

The 33rd
JAPANTEX2014
INTERIOR TREND SHOW

JAPANTEX2014 出展報告

11月12日から14日までの3日間、東京ビックサイト東1ホールにて「第33回JAPANTEX2014・恋と暮らしを彩るインテリア」が開催されTDAも1A-002ブースにおいて出展しました。
今回の展示では去る9月10日に新宿伊勢丹「JAPAN TEXTILEのみの市」でデビューしたTDAと賛助会員ダイワボウナイ(株)の共同開発ブランド「PIP」をメインに据え、「小スペースながらも来場者にデザインインパクトを与えるスペース」を作る事を目指しました。伊勢丹の店頭でも好評を博したPIPの豊富なコンテンツと、隣接するブースWALPAさんのご協力に恵まれ今まで出来なかった事がようやく実現した感があります。
天井・バトンから多数のロープでつり下がったPIPクッションバッグはその柄のインクジェットプリント原反を隣に吊り下し、素材のbeforeと製品のafterを対比させる楽しい仕掛けです。デリケートなシルクのストールはPIPのロゴを壁紙化したパネルから吊り下げてゆらゆらと軽さを魅せる演出。更には! PIP協力企業(株)島精機のホールガーメントワンピースとストールのコーディネートがブースの正面に華やかさを添え、WALPAの壁紙とフィールテキスタイル&エルクレーションのファブリックヘッド(12日TDAトークセッションで使用了もの)和歌山染工(株)のデジタルプリント色見本などがブースの背景に重厚さを添えました。島精機からは! PIPのアートワークを支えた国産デザインツール・APEX3の機器一式も拝借し、! PIPのデザイナーがデモンストレーションを行いました。またパンフレットの無いPIPを説明する為のスライドショーや和歌山染工から提供されたインクジェットプリント動画などが大型モニターで上映されるなど映像コンテンツも十分に活かした展示となりました。上記企業各位の他に荒井(株)、(株)野崎染色、(株)三越伊勢丹の各企業にも多大な御協力を頂きました。この場を借りて協力企業の皆様とご来場下さった皆様、日本インテリアファブリックス協会の皆様に厚く御礼申し上げます。婦人雑貨でデビューを果たしたPIPは今回の展示を機に、本来の目的であったインテリア・寝装分野への進展を加速させたいと思っています。どうぞ御期待下さい。

記 怡田



JAPANTEX セミナー

2014年11月12日11:00~12:00にジャパンテックス特設ステージにて日本テキスタイルデザイン協会セミナーが行われた。講師は今野理事長、大場副理事長、北原、怡田の4名、司会は東郷副理事長を務めた。世界のテキスタイルデザインの流れと日本の現状について報告。特にデジタルデザインについては基材とハードの進化に対応するデザインの重要性をTDAのプロジェクト「PIP」を基に説明が行われた。又ライフスタイルの多様化をワールドワイドにテキスタイルデザインから分析し、実物の布を見せながら、トレンドの変遷とテキスタイルデザインへの影響についての説明も行われた。トレンドに関しては興味のある方が多く、セミナーは大盛況で終り来年2月に行われるトレンドセミナーに弾みをつける形になった。

記:豊方



三越伊勢丹x日本テキスタイルデザイン協会との取り組み

2013年6月に取り組みがスタートしました。協会側として私(豊方)が担当、三越伊勢丹側は企画として、三越伊勢丹研究所の担当者、各バイヤー、マネージメントなどはMDが参加しました。
普段から株式会社アトリエアイディとして、図案制作の仕事をしているので特に迷う事はありませんでしたが、協会の窓口となると いろいろ手間がかかります。まず会員全員にこの取り組みをお知らせし、募集をかけることからスタートしました。テーマをお伝えしてから、プロフィールと図 案資料を送ってもらい16名の応募がありました。
心配したのは三越伊勢丹の仕事はレベルが高いので(他が低いという訳ではなく私の中での自分勝手な基準)、はたしてお眼鏡にかかる資料が集まるかどうかでした。そして選択に関しては公平をたもつために質問には答えましたが、私からのアピールはしませんでした。心配をよそに無事に 10名が選ばれました。驚いたのは仕事運びのスムーズさです。どんな柄を誰にデザインしてもらうかは、通常でも時間がかなり疲れますが、すぐに決まりました。
今回の取り組み目的は(三越伊勢丹側)、
・仕入構造改革における商品開発の促進と、独自性の向上。
・デザイン機能をもたないファクトリーと直接取り組みをする際の、デザインリソースの拡大。
・日本人テキスタイルデザイナーに注目した新規クリエイターの開発です。
協会側としては、とくに公表していませんが、私的には日本テキスタイルデザイン協会の認知度を高め、一般の方にも認識してもらい、そして現実的に低い、テキスタイルデザイナーの地位向上でした。
図案は10名に制作して頂きましたが、最終的には8名の図案が商品になりました。
アイテムはストール、靴下、ハンカチ、傘。制作担当として、ストールはイタリアと国内、他は国内の会社が担当しました。そしていよいよ2014年3月5日に新宿伊勢丹、日本橋三越、銀座三越の基幹店で販売開始です。
事前に顔写真とデザインの説明を用意しましたが特にディスプレイに関してはどのようにするかは聞いていませんでした。新宿伊勢丹ではガラスケースの中に顔写真と商品を展示。各店舗でも協会の説明やデザインの説明、ストール、傘にはネームタグをつけて頂きました。カタログ も制作、なんと50万部制作だそうです。
販売の際には店員さんが、協会の名前をいれないが販売していて教育のすごさを感じました。これを機にたくさんの方に協会の名前が知らされ、また協会に興味をもたれた方もあると思います。
今日3月13日(販売開始から一週間)バイヤーからメール連絡が入りました。売り上げが好評なことと、誰のものが売れたかの連絡がありました。公表はしませんが知りたい方はごっそり聞いて下さい。
三越伊勢丹は日本トップの百貨店です。その売り場に他の日本を代表する会社の商品と並びます。
今回のプロジェクトで私も含め、8名のデザイナーはとてもいい経験になりました。私は株式会社アトリエアイディとして三越伊勢丹に置かれる商品の図案を今でも年間で100柄以上、影武者的に制作していますが、自分の名前が表に出るのは初めての事です。あらためてデザインの重要性和責任を感じました。
この場をお借りして、三越伊勢丹研究所の内藤さん、バイヤーの山口さん、市毛さん、岩村さん、井上さん、森田さん、マネージャーの武藤さんお疲れさまでした。このような機会を与えてくれてありがとうございます。機会がありましたら今後ともよろしく願います。
今回16名の応募があり最終的には8名が選ばれました。
選んだバイヤーはおそらく店頭で並んだ時を想像してデザインを各個人の資料より選び、それをもとに図案を進めて頂きました。各個人の実績は関係なく、誰でも会員ならチャンスがありました。
これを機にもっと協会に興味を持ってもらい、いろいろなイベントに参加してもらえることを希望したいと思います。

