

## 第1回東京発日本ファッションウィーク (JFW)

—テーマ「創」「匠」「商」—



テント外観  
(写真協力 ファッション戦略会議)



sunao kuwahara 2006S/5  
(写真協力 ファッション戦略会議)



皆川魔鬼子氏ブース風景  
PHOTO: YASUAKI YOSHINAGA  
(写真協力 (株)イッセイミヤケ)



須藤玲子氏ブース風景  
(写真協力 株式会社布)

第1回東京発日本ファッションウィーク (FFW) が10月31日から11月9日の日程で東京明治外苑聖徳記念絵画館前に設けた特設テントを主会場に開催された。東京ファッションを世界に向けて発信し、パリ、ミラノ、ニューヨークに続くファッション都市を目指し新たな動きを始動させた。その背景には世界のファッションビジネスの大きなうねりを感じる。去る9月13～16日に開催されたミラノウニカ (MU) の世界的な服飾市も過去別々に開催されていた4つの団体、シャツアブニュー (高級シャツ)、アイデアコモ (シルク・婦人服地)、アイデアピエラ (高級紳士服地)、モーダイン (トレンドファッション) を合体。同時同所で合同開催され600社が一堂に集った。続いて9月20～23日に開催されたパリプルミエールビジョンもモーダ・モン (服飾資材)、インディゴ (プリント及びテキスタイルデザイン)、ル・キュイール・ア・パリ (皮革素材)、エクスポフィル (ファイバーヤーン) と合同しテキスタイルメーカー700社、総出展社1400以上といわれる欧州第一の服飾関係の総合見本市を演出した。これ等の動向にいち早く対応し積極的な対策が迫られたことはいなめない。準備期間が少なくディテールには多くの問題点も含まれていたが、経済産業省の決断も早く、産業界、官民一体となってジャパンオリジナルの発信に第一歩を踏み出せたことは評価されて良いと思う。日本ファッションウィークでは2006年春夏東京コレクション (51ブランド)、若手のファッションショー、テキスタイル素材展、関連シンポジウムなど企画され述べ約45,000人が国内外から来場する大きなファッションイベントとなった。日本の繊維産業界が川上から川下までひとつになって努力したところに成功の要因があったといわれている。会場をまわるとあらためて日本のテキスタイルのものづくりの技術の素晴らしさが見直された。海外に目を向け勝ちで足元をおろそかにしていたことを反省させられる意欲的な企業の台頭を感じた。現場とデザイナーの交流が動き始めた。従来繊維産業が取り沙汰される場合、服をつくるファッションデザイナーにのみ目が向けられ勝ちであったが、今回3人のテキスタイルデザイナー、皆川魔鬼子 (イッセイミヤケ取締役、TDA名誉会員)、須藤玲子 ((株)布代表、TDA賛助会員)、皆川明 (ミナベルホルン代表) が大きく取り上げられ、日本のテキスタイルデザインの実力と可能性を示すと共に真のジャパンオリジナリティはこのテキスタイルに原動力があることを認識させるイベントとなったことはテキスタイルデザインに携わる私達にとって大きな励みになったと思う。

第2回は2006年3月に開催予定。

(わたなべ ひろこ)