

A person is shown from the back, wearing a gold crown and a long, shaggy blonde wig. The background is dark with many colorful balloons in shades of red, pink, yellow, blue, and green. The text 'SHINYA KOZUKA' is overlaid in white, stylized, hand-drawn letters across the center of the image.

SHINYA KOZUKA

BRAND PROFILE

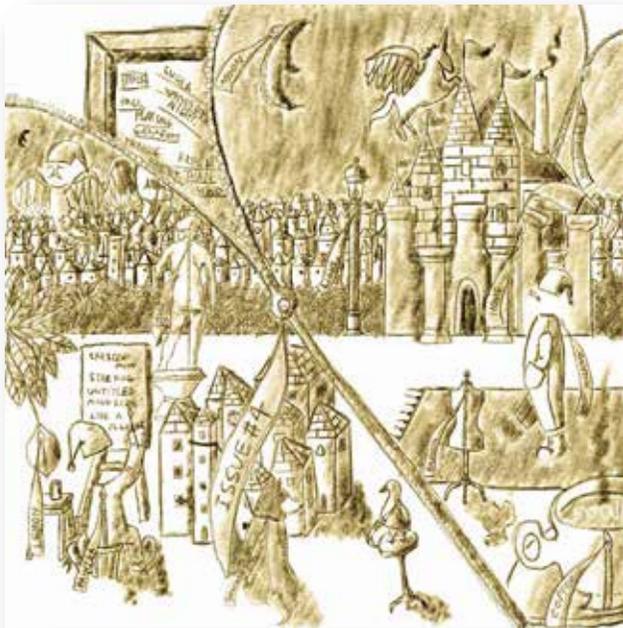
SHINYA KOZUKA

BRAND CONCEPT

‘picturesque scenery’

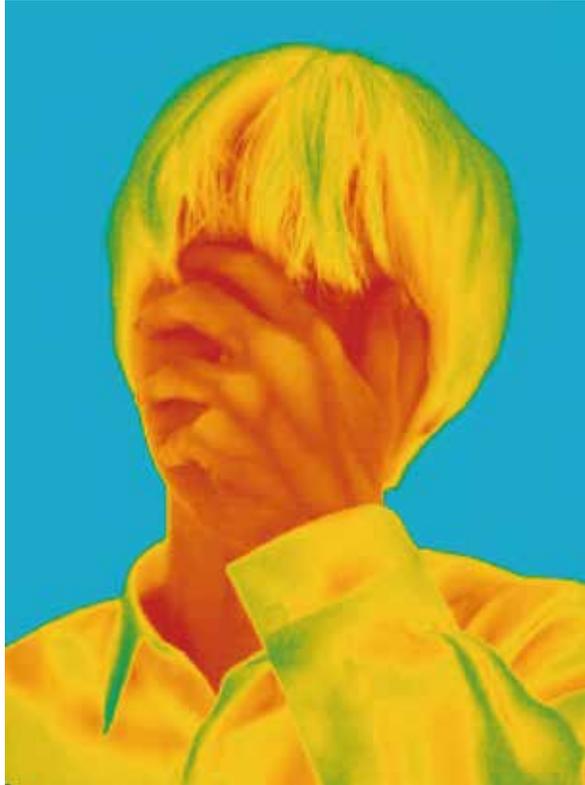
絵に描いたような情景

デザイナーのインスピレーションや考えをドローイングやペインティングで描き、
その絵の情景からインスパイアされたコレクションを展開している。



SHINYAKOZUKA

ABOUT



DESIGNER : 小塚 信哉

2013年 Central Saint Martins College of Art and Design
ファッション学部メンズウェア学科を卒業。
日本に帰国後、2015年より「SHINYAKOZUKA」を開始。

CREATIVE DIRECTOR : 梶浦 慎平

2008年 青山学院大学経営学部を卒業。
学生時より伊勢丹新宿店リ・スタイル プラスに従事。
卒業後は株式会社サザビーリーグ ロンハーマン事業部にて
立ち上げからメンズバイヤーを務める。
その後渡米し、ニューヨークにてカットソーブランド、
V::roomにてブランドのセールスや生産に携わる。
帰国後、2017年より「SHINYAKOZUKA」参加。

SHINYA KOZUKA

BRAND TIMELINE



ESTABLISHED
MAY 2015



2ISS DIGITAL PRESENTATION
OCT 2020



OPEN "SMALL TRADES"
MAR 2022



ISSUE#2 RUNWAY
JUL 2022



TOKYO NEW DESIGNER
FASHION GRAND PRIX
JUN 2018



ISSUE#0 RUNWAY
AUG 2021



ISSUE#1 RUNWAY
MAR 2022

SHINYA KOZUKA

BRAND TIMELINE



ISSUE#3 RUNWAY
FEB 2023



TOKYO FASHION AWARD 2024
SEP 2023



ISSUE#5 INSTALLATION AT SHIBUYA HIKARIE
MAR 2024



ISSUE#6 RUNWAY
SEP 2024



ISSUE#4 RUNWAY
AUG 2023



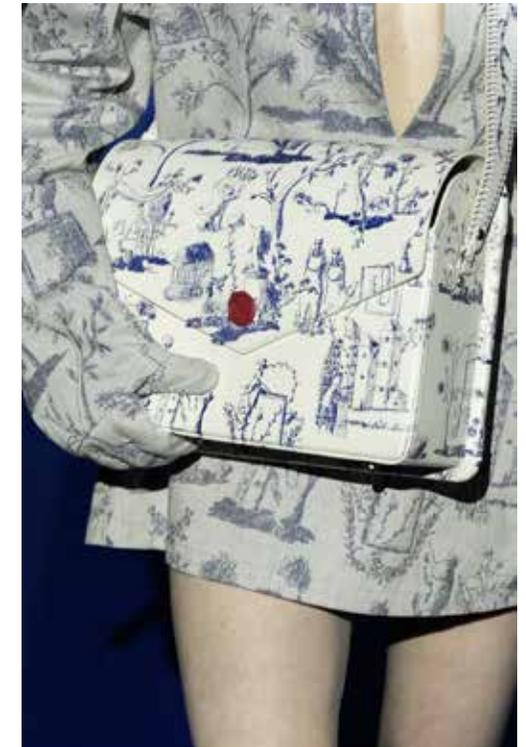
ISSUE#5 RUNWAY
MAR 2024



OPEN AT HANKYU MEN' S TOKYO
AUG 2024

SHINYA KOZUKA

COLLECTION LINE



SHINYA KOZUKA

COLLECTION LINE

SMALL TRADES

is to create objects based on the concept of ISSUE.



DRESS TEE



NOSTALGIC MAC



TRAVAILLEUR WITH BIJOU



AN INITIAL JUMPER



Dear, BAGGY



Hi, BAGGY
WITH HAND PAINTING



SCHOOL GIRL-ISH TROUSERS

SHINYA KOZUKA

COLLECTION LINE



ORDINARY SHORT GIANT HOODIE

ORDINARY HOME SCOTTISH



ORDINARY
HOME GIANT CREW



WASHED ORDINARY CITY
SHORT HIS SHIRT



ORDINARY CITY
SKIN TRUCKER



ORDINARY HOME PANTALON



WASHED ORDINARY CITY LOOSE



ORDINARY CITY STRAIGHT

ORDINARY LIFE

is to create universal ordinary objects.
(相対的に普遍性を持ったものを制作するライン)

SHINYAKOZUKA

COLLECTION LINE

MINT CONDITION

is to create 'our mint archives' using dead stock or second hands fabrics.



UPCYCLED GIANT HOODIE

UPCYCLED HOME LOOSE



UPCYCLED GIANT HOODIE



MAC SHIRT-ISH JK



UPCYCLED L/S TEE



UPCYCLED HOME BAGGY



UPCYCLED HOME MASSIVE FLAIR



Dear, BAGGY

SHINYAKOZUKA

STOCKIST

OVERSEAS

UK

FUTURE PRESENT

RUSSIA

AIR MOSCOW

SOUTH KOREA

BOON THE SHOP / EMPTY / ECRU

FR8IGHT / Johari store / OBSCURA

TOM GREYHOUND SEOUL

TOM GREYHOUND DAEJU

HONG KONG

HARVEY NICHOLS / OKURA

CHINA

BANMEN SELECT / LAVA / NC STYLE

STUDIOUS SHANGHAI XINTIANDI

STUDIOUS SHANGHAI QIANTAN TAIKOO LI

STUDIOUS GUANGZHOU / RADIANCE BLUE

SHINE / HABIT SELECT / VEGNONVEG

JAPAN

AOMORI

YURAGI

NIGATA

TADAYOI

TOKYO

+81 / AIBN / CAROL / CONZ HARAJUKU

CONZ SHINJUKU / HYPE DROP / O

SHELTER / STUDIOUS 2ND / TOLL FREE

WARE-MO-KOU / WISM SHIBUYA / WUT

SHIZUOKA

Acacia

AICHI

GARDEN NAGOYA / PALETTE art alive NAGOYA

ISHIKAWA

ACRMTSM KANAZAWA

TOYAMA

ACRMTSM TOYAMA

NAGANO

ragazzo cultura

MIE

NOUVEL DES HIOC

KYOTO

IN

OSAKA

GARDEN OSAKA / PALETTE art alive

RROOMM / WALLACE & MURRON

WAKAYAMA

LLOYD FW

OKAYAMA

Retikle

HIROSHIMA

Fine I 985

EHIME

IAAAM

FUKUOKA

MUSTANG ALLEY

OITA

CONCRETE RIVER

KUMAMOTO

IDIOME lab

MULTIPLE LOCATIONS

LUI' S

ONLINE

UNEEK BASEMENT

SHINYA KOZUKA

STORE

SMALL TRADES



morph Minamiaoyama 3F 4-26-2 Minamiaoyama Minato-ku, Tokyo, JAPAN

OPEN: 1pm ~7pm

Closed: Tue, Thu

Tel: 03-4363-0391



HANKYU MEN' S TOKYO 6F GARAGE D. EDIT Yurakucho Chiyoda-ku, Tokyo, JAPAN

OPEN: Weekdays / 12pm ~8pm

Holiday / 11am ~ 8pm

Closed: Same as Hankyu Men's Tokyo

Tel: 03-6252-1381

衣料品の輸出額を増やすには？

1、日本製の生産数量を増やす

既に日本の工場のキャパシティは限界に近く、研修生に頼る工場が大多数。高齢化も顕著で廃業傾向にある。日本はOEM業者や商社が多く、中間マージンが発生し、工場の手取りが少ないのも廃業の一因と思われる。最低賃金の上昇で利幅が圧迫され、倒産。

※対策案

- ・関税やカーボンプライシングで輸入品の金額を上げ、国内生産の工賃も同様に上げることを目指す。
- ・製造自体をオートメーション化し、大量生産を可能にする
→unspunがデニムを糸から2分で製造する技術を開発。



2、日本製の価値を高め、単価を上げる

made in Japan＝高品質 時代の終焉

2010年前後にアパレル業界で起きた日本製の品質が高いというムーブメントはサステイナブルブームに取って変わってしまった。他国の縫製技術が向上し、差がほぼ無くなってしまった。消費者もほぼ生産国を気にしなくなった。

産地でブランディングに成功しているのは岡山のデニムのみ印象。
→独自の加工などを開発し、差別化に成功している
KapitalがLキャタルトンによって買収されたのが好例

※対策案

高付加価値をもった縫製技術を開発するしかないが、現実的ではない。襷袢や裂織などの他国に受け入れられている文化に寄り添った技術を発達させ、保護すべき。

日本の強み

- 1、ミドルマーケットの存在
- 2、セレクトショップやファッションウィークなどのブランドのショーケースが多彩
- 3、編集能力が高い
- 4、多品種小ロットの生産が可能
- 5、ユニークな生地を生産が可能
- 6、アニメなどの特有のカルチャーの存在

様々なスタイルの小規模なブランドが生まれる土壌がある反面ニッチなデザインが多く、年商数千万に留まり、5年以内に廃業するケースも多い

→小規模なブランドでも輸出をしやすい土壌があれば
数億円規模のブランドが多く創出可能ではないかと考えます。

年商数千万円程度の小規模ブランドの輸出額を増やすには

1、海外でショーや展示会開催

…コストが高額

2、個人輸出を積極的に行う

…ノウハウを持っている可能性が低い

※対策案

a,海外バイヤーを日本に呼ぶプラットフォーム作り

国が主体になり展示会時期とファッションウィーク時期を揃える
有望なブランドは国が補助し、無償で開催できるような環境を

b,チームビルディングの重要性を伝える

→デザイナー以外のビジネスパーソンを育てる環境の整備

4年制大学にもファッションビジネスをしたい人間も多い

c, リテラシーの低い方にも活用頂ける補助金の構築

現状金額の大きい補助金は申し込むこと自体が難しいと感じる人が多い

日本の弱み

- 1、言語能力の低さ
- 2、大規模生産ができない
- 3、工場の分業制と高齢化
- 4、ファッションの教育環境
- 5、ファッションビジネス人材の不足
- 6、独特な商習慣

昨今は為替の影響で留学が難しく、中長期的視点で考えると教育環境の整備が急務。

生産のオートメーション化のベンチャー企業も欧米に比べ少ない印象。

商習慣の差は実際に経験しないと気付くことが難しく、情報の整理をすべき。

→仕事が少ない工場に対し、海外営業ができる人材

国内縫製工場の保護

サンプル作成するまで品質が国が資格を設定し、品質を担保
品質が低い工場は指導する

国内の全工場を把握し、得意不得意や条件面を
プラットフォームに掲載して起業しやすい環境作り
生成AIの活用？

デザインや規模感に合った工場を提案

→ゆくゆくは海外へプラットフォームを解放し、
海外ブランドの生産も請け負っていく

sitateruやnutteなどのプラットフォームも存在するが、件数が少なく未発達。

生地工場と縫製工場を繋げ、生地産地同士の関わりを増やし、
分業制を減らして倒産を予防することも必要。

**国も政府も一般社団法人も企業も同じ方向を見て
予算を集中させて結果を出すことが最も重要と考えます。**