

CONFIDENTIAL

TOKYO Fashion Week®

Rakuten Fashion Week TOKYO

Rakuten



一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

2025 年 12 月 22 日

目次

1.

日本ファッション・ウィーク推進機構（JFWO）概要

- 1) 東京ファッション・ウィークを運営する、JFWOとは
- 2) JFWOのミッションと目指すゴール
- 3) 東京ファッション・ウィークの変遷 / 2005年 ～ 現在
- 4) 変遷とともに変化してきたJFWOのアクティビティ
- 5) 世界のファッション・ウィークの中における東京のカレンダー

2.

東京ファッション・ウィークのコンテンツ

- 1) アクティビティの全体像
- 2) それぞれのアクティビティ内容について

3.

参考資料 /

メディアパートナー/ 広告換算値 / メディアにおける露出 / 公式会場・街中のOOHメディア/来場者デモグラフィック



1.

一般社団法人

日本ファッション・ウィーク推進機構 概要

▶ Japan Fashion Week Organization (略称 : JFWO)

一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構（JFWO）とは



世界マーケットも意識する日本のファッション・ビジネスを確立することを目的に、2005年、経済産業省が中心となり、官民一体となった発信拠点を作り上げる取り組みがスタートし、業界の主だった企業が中心となりJFWOが設立された。

同年10月に「東京発 日本ファッション・ウィーク」の第一回目が開催された。

以後、毎年、春と秋のそれぞれ1週間に、参加ブランドによる次シーズンのコレクション発表イベントが東京都内で開催され、2025年9月の2026 S/Sシーズンイベントで、41回目を迎えた。

（2020年3月会期は、COVID-19パンデミックの影響でやむ負えず中止となった為、通算で40回となる）

JFWOは、2005年当初から、日本のファッションビジネスの国際競争力強化を図ることを目的に、日本の高品質・好感度な繊維素材も含め、テキスタイルからクロージングまで、ファッションのクリエイション力を世界に向けて効果的に発信し、ビジネスを成立させること、東京をファッション・ビジネスの拠点として確立するミッションを背負い、ファッション産業、繊維産業の発展を担っている団体。

日本のファッションを世界に発信するプラットフォーム“ファッション・ウィーク”を運営する「コレクション事業」の他、「テキスタイル事業」として、日本の優れた繊維、ファッション製品やサービスの情報発信を担うプラットフォーム“Japan Creation”や“Premium Textile Japan”等も開催している。

この動きは日本国内のみにとどまらず、世界におけるファッションの中心地、仏 パリにおける日本ブランド・デザイナーの紹介や、テキスタイル産業、トレンド発信の中心地である伊 ミラノ及び、アジア等で開催される世界的なテキスタイル展へ、日本テキスタイルグループとして出展する等、活発、拡大化している。

JFWOのミッション・目指すゴール

2005年、官民一体で東京にファッションの発信拠点の整備をスタートした時点から、東京の機能を3つの観点から高めることを今も目指している。



「創」「匠」「商」の連携起点に
デザイナー、産地企業、アパレル、流通
に、質の高い新たな出会いを得られる機会
を提供し、業界全体を活性化させる

ファッション・ビジネスの拠点としての“T O K Y O”の魅力・機能高める

ファッション関連の周辺カルチャーや、東京の高い国際的競争力のあるモノ・コトを巻き込むことで、東京の魅力を最大限に発信する

- ✓ 世界で通用する多くの技術、クリエイション、ファッションデザイナーを輩出すること / 日本のファッション産業が活性化すること。
- ✓ ファッション業界で働くことを目指す学生、働いている若者など、Next generation の役に立つ様々な機会を創出すること。
- ✓ 一般の方たちでも楽しめる、東京という街全体が一体となって盛り上がる事が出来るファッションの祭典/ファッション・ウィークにすること。

世界に向けたデザイナーの登竜門

新しい才能のインキュベーション機能を持ち
新人発掘、世界へ向かうための拠点とする

東京を“もっと”おしゃれで楽しい街に

日本のファッションの中心地として、生活
空間全体に関わるビジネス機会を追求する。

TOKYO Fashion Week の変遷 / 2005年～2010年

【2005年スタートから2010年の変遷】

設立から5年後の2010年まで、官からの支援を受け、Japan Fashion Week TOKYO がスタート。

まずは開催期間を短期集約化し、メイン会場を設けることで場所を集約化した。

メイン会場内で、デザイナー・素材連携企画展を併催、会員、スポンサー企業によるテキスタイル素材展の併催、更にJETROとの協力により海外ジャーナリスト約130名の招聘、メイン会場周辺の商業施設で一般消費者向けショーを開催するなど、ミッション達成に向け様々な活動を実施。



東京発 Japan Fashion Week TOKYO



<https://rakutenfashionweektokyo.com/jp/aboutrfwt/>

TOKYO Fashion Week の変遷 / 2011年～現在

【2011年からの体制の変遷】

2010年、政権交代により官からの支援が打ち切れ、国の政策から民間による自立した運営体制となり、民間企業を冠スポンサーに迎え運営。2019年からは楽天グループがイベントの冠スポンサー。



* 2020年3月はCOVID-19パンデミックによりイベント開催は自粛

※正式な官の事業からは離れた現在でも、経済産業省や東京都は継続してJFWOの理事会にオブザーバーとして参加。
また、個別の企画やイベントにおいて、側面的サポートは継続されている。

TOKYO Fashion Week の変遷とともに変化してきたJFWOのアクティビティ

【2019年年末 COVID-19による世界的パンデミックが発生】

世界中が震撼したコロナパンデミックにより人々のライフスタイルは大きく変化し、それはファッション業界にも大きな変化をもたらしたJFWOは、以下 3 つのテーマを強化することを目指して施策を実施し、環境の変化に対応。

デジタル化強化



- 全てのショーを、youtube、InstagramでLIVE配出来るインフラ整備。
- デジタル上のインフルエンサー「DIGITAL VOICE」を設定し、
ブランドのコレクション発表をボイスたちの目・コメントを通して
ショーを見れない方々に発信。
- Instagramやfacebook などファッションと特に親和性の高いSNS
ツールを持つメタ社をオフィシャルメディアに迎え、関係を強化。
- 「Artist Spoken」というポッドキャスト上のオリジナル番組
を立ち上げ、ファッション・ウィークに接点を持たない一般の
方々にファッションの楽しみ方を判り易く配信。

結果、2022SSシーズンは5,千5百万だった公式SNSの
impression数が、2026SSシーズンには3億7千万。

グローバル化推進



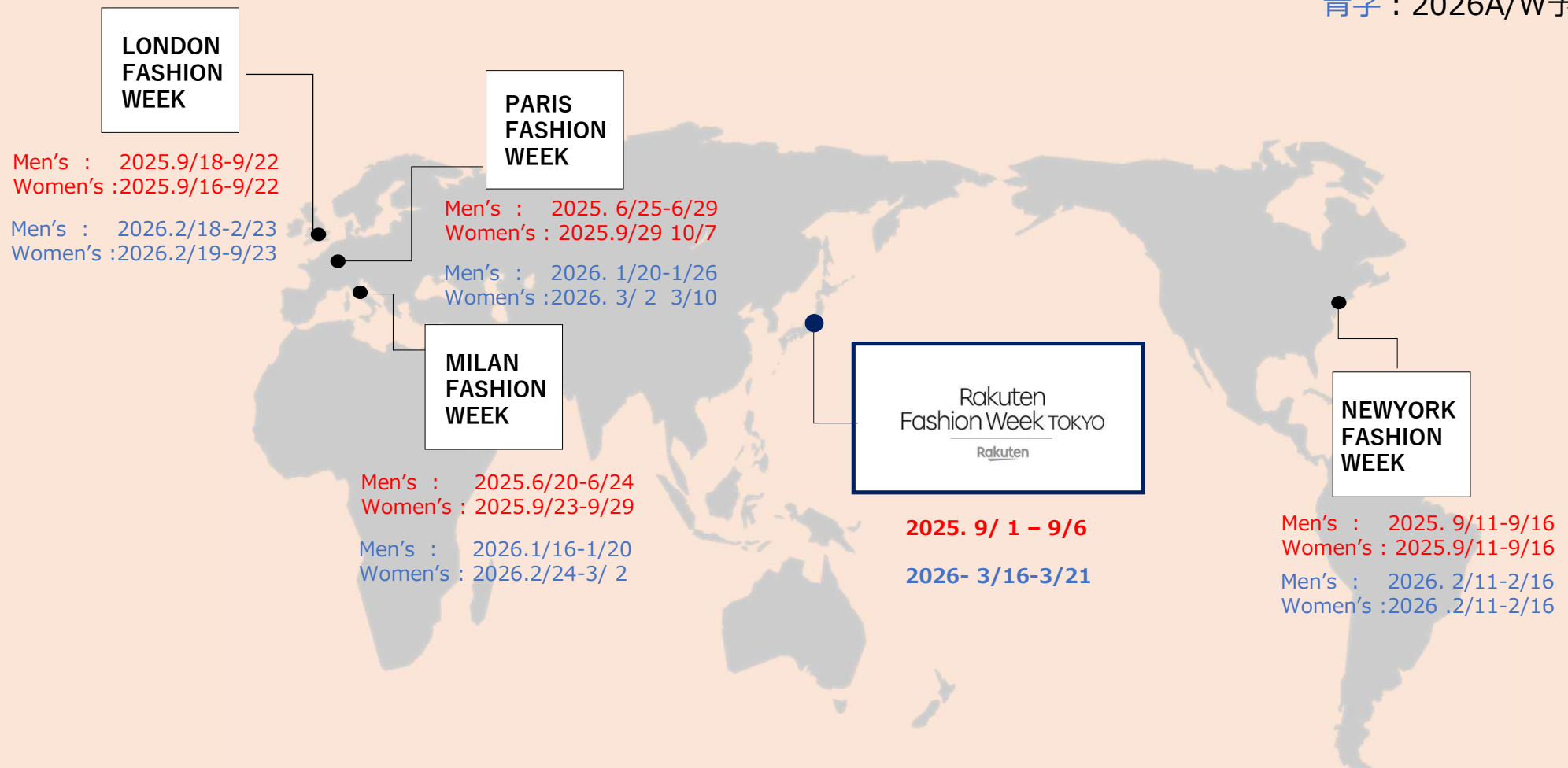
- 東京都との共催でスタートした、東京のブランドをパリに連れて
行き展示会やショーなど、様々な発表をサポートする
TOKYO FASHION AWARD(2015年～) ,FASHION PRIZE OF
TOKYO(2018年～) を、サポート内容を強化しながら継続運営。
- 仏のアパレル合同展TRANOI(プルミエールビジョン) や、伊のメン
ズ総合展 PITTY とパートナーシップを締結。日本ブランドが、
それぞれ海外における会場でプレゼンテーションが出来る環境を
整備。相互での情報発信連携などを推進
- JFW独自で海外から著名ジャーナリストやメディア、バイヤーを
招聘するプログラムを組み立て、推進。
- 2020年は1名のみだった招聘者が、2026SSシーズンでは
9名を招聘。（メディア関連4名/バイヤー4名/カメラマン1名）

発信力の強化

上記のような強化策を取りながら、国内のメディアとの関係も密にとることで、参加するブランドの情報の記事化を推進する。結果、
2025AWシーズンの広告換算値は484億達成。（2026SSシーズン数値は集計中）（ 参考資料：25ページグラフ参照）

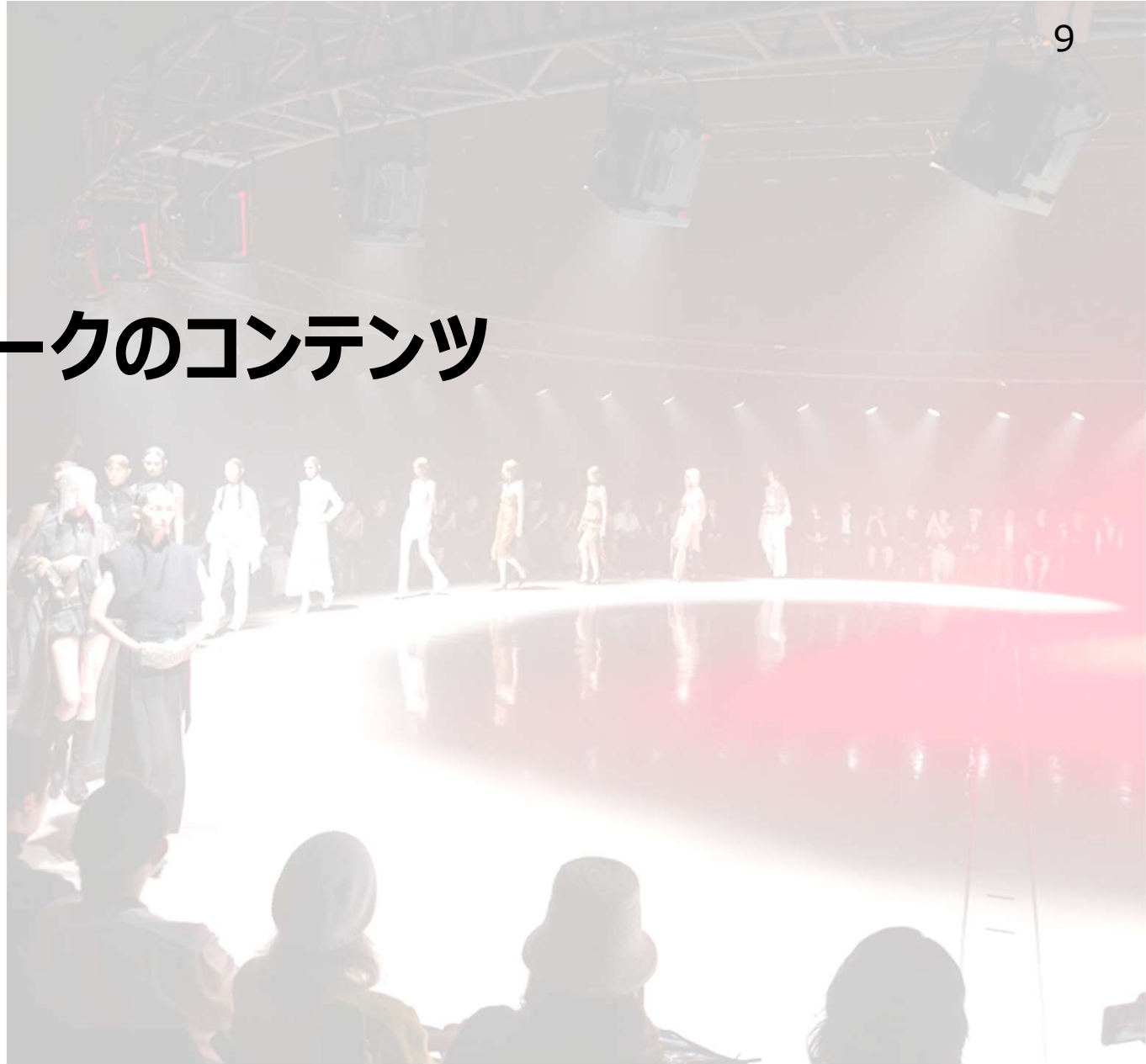
世界のファッションウィークの中の TOKYO Fashion Week 位置づけ・カレンダー

※赤字 : 2026S/S 実績
青字 : 2026A/W予定



2.

東京ファッション・ウィークのコンテンツ



JFWO TOKYO Fashion Week イベント全体構成

一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構（JFWO）

テキスタイル事業

コレクション事業

Rakuten Fashion Week TOKYO

Rakuten

毎年9月にS/Sイベント・3月にA/Wイベントを開催

主催：一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構
イベント冠スポンサー：2019年から楽天グループ株式会社



参加ブランドによるコレクション発表

毎シーズン30-40ブランドが参加。半年先のシーズンに向けたコレクションのを、ランウェイショー、インスタレーションなどの方法で発表。日本国内外のメディアによりコレクション内容が配信される。

- ・公式会場：渋谷ヒカリエ（ホールA,ホールB）
- ・公式会場以外、ブランドが自ら選定する、渋谷、表参道等を中心とした都内各所の会場で発表。



JFWOが主催する セレモニーやパーティー・企画イベント

毎イベント、テーマを設けたオープニングセレモニー、パーティーやクロージングパーティー、また、展示イベントやトークショーなどを開催し、業界メディアや関係者のみならず、一般も参加可能なイベントを開催。



JFWOが主催/共催・運営する インキュベーションプログラム

- ・東京都との共催で、東京を拠点とするブランドを世界に向けてビジネスチャンスを生み出すプログラムを運営、実施している。
- ・2022年からは、JFWO独自で JFW NEXT BRAND AWARD プログラムを企画・運営。
- ・服飾専門学校や大学と連携し、学生のファッションショーに、公式会場を解放もしている。



【 関連イベント 】

ファッション・ウィークの期間中及び前後1か月の間に東京で開催される「ファッション」に関連するイベントを「関連イベント」と位置づけ、ファッション・ウィーク内のプログラムとして紹介。

内容によって、集客やPRサポートを行い、東京をファッションを通して楽しく、華やかな一週間に。

（関連イベントの主催や会場に規定は設けない。）

JFWOが主催するセレモニーやパーティー・企画イベント

JFWOは、ファッション・ウィークの期間中、業界の方だけではなく、一般の方も自由に参加できるファッション・ウィークのオープニングやクロージングパーティー、展示イベントなどを企画、実施。

<2024S/Sシーズン、BMW社とのコラボレーションで実施したオープニングパーティー>



<ヒカリエ 8F会場を活用したデザイナーによるトークイベント>



<2026S/Sシーズン、JFWO20th を記念したオープニングセレモニー>



TOKYO Fashion Week / 参加ブランドによるコレクション発表

インディペンデントのブランド（デザイナー）の他、企業が展開するブランドも含み、毎シーズン30-40の国内外ブランドがJFWO公式ブランドとして参加し、次シーズンのコレクションの発表を行う。

（一部紹介/順不同）

2005年～2025年
参加ブランド数

（延べ/実質）

1,844 / 524

内、海外の国、地域から
の参加ブランド数

32

米国、イギリス、フランス、イタリア、
カナダ、フィンランド、南アフリカ、中
国、韓国、
台湾、……

Hanae Mori manuscript
HIROKO KOSHINO
JUNKO KOSHINO
YUKI TORII
INTERNATIONAL
Yukiko Hanai
JUN ASHIDA
TAE ASHIDA

DIANE von
FURSTENBERG
MISSONI
Paul Smith
KOCHE
Marimekko
A BATHING APE®

mastermind JAPAN
N.HOLLYWOOD
FUMTO GANRYU
JOHN LAURENCE
SULLIVAN
Sacai
Beautiful people
FACETASM
BED.j.w.FORD
YUIMA NAKAZATO
ANREALAGE
Kolor
TOGA
AURALLEE
UNDERCOVER

TOKYO Fashion Week / 参加ブランドによるコレクション発表

ブランドは、JFWOが準備する公式会場（渋谷ヒカリエ/ ホールA,ホールB）の他、自身のクリエイションを発表するのにマッチする会場を選び次シーズンのコレクションの発表を行う。

<公式会場 渋谷ヒカリエを使用した発表例>



<公式会場以外様々な会場での発表例>



@渋谷PARCO 1F貫通通路



@浅草 花やしき



@渋谷百軒店 ストリート



@大手町 毎日新聞社ビル屋上

TOKYO Fashion Week / 参加ブランドによるコレクション発表

企業様が展開するブランドも公式参加ブランドとして参加。

・新ブランドのローンチのタイミングでのPR、・ブランドのリニューアルをきっかけに新イメージを打ち出す、・新たに海外市場展開を狙う、などの目的で、ファッション・ウィークという場を活用。



HARE by アダストリア In 2022S/S



OOU by アダストリア In 2025S/S



pillings by サザビーリーグ In 2025A/W



Goldwin 0 by ゴールドウィン In 2022A/W



Nagonstans by バロックジャパン in 2025



GLOVAL WORK by アダストリア In 2018A/W



D-VEC by ダイワ In 2022S/S

※企業のサポートにより海外招聘ブランドとしてしてコレクション発表をしたラグジュアリーブランド 例

DIANE von
FURSTENBERG

(supported By TSI)



MISSONI

(supported by
Onward Kashiya)



JFWOが主催・共催、運営するインキュベーションプログラム

JFWOは、「世界に向けたデザイナーの逗留門」というミッションに基づき、様々なインキュベーションプログラムを展開。

<東京都との共催で企画・運営している

・Tokyo Fashion Award と、・Fashion Prize of TOKYO>



- ・2015年からスタートした本企画も2025年で10年の時を重ねる。
11年の間に、日本をベースに展開する78のブランドを、選出し、パリ ファッションウィーク期間中、パリでOPENするショールームでコレクションを展示し海外におけるビジネスの足掛かりをサポートする。



- ・2018年からスタートした本企画。
日本をベースに展開するブランドから毎年 1 ブランドを選出し、パリ ファッションウィーク期間中、パリでコレクションショー開催のサポートを行う。
本プライズ受賞を足掛かりに、今や世界をフィールドにした、日本を代表するブランドを多数輩出。

Manne Kurupunchi

TAAKK

AURALEE



TOMO KOIZUMI

MASU

ssstein

YOKE

<JFWOが独自で主催するNEXT BRAND AWARD>

- ・2023年からスタートした本企画は、国内外において、これから海外進出を期待することもできるブランドを発掘し、そのチャンスを与えることを目的にJFWOが独自の目線で毎年1ブランドを選出。ファッション・ウィークTOKYOの会期中、ランウェイショーを開催するサポートの他、JFWOのテキスタイル事業も活用し、物づくりのサポート、他、メディアとの協力でPRサポートなど、様々なサポート体制を提供する。
2025年度からは、テキスタイル事業が日本ブースを展開する仏・ブルミールビジョンで、受賞ブランドの紹介コーナーを作るなどのサポート体制も整備。



KANAKO SAKAI

TELMA

munkeyen

<ファッション専門学校との協力体制>

- ・これからファッション業界を目指す学生を対象としたプログラム。
専門学校との協力体制で、プロがコレクション発表を行う、ファッション・ウィークの公式会場を学生の卒業発表の為の会場として提供。

TOKYO Fashion Week / 関連イベント

JFWOは、「ファッションで東京をもっとおしゃれな街に」というミッションの元、ファッション・ウィークの開催に伴い、毎シーズン、公式会場の渋谷ヒカリエ内の会場を中心に、東京各地で開催される沢山のイベントを「関連イベント」として紹介、内容によっては、PRサポートも実施する。

●ファッション・ウィークの『関連イベント』とは

“ファッション・ウィーク”の期間及び前後 1 か月を目安にした期間に実施される、“ファッション”に関連するイベントを関連イベントとして連携します。

連携する目的 ；

- ▶ ファッション業界、東京という街が“ファッション”で盛り上がる為
- ▶ メディアやバイヤー、プレス、ファッションに携わる方々や企業などの業界関係者、一般消費者や学生まで巻き込みその接点を最大化する為

※“ファッション”の定義： テキスタイルやアパレル関連は勿論、アート、音楽、アニメなど、東京の文化に関わるもの全て

●『関連イベント』の役割

- ▶ ファッション・ウィークの盛り上がり
- ▶ 関連イベントを主催・開催する団体、企業がその内容を発信できる機会作り
- ▶ テキスタイルやアパレル関連企業のみならず、他業界団体や企業を巻き込一緒に街を華やかに、楽しむきっかけ作り
- ▶ “ファッション”業界を目指す若い世代に参加する・触る・聞く・感じる機会を提供（インキュベーション）
- ▶ ファッション・ウィークの期間外に上記目的で活動をするブランドとつながる機会づくり

TOKYO Fashion Week / 関連イベント

(1) ファッションに関連する企業や団体によるイベント例

何かテーマを持って一般参加もできる仕立ての展示会の他、ブランドのPOP UPイベント 等、
 <サステナビリティ等をテーマにした企画イベント>



フィッシングメーカーであるダイワが、“海の世界から生まれ変わるアップサイクル”をテーマに使われなくなった漁網を再生する 技術を活用し、「文化学園」、「東京学芸大学」と連携し、ファッションアイテムを制作・展示

by グローブライド(ダイワ)



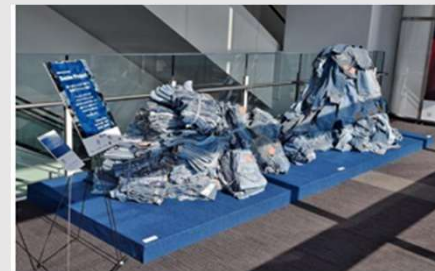
やまぎんが提供するサステナ素材「ZERO-TEX®」のサステナブルストーリーに関するムービーやオブジェ、また「個性を尊重し、長く着用できる服」と題して、FIT（ニュー ヨーク州立ファッション工科大学）で学ぶ未来のデザイナー3名に、“ZERO-TEX®”の可能性を託し制作したコレクションを展示。

by やまぎん



小松マテーレ社の素材で創作された「BED J.W. FORD」のコレクション特別展示や、端切れや廃棄せざるを得ない生地を活用したサステナブルブランド「mate-mono（マテモノ）」の製品等、技術を結集し生み出した先端材料や製品を展示。

by 小松マテーレ



ファッションを取り巻く社会課題を解決しながら、ファッションの素晴らしさをあらたな形でアップサイクルし、サステナブルな世の中につなげていくバイヤーの想いのもと、三越伊勢丹が2021年よりスタートさせた『デニムプロジェクト』。約3万本近くのにのぼる20トンの<リーバイス® 501®>を所有する、足立区のアパレル下請け工場の株式会社ヤマサワプレスと協業し、業界や企業の垣根を越え賛同先を募り、未来のファッションを紡ぐ取組みを紹介。

by 三越伊勢丹

TOKYO Fashion Week / 関連イベント

(1) ファッションに関連する企業や団体による展示・PRイベント例

何かテーマを持って一般参加もできる仕立ての展示会 等、

<サステナビリティをテーマにした企画イベント>



サステナブル経営推進プロジェクト「グリーンオンワード（Green Onward）」の一環「アップサイクル・アクション（Upcycle Action）」を立ち上げ、不用になった衣料品から新しい価値を生み出すというコンセプトのもと、社員がクリエイターとなって「デニム」を用いたアップサイクル作品を約150点制作・展示。

by オンワード樫山



環境負荷を低減したサステナブルロジスティックスの実現を目指すDHLが、素材から流通までサステナブルな取り組みをコンセプトにしているブランド BASICSと組み、BASICSのコレクション発表をサポートした取り組み。

by DHL

自社・団体の活動をPRする展示 等



日本国内の繊維・縫製産地や産業を維持活性化するため、受け継がれ進化してきた独自の技術力を国内外の市場に示し、その商品およびテキスタイルの需要拡大を図る活動。海外の展示会などに出展した際の商品を展示し、本活動の認知を拡げるPRイベント。

by 日本アパレル・ファッション産業協会
/ J∞Quality



自社が企画・運営している、学生を対象とした「YKK ファスティング アワード」の受賞作品の展示と共に、自社商品の紹介・PR。

by YKK

TOKYO Fashion Week / 関連イベント

(2) ブランドのローンチや周年を記念したイベント例

<小嶋陽菜がプロデュースするブランド Her Lip To のローンチを記念するPOP UPイベント>



ファッション・ウィークの関係者にもPOP UP イベント会場への招待枠をもらい、会場に居る小嶋さんご本人とコミュニケーションが取れる機会を持てるというイベント

<ブランドの周年を記念する展示企画>



雑誌 FUDGE周年展示

FUDGE創刊20周年を記念し、20年分の雑誌の表紙などを一同展示。

<ブランドの周年を記念する展示企画>



KIJIMA 周年POP UP @PARCO



TSUMORI CHISATO 35周年記念 展覧会

ブランドスタート35周年を記念した展示。100体以上のマネキンに、スタート当時の服を着せた圧巻の展示。

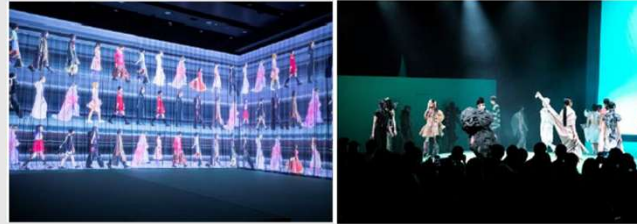
TOKYO Fashion Week / 関連イベント

(3) 小売店 x ファッションブランドによるPOP UPイベント・ 学校や学生団体による発表イベント・合同展示会 例

<小売り店 x ブランドのPOP UPイベント> <学校や学生団体による発表イベント>



伊勢丹 x ブランド POP UP



渋谷ファッションウィーク「The INCUBATION」
文化服装学院 100周年記念イベント

ESMOD TOKYO
40TH SHOW RUNWAY

2025.03.23
104-0031-TOKYO



ESMOD Tokyo 2024年卒業コレクション



MARRONNIER
COLLEGE OF FASHION DESIGN

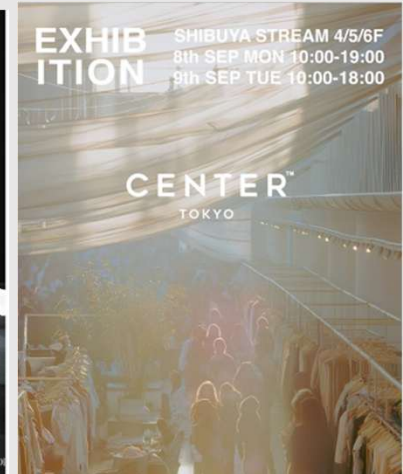
RUNWAY SHOW

MARRONNIER COLLEGE OF FASHION DESIGN
2025S?S



阪急百貨店 x ブランド POP UP

<各種合同展示会>



TOKYO Fashion Week / 関連イベント

(4) 商業エリアや施設を挙げて実施されるイベント・その他 (ファッション業界以外) イベント 例

<毎日ファッション大賞 / 毎日新聞社>



<渋谷ファッション・ウィーク / 渋谷ファッションウィーク実行委員会>



<CREATIVE TOKYO / CREATIVE TOKYO実行委員会>

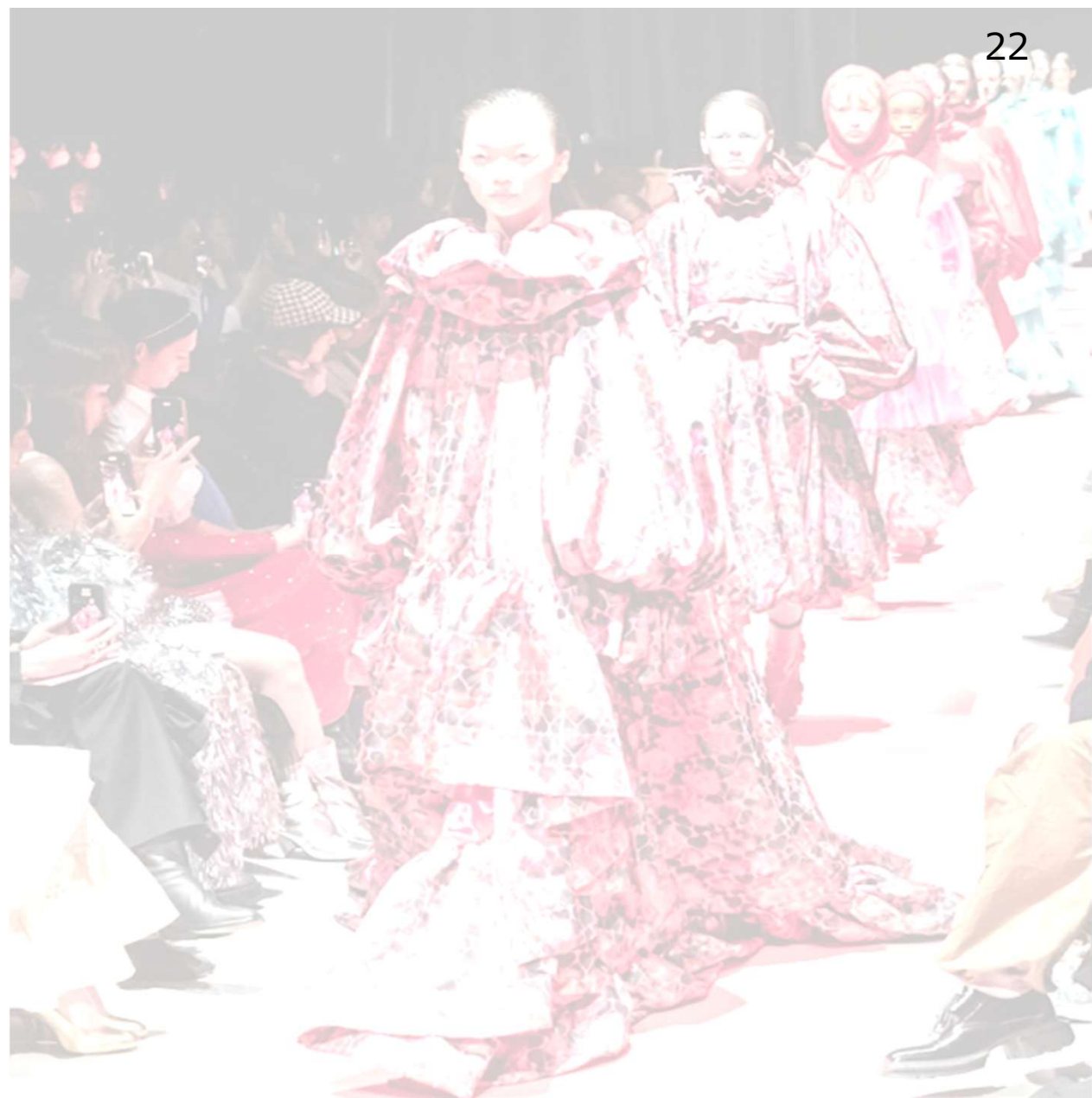


<DESIGNERT / DESIGNERT実行委員会>



3.

参考資料



参考資料： 国内外の取り組みメディアパートナー

23

-紙媒体、ネット、様々な国内外メディアでの掲載例 -

-2026S/Sシーズンの主要取り組みメディア -

FASHION PRESS

FASHIONSNAP



Threads



織研新聞社

the japan times

WWD

ApparelWeb

ELLE

Fashion
tsushin

gap

LAUNCHMETRICS

marie claire

3OD
DITA

Omosan

OSF[®]
OVER SPEAK FASHION JAPAN

PERK

Q.
qui.tokyo

"QUOTATION"

繊維ニュース

シフヤ経済新聞

装 SO-EN
ONLINE 苑

BOF

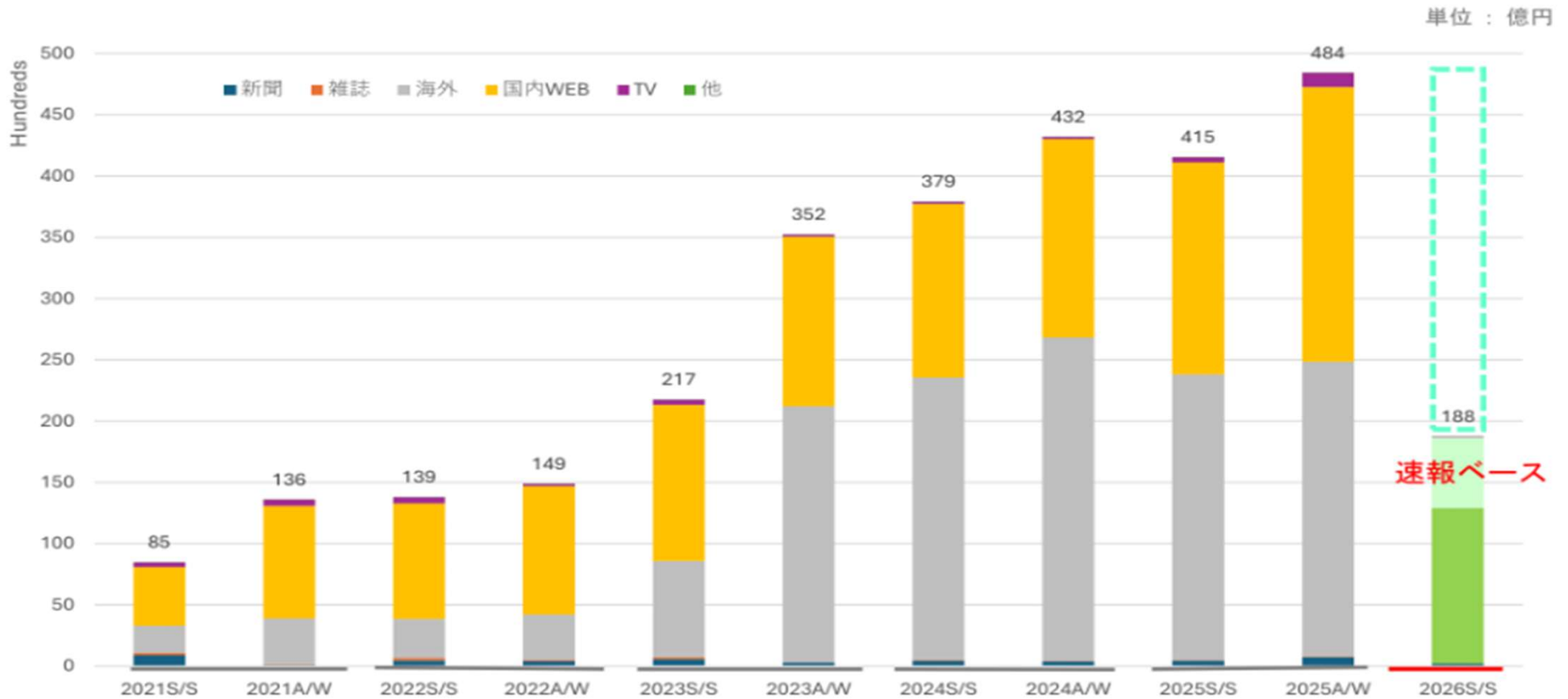
TimeOut
TOKYO



参考資料： メディア露出/広告換算値 -2026S/Sシーズンの数値は集計中-

ここ数年で見ると、新聞が主となる紙媒体は比較的横ばいの掲載数であることに比べ、国内外のWEBによる記事化が圧倒的に増加していることが全体数の伸びに起因している。

国内外ともに、WEBの数値が引き続き顕著な伸びを見せる傾向

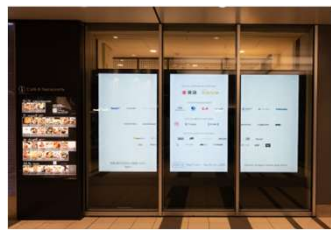
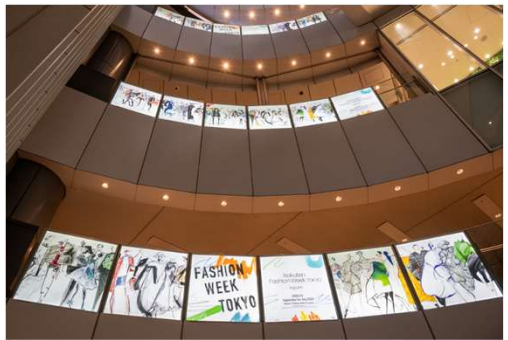


参考資料： 公式会場、他、OOHメディア展開

25

渋谷ヒカリエ(一部)

2026SS シーズン実績

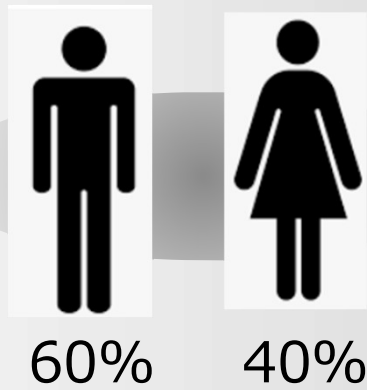


PR動画配信
@渋谷スクランブル
交差点 Q's eye
モニター

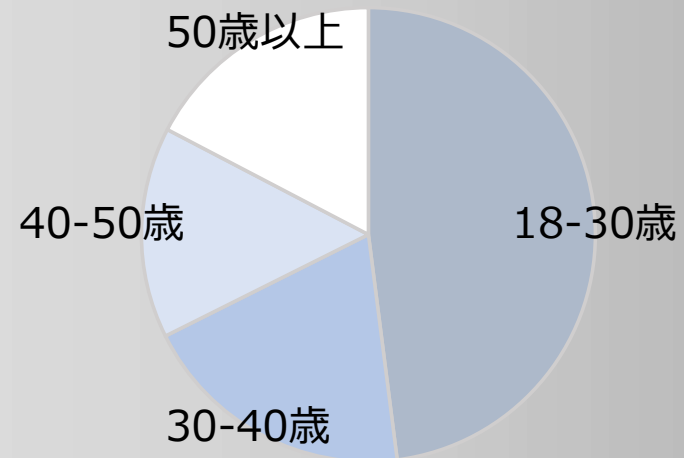
PR動画配信
@東京都内を走る約13,000台のタクシー内モニター



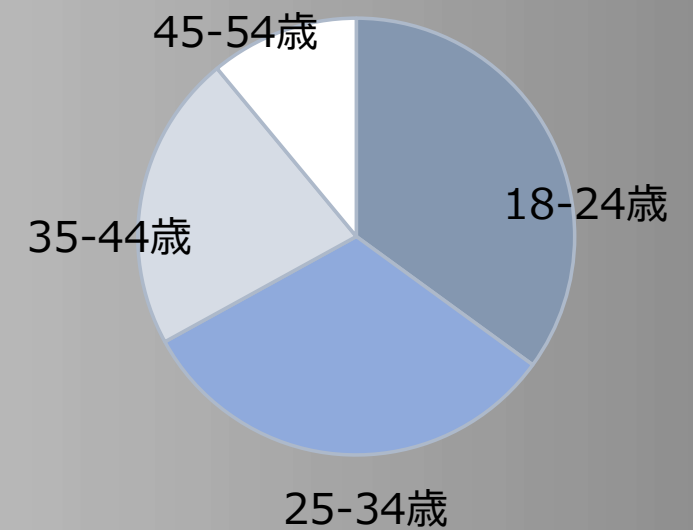
来場者の性別



来場者の年齢層



公式SNSアクセスの年齢層



今後の東京ファッション・ウィーク 開催予定

2026A/Wシーズン 2026年3月16日（月） ～ 3月21日（土）

2027S/S シーズン 2026年8月30日（月） ～ 9月 4日（土）

(予定)

JAFIC会員様の、
新ブランドローンチや、新商品の発売の他、基幹商材の
認知度訴求・PRとして、
ファッション・ウィークの場を活用されることで、
国内のメディアやバイヤーなどの業界関係者、及び一般消費者への
ビジネスチャンスを広げられる可能性があると思います。
※ファッション・ウィーク期間中及び期間外（期間の前後 1 か月目途）
で実施される企画イベントが対象です。

是非ご検討いただけますよう、お願い致します。
ご不明な点がありましたら、お気軽にお問合せ下さい。

JFWO 事務局長 古茂田 博
komoda@jfw.jp

担当問い合わせ先：伊藤 ito@jfw.jp、飯田 koko@jfw.jp JFWO電話： 03-6805-0965

ご案内

一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構は、団体が発足した2005年以降使用してきた、団体を象徴するロゴを、2026年1月から変更します。

今後の更なる日本のファッション産業の成長とグローバルな飛躍」を願い、またその決意の表れとして、20周年という節目に新たなロゴに変更することと致しました。

なお、これまで「コレクション事業」と称してきた事業を、ファッション・ウィークという呼称の浸透と事業の活動内容を明確にする目的のもと、「ファッションウィーク事業」へと名称変更いたします。

ファッション・ウィークを通して日本のデザイナーやクリエイションをグローバルに発信する「ファッションウィーク事業」と、国内外における日本のテキスタイル産業の発展を目指す「テキスタイル事業」、2つの機能を併せ持つ、世界でも稀有な組織であるJFWOは、本ロゴへの変更とともに、今後も、日本の繊維産業のさらなる発展に貢献できるよう努めてまいります。



新ロゴに込められたメッセージ

日本の「服」づくりを世界に伝えるために・
アルファベットの「JFWO」から「服」という漢字を構成し、その思いをかたちにしました。
直線と曲線によるシンプルな構成は日本の印章文化に由来し、円のモチーフは日の丸を意味します。
形状の意味を考えることで、対話を生み、見る人の記憶に残る存在となることを目指します。

※ 事務所の住所、電話番号等は変更ありません。

※ 1部スタッフのメールアドレス変更になりますが、今まで通りのアドレス宛に頂いたメールも受け取れます。