

## Interview with Chantal Stoman



A Woman's Obsession, a photo exhibition that contains work by a French photographer, Chantal Stoman, has being held from February 7th until 26th in 2006 at the CHANEL NEXUS HALL in Ginza. She, who has been intrigued by Japanese women obsessed with brand name products, photographed them in the streets for a year. In the monochromatic photographs, the relationships between Japanese women and brand name products are captured through her curious viewpoint.

2006年2月7日から26日まで、銀座CHANEL NEXUS HALLでフランス人写真家Chantal Stomanの写真展「A Woman's Obsession」が開催されている。ブランド志向の日本人女性に魅了されたStomanは、一年間に渡り街行く女性たちを写真に収めた。モノクロの作品には、日本人女性とブランド商品の関係性が、好奇心溢れる視点と共に写し出されている。

Interview & Text: Satoru Yamashita Translation: Shinzuke Kuriyama Photography: Wataru Yamada Design: Aki Ogawara





▶ INTERVIEW

※1:ファッション・ホルダーズを撮るようになった経緯を教えてください。

Chantal Stoman (以下CS): 私は早い時期からフォトグラファーになりたいと思っていました。アート・スクールでは、写真撮影に深く没頭するために写真だけでなくアートも学び、30歳ぐらいからファッション・フォトグラファーとして働き始めました。もともとファッションが好きでしたし、何より女性なら誰もが憧れるファッション業界で働くことができたくて憧れていました。でも、雑誌に掲載された1ヶ月も経たず辞められてしまったような典型的なファッション業界に、決意を固めたいとは思っていませんでした。素晴らしい写真は1年間でも10年経っても評価されるものです。それは、よりモードにアプローチしながらリアリティを押し出す点として、ファッション・ホルダーズを撮るようになりました。モデルたちの美しさよりも、彼らが行き交う女性のほかかや内装の様子など、個性やリアリティに惹かれます。

※2: CHANELとの出会いを教えてください。

CS: 初めて東京に来た時、「日本人女性のブランド品に対する愛着」を写真に収めたいと思いました。そして二度目に東京を訪れる時にCHANELに出会ったのです。実はChristian DiorやLouis Vuitton、Pradaなど、様々なブランドを撮影していたにもかかわらず、CHANELがこの企画を受け入れてくれるとは思っていませんでした。

※3: How did you come to do fashion reportage work?

Chantal Stoman(CS): I knew that I wanted to become a photographer even at an early age. I studied art and photography at the art school that I went to in order to give a certain depth to my photography. I started working as a fashion photographer when I was about 30. I liked fashion in the first place, and, more than that, I was very glad to be in the fashion industry, which I knew was attractive to women. But, the typical fashion photography, which fades and gets forgotten only a month after it appears in magazines, became a little questionable to me. Great photographs are loved by people even one year, ten years after they are created. Since I felt that, I started using fashion reportage as a method that shows a certain reality with the mode. I'm more attracted by personality and reality expressions in people on the streets, women smiling or women shying away than the beauty of models.

※4: Tell us about how you met CHANEL, please.

CS: When I first came to Tokyo, I got this idea of photographing "How Japanese women see the products of big fashion brands". I came to Tokyo for the second time and I told CHANEL my idea. To tell you the truth, I never really expected CHANEL to like this idea because I wanted to deal with other brands, too, such as Christian Dior, Louis Vuitton and Prada, to name a few.

※1:実際に日本のモードを見て、このような写真を撮らうと思ったのですか？

CS: 街を多くの人々、ショー・ウィンドウ、通り、東京の交差点にモードが溢れていることに驚きました。そして女性がとまどいに驚き、たくさんのブランドのショーウィンドウ・バナーを手に持っているのが印象的でした。撮影中、高いバナーを持った人一目で15~20人ぐらい会うこともありました。ある日本人女性の「大人気なものを持たない」という言葉を作品の中で強調し、ブランド品に対する強固なともめられる姿勢や消費観が一掃されたか、写真が撮らえようと思ったのです。

※2:そういった現象が起こる日本社会についてどう考えますか？

CS: 日本の特殊性は、15歳ぐらいの女の子でもブランド品を欲していること。ヨーロッパは、10代の女の子がブランド品を持ちたいとは思いません。興味もなさらない。何よりお金がありません。日本各地における店員とお客さまの関係にも驚きました。お土産の仕方など、店員のお客さまに対するサービスが特に目を引きました。

※3: Did you come to create such photographs after you actually saw fashion in Japan?

CS: I was really stunned to see that there was fashion everywhere in Tokyo, in the people on the streets, in the shop windows, or on the sidewalks. The first impression that I got was that women were dressed up so beautifully and they had shopping bags of such big brands in their hands. I saw 15 or 20 people carrying the same bags in only one day when I was photographing on the street. I wanted to bring out and emphasize Japanese women's sense of "wanting to have what they have" in my photography. I wanted to capture what creates that impulse in women that is almost threatening to feel that they just have to buy the products of the big name fashion brands.

※4: What is your stand on Japanese society in which such a phenomenon is occurring?

CS: The peculiarity of Japanese society is that even 15 years old girls want to have brand names. In Europe, I can hardly imagine teenagers wanting brand names. They don't even show interest, and they don't have enough money to begin with, anyway. I was surprised to see the relationship between sales associates and customers such as how to take a bow. I was intrigued by the service that sales associates provided their customers.

▶ ANSWER

※1:どんなことに心掛けるなら、一年間に撮る撮影を行ったのですか？

CS: フォトグラファーとしての視点を持ち続けるよう努力しました。そこに批判や判断を持ち込まないし、彼女たちの消費行動を理解しようとしたわけでもありません。ブランド品を買って幸せなら、それでいいじゃないかと。買っ物をすることで誰か高い目をつけているわけではないですから。それは日本社会や日本人女性の特殊性であって、フランス人が愛するワインに事になるのと同じことでしょう。

※2: 作品のインスピレーションはどこから得たのでしょうか？

CS: 今回の撮影に関して言えば、興味のある女性を見かけたらついでに行っ行って何が起ころうかという。これはインスピレーションというよりも、時間をかけて観察する作業でした。

※3: What did you have in mind all through the one year photography shoot?

CS: I kept in mind that I had a solid viewpoint as a photographer. I never let criticism or conclusions into that viewpoint, and I never tried to understand Japanese woman's obsession to consume. I said to myself, "If they're happy possessing brand names, that's fine. It is not as if anyone is hurt by their shopping. That is just the peculiarity of Japanese society and Japanese women, I think, and it's the same as French getting obsessed with delicious wine, I guess."

※4: How and where did you get inspiration for your work?

CS: For this series of work in particular, I followed women that caught my attention and observed what would happen. It was more of observation and spending much time, than getting inspiration.

※1:人生の中で一番アールだと感じることが何でしょうか？

CS: "発見する"ことです。何かを発見することは、人生の中で一度しかありませんから。

※2: シンケル株式会社代表取締役社長のRichard Collasseが「Gabrielle Coco Chanelが現代にいたらChanelの仕事を継ぐ主人とは間違いないでしょう」と言っていました。この言葉についてどう思いますか？

CS: そうですね。Chanelとは共感できることが多いと思います。彼女よりも勇敢で、自由や独立を唱えたメッセージで、たくさん女性の生き様を変えてきました。それが私との共通点。アートが好きすることも似ています。私にとってアートは、人生をより豊かにしてくれる要素のひとつでもあります。

※3: What do you think is the coolest thing in life?

CS: To discover. See, discovering something happens only once in life.

※4: President & Representative Director, Richard Collasse once said, "If Gabrielle Coco Chanel were alive today, it is certain that she would love and fully support Chantal for her desire for work". What do you think of that?

CS: Yes, I would feel that I have so much in common with her. She was very brave and, by sending out her messages of freedom and independence, she has changed how many women lived. I feel that I have that in common with her. She and I have another thing in common, loving art. To me, art is like a supplement that enriches life.



▶ A Woman's Obsession

日程:2006年2月7日(火)~26日(日)  
時間:11:00~20:00  
入場料:無料  
会場:CHANEL NEXUS HALL  
東京都中央区銀座3-5-3  
シネマ銀座ビルディング5F  
Tel: 03 3264 2020

▶ A Woman's Obsession

February 7th (Tue) - 26th (Sun)  
Time: 11am - 8pm  
Fee: Free  
Place: CHANEL NEXUS HALL  
Ginza 3-5-3, CHANEL Ginza Building,  
4th Floor, Chuo-ku, Tokyo  
Tel: 01 3 3264 2020



▶ PROFILE

Chantal Stoman  
1967年フランス生まれ。エルサレムのHadassa Institute of Photography卒業。1996年にファッション・フォトグラファーとして活動をスタートし、国内外の新聞や雑誌で活躍。2002年よりファッション・ホルダーズに専念。2005年3月に初めて東京を訪れ、街中人々に魅了される。この経験がきっかけとなり、日本人女性のブランド品に対する意識をテーマにしたホルダーズ展を開催する。現在パリを拠点に活動中。

Born in France in 1967, Chantal Stoman studied and graduated from the Hadassa Institute of Photography in Jerusalem. Started her career as a fashion photographer in 1996, and expanded her field into newspaper and magazines in France and other countries. She started creating more reportage work in 2002. She visited Tokyo in March of 2005 for the first time. She says that the people and the city of Tokyo mesmerized her. This visit to Tokyo triggered her interest in reportage work with the theme, "How Japanese women see products of fashion brands". Today she is based in Paris.