



K D S

KAJIHARA
DESIGN
STUDIO

これからの時代のラグジュアリーと
海外需要獲得に向けて

KAJIHARA DESIGN STUDIO INC.

梶原 加奈子

2021・12・08

日本産地の未来づくりに貢献し、価値を創造し続ける。

- テキスタイルデザインの可能性を追求
- 地方活性化に向けての活動
- 日本の感性をグローバルに向けて発信
- 価値づくりができる人材の教育

テキスタイルデザインは未来の感情をディレクションする仕事

ターゲットに向けた
販促、販売戦略の構築。
デジタル発信と
リアル体験の融合。
コミュニティづくり。

WEB、グラフィック、
プロダクトなどの
デザイン構築。

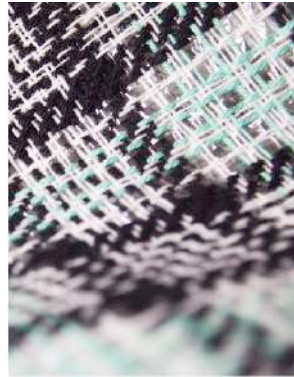
総合的観点を踏まえた
上でテキスタイルデザ
インに携わる。



短期（2年以内）、中期（5年）、
長期（10年）の社会傾向、心理傾向、
動脈ニーズと静脈ニーズを予測分析。

シーズ計画の提案
未来の種、10%の挑戦を考える。
ブルーオーシャン戦略。

停滞する企業の問題点を解決するために、突破口をつくる。
新しい価値観、コンセプトコピーライト、商品構成の構築。

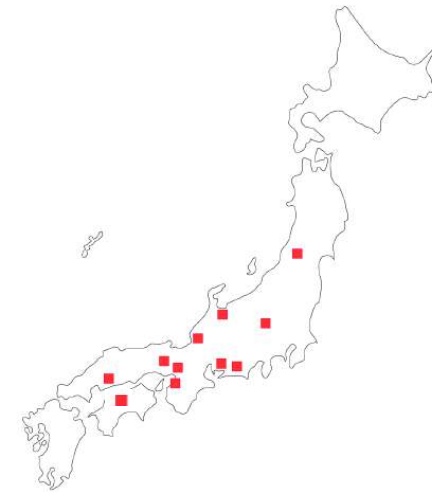


KANA COLLECTION

海外ハイメゾン向けに限定した
日本テキスタイルコレクション
を2006年から継続。

日本の様々な産地メーカーと
組んで生地をセレクト&開発。

日本では未発表であることが特徴。



KANA
collection
made in Japan



一関わる日本の産地—
新潟、福島、石川、福井、山形、桐生、
富士吉田、浜松、名古屋、尾州、京都、
滋賀、泉州、岡山、福山、今治



Villa Kujoyama art in residence —MONONO AWARE—

パリと京都のアート支援団体ヴィラ九条山のアートインレジデンスに参加
 京都の伝統工芸工場と制作で取り組み、パリで展示発表
 西陣織、墨流し染め、金箔、藍染、漆染





Kiwakoto

Mercedes-Maybach
customize car
Concept & pattern design



TEXTILE DESIGN

ラグジュアリー施設や車向けに特化した
テキスタイルデザイン



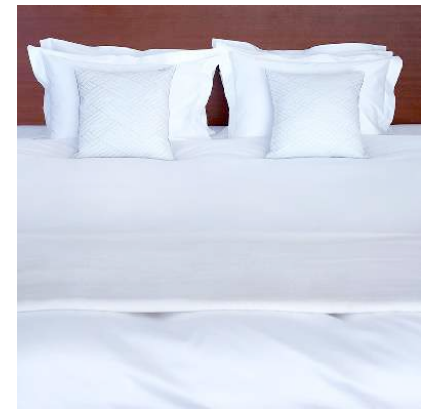
COQ

Space & Textile design



漆、竹のデザイン

Texture



Nokton

Hotel room textile brand



様々な企業と取り組み、製品ブランドのプロデュースとデザイン監修

POLS



kiso
natural dye



SYN:



WHITE MAILS
by paper fabrics



watanomama



LF
Linen Unite



embland



COO



cohan



REDOW



shanon



海外需要獲得に向けて、3年間の意識していく4つの軸



①未来に向けた選択（利己＋利他）

コロナを通して環境やコミュニティの大切さを痛感し、多くの消費者は何が本質的な価値を持つのかを考えるようになる。必要性と可能性を問い、選択と生産への視点を再構築する。機能性や社会貢献性があるものがラグジュアリーの世界でも求められる。



③曖昧な概念の混じり合い

単純な共存を超えて、多様で明確にしにくい曖昧な概念が生まれる。感情、常識、直感によって、精神的な豊さを追求したバランスが相互作用によって構築される。異業種と共にコラボ企画を推進する事で新たな想像力を生み出す。



②サーキュラーファッション

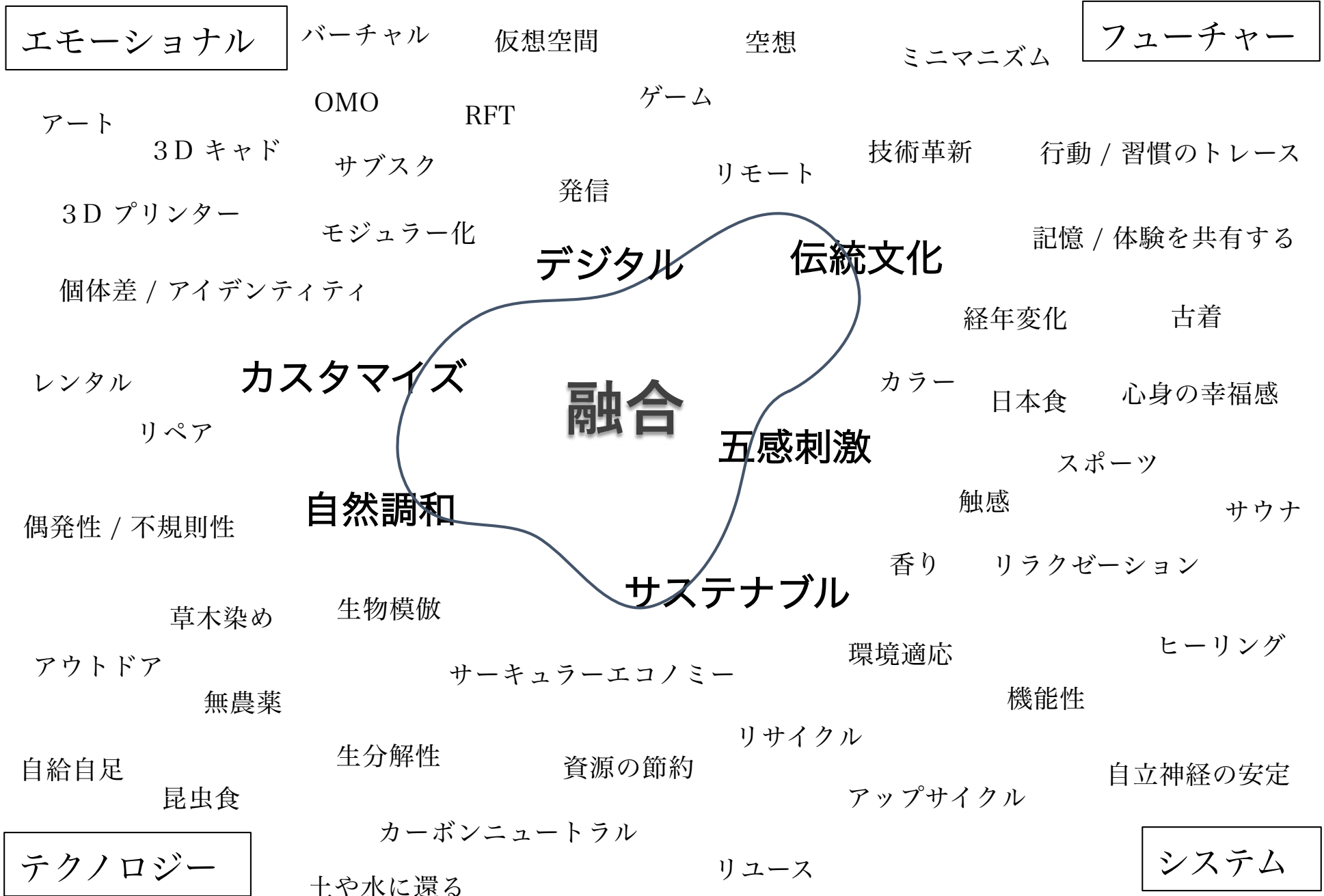
短いサイクルで商品を大量に購入するファストファッション型の消費行動から、「買う量を減らし、長く使う」という実質的でサステナブルな消費行動への移行に拍車がかかる。リペア、リセール、生分解など循環していくファッションの提案が重要となる。



④デジタルとの連携

デジタルの急速な発展により、消費者が望む意志が作り手へ届くスピードも変化した。このネットワークを存分に活かし、リアル世界とデジタル世界を共存させたOMO型や仮想デザインの価値を追求しながら新しい製品の開発と提供を進めていく。

開発コンセプトのキーワード：融合



海外から見る日本の美意識の魅力：ポジティブなイメージが強い

精神性：思いやり、慎ましさ、忍ぶ、調和性、礼儀作法、秩序、利他的

機能性：便利さ、使いやすさ、快適さ、高品質、技術革新

● オリジナリティがあると思われる点

①伝統工芸から：昔を参考に新しく発展、繊細で精密な細工、人の感覚による技

②詫び錆びの精神から：情緒、忍耐、間、盆栽、苔、茶道、朽ちる、無

③宗教や文化から：概念の自由、ミックス力、アニメ、コスチューム

④暮らしから：日本食の健康意識、ユニクロの機能性と高品質、文房具の便利さ

日本から見る日本の特徴：ネガティブなイメージが強い

日本の教育の影響：協調性や平等性、チーム力重視、議論を避ける。

①大衆から外れることへの不安、個の判断を避ける、自己主張が弱まる。

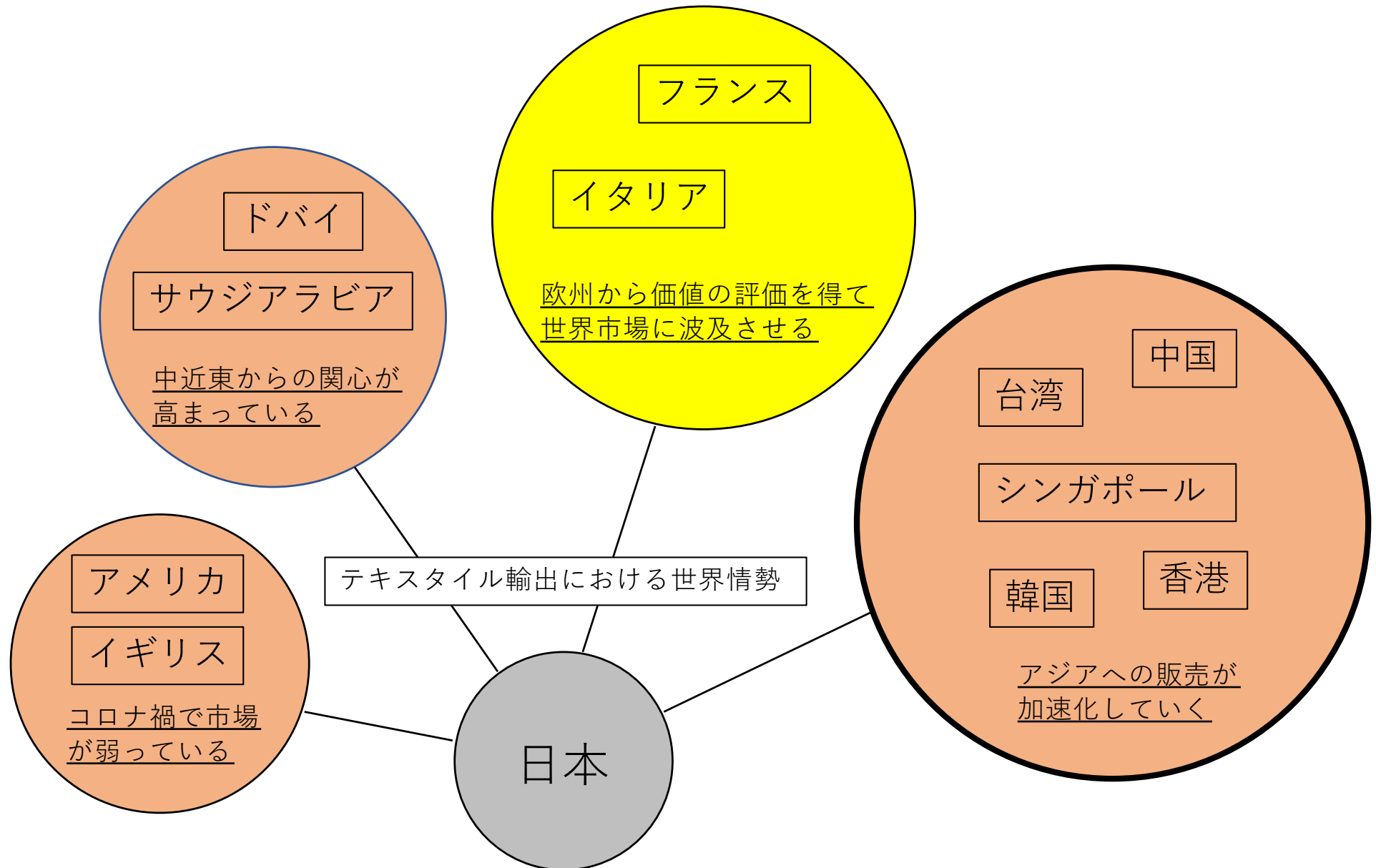
②何かに属することの安心感、低価格帯の暮らしを評価する、出る杭は攻撃する。

● 自己評価の低さ、他者依存性 = 欧州型ラグジュアリーブランドが育ちにくい。

グローバルで評価されてから、日本で受け入れられる逆輸入パターンが多い。
協調性やチーム力、利他性を生かした開発やコンセプトが能力を発揮する。

日本の輸出

日本の輸出の中でも、テキスタイルのラグジュアリーブランドに向けて需要は伸びている。フード、コスメ、スポーツも国際競争力を磨いて飛躍している。



日本のテキスタイルが海外で評価されてきた理由

* 日本アパレルの低価格化の加速により、生地価格が合わなく発注が減る。テキスタイル業界は、海外ラグジュアリー市場に販路開拓せざるおえなかった。そのため日本でしか出来ない差別化した技術を開発し、行動をしてきた。
世界の展示会に参加する助成金も後押しになっている。

機能性 = 便利性、丈夫さ、究極的

生産管理 = 均一さ、納期管理、誠実さ、奉仕力

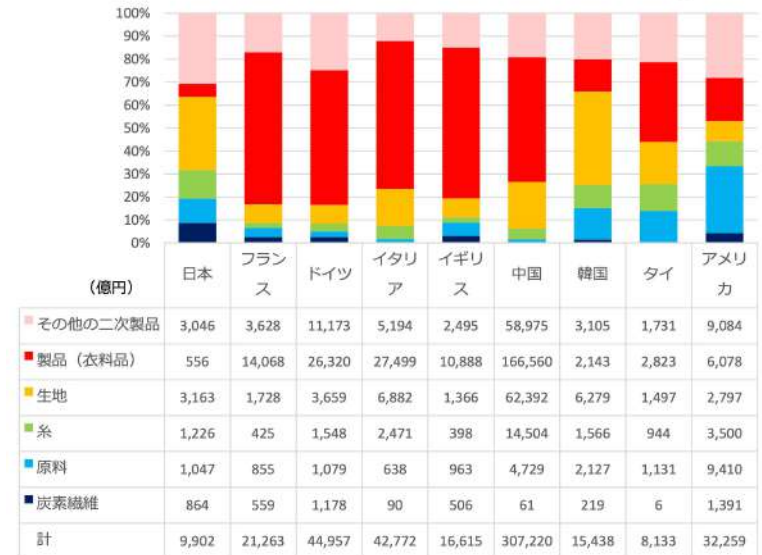
- * 日本人は大衆からのクレームを気にして、丈夫で高品質な素材を開発する。そして付加価値ビジネスの経験が足りず、工場の交渉は弱いため、低価格になりやすい。
よって世界は良いものがリーズナブルで購入できると見ている。
- * デザイン力、個の感性を避ける傾向があるため、無地が多い。
イタリアの感性重視の素材と同じ方向性を作っていない。

● 日本の人気テキスタイルの特徴

伝統 × 工夫 = 旧式機械、手間隙、革新

- * 旧式機械でゆっくり生産する。吊り編、シヨンヘル織機、ピン仮撚り、強撚など。
究極の追求をする。超高密度、超軽量など作業時間や人が管理しないと出来ないようなモノづくり。

主要国における繊維・繊維製品輸出内訳 (2018年)



出典: Global Trade Atlas

5年後、10年後の産地の問題

職人の経験や感覚に頼って高付加価値素材を作っている部分が多い。
そのため職人の高齢化問題がある。
コロナ禍において、70代、80代の職人がリタイアを検討中。
現在60前半の職人が70歳になった場合、廃業が相次ぐ可能性がある。

職人が消える

現在30、40代の工場後継者が考える産地継続の未来は？

新世代の地方創生×グローバル 職人を残すための想い

日本の国内総生産の半分以上は地方から生まれている。地方活性化は日本のグローバル市場開拓にとって重要なテーマである。これから先の少子化と、新世代に交代していく日本が今までのような職人技だけで世界をリードすることは簡単ではない。地域に根ざした生活文化から継続する伝統技術を発展させるため、作り手がユーザーと直接関われるブランド付加価値を創造し、自ら伝える力が重要となるだろう。発信＝やり甲斐を感じて人は集まり、技術は受け継がれる。その構築に工場の若手経営者は希望を感じている。



地方の豊かな自然



100年以上続く伝統の技



世代交代の感性

自社発信



工場の人たちは工賃を抑えながら発注を受けるだけの存在ではなく、
未来も継続していくために、自らが企画し、作り、発信し、
グローバルユーザーと交流し、付加価値からの利益を得る時代となる。

工場自社発信の移行期間における問題点

① ゼロイチの商品開発の経験が少ない。

- * アパレル、商社、問屋からの依頼には答えられるが自分たちでは製品を考えて作った経験が少ない。
- * 企画の人材がない場合もある。

② 発信ツールを作れない。

- * WEB、グラフィック、写真、文章を作成する人材がない。

③ 在庫を持ってない。

- * 経費の余裕がない。
- * 製品生産ロットの悩み

④ 国内、海外の製品販路開拓ができない。

- * どこに提案していいかわからない。
- * 新規開拓する時間の余裕がない。

⑤ PRプレスができない。

- * プレスとの繋がりがない。
- * 予算がない。

* 社会が日本の活性化を考えて
応援活動する動きが高まる。

ブランディング支援

小ロット生産支援

EC、卸の販売支援

販促、プレス支援

* デジタルプラットフォーム
やユーザーコミュニティなどから。

活動資金の投資

CRAHUG 地方創生×ものづくりの連携プラットフォーム

伝統技術を継承する日本のファクトリーブランドとユーザーの架け橋として、モノづくり支援、ECサイト販売、ジャーナル発信をしていくプラットフォームプロジェクト。(株)オンワードデジタルラボの産地支援活動。商品はONWARD CROSSETにて販売中。

CRA HUG

CRAFTSMAN HUG,
LIFE HUG



つくるにふれる。
くらすはつづく。

展 at ITOCHU SDGs STUDIO



CRAHUG
PLANNING TEAM
(株)オンワードデジタルラボ
20代前半の若手社員
×
KDS



CRAHUG 参加ファクトリーブランド 20社 (2022年1月/23社予定、)



KAJIHARA DESIGN STUDIO

テキスタイルデザイナー梶原加奈子が、札幌に構えるアトリエ COQ [こきゅう]。緑の中でゆっくりと深呼吸する時間を過ごし、ものづくりの過程に…



株式会社丸萬

POLS(ポルス)は、創業1901年の先染織物メーカー「丸萬」(兵庫・西脇市)と、テキスタイルデザイナー梶原加奈子とのコラボレーションにより、2015年…



株式会社nitorito

ニトリトという言葉から、ニットや織物のイメージを連想し、テキスタイルに馴染みのない方にも親しんでもらえたらと思っています。ニットと織物…



有限会社川北縫製

Gift from The Earth 地球から生まれる自然を身に纏う 私たちは常に、豊かな生活を自然の恵みから頂き、営むことで、肌に地球を感じる事ができ…



村田刺繍所

1955年、横振ミシンで“着物”に刺繍をすることで創業いたしました。その後、機械化、パンチングシステム、多頭式コンピューターミシンを導入する…



エップヤーン株式会社

エップヤーン株式会社は、より良いニット系の素材追求とその提供のために2000年8月発足しました。E P P Y A R N = エップヤーンという社名…



株式会社横田商店

1966年創業当時、産地の織物を取り扱う甲斐網問屋として山梨と消費地をつなぐ仕事を行っていましたが、時代の変化に対して勝つことなく、設…



備後燃糸株式会社

和紙と育む、心地よい暮らし 和紙は快適な機能性を持った丈夫な素材として日本人の暮らしのなかで昔から大切に使われてきました。WHITE MAI…



株式会社アイディールカンパニー

LIVERALは2016年に愛知県長久手市の小さな縫製工場で誕生したファクトリーブランドです。弊社の縫製工場では車両用シートや音楽器ケースに加え…



株式会社前垣

前垣の創業は遡ること、1914年。拠点は北陸の石川県金沢市。北陸といえば雨や雪が多いことで知られるが、金沢市では1年の降水日数は約185日…



木曾川染織株式会社

1950年、岐阜県にて繊維類の染色加工業として創業。我々は、生地の染色整理加工を生業とする企業として、全ての技術と創造力を集結し、少数精鋭…



武藤株式会社

天然素材の風合いにこだわった武藤のストール。カシミヤ、シルク、麻、和紙、オーガニックコットン等。糸の持つ美しさや特質は織物のハーモニ…



Ultrafabricsグループ

柔らかな手ざわりに加え、卓越したデザイン性と優れた機能を併せ持つUltrafabricsグループの湿式ポリウレタンレザー。そこには、ものづくり日本…



大東寝具工業株式会社

私たち大東寝具工業は、大正14年(1925年)京都壬生で創業、約90年近く、布団の製造と販売を生業としてきました。時代が移りゆく中で、現在は「睡…



株式会社ワイ・エス・エム

Y.S.Mは想いを形にして、関わる人の未来を照らし続けます。人の想いやイメージを形にし、「モノづくり」に「コトづくり」を掛け合わせ、共感や感…



輪島キリモト

石川県輪島にて、200年以上「木と漆」の仕事に携わってきた柳本家。江戸時代後期から明治・大正にかけては輪島漆器製造販売を営み、昭和の初め…



文山製陶有限公司

昭和28年に創業した有田焼の宗元です。田園風景を見下ろす小高い丘にある工場には有田焼で唯一の「トンネル窯」があり、400年の有田焼の歴史に残…



利島農業協同組合

自然と共に生きることによって生まれる豊かな美しさを、利島の精油は知っています。私たちのふるさととは、島全体が薪燻に包まれる「樟の島」。300年の間…



株式会社ボタニカルファクトリー

本島最南端の大隅半島にある鹿児島県肝属郡(きもつきぐん)南大隅町は、亜熱帯気候と温帯気候が混在し、風光明媚なところ。その町にある…

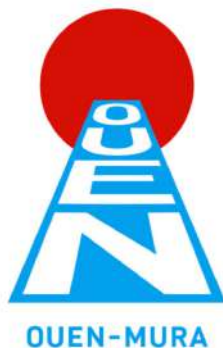


環境大善株式会社

北海道の主要産業である酪農が引き起こす水質汚染や悪臭被害の改善を目指し、発酵処理による牛尿の無害化と発酵液に含まれる機能性を活用した「…

BRAMS JAPAN 地方創生×ものづくりの連携プラットフォーム

Happy Life Solution Companyをミッションに掲げるビームスでは、社会活動の一環として、地域の文化や産業のユニークな魅力にスポットライトを当て、新たな視点でその価値を見出す活動を続けています。



BEAMS JAPANレーベルにおいて、日本をキーワードに、魅力的なモノ・コト・ヒトを発信すべく、地方自治体やさまざまな企業と手を組み、商品開発やイベントなどを実施しています。これらの活動と、全国応援村実行委員会が目指すビジョンとの親和性と相互共感により、今回の連携に至りました。

ふるさと納税返礼品 監修プロジェクト



各地の自治体と組み、BEAMS JAPANのディレクターやバイヤーが地元の事業者の商品企画をお手伝いする「ふるさと納税返礼品監修プロジェクト」は、全国各地の物や文化の魅力を、当社ならではの企画とコミュニケーションで発信しヒットを作り出してきたノウハウを、そのまま各産地へ還元することを目指して2019年より取り組んでいます。

寄付型資金プラットフォーム クラウドファンディング、NFT

デジタルを通してマッチング：共感するものを支援することや保持することで満たされる価値観。
この傾向が活性化していくことで、新しいデザインが生まれやすくなりラグジュアリー市場にも挑戦しやすくなる。

日本の伝統工芸に革新！身近なファッションに溶け込む伝統工芸と技「寄木サングラス」

#プロダクト #伝統 #日本製 #アウトドア

日本の伝統工芸として有名な寄木細工（よせぎざく）。様々な種類の木材を組み合わせ、それぞれの色合いの違いを利用して、模様を描く木工技術です。その「寄木」の技術を活用した新しい木製サングラスです。「寄木」という技術を、サングラスという身近なファッションに、落とし込むことで、より身近に伝統工芸を感じる事ができます。



「アンリアルエイジ（ANREALAGE）」が細田守監督最新作「竜とそばかすの姫」とコラボレーションし2022SSパリコレクションで発表したNFT作品計11点が、日本初のNFT美術館「NFT鳴門美術館」によって落札された。

プロジェクトに賛同する人が支援金を出すような流れも活発化するだろう。

これからの世界が求める日本のラグジュアリーとは。 1つの方向性として

日本の伝統革新

×

日本の文化感性

工場

デザイン

過去の叡智に支えられながら、未来を見据える新しい思考や創造性

日本の昔からの暮らしの知恵と教育が育む
思いやりと助け合いこそが日本の強み。
これからの時代は環境を配慮し
日本人にとっての当たり前が世界のラグジュアリーになる。

* 工場の人たちが廃業となれば、継続してきたモノづくりの根幹が途絶える。グローバルと向き合える日本のオリジナリティを継続していくためにも、工場転換期を支える動きが必要。

これから重要なのは、モノが作れる日本でいることを継続させられるか。

製品を経験してきた小売やデザイナーやユーザーが社会貢献として地方に関わり、工場の足りないことを補う。チームとなり体験し交流しながら、使いやすさを考えた究極のモノづくりを発信していくことでグローバルに戦える商品が生まれる可能性を伸ばしていきたい。