



三越伊勢丹×日本テキスタイルデザイン協会

三越伊勢丹×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、通常でも時間がかかり疲れますが、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、協会の名前をいいながら販売していった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。売上げが好評なこと、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こ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いきました。

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。

文責:豊方 康人

