

東京でファッション週間

果物柄が華やかな「ドレスキャンプ」



日本から世界へ向けた流行発信を目指す第3回「東京発 日本ファッション・ウィーク」(JFW)が4-8日、東京都内で開かれた。ファッションビジネスの動きが早め早めになっている近年の傾向に対応し、昨年より約2カ月早い開催。約40のブランドが2007年春夏の新作を披露した。

乙女チックからエロチックまで、そして坊ちゃん風からあんちゃん風まで。デザイナーのつくり出そうとするイメージは千差万別だ。

甘いパステルカラーでいにしへのモダンガールをほうふつとさせる「シアタープロダクツ」。過剰とも思える装飾を誇らしげにまとう「ドレスキャンプ」。違いは限り



ミュージカルの一場面のような「サトルタナカ」のショー

個性 追求

ユニクロ特別参加

なく大きく見えるが、現実を一步踏み出した夢の世界を表現している点では共通している。

メンズでは、一方に「サトルタナカ」のスマートな遊び人風スーツがあると思えば、他方に「タイシノブクニ」の荒々しくごつごつとした服がある。若い男性のおしゃれもどんどん細分化されていく。

デザイナーたちが個性を競い、独自の世界を追求する中、特別参加した「ユニクロ」は多くの人に求められる実用的な服(2006年秋冬物)でショーを開催。人種も年齢もさまざまなモデルたちを登場させ、広い層に向けてアピールした。JFWなどで活躍するデザイナーを招いて制作した商品もあり、創造性と大衆性をミックスする意図が見えた。

また、ファッションショーの形を借りた携帯電話の新商品発表会、スイス外務省関係機関などの主催で同国のファッションを紹介するショーなども行われ、業界の外からもJFWに対する関心が高まりつつあることを感じさせた。

スペシャルイベントとして開催された「ユニクロ」のショー



スイス・ファッションを紹介するショーには、ジュネーブ・デザイン大学と文化服装学院の合同ワークショップから生まれた作品も

Fukushima Mimpo

21 September, 2006

Circ: 302,724

(summary translation)

“Fashion week in Tokyo, originality is sought, Uniqlo participates”

The third “Japan Fashion week from Tokyo” which is to target of delivering fashion trends in Japan to the rest of the world was held in Tokyo from 4th to 8th September. Since last year, the event takes place two months earlier than in the past, responding to the fast moving fashion industry in recent years. Some 40 brands participated for the Spring-summer collection 2007.

From girlish, erotic, preppy to bugger-like, the styles that the designers would like to create vary.

The *Theater Products* style connotes good old day’s modern girl look with pastel colours. *Dress Camp* boasts about its excessive ornament.

For menswear, *Satoru Tanaka* presents smart pleasure-seeker type of suits while *Taishinobukuni’s* clothes look coarse. Thus, the fashion trend for younger male are segmentalizing day by day.

Participating designers are competing with their uniqueness but Uniqlo, who specially participated this year, presented autumn-winter collection 2006, those of which are pragmatic so that they could meet everyone’s needs.

At the show, races and ages of the models were varied in order to appeal to wider audience. Some clothes were produced by JFW associated designers, the idea of which showed intention of fusing creativity and popularity.

Also, some participated companies such as a mobile carrier released their new products in the form of fashion show. Also, Swiss foreign ministry affiliate organization hosted a fashion show, which reflects that the interest towards JFW is mounting from people outside the Japanese fashion circle.