

Shinsaibashi Reform Magazine

vol. |

これからファッションは
どう深化してゆくのか？

様々な角度からその未来を探る

The future of
the fashion

今回お話を伺ったのは
ユナイテッドアローズの
クリエイティブディレクター

鴨志田康人氏





Back to basic

～原点に立ち返る

セレクトショップ全盛の時代に陰りが
見え始めたといわれる昨今、
ブームを作った立役者が
考える新たなセレクトショップの姿とは？
昨秋六本木ヒルズにオープンした
“最高のユナイテッドアローズ”の指揮を
執った同氏にその思いを伺った。



鴨志田 康人氏_Kamoshida Yasuto

UNITED ARROWS CREATIVE DIRECTOR



Photograph by Takashi Homma / 20

Q 銀座でも青山でも代官山でもなく、なぜ今六本木なのか？

鴨志田 ユナイテッドアローズ(以下 UA)はあくまでも原宿が本店ですが、原宿も随分変わりました。東京・銀座の目抜き通り然りですが、世界中どこの都市でもラグジュアリー系ブランドの予定調和が目立ち、面白いと思える街が少なくなりました。かつて六本木という街に対してセレクトと呼ばれる業態はある種の距離感を持って接していましたが、ここ数年は街が変貌を遂げています。一昔前の夜の街というイメージは薄れ、様々な文化・カルチャーが混在する面白さがこの街にあると思います。そういう意味で我々が旗艦店を作るのに相応しい場所ではないかと思ったのです。原宿の本店とは意味合いが違い、百貨店やファッションビルを含めたインショップのなかで展開するUAの全貌を見せるという意味でここを旗艦店として位置付けたのです。

Q 旗艦店で魅せる 新しいUA像とは？

鴨志田 今まで何十という店舗を作ってきましたが、結果的には我々サイドの利便性を考えた店づくりをしてきたと言えます。勿論それは企業側にもお客様にもメリットを齎すことではありますが、一方で画一的でマンネリ化したという反省点もあります。ですからここで今までの経験値を一度リセットして、原点に立ち返ろうというのが基本コンセプトです。

原点というのは僕自身が色々経験してきたことによって歪んできてしまったことを正すという意味での原点です。つまりゼロからのスタートではないのです。ピュアな気持ちに戻って…ということですかね。来店したお客様が単純に「面白い」と思って頂ける環境づくり、それはネットでなんでも買える時代のなか、わざわざ店に足を運ぶ必要があるのかという課題に対しての答えでもあるのです。

それが結果として多少迷路のような通路に商品が見え隠れする面白さだったり、意外性のあるものが置いてあるといったアミューズメント的な小売本来の面白さを生むことに繋がったのです。具体的なイメージを挙げるならそれはロンドンのアーケード街やフリーマーケット、クリニャンクールで開かれる蚤の市の楽しさ、イスタンブールのグランバザールのようにカオス的なごちゃごちゃ感、東京の下町にある商店街の趣だったり…。昔ながらの人の温もりから得られる高揚感は本来物を売買するうえでの原点ですが、それが何十年間か費やして、モダナイズされたことによってモダンが、モダンでなくなってしまったのです。グローバル化した現代社会だからこそ、こうしたローカリゼーションの面白さを今、感じる事が出来るのではないのでしょうか。それを具現化したのが六本木ヒルズ店といえましょう。



Q レディスとメンズのフロアは随分見え方が違うと思いますが

鴨志田_ レディスはデザイナーズ、フォーマルといったカテゴリーで分類しています。とはいえ、あまりカテゴリーに捉われず、单品よりもスタイリングで魅せて、どう提供して行くかということに重点を置いています。カテゴリーに分かれていても商品全てが一体感となってトータルのスタイリングで魅せられるよう敢えてストレートに表現しています。

**Q メンズのドレスコーナーは
バックヤードがそのまま
見えるようになっていますが、
立体的で面白いなあと思いました**

鴨志田 ストックルームはいつも悩みの種なのです。面積をとるから売り場は狭くなるし。だったらいっそのこと見せちゃえてことです。ストックルームが見えているという発想自体は自分がイタリアで見てきた中の光景がヒントとしてありました。とある店の顧客になると裏のバックヤードに連れて行って、多くのバリエーションをみせて貰えるのです。ここから好きなものを選べといわれるとやはり捗るのです。そうした自分の経験を生かし、バックヤードを見せるのは別に悪いことじゃないし、見せるのなら見せるなりの空間をそこに作ればいい、そう思ったのです。



Q インショップの中にインショップが入るといふ発想は新しいですね

鴨志田 アンティークの腕時計や傘のスペース然りですが、あのような形態で今後はインショップを増やしてゆくのも面白いのではと思っています。ちなみに弊社名誉会長の重松理による「順理庵」は弊社で運営しているのではなく、あくまでも重松個人が家賃を払ってやっていますので…(笑) そこのところはご容赦ください。また心斎橋リフォームのランチも入っていますのでどうぞご鼻屑に!!(笑)



心斎橋リフォーム六本木ヒルズ店

The future
of
the
fashion



Q ところでUAはとかく「TRAD」 という言葉が出てきますが？ そこにはどんな意味合いが 隠されているのでしょうか

鴨志田 まずはトラディショナルという伝統的な服や物に対してレスペクトするという姿勢があります。先人が作ってきた服には色褪せない良さがあるし、完成されたものですから時代を超越した良いものがたくさんあります。そういう意味での TRAD。次に古き良きものをレスペクトして未来に繋げて行こうというマインドとして TRAD を大切にしたいということです。

Q 前項にスタイリングで魅せると 伺いましたが UA らしい スタイリングとは？

鴨志田 お客様は 10 人十色だし、生活・環境・社会の位置付けとか、それぞれパーソナルな背景によって、このジャケットをどう着るべ

きかという趣は人それぞれ違います。それぞれがスタイリングの本質ですが、我々はその背景をベースにその人なりの良さを引き出すと言うと、とても烏滸がましいですが、それを引き出すことこそがお客様にとっての喜びに繋がると思っています。というより、ずっと昔からそういう気持ちで接客をしてきました。スタイリングには基本があるじゃないですか。特別難しいことではなくて、T.P.O. 的な発想なり、社会に於いてのルールやマナー、それをどうアレンジすればその方らしさが出るかということです。基本やマナーを知らずにデタラメに服を着て個性溢れるというのはちょっと違いますね。スタイリングは人の品格にも繋がることですから、社会人としての身嗜みをレクチャーするのも我々の役割だと思って提案しています。つまりパーソナリティ溢れるスタイリングを提供することが UA らしさであると思いますし、弊社のスタッフはその部分に長けていると自負しています。



Q 六本木の旗艦店は セレクトショップの未来像に なりうるのでしょうか

鴨志田_ どうでしょう？ この六本木店の趣が未来的なのかどうかは誰にも解らないでしょう。20年後、或いは50年後に果たしてこれが“THIS IS”だったのかという答えはその時になってみないと解らないと思います。ただ言えることは、一度原点に戻って、少なくとも今、これからの洋服屋さんたる店舗はこうだよね!! という想いをてんこ盛りしたつもりです。これから先々のことを考えすぎて気の利かない店になるのはどうかなあとと思いますし、やはり商品がよく見えて、モチベーションが上がるか否かが肝心です。ですから僕は決して目新しいことをやりたいということではないのです。あくまでも本質に還って今の時代に相応しいと思う理想を形にしたということです。そしてそれが現時点で言うところの“最高のユナイテッドアローズ”なのです。



DATA

ユナイテッドアローズ 六本木ヒルズ店
東京都港区六本木 6-10-3 六本木ヒルズウエスト
ウォーク 2・3F
レディース：☎ 03-5786-0555 メンズ：☎ 03-5772-5501
www.united-arrows.jp

次号から2号に渡って鴨志田氏にこの春注目のブランドや着こなし、自身が手がける「Camoshita UNITED ARROWS」についてお話しを伺います。どうぞご期待ください。

