



報道関係者各位
プレスリリース

2020年12月17日
東京ニットファッション工業組合

2020年度 TOKYO KNIT のテーマは、 「SUSTAINABLE ACTION by TOKYO KNIT」に決定！

～国内外の展示会やデザイナーとのコラボレーションを推進～

2020年度のTOKYO KNITは、「SUSTAINABLE ACTION by TOKYO KNIT」(※1)と題して、来る2030年に向けて世界が合意した持続可能な取り組みへ、独自の目標を掲げスタートします。

東京ニットファッション工業組合(※2)では、2015年よりスタートした青年部メンバーによる「次世代プロジェクト」を通じた勉強会で産地ブランドについての研究が行われてきました。その後、平成29年度より令和元年度(2020年3月)まで東京都特別支援「チャンスをつかもう2020プロジェクト」(※3)を経て、「TOKYO KNIT」(※4)ブランドを構築し、品質と技術を保証するブランド認証制度(※5)を導入するなど、東京をニット産地とする「産地のブランド化」を目指し、東京の付加価値向上に取り組んできました。2020年度には、東京都特別支援「販路開拓モデル創出プロジェクト」(※6)を受けて、引き続き「TOKYO KNITブランディング事業」を推進しております。

2020年度のTOKYO KNITは、プロジェクト参加ファクトリーが共通の開発テーマとして「SUSTAINABLE ACTION by TOKYO KNIT」を掲げ、国内外の展示会やデザイナーコラボレーションを推進していきます。

具体的には、

① JOOR(※7)による国内外販路開拓

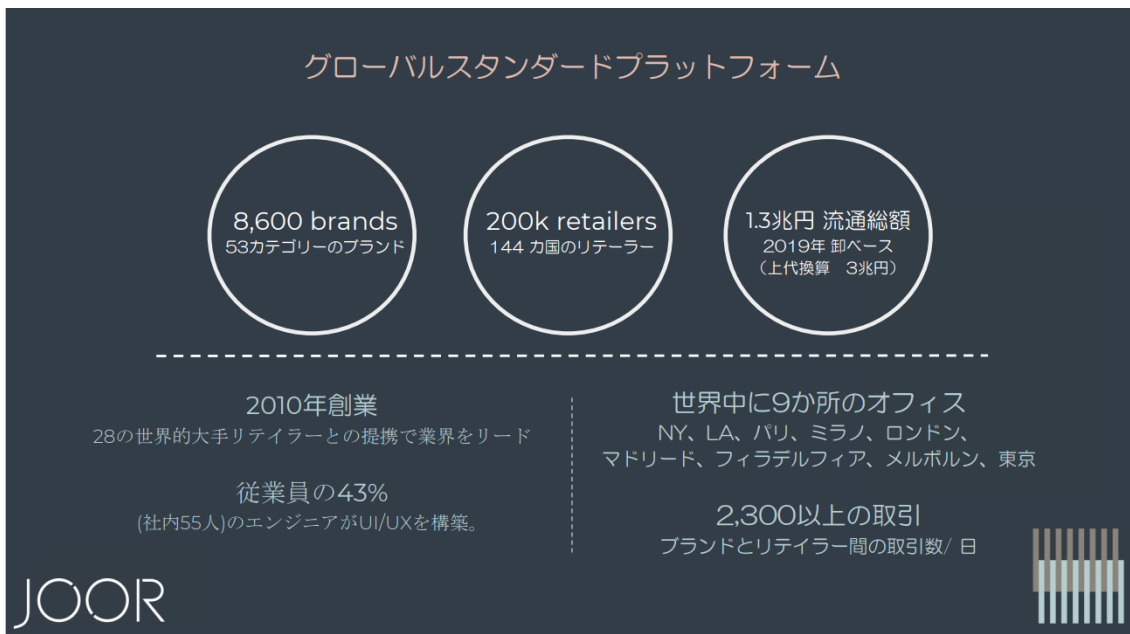
2019年度のTOKYO KNITは2020年1月PITTI UOMO(イタリア、フィレンツェ)に出展し、初めて世界に向けてTOKYO KNITの存在をアピールしました。

<2020年1月、PITTI UOMO「TOKYO KNIT」コーナーとして出展>



2020年度は、コロナ禍のため海外展示会への出展参加が難しいことから、ファッション業界において世界最大で業界標準の卸売プラットフォーム「JOOR（ジョア）」と提携。

世界中の200,000以上の小売店バイヤーと今季参加ブランドとの接点の機会をつくれます。



実施1：2021年1月12日（火）～ 3月31日（水）

TOKYO KNITとして初めて世界にその姿を披露した際の（2020年1月PITTI UOMOに出展）黒のTシャツ・パーカー製品を出展します。日本、東京発の品質と技術を駆使し、徹底的にこだわりを追求したベーシックアイテムとなっています。

実施2：2021年2月15日（月）～ 3月31日（水）

品質と技術を誇るものづくりのメーカーでありつつ、自社ブランドを展開する TOKYO KNIT のメンバー企業による8つのファクトリーブランドが参加します。JOOR を通じて、世界のバイヤーに対し、日本のものづくりの高い品質と技術力をファクトリーブランドとしてアピールします。

② 東京展示会&リモテン（※8）

リアルとデジタルを融合した新しい展示会に挑戦します。

感染予防を徹底したリアル展示会とデジタル展示会リモテンを組み合わせることにより、コロナ禍においてもより多くの方に TOKYO KNIT をアピールする機会をつくれます。

<2020年2月、「TOKYO KNIT」凱旋発表会を実施>



③ 2020年度のコラボデザイナー

TOKYO KNIT は 2019 年度の取り組みとして ANREALAGE との 2020FW コレクション、2021SS コレクション（2020 年度の取り組み）を実施してきました。

2021FW コレクションについても、引き続き、国内外の販路開拓の一環として 3 ブランドとのコラボレーションが決定しています。詳細は順次リリースしていきます。

<2019 年度取り組み「ANREALAGE とのコラボ」>



(※ 1) SUSTAINABLE ACTION by TOKYO KNIT について

ものづくりに携わる TOKYO KNIT の認証企業が、次世代に向けて美しい地球を維持し、伝えていくために、中小企業のファクトリーだからこそできることを推進し、訴えていくものです。

2030 年に向けて世界が合意した「持続可能な開発目標」= SDGs の目標達成へ向けて、TOKYO KNIT として、「商品」「工場」「企業」「生活者」という 4 つの切り口で認証各社が自己チェックを行い、その達成度合いを公開していきます。

個々の企業の努力を集め、TOKYO KNIT として世界に対して、ヒトに対してできることを明確にしていきます。

(※ 2) 東京ニットファッション工業組合 (略称: TKF)

ニット生地並びに製品の製造業を営む中小企業者の経営の改善発展、安定、合理化を図ることを目的とし、昭和 24 年に中小企業等協同組合法の下、正式に法人格を持つ団体として発足。

昭和 61 年に現在の名称である「東京ニットファッション工業組合」と改称、現在約 200 社の組合員を擁する組織。(http://www.tkf.or.jp/)



(※3) 東京都特別支援「チャンスをつかもう 2020 プロジェクト(ビジネスチャンスの拡大を目指して 取り組む大型プロジェクトの特別支援)」

各業界における中小企業組合等や中小企業グループが、団結して取り組む業界の活性化に向けた取り組みに対し、人的・財政的支援を行うことで、業界等の発展を図っていく東京都の事業。平成 29 年度から、業界再生や活性化のモデルケースとなる先進・成功事例を創出するための 3 ヶ年にわたる特別支援を実施。

(※4) TOKYO KNIT について

東京にしか創れないニットの未来を世界に発信する、それが私たちのミッションです。

TOKYO KNIT は、東京の東部、墨田区本所界隈を中心に事業を展開しているニットファッション製造事業者が、次なる時代のファッション産業のあり方を目指す、新しいものづくりのプラットフォームです。東京のニット産業の歴史は江戸時代に遡ります。鎖国状態にあった当時の日本は、多くを国内生産に頼る必要があり、戦国時代の終焉とともに訪れた泰平のなかで、武士は刀を捨て、新たな仕事に従事することを迫られました。江戸東部に住んでいた武士は、手編みにより靴下や下着といったメリヤス製品を作るようになり、それが徐々に進化し、明治時代の殖産興業政策によりこの地はニット産業発祥の地となったのです。戦後、ファッション文化の中心となった東京には、多くのデザイナーがアトリエを構え、流通、小売業者も急増。さらに 1970 年代以降には、東京発のデザインが世界でも高く評価されるようになり、東京のニットメーカーはカジュアルからハイファッションまで、幅広いクリエイションに携わることになりました。東京のニット産業には、歴史と経験に基づく確かな技術力とともに、世界を刺激し続ける東京ファッション独自の創造力を支えるフレキシブルな思想が根付いているのです。(<http://www.tokyoknit.jp/>)

(※5) TOKYO KNIT ブランド認証制度

東京ニットファッション工業組合では、「技術のブランド化」をテーマに、組合員企業の中で、一定の認証基準を満たす企業を、有識者による認証審査委員会（水野誠一委員長）の審査により「TOKYO KNIT」ブランドの認証企業として認証しています。現在、31 社が認証されています。

2020 年度審査員

審査委員長：

水野誠一（株式会社 IMA 代表取締役 / すみだ地域ブランド推進協議会 理事長）

審査委員：

齋藤峰明（シーナリーインターナショナル代表元エルメス本社副社長）

高橋正実(MASAMI DESIGN クリエイティブディレクター すみだ地域ブランド推進協議会 理事)

萩平 勉（一般財団法人ファッション産業 人材育成機構 理事長）

栗野宏文（ユナイテッドアローズ 上級顧問 クリエイティブ・ディレクション担当）

村上 要（WWD JAPAN.com 編集長）



芳村貫太 (PROJECT CHINO 代表取締役)

TOKYO KNIT ブランド認証企業

株式会社アシダニット、株式会社アーテス、有限会社アートランド、伊東メリヤス工業株式会社、大石メリヤス株式会社、株式会社小倉メリヤス製造所、有限会社オフィスホドタ、株式会社川合染工場、株式会社川島メリヤス製造所、株式会社川邊莫大小製造所、キップス株式会社、有限会社紀南莫大小工場、佐藤莫大小株式会社、株式会社サンローレル、株式会社ズーム、精巧株式会社、株式会社大染、株式会社デクストラ、中橋莫大小株式会社、株式会社ナラハラニット、株式会社沼尻スタイル研究所、阪和株式会社、樋口繊維工業株式会社、株式会社ピーコンポ、フジサキテキスタイル株式会社、増見哲株式会社、株式会社マルチョウ、丸安毛糸株式会社、丸和繊維工業株式会社、百瀬繊維株式会社、株式会社和興 (アイウエオ順、全31社)

(※6) 中小企業新戦略支援事業(団体向け)に係る特別支援「販路開拓モデル創出プロジェクト」東京都中小企業団体中央会による特別支援プロジェクト。先進事例として、広く発信可能なモデルとなる団体の販路開拓事業計画の実現を強力に後押しして成功に導き、この成功がモデルケースとなり、他の団体等が追随して取り組む潮流を創出することにより、さらなる業界活性化を目指した1ヶ年プロジェクト。

(※7) JOOR について

「JOOR (ジョア)」はファッションの世界で業界標準の卸売プラットフォームとして、月次で\$ 1.5B (約1600億円) のGMV (卸売金額) を扱っています。8,600を超えるブランドと144カ国を超える200,000以上の洗練された小売店を結び付けています。

(※8) リモテンについて

オンラインー (いち)、距離が近い、リモート展示会。

外出自粛でリモートワーク。リモートで展示会に行けない。リモートで、外出準備ができていない。リアル展示会と同じような対面で密なコミュニケーションが取りづらい。そんな悩みを解決する、主催者も来場者もフルリモートで展示会に参加でき、リアル以上に密にコミュニケーションが取れ、一歩も歩くことなく効率よく商品やブランドのプレゼンテーションを見て・聞くことができる、まったく新しいリモート展示会です。



◆本リリースに関するお問合せ先

リリース・取材等に関するご依頼・お問い合わせは、下記までお願い致します。

<TOKYO KNIT PR 事務局>
伊藤忠ファッションシステム株式会社
プレス担当 小林・山本
Tel : 080-9698-4815
Mail: info.press@ifs.co.jp