

<企画・編集・発行> 有限責任中間法人日本ファッション・ウイーク推進機構 JFWジャパン・クリエーション運営委員会 〒103-0013東京都中央区日本橋人形町3-4-5 TEL.03-3661-7321 http://www.japancreation.com

本日のフォーラムスケジュール

14:00～「加工表現の拡がりを求めて」

16:00～「第6回JFW東京コレクション・ウイーク POINT OF VIEW」

フォーラム会場東2ホール

本日開幕 JFW-JC 2009 S/S 予測不可能な驚きと喜びを生み出す クリエーションとの出会いの場

「JFW-JC2009 Spring / Summer」は、日本独自の息吹と感性に裏付けされるジャパン・クオリティを掲げ、JAPAN INFUSIONを根底にした4つのトレンド・テーマを設定しました。作り手の息吹を感じる繊維・素材・資材で、皆様をお迎えします。

混沌とした社会の中で、今、何を見つめていかなければいけないのか。ファッション・テキスタイルとして何をしなければいけないのか。世界が身近になったり、繋がったり、あるいは崩れていったりと、大きく変化していく時代の中で、我々が意識しなくてはいけないこと、守らなければいけないこと。それは、自然とのふれあいやエコロジー・スピリッツ、人間らしさを求める豊かな心の大切さ。精神を高揚させ、刺激して、美的価値を中心に考えながら、デザインと利便性というカテゴリーを、テクノロジーやサイエンスで結び付け、異なる文化の横断を試みましょう。

予測不可能な驚きや喜びを生み出すクリエーションは、未来へと繋がり、そして広がっていくことでしょう。

五感を刺激する4つのテーマ

朝の雨音 Rainy Notes of April Mornings

潤りのないペールトーンの、うきうきと心弾むような可愛らしさ。少女の頃の懐かしさ。ポップな色柄とリズミカルな縞。シルキーな光沢感と透け感のある素材で見せる、軽やかなマテリアルのグループです。

夏の午後の風 Fragrance on an Afternoon Breeze

ゆったりとアフタヌーン・ティーを味わう、爽やかな夏の昼下がり。クラス感と大人っぽさを感じさせる、透明感のあるグレージュがかったクールバステルカラーと、風に揺れるようなドレープ性。ソフトなクールエレガンスのグループ。

地平線の彼方 Beyond the Horizon

夕日や朝焼けの静けさと力強さ。テーマの中でもっともダークなカラーを含むグループです。ざっくりと織り上げたラフ感や、ざらついた手触り、ハードなデニムなど、無国籍感の



漂うエネルギーをシックにまとめています。

エコ ミューズ Eco muse

草の緑や未晒しのエクリュのナチュラル感。自然を意識したリネン、コットンといった天然繊維と、紺などの伝統手法。ポリエステルやナイロンのリサイクル合織。ファッションで表現するエコとは。モードの中で捉えたエコロジーの表現です。

今回のトレンド・テーマでは、五感を刺激する音や光や風を感じるカラーが特徴になっています。光を感じる透明感、内から自然に発光するような輝き。遊び色のグラデーションで、ドラマチックに演出し、色×色でクールなスパイスを醸し出し、色の魔法で洗練させる。自由な発想で、明るくきれいなカラーを楽しんでください。

フォーラム

JFW08/09秋冬東コレの傾向を紹介 今日と明日の2回で主要ブランドを網羅

フォーラム「第6回JFW東京コレクション・ウイーク POINT OF VIEW」を本日の午後4時から、東2ホールのフォーラム会場で行います。

3月に開催された「東京発 日本ファッション・ウイーク (JFW in TOKYO)」08/09秋冬東京コレクションの傾向を23日と24日の2回に分けて、主要ブランドごとに振り返ります(各回で紹介するブランド名は別表を参照)。スピーカーはINFASパブリケーションズファッションニュース編集部の廣田悠子氏。コーディネーターはINFASウェーブプロデューサーの中出順子氏。

JFWとはファッション・ビジネスの国際競争力強化を図るために、日本の高品質・高感度な繊維素材やファッションのクリエーションを世界に向けて効果的に発信する、官民一体で東京にファッションの発信拠点を整備する取り組みです。

これまで東京コレクションを主催してきた東京ファッションデザイナー協議会(CFD)が20周年の節目を迎えた2005年、デザイナー関係者から東京コレクションの運営の仕組みを見直し、期間と会場を集約して開催し、日本のファッションの発信力を強化していくという機運が高まりました。

これを受け、デザイナー、製造事業者、アパレル・小売などの関係者が協力して同年6月にファッション戦略会議(2008年4月1日より、有限責任中間法人 日本ファッション・ウイーク推進機構)を組織し、その下で、従来の東京コレクションに加え、テキスタイル展や他のファッションイベントを同時開催する「東京発 日本ファッション・ウイーク (JFW in TOKYO)」を開催しています。

【紹介するブランドとそのデザイナー名】

23日

- mintdesigns
(Designer:勝井 北斗／八木 奈央)
- THEATRE PRODUCTS / KINGLY THEATRE PRODUCTS (Designer:武内 昭／中西 妙佳)
- Né-net (Designer:高島一精)
- MIKIO SAKABE
(Designer:坂部 三樹郎／Shueh Jen-Fang)
- Hidenobu Yasui (Designer:保井 秀信)
- HEATH (Designer:野田 源太郎)
- AGURI SAGIMORI (Designer:鷺森 アグリ)
- matohu (Designer:堀畠 裕之／関口 真希子)
- SOMARTA (Designer:廣川 玉枝)

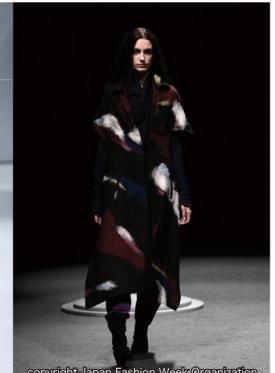
24日

- YLANG YLANG (Designer:青柳 龍之亮)
- suzuki takayuki (Designer:スズキ タカユキ)
- support surface (Designer:研壁 宣男)
- RITSUKO SHIRAHAMA
(Designer:白浜 利司子)
- HIROKO KOSHINO (Designer:コシノ ヒロコ)
- Yukiko Hanai (Designer:花井 幸子)
- ato (Designer:松本 与)
- zechia (Designer: L i c a ／中川 正博)
- G. V. G. V. (Designer: MUG)

ato '08-09A/W Collection



matohu '08-09A/W Collection



mintdesigns '08-09A/W Collection



SOMARTA '08-09A/W Collection





バイヤー目線のテキスタイル開発を…

「JFW」が新たな一步を踏み出した今年、JFWジャパン・クリエーションも開催時期を早めるなど、よりビジネスに直結した見本市への船出となりました。そこで陣頭指揮をとる貝原理事は、次のように語っています。

——JFW-JCは、これまでの“5月・12月開催”から“4月・10月開催”に早まりましたが、出展企業に影響が出ませんでしたか。

開催時期の繰り上がりに伴う調整は大変だったと思いますが、大きな混乱はなかったようです。世界のテキスタイル見本市との関係でいえば、4月と10月に開催するほうがバイヤーの利便性が高いはずです。

——ただ、A/W展に較べるとS/S展の出展企業が少ないようですが、このあたりはどのようにお考えですか。

たしかに昨年も今年も、A/W展に較べればS/S展の出展企業は少なですが、まだ年2回の開催に移行したばかりであること、またA/Wシーズンに比重をおく製品を扱う企業がS/S展への参加を控えるのではないかということは、年2回開催に踏み切るときにも懸念された要因です。ただ、これも回を重ねるごとに改善していくと思います。

——最近、アパレル企業では製品買いが増え、テキスタイルからの商品企画が少なくなっています。そうした中で“バイヤーズ・セレクト・コーナー”が前回から新設されていますが、このあたりの反響はどうですか。

アパレル業界と産地企業との距離が離れる状況は、憂慮す

べき要因です。素材に精通したうえでデザインやモノづくりをすることが、本来の付加価値であり、それが海外発信の原動力になるからです。日本のテキスタイルが世界レベルで高い評価を受けていることは、多くの人たちが認めているところですが、言われるように産地に足を運ぶアパレル企業が少なくなってきました。そうした状況の中で、アパレル企業や小売企業が注目する「バイヤーズ・セレクト・コーナー」を設けることによって、バイヤーの方々にテキスタイルに対する関心を持っていただき、それとともにテキスタイル企業がバイヤー目線で製品を開発していく。こうした仕組みが常態化していくば、日本の発信力はこれまで以上に強くなっています。

——テキスタイルに精通するには、原料や糸、製織・製編、染色整理などの優劣を見極めなければならず、時間がかかりますか…。

そうですね。原料にはじまり加工にいたる技術の総体がテキスタイルの価値になるわけですから、精通するには時間がかかります。ただ、これも経験で解決できる要素もあるわけですから、この展示会は勉強の場としても活用できます。業界の人だけでなく、学生さんも“教育の場”として、さまざまなテキ



日本ファッション・ウィーク推進機構理事
(テキスタイル事業担当)
貝原 良治 氏

タイルを見ていただければ、これだけ多種多様な製品が一度に見られる機会は他にないわけですから、是非、多くの人たちに足を運んでもらいたい。

——最後に国際化に向けては、どのようにお考えですか。

JFW-JCを海外で開催してはどうか、という話もありますが、まずは外国のアパレル企業やメディアに来ていただくことを優先的に考えています。それとともに日本のアパレル製品の輸出を促進することも重要な課題です。テキスタイルだけではなく最終製品の輸出。これがテキスタイルにとっても大きなインパクトになります。すでに中国や欧米での取り組みがはじまっていますが、これを強化することによって、日本のテキスタイルに対する世界の評価が変わってきます。

海外でJFW-JCを開くより、日本に海外バイヤーが来ていたらことが重要でしょう。

JFW推進機構が発足 第7回JFWは9月に

有限責任中間法人日本ファッション・ウィーク推進機構(JFW推進機構)が4月1日付けで発足しました。同推進機構が今後、ファッション振興(B2C事業)、人材育成・支援(新人デザイナーファッション大賞)、コレクション(東京コレクション・ウィークと新锐デザイナー発掘事業“SHINMAI Creator's Project”、テキスタイル(JFWジャパン・クリエーション)、アパレル(JFWインターナショナル・ファッション・フェア)、情報発信(各種広報事業)の6つの事業を展開していきます。組織は理事会(戦略委員会)の下にJFW実行委員長と事務局を置き、事業を展開します。理事長は馬場彰オノワードホールディングス最高顧問、副理事長に平井克彦東レ相談役、JFW実行委員長には三宅正彦サンエー・インターナショナル社長が就任しました。

第7回「東京発日本ファッション・ウィーク(JFW in TOKYO)」は9月1日から7日まで行われます。主要事業は09春夏東京コレクション・ウィーク、JFWデザイナー合同展示会、新人デザイナーファッション大賞、土日を中心としたスペシャルイベントなど。

新锐デザイナー発掘事業スタート 来年3月の第8回JFWから

JFW in TOKYOは、世界の新進デザイナーの登竜門になることを目標に掲げています。

SHINMAI Creator's Projectは日本国内にもビジネスの拠点を持とうとし、国内でモノ作りをしようとしている国内外の有能な若手デザイナーに、日本市場に参入する足掛かりを与えるのが狙いです。

国内外より有能な若手デザイナー3名を選出し、各デザイナーのブランド(2009-2010A/Wコレクション)を、第8回JFW会期中に、ショーと展示商談会形式で紹介します。開催時期は2009年3月9日~14日(予定)。

2007新人デザイナーファッション大賞
大賞受賞者:カティカセラー・チャレムキアトさん



copyright Japan Fashion Week Organization

企業紹介(新規出展)



高付加価値商材で勝負

堀口(株) No.A区-13

創業50年を超える芯地、裏地など裏付属を専門に扱う副資材商社ですが、今回はランボー社のファスナー、メタルボット二社のメタルボタン、縫いつけボタンなどに絞り込み、これまであまり日本市場には紹介されていないイタリアの高付加価値商材を中心に展示しています。ブースでの紹介には限度があるため、その他のイタリア製の付属や専門分野である裏付属を豊富に揃える、本社ショールームにも足を運んでもらえることを目的にしています。



4ウェイストレッチのデニム

オペロンテックス㈱/インビスタジャパン㈱ No.B区-09

今回出展するXFIライクラ®ファブリックは、4ウェイストレッチにより360度の動きに対応し、ジーンズに優れたフィット感と快適な着心地を提供するデニム生地です。ケミカルウォッシュやダメージ加工などにも強く、縮みにくいので、本格的なデニムの外観と風合いの表現が容易にできるようになりました。ブースでは試着スペースを設け、試着した人にはオリジナルバッグがプレゼントされます。



評価高く、生地販売を本格化

(株)イノクチ・ファッショングループ No.A区-05

イノクチ・ファッショングループは刺繡メーカーからスタートして、現在は「ギゲイ」など自社ブランドのアパレルを製造販売しています。刺しゅうだけではなく、柄染めなども自社で行っており上げるため、そのテキスタイルの評価も高い。テキスタイルを仕入れたいという要望が多いことに応えて、テキスタイル部門として本格的にテキスタイル販売に乗り出しました。独自の2次加工、3次加工を施したテキスタイルが魅力です。初出展である今回のJFW-JCでは、同社の代表的なテキスタイルを一通り紹介する予定です。



服飾資材のトータルサプライヤー

(株)三景 No.B区-35

服飾資材、付属品、副資材、テキスタイル、染色整理・後加工からラベル等まで、服飾副資材全般を幅広くカバーする総合力が特徴です。今展では、新開発組織と樹脂コートイング技術で、モアレ生産と樹脂の染みだしを抑制するモアレスML008(芯地)、15%のストレッチ性(同社比)を付与し、美しい発色性を兼ね備えた染美人(裏地)。縫いつけバーソSRF-APなどを主に展示しています。「必要な時に、必要な商品を、必要な量だけ」をモットーに高品質な商品を、多品種小ロット、クリックレスポンスで届ける供給・サポート体制を確立しています。



プラスチックを使った保型機能のテープなど

(株)東京サンキ No.A区-16

東京サンキは初出展の今回、プラジャー向け不織布のバストカップ、金属の代わりにプラスチックを使った保型機能のあるテープを紹介します。バストカップは通常、ウレタン素材を使用します。同社の新製品「QB-TEX」はポリエチレン不織布で、ウレタン並みの弾力性があります。JFW-JCを皮切りに本格販売します。プラスチックを使用した保型機能のあるテープは「テクノステープ」「ネットテープ」「テクノレース」の3種類。金属製と比べて軽く、さびないのが大きな特徴です。原料のプラスチックは三井化学の「テクノロード」。



メタルコーティングクロスを紹介

アークデザインプランニング(株) No.A区-12

アークデザインプランニングは、「メタルコーティングクロス」を紹介します。同クロスは特殊なナイロンニットに、金や銀、銅、プラチナなど様々な金属をプラズマ放電でコーティングしたものです。メッシュ織のため、通気性も優れています。耐摩耗性もあり、これまで起こる変色や毛立ちなどもありません。神秘的な深みのあるカラーラーに加え、電磁波シールドや静電気対策など優れた機能性があります。銀や銅などには殺菌性があるため、殺菌機能を持たせることができます。独自のカラーラーと光沢が評価され、すでにウェディングドレスやカバン、帽子などのアクセサリーで使用されています。

jc(ジェシー)のちょっとイツ服

2008.4.23.発

『黒酢でリフレッシュ』

アミノ酸やミネラルを豊富に含むお酢は、昔から身体に良いと言われています。疲労回復、血液サラサラ、減塩、カルシウムの吸収を助ける。食欲増進、冷え性の改善など、様々な効能が言われていますが、食事の中で採れる量は限度があるし、毎日毎食となれば飽きりますよね。そこで、より摂取しやすく開発されたのが、黒酢ドリンクです。以前は飲んでいたけど、最近は飲まなくなったという人も多いのではないでしょうか。ビッグサイズを販売する際に、ゆりかもめを利用する方も多いと思います。そのゆりかもめの始発駅にならるのが新橋ですが、JR新橋駅烏森口のエキナカには黒酢バーなるものがあるのはご存じでしたか?豆乳、ブドウオレンジ、トマト、人参、青汁、紫の野菜など、様々なテイストがあり、一杯150円から手頃な価格です。帰宅後新橋駅を利用する方は、今日の疲れを残さないためにも、ヘルシーに黒酢でリフレッシュなんていふのはいかがでしょうか。

