

2017年注目のモノ・ポスト

2017年最初の「織研教室」は、繊維・ファッション業界、流通業界、ファッション消費において、①2017年に注目されそうな企業・ブランド・ショップ・アイテム、事業モデル・分野②業界に期待すること、または気になることを執筆者の方々に答えていただいた。



訪日外国人の旅行目的は単なる観光から日本文化、サブカルチャーから地方都市などへ引き続き広がり、「爆買い」はネット販売を利用する「越境EC」に変わってきた。SNS型口コミは今年、どのような人気エリアや食を生み出すのだろうか(東京・浅草)

栗山 志明

プレール代表取締役

①最も注目されるファッションキーワードは「アスレジャー」だと思う。17年春夏コレクションで多くのメゾンがスポーツアレンジを提案したこともあり、17年はますますアスレジャーが拡大すると考える。スポーツ、アウトド

のシーンです。素材も加工もデザインや縫製までも日本製がトップの評価を得て世界市場に支持されています。もともと海外のアイデアが日本で育ち、今や世界をリードしています。こだわり価値の持続性を含め、他のアパレルも日本の地場ブランド・シーンスメーカーに学ぶことが多いようです。

②小売業は「メタファー(比喩)」と「ギキ」といって、コミュニケーション不

きないと理解していきながら、捨てることのできない人が多い。成長著しい業界ではボトムアップが主流で、若者のSNS(交流サイト)情報感度力と収集力、横の連絡網を吸い上げ活用している。経験力不足の若者情報は、確かなものと不確かなものが混在している。業界トップはそれを見分ける力を持っているが、コミュニケーション不

を創りだすであろうニューブランド。②業界への期待:アパレル企業にも、最先端メディアを大胆に活用し、自社製品を積極的に訴求する挑戦が期待される。

松本 大地

商い創造研究所 代表取締役

・「誠実なファッションビジネス」への回帰
高い上代(小売価格)をつけてオンラインブレンからマークダウンをする服、カシミアやアンゴラなど高級素材の部位を拡大解釈した素材、工業製品をつくるような粗い縫製、本来の使命を果たさずに低価格品をつくり続けるアウトレットビジネス、旬の装いを減退させたバーゲンの常態化など、不誠実なモノづくりや小売のビジネスは生活者の不信感を呼び、ファッション業界全体を脆弱化させた。17年は誠実なファッションビジネスへの回帰が進むことを期待したい。キーワードは「矜持」。良質なモノづくりと信頼される店舗経営、その社会的使命と誇りを持って安易に妥協しない矜持の姿勢こそが、閉塞状況を打破する近道になる。

松本 白合

合

・スマート衣
スマート衣用して体の姿勢収集できるような新素材が顕る。今後、IoT(技術)の運転とドラ事故を未然に

北川 羊
ミックブラ
テキスタイル
2016年は変わる厳しい年響が形となつてると予測します透による新しいすます盛んに刺激するデザインれるでしょう。マルチな感嘆て川村元気氏、ションブランドサトなど日本を發揮してく少し先を見て

川畑 洋之介

1月10日発行 7月号