

HUMMEL Holding A/S OWNER:

CHRISTIAN STADIL

デンマークと日本の文化の類似性と相違点

デンマークと日本には長い歴史的な関係があります。文化面においては特に関係性が強く、デンマークでは、多くのアーティストや文化人が日本の芸術および文化からインスピレーションを受けました。逆方向の影響もありますが、まず約100年前に、デンマークの芸術家が日本の文化からインスピレーションを受けました。特に美術における自然の扱い方。例えば、広重や北斎の芸術において自然は大切な要素です。19世紀末デンマークでも北部のスケーエン派の画家たちが、自然を美術に取り込みました。18世紀末から、自然に帰ろう、自然から学ぼうとする動きが欧米で見られるようになります。産業革命により街がどんどん拡大していき、大型蒸気船、自動車、飛行機が作られるようになっていきます。これに並行してまた、アーティストたちは産業革命を恐れ、自然を求めようになる。主流のトレンドにカウンターバランスをとるといことはアーティストの重要な役割ですが、これが一つの大きな風潮となっていきます。いずれにせよ、産業革命とともに多くのデンマークのアーティストがインスピレーションを受け、動物や花といった自然を美術に使

うことを学ぼうと、日本に目を向けたのです。

ヒュンメルと日本の関係

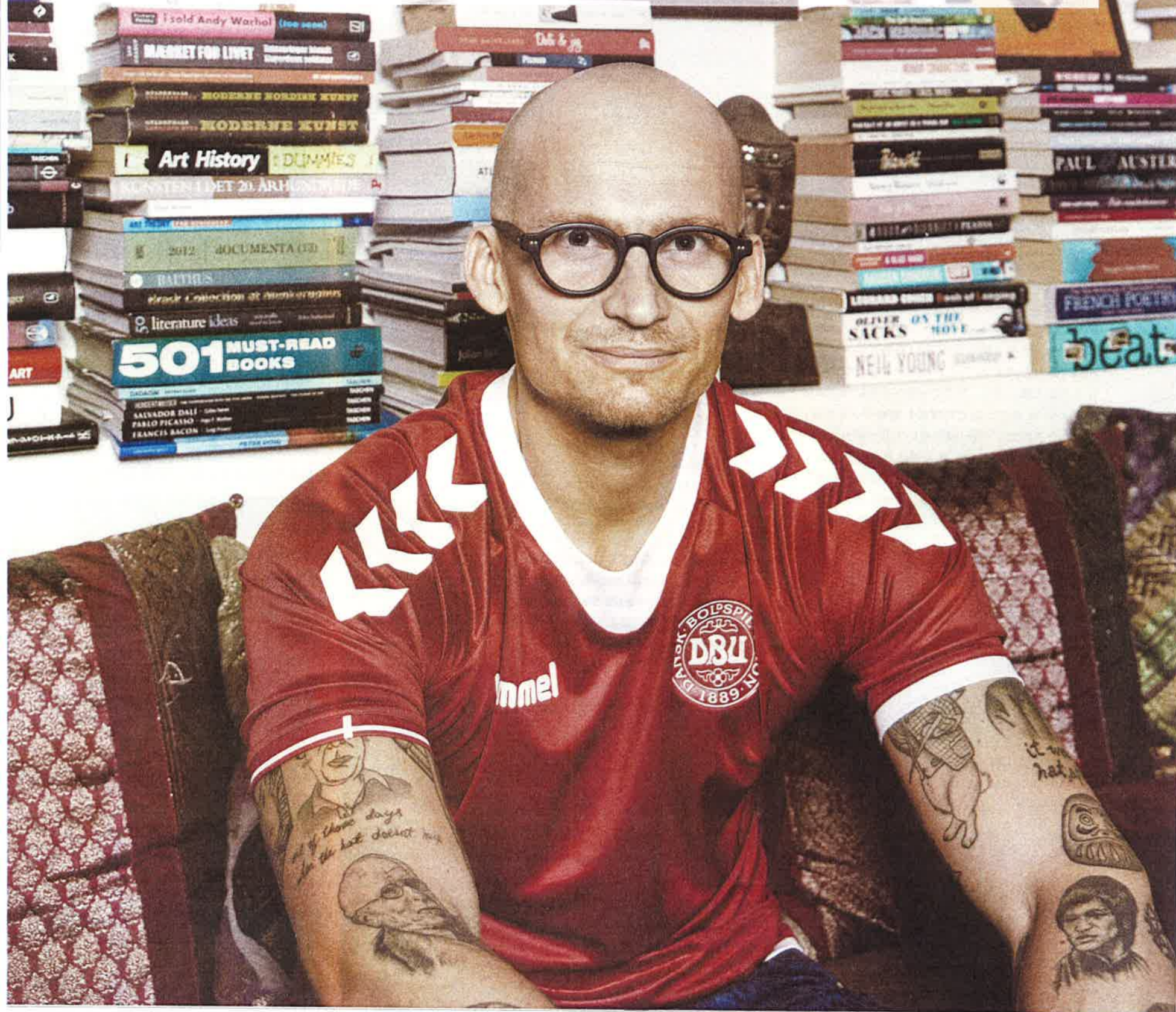
ヒュンメルにとって日本はインスピレーションといた点において最も重要なマーケットです。「ヒュンメル」という、日本のデザイナーたちとの継続的なコラボがあります。スタートさせた理由の一つに、日本からインスピレーションを得たかった、ということがありました。生地、品質、機能という点で日本はまだまだインスピレーションを与える力を持っています。品質という点では日本は世界でトップであり、特にそこにヒュンメルは注目しています。また日本のデザイナーとのコラボもインスピレーションを与えてくれます。

ヒュンメルは1923年に創業した世界でおそらく3番目に古いスポーツブランドで、長い歴史を持っています。そして小さい。日本の人がヒュンメルを気に入ってくれるのはこの点だと思います。日本はトレンドセッターです。日本人は世界のどこに行っても同じで、誰でも買える大手ブランドに少し飽きてきているように見えます。もっと特別な、他と違うものを求めている

ます。ヒュンメルが実施した「モンキータイム」や「ミタスニーカーズ」など個性的なブランドとのコラボが良い例です。

日本の「創り出す」力

日本の品質、デザイン、そしてコンセプト化する力。一度日本でアーティストの友人とファッションショーに行ったのですが、このショーが日本のアーティストのコンセプト作りにおけるユニークな才能を見せてくれました。中国が文化やデザインに力を入れ始めた12年前のことです。その一週間前に中国上海へ行き、竹藪があったり、壁が突然開いたりといった仕掛けがあるとてもクールなレストランに行きました。中国は、国も大きく、安く生産できる上に、デザインのノウハウもつようになってきている。これからは日本にとって難しい時代となるだろう、とその時は思いました。その後、日本でファッションショーを見たのです。キャットウォークの道がすべてキャンパスになっていて、そこをモデルが足にペンキをつけて歩き、歩いた跡が絵として残る仕掛けになっていました。それだけではなく、各モデルがつけていた物が最後に集まり一つの大きな作品



CHANGE THE WORLD THROUGH SPORT

になる、といった仕掛けもありました。とてもコンセプトがユニークなデザイナーやアーティストにはこんなユニークなコンセプトを創り出す力がある。日本はこれによって生き残れる、とその時思いました。

ヒュンメルの魅力と、日本のファッション・ライフスタイル・カルチャーとの親和性

ヒュンメルは今欧州で最も速い速度で成長しているブランドの一つです。成功の要素として次の3点が挙げられます。

一つは前述したように、多くの国々の消費者は大手ブランドに少し飽き気味、ということがあります。グローバル化がもたらした負の残留物として、現在は世界どこの国に行っても同じ製品、店舗、ブランドが見られます。ニューヨーク、東京、コペンハーゲン、パリ、クアラルンプール、バンコクなど、どこの都市に暮らす人も同じように見えます。そういった中、人はよりローカルで特別なブランド、そして心にぐっとくるストーリーを求めようになってきています。なぜか。人々は自分の着るブランドを通して物語を語ろうとしているからです。

友達と同じブランドを着ていては自分の個人的な物語を語れない。物語を語れ、あまり商業的ではないブランドを求める傾向はマクロトレンドです。私たちのような小さなスポーツブランドにとっては追い風です。

二つ目の要素は、私たちの歴史にあります。長い歴史をもったブランドは好まれます。1923年よりフットウェアを作り始め、現在、私たちの成長の最大のドライバーとなっているのが、スポーツファッション・スニーカーです。これらは世界の最優良店で販売されています。例えばベルリンのオーバーキル。欧州で最高の店の一つです。

三つ目は価値です。ヒュンメルは他のブランドと比べ、確固とした価値観に根ざした知的なブランドといえると思います。それはヒュンメルのオーナーが私一人だからです。小さなブランドとしての強みは、柔軟であるということです。ドイツのオーバーキルとコラボしたいと思えばできるし、日本の特定の店で数量限定でスニーカーを売ることもできる。しかし、大手ブランドはそうはいかない。大手はスケールについてもっとシビアに考える必要があるでしょう。

スポーツによりポジティブな変化を

今後のプランとしては、短期的には、デジタル世界での存在感を強めること、オンライン販売の強化、直営店を増やすこと、既存の顧客との関係を深めること、インド、イラン、サウジアラビアといった新しい市場への参入。また、すでにスタートしている米国事業を深めること。そしてHUMMEL HIVE (ヒュンメル ハイブ)。ヒュンメルにとってスニーカーにおけるコラボレーションは実験的なラボとして重要な役割を果たしています。日本のブランドとも引き続きコラボしていきます。

一方、価値観やビジョンというのは長期的なものです。カルマ・プロジェクトにおいてスポーツによりポジティブな変化をもたらしていく、これが私たちの存在意義です。今後150年で世界は全く違う世界になるでしょう。今日すでに世界は累乗的に成長し、人工知能などのテクノロジーが世界を変えています。しかし、ヒュンメルの価値観は150年後も変わりません。身体と精神の結びつきは大切で、身体を鍛えないと人間は退化します。ヒュンメルはこれからもスポーツを通じてポジティブな変化をもたらしていきます。

TOPICS

HUMMEL HIVE

デンマークのスポーツブランド・ヒュンメルは、2016年より新たなプロジェクトをスタートさせました。その名は「HUMMEL HIVE (ヒュンメル ハイブ)」。スポーツやカルチャーへの情熱を注ぐアーティスト、デザイナーが各国より集まり、アーカイブからの復刻品、プロジェクトモデル、コレクションモデルをリリース。過去と現在、またスポーツスタイルの融合を目的としたヒュンメルにおける最上級のプロジェクトです。

昨年4月、この「HUMMEL HIVE」の第一弾として、ユニテッドアローズのストリートレーベル「モンキータイム」が、また12月には世界的なスニーカーセレクトショップ「ミタスニーカーズ」もこのプロジェクトに参加。デンマークと日本の共通の美意識を表現したアイテムをリリースしました。

2017年の「HUMMEL HIVE」は、デンマークのスポーツデザインを再定義することを目的とし、ミニマルなクラシック感に新たな機能や進化を加え、発展させたプロダクトをラインナップします。



MARATHONA OG

15,000円+消費税
25.5 ~ 28.0cm
1色展開

「HUMMEL HIVE」にて展開する1983年に誕生したランニングシューズの復刻モデル。アッパー素材に通気性と軽量化に優れたメッシュや足に馴染みやすいスムースレザーを採用。サイドパネルに取り付けたベンチレーションホール(通気口)が快適な通気を確保し、クッション性を向上させたソールユニットを搭載。80年代当時のヨーロッパで、多くのシリアスランナーからも評価を得たモデル。

SLIMMER STADIL RAINBOW LOW

6,000円+消費税
22.5 ~ 29.5cm
4色展開

ブランドミッションである「Change The World Through Sport (スポーツを通して世界を変える)」に基づき、様々なマイノリティの人たちと手を組むことで、自由で多様性を認め合える社会を目指しています。今春、LGBTにフィーチャーし、その象徴でもあるレインボーカラーを定番の「SLIMMER STADIL CANVAS」のヒール部にあしらったモデルを発表。

COMPANY INFO

エスエスケイお客様相談室

☎ 0120-50-7789

URL www.hummel.co.jp

normann COPENHAGEN

ノーマン コペンハーゲン

ミニマルでイノベーティブ、 北欧最注目デザインメーカー

デンマークに拠点を置くデザインメーカー、ノーマン コペンハーゲンは1999年の創業以来、世界にミニマルでイノベーティブなデザインプロダクトを提案し続けています。家具から照明、キッチングッズから文具とシームレスに作りだされる製品は、洗練されたデザインを高品質なクラフトマンシップで実現。今春、注目の商品は記録的な速さで「ノーマン コペンハーゲン」のアイコンとなった「Form Chair(フォームチェア)」。優れた座り心地の立体造形と、シェルと脚が一体化したデザインは同社ならではです。オリジナルのプラスチックシェルに加えて布張りやレザーバージョンも登場。あなただけの理想のチェアが見つかるはず。



組み立て式の照明をはじめ、ライフスタイルの幅広いシーンをデザインで革新する「ノーマン コペンハーゲン」。「フォームチェア」はアームチェアからロッキングチェア、パースツールなど多岐に展開する。35,000 ~ 70,000円

COMPANY INFO

アテックス株式会社

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-7

TEL 03-5766-5251

URL www.otexcorp.net/