

『目に見えないものにこそ価値がある』 世界に発信するジャパンモードブランド

「目に見えないものにこそ価値がある」をコンセプトに中性的なエイジレスモードを提案するレディースアパレルブランド「shinyaseki」を企画・販売する。変化する『デザイン・フォルム・サイズ』が特徴であり立体裁断で仕上げたデザインと機能美を追求したクリエイションが際立つ。代表兼デザイナーの関氏は文化服装学院を卒業後、第4回新人賞国際コンクールで受賞し、2011年より同ブランドをスタート。2017年より発表の場をパリに移し、海外展開を進めている。

- | | | | |
|----------|---|--------|-------|
| ● 所在地 | 東京都渋谷区本町1丁目4番3号
エバークレイス本町305号 | ● 設立 | 2013年 |
| ● 電話/FAX | 03-6300-4262 / 03-6300-4297 | ● 資本金 | 300万円 |
| ● URL | http://www.shinyaseki.info | ● 従業員数 | 3人 |
| ● 代表者 | 代表取締役 関 慎也 | | |



独自の技術、オリジナル素材で幅広い女性層にファンを持つ

自社ブランドshinyasekiは『目に見えないものにこそ価値がある』をコンセプトに、中性的でエイジレス、どこことなく漂うミニマムな美しさを追求したレディースウェアとバッグを提案している。また、デニム生地で有名な岡山の児島で、天然素材である麻に二度の加工を加え、新たな柔らかな独特な風合いを表現する等、オリジナル素材の開発にも取り組んでいる。こうした独自の素材を使い、着心地の良さも追求したスタイリングへのこだわりや、柔らかなシルエットで幅広い女性層に支持されている。



代表作『変化するトレンチコート』

「地産地消」をテーマに全国の百貨店にて、期間限定店を開催

日本製の素材を多く使用し、商品の生産を行っている。自らのデザインをかたちにするために産地と細やかなコミュニケーションをとり、協業でオリジナル素材の開発に取り組んでいる。また、縫製も国内工場を利用し、地域資源を積極的に活用している。さらに、各産地別の特徴を生かしたコレクションの期間限定店を提案し、全国各地の百貨店で開催する等、「地産地消」による地域活性化に取り組んでいる。



各地百貨店での期間限定ショッップ

デザインと機能美を追求したクリエイションを世界に発信

同社は2017年からフランス・パリにおける合同展示会に継続して出展し、海外販路を開拓してきた。初回出展時、バイヤーから見たブランドイメージが自らが期待していたものと大きく異なることに衝撃を受け、「shinyasekiらしさ」を十分に表現したアイテムとして『デザイン・フォルム・サイズの変化』を特徴とするアイコンウェアを開発。国内に先行して展示会で提案をし、多くの受注を得ることに成功した。新しい技法である形状記憶素材で自由自在に『変化するデザイン』を特徴とし、合同展でもバイヤーの目を引くアイテムのひとつとなっている。



『日本を世界へ』 トラノイ・パリ出展