



第 10 回 アジアファッション連合会 シンガポール大会 REPORT

2013 年
一般財団法人日本ファッション協会

第 10 回アジアファッション連合会 シンガポール大会 REPORT

- I. 期 間 : 2013 年 5 月 15 日(木) ~ 16 日(金)
- II. 場 所 : シンガポール・ Raffles City Convention Center, Pit Building 他
- III. 参加人数 : 約 200 名
- IV. 概 要 :

1. アジアファッション連合会(AFF)参加国

AFF Japan	一般財団法人日本ファッション協会 (JFA)
AFF China	China Fashion Association (CFA)
AFF Korea	Korea Fashion Association (KFA)
AFF Singapore	Textile Fashion Federation Singapore (TaF.f)
AFF Thailand	Thai Garment Manufacturers Association (TGMA)
AFF Vietnam	Vietnam Textile & Apparel Association (VITAS)

2. AFF について

ファッションを生活文化全般と広く捉え、加盟国の相互理解の下、各国の生活文化の向上を図ると共に、ファッションビジネスを活性化させ、アジアのファッションを世界に発信することを目的に 2003 年 12 月に日中韓の連合会として発足。その後、2007 年にシンガポール、2008 年にタイ、2009 年にベトナムが加盟し、今年で 11 年目を迎える。

3. 大会等概要

AFF 大会は、生活文化向上の啓発、および、参加国の相互理解・交流をベースにファッションビジネスの活性化を目的とし、年に一度、加盟国持ち回りで開催している。

第 10 回シンガポール大会は、官民一体となって進めるアジア最大級のファッションイベント「Asia Fashion Exchange (AFX)」と会期を合わせ、AFF ファッションショーや、AFF セミナーをそれぞれ同会場で実施。国内外から約 2 万人のファッション関係者が集う AFX の場を活用し、AFF 活動の周知や、グローバルビジネス展開の機会を創出した。

今大会では、AspirAsia (Aspire Asia) をテーマに、各国デザイナーが都会的で洗練されたクリエイションを発表するファッションショー、国内外からファッション業界のオピニオンリーダーが講演する国際シンポジウム、情報交換や人的交流促進を図るレセプション・パーティーを実施。併せて、AFX のコンテンツのひとつである国際見本市「Blueprint」会場内に AFF ブースを設け、ファッションショーに参加したブランドのコレクションを展示した。

また、産業視察としてファッションストリートの見学や、PARCO NEXT NEXT の訪問を通し、ファッションハブ構想を掲げるシンガポールの現状を視察。加えて、急速な経済発展を遂げるミャンマーを訪れ、ビジネスの可能性を探る視察を行った。

4. トップ会談

5月16日(木) 14:00~17:00 Raffles City Convention Center, VIP Lounge

昨年度に新規創設を検討した AFF ワーキンググループについては、日本とタイが中心となり作成した設置要綱に基づき新設が決定、各国の事務局長がワーキンググループリーダーとして就任した。更に、同グループにて初回に取り組むべき課題についても話し合わせ、初年度は①ビジネスマッチング強化、②デザイナー支援の2項目の発展に着手することとなった。併せて、引き続き生活文化の向上に関する活動を推進する。

既に公開している AFF オフィシャルサイトについては、引き続きコンテンツ拡充に努めると共に各国情報の更新頻度を高めることでサイトの活性化を図ることとなった。

次回の大会は、タイが主催国となり2014年3月中旬、バンコクにて開催する予定。

5. プログラム

(1) オープニングセレモニー

5月16日(木) 9:00~9:30 Raffles City Convention Center, Stamford Ballroom

➢ 各国 AFF 代表挨拶	AFF Singapore 委員長	Mr. David WANG
	AFF China 委員長代理	Mr. Zhang Qinghui
	AFF Japan 委員長	平井 克彦
	AFF Korea 委員長	Mr. Dae Yun WON
	AFF Thailand 委員長	Mr. Sukij KONGPIYACHARN
	AFF Vietnam 委員長代理	Ms. Dang Phuong Dung

AFF シンガポール David Wang 委員長 挨拶

- ◇ 今大会のホストとして、第10回 AFF シンガポール大会にご参加の方々、AFF 各国委員長、および、代表団の皆様を大変歓迎する。
- ◇ AFF は、ファッションからライフスタイルまで、アジアのデザインを向上させることを目的としている。今大会は、国際的なファッションアリーナで、アジアの影響力や現在の様子を見ることが出来るだろう。
- ◇ アジアのデザイナーが、グローバルなファッション都市でその影響力を拡大している。
- ◇ 世界は、常に新しい何かを探しており、アジアはその新しい何かに適している。
- ◇ 会期中は、AFF ファッションショーやセミナー等のイベントでアジアの影響力を体験するだろう。
- ◇ 単独では困難でも、アジアの国々が協力し合うことでアジアの強さが増すだろう。

AFF 中国 Zhang Qinghui 委員長代理 挨拶

- ◇ AFF 中国委員会委員長 Li Danggi、および、AFF 中国委員会を代表し皆様に挨拶する。
- ◇ 第10回 AFF シンガポール大会が開会されたことを喜ばしく思い、AFF シンガポールの David Wang 委員長、並びに、スタッフの方々にお礼を申し上げます。
- ◇ この美しい都市で AFF 加盟国の皆様にお目に掛れることを大変嬉しく思う。
- ◇ AFF が2003年に発足して以降、AFF 中国事務局の中国服装デザイナー協会は、AFF という枠組みの中、コミュニケーションを図り、協力を得て、アジアの固有文化の現代的な表現に挑戦してきた。
- ◇ 便利なロケーションに位置するシンガポールは、文化の融合が素晴らしい。グローバルファッション同様、歴史深い伝統も見ることができる。また、シンガポールは、東西のファッション産業の重要な窓口としてその評価を確立している。
- ◇ 今回の AFF シンガポール大会は、アジア・ファッション・エクスチェンジの会期中に実施されるため、ア

ジアンスタイルを世界に効果的に広めることができると確信する。

- ◇ 今回の AFF ファッションショーには、中国で最も才能のある若手デザイナー Zou You を推薦する。彼のデザインは、深い哲学的思考がシンプルに表現され、ミニマリズム・シルエットにより豊かな文化的雰囲気醸し出されている。彼の素晴らしいコレクションを是非、お楽しみいただきたい。
- ◇ AFF が共に努力することで、シンガポール大会が成功すると確信する。大会を満喫してほしい。

AFF 日本 平井委員長 挨拶

- ◇ アジアファッション連合会の第 10 回シンガポール大会が盛大に開催された事を心からお慶び申し上げますと共に、本大会の開催に大変な尽力をいただいた AFF シンガポール委員会 David Wang 委員長はじめ、関係者の皆様方に、心から感謝を申し上げます。
- ◇ AFF は、2003 年に、東アジア各国の相互交流・相互理解をベースとして、各国の生活文化向上とファッションビジネスの振興、更にはアジアのファッションを広く世界に発信していこうという想いをこめて発足した。
- ◇ これまで我々は、AFF 大会の年次開催をはじめとして、オフィシャルサイトの整備により加盟国のファッション産業動向の紹介や、各国への市場参入の環境整備等に取り組んできた。また、昨年より AFF 活動の強化のため、ワーキンググループの設置も進めており、今後の更なる発展に向けて、順調に歩み続けている。
- ◇ 皆さまも強く感じられているように、急速に成熟度を高めているアジアファッションは、世界からの注目と評価を受けるようになった。我々は、この各国の彩り溢れる生活文化を背景に持つアジアファッションを更に広く発信するとともに、この流れを加速させるために、次世代のファッション産業を担う人材の発掘や支援にも引き続き、協調した取り組みを推進せねばならないと考えている。
- ◇ 今大会のファッションショーには、将来が嘱望される若手デザイナー、森川マサノリさんを推薦した。日本の新人デザイナーの中でも一際高い注目を浴びる彼の繊細かつ斬新な最新コレクションをお楽しみいただきたい。
- ◇ 今大会はアジア・ファッション・エキスチェンジに併せて開催される。この催しの成功を心からお祈りすると共に、本シンガポール大会の成功と AFF の益々の発展を祈念申し上げます。

AFF 韓国 Dae Yun WON 委員長 挨拶

- ◇ AFF シンガポール委員会 David Wang 委員長、AFF シンガポール委員会事務局である TaFf の皆様、並びに、各国委員長やメンバーの皆様、第 10 回 AFF シンガポール大会が開催されたことについてお喜び申し上げます。
- ◇ 今大会が、世界のデザイナーやファッション関係者を一同に会する催しアジア・ファッション・エキスチェンジの場を借りて行われることは、とても喜ばしい。
- ◇ 国際都市の要所であるシンガポールは、アジアのファッション市場のハブである。免税、好調な消費、ASEAN 市場参入の窓口という特徴が、新人デザイナー発掘やその支援に相乗効果をもたらす。
- ◇ 我々は、共に将来有望なデザイナーを育てることでグローバルリーダーとなるだろう。それぞれの成長のためにこの関係を構築し続けることを望む。
- ◇ 現在の世界経済変化やアジアの政治変化で、ファッション産業にも大きな変化が起こるだろう。我々は、アジアのルーツや豊かな歴史を以ってファッションがパリやミラノ発からアジア発へとシフトする大変革を起こすだろう。AFF が、ファッションパラダイムの変化における重要な役割を果たすと信じる。
- ◇ AFF シンガポール大会とアジア・ファッション・エキスチェンジにより、世界中のファッションデザイナー

が刺激を受け、新しいアイデアを出し合い、その状況が産業をも活性化させるプラットフォームを構築すると信じる。

- ◇ 今大会の開催に際し尽力されたことに感謝する。また、共通のゴールに向かって進むこの関係を継続していきたい。

AFF タイ Sukij KONGPIYACHARN 委員長 挨拶

- ◇ AFF メンバーとして共に活動できることを大変嬉しく思う。各国が集う唯一の機会である年次大会は、今回で 10 回目を数える。この記念すべき大会開催に尽力された AFF シンガポールの David Wang 委員長、並びに、事務局に感謝を申し上げる。
- ◇ これまで大会を通し、それぞれの文化やライフスタイルを理解し、各国のファッションビジネスについて学び、情報共有やネットワーク作りに取り組んできた。
- ◇ 昨年は、AFF タイが主体となり AFF オフィシャルサイト、AFF Facebook ファンページを開設し、生活文化に関する様々な情報交換の場を整えた。サイトは、AFF メンバーだけでなく、世界の人々がアクセスし、アジアファッションや各国の生活文化を知るツールとなっている。
- ◇ アジア経済は、この 20 年で急成長をとげ、アジアファッションも成長し、グローバルマーケットに触れる機会を得た。また、アジアは、優れた技術力だけでなく、創造性についても世界に引けを取らない。従って、今こそ、実質的なビジネス協力の強化を進めたい。アジアの優れたデザイナーでも、まだ大量消費市場向けのブランドに留まっており、多くが支援を必要としている。
- ◇ AFF は、機能や利益を重視する先を見越した活動が求められる。世界にアジアのファッションを広めることについて AFF タイは、ワーキンググループ設置に賛同し、メンバーの相互協力により活動強化を実現させていく所存である。AFF メンバーの相互理解と貢献により、アジアのファッション産業が成り立っていくだろう。
- ◇ 意義ある大会のホストを務めてくれたシンガポールに感謝する。

AFF ベトナム Dang Phuong Dung 副委員長 挨拶

- ◇ 第 10 回 AFF シンガポール大会開催にあたり、AFF シンガポール委員会 David Wang 委員長、また、共通の目的を持ちファッション産業の活性化に取り組む AFF メンバー全てに御礼を申し上げる。
- ◇ ベトナムは、2009 年に AFF に加盟してから、ビジョンが広がり、アジアの友人に追いつくために繊維とガーメント産業を発展させるという使命を得た。AFF 活動は、大変重要で有益であると感じる。
- ◇ AFF は、ビジネス協力や、ファッションショー、セミナー等を通して理解を深める場である。AFF メンバーが、各国の特性を学び、楽しむことで、文化性や芸術性を持った創造的なスタイルが生まれる。更に、アジアの大志が世界観になっていくだろう。
- ◇ ベトナムは、テキスタイルとアパレル産業が発達した国である。2012 年には、総輸出売上高が 172 億ドルで、テキスタイル、および、ガーメントについては、世界第 5 位にランクインした。さらに、強力なファッション産業を構築するために、絶え間なく努力をしていく所存である。
- ◇ デザインやファッショントレンドの発信は、ベトナムのテキスタイルやファッション産業を発展させるコンパスの磁針のようだと思う。
- ◇ 我々の歩みはまだ始まったばかり。PARCO JAPAN が、シンガポールでビジネス支援等を行ったように、ベトナムは、ファッションビジネスに対する支援や指導、若手デザイナーのトレーニングプロジェクトについての支援を要している。
- ◇ 今大会で皆様にお目に掛れ光栄である。また、大会の成功を祈る。



左から ○韓国委員長 ○シンガポール委員長 ○日本・平井委員長
○タイ委員長 ○中国委員長代理 ○ベトナム副委員長

(2) セミナー

5月16日(木) 9:30~12:30 Raffles City Convention Center, Stamford Ballroom

世界各国のオピニオンリーダーによるセミナーを実施。今回は、講師にルイヴィトンのアジアグループ代表、フロントランナーとして活躍するシンガポールアパレル企業の取締役、国際展開の合理化を提案する小売業のディレクター3名をお招きし、ビジネスチャンスの創造や、経済状況に左右されないブランディングのヒント、小売業の範囲を拡大し今後の可能性を探る重要性などについての見識を聴講した。

第1部 『Going for growth in the world of change』

講師：Mr. Ravi Thakran, Group President, LVMH

要約：世界の変化と共に主要国のGDPは、変貌を遂げた。特に中国については、データ上、2005年にフランス、2006年にイギリス、2007年にドイツ、2009年に日本のGDPに追いついている。また、高級品市場でも2012年に中国での売上高が第1位となり、アジア顧客が市場規模の50%に達する結果となった。更に、淘宝(タオバオ:中国のショッピングサイト)の1日の売り上げは、アメリカのCyber Monday(オンラインショップにおけるホリデーシーズンのセール初日)の販売額を既に上回っている。LVMHは、アジア戦略として中国人消費者の動向・趣向を認識することで、2012年の総収入281億ユーロを維持した。

LVMHは60を超える有名ブランドを保有し、世界各地で3200以上の店舗を展開、70カ国に計10万人を上回る従業員を抱え、ラグジュアリー商品を扱うリーディングカンパニーである。各ブランドは、革新と創造性、優れた商品とサービス、ブランドイメージの強化、起業家精神、リーダーシップといったコアバリューに忠実であることで“art de vivre”(life is art)を具現化している。アジアの製品を広めるためには、西洋の製品=ラグジュアリーと定義する消費者の見識を変える必要がある。その際は、創造性のある人材の起用、精妙な製品、美しいパッケージ、ビジュアル



ル・マーチャンダイジング、凝った店内デザインといった西洋の方策を取り入れるとよい。更に、特注生産や、スタッフ教育による顧客満足度の向上、特別なポイントサービス、より良いデリバリシステム、ソーシャルメディアとイーコマースの導入を提案したい。時代の変遷時に成長を遂げたアジアブランドの大半は、このような手法を吸収・実践している。アジアの時代は、本格的に始まっている。

第2部 『Building a fast fashion brand for Asia』

講師： Ms. Ann Kositchotitana, Founder & managing Director, Front Row Group

要約： Front Row Group は、小売り(Front Row, A.P.C, FLYNOW)、卸売、フランチャイズ(Front Row Studio, HLS Group)、クリエイティブ・プロダクション、および、コンサルタント業を行っている。現在は、ブランド発掘や大規模な取引先開拓、新しいマーケット進出が容易ではない。故に、小売については、常に時代の先を見越し、国際化の拡充、次世代のファッションクリエイターの発掘に力を入れている。また、目利き消費者が、次に何を望むのかということをしっかり把握した対応を取り、更に、国内外のメディア対策については、非常に有能なチームを編成している。



マーチャンダイジングを成功させるポイントは、以下の7点。①無条件に自社商品を愛さないこと、②マーチャンダイジングではなくプロダクト優先にすること、③新しいアイデアを試すこと、④調整力を強化すること、⑤売らないものは処分すること、⑥イチから始めず、連携協力すること、⑦ブランドに対してはキュレーターになること。

第3部 『5 Retailing trends you will want to watch』

講師： Ms. Mercedes Gonzalez, Director, Global Purchasing Companies

要約： 敏感な消費者を抱えるファッション産業は、現在、危機的状況にある。ブランドは、消費者動向の理解を怠ったため、製品はコンセプト設定から8~12カ月で店舗に置かれ、至る所に同じようなものが存在する。更に、ポイントサービスが過剰。

今こそ、小売モデル再建の時である。我々は、産業文化を変えなければならない。消費者の声に関心を寄せ、勇気をもって変化を選択しよう。変化を起こすにあたり取るべき方法は、以下の5点。

①ターゲットをあいまいにしないこと。②ビジュアル、マーケティング、ソーシャルなどに明確なイメージを持つニッチでコアな顧客の意見を支持すること。これによりコア層を疎外することなく、消費者数拡大も図れるだろう。③Twitterやfacebookなどのソーシャルメディア対応については、モチベーションが何であるかを自問すること。④ショップに来店する価値を顧客にどう示すかを考えること。⑤消費要因には、デザインのイノベーション、素早い注文対応、品質価値、情緒的な繋がり等があることを把握すること。



現代の消費者は、価格よりも時間を優先する傾向にあるため、リテイラーは、良いコレクションを持っていないといけない。バイヤーは、ファッションエディターや販売プロ、スタイリストにもならなくてはならない。小売ブランドは、ブランドの差別化が出来ているか、コアターゲットをどう理

解しているか、顧客の期待にどのくらい迅速で柔軟に対応できるかを重視しなければならない。



セミナー全体風景

(3) レセプションディナー

5月16日(木) 18:00~20:00 Raffles City Convention Center, Swiss Café

加盟国メンバーが参加し、意見・情報交換等を通して参加者間の交流が行われた。

(4) ファッションショー

5月17日(金) 14:00~15:00 Pit Building (Blueprint会場内)

加盟各国にて将来を嘱望されるデザイナーによるファッションショー。今回は、「AspirAsia」(Aspire Asia)をテーマとし、都会的で洗練された作品を披露。各国の選抜デザイナーは、豊かな感性と、高い技術力により創り上げたコレクションそれぞれ15点を発表、計90点がランウェイを彩った。

ショーは、国際展示商談会「Blueprint」の会場にて実施し、世界各国から集まったメディアやバイヤーを初めとするファッション業界関係者にもアジアンクリエイションの魅力をアピールした。

また、Blueprint会場内にAFFコレクションコーナーを設け、参加デザイナーのコレクションを展示することで、グローバルなビジネス展開の機会を提供した。



ファッションショー会場

【参加デザイナー】

Japan

森川 マサノリ / CHRISTIAN DADA

CHRISTIAN DADA official site (URL) <http://www.christiandada.jp>

《プロフィール》

1984年生まれ。「CHARLES ANASTASE」より独立した後、2010AWシーズンより自身のファッションブランド「CHRISTIAN DADA」をスタート。2011AWより単独ランウェイ形式でコレクションを発表。また、2011年6月に行われたMTV AID JAPAN AWARDのレディー・ガガの衣装を手がけ、紅白インタビュー衣装にも使用される。更に翌年、世界ツアー用衣装をアルマーニ以外のデザイナーで初選出されるなど、多岐に渡り活躍中。



《ブランドコンセプト》

アドレッセンス（思春期）性を持ったプロダクトアウト。服を『着る』というだけの概念にとらわれず、各個人のアイデンティティをひとつのツールとして表現する。



Singapore Priscilla Shunmugam / Ong shunmugam

Ong shunmugam official site (URL) <http://ongshunmugam.com>

《プロフィール》

中国人の母とインド人の父を持つ。

大学卒業後、ロンドンファッションカレッジに留学。

帰国後、2010年に自身のブランド「Ong shunmugam」を立ち上げる。

2011年、Raffles Place にショップをオープン。

2012年、パリコレ初参加。Elle Awards にてシンガポールデザイナー・オブ・ザ・イヤーを受賞。

また、2012年よりシンガポール・ナショナル・ミュージアムにて講演会を実施するなど広く活躍する。



《ブランドコンセプト》

伝統的なアジアドレスの提議や概念に革新をもたらす。アジアの美意識やテキスタイル、服飾の歴史を取り入れ、現代女性にオリジンとアイデンティティについて語りかける。



China

Zou You / YOUZ

YOUZ official site (URL) <http://www.yoox.com>

《プロフィール》

China Central Academy of Fine Arts 教授、The Beijing Institute of Fashion Technology 学士アドバイザー。

ファッションデザインやデザインマネジメントの実践や研究に献身し、多くのアート・デザインプロジェクトに参画する。

2009年に自身のブランド「YOUZ」を立ち上げ、China Fashion Week や、韓国・プサンにてコレクションを発表。

2011年には、イタリア・ミラノで行われた「The Vogue Talents Corner exhibition」に出展した。



《ブランドコンセプト》

実用性と人間性を合わせ持ち、創造性と個性を主張する。



Korea

Suk Tae Lee / KAAL EISUKTAE

KAAL EISUKTAE official website (URL) <http://www.kaalesuktae.com/>

《プロフィール》

1997年、自身のブランド「KAAL EISUKTAE」を立ち上げる。
 2000-2003年、ブランド「MINIMUM」、「Objee Y&K」、「Lie Sang Bong Paris Collection」、「YK038」のチーフデザイナー
 2010-2012年、各国のトレードショー「Tranoi Paris」、「Coterie New York」、「The Train New York」、「Blueprint」に出展
 2012年、Herald /Dong-A TV 主催「Designer of the Year」、
 Korean Federation of Textile Industries 主催「The Excellent Brand」受賞
 2012年、Seoul Collection に9回目の参加



《ブランドコンセプト》

アバンギャルドを追求するモダンブランド。ハンディクラフトにこだわり、ストリートファッションと文化的な感性を探求する。



Thailand Bhubawit Kritpholnara / ISSUEIssue official website (URL) <http://www.issue.co.th>

《プロフィール》

Thai Vichitsin College in Fine Art 卒業後、自身のブランド ISSUE を立ち上げる。

1999年、バンコク市内の Siam Square に初出店。現在は、バンコク市内に 5 店舗を展開する。

2002年、Elle Fashion Week にて初コレクション発表

2003年、ミラノで開催する WHITE trade fair にタイデザイナー代表として参加

2005年、Bangkok Fashion Week 初参加

2009年、Design For Asia Award にて銅賞受賞

2011年、シンガポール・Men's Fashion Week にてコレクションを発表

他にも、自身のブランド LEMUIRIA, Lux Siam, Flower Poem, YIMSU を手掛ける。



《ブランドコンセプト》

古代文化や宗教、信念や遍歴を作品の中で進行させる。



Vietnam **Dao Le Dieu Anh** / dieu anh
 dieu anh official website (URL) <http://www.dieuanhspace.com>

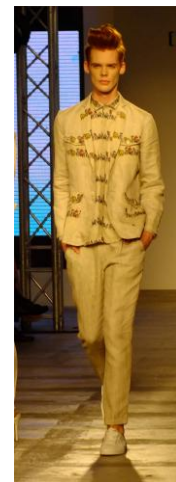
《プロフィール》

1998 年、SEIKO AWARD 受賞
 2002 年に Fine Art University (ホーチミン) 卒業後、L'Ecole de la
 chambre Syndical de la Couture Parisienne (フランス) に留学
 1999 年、「サイゴン 300 周年記念セレモニー」にてスワロフスキー
 主催のファッションショーに参加
 2000 年、「ハノイ 990 周年セレモニー」の Dragon Land Show (フ
 アッションショー) 参加
 2005 年、自身のブランド dieu anh を立ち上げる
 2010 年、Tokyo 新人デザイナーファッション大賞 受賞



《コレクションコンセプト》

ベトナムの生活、風物詩、風刺などが描かれる Dong Ho 版画のイメージに、独自のアレンジ
 を加え、新たな図柄を考案。デザインに若さや新鮮さ、力強さを吹き込み Asian Aspiration
 を表現。



(5) AFF 大会 関連イベント 見学

① BLUEPRINT

5月17日(金) 15:00~16:30 The Pit Building

場内に設置された「AFF ブース」や、各国から出展したブランドを見学した。

《BLUEPRINT 概要》

アジアを中心に世界のアパレルブランド約 180 社が集まる国際見本市。来場者数は、約 9,000 人、世界各地から 300 名を超えるバイヤーが集まる。会期後半 2 日間は、一般消費者向け「ブループリントエンポリウム」を実施。出展ブランドが展示アイテムを販売し、一般消費者・観光客約 7,000 人を集客する。今回は、AFF ファッションショーに参加した 6 カ国デザイナーが、自身のコレクションを展示すると共に商談に臨んだ。

【主催】 Blueprint Group Pte Ltd 《Textile and Fashion Federation (AFF シンガポール事務局)、MP Asia Pte Ltd、Mercury Marketing and Communications の合弁会社》



AFF コーナー

シンガポールデザイナー「a.w.o.l.」ブース
(2012 年東京大会・ファッションショー参加)

展示商談会「Blueprint」内風景



② Audi STAR CREATION カプセルショー

5月17日(金) 18:00~18:30 マリーナプロムナード

前年の「Audi STAR CREATION」入賞者によるファッションショーを見学した。

《Audi STAR CREATION 概要》

2010 年より開催されるアジアの若手デザイナー発掘コンテスト。2012 年は、13 ヶ国から 255 人、

2013年は16ヶ国から355人がエントリーした。入賞者には、アウディ・シンガポールから1万シンガポールドルや、大手アパレルFJベンジャミンでのインターンシップ等の特典が与えられる。

【主催】 Textile and Fashion Federation (AFF シンガポール事務局)



カプセルショーの様子



(6) 産業視察

① ファッションストリート

5月17日(金) 11:00~11:30

新進クリエイターが多く出店するファッションストリート「Haji Lane」を訪れ、シンガポールの小売店の様子や最新トレンドを視察した。



Haji Lane



Haji Lane 沿いのショップ



② PARCO NEXT NEXT

5月18日(土) 10:00~11:00 パルコ・マリーナベイ内

パルコ・マリーナベイ店内に若手デザイナー支援エリアとして設置されている「PARCO NEXT NEXT」を訪問。パルコご担当者の案内の元、180坪のスペースに現在21組のブランドに売り場を提供している店内や、各ショップのクリエイションを見学した。

《PARCO NEXT NEXT 概要》

シンガポールの若手デザイナーを対象とし、育成とビジネスサポートを目的に2010年3月にスタートしたインキュベーションプロジェクト。主な支援として、パルコの店舗を活用した販売スペース提供や、18ヶ月間のクリエイティブ・ビジネス研修提供がある。

【運営】PARCO Singapore Pte Ltd と Textile & Fashion Federation (AFF シンガポール事務局) が、スプリング・シンガポール (起業家支援を担う政府機関) の資金援助を受け、合同で行う。



PARCO NEXT NEXT 店内



(7) 生活文化視察

① プラナカン博物館

5月16日(木) 15:30~16:30

「プラナカン文化」を紹介する博物館を訪れ、東西交易の要衝であったマレー半島やシンガポールならではの、様々な文化が融合し独自のスタイルに形成され今に伝わる伝統文化に触れ、近未来的なイメージとは異なるシンガポールの側面を認識した。



② ミャンマー・ヤンゴン市内

5月18日(土) 9:30~10:30

経済発展を続けるヤンゴンの様子を見学。

まず、新しいライフスタイルの象徴とも言える市内最大規模のショッピングセンター「ジャンクション・スクエア」を内覧した。こちらは、2012年3月にオープンし、総売場面積27,900m²に、ショップ、銀行、シアター、飲食店を包括する。日本からは、百円均一ショップ「ダイソー」が出店し1800チャット(約180円)均一にて日本製品を販売。また、上層階のレストラン街には、ミャンマー人経営の和食屋「Little Tokyo」がラーメンや寿司を提供している。

一方、伝統的な生活仕法である市場「ボジョーアウンサン・マーケット」にも訪れた。こちらは、イギリス植民地時代にあった1926年に建設された建物を現在も使用。重厚感漂う屋舎の内部では、小さな店舗が隙間なく並び、地元の買い物客や観光客で賑わう様子が覗えた。

都市部のファッションについては、市場経済の発展とは別に、民族衣装である巻きスカート「ロンジー」の着用や、樹液から作る「タナカ」という日焼け止めの使用など、従来のスタイルを保つ人々が多く見られた。



街の様子（幹線道路の渋滞）



街の様子（建設ラッシュ）



DAISO（ジャンクション・スクエア内）



ボジョーアウンサン・マーケット外観



ボジョーアウンサン・マーケット内部



「タナカ」を作る女性



「ロンジー」を着用する人々

(8) ミャンマー進出企業関係者との懇談会

5月18日(土) 17:30~18:30 Sedona Hotel Yangon

三井物産株式会社ヤンゴン事務所所長をお招きし、市場開放に伴い目覚ましい経済発展を遂げるミャンマーの現状、急速な成長による問題点、ミャンマーの国民や市場の特性などを解説いただき、懇談会を実施した。

V. 大会情報掲載紙

【2012.07.13 織研新聞】

AFF、シンガポールで10回大会 6カ国デザイナーがショー

日本、中国、韓国、シンガポール、タイ、ベトナムの6カ国のファッション関連団体で作るアジアファッション連合会（AFF）は、「第10回AFFシンガポール大会」を開催した。公式行事として行われたAFFファッションショーでは各国の若手デザイナーが作品を披露、日本からは「クリスチャン・ダダ」（森川マサノリ）が参加した。

AFFはアジア諸国の生活文化向上とFB（ファッションビジネス）の振興を目的に03年、日中韓の3カ国で結成、以後3カ国が加わり現在の陣容になった。毎回、FBや生活文化に関するセミナーとファッションショーを開催。各国代表者による委員長会議で、活動方針などを協議している。



AFFファッションショー
（クリスチャン・ダダ）

今回のセミナーでは、LVMHモエ・ヘネシー・ルイヴィトンによるアジア市場の消費者、小売

りの動向やビジネスチャンスについて、またアジア発ブランドを多く扱うフロント・ローグループから急成長ブランドをいかに構築するかなどが報告された。

委員長会議では、日常的な活動を推進するためのワーキンググループの設置を確認。ビジネスマッチングや若手デザイナーの育成、AFFウェブサイトの運営など今後の活動の方向についての議論が行われた。

次回は来年

3月タイで

次回の第11回大会は、14年3月12、14日の日程で、タイで行われるファッションの総合見本市「バンコク・インターナショナル・ファッション・フェア&バンコク・インターナショナル・レザール・フェア」（BIF&BIL）と連動して開催する。

【2013.05.27 繊維ファッション SCM 推進協議会 FISPA-NEWS】

「アジアファッションの未来」－AFF シンガポール大会から ①

シンガポールの挑戦(上) 目指すはファッション市場のハブ

日本ファッション協会(馬場彰理事長)などで構成するアジアファッション連合会(AFF)のシンガポール大会が去る5月16、17日の両日、シンガポールで開かれました。日本、中国、韓国、シンガポール、タイ、ベトナムの6カ国で構成するAFFは、加盟各国の相互理解・交流、アジアファッションの世界発信、ビジネス促進などを目的に2003年に東京で発足。各国持ち回りで開く年に1回の大会は今回で10回目です。

今大会で最も印象に残ったことは、ホスト国、シンガポールのファッション産業に賭ける熱い思いでした。シンガポールの街の目抜き通りには、「アジアファッション・エクスチェンジ」(AFX)の文字を印刷した垂れ幕が懸り、ロータリーには同じ文字が入った丸い街灯が灯っていました。

人口はわずか500万人強で資源もない都市国家にとって、ファッション産業の振興は国の未来を担うことができる有力な産業なのでしょう。5月13日から19日まで開催されたAFXの期間中、AFF大会のほか、特設テントでの各種ファッションショー、新人育成のためのファッションショー、アパレル製品の展示商談会、世界のオピニオンリーダーが講演する国際シンポジウムが併催されました。

街中の垂れ幕や特設テント、パンフレット類には、自動車メーカー「Audi(アウディ)」の文字が印されていました。ニューヨークや東京のコレクションショーのスポンサーであるメルセデス・ベンツに対抗する戦略なのでしょうが、シンガポールのファッションイベントに相当額の支援を行っています。「スター・クリエーション」は、新人デザイナーの育成が目的のショーですが、その会場も特設テントでした。

シンガポールは、アジアの航空交通の要衝です。同国には、国内にテキスタイルやアパレルの製造業がありません。しかし、生産なら周辺にある優れた製造拠点を活用することができます。世界で活躍できるクリエーション人材を育成すれば、ファッションハブの座をつかむことができます。そうした国家戦略がAFXに具現化しているようです。

(聖生清重)

【2013.05.27 繊維ファッション SCM 推進協議会 FISPA-NEWS】

「アジアファッションの未来」－AFF シンガポール大会から ②

シンガポールの挑戦(下) パルコの若手支援と女性起業家

ひとつの売場とひとつの講演がシンガポールの今を象徴しているように思えました。まずは、ひとつの売場。シンガポールパルコの一角にある、若手デザイナーのビジネスを支援する「パルコ・ネクスト・ネクスト」です。開設は3年前で、パルコが自主運営する売場ですが、シンガポール政府の中小企業支援機関からの支援も受けています。支援期間は5年。支援額は政府の意向で公表していないとのことでした。現在は、21組の商品を180坪のショップ内に並べています。毎年、ブランドを入れ替え、平均して20～25組のデザイナーブランドを扱っています。デザイナー自身が売場に立つ一方、昨年是一部ブランドを2週間の期間限定で東京・渋谷パルコでも販売しました。ブランドの選択を含めた運営では、シンガポールのテキスタイル&ファッション協会「TaF. f」が協力しています。同協会の会長はAFFシンガポール委員会委員長でもあるデビッド・ワン氏です。支援の対象はシンガポール人であること。政府の資金を投じているためですが、シンガポール政府がシンガポール出身の世界的なデザイナーの発掘・育成に力を入れていることがうかがえます。

講演は、AFFセミナーのひとつで、講師はシンガポールの新進企業、フロントランナーの代表取締役、ア

ン・コシチョティティナーさん。米国在住 20 年のキャリアを生かして設立した会社は、同じく在住 20 年の韓国人と出会ったことで、両者の協働によるアパレルブランド「ヘッドライン・ソウル」を昨年 4 月に生み、すでにシンポールのほか、クアラルンプール、韓国にも出店、来年はタイ、インドネシア、中国に出店し、2 年後には米国、豪州にも出店するとのことでした。「韓国のホットなファッションに国際感覚を盛り込んだブランド」は「文化交流から生まれるクリエイション」で、韓国人以外でもフィリピン人との協働作業によるショップをマニラにオープンしているそうです。若手デザイナーの育成と文化交流によるブランド開発。キーワードは起業です。
(聖生清重)

【2013.06.04 繊維ファッション SCM 推進協議会 FISPA-NEWS】

「アジアファッションの未来」－AFF シンガポール大会から ③

最後のフロンティア、ミャンマー(上) 投資ブームに沸く

民主化と経済改革が急速に進むミャンマー。三井物産の朝比奈志郎ヤンゴン事務所長は、軍政時代で街のあちこちに兵士の姿があった 3 年前にミャンマー最大の都市ヤンゴンに赴任、この間の変化を目の当たりにしてきました。同氏は、ミャンマーの状況をこう見ています。「ヤンゴンは、バンコクに 30 年、ジャカルタに 20 年、ホーチミンに 10 年遅れています。追いつくスピードはこれらの半分かそれ以下でしょう」。かつて、中国の変化を中心とした国際社会の変化は「ドッグイヤー」と形容されましたが、ミャンマーの変化のスピードは「分刻み」と形容できそうです。

ミャンマーの魅力は、豊富で低廉(中国の 5 分の 1)な労働力、地頭がよくまじめ、親日的、治安のよさ(朝比奈さんが赴任して以降の 3 年間で殺人事件は 1、2 件とのこと)、豊富な資源などです。

実際、中国、韓国、タイなどがエネルギー関連投資を活発に行う一方、低廉・豊富な労働力が活用できる縫製業への投資も増加しています。日本からは、縫製で大栄既製服、伊藤忠、マツオカコーポレーション、ハニーズがすでに進出しています。昨年 4 月に進出し、黒色のチノパンの専用工場を稼働させているハニーズは初年度から黒字で、今夏、第二工場を稼働させる予定とのこと。他社も軒並み増設を計画しているようです。

低コストを求めて地球の各地へ移る縫製産地。中国一極集中のリスクを回避するために中国以外にも縫製拠点を確保する「チャイナプラスワン」の候補地として、ベトナム、バングラデシュが名乗りをあげ、現に多くの日本企業が進出していますが、ミャンマーは「アジア最後のフロンティア」として、「チャイナプラスワン」の役割を果たすことになりそうです。

課題がないわけではありません。政治的には「暗黒の時代には戻らない」(朝比奈さん)とみられるものの 2015 年 11 月の総選挙がターニングポイントになりそうですし、現状でも電力不足が深刻です。それでも敬虔な仏教徒で明るいミャンマー人は、課題を克服することでしょう。
(聖生清重)

【2013.06.07 繊維ファッション SCM 推進協議会 FISPA-NEWS】

「アジアファッションの未来」－AFF シンガポール大会から ④

最後のフロンティア、ミャンマー(下) 生産地が消費地に

アジアの秘境から最後のフロンティア。ミャンマーの今を象徴する表現として、このキャッチコピーがぴった

りです。わずか、1泊2日の旅でしたが、魅力的なフロンティアであることは確かではないかと感じました。

まず、人口です。6300万人はタイと同規模。面積は日本の約1.8倍(アセアンで第二位)。食料自給率は127%。豊富かつ低廉な労働力のことは前回紹介しました。英国の植民地だったことから英語を理解する人も一説によりますと90%にのぼるそうです。

さらに魅力をあげれば、地理的な優位性です。合計で6億人を数え、世界でも有数な経済発展を続けているアセアン諸国を市場としてとらえた場合、同地域向け消費財の生産地としての優位性が発揮できます。13億人の中国、11億人のインドを加えますと、その市場規模は約30億人にものぼります。

もともと、現状は、国民1人当たりGDPは約835ドル(2012年)。最貧国です。しかし、「実態的な一人当たりGDPは1700ドルで、日本方式のコンビニエンスストアが成立する額」(日本アセアンセンター)だそうです。タイや中国も生産地から一気に消費地に駆け上がりました。おそらく、ミャンマーもそうした「歴史の法則」にそって急ピッチで歩むことになると思われます。

ヤンゴン市内に昨年4月にオープンしたショッピングモール(SM)、ジャンクション・スクエアを視察しました。地元とシンガポール資本による、このSMは4階建てで、大規模なものではありませんでしたが、化粧品売り場には資生堂、カネボウのコーナーがありましたし、アパレル製品のショップもありました。映画館、スーパーマーケットも併設されていて、訪れた日が日曜日だったことあるのですが、客の数も多く「最貧国」とは、思えない光景でした。

話題は、100円ショップの「ダイソー」です。ミャンマーでは「180円ショップ」ですが、日本プロダクト(日本企業による高品質商品の生産)の信頼が高く、人気のショップになっているそうです。(聖生清重)