
日本におけるファッションデザインコンテストの現況と課題

—人材育成の視点より—

The Current State of Fashion Design Contests in Japan and their Issues

—From a Human Resources Development Perspective—

小川 裕子

Yuko Ogawa

要旨

本論では、ファッションデザインコンテストの現況と問題点を明らかにし、改善策を探ることを目的とする。まず、文献等により実施目的や内容を分析した。また、受賞者がデザイナーとなった事例より、コンテストが果たした人材育成としての役割について考察した。そして、海外の国際的コンテストの実施内容と比較し、日本のコンテストの問題点を探った。

その結果、コンテストの目的は人材発掘と人材育成が第一であるが、積極的に人材育成を意図し、具体的な内容を設けたコンテストは非常に少ないことが明らかにされた。また、コンテストでの人材育成とは、デザイナー志望者が自身で活動を展開する上での機会提供や広報活動のような補助的な支援が主であった。それに対し海外では、受賞者の就職先の斡旋など、ファッション産業に直結したより積極的な人材育成がなされていることが明らかとなった。日本では支援体制が整っていないのが現況であるが、更なる試みにより、我が国においてもコンテストを通じて、より効果的な人材育成が実施されることを期待したい。

●キーワード：ファッションデザインコンテスト (Fashion Design Contests) / 人材育成 (Human Resources Development) / ファッション産業 (Fashion Industry)

I. はじめに

現在、日本国内において多数のファッションデザインコンテストが実施されている。中にはファッション界の登竜門として、デザイナーを輩出した実績を高らかに謳うコンテストも存在する。とすれば、コンテストはファッション業界や社会に大きく貢献するシステムと言えるであろう。

デザイン各分野でのコンテストについては実施内容や状況を編纂する試みがなされている¹⁾。しかし、ファッションデザインに特化したコンテストについては、産学共同で実施されたコンテストの事例を取り上げた先行研究²⁾の他には、殆ど研究されていないのが現状である。

数々のコンテストが各地で実施されており、その予算や携わる人間、所要時間は決して少なくない。その上、コンテストの結果は応募者の今後を左右する可能性をもち、そうした点を考えると、コンテストに対する研究がなされることは全く無意味なことではない。この研究では、コンテストの現況や問題点について明らかにし、改善策を探ることを目的とする。

II. コンテストの人材育成としての役割

コンテストの目的や実施内容を明らかにするため、2006年10月から2007年11月の1年間に行われたコンテストのデータを収録した日本繊維新聞社発行の『ファッションデザインコンテストプライズ2008』³⁾を元に調査を行った。収録された一般の部のコンテストのうち、Tシャツのグラフィックデザイン、クラフト作品、デザイン画など衣服以外の分野を除外した29のコンテストを対象とした。なお、記載が不十分と思われる箇所に関しては、各コンテストの広報資料や公式ホームページ掲載内容を参照した。

1 コンテストの実施目的

各コンテストの目的について調査した結果、29のコンテストのうち、20ものコンテストがファッション業界における人材発掘や人材育成を目的に掲げていることがわかった。その中には、人材発掘・育成のみを目的とするコンテスト以外に、地域産業の振興や主催団体のイベントやプロモーション活動など、それぞれの主催団体に応じた別の目的と併せて、人材の発掘・育成を謳うコ

ンテストもあった。その他には、主催団体の商品を活かしたアイデア発掘を意図したコンテストや、社会的問題に対する啓発として行われるコンテストなどもあるが、それらは少数派である⁴⁾。

人材発掘・育成のみを目的とするコンテストの例としてはTokyo 新人デザイナーファッション大賞(旧: 新人デザイナーファッション大賞)、装苑賞、ファッションクリエイター新人賞国際コンクールなどが挙げられる。また、人材発掘・育成の他に、地域産業の振興や主催団体のイベントやプロモーション活動を目的とするコンテストの例としては倉敷ファッションフロンティアやTANNAN ファッションコンペティション、浜松シティコンペ、JFA ファーデザインコンテストなどが挙げられる。

前者のコンテストは殆どの場合で作品のテーマや形態・素材などに制限が無く、制作の自由度が高い傾向にあり、独創性や完成度などをもとに評価がされる。それに対し、後者のコンテストは目的に応じて、制作上いくつかの制約があることが多い。例えば、主催団体提供、或いは地域産業に関連した素材の使用、または具体的なテーマに基づくデザインなどである。そうすると当然、独創性や完成度の他にそれら主催団体の目的に応じた作品であるか否かという点も評価の対象となる。

2 コンテストの実施内容

(1) 応募

アマチュア・学生のみなど多少の制限はあるが、応募は広く一般より受け入れられる。応募形態はデザイン画が基本であり、素材添付やアイテム図の明記など、デザイン画に細かな規定を設けたコンテストも多く、また、デザイン画の他に応募票などの作品解説を添える場合もある⁵⁾。応募者は指定された形式の中で、審査員へのより効果的な意思伝達を目指し、様々な表現方法でデザイン画を制作する。画材の選択やCGの使用など、デザインに応じた描法のみならず、試作段階の作品の写真やアイデアソースなどのヴィジュアルを貼付するなど、自由なアプローチがなされている。

これに対し、より自由度の高いプレゼンテーションを目指したものが、装苑賞が2004年より採用しているポートフォリオ形式での応募である。サイズや内容物に一定の規定はあるが、ページ数などの制限は無く、応募者は自由にレイアウトしプレゼンテーションを行うことが可能である。情報量が増え、応募者のプレゼンテーションがより精密に行える反面、当然審査に時間がかかるというデメリットもあり、導入するコンテストは非常に少ない⁶⁾。

(2) 審査

デザイン画やポートフォリオでの一次審査の後は殆どのコンテストにおいて作品の制作が求められる。二次審査として中間審査が行われる場合もあるが、最終的に作品はファッションショー形式の最終審査で評価される場合が多い。また、審査員の顔ぶれは各コンテストによって様々であるが、現役のファッションデザイナーやジャーナリストを起用することが一般的で、それらはコンテストのイメージ戦略にも繋がる。地域産業の振興や主催団体のイベントやプロモーション活動を目的とするコンテストの場合は、審査員の中に主催団体関係者を含む事例も多く見られる。

(3) 受賞

最終審査に際し、受賞者への賞金や賞品を設けていることが一般的である。賞金の金額は100万円を上限に、コンテストの規模や主催団体によって大きく異なる。それらの設定意図を明確に記載したものはないが、報奨として、或いは今後の活動への支援でもあるだろう。しかし、ファッションデザイナーとして起業するための資金や、海外留学費用としては不十分な額である。また賞金の他に、海外のファッション学校への留学資格や研修や、海外への往復航空券を設定するコンテストも多数見られる。これは直接的に勉学の場を提供する支援である。

このように、コンテストの応募者の多くが学生であるため、賞金や特典などは受賞後の国内外での修学や研修、更なる作品制作の支援となる場合があるが、ファッションビジネスへの展開は困難であることが想定される。

(4) 受賞後の支援

受賞後の支援としては、Tokyo 新人デザイナーファッション大賞の育成支援プログラムが顕著な例である。これは、受賞の有無に限らず一次審査の通過者全員に、最長3年間の育成・ビジネス支援プログラムが与えられるものである。バイヤー・エディター・ジャーナリスト・繊維関係者によるブランド設立・運営に関するセミナーの実施や、合同展示会への出展のサポートなど、多岐に渡る内容の支援が行われ、若い人材の育成に対し積極的に取り組んでいることが読み取れる。

また、装苑賞の副賞であるコレクション発表時におけるプロのヘアメイクサポート制度なども、ブランド設立後のビジネス支援と言えるだろう。

3 コンテストと人材育成

これまでに見たように、デザインを広く一般より公募し審査を行うことは、大半のコンテストの目的の一つで

ある「人材の発掘」という意図に合うものと言える。

そして「人材育成」の手段は大別して二つに分かれる。すなわち、受賞後の支援のような積極的手段と、特に明確な支援を持たず、コンテストの審査そのものが育成に繋がるという消極的手段である。後者については、数ヶ月間という実施期間での自己の修練や、審査員の評価を得る機会の提供が狙いである。受賞後の支援を行うコンテストは少なく、コンテストにおける人材育成とは後者を指す場合が殆どである。その理由として、積極的手段である受賞後の支援は経費がかかり、その上それらが実を結ぶか不確実である点が挙げられる。主催団体にとっては、国や地方自治体のサポート無しには実施できないというのが実情であろう。また、今回の調査で使用した2006年～2007年のデータの中には、既に実施されていないコンテストもあり、逆にこれ以降に新設されたコンテストもある。このように短命なコンテストでは、長期的支援が困難であることが予測される。消極的手段に比べ、積極的手段の人材育成は、長期間に渡る綿密な支援が実施されるため、その効果は絶大であると期待できる。

Ⅲ. 積極的人材育成によりデザイナーが誕生した事例

前述の調査において、積極的な人材育成を行うコンテストは少数派であることが明らかになった。しかしそうしたコンテストにおける受賞者や応募者がファッションデザイナーになった例は枚挙に暇がない。ここでは、積極的人材育成の効果を検証するために、特に代表的な事例を取り上げ、考察を行う。

1 1960～70年代の装苑賞

(1) 装苑賞の概要

装苑賞は1956年に雑誌装苑によって創設されたファッションデザインコンテストである。20周年記念企画として、論文の募集や愛読者への賞金贈呈といった企画と共に設けられたのが始まりである。当時の記述によると、「わが国服飾界に、はじめて登竜門（A賞）が開かれる。また服飾界に輝かしい業績を残された方々の表彰を、創刊二十周年を記念して行うことになった。これは今後永く存続して、優秀な新人を世に送り、先輩のかくれた業績をたたえてゆきたいと思う。」⁷⁾と謳っており、当初からファッション業界への人材育成を強く意図していたことがわかる。発足当初の審査形態は現在とはまったく異なり、応募から最終審査までの期間が半年であり、応募者が都内近郊でない場合は布地の選定や制作を編集部が行うというものであった。また、伊東茂平、桑沢洋

子、小池千枝、田中千代など、学校教育やファッション業界に携わる者や、中原淳一や長沢節といったイラストレーター兼ファッションデザイナーなど様々な職種の人間が審査員を務めた。

そして、コシノジュンコ、高田賢三、山本寛齋、山本耀司、津村耕祐、本間遊らが装苑賞を受賞しており、入選した人まで含めると、松田光弘、菱沼良樹、廣川玉枝など、後にファッション業界で活躍する人物を多く輩出したコンテストである。

(2) 装苑賞における人材育成の事例

ここでは特に、1960年代から1970年代にかけて受賞したコシノジュンコ、高田賢三、山本耀司について取り上げ、当時の装苑の記事をもとに考察を行う。

1960年、1961年と、当時文化服装学院の学生であったコシノジュンコ、高田賢三が相次いで装苑賞を受賞し、1969年には文化服装学院を卒業したばかりの山本耀司が装苑賞を受賞した。彼らの受賞後、装苑誌上で彼らの名前を目にすることが出来る。

まず、装苑賞受賞者の特集記事として、第10回装苑賞という節目に、「選ばれた十人の若者たち」というテーマのもと、コシノジュンコ・高田賢三はじめ、第1回から10回目の受賞者を集め、2ページの特集が行われた。そこでは受賞者全員の写真と現在の職業が記載され、「光栄ある装苑賞受賞者の名にふさわしく大成してほしいものである。」と受賞者へのエールを記載している⁸⁾。なお、1978年7月号からは、「装苑賞それから」というコーナーを開始し、歴代の受賞者の現在の近況や創作活動の掲載を行っている。

また、デザイナーとしての特集記事としては、1968年5月号において「座談会 若手デザイナーの意見と生活！」としてコシノジュンコを初めとする装苑賞受賞者を集め、デザイナーとしての生活模様や考えについて掲載している⁹⁾。同年、「デザイナーの一日」というコーナーにおいて8月号にはコシノジュンコが¹⁰⁾、11月号には高田賢三が特集されている¹¹⁾。山本耀司は受賞後しばらく主だった特集記事こそないものの、1980年11月号において、「デザイナー、その生活と哲学」というコーナーにおいて特集され、デザイナーに至る経緯や、デザイナーを目指す若者への発言を掲載している¹²⁾。それらの特集記事以外にも、コシノジュンコや高田賢三の氏名を見ることが出来る。当時の装苑は海外のファッション情報と洋裁の基礎、服装研究といった内容で構成されているが、その中の定番記事の一つに、テーマに沿って

制作した衣服のデザインや縫製の解説を掲載するコーナーがある。このコーナーでは文化服装学院の教員やファッションデザイナーなど、多いときには7名程度が制作を担当しているもので、コシノジュンコは1961年1月号より、高田賢三は1961年5月号より、それぞれ装苑賞受賞後に制作者を務めている。高田賢三は当時を振り返り、装苑賞受賞以前は頼みに行っても断られたが、受賞と同時に仕事の依頼が来たことを語っている¹³⁾。

また、1966年11月号において、「NEW TIME NEW WOOL」というタイトルのもと、これまでの装苑賞受賞者を取り上げている。これは1966年秋に発表されるウール製品の宣伝と思われるが、それらの新作素材を用いたデザインを「装苑賞受賞者で現在第一線に活躍中のデザイナーにお願い」¹⁴⁾しており、インタビューや近況、今後の抱負や希望も併せて掲載している。なお、高田賢三は担当していないが、「パリに滞在中で、残念ながら今回の企画に参加していただけませんでした」¹⁵⁾と近況を報告している。

以上のように若手デザイナーとして取り上げ広報活動に貢献する他、受賞者としての特集記事や制作の依頼など、出版局ならではの支援がなされていたことがわかる。その背景には、創立間もないコンテストを名実共に登竜門として確立したいという主催団体の狙いが当然あるだろうが、受賞者の動向に着目し、積極的に応援する姿勢が読み取れる。

2 2000年代のTokyo 新人デザイナーファッション大賞

(1) Tokyo 新人デザイナーファッション大賞の概要

Tokyo 新人デザイナーファッション大賞は、1984年に株式会社オンワード樫山により設立された。当時の名称はオンワード新人デザイナーファッション大賞である。2004年以降、国や東京都の支援を受け、繊維・ファッション産業の発展を目指すJFW推進機構（一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構）の事業の一環として行われ、また2011年には繊維ファッション産学協議会に移管し、JFWの連携事業として実施されている。こうした背景もあってか、日本のファッションデザインコンテストの中でも特に、人材育成・支援に力を注ぐコンテストである。

(2) Tokyo 新人デザイナーファッション大賞における人材育成の事例

その中で、2000年代に受賞し、現在活躍が期待される新進気鋭の若手デザイナーの保井秀信と澤柳直志にインタビューを行った。保井は2003年に、澤柳は2008年

に入賞した。保井は受賞後、留学を経て自身のブランド「Hidenobu Yasui」を設立し、2008年にJFWに参加しファッションショーを行った。そのショーはJFWの初日に行われ、ジャーナリストの注目を集めた。また、澤柳は大学在学中の2008年に自身のブランド「Naoshi Sawayanagi」を設立し、JFW-IFFなどへの出展を経て、2010年にJFWにてコレクションを発表した。

彼らが受けた支援内容とその効果に関しては、まず、合同展示会のブース提供が挙げられる。合同展示会に参加することのメリットとしては、ビジネス面での直接的な成果と言うより、様々な職種との人脈作りが出来るという点である。そしてその人脈によりまた新たなビジネス展開が生まれるという二次的な効果が期待できるという。また、ジャーナリストに取り上げられることで、知名度を上げる効果もある。ただし、開催時期がコレクション発表時期と合わない合同展示会もあり、合同展示会自体のビジネス効果について今後検証が求められている。その結果如何では、異なる形態での支援の検討の余地もあるだろう。

また、様々なセミナーが開催される。例えば、オンワード社員による企業の仕組みに関するセミナーは、アパレル企業での勤務経験のない学生にとって、自身のブランド設立に向け大いに参考になる内容であったとデザイナーは語る。また、合同展示会では近付き難いようなファッション業界の著名人を招いたセミナーでは、実際にプレゼンテーションを行うことも出来、顔馴染みとなる機会を得たという。これらの内容は入選者の多くが学校在籍中や卒業後間もない状態であるため、ブランドを立ち上げる際に大いに役立つことであろう。しかし逆に、一定の経験を有する入選者は少なく、彼等を対象にしたセミナーはあまり行われていない。

なお、澤柳はコンテスト入選以前にブランド設立を志望しており、コンテストの支援内容に惹かれ応募したのだと言う。また保井は入選後に留学し、帰国後ブランドを設立した。その時点では支援プログラムの対象期間を過ぎていたが、その後展示会にてコンテスト主催団体関係者と再会したことで、例外的に支援を受けることとなった。彼らの例からも分かるように、このコンテストでは非常に具体的な支援内容を展開しており、入選者が自身で活動を展開する中での人脈作りや機会提供など、短期間で効率的に成果を得ることを目的としている。

また、Tokyo 新人デザイナーファッション大賞は2011年より、プロ部門を新設した。これは東京都との共催で

開催される、起業後3年以内の若手ファッションデザイナーを対象にしたコンテストで、国内外での作品発表をする際の支援や、企業との連携、広報活動など、若手デザイナーのビジネス支援としての内容が予定されている。応募する単位が個人からブランドになったため、これまでの支援内容と比べ、ファッションビジネスそのものにより踏み込んだ支援内容となった。これはまだ創設されたばかりであり、今後の実績に注目したい。

3 積極的人材育成の効果

2つの事例からわかるように、積極的人材育成では各自のビジネスの合理化や効率化などの効果が期待できる。つまり、受賞者がデザイナーとなるべく活動を展開する際、機会提供や広報活動の役割の一端をコンテスト主催団体が担い、活動を促進させるのである。しかしこれらはあくまでも補助的なもので、ビジネスそのものに踏み込んだ支援ではない。

IV. 海外の国際的コンテストとの比較に見る今後の課題

日本のコンテストの今後の課題を探るため、海外で実施されている世界的な二つのコンテストと日本のコンテストの比較調査を行う。取り上げたのは、フランスのイエールにて開催される「イエール国際フェスティバル (HYÈRES : FESTIVAL INTERNATIONAL DE MODE ET DE PHOTOGRAPHIE)」と、イタリアのトリエステで開催される「イツ (ITS)」、日本のコンテストとして、装苑賞とTokyo 新人デザイナーファッション大賞である。

イエール国際フェスティバルは、現在フェスティバルのディレクターを務めるジャンピエール・ブランが地元の活性化のために設立したコンテストで、2011年で26周年目を迎えた。現在パリコレクションに参加するデザイナーを輩出してきた実績があり、国内外から注目を集めている。一方、イツはInternational Talent Supportの略で、文字通り未来の才能を発掘し支援するためのコンテストである。2011年で10回目と年数こそ短いながらも、イエール国際フェスティバルと同様、国内外より注目を集めるコンテストである。

1 実施概要

それぞれのコンテストの実施概要については、主催団体への聞き取り調査及び、公式ホームページ、雑誌「装苑」や「ハイファッション」及びwebサイト「high fashion ONLINE」での特集記事、現地ジャーナリストからの聞き取り調査等をもとに資料1にまとめた。

2 日本のコンテストとの違い：時間

イエールの応募形態はポートフォリオ形式と実物作品1体、イツの場合はポートフォリオ形式である。前述の通り、日本ではファッションデザイン画での応募が一般的であり、装苑賞のポートフォリオ形式は例外的である。そしてポートフォリオはデザイン画に比べ情報量が多いので、当然目を通すのに時間がかかる。その後の最終審査においても、装苑賞や新人デザイナーファッション大賞が1日で終了するのに対し、イエール国際フェスティバルは4日間、イツは3日間と、それぞれ長時間に渡り行われる。期間内には作品のファッションショーの他、プレゼンテーションや意見交換会、パーティーなど、様々な催しがあり、まさにフェスティバルと言った趣向である。そしてそこでは現役のファッションデザイナーや様々な国籍のジャーナリスト、或いは志を同じくする各国の応募者と交流することが出来る。

このように、世界的に著名な二つのコンテストはたいへんな時間をかけて行われている。時間と審査の精度の関係性は現段階において明らかとなっていないが、長時間の中で応募内容に対する深い理解、また多様な人と交流が行われていることは想像に難くない。

3 日本のコンテストとの違い：支援内容

また大きな違いとして、海外のコンテストは支援内容がファッション産業と直結していることが挙げられる。イツの最優秀賞受賞者は、次回大会における審査員の一人となり、更にそこで最新コレクションを発表することが出来る。他にもイツ開催のサポート企業であるディーゼル社において、6カ月のインターンシップの資格が得られるディーゼル賞など、様々な賞、特典が用意されている。そしてコンテストでの交流や作品発表がきっかけとなり、ジョン・ガリアーノやジョルジオ・アルマーニ、アントニオ・マラス、ニナ・リッチなど、大手メゾンで活躍している人も多いと言われる¹⁶⁾。これは公式に規定された支援ではなく、また正式な人数や活動状況は不明であるが、このコンテストの可能性にジャーナリズムが注目していることは事実である。実際に、2010年にイツにて最優秀賞を受賞した西山高士は、ジョン・ガリアーノのアトリエからオファーがあったと言う¹⁷⁾。

4 今後の課題

日本の支援内容が補助的であるのに対し、今回取り上げたイエールやイツは、ファッション産業に新たな人材を受け入れるべく意欲的な支援を行う、受賞者の将来を大きく左右するコンテストであると言える。日本と海

外ではファッション産業の形態や経営状態が異なるため、これらの実施内容をそのまま日本に置き換えることは難しい。しかし、より充実した人材育成を目指し、日本においてもファッション産業とより結びついた形でコンテストを展開していくことが今後の課題であろう。

この課題に対する提案として、例えば一次審査通過者が縫製工場や生地メーカーとチームを組んでコレクション形式で作品を発表し、受賞者にはJFWでの発表資格や、セレクトショップでの販売などの特典が授与されるコンテストなどが考えられる。この方法では、受賞しなくとも実際の生産システムに触れることが出来、また、多くの人脈を得ることが出来る。自身のブランド設立後、ビジネス展開がよりスムーズに行えることが期待できる。

或いは、コンテストの実施内容の大幅な変更は無くとも、審査員の多くがデザイナーであることを利用することも考えられる。グランプリの決定とは別に、審査員特別賞をデザイナーごとに設け、メゾンでのインターン資格を与えるコンテストである。しかも社員登用も視野に入れたものだとおおよそだろう。就職の可能性が生まれることで、応募者の作品制作の指標が明確化し、また、審査がより厳密に行われる効果が期待できる。また、審査員がバイヤーであれば買い取り制度なども考えられる。

もちろん、コンテストが果たす人材育成には、主催団体の経営状態や、国や地方自治体の支援の有無、ファッション産業の協力の有無などの条件が深く関係するものであり、こうした提案は荒唐無稽と捉えられてしまうかもしれない。しかし、様々な団体によりコンテストが開催され、コンテストの社会的価値が認められている昨今、より効果的な方法を模索することは無益ではないだろう。

V. おわりに

これまでの調査により、日本におけるファッションデザインコンテストの目的は人材発掘と育成が主であり、その内容として人材発掘は行われているが、積極的な人材育成を実施するコンテストは少ないことが明らかになった。また、人材育成の結果、受賞者がデザイナーとなった事例は多いが、これはデザイナー志望者が自発的に活動していく中での機会提供や広報活動といった補助的な支援にとどまるのである。

一方、海外で開催されている国際的なコンテストでは、個人の活動支援にとどまらず、インターンや就職先の決定など、ファッション産業に直結した意欲的な人材育成がなされており、受賞が将来を約束すると言っても過言

ではない。日本のコンテストはここまでの体制が整っていないのが現況であり、今後の課題として、ファッション産業に結びついた支援の実施が求められるだろう。

ファッションデザインコンテストの研究は未開拓分野である。しかし、この研究を端緒として今後更なる研究がなされ、人材育成の一つの在り方として、ファッション産業により貢献できるコンテストが実施されることを期待したい。

謝辞

本研究を進めるにあたり、ご指導頂きました香川幸子教授に深く感謝の意を表します。また、インタビューにお答え頂きました保井秀信氏、澤柳直志氏、情報収集にご協力頂きました文化学園パリ支局の水戸真理子氏、装苑編集部吉野みどり氏、Tokyo 新人デザイナーファッション大賞事務局の中川淳郎氏、宮原孝仁氏、ここに記して御礼を申し上げます。

注

- 1) 編集委員会「デザイン各分野での作品審査の現況」『デザイン学研究特集号』第6巻、4号、1999、pp.34-38
- 2) 水谷由美子「ファッションと産学共同—「ジャパンファッションデザインコンテスト IN 山口」実施の事例研究—」、『山口県立大学大学院論集』第5号、2004、pp.65-86
- 3) 『未来を担う人材の登竜門 ファッションデザインコンテストプライズ 2008』日本繊維新聞社、2007
- 4) 例えば、YKK ファスニングアワードは自社商品の新たな可能性の発見を、また、アグリデザインコンテストは農業について考える機会作り、及び問題解決を目的としたコンテストである。
- 5) 例えば、ファッションクリエイター新人賞国際コンクールや倉敷ファッションフロンティアでは、テーマや素材などを記入した応募票が求められる。また、Tokyo 新人デザイナーファッション大賞では、1枚目には使用素材の添付や部門・テーマの記載、裏面には応募票の貼付、2枚目にはハンガーイラストと細かに定められており、これらに不備があった場合は審査対象外となる。
- 6) 装苑賞の他に神戸ファッションコンテストが挙げられる。ただし、応募用紙1枚、デザイン画3枚、過去の作品写真2枚と定められており、装苑賞のポートフォリオと比べると自由度は低い。
- 7) 「装苑」文化出版局、1956年10月号、p.230
- 8) 「装苑」文化出版局、1961年10月号、pp.258-259
- 9) 「装苑」文化出版局、1968年5月号、pp.208-212
- 10) 「装苑」文化出版局、1968年8月号、pp.152-153
- 11) 「装苑」文化出版局、1968年11月号、pp.172-173
- 12) 「装苑」文化出版局、1980年11月号、pp.180-181
- 13) 「装苑」文化出版局、1995年4月号、p.19
- 14) 「装苑」文化出版局、1966年11月号、p.107
- 15) 「装苑」文化出版局、1966年11月号、p.120
- 16) 「high fashion」文化出版局、2008年10月号、p.226
- 17) 「装苑」文化出版局、2011年3月号、p.22

資料1 日本と海外のコンテストの実施概要

基本情報	コンテスト名	Tokyo 新人デザイナーアワード (アマチュア部門)	イエール国際フェスティバル	イッツ
	実施年	2010	2011	2010
	目的	若い才能を発見し、世に送り出す	日本のクリエイション力の向上	モードと写真の分野における若い世代のクリエイションの奨励
	主催	学校法人文化学園 文化出版局『装苑』	繊維ファッション産学協議会 人材育成実行委員会	イヴ社
	協賛・協力	【協賛】 資生堂、プラザ販売、ミキモト、エールフランス航空、ロロ・ピアーナ、NARUMI、ガラスワークスナルミ 【特別協賛】 イトキン	【後援】 フランス文化コミュニケーション省・地域文化振興局、プロヴァンス・アルプ・コートダジュール地方協議会、ヴァール県議会 【協力】 文化省、トゥーロン地方音楽院、プロヴァンス・アルプス・コートダジュール区域市政局、ヴァール総合評議会 【協賛】 モエヘネシー・ルイヴィトン、ロレアルプロフェッショナル、クロエ、ブルミエール・ヴィジョン、ギヤララファイエツト、デフィ	【後援】 リエステ自治体 【協賛】 ディーゼル、メゾン・マルタン・マルジェラ、スカンクアアック (服飾メーカー)、D-ラ・レビエリカ (マガジン) 他
	応募総数	1,595点	約 10,000点	約 800点 (ファッショ部門)
	参加国内訳	日本人中心	ファイナリスト (モード部門) の参加国は、フランス、ドイツ、オランダ、ベルギー。国籍は、フランス、ドイツ、オランダ、ベルギー、デンマーク、スイス	ファイナリスト (ファッショ部門) の参加国は、イギリス、ベルギー、イタリア、ノルウェー、アメリカ、スウェーデン、イスラエル。国籍は、タイ、カナダ、イギリス、イタリア、アメリカ、ノルウェー、スウェーデン、韓国、イスラエル、オランダ
	主な受賞者	コシノジュンコ、高田賢三、やまもと寛麻、熊谷登喜夫、山本耀司、津村耕佑、本間遊 など	ヴァイター&ロルフ、ギヤスバー・ユルケグヰッチ、アレキサンデル・マチュエ、クリスチャン・ワイナント、リシヤール・レネ、スワジシエ、シーニーオン、ロメイン・クレイマー、サントラ・バンクランド など	カティ・ビル、ビーター・ピロット、山崎長和、ミキオサカベ、ユイマナカザト、タロウホリウチ など
	審査方法	【応募】 ポートフォリオ (審査員の選択可能) 【一次審査】 各審査員につき4名ずつ選出、作品制作 (1体) 【二次審査】 審査員との対談により、4名のうち2名を選出、作品制作 (1人合計3体) 【最終審査】 ショー形式での審査	【応募】 ポートフォリオと作品1点 【一次審査】 約50名 (組) を選出 (ファッショ部門ディレクター・アーチスティックのアイデアなどが、その任務にあたる) 【二次審査】 10名 (組) のファイナリストを選出	【応募】 ポートフォリオ 【一次審査】 11名 (組) のファイナリストを選出 (審査員は全員ではなく、7割程度。)(この時点で既に、イヴ代表バーバラ・フランキンスタッフにより、候補者は200名くらいいままでに削られている。経歴、出身校も判断材料となる。)
	審査・評価	【最終審査】 ショー形式での審査 (楽屋にて事前に審査員の作品チェックが行われる)	【最終審査】 プレゼンテーションとファッショショーで作品7体を発表。 この他、展示場が設けられ、出品作品以外の服やアクセサリーも紹介できる。	【最終審査】 プレゼンテーションとファッショショーで作品5~8体を発表。 この他、ファイナリストには選ばれた候補者は、デザイナーから出されるテーマに沿った服1体も披露する。(なお2010年は、スポンサーとなったスカンクアアックからも出題があり、ファイナリストはそのプロジェクトにも取り組みなければならなかった。)

審査・評価	コンテスト名	装苑賞	Tokyo 新人デザイナードアァクション大賞 (アマチュア部門)	イェール国際フェスティバル	イツツ
審査・評価	最終審査での評価方法	審査員が各自10点満点で評価し、その平均点を参考に審査員が評議を行い、決定	審査員が各自100点満点で評価し、その平均点で決定 (モデルウォークキング中に得点が表示される)	グランプリ/ブルミエール・ヴィジョン賞/審査員特別賞:審査員全員による評議で決定 市民賞:来場者による投票で決定	審査員が各人上位3名(組)を決め、投票し決定
	受賞作品(受賞者)の傾向	上位入賞作品は大抵平均点がダントツに高い。近年は造形的な衣服が多く、「コンテスト向けの服」と言われることもある。	審査員が作品の細部まで確認するため、外見だけでなく、仕立てまで十分に評価される。	審査員が毎年変わるため、年毎に好まれる傾向が変わる。しかし、二次審査の段階でポイントアップと作品1点しか見られないため、判断が曖昧になり、なるべくクリエイションに富んだ、タイプの異なる10名を選出する傾向にある。	【最優秀賞】毎年傾向は変わるが、メンズ服の受賞が数年続いている。今年も、形はシンプルながら凝ったマテリアルの作品が受賞。昨年は、服の造形やポリエステル素材の面白さが際立った作品が選ばれた。 【ディーゼー賞】ブランドアイデンティティに近い人を選出。こちらもメンズ服の受賞が続いている。
審査員	審査員	全員がデザイナー 岩谷俊和、コシノジュンコ、田山淳朗、津森千里、菱沼良樹、丸山敬太、皆川明、山本里美	デザイナーやジャーナリストなど 田山淳朗、関口真希子、高橋敦子、羽場由美子、堀畑裕之	デザイナー、ジャーナリスト、ミュージシャンなど ラフ・シモンズ(審査委員長)、ティム・ブラックス、フロリアン・ド・サンピエール、ジョアン・ファニス、ミシェル・ゴベール、ラザロ・フェルナンデス&ジャック・マッカロー、キャシー・ホーン、クリストファー・ケイン、カルラ・ソッツァーニ	イザ社代表バーバラ・フランチンを始めとしたデザイナー、ジャーナリスト、バイヤー、ファッションディレクター、昨年のグランプリ受賞者、ゲスト審査員(ウィクター&ロルフ)など、総勢19名
	審査員コメント	・受賞された作品はどれもすばらしかったと思います。(中略)今回はみなさんが新たな気持ちで作っている、格段によくなったように思います。(岩谷) ・今回は最初から同じ人が作ったような作品が続いて、私個人にとってはちょっとつまらなく思いました。(中略)次回のコンテストでは全体的にもっとおもしろいものが見たいです。(津森) ・受賞を機に、日本の原点を身につけて、どんどん世界に出て行ってほしいです。(コシノ) ・審査会の16作品すべてに言えることは、アイデアの段階ではどれもすばらしかったということです。(中略)素材を選んだり、パターンを作ったり、縫ったりというテクニクのところで大きな差がついたでしょう。(田山)	(審査員全員の意見として) ・創造力が素晴らしい ・素材から作るのよすが、全体的に空気感や余韻が少なく残念だった ・メンズよりレディースの方が非常に良かった ・選ばれた作品は素材も素晴らしい、空気感を含んでフォルムが作られているのが良かった ・素材、縫製が良かった ・デザイナー画とのギャップや、テーマをこなしきれず、テーマとのギャップがある作品がいくつか見られた(個人の意見として) ・1980年代に山本耀司、川久保玲、三宅一生らが世界に認められて以降、2000年代まで、殆どこのコンテストの応募作品はアパレルな服ばかりでした。それが、2010年代になってやっと、今回の作品のように、新しいフォルム、新しいデザイン、新しい服の形が出てきたと思います。これはもう本当に驚かすくらい素晴らしいことです。どうか応募なさった皆さん、2010年代、2020年代を自分の時代にして、努力を重ねて素晴らしい服を作って、日本或いは世界をリードするデザイナーになっていただきたいと思っています。(田山)	・(二次審査にて)50人の中の40人以上はハイファッションとは全く縁のない人たちだと思つた ・舞台衣装のような印象 ・まだ何ヶ月間か準備ができるし、もっと練習して作り上げるべきじゃないか ・(最終審査に際して)そして今、そういうことをした人とまったく何もなかった人が歴然とわかってきた ・ただ少し残念なのは、思考プロセス ・今の段階では、さほど衝撃を受けなかったというものが正直な感想です ・でもデザイナー、質、個性を見て、2、3人おもしろいかなと思う人はいました(ラフ・シモンズ)	今回のITSは正直がっかりしました。10周年ということでも期待していましたが、オリジナリティ化クリエイティブという観点を大切にしています。学生のコンペティションはそうであるべきだと思いますし、このコンペティションはそうであり、才能ある人をサポートするものだと思います。審査員の中には、「これでは着れないじゃないか」と言う人もいますが、プレゼンテーションでは惹かれる候補者はいませんでした。これからショーを見て印象が変わるかもしれません。人が着て歩いた時、美しいと思えることもありますから。
支援体制	賞金	装苑賞:100万円/佳作:30万円/ベスト キン賞:20万円	大賞:50万円/優秀賞:30万円/秀作賞:10万円	グランプリ:15,000€ /ブルミエール・ヴィジョン賞:10,000€	グランプリ:15,000€(最新コレクションを作るための賞金として。最低8体作らなければならない) /ディーゼー賞:25,000€ /特別賞:5,000€ /スカンクワファンク・サステイナビリティ賞:5,000€ /メゾン・マルタン・マルジェラ賞:5,000€ /モダテカ賞:3,000€ /D-ラ・レビュエリカ賞は賞金無し

	コンテスト名	装苑賞	Tokyo 新人デザイナーファッション大賞 (アマチュア部門)	イエール国際フェスティバル	イツ
賞品	装苑賞	装苑賞：パリ往復航空券、真珠のネックレス、ファイナル、化粧品セット、ミン	大賞：パリ往復航空券 【大賞】 ・インキュベーション施設の使用権 (賞金50万円が使用権のいずれか) 【NABA 賞】 ・NABA (ミラ) の大学院修士課程、または2週間のサマースクール受講資格 【Vantian 賞】 ・Vantian (日本の専門学校) のプロ養成過程 atelier X-SEED 1年間、または外国人向け英語授業過程 International X-SEED 1年間受講資格 【最終審査会出場者全員】 ・最長3年間の支援・育成サポート (合同展示会出展サポート、各種セミナーなど)	- ・作品制作のための生地の無料支給 ・バイヤー、ジャーナリストから、売り場の提供やPRの手助け ・香水の制作	- 【グランプリ】 ・次回大会での審査員及び最新コレクション発表 【ディーゼル賞】 ・イタリアのディーゼル・クリエイティブチームで6ヶ月のインターンシップ 【スカンクフランク・サステイナビリティ賞】 ・スカンクフランクのアップセルコレクション (限定ミニコレクション) 制作 【メゾン・マルタン・マルジェラ賞】 ・パリのメゾン・マルタン・マルジェラで6ヶ月のインターンシップ 【D-ラ・レビュブリカ賞】 ・受賞者についての記事の掲載
支援体制	その他、応募のメリット	二次審査として対談の場を設けており、応募者が現役のデザイナーと直接話すことが出来る。 ・運営者内に、審査員にバイヤーやジャーナリストを入れてはどうか、という声も挙がっている。 ・通常の業務 (雑誌の編集) の傍らで実施せねばならず、体制の改善や受賞者の消息を追いかけられない。 (装苑編集部)	最終審査会後に交流会を設けており、審査員他、ファッション業界関係者や他の応募者と交流することが出来る。	「いちばん優秀な人を選ぶのではなく、ファッションのビジョンを選ぶのです」 【グランプリ】の選考の際は これからのことも考えます。1つのコレクションの結果を見て選ぶのでは単純すぎると思います。」 (トリス・ヴァン・ノッテン、2010 年度審査委員長) 「(イエールでの審査員としての仕事は) 好きです」 「若い人たちにどんどん入ってきて欲しい。それがファッションを前進させる唯一の道ですから。」 (ラフ・シモンズ、2011 年度審査委員長)	最終審査まで残った場合、世界中から集まるモードのプロに作品を見てもらえる。 彼らとの交流のチャンスであり、賞を獲得しなくても、企業からオファーを受けたという例もある。また、他候補者から多くの刺激を受けたという感想も聞かれる。
その他	その他、運営側や審査員、ジャーナリストのコメントに対する意見	「若手デザイナーがビジネス的に自立するためのサポートシステムが、このコンテストの最大の特徴でありメリットだ。」 (装苑、2011 年1月号 p. 110)	「私のもっとも幸せな時間は、約1000人の応募者の中から20人ほどのファイナリストを選ぶとき。人の人生を変えるかもしれない選択なので、選考は難航するし、緊張感を伴う責任のある作業ですが、世界中から集まったたくさんの方の作品を見ることができるとは本当に幸せなことですよ。」 (イヴ社代表バーバラ・フランキン、2007) 「このコンペティションは、受賞者に新しい作品の発表の場を与えたり、企業研修をさせるなど、次のステップアップに繋がることをきちんと考えているところが素晴らしい。」(ジャーナリスト、2011) 「受賞者は作品一点を主催者へ奇贈しなければなりません。デザイナーによっては、全てを残していく人もいます。また、応募者のポートフォリオはお返ししません。イヴは、それらの作品やポートフォリオにデータ (作者名、年代、テーマなど) をつけて保管しています。現在、これらの作品は、雑誌のファッション撮影などに貸し出されたりしています。10回目ともなると、既に膨大な量です。イヴは将来的にこれらの作品を展示するミュージアムを設立したいと考えています。」 (イヴのスタッフ、2011)		