



干場 義雅 Yoshimasa Hoshiba

「FORZA STYLE」編集長／ファッションディレクター

東京生まれ。「LEON」や「OCEANS」など数々の人気男性誌を手掛け、独立、株式会社スタイルクリニックを設立し代表取締役。フジテレビ「にじいろジーン」、テレビ朝日「グッド!モーニング」、日本テレビ「ヒルナンデス」、テレビ東京「なないろ日和」など、テレビ番組でもおなじみ。FM TOKYOでは、ラジオ番組「SEIKO ASTRON presents World Cruise」のメインパーソナリティも務める。バッグブランド「ベッレ モルビダ」や、シューズブランド「WH(ダブルエイチ)」など、ブランドプロデュースも行う。船旅を愛する男女誌、「Sette Mari(セツテ・マリー)」の編集長として、また現在は、大人の男性に向けた講談社のウェブマガジン「FORZA STYLE」の編集長として活躍。2016年、自身初となる書籍「お洒落の本質」をPHP出版より刊行。新聞、テレビ、雑誌、ラジオ、トークショー、イベントなど、その活動はメディアの枠を越えて多岐に及ぶ。

「MADE IN SHIBUYA」からまず連想されたのは、「MIX CULTURE」という言葉でした。ニューヨークを指して「人種のるつぼ」と呼ぶことがありますが、僕は渋谷もある意味そうかもしれないと思うんです。渋谷では、若若男女ありとあらゆる世代の人たちが国内外から集まり、たがいに関わり合いながら一緒に暮らしています。他の街では混ざることのない人々をもミックスさせてしまうこの「渋谷」という街は、伝統と革新、ハイテクとローテク、ギャルとオヤジといったような「相反するカルチャーのるつぼ」を実現している稀有な街ではないでしょうか。

渋谷のファッションを語る上で欠かせないもの、と考えてまず思い浮かぶのが、渋谷の駅周辺に集結している様々なファッション施設。渋谷は駅を中心としながら様々なスタイルのファッションが発信されてきました。そして渋谷といえば音楽。大小のレコードショップがたくさんあった渋谷では、時代と共に音楽が細分化・ミックス・複雑化していくのに伴い、さまざまなファッションが生まれてきました。渋谷に集まる多種多様な人の数だけ、ファッションカルチャーが生まれたのかもしれないですね。あらゆるカルチャーのミックスを咀嚼・消化することで新しいカルチャーを生み出し、またミックスする…。そんな「カルチャーのるつぼ」こそ渋谷の魅力であり、渋谷を唯一無二たらしめていると感じます。

このようにカルチャーをミックスすることで生まれた「MADE IN SHIBUYA」は、今や世界が注目するものになるうとしています。レディ・ガガやジェレミー・スコットが渋谷を注目しているように、独自の文化を生み出す渋谷は、東京オリンピックが開かれる2020年までこれからもっと注目されていくはず。そういった状況下で、日本人デザイナーがさらに世界で活躍するためには、独自のクリエイティビティがあることは当然大事ですが、世界の人たちにそのクリエイションを見てもらい、「着たい!」と思ってもらうことが大切です。そのためには、デザイナーを全面的にバックアップする体制をさらに整え、世界に向けた発表の場を増やし、世界中の人たちに伝えていくことが重要ではないでしょうか。

渋谷ファッションウィークでは、過去数回に渡り、若手デザイナー「東京ニューエイジ」のコレクション発表の場を設けてきました。世界に向け、渋谷の商店街・商業施設バックアップのもとで発表する、まさにファッションの街として日本人デザイナーの作品を「世界に発信する」という大きな役割を担っていると思います。渋谷ファッションウィークが発電機となり、作品を発表した彼らが国内外で活躍している姿を見ると非常に嬉しく思いますし、今後、どのように世界的な評価を受けて行くのか楽しみですね。渋谷ファッションウィークを通して、デザイナーの発表の場が増え、そして世界で活躍するデザイナーが増えれば、渋谷の街はさらに世界で注目されるようになると思います。そして、今年の渋谷ファッションウィークでは、どんな「MADE IN SHIBUYA」を見せてくれるのか?今から楽しみですね。