



(60)

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 of 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 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。」 ……曽根あけみのデザイン哲学には、こうした心が根底にある。

"人と心"が私の人生テーで、 私の人生テーで、 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ーター

AKEMI SONE

曽根 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 東京で曽根あけみ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 ものショーをパルコ劇場にて公演。

1987年 京都府総合見本市会館で「きもの衣紹覇

(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。

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。

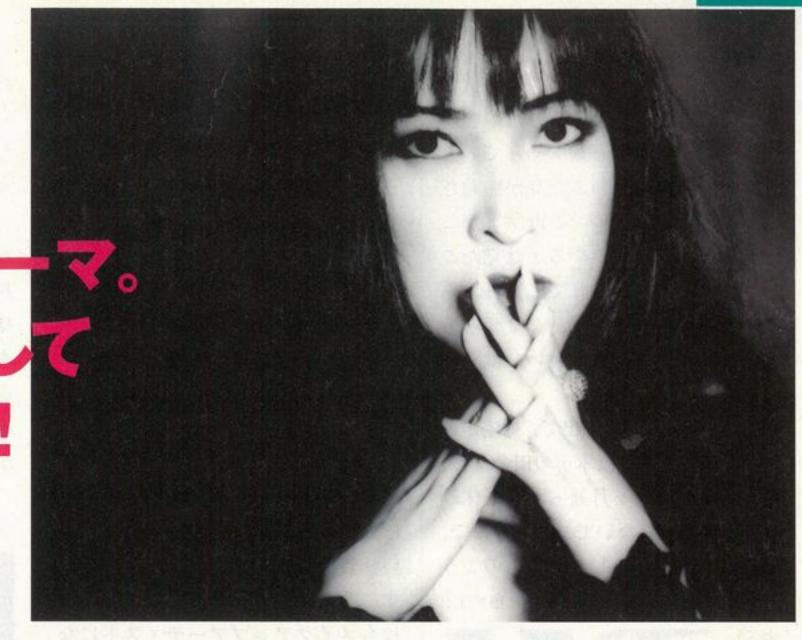
1996年 オペラ歌手プラシド・ドミンゴのプライベートコレクションを制作。

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・パフオーマンス「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ディン コングからスタートして、オーディシ ングからスタートして、オーディシ とで優勝したりしまり まだ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 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に 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は見たこ とがないぞって言われて。翌日およ 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。"曽 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ワー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ことが必要だ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どうかもわからず、会社もなく、ワーキングビザも無く、家も無く、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ぜ口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年にはプラシド・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。

プロの人も一般の人も顔って一番 大事だと思うのです。顔があっての 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 も全部日本の企業が買収してたけど、 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「ヘアー&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・ロペスやディカプリオを顧客にもつ、ヘアーアーティストのローランD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曽根あけみさん。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



JULY 16 - AUGUST 2, 1998



INTRODUCTION

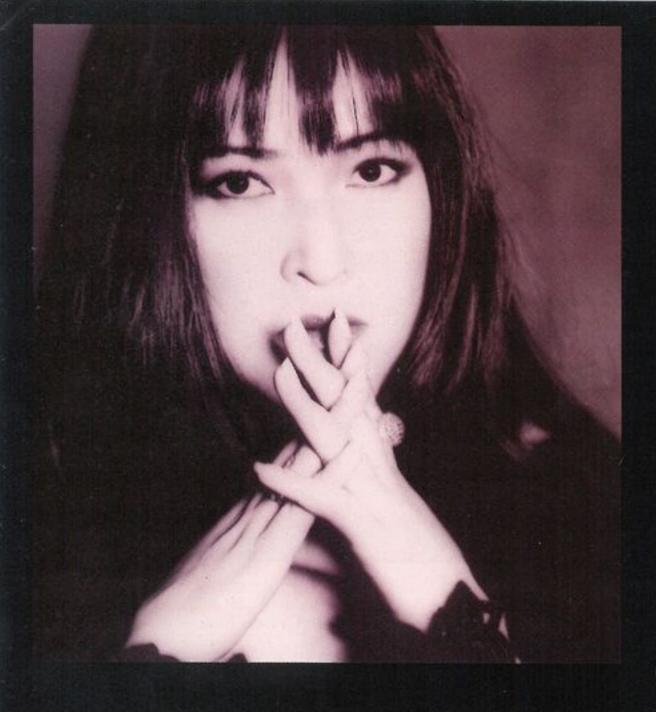
Welcome to Rockefeller Center

RCPI 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





"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 CRIGINATION OF CLUTURED PLANES, SINCE IN

THE PONDS LAW FIRM

LAW OFFICE OF

ROY P. MILLER

NEW YORK BEAUTY SPACE

BEAR STEARNS ARTHUR J. PACHECO



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

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

rnnel Gardens,

photography by Jimenez

photography by Jo Lance

photography by Jo Lance

photography by Jo Lance

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 individual-

ity 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.

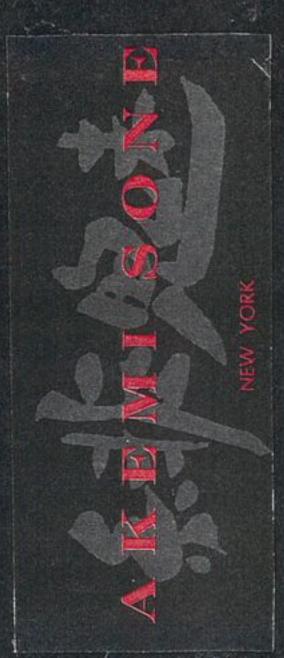
Sone's sense of fashion is greatly influenced by her upbringing. Born and raised prestict in Hyogo Prefecture, a densely mountainous region in Japan, Akemi's early years vision were filled with nature, wildlife and art. Later, in sophisticated Kobe City, the future was ledesigner developed a taste for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

woman.

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.

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-

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.



ックフェラーセンタ

しとで知られる高層ビルの 風 一場にプロの造園家 なっ 3 れたミニゴル ネスマンや観光客は で出現する。 った野草園 ンチックな自然を 掛けだ。 で満喫できる仕 ョウを放 つかの

げるオ そ 2 関

グノリアといった花のドレスに身を包んだモデルが次スに身を包んだモデルが次に合わせてデザインされたに合わせてデザインされたでからの色に1枚1枚2の数々は、シルクを上げて本物の花と見間違うな作品とあって、ファッシャで記された。中でも今回のとがかりに仕立てたぜいたり回のでと見間違うでありに仕立てたぜいたくな作品とあって、ファッシャン・ショー ュラリストたちの ラリストたちの喝さいをン関係者だけでなくナチ

行き交う人々の目 てくれる予定だ。 し、展示され、しばらくしまる8月2日まで会 スの一部は を楽しま ショ



在NY・中野

恵子)

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

平成10年(1998年)

7月19日

(昭和24年2月10日第三種郵便物認可) 代表電話06(6346)8500平53-78 名古屋総局名古屋市中村区名駅4丁目7 8278 ッポン新聞大阪本社

◎スポーツニッポン新聞社(日刊)



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、フォーシーズンを表現する。

国際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。

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.

N. Saucoile 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 曽根あけみ 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。



AKEMISONE 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曽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、曽根あけみさんは、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られます。

曽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、曽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。曽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、曽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、曽根氏の世界、ファッション界におけるすべ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。



SPECIAL COLLECTION AKEMI SONE 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

Pearl & Jewelry

MIKIMOTO AMERICA LTD. TORAY . TAKESITA-RI . KURABO INDUSTRIES INC.

TOKYO MODERN . NIPPON LACE . TAKUMI KOGEI

PAGO FABRIC . HORIKOSHI NEW YORK INC. . NIPPON VILENE

KAZU KATAOKA

Atelier Production

Fabric & Material

JENOVA YOSHIYUKI OKUBO SEIICHIRO HAMADA

CORY L TUTTLE, LUDEN HERIQUEZ EUGENE TOYE, JOEY BLAYLOCK

EMI TANAKA SANAE KUNIEDA

(S-E-I SALON)

Hair

TOMOKO KAWAMOTO, SEIICHIRO KAWAMOTO SEIKO IHARA, SHINICHI MURATA

Director Photographer Music

Video

Lighting

OTHELLO HIDEYUKI TATEBAYASHI TARO FUJIWARA, PATRICE P. FIDOLE

TOP SPIN ALLAN

Total Producer

AKEMI SONE

Make up

YUKIHITO USHIKI SINTARO MEGURO MIKIKO KAWASHIMA MINORU OBATA SETSUKO HOSOMI MITSUNORI HIRASAWA YUKA WASHIZU

(Momotaro) (Momotaro Shige Kosuda Salon)

(Lancome)

HIROMI SHINMEI

YOKO TANAKA

CHANGBUM KIM

DUNIA BARLEY

NORICO KANEKO

KUMIKO KUBODERA

MITSUYO IWANAGA

MIYAKO ODAGAKI KELLY FRICK RACHEL RAE PRICEILLA WAED TANYA MARSHALL VEVERLY GOLD

AKEMI SONE

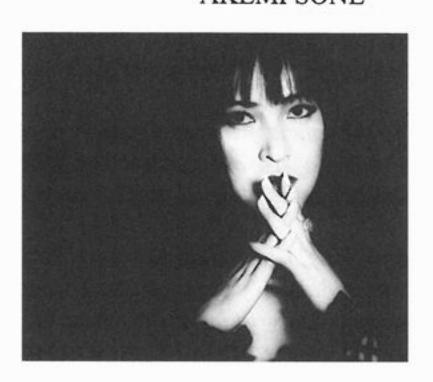
217 East 49 th Street, New York, NY 10017 Phone (212)753-9233 Fax (212)753-9225

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 crat a piece that wil stand on its own as a distinctive fashion statement.

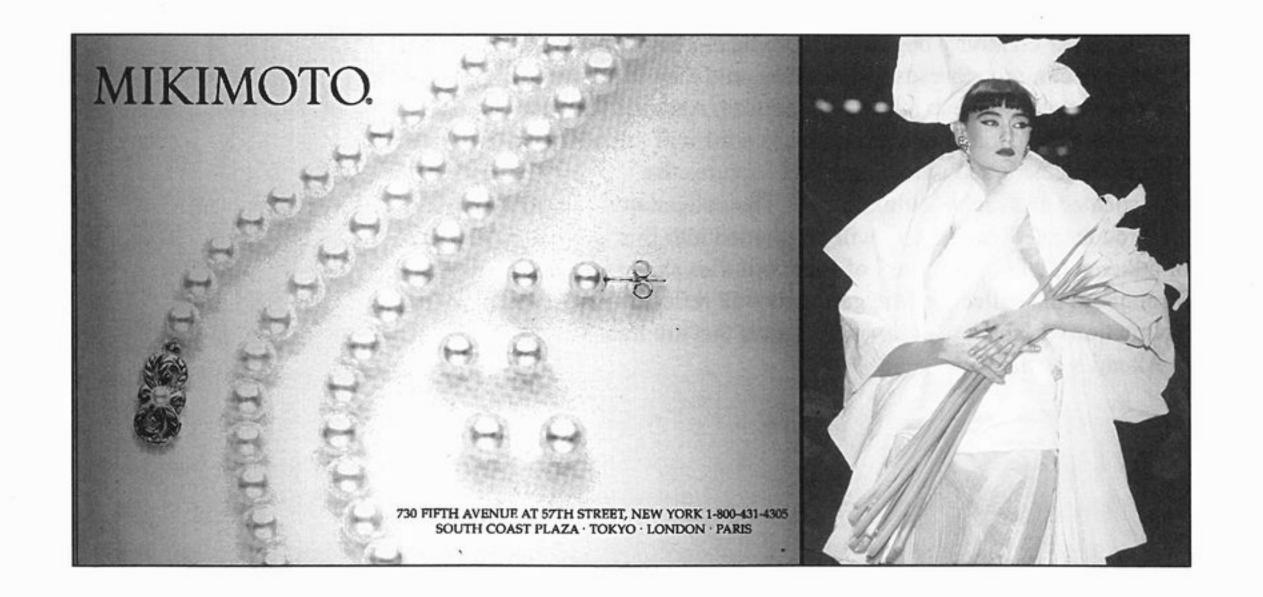
Sone brings to each collection she designs the spirit and creativity she developed in Japan and has continue to develop in the United States. "Certain details, like the drape of a particular skirt or the slit of a sleeve, may be reminiscent of the kimono," she explains, "but my overall design sensibility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

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

The designs in Sone's colelction share a distinctive femininity that is both flattering and extremely wearable. "I envision the woman who will be buying these cloths — what her life is like, where she will be wearing them — and I try to design what I think she willw ant 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 cloths in mind."





mYomiuri America, Inc. (212) 765-1111(ft) m666 Fifth Avenue, 5F, New York, NY 101

546号(週刊)

997年2 I 28日 金曜日

が聞かれることがこのほど

木人デザ

くス仕立てに

30

=

ŧ

の総ま



胃根あけみさ

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 cllection." 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

曽根あけみさんが独

これは、

国連に勤務する

員と家族を

ってステージを彩り、

る見ごたえのあるショーと 着物の着付け教室を主宰

ーク活動の集大成ともいえ

年の曽根さんのニューヨ

西の融合」 根さんのデザインは、 なファブリックを現代女性 する両親のもとで育った曽 仕立て上げることでも知ら に合わせたカッティングで の機能性を兼ね備えた「東 のシンプルな美しさと洋装 が特色。伝統的

こたえる曽根あけみさん 素材選び、 かわるこだわりようで、京め付けなど生地作りからか 都や新潟の職人との綿密な 給極おこし

で会場の拍手に

始 打ち合わせを一月から開 込んでからはショーの直前 まで念入りに準備が進めら ーヨークのアトリエに運び たという。 仕上がった生地をニュ

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



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 ス

NY版

◎読売アメリカ社 532号(週刊)

1996年11月1日金曜日

■Yomiuri America, Inc. (212) 765-1111(代表) ■WEEKL) m666 Fifth Avenue, 5F, New York, NY 10103 \$1.50 ¥ 200

Japanese Boutiques Opening In Successio



Sone Akemi Making Clothes Only For You



MiyakeB待客でにぎわった Clothes Men' Plan S ullness

ファッション

邦人ブティック 次々登場

ブリーズ」シュ ます」(同) も知られる、 新的な新素は ヒットした トしていき メンズ・ウエア

このブティックには、仕 がった服は一点も置かれ アルと呼ばれる仮縫い状 のデザイン・コンテと、 いない。店内には曽根さ の白いスーツが十一組、

自ら東京で着付けや伝統的

カでのビジネス ノックスさんは っと困っている 競争が激しくな 早に偶然が重な と広報担当の

フスタイルに合 この新店舗で、 手掛けてきた曽根あけみさ A・ニューヨーク」(東四 んのブティック「IMEK トクチュール・デザインを れまでニューヨークでオー 九丁目二一七番地)がオ プンした。

表現する。 っていく服」と曽根さんははなく、お客様と一緒に作 える学校を経営する両親の 間。デザイナー本位の服で 着こなし、二十代前半には ーバンを着るように着物を 下で育った曽根さんは、ジ ユールとプレタボルテの中 関西で着物の着付けを教 ちょうど、オートクチ

さらなる市場の拡大を狙う インの紳士服」(同)で、 を使ったクラシックなデザ ブランド。「モダンな素材 また、十月十日には、こ

ら誕生することになるわけ り上げていくシステムにな デザインがこのスペースか ため、結果的には無限大の 楽しめるようになっている イルの組み合わせも自由に っている。それぞれのスタ ったりフィットした服を作 世界に一着しかない体にぴ

いや色を選び、採寸を経て 用意された布地のサンプル されているだけ。 のスタイルを選んだ後、

イ・ミヤケ

一着仕立て

自分のための一着仕メンズの充実図る一

40

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大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 市内のプライアント・パークに大テントニつを張っての 開催となったが、日本人ではただ一人、曾根あけみさん が参加、注目を集めた。

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 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り上げた。

しい形容だった。 4回のNYコンクション、 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。プライアント・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 ルード・シアター) 思って、 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・ ップル・サーカス。の大きな。ライアン、ダリル・ハンナ、 見出しが躍った。ニューヨーソフィア・コッポラ(フラン クのシンボル、アップル(り シス・コッポラ監督の限)の んご) にひっかけてのものだ 有名女優も多数見学に訪れ て、華やかなムードを一層盛

注目の筆頭は、なんといっ てもカルバン・クライン。二 百人もプロでないモデルを登 場させる一方、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、弊も。 て危機におちいったものの、

がれ。ショーに登場 も多彩で、中には妊 も登場して注目を集

そんな中で、日本

スポンサーの援助で

り、さらに作品のヒ

気に人気はん回。よ

の国。ならではの話

ヨーの人気のすらさは

目度の高さを見せつは

・ローフン、ドンナ・

ニコール・ミラーら

ほかに、DKNY



曾根あけみショ きな拍手が沸い

トを飾った作品 とかわいらしさ たデザインに会

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

「ビッグ・ア り上げた。

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

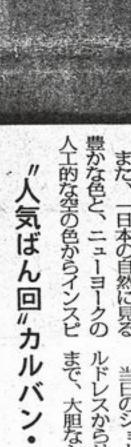
ソフィア・コッポラ(フランライアン、ダリル・ハンナ、 シス・コッポラ監督の娘)ら 有名女優も多数見学に訪れ て、華やかなムードを一層盛 オープン初日から、メグ・

演。一時は膨大な負債を抱え ルのイオナ・スカイらが出 場させる一方、スーパーモデ 百人もプロでないモデルを登 てもカルバン・クライン。二 て危機におちいったものの、 注目の筆頭は、なんといっ

り、さらに作品のヒットで一 気に人気ばん回。『チャンス スポンサーの援助で立ち直 目度の高さを見せつけた。 の国。ならではの話だが、シ ・ローレン、ドンナ・カラン、 ョーの人気のすごさは彼の注 ほかに、DKNY、ラルフ だ一人参加したのが曽根あけ

しないと自由なデザインがで

きない」との考え。



クライン

、また一歩前進したのを、

世界へのトップデザイナー

の見事な眺めが展開する。 独自の色が作られたという。 パイア・ステート・ビル、ク ペントハウス屋上からはエン 実際、彼女のスタジオがある ライスラー・ビルなど摩天楼 レーションを受けて」彼女の

ション・フルール(情熱の 化)」。作品デーマはパッ 「EVOLUTION (進 今回のショータイトルは

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

平成5年(1993

月

8

トを飾った作品、奇抜さ

曾根あけみショーのラス

デザイナーとして活躍後、 みさん。日本でKIMONO 年前に渡米してニューヨーク ぶりの出展だった。 に拠点を構えた。今回は三年

ぶれ。ショーに登場する作品 ニコール・ミラーら多彩な顔 も多彩で、中には妊婦モデル も登場して注目を集めるひと そんな中で、日本人ではた だ。着物デザイナーらしく、 が、「素材づくりから自分で たシルエット…などが特徴 ざわり、革新的かつ洗練され 西洋の二つの文化のプレンド 染めから自分でやってしまう による美しい布、刺激的な肌 曽根さんの作品は、日本と

豊かな色と、ニューヨークの 仝的な空の色からインスピ また、「日本の自然に見る まで、大胆なシルエット、 ルドレスからリゾートウェア 当日のショーでは、

カクテ

ング女性と少女が登場、

された。ラストには花いっぱ 創的な染めの生 いに飾られたド L品が多数 出品 レスを来たヤ じ取ったようだった。 曾根さん自身もはっきりと感



-を受ける曽根さん

るおいを与える作品に大きな のテーマを象徴し、会場にう 今回 ARIS, MILAN, LONI ON, MADRID, NEW YORK, SEOUL, TOP (YO, OSAKA, KOBE

バリ、ミラス・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。

LL COLLECTION THIS ISSUED IN THIS ISSUED IN THIS ISSUED IN THE ISSUED IN









8月30日 全曜日 1991年(平成3年)

◎ 読売新聞社 1991年



(そね・あけみ) ファッションデザイナー

ていた。 本冬美さんの衣装を手がけ を仕掛けた一人だった。 歌手の川中美幸さんや坂 「ニューきもの」

スタッフとと

もに、自分のイメージブッ ク二百部と作品五十着をバ ッグに詰め

のグローバー・ワシントン ーヤ・ジャクソンやジャズ ャクソンの姉、歌手のラト 時代は終わり。 リカでも日本趣味で売れる いいものし アメ う。「わが子を産む気持ち 枚。まだ「描きたい」と思 かしら

とえばウロコ模様の、 レスシャツ。 絹の と見てくれた。米国では半

安土桃山の昔から、日本 数がキモノ、半数がアケミ

レクションを開く。「ロン

夏は帰国し、来月またあ

えたかった。けれど、 上がらず、吐く。一挙に百

・ジュニアが愛好する。た わたしの作品はみなが着物 か通用しない。日本では、 の街へ。十月には92春夏コ

ノ文化を世界 -

務所を持っ

て、洋服から

ミラノにも事

ドン、パリ、

た。東京時代、

UNNの取材

にこたえて「近くアメリカ

仕事をします」。また、

十代から、仕事はこの街

と強い予感がしていた

て、ニューヨ

た。そして日本人は、着物 んでいた。これが、デザイ ナーとしての基本認識だっ 八は素晴らしい色彩を楽し えてきた。逆にいえば自分 のオリジナル」 の仕事は「NY発」。事務 作品から「きもの」

でトータルに」と構想す

インテリアま

将来は地球をぐるっと一

して東京へ。なぜなら、

わたし、日本の色柄が

を「着る」というより「ま 成果を手にした。 所を移して、こんな得難い

からだ。

昨秋、

初のコレクション

とうこ

を開いた。次が今年二月。

ま作品は、マイケル・ジ

日本人ならではの着装を訴 「そんな『まとう文化』、 集中する。三か月間、ぶ

っ通しで図柄を描く。

手も

写真 文 稲谷 川島 章 大好きですもの」

着物学校[°] 略歴 昭和1年、兵庫県生まれ。4歳。 京都で着物を学び、昭和55年以来、東

を開校。ニューヨー 京で曽根あけみきものファッションスタジオなど ク「アケミ・スタジオ」代表。

平成2年(1990)日刊17277号

9 29 [±]

産業経済新聞(サンケイ)

発行所 ②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)

ニューヨーカへ

キモノ感覚のデザイナー 曽根あけみさん(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

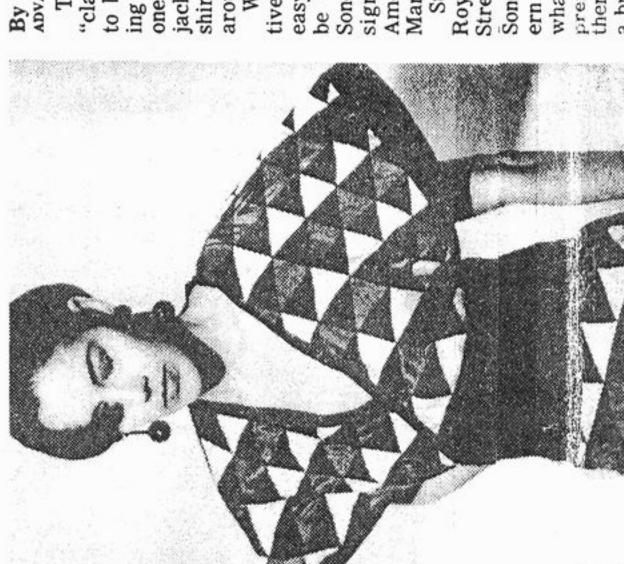
早くも次回作に意欲を燃やす。

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 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。

Staten Island Aduance

one makes a winning (



By ELAINE BOIES ADVANCE FASHION EDITOR

Tired of "updated traditionals," "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 Tshirt, 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 premierc. 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 obilike midriffs echo the kimonos Ms. Sone began her design career with

There are creamy pearl-studded trapeze dresses and swingy jackets, fishtail skirts and dresses and glorious draped, slit and shirred mermaid dresses spiked with shummering opalescent jewThen there are the ropes -

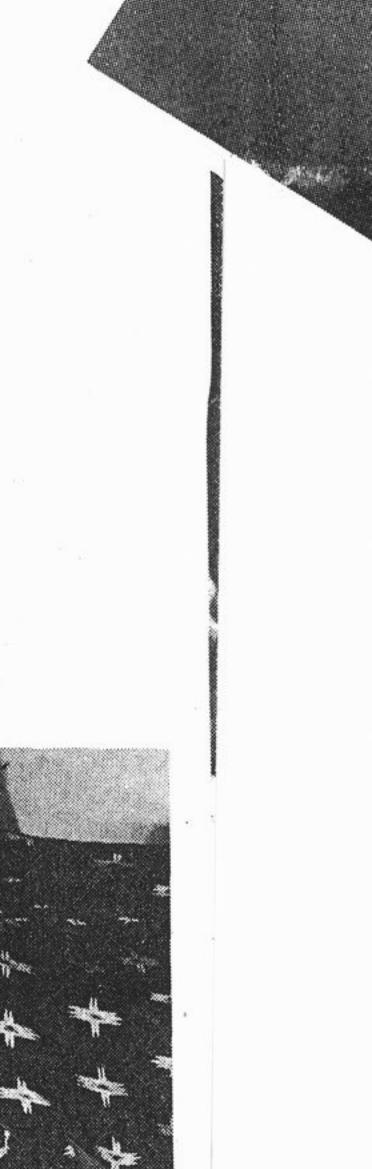
onolulu.

oodman,

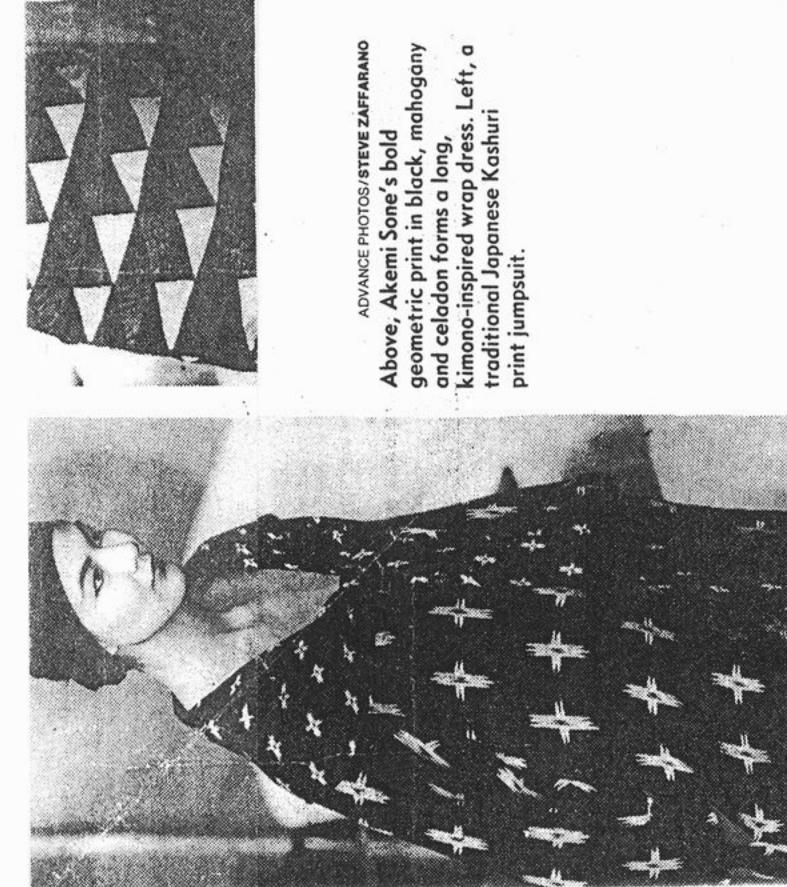
opulation.

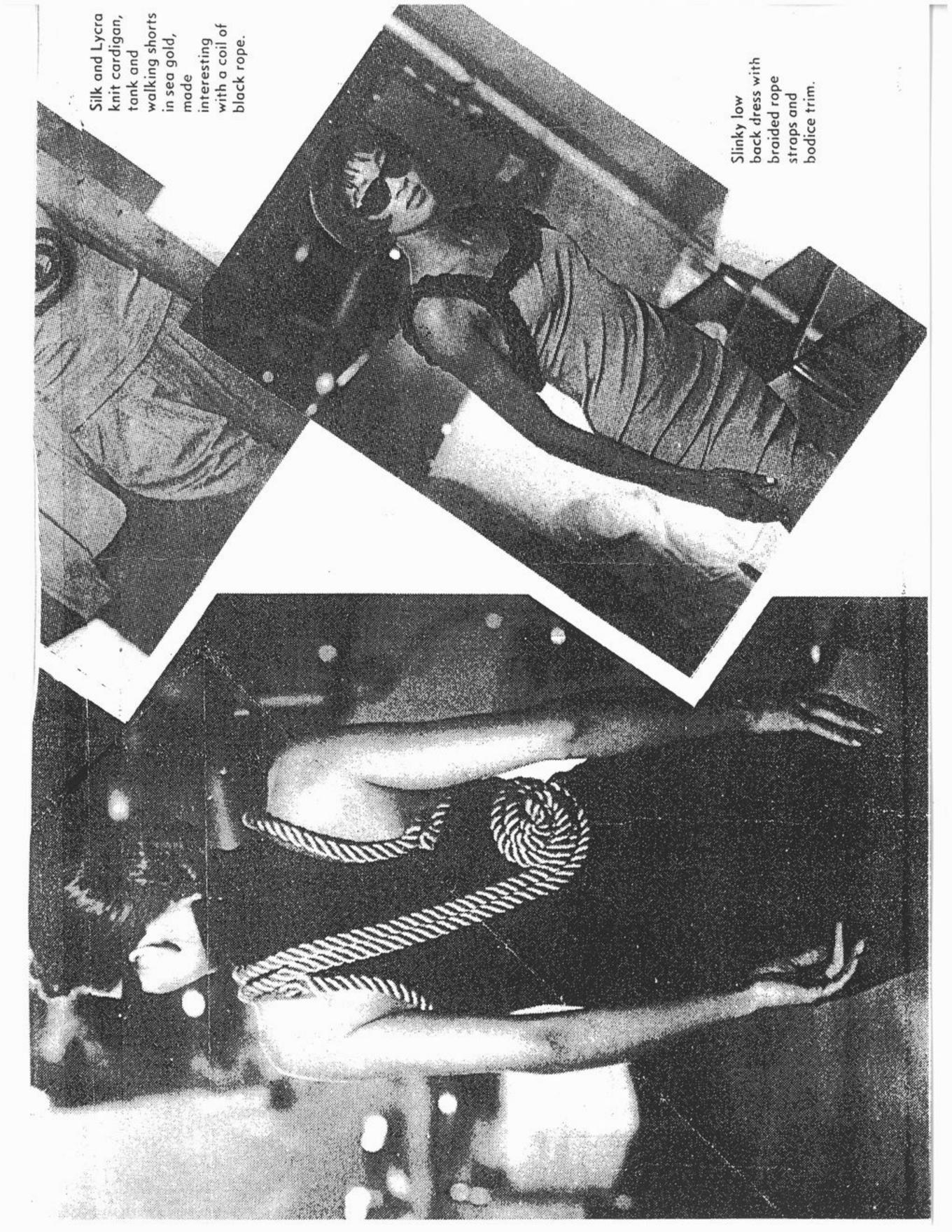


ical air!



FRIDAY, SE.





Mew Morks Tewsday

Friday, Dec. 7, 1990

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.

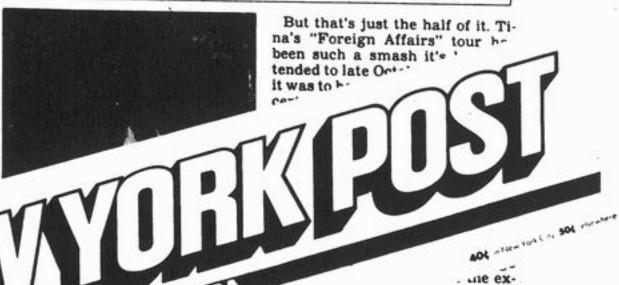
Edited by Linda Stasi

Liv Ullmann turns 50 & stops thinking thin

IV 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 say on the topic of reac'

50: "At 50, I can woman --



would clean ...eives? Or both?

THURSDAY, JUNE 21, 1990 * | Chonce of rain, 80 roday, lair, upper 60s ronight | intense love scenes. down-turn and a 10-year marriage that is coming unstuck be-

cause he can't handle the rat race.

...ywhere never knd I mean, F buying a big movid start publ

ems, chi

about her

"comme

my mom

the Beve

she'll be

sibly of

HERE'S A new girl on 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?

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



ARBARA 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, Carbara will host an evening of welcome for the institute's new

Among those who will ed to the receiving line sier — that's how they at the institute - are imitri of Yugoslavia, Farkas, Kathy Johnson, tair Keiths, Francis



ert at Versailles.

lizabeth Kabler, Genevthe Clifford Brokaws t de Givenchy's nephand Oliver.

rink Taittinger chameview Dominique Dellet film "Katia and Voend the evening with a ricale consisting of ayed on the accordion, s and dessert wines. So

civilized.

ANICE 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

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 Tepper sells it. Three of the gouaches from her, "Heads" series were just bought! by Alfonso Osserio of the Philippine sugar Ossorios, whose East

Akemi Sone Spring







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 Tand red silk skirt; the cream rayon and silk dress.









ant

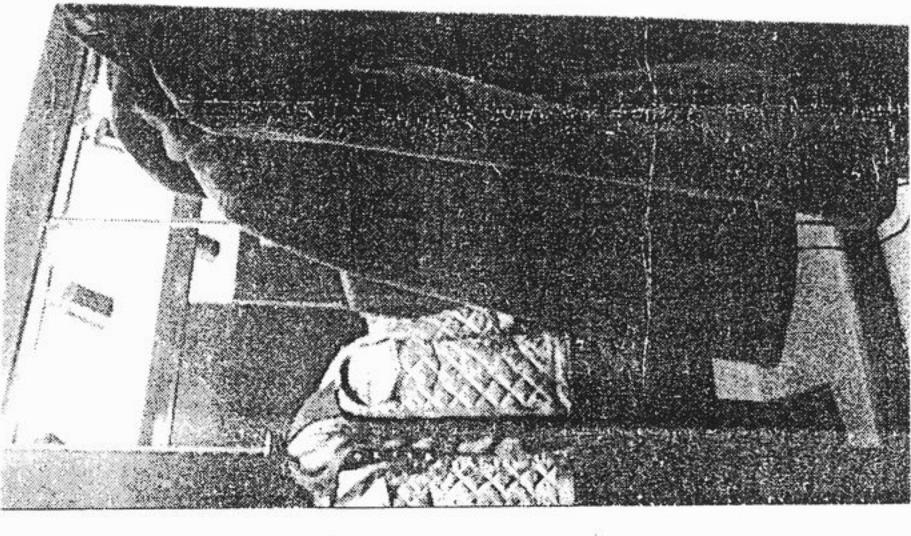
191

SPORTSWEAR REPORT

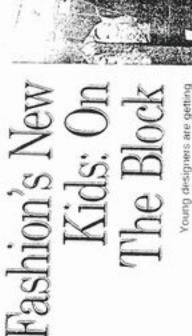
Women's Wear Daily Wednesday September 26, 1990 Vol. 160, No. 60 \$1.00

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

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









By Frank DeCaro

HRISTIAN FRANCIS Roth, the 21-yearold 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 dropdead 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 catapu into the 'Nineties. It needed to be fresh, it be inventive, it needed to be innovative ar all it needed to take risks." Young designe bill and were a way to attract customers when shopped at Martha before. Manulis says so "modicum of success" with Martha Inter But that's been enough to inspire imitators.

Six weeks ago Macy's Herald Square flag opened a New Signatures shop featuring signers. Some, such as Gordon Henderso 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 Ave nue shopped Kahng's holiday collection o suits and dresses appliqued with crystal and faux jewels, and suggested she thin about making a personal appearance a their newly renovated Chicago store "They're talking really big," one c Kahng's associates said after they'd lef The designer simply responded, "Oh, m God!"

Kahng is sold at both Martha International and in Macy's New Signatures show With its new third floor boutique, Macy has attempted to create an intimate specialty store atmosphere within the landepartment store. Duplicate garments a kept out of view in a storeroom and mechandise is regularly added or move around. This lends a feeling of exclusivito the shop, something like the feeling yeget at Martha International.

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

From Japan 4C / TODAY IN STYLE IURSDAY, JUNE 2, 1988

A NEW KICK IN KIMONOS

Contemporary styles shake up an industry wrapped in tradition

By Akiko Fukami Tokyo Bureau of The Sun

Tokyo orn 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 genera-

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 kimono-based fashions, altered a bit Sales are growing by about 50 per-



Akemi Sone, one of Japan's most innovative young designers, is planning tö 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 eutraged, but always fascinated.

Next spring, Ms. Sone is scheduled to make her debut in New York by presenting some 200 varieties of

from the basic form to fit the Wes ern taste. She hopes eventually t open some shops in the Unite States to sell her dresses for abou \$640 apiece.

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

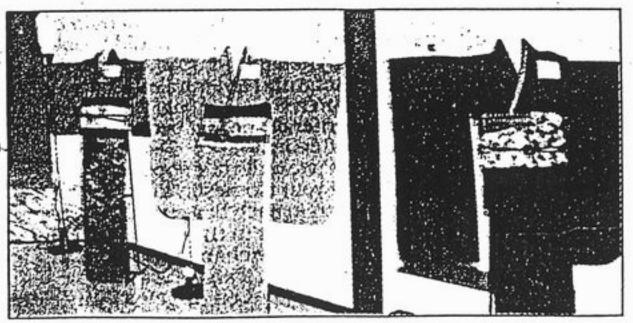
"I'm not trying to be negativ about the traditional way of wearin; kimonos," says Ms. Sone. "I jus want to shed a new light on our fa vorite garment so that Japanes women and women around the world can add the kimono to thei wardrobe."

Ms. Sone is not the only one try ing 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 Ja pan 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, forma! 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:

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 friterested 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.

Eiji Ohashi, president of a Kyotobased 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.

--- sons in some practice for his Australian performances

ress 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

Kimono takes a Sydney Telegraph Western touch

From PETER WILSON in Tokyo

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.

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.

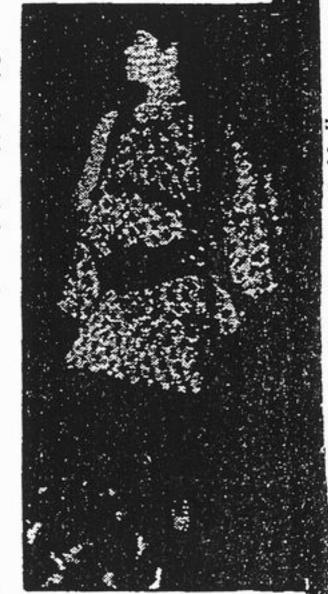
Some are light for summer, many are in vivid colors and all are hand-painted.

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 "The average woman has designs in November 1989.



A modernised kirnono

Edited by SUSAN BRIEDOW and LIZ VAN DEN NIEUWENHOF =