。早くも予約が殺到している。



イブニング中心に

曾根あけみが
NYでショー

日本ではきものデザイナーと一ターを始め、八六年には青山
して活動していた曾根あけみが、スパイラルホールでファッ
このほど、ロイヤルトン・ホテ ヨン・パフォーマンスも行つて 材の大半はシルクジャカードや
ルで、ニューヨ
ーク・デビュー
ショーを行った
写真。



シフォンで、ドレープをよせた
り、大きなラインストーンや太
いブレードをどめつけたデザイ
ンが多い。色は黒、オフホワイ
ト、ゴールド、ライム、サーモ
ンピンク、赤など。

色や柄にはきもの影響が多
少感じられるものの、むしろ現
代的テクストの方が光る。ちょ
っと目先の変わったイブニング
ドレスとして、ニューヨークカ
にどこまで受け入れられるもの
か注目される。

文・杉本佳子通信員
写真・中村信也通信員

海外で

活躍中の

日本女性

ニューヨーク●

きものスピリッツのデザインで
ニューヨーク・コレクションに
初参加する曾根あけみさん

日本の伝統的なきものの感性を洋服に不着
イへし続ける曾根あけみさんがニューヨーク
に渡って一年半。ここのニューヨーク・コ
レクション直前に現地で引春夏の作品を発表
することになり、ニューヨークで話題になっ
ている。

去る六月二十一日付けのニューヨーク・ポ
ストのファッション・コラム欄でも次のよう
に報じられた。「ファッションに関心を持っ
ているアメリカ人は、常に新しい話題の女性を
探している。その女性は、日本人デザイナー
の曾根あけみ。彼女は、ドリーマチックな着物
からヒントを得た洋服のコレクションを制
作していて、彼女の美しいイメージブックが
もつすぐ出来上がる。モデルは現在、凄人
気のスーパーモデルのヤスミン。カメラは有
名なファッション雑誌「ハーバースバザー」
も気に入りで売れっ子のウォルター・チン。
このあたりは曾根あけみのトリスにぞっこん
惚れ込んでいる。あけみのトリスは布地も、
あけみがデザインしているという事を、7番
街の連中（ファッション業界の人たち）はど
存知かな？」

、ニューヨークでの初舞台を前に、曾根あけ
みさんは同放映予定のNBCのTV番組「フ
ィービー」にも出演、全米で紹介されるとい
うハイパーぶりだ。

THERE'S A new girl on the
block eager to share her de-
signs with fashionable Americans
who happen to be looking for new
girls on the block. She's Japanese
designer Akemi Sone, whose dra-
matic kimono-inspired collection
will soon be seen in a lovely coffee
table book.

Yasmeen, the super model, will
show off the entrance-making de-
signs for super shutterbug — and
Harper's Bazaar favorite —
Walter Chin, who can barely be
pinned down these days he's so in
demand. Jamaica-born Walter
loves the leggy, six-foot tall Yas-
meen, and they're both crazy
about Akemi Sone. She even de-
signs her own fabric, friends. Do
they know that on Seventh Ave?

NEW YORK POST



昨年来ニューヨークに本拠を移し、ニューヨーク・デビューの準備を進めていた服飾デザイナーの曾根あけみさんが、十八日朝、フリップ・スターク・デザインの新鋭なインテリアで

「水紋」テーマに

曾根あけみがNYデビュー

知られるロイヤルトン・ホテル一階ロビー(市内西四十四丁目四四)で、九一年春、夏ものコレクションを

発表した。ロイヤルトンが場所を提供した日本人デザイナーのニューヨーク・デビューと

イブニングまで合わせて五十四点を披露した。

素材は100%シルクを中心に、混紡が数点。生地も曾根さんがデザインし、日本で織られた。着物のバックグラウンドを持っているだけに、かすりや透かし模様など日本的な柄や色使いが目を引く。デザインでは、大きなえりや、胸元から広がるフレアが特徴的だった。曾根さんは今後もニューヨークを拠点に、コレクションを発表していくという。

あつて、「ニューヨーク」「ヴォーグ」「グラマー」「ミラベラ」などの米誌やCBS、ABCテレビからの報道陣を含め、約二百人の参加者があつた。コレクションのテーマは「水紋」。大きく七つのグループに分け、部屋着から

スポーツニッポン

9月20日 木曜日

平成2年 (1990)

世界のトップデザイナーを自
指すKIMONOデザイナー、
曾根あけみ女史のNYデビュー
ショー、「一九九一年、春夏コ
レクション」が十八日(米国時
間)、ニューヨークのマンハッ
タン、四十四丁目にあるホテル
デザイナー 曾根あけみさん

「NYデビュー」

「ザ・ロイヤルトン」で、行わ
れた。
このコレクション、テーマは
「水紋」。水の流れの持つ幻想
的な魅力、光、風、雨が水の面
に与える様々な表情、そして日
ひとつの流行パターンにとらわ

れないバラエティー豊かなも
の。

「古い物の中から新しいもの

を作り出し、一時の流行でなく
長く身につけられる味を持つ、
手放したくない洋服を作った

い」と曾根女史は語る。

この日、NYのファッション
誌、百貨店、テレビ局などの関
係者、日本の取材陣が集まっ
た。すでにバイヤーから注目も
集めていて、来年一月からNY
の百貨店で、あけみファッショ
ンを購入することができる。

ニューヨークに拠点を構えて
一年半、この一カ月百人近いス
タッフと徹夜つづきで終えた今
回のNYデビュー曾根女史自身
の採点は「七〇点」しばらくは
NYでしっかり活動し、その後
ヨーロッパにも進出したいとい
う。(NY在住・中村清美)

キモノの美 摩天楼に舞う



NYデビューを果たした曾根あけみ
さん(円内)とその作品

郷さんがエイズ救済ショー



エイズ救済チャリティショーで談笑する郷ひろみ夫妻と画家ピーター・マックスさん

リカ国歌やキャンペーンソング「空を飛ぶ子供たち」を晴れ晴れと歌い上げた。(ニューヨーク)

この秋は戦争前夜

自衛官の海外派遣を含む国連平和協力法案の国会提出、即位の礼、大嘗祭(だいじょうさい)反対派への破壊活動防止法適用示唆など「この秋は戦争前夜の状況」と話すのは元自衛官で軍事評論家の小西誠さん(四〇)。同法案を考える市民集会の講師として仙台を訪れるなど、多忙な日々を送っている。

「エイズに感染した子供たちのために微力ながら尽くしたい」—エンターテイナーとして幅を広げている郷ひろみさん(三三)がニューヨークでエイズ救済の慈善ショーを開き、善意の一万六千五百ドルが集まった。郷さんも二万五千ドルを寄付した。

「エイズに感染した子供たちのために微力ながら尽くしたい」—エンターテイナーとして幅を広げている郷ひろみさん(三三)がニューヨークでエイズ救済の慈善ショーを開き、善意の一万六千五百ドルが集まった。郷さんも二万五千ドルを寄付した。

「最終的には、自衛官自身が嫌だ」と言えるかどつか

ひとサロンの



着物感覚を生かしたファッションの普及を目指す曾根あけみさん



「イラクの経済制裁は事実上の宣戦布告」と語る軍事評論家の小西誠さん

が問題になる。それには(後ろ盾となる)大きな反戦運動が必要。われわれの戦争責任が問われる瀬戸際だ」と訴えている。

米流行はシンプル

着物感覚を生かしたファッションの普及を志し昨年渡米、九月にニューヨークのホテルで「91春夏コレクション」を開いたデザイナーの曾根あけみさん(三三)兵庫県が、関係者と次回開催打ち合わせのため一時帰国した。

「ニューヨークに事務所を開設して一年八カ月。アメリカ人のファッション感覚はともシンプル。単に東洋へのおこがれではなく、日常生活の中で生かしてほしいと思うこちらの考えとも一致し、気を強くしています」

「水紋」をテーマにしたコレクションでは、シルク素材を中心に部屋着からイブニング

グまで五十四点を披露。

「アメリカは今、不景気で、すっかりした目的意識を持っていないと厳しい。今回の反応が良かったので、次回は来年の四月に開くことにしています」。ニューヨークでデビューし、二年後はパリに拠点を置く計画だ。

産経新聞

平成2年(1990)日刊17277号

9/29 [土]

産業経済新聞(サンケイ)

発行所 ©産業経済新聞東京本社1990
東京都千代田区大手町1-7-2 郵便番号100-77

振替口座 東京8-39140

電話番号 東京(03)231-7111(大代表)

夕刊

ニューヨーク 登場

キモノ感覚のデザイナー

曾根あけみさん(34)



昨年、ニューヨークに事務所を開設以来初のファッションショーを、先ごろ、市内のホテルで開いた。テーマは水紋。「自分の環境の中から自然である水を選びました」との言葉通り、作品は水のさらさらした雰囲気とやさしさが漂う。もともと両親が着付け学校を経営、本人も着物デザイナーとして出発しただけに、着物、いやキ

モノ感覚がいっぱい。

作品は来年からNYの高級百貨店、B・グッドマン、サックス等にお目見えし、そのあと日本でも発売の予定。

会場には100人以上のマスコミ関係者が訪れ大盛況だったが、ご本人は「75%の出来」と謙虚で、

伝統から新しさを

早くも次回作に意欲を燃やす。

日本では川中美幸、坂本冬美といった演歌歌手の衣装コーディネーターをつとめ、NHK紅白歌合戦の川中美幸の舞台衣装をずっと担当したことも。

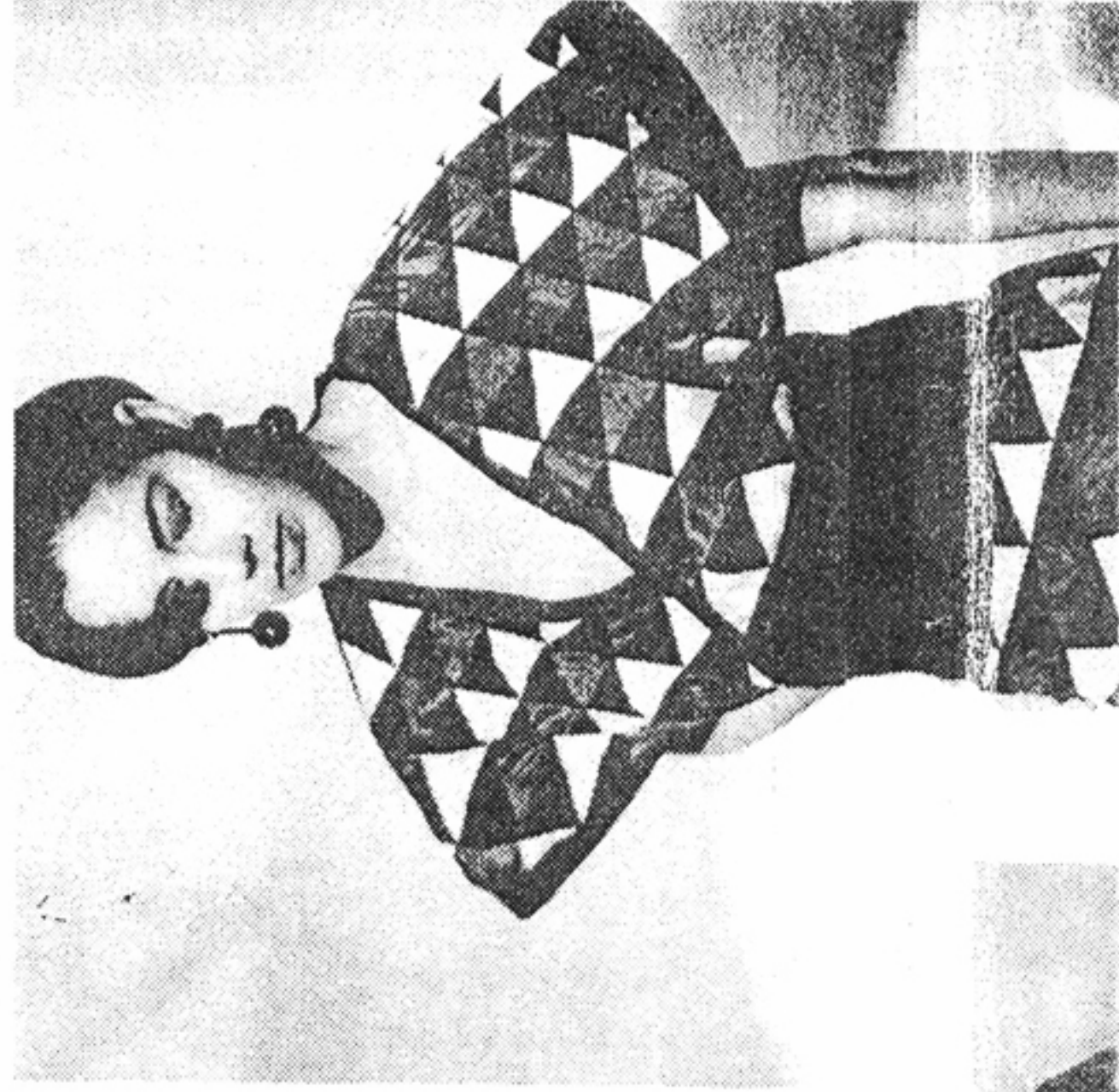
今後の抱負は「流行を追うのではなく、なつかしいもの(伝統)から新しさをひき出したい。それに日米のよさを上手に取り合わせていきたいですね」。デザイナー歴10年。これからが楽しみなヒト。兵庫県出身。

Skirts with drawstring hemlines eliminate the hobble —

Staten Island Advance

Lifestyle

Akemi Sone makes a winning



By ELAINE BOIES
ADVANCE FASHION EDITOR

Tired of "updated traditional," "classics with a twist" and "back to basics" separates masquerading as fashion? (I mean, does anyone really *crave* another tailored jacket to wear over another T-shirt, even if it is orange this time around?)

Women who appreciate distinctive design talent haven't had an easy time of it lately. They should be delighted to discover Akemi Sone, a 34-year-old Japanese designer who showed her first American collection this week in Manhattan.

Staged in the lobby of the new Royalton Hotel on West 44th Street, the show introduced Ms. Sone's original blending of Eastern and Western fashion ideas in what amounted to a smashing premiere. Her spring/summer theme, "Ripples on the Water," is a broad canvas that incorporates fluid shapes, delicious colors, fish-

shaded in powdery tones of shrimp and lime.

A group of Kasuri prints, ancient little Japanese brushstroke crosses, gives an unusual dimension to jumpsuits, pants and camisoles in black and cream. They are paired with wonderful knit cardigans with loosely crocheted collars and sleeves.

But the show-stopping print numbers are the long wrap evening dresses in mahogany, black and celadon geometrics that feature clever manipulations of triangles. Wide cape sleeves and oblique midrifts echo the kimonos Ms. Sone began her design career with in Japan.

There are creamy pearl-studded trapeze dresses and swingy jackets, fishtail skirts and dresses and glorious draped, slit and shirred mermaid dresses spiked with shimmering opalescent jewels.

Then there are the ropes — thick, silky gold or black braided

FRIDAY, SE.



Debout

the back, at the waist. Such a
new way to achieve a nau-
ical air!

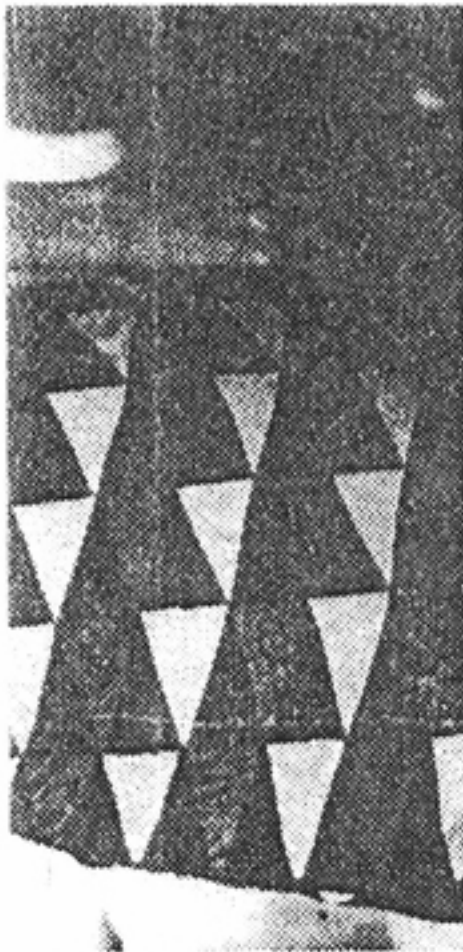
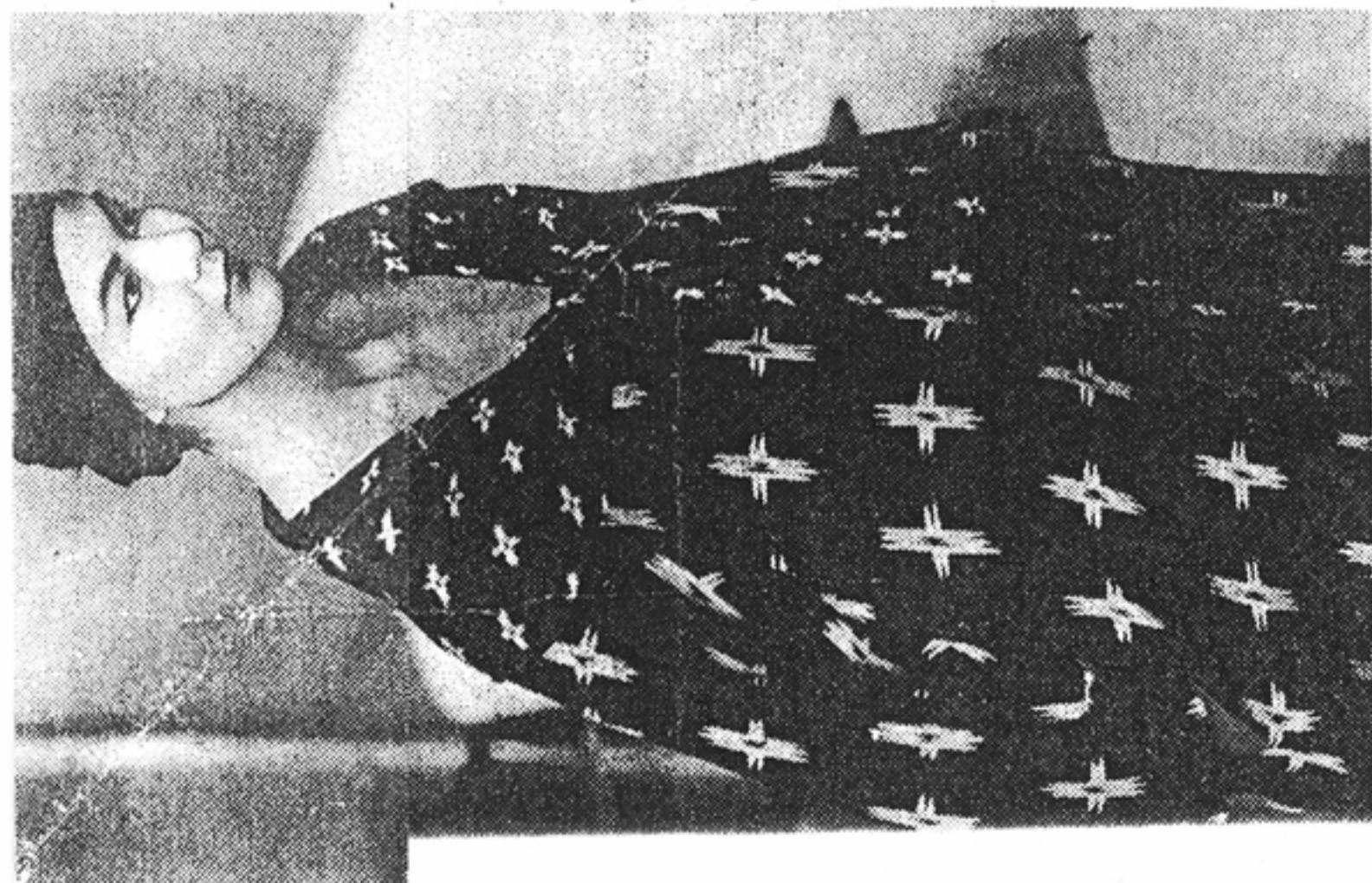
Ms. Sone has been in this coun-
ty about a year. Originally a
kimono designer, she became a
music journalist and moved from
overing Japanese rock stars to
ressing them. She designs and
and paints her own fabrics, and
it that American women might
ppreciate her work. So now she's
itting New York with a dazzling
llection just as many fashion
tailers are joining the homeless
opulation.

So far, she has sold to stores in
alifornia, Seattle, Chicago and
onolulu. Yesterday, a spokes-
an for the company reported
"strong interest" (but no sales)
om Saks Fifth Avenue, Bergdorf
oodman, Bloomingdale's and
onwit Teller, the giants — and
e tastemakers — among the
ition's fashion merchants.
If the stores remain timid in the
ce of today's poor retail cli-

net motifs, fishtails, pearls and
glistening jewel trims in sophisti-
cated clothes for day and evening.
Many pieces in the collection
resonate with Ms. Sone's geomet-
ric prints. Some are subtle, others
dramatic. Unusual sexagons com-
posed of tiny triangles, squiggles
and fan shapes illuminate silk jac-
quard pants, shirts, skirts, shorts,
camisoles and jackets. They are
either cream colored or softly

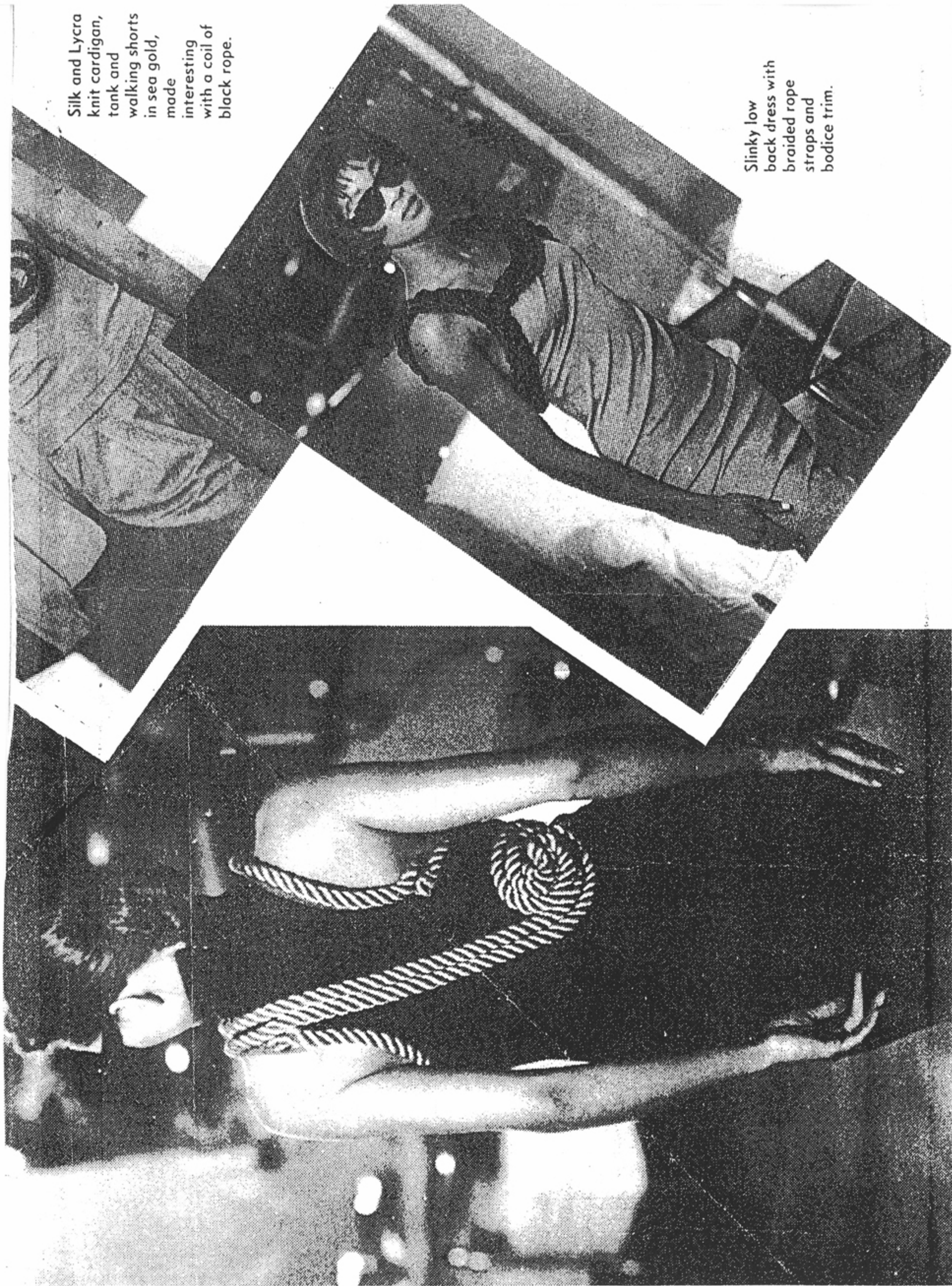
ADVANCE PHOTOS/STEVE ZAFFARANO

**Above, Akemi Sone's bold
geometric print in black, mahogany
and celadon forms a long,
kimono-inspired wrap dress. Left, a
traditional Japanese Kashuri
print jumpsuit.**



Silk and Lycra
knit cardigan,
tank and
walking shorts
in sea gold,
made
interesting
with a coil of
black rope.

Slinky low
back dress with
braided rope
straps and
bodice trim.



「今風に伝統をもじった物」「クラシックなものに一味加えた物」「根元にもどろうとした物」と言うような物をファッションだ、とする考え方に飽き飽きしているのではないか。

最近、本当に才能があると思われる人物の手による、優れたデザインを求める女性が満足 of いく物に出会うことが、少なくなってきた。そんな女性たちが、今週マンハッタンで、最初のアメリカコレクションを見せたAKEMI SONEのことを知ると、たいへん喜ぶはずである。

ウエスト44番街に新しく出来た、ロイヤルトンホテルのロビーをステージとして行なわれたショーは、AKEMIの全くオリジナルなやり方で、東洋西洋を組み合わせた作品からなり、素晴らしいプレミアであった。彼女の春夏のテーマ「水紋」は、揺れるような形、美しい色彩、魚のモチーフ、パール、きらきらした宝石等を組み合わせた昼夜の為の、洗練された作品で、埋め尽くされたキャンバスとなっている。

コレクションにあるたくさんの作品は、AKEMIの幾何学模様の雰囲気、良く合っている。それら精密な物であったり、ドラマティックなものであったりする。小さな三角、うねうねした曲線、扇型の模様等が組み合わさって出来た、ユニークな六角形がシルクジャガードのパンツ、シャツ、スカート、キャミソール、ジャケット等に浮かび上がる。これらはクリーム、ビーチ、ライム色の布地に、織り込まれている。

伝統的なかすれた模様、という意味の「かすり」のグループは変ったジャンプスーツ、パンツ、キャミソール等の作品を、黒とクリーム色でまとめている。これらはゆったりした衿と、袖の付いたニットのカーディガン等と、組み合わせて着ることが出来る。

特にショーで目を引くプリントの作品は、三角を組み合わせた幾何学模様がある。マホガニー、黒、深い青色をした長い巻きスカート風のイブニングドレスである。ゆったりしたケープ風の袖や、帯を思わせる胴の部分の扱い方はAKEMIのデザイナーとしてのキャリアの基礎となっている着物を思わせる。

別のグループには、クリーム色のパールを飾り付けたゆらゆらするドレス、動きのあるジャケット、魚の小尾れを連想するスカートやドレス、品良く体を包み、スリット、フレアーがあり、石がついた人魚を思わせるドレス等がある。

それからロープを使った作品のグループ。体にぴったりするリクラニットを素材に、絹の感触をした金又は、黒の太く編んだロープを大胆にねじったり、渦巻きにした物を飾りにしたデザインである。そのロープがキャミソールの方に使われたり、細くすっきりしたドレスの袖回りをぐるりと飾り、そのまま肩ひもがわりになるスタイルもある。黒のロングドレスの場合には、金色のロープが背中の方に回ってきて、ウエスト部分まで飾られている。海を思わせるデザインを生み出す為に、考えだした素晴らしいアイデアと言える。

AKEMIはこの国に来て約一年、もともと着物デザイナーだったのが音楽専門のジャーナリストとなり、日本のロックスターたちの記事を書いていたのだが、次には彼らの衣裳をデザインするようになった。彼女は自分が使うすべての布のデザインも制作し、アメリカ女性も彼女の作品に、興味を持つのではないかと思った。そんな訳でファッションを扱う店の多くが失業しかけている時、彼女は目を見張るコレクションを引き連れてニューヨー

クに挑戦しようとしている。

現在の所、彼女の作品はカリフォルニア、シアトル、シカゴ、ホノルル等にある店からの注文を受けている。彼女の会社の報道関係者に、昨日問い合わせた所、サックスフィフスアベニュー、バーグドルフグッドマン、ブルーミングデール、ボンウィットテラー等米国ファッション関係大手の店が、強い感心を示している。

もし各店が、現状の売り上げ低下を理由に、臆病なままで消極的なやり方をする限り、AKEMIの創造力に満ちたファッションは、彼女の作品が気に入るに決っている女性たちの目に触れるチャンスを、失うことになるかも知れない。しかし反対に経済状況が悪い時こそ、女性は似たり寄ったりのジャケットを、もう一枚買って増やすより、思い切って目新しい物を買ってやろう、と言う気持ちになるものだ。

New York Newsday

EDITION

Friday, Dec. 7, 1990

INSIDE NEW YORK

Fast Facts

FLAG 'EM
DOWN: We just this second heard that LaToya Jackson will be wearing, well, not much when she entertains the troops in Saudi later this month. Her outfit will almost consist of hot pants and a matching bit of a top. It's supposed to look like the American flag, but it's so small it might only have 13 stars. The designer, Akemi Sone, is from a Japanese garmento family — that means they make kimonos. LaToya will be wearing thigh-high patent leather boots to round off this classic, classic all-American ensemble.

Edited by Linda Stasi

SUZY



**Liv Ullmann turns 50
& stops thinking thin**

LIV ULLMANN, who works overtime for the plight of refugee women and children throughout the world, received the International Women in Development Award in Washington, D.C., and looked trim and sexy while she was receiving it.

Liv, who has just made two films in Europe, told writer Karen Feld she takes pride in being a woman, and had a few things to say on the topic of reaching 50: "At 50, I can be a woman."

But that's just the half of it. Tina's "Foreign Affairs" tour has been such a smash it's expected to last October. It was to be...

NEW YORK POST

SPORTS EXTRA



THURSDAY, JUNE 21, 1990

Chance of rain, 80 today; low, upper 60s tonight / Details, Page 2

POWERS
intense love scenes.

down-turn and a 10-year marriage that is coming unstuck because he can't handle the rat race.

THERE'S A new girl on the block eager to share her designs with fashionable Americans who happen to be looking for new girls on the block. She's Japanese designer Akemi Sone, whose dramatic kimono-inspired collection will soon be seen in a lovely coffee table book.

Yasmeen, the super model, will show off the entrance-making designs for super shutterbug — and Harper's Bazaar favorite — Walter Chin, who can barely be pinned down these days he's so in demand. Jamaica-born Walter loves the leggy, six-foot tall Yasmeen, and they're both crazy about Akemi Sone. She even designs her own fabric, friends. Do they know that on Seventh Ave?

BARBARA de Portago of the local social swim is the new director of development and membership at the French Institute/Alliance Francaise on New York's Upper East Side. So tomorrow, to celebrate the first day of summer, Barbara will host an evening of welcome for the institute's new...

Among those who will be invited to the receiving line — that's how they call it at the institute — are Dimitri of Yugoslavia, Farkas, Kathy Johnson, Fair Keiths, Francis...



TINA TURNER
performer at Versailles.

Elizabeth Kabler, Geneva, the Clifford Brokaws of de Givenchy's nephew and Oliver. Drink Taittinger champagne. Review Dominique Delille film "Katia and Valery" and the evening with a musicale consisting of songs played on the accordion, and dessert wines. So...

civilized.

JANICE Levin opened her Fifth Avenue apartment to show her magnificent collection of French Impressionist paintings and her new Picasso bronze to Sir Hugh and Lady Casson and Natasha Gelman.

Sir Hugh and Natasha are not just your average drop-ins. He is the president emeritus of the Royal Academy of Art in London, where Natasha Gelman's enormous collection of Impressionists is now on view. Impressed? While Janice Levin buys art, her daughter Susan Levin Pepper sells it. Three of the gouaches from her "Heads" series were just bought by Alfonso Ossorio of the Philippine sugar Ossorios, whose East...

BARB

ems, ch... about her... "comme... my mom... the Beve... she'll be... sibly of... when you...

KEVIN

"On... celebrated his fortysomething birthday last week, left the off-Broadway hit temporarily to play a man having a mid-life crisis in an upcoming NBC movie of the week, "When Will I Be Loved?"

Conway's character is a fortyish hot-shot clothing manufacturer described as "a lousy provider and a great lover." As if trying to prove the latter, he spent a recent day virtually nude under the sheets shooting intensive love scenes with Stefanie Powers, who plays his wife. There must be millions of men around who will tell you there are worse things.

But playing a great lover for the camera was a change of pace for an extremely nervous Conway, who, despite his years in the business, has never done a hot love...



Akemi Sone Spring

PHOTOS BY DAVID TURNER



NEW YORK — Akemi Sone is a welcome new face. In her first collection for the U.S., she offered American women shapes that floated down the runway.

The day looks were the best part of her spring collection, shown here last week. The ocean and the wind inspired her sophisticated, dreamy clothes.

Poet shirts with platter col-

lars looked romantic paired with slim pants or a simple skirt. The pearl-collar cream swing dress also had a soft, light feel.

Akemi designs and makes all her own fabrics, and some wonderful prints look like watercolor paintings. They looked best as big check T-shirts paired with slim skirts.

Day looks floated, but evening got heavy. Loads of prints,

shirring and jewels cluttered up what could have been promising dresses.

The fabrics and colors were fresh and designs showed imagination. If some of Sone's ideas were not completely on target, she's made a strong start.

Above: the shrimp silk poet shirt and wide pants; the black and gray silk and polyester T- and red silk skirt; the cream rayon and silk dress.



SPORTSWEAR REPORT

Women's Wear Daily Wednesday September 26, 1990 Vol. 160, No. 60 \$1.00

191

ant

C BY AMKO

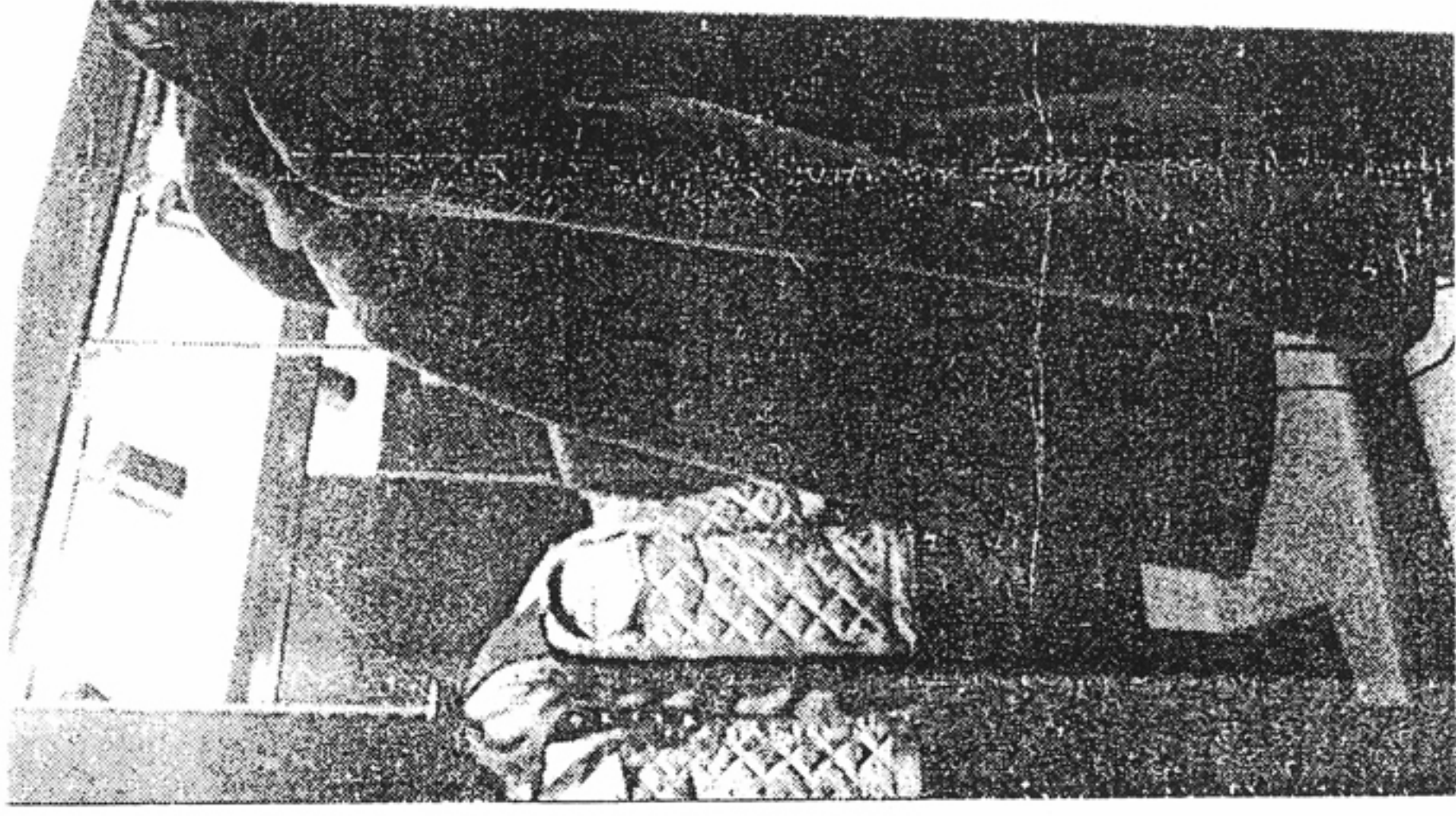
New York Newsday

EDITION

WEDNESDAY, OCT. 3, 1990 • MANHATTAN • 25 CENTS

Fashion's New Kids: On The Block

Young designers are getting
a lot of attention lately
and it's making some of
them very nervous.



By Frank DeCaro

CHRISTIAN FRANCIS Roth, the 21-year-old designer who burst upon the fashion scene six months ago with his first runway show and a child-inspired collection of crayon dresses and mosaic jackets, now worries that his head is on the chopping block. He's concerned that, after the explosion of publicity he has received, members of the fashion community are "really anxious for someone to crash and burn." And he knows if his next collection isn't drop-dead gorgeous and, at the same time, saleable, that "someone" could be him.

To put it simply: it is, they are, and he's right.

"It's always been that a young person is catapulted to the top. It happens every two or three years," he says. But being vaulted to the forefront of the fickle fashion business is dangerous, as the much hyped and now defunct designers David Cameron, Stephen Sprouse and Andre Walker can attest.

"The press needs someone to have a big question mark about and unfortunately that's me," Roth says. "All eyes are on me right now."

Well, maybe not all eyes. But, at the moment, Roth is in the spotlight with a host of other young designers who a year ago were all but unknown. Roth, Todd Oldham, Zang Toi, Gemma Kahng, Badgley Mischka, Joanna Mastroianni, C.D. Greene, **Akemi Sone**, John Scher — these are the names being bandied about in the business of Oscar, Calvin, Ralph, Donna and Mr. Beene. Whether young in business or in years, young designers are hot — trendy even. They've become what the good-humored Todd Oldham calls "definitely the flavor of the month right now."

There have been windows at Bergdorf Goodman, full-page advertisements in New York and Mirabella magazines, profiles in People, a spread in Fame, 10 pages of "Absolut Fashion" ads in Elle, and most coveted of all, a share of exposure on the pages of Vogue. Tomorrow, even the Contact Lens Council is jumping on the young-designer bandwagon with a promotional fashion show featuring Roth, Zang Toi, Jeanette and others from the stables of Martha International, the young designer shop retailer Lynn Manulis opened last November as a more youthful counterpart to her tony Park Avenue shop Martha.

"Everything had become very boring

and simply repetitive, and you couldn't tell ers without a score card," Manulis says. "I do something unusual and new to catapult into the 'Nineties. It needed to be fresh, it be inventive, it needed to be innovative and all it needed to take risks." Young designers bill and were a way to attract customers who shopped at Martha before. Manulis says she has a "modicum of success" with Martha International. But that's been enough to inspire imitators.

Six weeks ago Macy's Herald Square flagship opened a New Signatures shop featuring young designers. Some, such as Gordon Henderson, Leva and Randolph Duke, are better known than others, such as Ellen Osman or Tracy Feith. But the idea is very much the same as Manulis'.

"What I think is interesting is that young designers are doing grown-up clothes and they're doing it less expensively than the established designers," says Bruce Binder, vice president / fashion director for Macy's Northeast.

About her competition, Manulis says, "I suddenly think I've opened up the flood gates. These kids, nine or ten months ago couldn't get in to see a buyer."

"I used to call buyers to look at my line and they wouldn't return my phone calls," attests young designer Gemma Kahng. "Now they're calling us." During an interview last week, buyers from Saks Fifth Avenue shopped Kahng's holiday collection of suits and dresses appliqued with crystal and faux jewels, and suggested she think about making a personal appearance at their newly renovated Chicago store. "They're talking really big," one of Kahng's associates said after they'd left. The designer simply responded, "Oh, my God!"

Kahng is sold at both Martha International and in Macy's New Signatures shop. With its new third floor boutique, Macy's has attempted to create an intimate specialty store atmosphere within the large department store. Duplicate garments are kept out of view in a storeroom and merchandise is regularly added or moved around. This lends a feeling of exclusivity to the shop, something like the feeling you get at Martha International.

"I only see three customers here, but they look right," Binder said on a recent afternoon in New Signatures. "Right," in this case, translates to women who are "creative and fun and young," women who "want to be the leaders and wear something new." Macy's strategy is to

Fashion's New
Kids: On
The Block

Young designers are getting
a lot of attention lately
and it's making some of
them very nervous.

New York
EDITION
Newsday

WEDNESDAY, OCT. 3, 1990 • MANHATTAN • 25 CENTS

21才で6カ月前にファッション業界にデビューした、クリスチャンフランスロスは、クレヨンのイメージを持ったドレスや、子供の世界を思わせるジャケットで名を覇せたが今は自分の立場が危うい、と言う心配に苛られている。色々メディアを賑わせた結果、他のファッション界のメンバーたちは、スターになった連中が失敗するのを、望んでいるのを知っているからである。彼は次に自分が発表するコレクションが、とても洗練された、しかも売れる作品でなければ、失敗するスターが自分になってしまうことを知っている。

「若い人間がトップに急にのし上げられる。こういうことは2〜3年に一度起こる。」と彼は言う。しかし移り気なファッション業界で、トップの座を守ることは、なかなか難しい。大騒ぎされて今は消されてしまったデザイナーのキャメロンや、ステファンスブロー、そしてアンドレワーカーたちは同意する。

「プレスは？印を付ける相手を見つけようと、目を皿のようにし、不運にもその的になったのが僕なのだ」とロスは言う。「すべての目が僕に向けられている。」

すべての目と言う訳ではない。現在の所、ロスは一年前まで無名だったデザイナーたちと一緒にスポットライトに当たっている。ロス、トッドオールダム、ザントイ、ゲマカング、バジリーミシュカ、ジョアナマストロヤニ、アケミ、ソネ、ジョンシェルー、これらのデザイナーたちはオスカー、カルバン、ラルフ、ドナ、ビーンたちが牛耳る業界で一からげとなっている。業界での経験が浅かろうが長かろうが、若いデザイナーたちはホットであり、流行の先端を行く。トッドオールダムの言葉を借りると「これらの若者はその時を代表する個性にすぐなれる。」

バーグドルフグッドマンには窓口があるし、ニューヨークやミラベラ誌に広告を出し、ピープルにプロファイルの記事が出、フェーム誌やエル、ヴォーグに載ったりする。一夜明けると、コンタクトレンズ会社の組合が、若いデザイナーたちを利用したりする。

「一般的に我々は、世の中の出来事に飽き飽きしている。単純な事の繰返しばかりだ。スコアカードが手元になれば、一体誰がプレーしているのか、わからない始末だ。」とマルニスは言う。「私は何か普通でない事、新しい事をしてファッションを1990年に打ち上げたいと思った。そのためには新しい事を生み出したり、革新的であったり、新鮮であったり、そのうえさらにリスクを踏んでもやってみる価値がある必要があった。」若いデザイナーたちはこの種の傾向を持っているし、今までマーサという店で買物をした事がない客筋をも虜にする魅力を持っている。マルニスが言うには彼女はマーサを通じて成功の糸口を得たと言う。しかし、この事は真似事が上手な連中にインスピレーションを与える結果となった。

From Japan

A NEW KICK IN KIMONOS

Contemporary styles shake up an industry wrapped in tradition

By Akiko Fukami
Tokyo Bureau of The Sun

Born and bred in a world steeped in one of Japan's oldest cultural traditions, Akemi Sone hardly seemed the type who would one day end up being branded a heretic and accused of trying to turn the ancient and venerable kimono industry on its head.

Daughter of a family that ran a kimono school in the city of Kobe, Ms. Sone was 15 when she was sent by her parents to Japan's cultural capital of Kyoto to begin studying the intricate arts of wearing and caring for kimonos — the exquisite silk garments that are so central to Japan's traditional image around the world.

Within three years she herself had become an instructor, and seemingly a perfect example of the type person destined to hand down one of Japan's most important cultural traditions to the next generation.

Until, that is, the day came nine years ago when Akemi Sone stopped thinking of the kimono as a museum piece and started thinking of it as just another piece of material.

"I didn't like the idea of teaching how to wear a kimono as a kind of cultural relic," says the 31-year-old designer. "Until then, I had been caught up in the idea that tradition must be kept untouched. . . . All you need is a dose of imagination to liberate your sense of beauty. If you

Tokyo



Akemi Sone, one of Japan's most innovative young designers, is planning to debut her new-style kimono dresses in the United States next spring.

think of it as something different from 'the Kimono,' you realize there are millions of different ways to wear it and it becomes just like any other piece of clothing."

Now one of Japan's most innovative young designers, Ms. Sone presents dozens of ways of wearing a single kimono to audiences that are sometimes shocked, occasionally outraged, but always fascinated.

Next spring, Ms. Sone is scheduled to make her debut in New York by presenting some 200 varieties of kimono-based fashions, altered a bit

from the basic form to fit the Western taste. She hopes eventually to open some shops in the United States to sell her dresses for about \$640 apiece.

Ms. Sone's kimonos can be worn backward with a pair of suede boots wrapped around the waist over a leotard or worn like a miniskirt with a pair of colored tights and high heels.

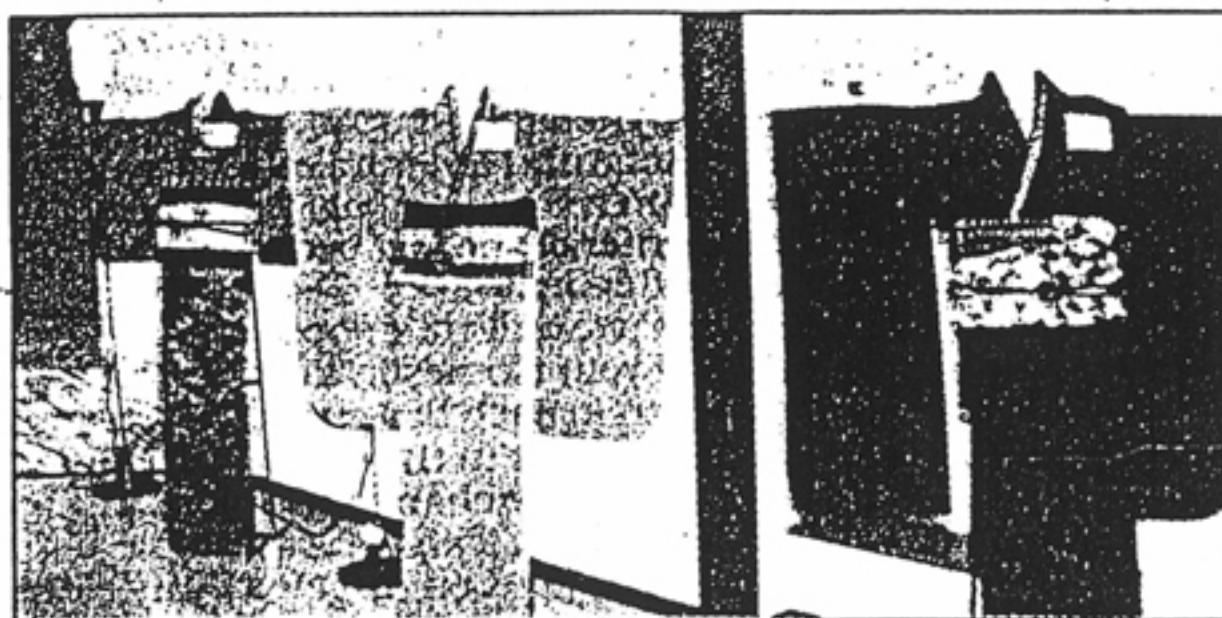
"I'm not trying to be negative about the traditional way of wearing kimonos," says Ms. Sone. "I just want to shed a new light on our favorite garment so that Japanese women and women around the world can add the kimono to their wardrobe."

Ms. Sone is not the only one trying to take the kimono out of the cultural closet and put it back into everyday use.

Sales of what are being called "new kimonos" have surged in Japan and have evidently captured the imagination of young, fashion-conscious Japanese women who had always wanted to wear a kimono but lacked the skills needed to put them on or had resisted the rigid, formal rules that govern their use.

Unlike Ms. Sone's creations, new kimonos look like traditional kimonos and are worn the same way but can be made out of cotton, linen, polyester or other artificial blends. Many of Tokyo's most fashionable department stores have added special new kimono boutiques, and the fashion is apparently catching on: Sales are growing by about 50 per-

WHERE TO FIND A SILK KIMONO



Kimonos on display at Printemps, a trendy Tokyo department store.

Whether you're a collector of Japanese culture or just interested in exotic lounge wear, you can find 100 percent silk kimonos imported from the Far East available in this area at Artse, 6925 Willow St. N.W., Washington. The kimonos range from \$50 to \$150, varying with age, pattern and colors, and elaborate wedding kimonos, \$500 to \$2,000, are also sold here.

—Michael Wilson

cent a year even though new kimonos are not cheap, the average cost being about \$560.

If it lasts, the new fashion could be a much-needed shot in the arm for an industry that is slowly shrinking.

Kimonos are an unusual enough sight on the streets of Tokyo these days that a woman wearing one stands out in a crowd; since 1972, the amount of silk produced for kimonos has declined by 40 percent and the number of farm households raising silk has dropped by 60 percent.

The reason: Besides being hard to put on, hard to walk in and hard to care for, kimonos are expensive.

Traditional silk kimonos cost anywhere from \$1,500 to \$15,000. The average kimono costs in the neighborhood of \$2,000, and because of this, many young women now rent them for the once-yearly round of New Year's visits or for the other special occasions such as weddings, funerals and graduations where kimonos are considered required formal attire.

Traditional kimonos properly worn require at least 10 obis (kimono sashes) and straps, and at least one juban — the pale silk foundation garments which are often worn in layers beneath the kimono. Beneath the jubans are further layers

of cotton garments known as hada-juban.

The biggest headache with the traditional kimono may be in its care and maintenance. Because dry cleaning can damage a delicate silk kimono, great efforts are made to keep them from getting dirty. The kimono must also be folded in a proper way to prevent wrinkles when storing.

Because new kimonos are not silk, they can be thrown into a washing machine at home and hung in the closet just like any other dress. In place of the intricate obi sashes is a single half-sash that a woman can tie by herself.

Needless to say, the idea of changing not only the style but the attitude behind the traditional Japanese kimono has met resistance among the old-line kimono manufacturers.

Elji Ohashi, president of a Kyoto-based obi maker and the man credited with first coming up with the idea for the new kimono, says his company has gotten the cold shoulder from the kimono industry all over Japan.

As for Ms. Sone, she is preparing to leave Japan to live in New York because, like so many other Japanese artists who try to be different, she feels stifled in her own country.



Kimono-based fashions such as this outfit by Akemi Sone are meeting resistance from old-line manufacturers of kimonos.

... gets in some practice for his Australian performances

Japan's ancient dress comes out of cultural closet

THE kimono — symbol of Japanese culture and tradition — is about to go through a revolution.

For centuries the subtle lines, controlled movements and slow grace of the kimono have stood firm while other Japanese traditions and arts have changed or been pushed into the background.

For all the dazzle and cosmopolitan flair of Tokyo, there is still nothing as eye-catching on its night-time streets as a glimpse of the kimono.

The beautiful and still-living museum piece gains much of its charm from the delicate way in which it is worn.

Dozens of modern Japanese and other designers have flirted with the kimono image and its related textiles, some using it as a theme for new designs but never approaching an understanding of the kimono's history and form.

Schools

Those traditions are now being overhauled from within by a kimono designer who has spent years training and teaching the old style in "kimono schools" dedicated to its proper wearing and care.

The result is an exciting and refreshing range of styles which respect the spirit and feel of the ancient kimono but give it new joy and drama as well as the flexibility to suit a modern lifestyle.

Akemi Sone, 31, grew up in

the traditional heart of kimono design and is uniquely placed to modernise Japan's most famous garment.

Her family had a kimono business in Kobe and at 15 she went to Kyoto to study the kimono further.

Three years later she was teaching women how to walk and move in a kimono, how to wear formal kimono for special occasions and even how to put on a kimono, a complicated challenge which usually needs more than one person.

At 23 Sone had a promising future as a designer of traditional kimono.

But she moved to Tokyo, the heart of modern Japan and found a completely new concept for the kimono.

In her Tokyo studio she said: "They are too expensive for most people — standard cost is \$5000-\$10,000 — and it is difficult for an ordinary woman to put one on alone.

"The average woman has

few places to wear a kimono and you certainly cannot wear one in a casual way."

Sone experimented with kimono designs which can form the base of either Japanese or Western clothes and practical, modern styles.

With rigid rules out the window she drapes one kimono around the waist above a leotard.

Some are light for summer, many are in vivid colors and all are hand-painted.

Effect

This kimono heretic has already raised eyebrows at her first exhibition in Tokyo, but she has not yet released the range for sale.

She hopes to keep prices down to \$450 to \$1400 by avoiding the standard 100 per cent silk and using silk-polyester.

Sone will move to New York in March and plans to unveil 200 original "Western" kimono designs in November 1989.

Kimono takes a Western touch

The Sydney Telegraph

From PETER WILSON in Tokyo



A modernised kimono

Edited by SUSAN BREDOW and LIZ VAN DEN NIEUWENHOF

TOKYO WEEKENDER

Vol. XIX, No. 11

"A Forum for Foreigners in Japan"

March 18, 1988

Bill Hersey's

PARTY LINE



(Continued from Page 9)
the way, will be happy to hear they are doing a revival of "Rin Tin Tin." Meanwhile, see "Benji the Hunted."

A fashion show-luncheon featuring "Kimono now style" by designer Akemi Sone, sponsored by the Japan Israel Women's Welfare Organization and held at the Jewish Community Center, was a complete success. I wasn't able to stay for the whole show, but thought some of the members of JIWWO did a very professional job of modeling the classic *kimono* and the contemporary fashions in *kimono* fabric.

At the Tokyo American Club, Rosario Bonavoglia, Financial Attaché of the Italian Embassy, and Rory Accame, Banco Nazionale Del Lavoro, held a joint exhibition of photographs they have taken in Japan or during overseas travels. Once again I couldn't stay as long as I would have liked, but am glad I dropped by to see the beautiful photography and meet some very interesting people. Rosario uses a Nikon with Kodachrome film; Rory an Olympus with Fuji films.

Over at the Tokyo Hilton Guido and Toni Cherubini threw a marvelous party to say *sayonara* to their many friends. Guido heads the Leiberhmann Waelchli Trading Co. and after 35 years in Japan, they are moving to Hong Kong. The guests were mostly from the Swiss business community. I enjoyed talking with J.F. Guerri, the Swiss First Secretary (Culture and Press) who,

like Bonavoglia and Accame, is a very accomplished photographer and currently has an exhibition of his work at Gallery Watari.

Werner and Ditas Hefti were there, and it's always good seeing them. Ditas, an image consultant for "Magic Colors with Style," was an absolute knockout that evening.

The Cherubinis travel a great deal and will get back to Tokyo from time to time. Meanwhile, we wish them the best in their new home in Hong Kong.

As always when I travel I had to miss several happenings here in Tokyo. These include the Tokyo Kanto Lions Club celebration of St. Mary's Leo Club charter day at the school, Koshin Sato's 88 Autumn/Winter collection showing at Hillside Plaza in Daikanyama, the University of Maryland, Asian Division, Class of '88 commencement exercises and reception at the New Sanno Center, the opening reception of the exhibition, "The American Vision," three generations of Wyeth Art hosted by Timothy R. Scharader, President AT&T Japan, and Seiji Oshima, director, Setagaya Art Museum, at the museum, and a dinner party by Hadi and Maha Debs in their beautiful Shibuya Home.

I ran into the Debs with their daughter, Hana, visiting here from Paris, at the Hollywood Casino night at the Tokyo American Club. Hana's back in Paris but the Debs' second daughter, Hadia, who also lives in Paris, is visiting here now.



Kimono fabric fashion show at JCC

Above: Kazuo Matsufuji with Rachel Cohen, wife of the Israeli Ambassador, and Asanuma-san. At left, top: Antonia Feller and Vice President of the Jewish Community Center Sheila Gutman. At left, below: Sandi Uri and Reiko Kachanovsky. At right: Francine Martin, Keiko Hosoya and Yael Treuherz. Below, left: Francis Bushell and Judy Citrin. Below right: Daphna Tamir and Shipi Horn. Bottom: Sakako Hattori, Bonnie Segal, Yuka Higashi and the designer Akemi Sone.





AKEMI SONE'S original hand painted kimonos.

Unique Kimono Fashion Created By Akemi Sone

A unique kimono fashion show featuring styles by Akemi Sone was held recently at Aoyama's Spiral Hall. Based on her convictions about wearing kimonos with a sense of Western style, the show was unusual in its use of ordinary kimono and its disregard for traditional ideas of kimono wear.

The first part of the show, "Kimono Exercise 50 Types," displayed ordinary and rather subdued kimonos in fresh and original ways. Some had their hems folded up and were worn with matching boots, like mini dresses, while others were worn with backs and fronts reversed, off the shoulder, or with the lining exposed for color contrast. Long-sleeved furisode kimonos were worn as evening dresses by tying the long sleeves in front, or worn with one sleeve being used as a hood or a shawl.

Other kimonos were worn like wrap dresses, accented with wide belts, necklaces, high heels, and other accesso-

Hideki Fujii, were also shown.

Many of these kimonos had the traditional kimono form, though some had detachable collars and sleeves that could be interchanged and worn in differing combinations. Others had padded shoulders, or were worn with sunglasses or spats. Sone's bold India-ink painting and letters on the plain cloth added a strange modernity.

Sone, who began her career as a music journalist, established Kimono Fashion Studio in 1980 and became a kimono consultant for singers, TV talents, actresses and kimono shows. In 1984 she held a kimono show, "Shiromuku," in Hawaii.

Her flexible approach to kimono wear may become very popular with foreign women, who have few fixed ideas about kimono, and young Japanese women who prefer to coordinate fashions freely according to their own taste.—Yoko Mizui.

The Japanese Socialist Party (JSP) is running the greatest number of female candidates from any one party in Sunday's double election: 16 of 78 women running for the upper house, and 22 of 34 running for the lower house. In this report on 12 of the more notable JSP candidates, the first paragraph on each woman contains the following information: (1) Age. (2) Whether candidate for the House of Representatives (Rep) or House of Councillors (Coun.) (3). Electoral district. The district number follows the place name for Representative elections. "Prop." means proportional representation constituency. In the last election, the top nine candidates of the JSP Prop. lineup were elected. (4) If incumbent, the number of terms served, and from what year. (Note: all four incumbents have served continuously).

Takako Doi. (57) Rep. Hyogo 2. Six terms, from 1969.

Born Kobe. During mass fire bombing, strafing of Kobe in Feb. 1945, fled home minutes before it received direct hit. Instructor Doshisha and Kansai Gakuin universities (law).

Succeeded Sumiko Tanaka as party vice chairwoman. Founded "Women Against Militarism"



grassroots movement. Key figure in revision of nationality law that removed sex-

ism. Last Oct., assembled distinguished female Socialist/Labor party members from five countries for anti-nuclear forum in Tokyo, and sponsored public forum on women's political participa-

Fashion

The liberation of kimono

You see them on special days, Coming-of-Age Day, New Year's, or at weddings and graduations, girls tripping along in tightly bound kimono, balancing on platform shoes much too small for their feet. Today's art of kimono has evolved into an enigma of wrapping and tying that tries the most die-hard of traditionalists.

In two or three years, though, if kimono designer Akemi Sone has her way, Japanese women will be enjoying the indi-

tional style but want to create a parallel line of very wearable clothing," Sone assures, speaking at her Tokyo Meguro's Akemi Sone Kimono Fashion Studio.

"My designs are not acts of rebellion. I see designing as a challenge." In fact, Sone hopes that her ideas will help kimono adapt to and survive the changing times.

"I felt sad to see the number of women wearing kimono becoming ever smaller. Each era had their own unique style and I wanted Showa to have one too."

Sone sees her creations in many ways as a revitalization of kimono's past and feels that what is left of kimono today is but a shadow of the past, the form without the essence.

"Women used to climb mountains and ride horses in kimono. They found pleasure in sewing on little extras, or taking kimono apart, recutting them and making new clothing. Now all that is left of kimono are

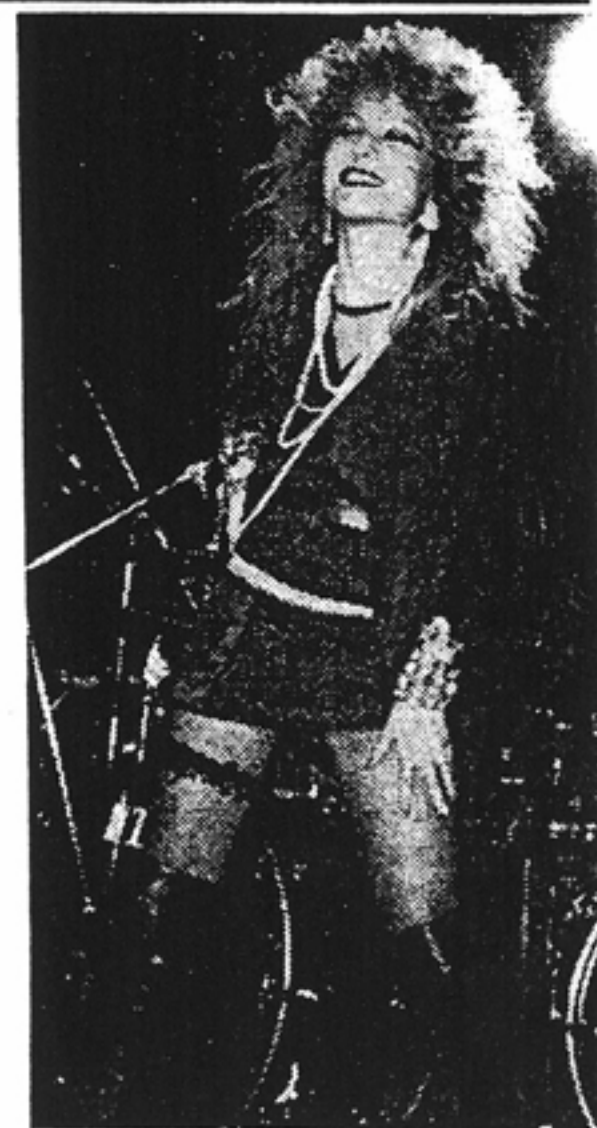
the hard parts."

Sone's interest in kimono and desire to free it from the present rigidity to which it is captive stems from an intimate knowledge of the art of kimono.

Her parents ran a kimono school, where Sone taught since she was 18, taking her students through the intricacies of kimono wearing — wear this at a wedding, this at a funeral, wear it like this here, like that there and so on and so on.

"I had strong doubts. Why was I teaching such agonizing details and why did people accept them as necessary for wearing kimono," Sone reflects.

She broke away from the kimono world and started work as a music reviewer, writing on weekdays but still teaching at the kimono school on Sundays. "My parents wanted to disown me. They thought I'd never amount to anything," Sone laughs. In her new work she came in contact with many entertainers, including numerous *enka* singers. Aware of her knowledge of kimono, her advice was often sought.



Photos courtesy of Akemi Sone

NEW LOOK: Models display variations on the kimono: worn backwards (top left); folded and belted (top right). Above, rock singer Stephanie performance wearing an Akemi Sone creation.



Akemi Sone
Toshiki Sawaguchi

viduality and freedom of movement of Western dress without compromising the beauty of their native dress.

To accomplish this Sone is preparing to take the long way home.

Presently designing and marketing four lines of traditional kimono, Sone also designs what she calls "kirumono," offshoots of kimono which break free of the rigid limitations imposed on present-day kimono wearers. These she rents on a private basis only in Japan.

Reversible garments, detachable collars, sleeves worn as a hood or shawl, off-the-shoulder-styles, kimono worn backwards or tied up as mini dresses worn with high heels or boots and jeans, these are all marks of Sone's touch.

In a land where the image of traditional kimono still reigns omnipresent, Sone's designs are often viewed as corruptions, rather than as wearable modern clothing fitted to the new age, based on and respectful of the old, as she intends.

"I have no desire to change the tradi-

"All along, I was thinking, 'This is the world to which I belong,' " she remembers. "I decided to stop thinking of kimono as kimono and just saw it as one big piece of material. I imagined all the things I could do with it, folding it here, tying it there. It was a challenge to discover how many different styles I could come up with using the one basic piece." Sone found 70 different ways to restyle the basic kimono.

Now, in a strategic move to prepare the eyes of Japanese for her designs, Sone is planning a New York debut of 200 designs early next year. "We plan to cut costs and prices by using synthetics and prints rather than silk and hand-painted designs. We're looking at a price range of ¥50,000-¥130,000. Prices of traditional kimono in Japan run in the tens of millions of yen.

"Japanese have the bad tendency to readily accept things after they have received the approval of the Americans or Europeans," Sone says. "If I were to open my line here now, Japanese would see it merely as kimono, yet not the 'real thing.' Their eyes aren't prepared for it yet."

— BARBARA BAYER
Weekly

THURSDAY, JUNE 2, 1988

From Japan

A NEW KICK IN KIMONOS

*Contemporary styles shake up an industry wrapped in tradition*By Akiko Fukami
Tokyo Bureau of The Sun

Tokyo

Born and bred in a world steeped in one of Japan's oldest cultural traditions, Akemi Sone hardly seemed the type who would one day end up being branded a heretic and accused of trying to turn the ancient and venerable kimono industry on its head.

Daughter of a family that ran a kimono school in the city of Kobe, Ms. Sone was 15 when she was sent by her parents to Japan's cultural capital of Kyoto to begin studying the intricate arts of wearing and caring for kimonos -- the exquisite silk garments that are so central to Japan's traditional image around the world.

Within three years she herself had become an instructor, and seemingly a perfect example of the type person destined to hand down one of Japan's most important cultural traditions to the next generation.

Until, that is, the day came nine years ago when Akemi Sone stopped thinking of the kimono as a museum piece and started thinking of it as just another piece of material.

"I didn't like the idea of teaching how to wear a kimono as a kind of cultural relic," says the 31-year-old designer. "Until then, I had been caught up in the idea that tradition must be kept untouched. . . . All you need is a dose of imagination to liberate your sense of beauty. If you



Akemi Sone, one of Japan's most innovative young designers, is planning to debut her new-style kimono dresses in the United States next spring.

think of it as something different from 'the Kimono,' you realize there are millions of different ways to wear it and it becomes just like any other piece of clothing."

Now one of Japan's most innovative young designers, Ms. Sone presents dozens of ways of wearing a single kimono to audiences that are sometimes shocked, occasionally outraged, but always fascinated.

Next spring, Ms. Sone is scheduled to make her debut in New York by presenting some 200 varieties of kimono-based fashions, altered a bit

from the basic form to fit the Western taste. She hopes eventually to open some shops in the United States to sell her dresses for about \$640 apiece.

Ms. Sone's kimonos can be worn backward with a pair of suede boots; wrapped around the waist over a leotard or worn like a miniskirt with a pair of colored tights and high heels.

"I'm not trying to be negative about the traditional way of wearing kimonos," says Ms. Sone. "I just want to shed a new light on our favorite garment so that Japanese women and women around the world can add the kimono to their wardrobe."

Ms. Sone is not the only one trying to take the kimono out of the cultural closet and put it back into everyday use.

Sales of what are being called "new kimonos" have surged in Japan and have evidently captured the imagination of young, fashion-conscious Japanese women who had always wanted to wear a kimono but lacked the skills needed to put them on or had resisted the rigid, formal rules that govern their use.

Unlike Ms. Sone's creations, new kimonos look like traditional kimonos and are worn the same way but can be made out of cotton, linen, polyester or other artificial blends. Many of Tokyo's most fashionable department stores have added special new kimono boutiques, and the fashion is apparently catching on: Sales are growing by about 50 per-

cent a year even though new kimonos are not cheap, the average cost being about \$560.

If it lasts, the new fashion could be a much-needed shot in the arm for an industry that is slowly shrinking.

Kimonos are an unusual enough sight on the streets of Tokyo these days that a woman wearing one stands out in a crowd; since 1972, the amount of silk produced for kimonos has declined by 40 percent and the number of farm households raising silk has dropped by 60 percent.

The reason: Besides being hard to put on, hard to walk in and hard to care for, kimonos are expensive.

Traditional silk kimonos cost anywhere from \$1,500 to \$15,000. The average kimono costs in the neighborhood of \$2,000, and because of this, many young women now rent them for the once-yearly round of New Year's visits or for the other special occasions such as weddings, funerals and graduations where kimonos are considered required formal attire.

Traditional kimonos properly worn require at least 10 obis (kimono sashes) and straps, and at least one juban -- the pale silk foundation garments which are often worn in layers beneath the kimono. Beneath the jubans are further layers

of cotton garments known as hada-juban.

The biggest headache with the traditional kimono may be in its care and maintenance. Because dry cleaning can damage a delicate silk kimono, great efforts are made to keep them from getting dirty. The kimono must also be folded in a proper way to prevent wrinkles when storing.

Because new kimonos are not silk, they can be thrown into a washing machine at home and hung in the closet just like any other dress. In place of the intricate obi sashes is a single half-sash that a woman can tie by herself.

Needless to say, the idea of changing not only the style but the attitude behind the traditional Japanese kimono has met resistance among the old-line kimono manufacturers.

Eiji Ohashi, president of a Kyoto-based obi maker and the man credited with first coming up with the idea for the new kimono, says his company has gotten the cold shoulder from the kimono industry all over Japan.

As for Ms. Sone, she is preparing to leave Japan to live in New York because, like so many other Japanese artists who try to be different, she feels stifled in her own country.



Kimono-based fashions such as this outfit by Akemi Sone are meeting resistance from old-line manufacturers of kimonos.

Kimono flows into new age

THE kimono, the foremost symbol of Japanese culture and tradition, is about to go through a revolution.

For centuries the subtle lines, controlled movements and slow grace of the kimono have stood firm while so many other Japanese traditions and arts have been changed or at least pushed into the background.

For all the modern dazzle and cosmopolitan flair of Tokyo there is still nothing as eye-catching on its night-time streets as a glimpse of the kimono, a beautiful and still-living museum piece which gains most of its charm from the careful and delicate way in which it is worn.

Dozens of modern Japanese and other designers have flirted with the kimono image and its related textiles, occasionally using it as a theme for a new design but never approaching an understanding of the kimono's history and form.

Those traditions are now being overhauled, teaching the old style in the "kimono schools" which are dedicated to the proper wearing and care of the kimono.

By PETER WILSON
in Tokyo

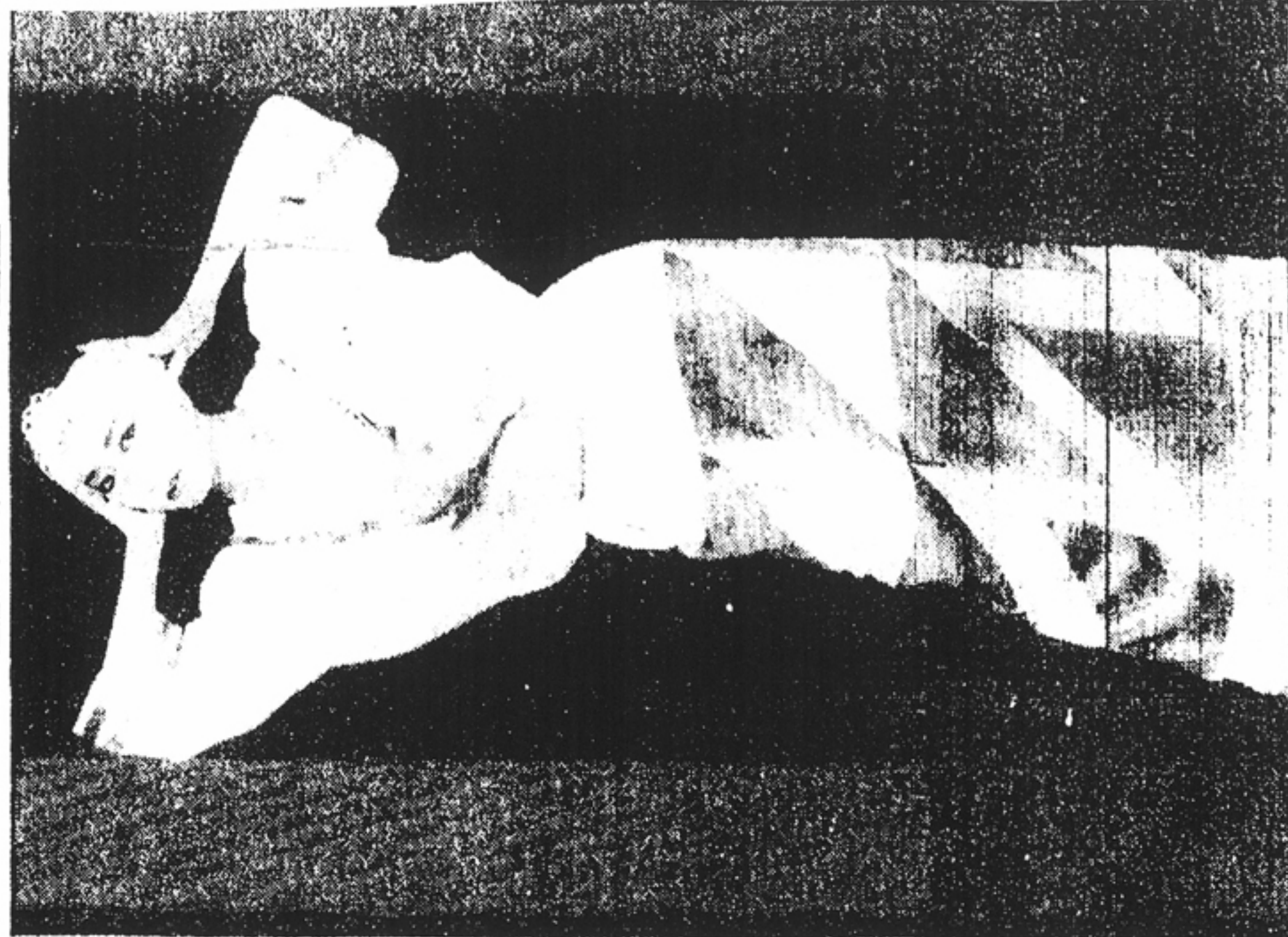
The result is an exciting and refreshing range of styles which respect the spirit and feel of the ancient kimono but give it new joy and drama as well as the flexibility to suit a modern lifestyle.

Akemi Sone, 31, grew up in the traditional heart of kimono design and is uniquely placed to modernise Japan's most famous form of dress. Her family owned a kimono business in Kobe and at the age of 15 she was sent to Kyoto to study the kimono further.

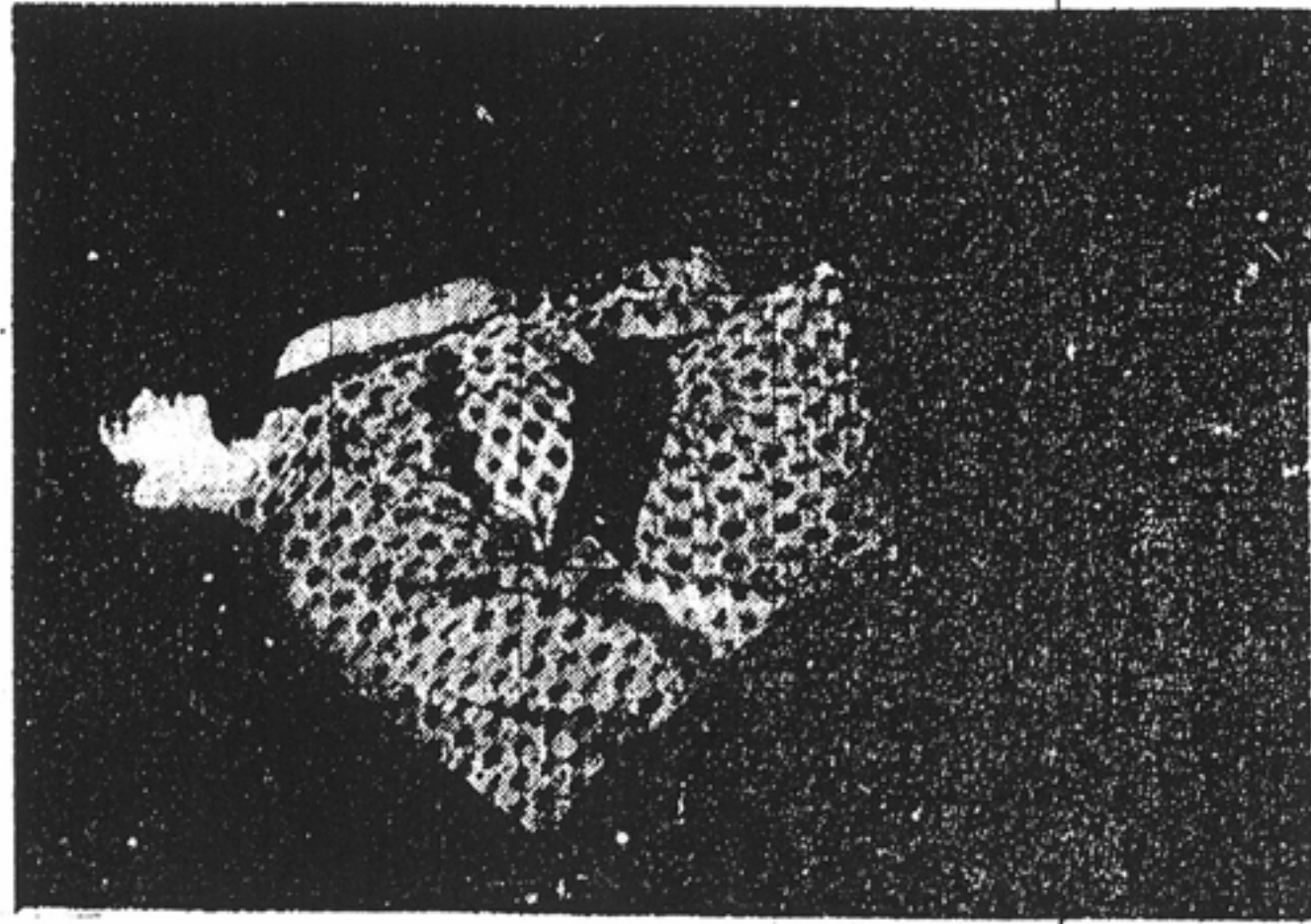
Three years later, she was teaching Japanese women how to walk and move in a kimono, how to wear formal kimono for special occasions and even how to put on a kimono, a complicated challenge which usually needs more than one person.

By the age of 23, Sone had a promising future as a successful designer of traditional kimono but she then moved to Tokyo.

The heart of modern Japan, and found a common lived with the traditional image of the kimono and it was only in Tokyo that I realised the need for change," she said.



● A brave new look for tradition.



orn with leotards.



● Designer Akemi Sone ... revolution.

are too expensive for most people — standard cost is \$5000-\$10,000 — and it is difficult for an ordinary woman to put one on alone.

"You are supposed to wear special white socks and footwear, it is impractical to move around and your breasts are pressed in as if they don't exist.

"The average woman has few places to wear a kimono and you certainly cannot wear one in a casual way.

"I think the main reason I wasn't satisfied with the traditional system is that only a small number of people can really wear a kimono often and comfortably."

In Tokyo, Sone made

started and de radical

She l. no as a price of which can form the base of either Japanese or Western clothes and practical modern styles.

The results can be stunning. With the rigid rules out the window, she drapes one kimono around the waist over a leotard.

Another is worn like a miniskirt with colored tights and high heels. Some have zippers and knots to allow sleeves to be detached, leaving a simpler dress.

Some are light and breezy for summer, many are in vivid colors and all are hand-painted.

One rich blue kimono comes with big lapels, puffed shoulders and a tied belt on the back but still retains the traditional openings under the armpits.

A long black dress has padded shoulders, a thick leather belt, big buckles and brooches and a low neckline yet somehow still manages to look like a kimono.

Sone's more basic radical changes include using normal, modern underwear instead of the traditional offerings, and Western-style shoes in place of the awkward Japanese sandals.

This kimono heretic has already raised eyebrows at her first exhibi-

tion she does sell she hopes to keep s down to \$450 to by avoiding the dard 100 per cent

atic, and using polyester combinati

Several kimono manufacturers have already used cheap materials to cut prices, in the process starting a boom of the "new kimono" which is actually no more than a cheap version of the traditional style.

"There is no significant difference between the new kimono and traditional kimono, except in price," Sone says.

"It is a good trend in that it makes the kimono more accessible to ordinary people but it is not developing the concept of the kimono at all. The wearer still has to stick to the traditional ways of wearing it."

The kimono industry is watching closely to see how Sone's work fares.

According to the traditional school owner, Mr. Tosao Suzuki, "the industry should welcome such a move in view of the fact that kimono are too expensive, many women can't put them on by themselves and there aren't many places to wear one."

But he says too many changes should be resisted as "contradictory to the moral tradition of wearing a kimono".

"The kimono is worth preserving and its heart cannot be tampered with."

Sone will move to New York in March, and plans to unveil 200 original "Western" kimono designs next year.

If her work is successful in New York she hopes to export to Europe, Australia and then Japan.

"I have no contacts in Australia but I'm very interested in that market," she said.

NEW YORK

ニューヨーク
登場

キモノ感覚のデザイナー
曾根あけみさん (34)



昨年、ニューヨークに事務所を開設以来初のファッションショーを、先ごろ、市内のホテルで開いた。テーマは水紋。「自分の環境の中から自然である水を選びました」との言葉通り、作品は水のさらさらした雰囲気とやさしさが漂う。もともと両親が着付け学校を経営、本人も着物デザイナーとして出発しただけに、着物、いやキ

モノ感覚がいっぱい。

作品は来年からNYの高級百貨店、B・グッドマン、サックス等にお目見えし、そのあと日本でも発売の予定。

会場には100人以上のマスコミ関係者が訪れ大盛況だったが、ご本人は「75%の出来」と謙虚で、

伝統から新しさを

早くも次回作に意欲を燃やす。

日本では川中美幸、坂本冬美といった演歌歌手の衣装コーディネーターをつとめ、NHK紅白歌合戦の川中美幸の舞台衣装をずっと担当したことも。

今後の抱負は「流行を追うのではなく、なつかしいもの（伝統）から新しさをひき出したい。それに日米のよさを上手に取り合わせていきたいですね」。デザイナー歴10年。これからが楽しみなひと。兵庫県出身。

スポーツニッポン

3月28日 火曜日

12

版

平成元年 (1989)

スポーツニッポン新聞大阪本社
大阪市北区大淀南3丁目2番25号
代表電話 06(458)5981 531
名古屋総局 名古屋市中村区名駅4丁目7

今、KIMONOを世界に問う

米国NY進出



曾根 あけみ

今秋、大々的に発表会

曾根あけみ



デザインや素材感覚に見事に着物の味を生かした曾根作品、カジュアルファッションとしての世界認知を目指す

国際舞台でのカジュアルファッション目指して

KIMONOファッション、初めて国際舞台でのカジュアルファッションを目指す。日本の代表的KIMONOデザイナー、曾根あけみが今月下旬から活動の本拠を米国ニューヨークに移した。日

本古来の衣装、着物を現代に「着る物」として再創造した成果をひたすら、世界最大の情報発信都市ニューヨークで真価を問う。

◇ ◇ ◇

曾根あけみは、着物デザイナーであると同時に若手演歌の人気女性歌手、坂本冬美や、同じく女性演歌の川中美幸のファッションコーディネートとしても知られる。これまでの多彩な活動を通じて、着物だけの狭い世界からの飛躍を心に期し、さらなる活躍の場をあえてアメリカに求めた。三年前に

「懐古趣味でなく、日本の伝統文化が花染めの久保田一竹氏と並んで、金米最大のニュースネットワークCNNで世界に紹介されているが、今回の米国進出は彼女の仕事の実際的な成果を世界に問う狙いがあってのこと。」



兵庫県生まれ。一九八〇年東京で着物ファッションスタジ

オ設立。歌手や女優のコーディネートターを担当する一方、同八四年、ハワイのNBCアリーナで海外初公演。同八六年、ロック歌手ステファニーの衣装デザイン担当。今年ニューヨークでデビュー。

From Sports Nippon, March 28, 1989

AND NOW, PRESENTING KIMONO TO THE WORLD

For the first time, kimono is stepping on to the international stage as casual fashionwear. At the end of this month, Akemi Sone, one of Japan's major kimono designers, will be moving her operations to New York. Armed with her creations, which transform the kimono from something to be worn to something to wear, she is going to face judgment day in New York, the information capital of the world.

In addition to being a kimono designer, Akemi is also the fashion coordinator for several female vocal stars. With hopes of using her varied experience to break out of the narrow world of kimono, she has turned to the U. S. as the scene for the next phase of her activities. Last year she appeared on a program on CNN. The upcoming move will enable her to measure herself on an international scale.

"This is not a harking back to the past. I want to see how we can instill a breath of contemporary air into the colors and shapes that have been so carefully cultivated in Japan over the centuries. I would like to see the women of the world wearing the kimono that Japanese women have loved for so long, as a dramatic fashion expression combining straight and curved lines."

This fall she will have a major showing of new, casual fashion in an effort to raise the world's awareness of kimono.

日本の着物ファッションを洋装として世界に通用させた。東京を拠点に国内で活躍していた新進の女性着物デザイナーが、型紙担当者やアシスタントと一緒に、そんな願いをこめて来年、米国・ニューヨークに進出する。欧米の服飾センスも取り入れて和洋折衷の独自の世界を作る気構えだが、ユニークな着方、柄、仕立てなどがどこまでニューヨークに理解されるかは、未知数のまま。現在製作中の三百点を引っ提げて、現地でコレクションを開き、真価を問いたいと考えている。

新進デザイナー挑戦

KIMONO ニューヨークへ

独創の300点ひっさげ

来年3月の進出に意欲を見せる曾根さん

渡米するのは、品川区上大崎三丁目のデザイナー、曾根あけみさん。兵庫県・三木市の出身で、十八歳のころから着物の勉強を始め、七年前に上京、同区内にスタジオを構え、着物のデザインを始めた。これまでの伝統的な着こなし

し方にあきたらず、着物をインドのサリーのように、自由自在に装う独自の試みなどを繰り返して、関係者をびっくりさせた。両足で足を通して、着物の上下を逆さまにしてハイヒールのまま身につけたり、後ろと前を逆にして、そでを前に垂らして、ネックレスを添えたり、片そでを抜いて、そのそでをショールのように首に巻きつけたりもする。

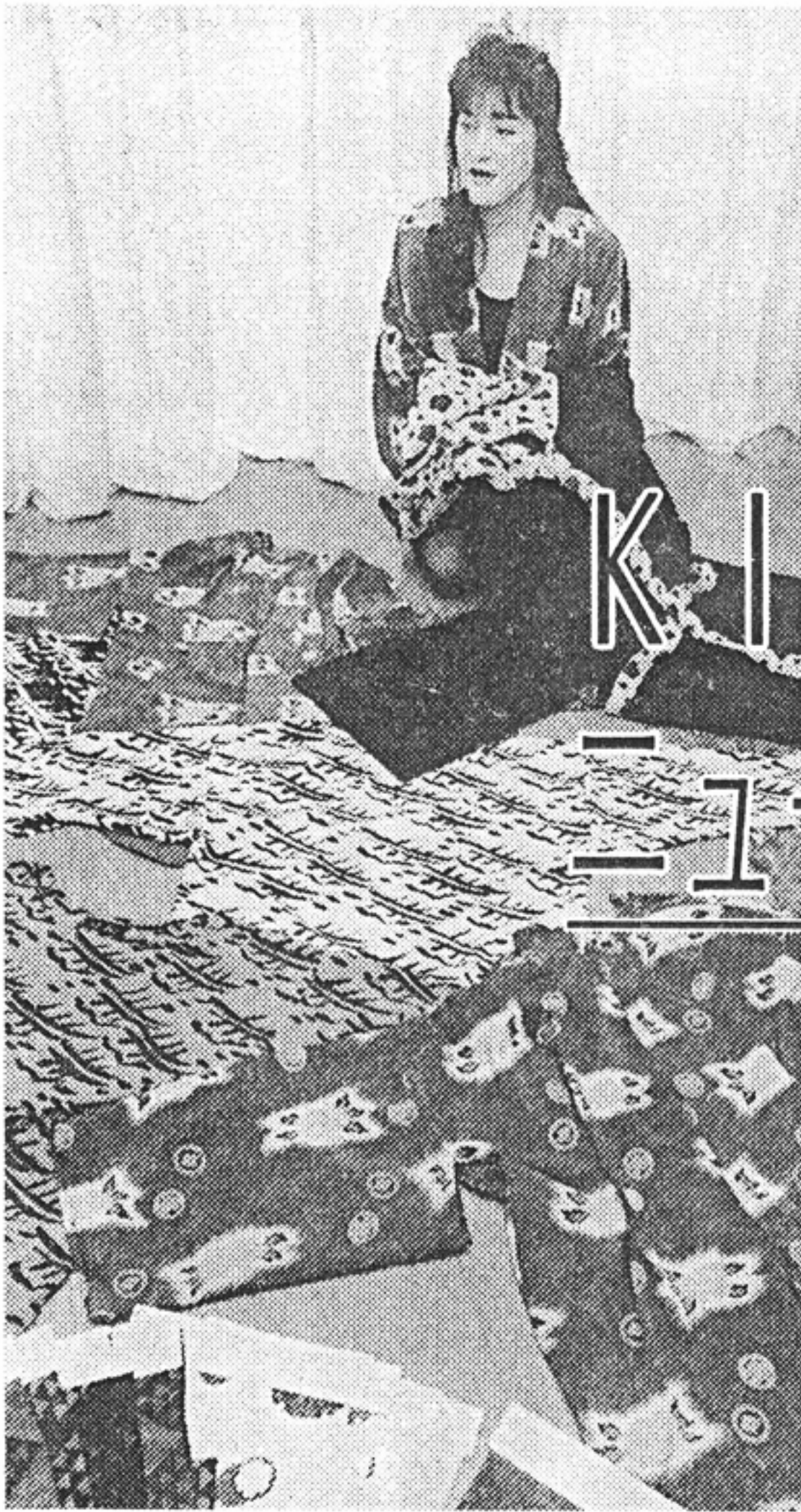
「この世界では異端児とも呼ばれましたが、やってみれば、着物の着方は、百通りにもなっていて、和洋折衷の可能性がぐんと広がったのです。現代にふさわしい色合い、柄も工夫するうち、理解者が増えて、独自のブランドも四通り出せるほどになりました」と、曾根さんは意欲を見せる。

その一方で伝統も守り、演歌歌手の衣装を担当したり、着物のファッションショーも

続けてきた三年ほど前から、日本の着物文化を世界に広めたいという気持ちが強くなり、足がかりもないのに、ファッションを先取りするニューヨークに本拠を移して、製作活動することにした、という。

現地のファッション事情に詳しい専門家に相談したところ、「日本の着物デザインを基にしたファッションを試みている人はあまりいないが、受け入れられるかどうか分からない。冒険かも」という答え。しかし、意思は固く、来年三月の引っ越しを決め、ニューヨークに問う着物のデザイン三百点の製作に今追われている。

「住む場所もまだ決まらず、着物がどの程度理解されるのかも分からず、不安はありますが、上京した時も白紙の状態から始めたことを思えば……」と曾根さん。製作中の三百点は、伝統的な布地、柄模様に加え、独自のデザインのものも多数あり、コートやワンピース、ジャケット、スカーフなどの洋装として生かすことを狙っている。そして日本と西洋の伝統を融合させたグローバルな装いを実現できれば、という。



夕刊

読売新聞

THE YOMIURI SHIMBUN

EVENING EDITION (日刊) 第40,179号 © 読売新聞社 1988年

4月22日 金曜日
1988年(昭和63年)

284

発行所
読売新聞社
東京都千代田区大手町1-7-1
郵便番号100-55
電話(03)242-1111
郵便振替口座東京4-612



ともいうべき作品
は、異国女性の間
で大きな反響を
呼ぶことだろう。

オリエンタリズム

着物の原型を生かしつつ、新感覚のデザインでファッション界に新風を吹きこむ、きものデザイナー、曾根あけみ。彼女は、着物を一枚の布から生まれる「きるもの」として考える。「着物というのは、本来もつと自由に着こなすものだったんです。それがきたりの部分だけ残って、堅苦しいというイメージになっているようです。私は布をまとうという感覚で、昭和の女のKIMONOを演出しています」。来年の5月には、その作品をニューヨークで発表する。「ネオ・

曾根あけみ
(きものデザイナー)





「ニューヨークで『本物』を
わかってもらいたいですね」

上に描いてしまったっていうことだったんです」
初めてのショーの作品のなかで、白地に黒で放射状に伸びた太い線の模様のものが実に印象的だったのだが、これは何と曾根さん自身の手。手に墨をつけて、布地にビシッと押しつけたのだという。

「イメージは太陽だったんですけど、自分の気持ちの迫力を何で出そうと考えたら、手しかなかったんですよ」
形をデザインするのと同時に、図柄は白い布のキャンパスに描かれた曾根あけみ自身、百点のKIMONOは百点の絵でもあるのである。

着物のショーだと思ってやってきた人たちが引っくり返ったのも無理はない。終わった後、全く拍手がなく、これは失敗だったかなと思った頃、ワーツと拍手がわき上がったそうで、その場に生で居合わせた人がしばし呆然としたのは着物がすっかりイメージを変えたこともあるだろうが、一週間徹夜で自らの限界を突き破って迫ってくるあけみパワー。にうちのめされたせいもあるのではないかと、ひそかに思った。

そのパワーはとどまるところを知らず、曾根あけみブランドの着物を四種類も出して、さらに、KIMONOファッションスタジオ代表、KIMONOパフォーマンス「白夢紅」主宰という複数の顔を使い分ける。それも、いかにも大変という感じではなくやってのける。

「まだまだ仕事が増えても平気。まだ自分を持て余していますから。これでもかこれでもかとハングリーなんです。人生も仕事もタイミングというか、シユンとてありますよね。何たって生物ですからね。そのうちなんて待ってたら腐りますから」
グッドタイミングなことに、世界はオリエンタルブームが落ち着いて、何があるんでも日本的なものならいいという状況から、本物を見る目ができていく。着物と見ようと見まいと、それは見る人の感覚任せだが、そのなかで少しだけ日本の女性のマインド（精神）が伝えられればいいと、世界に向けてのシユンをがっちりキャッチして、七年計画で来春、ニューヨークへ発つ。

「七年いたら、帰ってこないかも……」
日本という土壌は、曾根あけみには少し窮屈すぎるのかもしれない。

ところで、ずっと気になって

腐敗した権力への怒りがはしる！

黒い神座

政権への野望と連続殺人事件の接点

森村誠一 定価1200円

虚無の道標 定価950円

腐蝕の構造 定価880円

森村誠一の好評既刊

毎日新聞社

お申し込みは、お近くの書店または毎日新聞販売店へ 送料各250円

東京都千代田区一ツ橋1-1-1 毎日新聞社

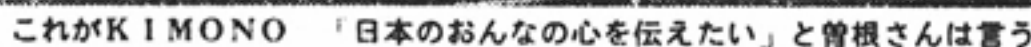
電話 03-51 65534

振替東京 4156534

お申し込みは、お近くの書店または毎日新聞販売店へ 送料各250円

猫と一緒に死体が沼に浮いた。真相に近づいた。森村誠一の政治小説の頂点を狙う政治家の凄まじさと政治構造の暗部にメスを入れた長編推理

「日常に対して合理的でないこと、値段が高いこと、自分で着られないこと。それに、京都や



涼しい顔して、楽しそうに言うてしまう。が、一昨年「**魅** KIMONOファッションパフォーマンス」でデザイナーとしてのデビューを飾るまでの曽根さんの仕事ぶりを聞いていると、涼しいというより鬼気迫る

自分の限界を知らなかったんですね。食べたなくなるし、人と会いたくなくなる。一週間で一〇、もやせちゃうし、トイレを横に置いたほうがいいくらい、もどしつばなし。そのうち右手も左手も上がらなくなっただけ。これは神がかり的だなと思っただけ、よく考えたら自分のせいなんですよね。気持ちと身体は違うわけで、身体は限界以

吉永みち子

情熱倶楽部の女たち



・KIMONOデザイナー

曾根あけみ

「曾根あけみ KIMONO ファッションスタジオ」で、まず七七はありそうな長身細身の女性マネジャーが迎えてくれた。おっ！ とばかり、彼女の着ているものに目が吸いよせられ、「うーん、これはなかなかのすくねもの」とうなりながら、挨拶もそこそこ目に鋭い観察眼になってしまった。

直線的な着物の裁ち方で、背縫いも身八つ口も残してある。袖も長め、アームバンドで適当な長さに調節でき、ボタンと紐で簡単に着られる。太めの革のベルトを締めて、下は細身の白いパンツ。素材はポリエステルかシルクかといった感じだが、黒地に白の日本古来の縞である。「これ、曾根あけみのデザイン

で、来年ニューヨークで発表する作品の試作品なんです」

着物の匂いは残っているが、着物ではない。斬新のなかに、本当に着物を知り尽くしている日本の女性が生きていっているような、紐でぐるぐる巻きになって窒息寸前の何かがふわっと息を

私にも着られそうな「すくねもの」!!

を吹き返したような、不思議な気分になった。これが KIMONO と表現されるファッションであるらしい。生まれてこの方、七五三と結婚式の二回しか着物を着る機会に恵まれない私にも、KIMONO なら着られそうなのがうれしい。というより、もっと積極果敢に着てみた

い。まあ早い話、この試作品がいたく気に入ってしまったのである。

ところで、発表する場所が日本ではなくニューヨークというのが気になる。日本にいた私だって見てみたいのに、なぜだ!? と首をひねって

いるところに、曾根さんが現れた。パティツクのトレーナーに黒のパンツ。着物でも KIMONO でもないが、これもなかなかハイセンス。さすがお見事、と心中うなる。

「ええ、来年からニューヨークにホームグラウンドを移すんです。いま制作している三百点は、来年三月、ニューヨークで発表するんです」

さらにヨーロッパに出して、逆輸入で日本に戻したいのだと言う。こういう回り道をするのは、やはり日本では着物を変形させることになかなか抵抗があつて、素直に受け入れられないのだらうかと思う。えっ、あれが着物なのか、着物なら着物らしく着ていけばいいんだとなつて、果ては許せない暴挙と怒り出すコースである。

「日本は、どうもラインがごちゃごちゃになってしまつて。これは着物じゃないんです。着物のモチーフで、着物の匂いのするものだけだと、きるもの。なんです。るが入るの。Gパンもトレーナーも、きるもので、これも、きるもの」

「でもね、これで余計着物がイヤになっちゃったんですね」

習っても、着物を着るのは精一年一回。いざ着る時は、教えたことはすっかり忘れて美容院の着付けを頼む。すると、その人の体形などおかまいなしにみんな画一的に着せていくから、個性なんてものは当然出て

「着物と曾根さんの付き合いは古い。両親が着付けの学校を経営していて、今時珍しい着物があふれている環境で育ち、高校入学と同時に生まれ故郷の兵庫から京都に来て着物の勉強を本格的に開始。十八歳で着付けの教師となつて、一年半ほど両親の学校で実際に教えた。



The Weekly Yomiuri

読売週刊

昭和13年10月18日第3種郵便物認可
第47巻第14号通巻2057号
昭和63年4月3日発行(毎週日曜発行)

1988
4-3
¥250



撮影 水戸保夫

WOMEN OF '88

Akemi Sone, Kimono Designer

A small, blue flame is always burning inside her heart.

The understated and the dazzling. The outrageous and the restrained. The simple and the elegant. And the femininity that floats within that charm. This is what makes Akemi Sone's work so mysterious and seductive.

"I want to be able to wear the traditional kimono, which is my heritage as a Japanese woman. But I also want to be able to cloak myself in a piece of cloth, to be fashionable. They are two different directions. Right now, I choose the latter."

Her passionate search for new shapes is like a flame looking for more combustible materials to burn.

Reverse the front and back. Wear it with high heels. Try seventy different ways of wearing the same piece of material. Suddenly the kimono is brought back to its starting point as something to wear, rather than be worn.

"I want to always appreciate the use of one piece of material and straight lines that have always characterized the kimono. That will be the basis of wearing it, and wrapping it."

It could be worn with high heels, for example. Seen by foreign women as Japanese high fashion, to the Japanese woman, it would be an unexpected twist for the kimono. Women can free themselves of excess baggage and become all the more womanly.

Next May, Akemi and her staff are moving the focus of their work to New York. These days, she is immersed in the design of 150 pieces to be presented there.

"Here in Japan, I have to explain about how this all evolved from the traditional kimono. It takes a long introduction. Over there, if people like something, they want to wear it; if they don't like it, they say so, and that's it. Results come quickly. This is one of the reasons for my move."

Add to this the feudalistic nature of the kimono industry in Japan. Its closed-mindedness. And Akemi's small, blue flame filled with desire.

This reporter is male. And I find every one of her pieces to be alluring.

"I think of a man. And the kind of women he finds attractive. I want to create those women. Maybe that's what you see in my work."

The man who loves this woman is certain to suffer from never enjoying more than a thin veneer of possession.

One of the brand names is "AKEMI."

'88

お・ん・な

連載
13

きものデザイナー 曾根あけみさん

この人の中では、いつも青い炎がちらちらと燃えている。
シブミと華麗、過激と抑制、シンブルさとエレガンス、そしてあでやかさの向こうでたゆたう、ほんなりとした趣——彼女の作品がもつ謎と挑発性はそのためだ。
「古来のきものを、日本の女の血として着てみたいと思うんです。ファッショナブルにおしゃれに、一枚の布を、風のように着てみたいと思う。二つの方向。でも、いまのわたしは後者」
炎が可燃物を探すように、当然、彼女の情念も、未発のかたちを求めて激しくのたくっていく。
表裏で着る。ハイヒールと組み合わせる。一枚の布を七十通りにも着てみる。すると、きもの「が、

唐突に「きるもの」という原点に返っていくのに気づく。
「日本のきものがいつもそうだったように、一枚の布を、直線を、大事にしていきたい。そのうえでまとう、巻きつける——」
たとえば、一緒にハイヒールを履く。外国女性の目には、これが日本的なものの粋として映り、日本女性の目には、きもの意想外の展開として出現する。女が、いっさいの夾雑物を取り去って、さらに女になっていく。
来年五月から、スタッフと共に仕事の拠点をニューヨークに移す。今、かの地で発表する作品百五十点の制作に没頭する日々だ。
「こつちだと、あの伝統のきものをこれこれこういう風にアレンジ

してみましたなんて、つまり、長い前置きが必要なんです。向こうだと、いいものはその場で着てみたい、だめなものはだめ、と結果が早い、そんなこともあって」
プラス呉服業界の封建性。閉塞感。あの小さな青い炎は、どこまでも貪欲なのだ。
記者は男。この人の作品のどれもが妖しく見えてしかたがない。「わたしの中に男がいて、その男の目で見たすてきな女。そんな女をつくっていききたいの。だからじゃないかしら」
この人に恋する男は所有感の希薄さに、きつと懊悩するに違いない。
ブランドの一つは「緋魅^{あけみ}」という。
(稲)



●そね・あけみ 兵庫県三木市生まれ。音楽ライターを経て、1980年、曾根あけみKIMONOファッションスタジオを設立。歌手川中美幸の衣装コーディネーターやロック歌手ステファニーのコスチュームデザインなどを手がけるほか、きものパフォーマンスとして、ハワイでの「白夢紅(しろむく)」(84年)、東京・青山のスパイラルホールでの「緋魅KIMONOファッションパフォーマンス」(86年)など。同スタジオ(東京・上大崎)代表。KIMONOパフォーマンス「白夢紅」も主宰。

着物は一枚の布。スソをからげる、ベルトをしめる、
無地ならうしろまえに着てみる。タンスの奥に眠って
いる着物にいのちを吹き込む着物の魔術師――。

着物デザイナー――

曽根あけみさん

婦人画報

十一月号

'87

袖や衿をファスナーで取り外し、帯の代わりに革のベルトをしめる。片袖を抜いてフーDrのように頭にかぶる。九月十四日、麻布のアメリカンクラブで開かれた曽根あけみさんの着物ショーは、これまでの着物の概念を超えた、大胆で自由奔放な着方が人々の目を奪いました。集まった百名余りの国際婦人会のメンバーのうち、数人の外国女性が実際にモデルになって登場すると会場からは盛んな拍手が起こり、ドレス感覚の着物の魅力を深く印象づけた催しとなりました。

伝統的な日本の着物は、なで肩で胸も薄く柳腰のズンドウ型に似合うようにできています。ところが最近の若い女性の体型は胸も腰も豊かで、おまけにウエストはキュッとくびれてますでしょう。ですから着物を着るとなると、タオルをぐるぐる巻きにして体型を補整しなければなりません。

家が着物の着付け教室を神戸と京都で経営してましたので私も人に着付けを教えるよう

になったのですが、どう考えてもいまの時代にそぐわない気がしてきました。それにスクールと同じことのくり返して何の進歩も創造性もないのが不満でした。

家を飛び出して大阪のミュージックリサーチ社で四年ほど音楽関係の取材記者をやりました。親は勘当したつもりでいたらしいのですが、本人は全然ケロッとして日曜日には帰って着付けを教えてましたから、完全に着物の世界と切れたわけではなかったんです。

いったん飛び出して離れた地点から距離を置いて見てみたら、もっと自由な発想で着物を現代に生かせるんじゃないかという気がしてきたんです。思い立ったらすぐ行動に移してしまいう性分ですから、先のことなど考えずに上京して、八〇年に着物のファッションスタジオをつくりました。着物のモデルを育成する一方、音楽ジャーナリストの仕事を通して知り合った歌手やタレント、女優さんたちの着物コーディネートを手がけています。歌手の川中美幸さんをはじめアメリカ在住のロ

ック歌手ステファニーのステージ衣装など、随分たくさんのコスチュームをコーディネートしてきました。

それだけではあきたらなくて、ついに自分でデザインしたオリジナルな着物を、昨年、青山のスパイラルホールで発表し、デザイナーとしてデビューいたしました。時代によって着物の着方も大きく変化しています。歴史的に見ても、桃山時代の着物などはとても活動的で、自由な感覚にあふれています。そこで、「昭和の女」の着方があってもいいんじゃないかと考えたのです。

実際にやってみますと、思った以上に自由自在にこなせるんです。手持ちの着物を生かして五〇通りの着方ができます。例えば、すそを内側に折り返して着物の裏地をタンクトップのように胸まで持ち上げて超ミニにスリッパを組み合わせたり、色無地の着物を後前に逆に着て背中の紋をワンポイントにベルトをしめたりと、アイディア次第で洋服感覚の着こなしが楽しめます。

My HEART



私がデザインした着物はもっとフリーで、袖と衿がフラスナーで自由に取り外しができるんです。ノースリーブに深いVネックのドレス感覚で着られますから、ロングにすれば

フォーマルドレスになりますし、ウエストを折り返せばミニにもスタンダードにも好きな丈に調節できます。

三年前に初めて、ハワイのNBCアリーナ



◀「国際婦人会」は、日本と外国の婦人を結ぶ日本で最初（1908年発足）の国際婦人会。曾根さんの「国際キモノ」の提案に、大きな拍手。
●曾根あけみ KIMONO ファッションスタジオ/
☎03-445-0843

できもののパフォーマンスの公演をしましたときに、思った以上に反響があって自信を深めました。着物は民族衣装を超えたファッションになると確信しています。

外国人は腰の位置が高いために帯をしめて普通に着ても似合わないんです。私の着付けはあくまでも着る人の体型に合わせて、その人の体の線をむしろ出すようにします。どうしてもヒップのラインが気になると思ったら、ゆったりと合わせてベルトをしめればいいんです。アンダーは洋装と同じで構いません。

私自身は伝統的な着物も好きですから、一枚の着物を和服感覚で着たり洋服感覚で着たり、両方を楽しんでいます。いま着てるのは祖母の着物なんです。昔の着物って、とてもモダンでしょう。色彩がおさえられていて柄もシンプル。帯や小物でアクセントをつけておしゃれな雰囲気を出します。

今回、国際婦人会で着物のショーをするようになったのも、会長のスーランさんが私の着物を気に入って下さって、会員の方にもぜひお見せしたいからおっしゃったのがきっかけでした。外国人は着物に対する固定観念がありませんからどこでも抵抗なく受け入れて下さいます。来年はニューヨークで勝負を賭けたいと思っています。『緋魅ブランド』を向こうで商品化して日本に逆輸入できればというのが私の夢です。

スポーツニッポン

12 版

9月13日 火曜日
昭和63年 (1988)

スポーツニッポン新聞大阪本社

大阪市大淀区大淀南3丁目2番25号

代表電話 06(458)5981 531

名古屋総局 名古屋市中村区名駅4丁目7

©スポーツニッポン新聞社(日刊)

第14279号

(昭和24年2月10日第三種郵便物認可)



来春ニューヨークに進出する
新進気鋭のKIMONOデザイナー、
曾根あけみ女史が十二日、京都・宝ヶ池プリンスホテルのプリンスホールで関西で初のファッションショーを開いた。

八年前に東京に「曾根あけみファッションスタジオ」を設立して以来、きものモデルの育成や、歌手や女優のコーディネートを手がける一方、従来の和服イメージから脱却し、カジュアルに着こなせる、着るものとしてKIMONOを提案してき

.....
KIMONOをザン新に演出する曾根あけみ女史(円内)のファッションショー

曾根あけみデザイン着物ショー

た曾根女史。その作品を評価する声は高く、辻が花染めの久田一竹氏と並んでCNNで世間に紹介されたほど。来春にはニューヨークに拠点を置き、緋(あけみ)ブランドのショーを開催、さらに手始めにロサンゼルス、ヒルズなどに数々のブティックを展開していく。この日は世界進出の国際派KIMONOデザイナーである女史の、実力の一端をかい聞けるステージ。彼女自身の手による緋魅文字をデザインした洋服感覚のKIMONOは、太陽やウロコなど個性あふれる「着るもの」を次々と披露、席をニューヨークエンタリズム世界に酔わせていた。

岩と緑の不思議なコントラスト

「こう」という誘いが舞い込んだので、ちよと京都の見本市への作品出展準備に追われている時期でしたが、「韓国なんて九州に飛ぶのと同じ」とか、「もうすぐニューヨークに仕事場を移すあなたにとっては、アジアを見直す最後のチャンス」とか、「いままでたれも気づかなかつたチヨゴリのる」とか、友人の語りかけが言葉をのびやうに、ひらひら、「二、三、目ならならぬかな」といつか気づか

仕事柄、朝鮮の民族衣装であるチヨゴリには、常々、関心を持っていたのですが、それを暴露したように、「チヨゴリの源流を見にい

去年の夏、友人にだまされて？……思いもかけず濟州島で一週間、遊ぶことになってしまいました。

曾根 あけみ

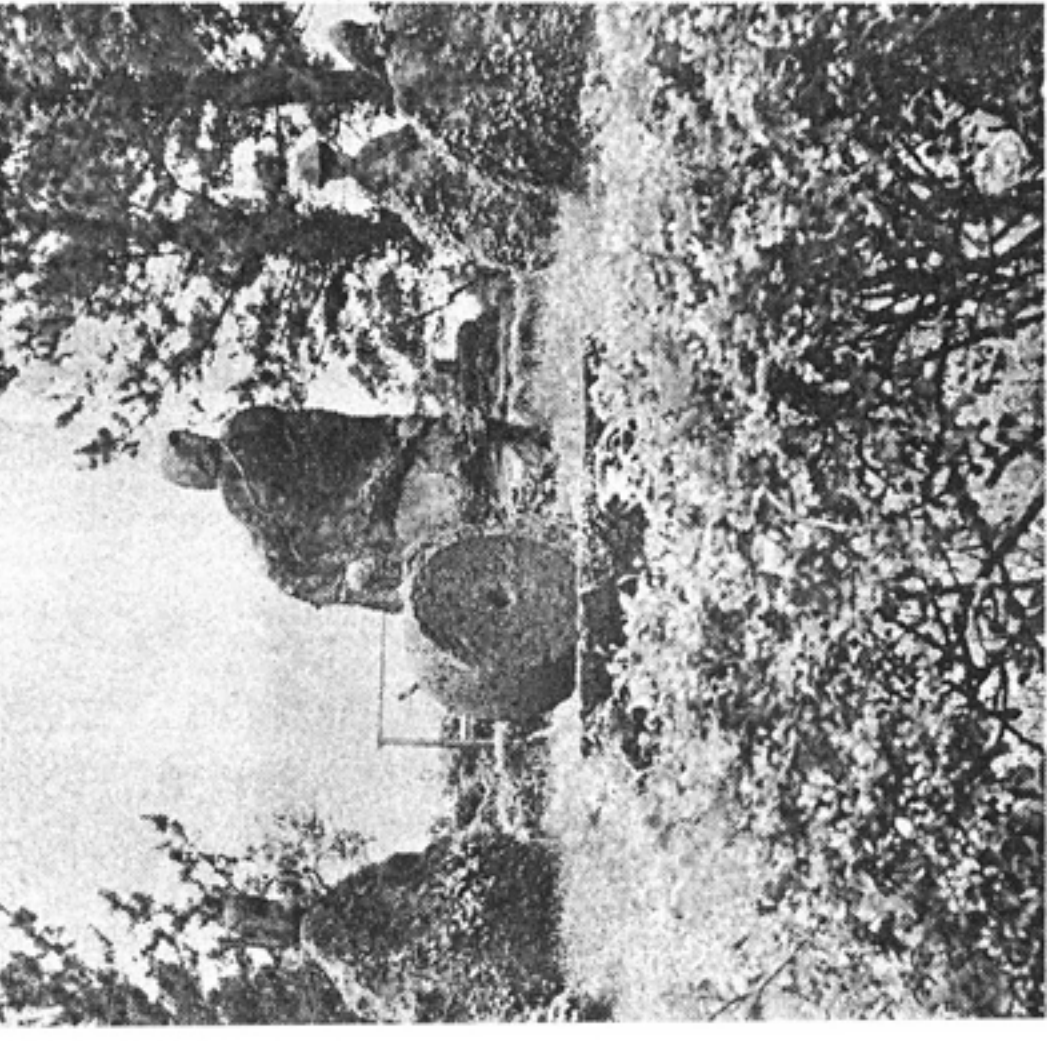
濟州島の魅力

韓国通をもって認める友人に、すっかりお任せの旅を決め込み、なんの疑問も持たずに成田を出発したのです。釜山を過ぎて再び飛行機が海の上を飛んでいる間も、「あら、チヨゴリのる」として、山の奥にやがたの「かあ」なんて考えていたのです。当然、機内アナウンスで濟州島に向かっていることを告げられたはずなのに、まるで記憶にないのです。だまされた、と悟つたのは濟州島に着いた後。「チヨゴリのる」として、なんと真っ赤なウツ。



では半島本土とは違つ、独立した王国だったというではありませんか。でも、友人の魂胆はよくわかりました。仕事中毒の私を、たまには大自然の中で虫干ししてやる——という心遣いなのです。こうなれば仕方ない、だまされてあげよう、そう腹を決めました。そう思つて島内を歩いてみると、これがまた、なかなかのものなのです。島主韓国というところまで、その

り、むしろチヨ島やイースター島のモアイに酷似しています。遠い昔の漂流民が造つた、という点でなにかの共通性があるように思えるのです。城島(シロガキマ)といふところには、村と民俗資料として保護保存されている地区がありますし、濟州に最近オープンしたといわれる民俗自然史博物館も興味深いところでした。オプジェの公園で、しかし、それ以上に私が興味をひかれたのは、耽羅(タラ)木石苑です。石と流木のような丸木だけで造られたオプジェの公園で、単調の中にじんわりと人の心をひきつけてやまない、不思議な力を持っているのです。そういえばこの島自体、コジコジと



が選目にはみみな人の姿に見える木石苑の奇観

なほど、それを覆つたように見える緑の、不思議なコントラストで成り立っていることに気がつきました。島のそこそこにある石のオプジェは、その昔、自然に流されて眠っていた人たちが、あるいはその子孫たちが、この島の風土の中で後世に何かを語りかひたくて、残したものかもしれない。あるいは、ひょっとしてこれは、宇宙人の、私たちへのメッセージなのかも……といった想像がふくらんでくれます。友人は時々、思い出したように「チヨゴリと石像の相関関係」など口走っていました。私の方はもうすっかり、濟州島をたのしめることに決めています。

グルメ党は大満足

それに何よりこれがかつたのは、この海の幸。タチが丸ごと一匹刺し身になってドーン、と出てきたり、朝から夕までたのしみ入ったおかげで出てくる。西帰浦まで足をのばすと、なんと江戸前のお寿司屋さんや、フグ料理店まであって、抜群に新鮮で、値段も抜群に安い。冬にはこれに、キジやヤマドリなどの山の幸も加わるといえますから、グルメ党にはたまにたまに。もちろん、良いことづくめというわけにはいかず、後半は島名物の台風にたたられ、予定より一日も長くどろどろする羽目になってしまいました。帰国した後のスケジュールのやりくりには、おかげで四苦八苦させられてしまいました。でも、だまされた悔しさはごくごく雲散霧消。私にとって、おそろしく生運忘れられない思い出の旅の一つになりそうです。(きものふざけ手)

筆者とサイン、左下は作品につける落款



とらわれない着物のおしゃれがあつていい

曾根 あけみさん
(正 大 崎)



歌手、川中美幸の着物コーディネーターとして活躍している曾根あけみさん。

着物のコーディネーターとは着る着物を選んだり、それに合わせる帯、小物を揃え、どういう着付けにするか考えたりする、いわゆる着物のスタイリスト。

この世界ではまだまだ若手といわれる年齢でありながら、兵庫県の実家が着物学院を経営している関係で16年ものキャリアを持つ。幼少の頃から着物に囲まれて育ち、まさに着物のために生まれてきたような人生。曾根さんはそんな環境に反発してか、一時、大阪のミュージックリサーチ社で音楽記者をしていたこともある。しかし、その間も必ず土日は自宅に帰って着付けの講師をしていたという。その後、結婚のため上京したが専業主婦だけでは飽き足らず、'80年、曾根あけみKIMONOファッションスタジオを設立し、数々の仕事をこなしてきた。

今年は今月の13日に青山のスパイラルホールで行われるショーで着物デザイナーとしてデビューする他、古典モダンの曾根あけみきものも発売される予定で大きな飛躍が期待される。

「今回のショーでは着物をそのまま着るだけでなく、身にまとうといった感覚で50パターンにも着こなすことができる、という提案をしたいと思っています。袖や襟をファスナーで取りはずすことができるようにし、別の袖と付けかえたり、取りはずしたままで楽しめるようになっていきます。もちろんそのまま着ても全然違和感なく着ることができるんですよ。」

これまでの着物の長い歴史のなかで各時代に合った着こなし、それが昭和にはない、という。そういう意味でこの曾根さんのショーは昭和の着こなしを提案するものとして大きな波紋を投げかけそうだ。

オフィスは14F。光がさんさんと降り注ぐ窓からは街の雑踏が見渡され、まるでニューヨークのよう。

東京中日スポーツ

これがキモ

男心そそる



いまは着物が洋服感覚で着る時代。曾根あけみさんの作品は、1枚の着物が50通りにも着分けられるのが特徴。足元にご注意、ハイヒールでもソウリでも合うのだ

「アッション・パフォーマンスを開く。テーマは入きものから『きもの』へ。従来の着物にまつわる固定観念を打ち破り、その可能性を極限まで追究してみよう」と着分けることができるんだ。外国人客のド肝を抜いた。今回も外人モデルを動員して、着物の思わぬ魅力を引き出してみたいという。『わたしの作品では、ソデやエリの組み合わせによって、一枚の着物を50通りにも着分けることができるんだ。先ずの曾根さんは、6月から京都の大手メーカーと提携して、パフォーマンス名と同じ「緋魅」ブランドでオリジナルの作品を市場に出す。『着装をつうじて、きものニューファッション』を創造することができた、というのがわたしの願い。洋服は時

「ニューきもの」時代の到来。ヤングミセスやOLたちが新しい感覚で着物を着るようになった。都内の百貨店やファッションビルには続々と新ブランドが登場し、気鋭のデザイナーやコーディネートたちは次々に新作を発表していく。なかには「これが着物か?」という大胆な作品も。「女の美」は、男にとっては無上の楽しみ。着物がかもしだす極上のエロチシズムは何ものにもかえがたい。

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

「いまは着物が生まれ変わろうとしている時代。洋服も着物も、着るもの」という点では同じですが、着物にもルールにとらわれない着かたやおしゃれがあってもいいんじゃないかしら。わたし自身、着物を着るときは、日本の女の熱い血を感じるんです。こういうのは着物コーディネートター曾根あけみさん。着付け歴17年のキャリアを持ち、東京・上大崎で「曾根あけみKIMONOファッショ

活動的で自由に

曾根あけみさん



「きものニューファッション時代をつくりたい」という曾根あけみさんだ。

銀座・松屋や高島屋東京店で人気ブランド「撫松庵」、西武渋谷店ではこれに加えて「衣座」新宿・丸井ファッション館では

「きものニューファッション時代をつくりたい」という曾根あけみさんだ。銀座・松屋や高島屋東京店で人気ブランド「撫松庵」、西武渋谷店ではこれに加えて「衣座」新宿・丸井ファッション館では「きものニューファッション時代をつくりたい」という曾根あけみさんだ。銀座・松屋や高島屋東京店で人気ブランド「撫松庵」、西武渋谷店ではこれに加えて「衣座」新宿・丸井ファッション館では

Tokyo Cyurich Sports Newspaper



和服も発想しだいで着こなしは自由
自在。着付けを手伝う曾根さん(右)

マイカルチャー MY CULTURE

今風着付けは自由自在

きれいに着るには、おなかぐわな日本伝統美を現代に詰め込め、スタイ風に着こなそうと、着物ファッション・コーディネーターの曾根あけみさんが、上下、

左右にまったくこだわらない自由奔放な和服の着方を考案。はじめて三年がたった。いまでは、考案した着方は

百通りにもなっていて、自分で現代にふさわしい柄、模様も考案。オリジナルの五
「きれいな着物」がタンスのなかに眠っている。現実をみると残念でない。今の和服は着方といい、素材といい、明治

◆革ベルトにハイヒール 逆さまに着るのもOK◆

以来まったく進歩していないとがでるようになります」わけです。それならと、大げさにいえば、私は昭和の着方を考えてみたわけです」
曾根さんに、その一部を披露してもらおうと……。
もちろん、下着は洋装と同じで構わない。帯の代わりに革ベルト。曾根さん流にはハイヒールがふさわしい。簡単な変身の場合は、片ソデを抜いて、そのソデをショールのように首に。あるいは、ソデを前で結んでも、それなりの様になる。
発想を転換して、両ソデに足を通して、着物の上下を逆さまに着てみると、どこか今風になるのが不思議。スソを肩かけにでもできる。後ろ前を逆に、ソデを後ろから前に垂らし、首回りにネックレスを飾ってもいい。
また、スソをからげて、裏地を見せると、一見スカート風にもなる。
「着物をインドのサリーのように、一枚の布として考えます。自由自在に着る」と話している。

とがでるようになります」わけです。それならと、大げさにいえば、私は昭和の着方を考えてみたわけです」
曾根さんに、その一部を披露してもらおうと……。
もちろん、下着は洋装と同じで構わない。帯の代わりに革ベルト。曾根さん流にはハイヒールがふさわしい。簡単な変身の場合は、片ソデを抜いて、そのソデをショールのように首に。あるいは、ソデを前で結んでも、それなりの様になる。
発想を転換して、両ソデに足を通して、着物の上下を逆さまに着てみると、どこか今風になるのが不思議。スソを肩かけにでもできる。後ろ前を逆に、ソデを後ろから前に垂らし、首回りにネックレスを飾ってもいい。
また、スソをからげて、裏地を見せると、一見スカート風にもなる。
「着物をインドのサリーのように、一枚の布として考えます。自由自在に着る」と話している。

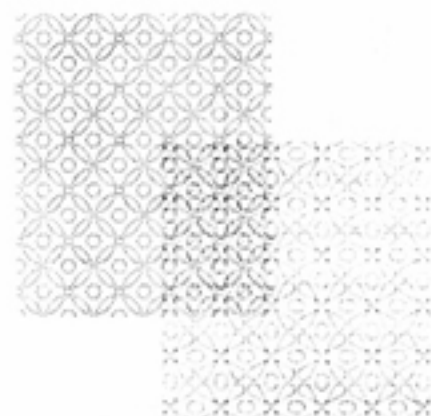
「伝統を受け継ぐ必要は、もちろんありますが、私自身は、伝統の枠にあまりこだわりの気持ちはありません。例えば、和紙で着物を作っても、その質感に独特のものがありますし、それなりに捨て難い味わいがあります」
曾根さん自身も、もちろん和服愛好者。夏には夏向きの衣装を身に付け、デザインに工夫に余念がない。「本当に着物で現代に生かすには、愛好者たちが、いろいろと考えていかなければならないと思うわけ……。そうでなければ、結局、日本の伝統美も消えてしまふ」と話している。

The Weekly Mainichi

大胆なご提案「着物の・ようなもの」

“お嬢さま”たちにウケ

るかどうか。



着物を着るとなると、くびれたウエストにタオルをぐるぐる巻きにして、というお嬢さんが多い。でも、しとやかさを出すには、それも我慢辛抱。それが着物のよさなのだから。

「それが不満でした。出来上がっている物をその型のまま着るのではなく、自分の体に合わせた着こなしがもっと



撮影／出版写真部
吉川 秀子

あってもいいのではないかと、
着物コーディネーター、曾根あけみさん(32)は、着物を「着る物」として、装いの世界を大きく広げようとしている。

6月13日、東京・青山で開かれた「魅KIMONO ファッション・パフォーマンス」。一枚の着物の袖や衿がフアスナーで取り外され、ノースリーブになったり、別の袖が取り付けられたり、後前に着直したり、二枚重ねのロングスカートふうになったり……なんと五十変化。あえていえば、着物の・ようなもの。だから、KIMONO。

「二部式着物とか、着物地を使った洋服とかも最近多いんですが、私はあくまでも一枚の布としての着物が大好き。ファッション感覚の優れている若い人たちに、自由な着こなしの楽しさを味わってほしい。大正時代まで、着装はいろいろあったんですから」

着物離れがいわれる中で、ギャルたちはどう受けとめられるか。

(隆)

ファッション性に豊かに

“きもの”を 着るもの“でとらえる

曾根あけみさんが
ユニークなきものショー



「きもの」から「着るもの」フォーモンス・ショー。その第一部が「きもの五十変化」。一般の人たちが着ている藍染、辻が花、縞、色無地、しほり、振袖などのきものを、着こなしのアイデアで提案。たとえば振袖を独特の着こなしでドレスに、きものを前うしろ逆に着こなすことによって、タートルネック的なワンピースの洋装に、また洋服小物を上手に活用することによってミニスカートの洋服にというように五十タイプの着方を次々とみせ、みるものを楽しませた。

パートIIが「和洋服新時代」。

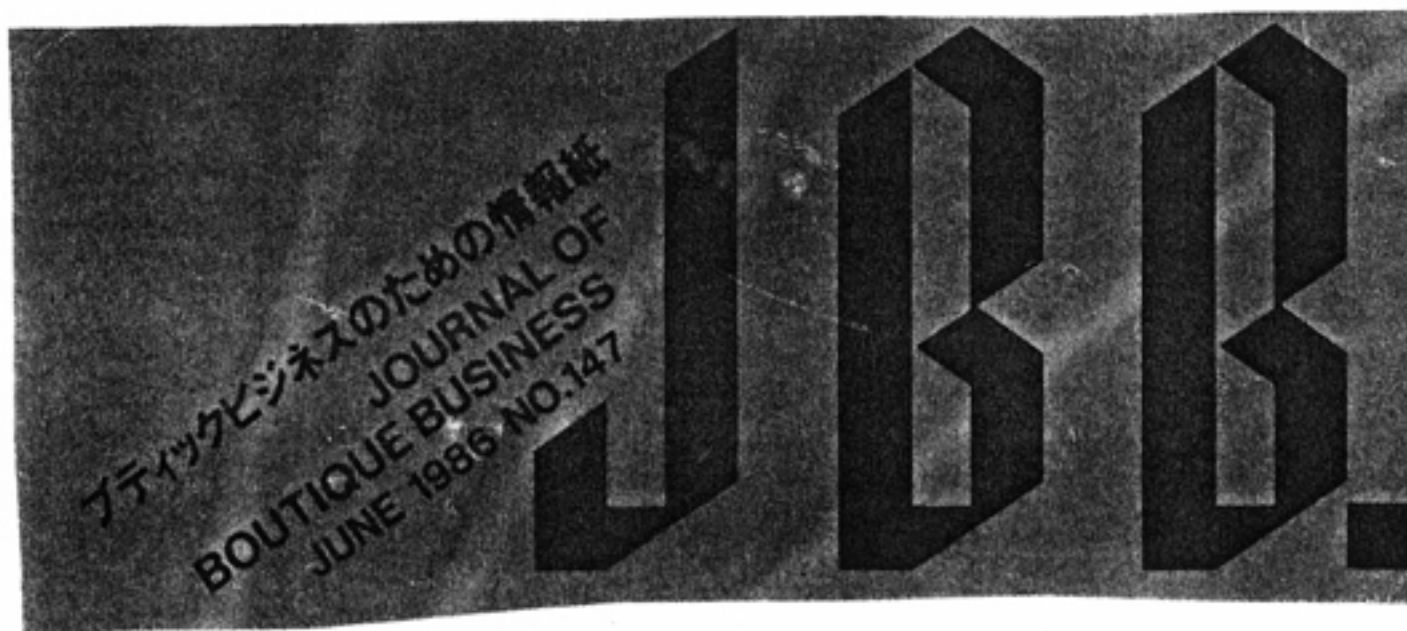
曾根あけみさんのオリジナルきものを発表、きもの原型を生かしながら、自由自在な発想を生かしたきものを披露した。たとえば袖を簡単に取りはずしたり色、素材、デザインの違いをパーツを自由にチェンジできるきもの、写真家・藤井季樹氏の協力により、まったく初めてきものに写真を転写したものなど、ここでもオリジナルきものに合わせて着こなし提案を行った。パートI、パートIIとも、きものを着るものとしてとらえた初めてのきものショーで「世

界を意識しながら昭和のおんなのニースタイルきものを提案した」としている。

なお曾根あけみさんは、NHK紅白歌合戦で、三年連続、歌手・川中美幸さんの衣裳を手がけるなど、日本で数少ないファッション感覚の鋭い若手きものアーティストとして知られている。

ショーは超満員の入場者で初のユニークなショーに盛んな拍手が送られた。

乗る役員たちである。岩田屋の首脳陣である会長・中牟田喜一郎、社長・中牟田栄蔵、専務取吉を養子に迎えた。この藤吉は博多川端町の呉服



和装を超えた着物

六月十三日、青山スパイラルホールで行われた「緋魅」。着物コーディネーターの曾根あけみが「着る物」として着物を捉え、原形は崩さずにまるで洋服であるかのような新しい着こなしを披露。また自らがデザインした、パーツチェンジ可能な着物も登場した。デザイナーやスタイリストがデザインに手を染め始め、「ニュー着物」や「プレタ着物」を生んだ呉服界。素材、シヨップ展開で様々な試みがなされる中、今度は着こなしの面からも新たな風がおくりこまれようとしているのである。

Japan Fiber Newspaper

日本纖維新聞

昭和61年(1986年)6月17日 (火曜日)

きものの形に仕立てられた一枚の布が、さまざまな広がりを見せる――。

13日、きものファッションクリエーターの曾根あけみさんが東京・青山のスパイラルホールで「緋魅(あけみ) KIMONOファッションパフォーマンス」を開き、^{*}日本発世界行き。のキモノ・ニューススタイルを発表した。

ショーのパートIは、従来通りの仕立てきものをさまざまなスタイルに普こなす、ニュースピリットエクササイズ。背を前にしてロングドレス風に普こなすスタイル、袖をフードのようにして頭からかぶり袖八つ口から顔を出すスタイルなど、まさに一枚の布が作り出す千変万化のスタイルの広がり。

パートIIは曾根あけみさんのオリジナル作品の発表。「緋魅」という文字が柄になったきもの、袖をファスナーでとめるきもの、袂(かみしも)風に肩を張らせたノンスリーブのきもの、ラベルをつけたセーラーカラーやレースカラーのきもの、ガウン風にまとう紙のきものなどが登場した。

一枚の布で千変万化

バ緋魅
フオ
ー
キ
ー
M
O
N
O
S
O



綾

石

新

聞



曾根あけみさん
きものパ

フォーマンス

きもの着付け、ヘアメイク、エアロビクス、新舞など多彩な活動が続けている曾根あけみさんがこのほど、東京・青山スパイラルホールで「きものファッションパフォーマンス」を開いた(写真)。

曾根さんは、きものが外国人に、カウンスとしてしか着られていない現状と、今日の着こなしが大正時代以降、ほとんど変化していないことに着目して、現代の生活様式にマッチさせるべく新しい着方を考案しているが、ショーでは、形の決まったきものでも五十通りの着方が可

1枚で50通りに着られます。

能なことを演じてみせた。タンクトップやスパッツと組み合わせて、すそを胸元でとめるミニ丈のカウンス風、前後を逆に着て肩パッドを入れベルトで締めるワンピース風、振りそでのそでの部分を肩かけとしてあしらったイブニングドレス風―などだ。

ショーの第二部では、ファスナーでそでや襟を着脱自由にして洋風にも和風にも着られるきものや、写真家・藤井秀喜氏の写真を布地に映しとったきものなど、曾根さん考案のオリジナルきものも発表された。

ショーの模様は五日に米国テレビ局CNNで放映される。



日本の古典と西洋のイメージが一体となったジャパネスク調よ

「一昨年の『紅白歌合戦』では岡本太郎画伯デザインズの着物を、去年はボストン美術館所蔵の日本絵巻からアレンジした柄の着物を着せてもらったの。私の性格や歌の内容をよく理解してくれているので、そのときで、最高の着物を用意してくれているんですよ」

美幸。彼女いわく、「最近になって着物のよさがすごくわかってきたし、着物姿がしっくりなじむ年齢になってきたみたい」

「前であдекватなものが好きだ」

「美幸の先生とは、着物クリエイターの曾根あけみさん。ステージで着る着物はいつも曾根さんによって選ばれる。『美幸ちゃんと知り合ってもう6年。彼女って、大胆な着物を着てもちっともケバケバしく見えないし、とっても自然に見えるのよね。何を着てもよく似合うし、ホント、得な人よね』と曾根さん。」



着物姿がキマツたときは、歌もノッチャうの

川中美幸

「美幸ちゃん、だんだん、仰々しいものよりさりげないものを着たくなるんですね」

「美幸ちゃん、だんだん、仰々しいものよりさりげないものを着たくなるんですね」

「美幸ちゃん、だんだん、仰々しいものよりさりげないものを着たくなるんですね」

「美幸ちゃん、だんだん、仰々しいものよりさりげないものを着たくなるんですね」

スタジオのセットなども考慮して、いつも5〜6枚の着物を用意しているという曾根さんの周到さは、さすがプロ。それと同時に、ふたりが公私ともに大の仲よしだということも大きい。



曾根さんが考案した「美幸むすび」に初挑戦中



骨付きカルビは最高。本場の味求めて全国行脚

奈葉

友

「ねえ、おいしい韓国料理のお店、知らない？」



それというのも、韓国の旅をしてきたばかりだからです。2年後にオリンピックが開かれる、首都ソウルをテレビレポ1トしたのですが、



ビビンバも冷メンもベロリ。お腹がパンパンになっちゃった!!

リネアモータ

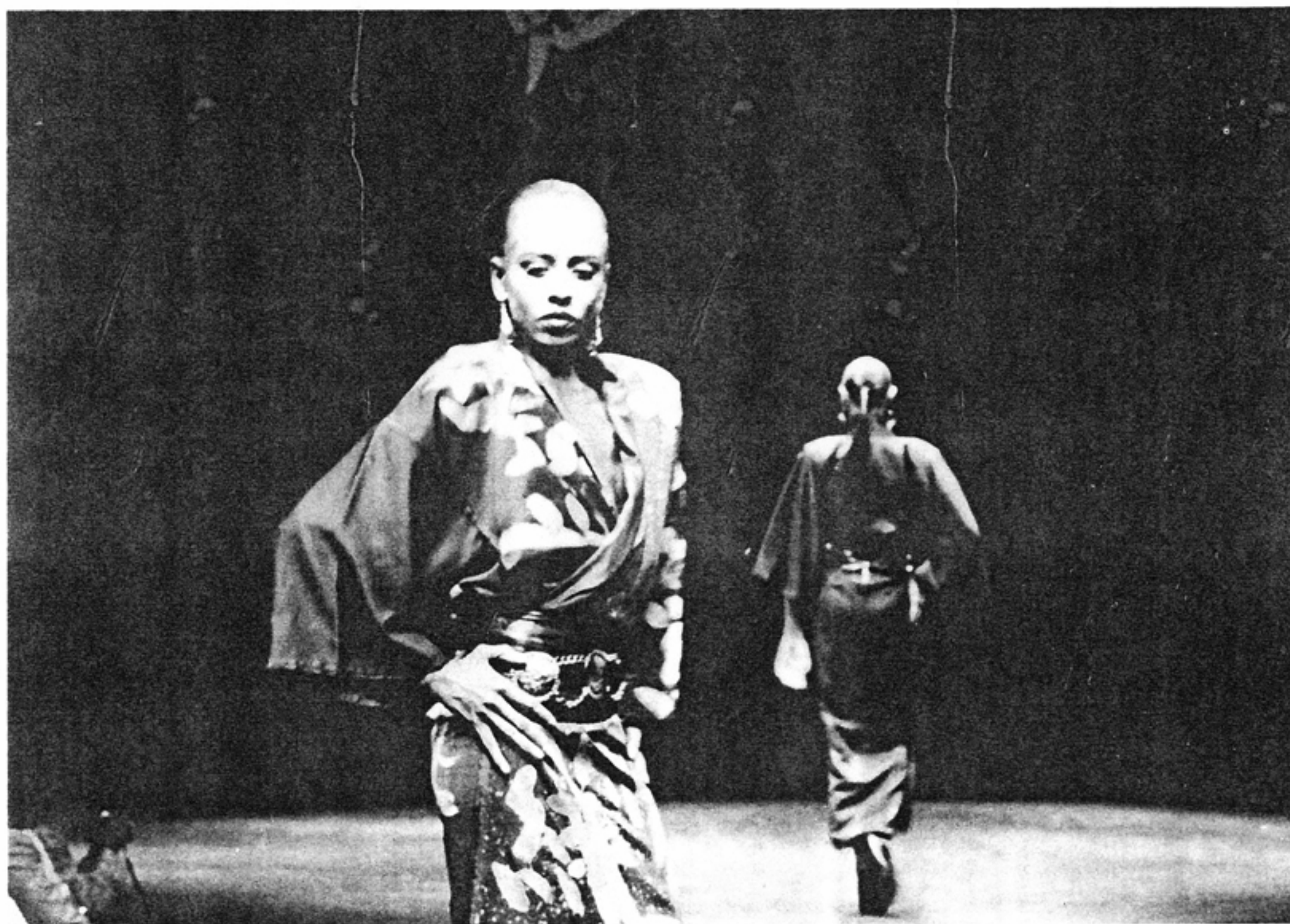
1986 No.22 秋号 AUTUMN

曾根あけみ
「キモノ」の新しい
着こなしを提案



いままでの和装のイメージを百八十度方向転換するという勇ましい試みの「キモノ・ナウ・スタイル」と題したファッションショーが青山スパイラルホールで開かれ、観客の度肝を抜いた。

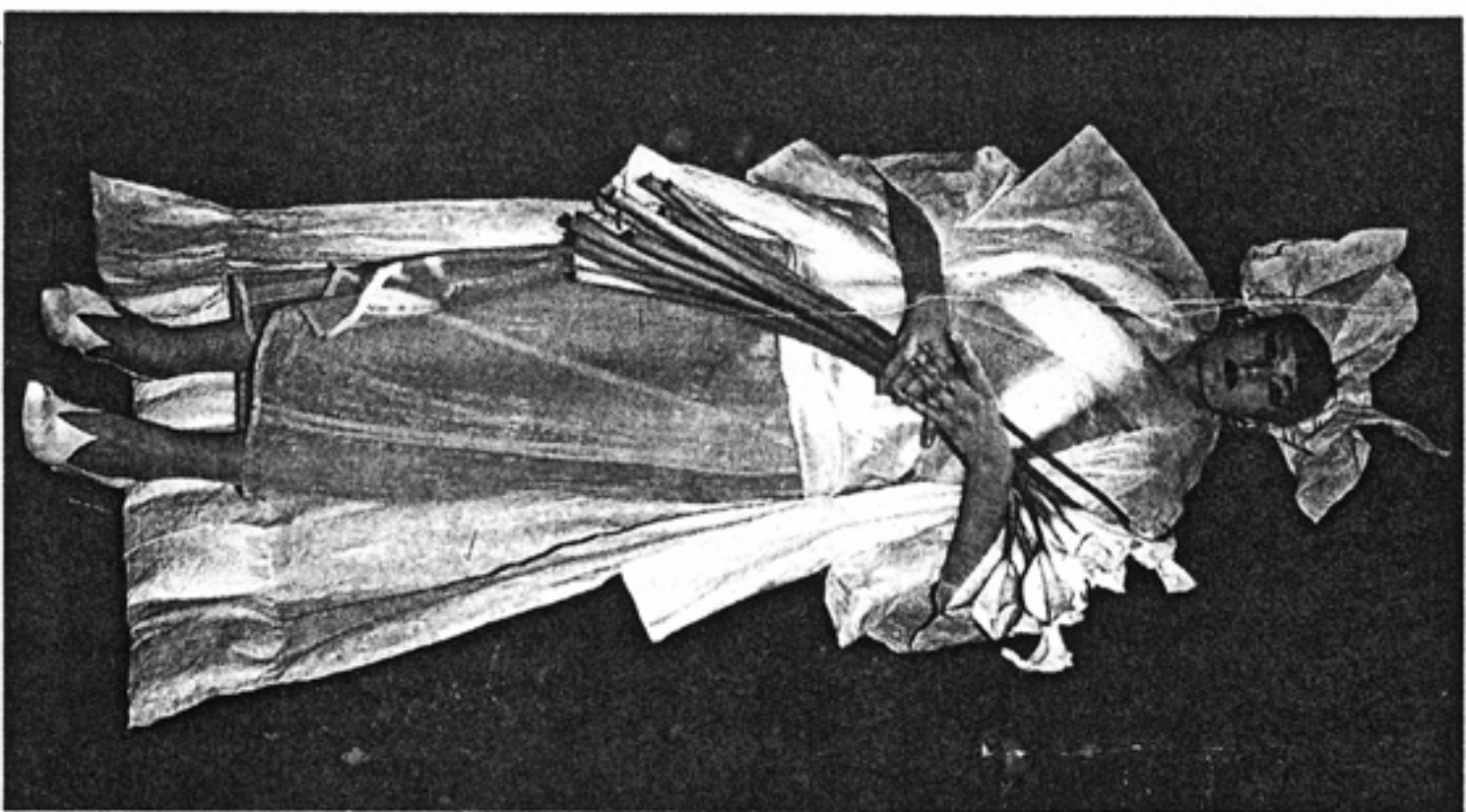
ショーを開いたのは、曾根あけ



み。十五年に及ぶキモノ研究の結果、炸裂したパワーを感じていた「だければ」と彼女が語るそのショーではいわゆる着物の伝統的着方を自由な着想で変えてしまっ

て面白。パートIではキモノ・エキササイズ50タイプ。一枚の布が五十通りに姿を変えて華やかなショー。パートIIでは和洋服新時代と題して、完全に洋服感覚にキモノを変えてしまっ

て見えた。た。「日本発世界行、只今発車」というショーのサブタイトルはややオーバーな表現ですが、その元気で挑戦的気構えには脱帽しました。

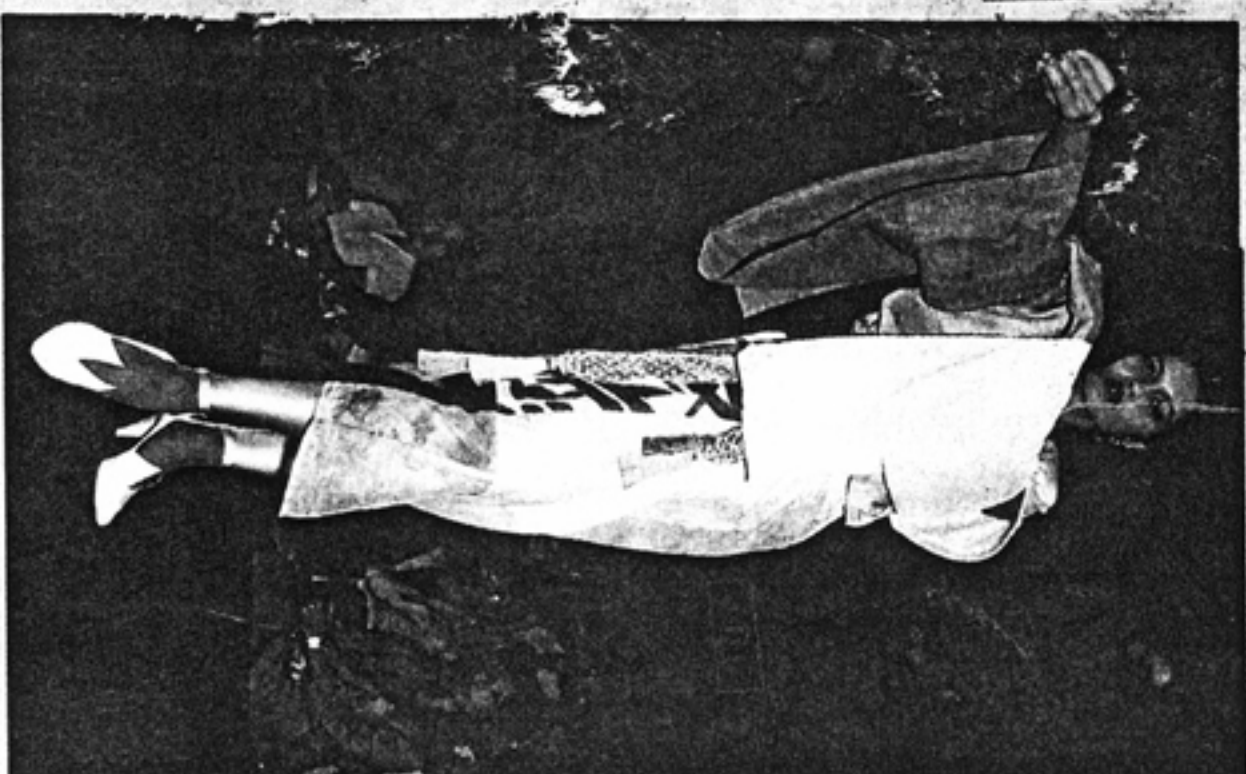


03(445)0843撮影/山田 隆



かつて、きものでエプロビクスをやつて世間をアツといわせた曾根あけみが、今度は「魅きもの」のファッション・パフォーマンスで、きもの革命を試みた。ハテな柄はともかく、後ろ前に着てみたり、ミ二ありアキシあり、おまけに足もどはハイヒール。街着にできるファッションとしてニューヨーク、ロンドンはもとよりパリにも進出したという。

革命的 きものファッション ——曾根あけみ



[illegible]

「それらの図形を升の上に、並べ感嘆しそれらを染つた。そのとき、それらが井田の形に染つた。井田の形は、井田の形に染つた。井田の形は、井田の形に染つた。」

[illegible]

イブニング風の着つけ。袖がサッシュベルトに。



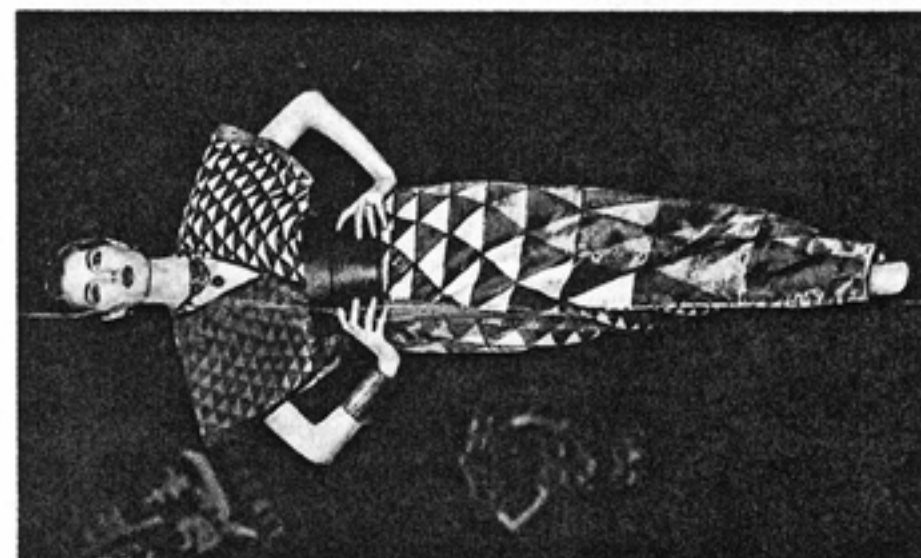
手がきの模様が映えます。カクテルドレス風に。



背中にドッキリノ袖をストールのように使って。



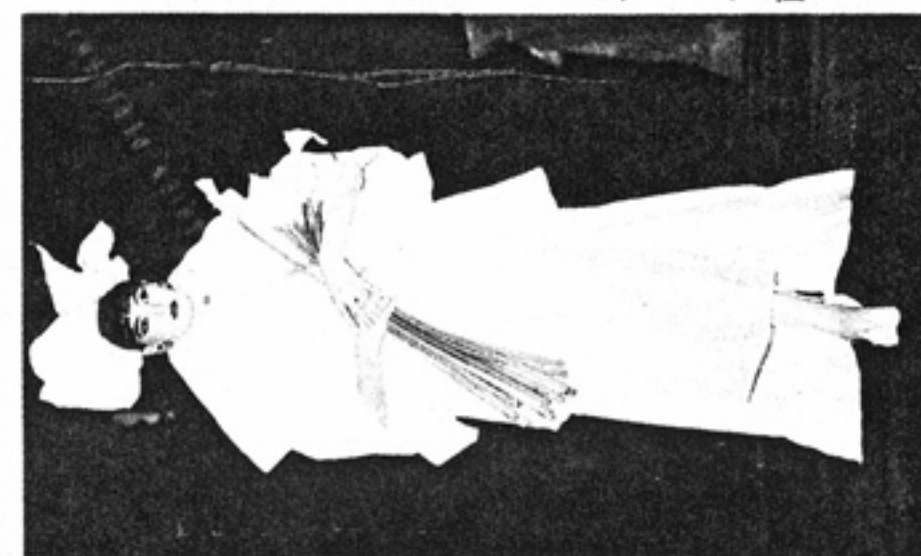
これもものに写真を転写したのは初めての試みです。



あるデータは6%、7%、8%、9%、10%



えり、抽は、 $\frac{1}{2}$ と考へ、とりは、 $\frac{1}{2}$ も可能。



カキ-花ム。

■洋服感覚で着る自由に着こなそう、と提案するデザイナー・曾根あけみさん。ファッションショー終了後の打ち上げパーティー（6月13日、青山・ル・テコ）にて。中央・白いきものが曾根さん。右端は写真家の藤井秀樹さん。



■東京の新名所・アークヒルズにできた全日空ホテル。6月6日のオープニングパーティーには約500名が招待された。左からコシノ・ジュンコ、森瑤子、漆原美代子、宇佐美恵子、バーバラ寺岡、沢雄次・全日空ホテル社長、フランソワーズ・モレシャンさん。



■6月13日、東京ヒルトンホテル内「京笛」で、来日したジェニファー・コネリーさんを囲むプライベートパーティーが開かれた。梨木祐曼・コロムビア映画宣伝部長（中）、曾我辺邦和・コロムビア映画日本支社長と。



■銀座・並木通りの村越画廊で6月5日に始まった、写真家の秋山庄太郎さんと日本画の小泉智英さんの二人展。オープニングパーティーにて。左から大山忠作さん（日本画家）、森義利さん（版画家）、秋山さん、小泉さん。



■劇団四季「エクウス」（6/5～6/29 青山劇場）初日終了後。（左から）羽永共子、市村正親、浅利慶太、日下武史、山口祐一郎さん達が、ホッとひと息。四季恒例のカクテルパーティーです。



■6月14日、訪日から帰国されたばかりのチャールズ皇太子、ダイアナ妃も参加してのエリザベス女王60歳誕生記念パーティー。バルコニーで一般参賀者に応えるご一家の中にはアンドルー王子と婚約者サラ・ファーガソン嬢の姿も。

モデル時代から一変



金髪を振り乱し、セクシャルな大胆ポーズでお色気ムンムンのステージを繰り広げるのはステファニー(23)。

お懐かしステファニー

ヘビメタに転身! 六本木でライブショー

年前、CMモデルとして日本で旋風を巻き起こした彼女が23日、東京・六本木のディスコで着物ファッションショーを兼ねたライブを催した。モデル引退後フランク・シナトラのボイストレーナーに付いて特訓。現在はヘビメタルの本格派歌手として米西海

岸、ハワイと日本をまたにかけて活躍中。ワーナーパイオニアからのシングル「スクールス・アウト」もヒット中だ。「日本のファンはファンタスティック」と言うステファニー、「モデルのころは小さい少女、今は大きな少女ね」とウインクしてみせた。8月21、22日に渋谷パルコ劇場でコンサートを行う。



日本の伝統着物を身にまとい、ピンピンにロックするステファニー(23日、六本木ジャパネスクで)

ステファニーがPARCO劇場ライブのデモ

アニメ「うるさいやつらのテーマ曲「BORN TO BE FREE」などのヒット曲で知られるステファニーが来日。来月二十一、二日に東京・渋谷のPARCO劇場で行うライブのデモンストラーションを六本木のディスコで開いた。今回の来日期間は八月いっぱい、広島ライブイトなども出演、PARCOではデザイナー、曽根まけみのキモノで登場。

バイリー

招待席



着物デザイナー

曾根あけみさん

青山・スパイラルホールで開いたファッション・ショー「緋魅(あけみ) KIMONO ファッション・パフォーマンス」で、デザイナーとしてデビューした。着物の原型を生かしながら

も、えりやそでの脱着といった自由な発想のスタイリングで注目を集めている。「着物っていうと、どうしても堅苦しいイメージがありますよね。着付けにしても、『補正』というんで

自由な発想で着物を現代に生かしたい

すが、胸や腰に布をあてるなどして、体型を茶筒型に、という基本がある。でも、そういうものにこだわらず、フリーサイズで丈も自由自在という、着物本来の良さを残した、洋服のような着方をしたらおもしろいんじゃないかと思ったわけです」

着物で生活することが、ますますなくなってしまう現代。着るといって冠婚葬祭だけ、という人が多

い。「ところが歴史をふり返ってみると、たとえば安土桃山時代の着物の着方というのは、今のものよりもっと自由で大胆なんです。着物を着たまふ馬に乗っている女性の絵もありますし、髪はポニーテールのように後ろに束ねたまま。帯も今よりずっと細く、男物みたくですね」



自らの作品をはおって

時代、時代によって着物の着方も大きく変化してきた。「で、昭和の女の着方があって面白いんじゃないかと思って」と発想の原点を語る。つまり、伝統文化としての着物では、いつか博物館行きになってしまうという。

着付けの先生だった母親の影響もあって幼い頃から着物に親しんできた。八〇年に自らスタジオをつくり、歌手の川中美幸をはじめ有名女優の着物コーディネートを受けもつ。今度のデザイナーとしてのスタートも、これまでのキャリアを生かしたもの。

「今はライフスタイルも和洋折衷の時代。住まいも

そうだし、すしバーなんて新しい形の飲食店も出てくる。そういう意味では、私の服も、和洋服、なんです。古いもの、新しいものとよく言われるけれど、その両者を組み合わせて何かを生み出していくことが大切なんです」

十一月には、「古典の中に新しさをとり入れた」オリジナルの「曾根あけみきものシリーズ」を発売。アメリカ在住のロック歌手ステファニーのステージ衣装も手がける。

「来年はニューヨークにも進出したい。ニューヨークで商品化し、緋魅ブランドとして日本に逆輸入できればね」

東京発ニューヨーク行き。夢は大きく膨らんでいる。



曾根さんの作品。着物をロングドレス風に

●プロフィール そね・あけみ 1954年兵庫県三木市生まれ。80年、曾根あけみ KIMONO ファッションスタジオ設立、曾根あけみ レディースビューティアカデミー開校。きものパフォーマンス「白夢紅(しろむく)」主宰。

日本繊維新聞

きものコーディネーター 曾根あけみさんに聞く



本来、きものは伝統、静のきものであるが、「古典・静のきもの」と「未来・動のきもの」を展開しているのがきものコーディネーターの曾根あけみさん(曾根あけみKIMONOファッションスタジオ代表)。十月から、曾根あけみコ

曾根さんはきものクリエイター業界の中で全く異色で若い。兵庫県生まれ、京都で十五歳の時からきものを学び、後に音楽ジャーナリストを経て、一九八〇年にきものファッションスタジオを設立。レディス・ビューティアカデミーを開校し、同時に歌手、女優のきもの衣装製作、コーディネートを始め、八四年にきものパフォーマンス「白夢社」(しろむく)をハワイNBCマリーナにて海外公演。NHK紅白歌合戦川中美幸の衣装コーディネートを担当。ことし六月、東京・青山のスパイラル・ホールで古典モダンな曾根あけみさんの発表として本格的にデビュー。『デビューショーはたくさんの人で、大変な反響をよみました。お金、かかったでしょう。』はい、三千万ほどかかりました。借金しました。

このショー、日本発、世界行きのテーマで、伝統のきものをニューロックのリズムにのせての展開。ロック、モダン・ダンスで、きものショーは少女歌劇以外の

動と静のきものを創る

見たことがない日本人をビックリさせた。

曾根さんの着装提案と作品は一つは、従来の仕立てのきものを手直しに変化して着るきもの、動のきものを作っている曾根さんに前衛きもの、古典・正統派きもの、二つの展開を聞いてみ

にしたフラウス、華道をなくしあげたブルゾンなどが、それで、下に着る物はTシャツ、エアロビクスタイツなど。本人も、Tシャツ、タイツに縋の手がきもの、のベルトをつけ、ドレス風に替えている(夏の場合、二つ目は、創作デザインの「緋紅」(あけみ)モダンきもので合皮などを使ってベスト、パンツなどを古典模様を使い、創作歌手のステイファニーなどの舞台衣装用。三つ目は歌手川中美幸のは、歌手川中美幸のきものや伝統のきもの。

「私は伝統の中に生きてきたために、伝統の胸に手を、腰にタオルをあてた茶碗式の胸の着つけも好きです。小さめの足袋をはき、小股のきれあがった杉村春子さ

へ、池内淳子さんなどに憧れています。しかし、一方、従来のきものはあまりにもしきたり、約束ごと、に、こだわり過ぎて、今の人の生活、体位の変化にそぐわないのではないかと。邪魔をしているのではないだろうか。着装の変革も別のきもので必要です。それが、東京発、世界行きになった。

私は、洋服を意識しながら、きものを作っていくことをライフワークにしています。六月の発表らしいショーの依頼、海外のテレビの話が多く、この間もCNN(全米、ヨーロッパ放送)のジャパネスクの取材に久保田一竹さんとともに、山本寛斎、三宅一生さんとも紹介されました。ニューヨークでショーを行いたい、いま、ロンドンから話がかかっています。

「新しい着装は海外で人気を得て、国内で普及、日本の有名デザイナーが日本を意識した洋服で人気を得、国内で流行を作ったようになればと考えています」

「今秋、安田多七さんから売り出される私のコーディネートきものは訪問着、振袖、色無地で訪問着、振袖は手がき、淡みの古典モダンです。帯、和装小物など、タールの展開も考えています。つけかえのできる比翼で遊びを楽しみたい」と語る。

エアロビクス、ダンス教室の白夢社を主宰して、きもの、音楽、ダンスなど日常の活動から得たスピリットでの提案を行っている。

ダンスショーの衣装担当

ひろば

▽十月十二

十四日、東京・神宮前五丁目の青山田形劇場でモダンダンスショー「オペラは踊るが公演されるが、この公演で出演者・柳下根夫さんの衣装を担当するのは、きものコーディネーターの曾根あけみさん。きものをファッションオブナブルなインテグレート感覚で着付けすることで知られる曾根あけみさんが、モダンダンスの第一人者といわれる柳下根夫さんの衣装をどのような表現するのか見どころ。



曾根 あけみさん

▽一方、十三、十四日には、じょうろが同社創業祭を京都で行ったが、この時に発表された「きもの衣箱期」(いふろ)は曾根さんのデザインによる商品。曾根さんの個性あふれる提案が盛り込まれて注目された。仕事のスケジュールがきつしりの曾根さんだが、異業界に新風を吹き込むべくますますはりきっている。

ファッション都市 トーキョーを支える

世の中がなんだか豊かになったような気になっているのだろうか、和、洋装を問わずファッション業界は大変な華やかさ。オジン族からは不思議な格好をしている、いや違った、

「させられている」と思える人たちのいかに多いことか。ともあれ、今やトーキョーは、パリ、ニューヨーク、ロンドンと並ぶファッション都市になったのだ。

一歩先見る独自の感性

きものの世界、大きく変化

新進のきものデザイナー、曾根あけみさんは、京都での新作発表会から帰京したばかり。この二十日からはモダン舞踊家の公演の衣装を担当するとあって、休む間もなく仕事に打ち込んでいる。

「このところ、和服の世界も大きく変化しています。昨年来、大正ロマン風のデザインが流行しています。柄は大きく、色調は濃く、それでいてシックな感じ。それがとくに若い人に支持されました」



ピンクや明るいブルーといった従来の若向きの色調は、どうも時代遅れになったらしい。しかし、この道十年のデザイナーは、もう一歩先を見ている。

「これから来年にかけて、さらに流行は変わらなと思っています。色合いでは、具体的には朽葉色（くちはいろ）や鈍色（にびいろ）といった傾向へ。柄はやや小ぶりに、それでいて地紋は大きく……」

この世界は、独自の感性がモノをいう。曾根さんも、伝統美を探るため、伊万里焼の文様に目を注いでいる。

人バラエティー

Yomiuri Newspaper

昭和62年(1987年) 10月18日(日曜日)

言

言

〈きもの〉から〈きるもの〉へ——1枚のきものが50パターンに変化

「^{あけみ}緋魅KIMONOファッションパフォーマンス」

6月13日、青山スパイラルで。

曾根あけみ K・F・S

曾根あけみ KIMONO ファッションスタジオ（東京都、曾根あけみ代表）による、初の「^{あけみ}緋魅 KIMONO ファッションパフォーマンス」が、6月13日（金）、青山スパイラルの3Fホールで催される。

曾根あけみさんは、KIMONO ファッションコーディネーターとして、東京を中心に各地で活躍中であり、NHK紅白歌合戦での川中美幸さんの衣裳を手がけていることでも知られている。

「これまでと同じように熱い血とともに〈きもの〉を着たい。しかも、風のように洋服感覚で〈きもの〉を楽しんでもみたい。」という彼女の想いをステージで表現するのが今回のファッションパフォーマンス。いわば〈きもの〉から〈きるもの〉としての提案である。仕立ては従来通りでも着装によって「きものニューファッションを創造する」というもので、一枚のきものを体型や素材、柄によって

50パターンにも着分けるという提案。組み合わせるのは、ベルト、イヤリング、ネックレス、プレスレット、ハイヒール、スパッツ、タンクトップ、レオタードなど——。

「^{あけみ}緋魅 KIMONO ファッションパフォーマンス」のステージは、2部構成。パートIは〈KIMONO エクササイズ50タイプ——きもの50変化〉、パートIIは〈KIMONO ニューウェーブ——和洋服新時代——〉。

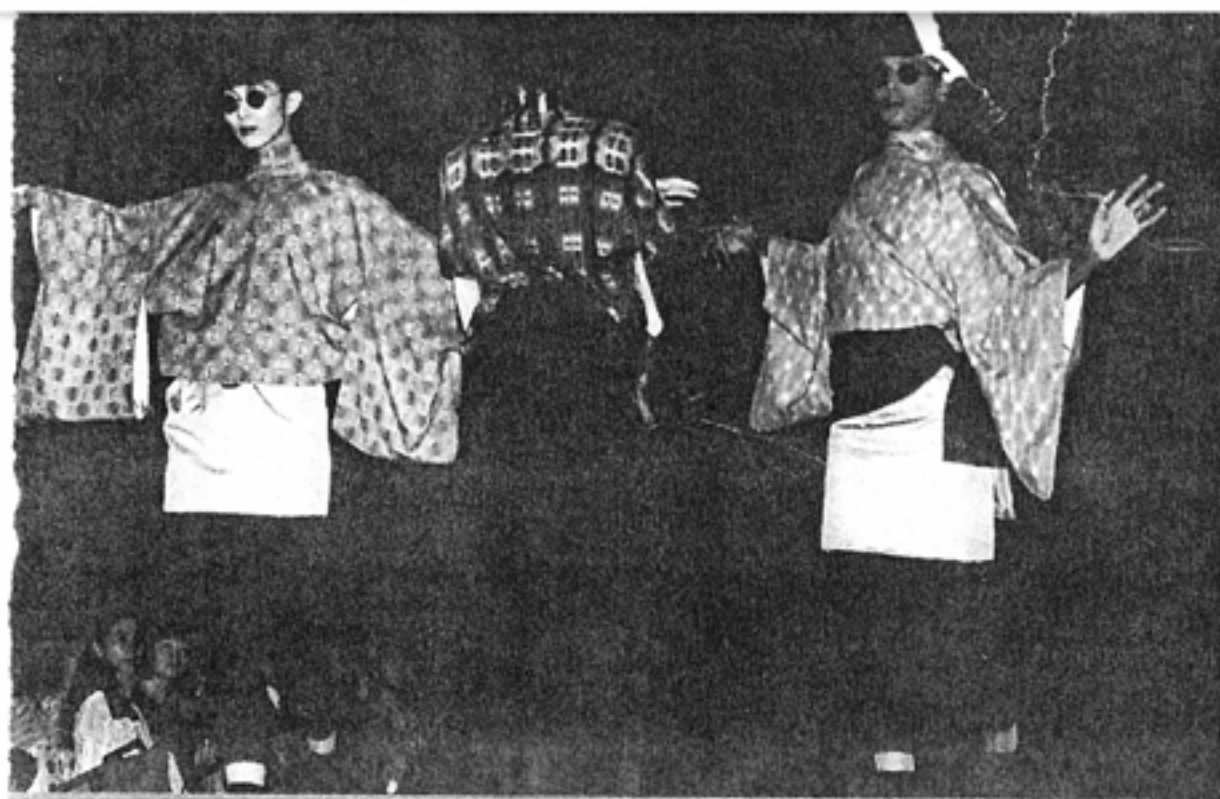
演出（タッチ）は、江橋洋氏。20名のモデルによるステージパフォーマンスは、2時、4時、6時30分の3回、予定されている。

入場料は3000円で、現在、チケットは、チケットセゾン（03・980・6666）で取扱っている。

その他、詳細についてのお問い合わせは、曾根あけみ KIMONO ファッションスタジオ（Tel 03-445-0843）まで。



Kimono Fashion on Performanse



きものを前後に着たブラウス感覚と、パンツの組み合わせ。



白地にモスグリーンと朱紅のプリント。

あけみ
結起

きものの片鱗さえ感じさせないドレス



クリーム色地に「緋魅」を墨模様染色。衿元をドレス風にアレンジ。



袖を取り、身ごろを後前にチェンジ。衿・ベルトの黒が真紅の地に映える。





縁起物の模様のきも+ベルト+手袋



裾を身体に包み込んだユニークで大胆な発想

「緋魅（あけみ）KIMONO FASHION PERFORMANCE」——6月13日、東京・青山スバイラル・ホールで開かれた「曾根あけみ・着物ショー」は、PART I「きもの50変化」、PART II「和洋服新時代」の2部構成。洋服の小物（ベルト、アクセサリー、靴、手袋）を使った新しい着こなしを提案し、洋服感覚で着られる曾根あけみオリジナル作品をまとったモデルたちが、ロックのリズムに乗ってステージを闊歩する

エキサイティング・パフォーマンスとなった。兵庫県生まれの曾根あけみは、京都で着物の勉強をしたあと音楽ジャーナリストとして活躍。1980年に曾根あけみファッションスタジオを設立し、曾根あけみレディビューティーアカデミー開校。歌手、タレント、女優などのきものコーディネーターを勤めながら、1984年にはきものパフォーマンス「白夢紅（シロムク）」の海外初公演も行なっている。今回の自由で柔軟な「和洋服新時代」の提案で、その才能を深く印象つけた。



このショーでは最もスタンダード



クリーム色の無地のきもの+ライトブラウンのベルト+手袋+ブーツのパターン

インフォメーション

人

きものの仕立てを 変えずに50パターンの 着装を提案する

きものコーディネイター

曾根あけみさん

わかってもらえていないとは思えない。

そこで、きものの仕立てを変えずに着装パターンを変えることによってファッションとして拡がりをもたせたい。

その思いが今回のショーで開花する。

●着方で変える

「きものを着たがっている外国人に提案してあげたい」と語るのは、現代のきもの着装を研究している曾根あけみさん。

「外国人がきものを着るとすると、帯結びや草履のむずかしさがあるから、ほとんどカウソとして着られるばかり。リファームして洋装として着てしまわれているけれど、それではきものの良さが

●実証すみの50パターン

一枚のきものが、原形を変えずに五十パターンに着分けることができる。ベルトやスバツなどとの組み合わせもあり新鮮なおしゃれ感覚である。しかも写真撮影のためのピンワークとは違い、すでに日常で着装して着崩れない実証済みの提案である。

現代の着方は「大正以降ほとんど変化していない」（曾根さん）けれど桃山や元禄に

はその時代の着装があったわけで、今回の提案がどこまで現代の時代を映すものになるか大いに興味のあるところ。

●オリジナルきもの発表

ショーの第二部では、曾根さんのオリジナルきものも提案される。きものの原形は変えていないが、袖や衿を着脱自由にしたなら、より表現の幅が広がるのではないかと、という発想がこめられている。オリジナルきものも多面的なパターン変化で見せる。

当日は山本寛斎のショーな



どを手がけている江橋洋氏演出で見たえのあるファッションショーになりそうだ。

●きものピクスに大反響

曾根さんは、母親の影響で小さな頃からきものに親しみ、十八歳できもの着付講師の資格をとる。その後、音楽雑誌の記者として活躍。その仕事で知り合った歌手の川中美幸さんなどにきもののコーディネイトや着付けをしてあげることによって「きものに復帰」。

ツシヨンスタジオ」を設立。そのかたわら、タレント、歌手、女優のきものコーディネイターとして活躍。展示会の企画やファッションショーの構成などを手がける。

一九八〇年にレディーズビユーティアカデミーを開校してエアロビクス、新舞踊、ヘア、メイクを教えてきた。その過程で生徒のなかに、きものに対する憧れや興味の強いことを知り、「五百円できもの美人になる方法」を、あわせて指導「KIMONOファ

一九八四年にはハワイのNBCアリーナで、きものパフォーマンス「白夢紅」を海外初公演。きものピクス（きものでエアロビクス）の提案が大反響をよんだ。ショーで発表されるきものとは別に本年は曾根さんのコーディネイトきものも近く発表される予定である。

六月十三日（金）
東京・青山スパイラルホール
問合せ先 曾根あけみ KIMONOファッション・スタジオ
TEL 〇三（445）〇八四三