

■特集



JB (ジョイント・尾州) パリ展

368名が来場、確かな品質に高い評価

JB(ジョイント・尾州)ブランド構築事業委員会(委員長豊島半七宮商工会議所会頭)は3月6,7,8日の3日間、パリ・ルーヴル美術館の「モードと織物美術館」ギャラリーを会場として「JBブランド・パリ展示会」を開催した。3日間の会期中、パリ・プレタポルテ協会傘下のアパレルメーカー、クリエイターおよび訪仏中の日本のアパレル、生地問屋、商社など計368名が来場した。「JBブランド」のパリでの立ち上げを目的とした今回の展示会に対して、来場者は「感性、品質に加えて展示方法も素晴らしい」と高い評価を下していた。



ルーヴル美術館の「モードと織物美術館」

今回の展示会の目的は、尾州産地の織物とニット(ジャージー)をJBブランドとしてパリ・ルーヴル美術館を会場として世界にアピールする、というもの。テーマは「日本におけるテキスタイル文化の開花」(尾州ブランドの発信)で、参加企業は16社・1グループ、計17。具体的にはいわなか、オガワテキスタイル、木玉毛織、小池毛織、滝善、田中テキスタイル、長大、艶金興業、丹羽正毛織工場、野村産業、ブルーファイン、三星毛糸、みづほ興業、山長、渡六毛織、石慶毛織、FDC匠ネットワーク。

展示会の準備からオープン、クローズ、搬出状況は 6日、8時会場施工開始、12時施工完成 6日、13時オープン、18時閉場 7日、10時開場、17時閉場 7日、



菱沼良樹氏の作品

18時レセプション開始、20時終了 8日、10時開場、17時閉場 8日、17時30分撤去開始、19時30分撤去終了、搬出、というもので、初めての海外展にもかかわらず順調に推移した。

会期中の来場者は3日間合計368名で、主な来場者はパリ・プレタポルテ協会参加のアパレルおよびクリエイターとパリのファッション教育関係者およびPV(プルミエール・ヴィジョン)に合わせて訪仏中の日本のアパレルおよび生地問屋、専門・総合商社などだった。このほか、スイス、ブラジルのアパレルやアメリカのNYタイムス記者も来場し、それぞれ見学・商談、取材を行った。

催事内容は パリ・ネリ - ロディ社のコンセプトに基づいて創作した2006年春夏服地165点 同2005~06年秋冬服地50点 春夏の生地を使用して制作した菱沼良樹の作品4点 墨コレクション6点（江戸、明治、昭和初期における毛製二次製品）。展示方法はエコロジー、マテリアル、エアリーのコンセプトテーマに基づいて、尾州産地の母なる川である木曽川をイメージして2階、階段、1階に通しの銀色プレートをはいて、コンセプト別3グループを「岸边に咲く花」として展示した



墨コレクション・陣羽織ほか



< 6日午前中の施工風景 >



< 開場とともに訪れたパリ業界関係者 >



ネリーロディ氏

プレスカンファレンスおよびレセプションは7日夕、ホテルルーフに 관계者100名を招待して開催された。

おもな招待客はPVE・ダニエル・フォール会長、パリ・プレタポルテ会長、フランス高級ブランド委員会エリベット・ボン・ソワール・デ・ポルト副会長(コルベール委員会)、ネリーロディ社ネリーロディ社長、パリ日本大使館・増山壽一商務参事官、ジェットロ・パリ・中井毅所長など。

主催者側から豊島委員長、長尾副委員長が挨拶、中井所長、D・フォール会長、ネリーロディ社長がそれぞれの立場で挨拶した。(ダニエル・フォール会長、豊島委員長、長尾副委員長の挨拶は別項)



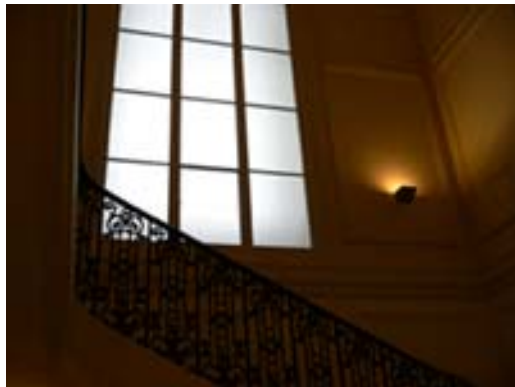
尾州産地初めての海外合同展であったため、事務局は事前に仏語による招待状、

展示会案内状、JBブランドコンセプト、尾州産地紹介資料を用意した。また現地のテキスタイル・ジャーナルに告知広告を出すなど、PRに努めた結果、今回の成功につながった。

来場者の反応

1) 展示について

「美しい」、「感動的」の声が多数あった。その理由は 木曽川の流れをイメージした展示方法 その流域である尾州産地に咲く花をイメージした作品展示 出展作品一つ一つの丁寧な物づくり、という総合評価。さらにはこうした展示（方法と作品）が「世界の美術の宝庫であるルーヴル美術館・モードと織物美術館のムードと調和している」との評価につながった。



< 展示会に関して来場者の主な声 >

「尾州が1300年の歴史があるとは知らなかった。3階の展示（墨コレ）がそれを裏付けている」

「尾州ができることを、パノラマビジュアルで理解できた。商品は感性も豊かだし、研究もされている」

「尾州を宣伝するならPVに出たら良いのでは」

「コンセプトはすばらしく、展示方法や作品を含めて愛情を感じる」

「テーマのエコロジーはEUと共通である。むしろ展示素材を見ると尾州の方が、先取りしているようだ」

「ストーリー付けが良いし、クリエイティビティを感じる」

< JBブランドについて >

「私は尾州を知らなかったが、“JB”は簡単でわかりやすい」

「テキスタイル業界はEU業界も日本業界も同じ環境にある。それぞれの独自性が必要

であり、JBブランドはそうした方向を示唆しており、良きPR効果をもたらすだろう」

< 商品に関して来場者の主な声 >



「欧州人が気に入る素材が多い。（価格を別にして）商品はパリでも受け入れられる」

「軽くて薄い素材が良い」

「竹素材や和紙に興味をもった。竹はパリでも店頭に出始めた」

「竹とコットンとの融和が何ともいえない良い味を出している」

「コットンがすばらしい」

2) 商談

今回は商談を目的とした展示会ではなかったが、リクエストもあった。希望者には現地エージェントを紹介した。

3) 来場者

主な来場者は以下の通り。

欧米企業 = PVE、ネリ・ロディ、クリスチャン・ディオール、ブティック19

日本企業 = 伊藤忠、伊藤忠フランス、伊藤忠ファッションシステム、蝶理MODA、兼松繊維、カネマツイタリア、瀧定名古屋、ササキセルム、モリリン、三井物産インターナショナル、八木通商、瀧定大阪、ワールド、京都吉忠、サンエーインターナショナル（イタリア）、三陽商会、レリアン、ウンガロ

団体・学校 = ジェトロ・パリ、文化女子大学、日本アパレル産業協議会、日本ニット工業組合連合会、FIT

メディア = ニューヨークタイムズ、織研新聞、センイ・ジャーナル、ハイファッション、装苑