

【添付資料①】

過去最多となる 9,518 点(アパレル部門 7,815 点、ファッショングッズ部門 1,703 点)の応募が寄せられた第 23 回(2023 年)「YKK ファスニングアワード」において、アパレル部門 ^{シキヤ} ^{ダイスケ} 敷矢 大輔さん(大阪文化服装学院)、ファッショングッズ部門 ^{ニシノ} ^{アサヒ} 西野 陽光さん(文化服装学院)がグランプリに輝きました。受賞作品、入選作品によるファッションショーと授賞式の収録動画は、以下 URL より視聴いただけます。

<https://www.youtube.com/watch?v=RoJA1sf0Xzw>

【アパレル部門】 ^{シキヤ} ^{ダイスケ} 敷矢 大輔さん(大阪文化服装学院)

■受賞作品に対する想い

グランプリを獲れる自信があったので率直に嬉しいです。周りのサポートも得ながら手間と時間をかけ、前回のリベンジをしました。最もこだわったのは、服を回転させるための、ファスナーの継ぎ目です。ファスナーは本来、固定されたテープにスライダーを動かして開閉するものですが、それを逆にしました。スライダーを固定して、代わりにテープを動かすことで、服が動くという仕組みです。3年生になってから素材にも興味



を持ち、全国を飛び回って自分の理想の生地を探したことも制作に生きました。柄を多用したので、それを表現するのに膨大な時間がかかり、苦勞しました。受賞を糧に、近い目標としては自分のファッションブランドを立ち上げます。肉が大好きなので、焼肉屋になる夢もあります。

■審査員講評

最終審査でこの服が回転した瞬間、審査員全員が驚きの声をあげました。長年審査をするなかで、そんな光景は初めてです。それだけ規格外なグランプリ作品が誕生しました。タイヤのテキスタイルをモチーフにした力強いマテリアル、様々な変化を実現するディテール、インナーに施されたキルティングの細かいステッチワーク…。良い点を挙げるとキリがありませんが、一番はファスナーを使用する目的と方法が独創的だったこと。これまでと全く異なる、見たことのないチャレンジです。服にこだわらず、アートやプロダクトといった視野にも立ちながら、ファスナーの使用方法を考え抜きました。「つなぐ」「開ける」というファスナーの機能を前提に審査していますが、それが見事に裏切られ、YKKの「裏の裏をかいた」とも言える作品です。ファスニングにはつながっていくという意味があり、ファスニングアワードにはファスニング商品がどんどん変化・進化しながら他のカテゴリーやモノ・コト・ヒトにつながっていくという思いも込められています。そういう視点でも、まさにグランプリにふさわしい作品だと思います。(藤田 恭一氏/デザイナー)

【添付資料②】

【ファッショングッズ部門】 ^{ニシノ アサヒ}西野 陽光さん（文化服装学院）

■受賞作品に対する想い

グランプリまで受賞でき、嬉しさと驚きが両方あります。3年間このアワードに挑んできたので、最後の年に集大成になりました。金属とファスナーをどう調和させるのか、デザイン画が選考通過してからずっと悩みました。最初は皮革など柔らかい素材を使ってジュエリーにしようかと迷いましたが、せっかくジュエリーを専攻しているのだから金属でチャレンジしようと思い、先生や友達にアドバイスをもらいながら、どうすれば



うまく開閉できるのか試行錯誤しました。デザイン画時点でジュエリーは1種類だけだったのですが、バリエーションを持たせたら面白いのではないかと付け替えられる仕様を採用しました。そこを評価されたので、欲張ってよかったです。受賞はモチベーションにもつながったので、もっと自信をもって物作りに打ち込みます。ファスナーに触れることで自分自身の視野も広がりました。就職先で修行を積みながら、いつか自分のブランドを持ってみたいです。

■審査員講評

5年以上ファッショングッズ部門の審査をメインに担当していますが、アワードを牽引するのはアパレル部門の場合が多く、これまで悔しい思いもしてきました。しかし、今年はそんな気持ちを吹き飛ばすほどクオリティが高く、グランプリにふさわしい作品です。この作品はバリエーションが豊富で、ただ選択するだけでなく、日によって付け替えられたり、組み合わせることができます。内面を表現するためのファッションであると同時に、着用する人が作り手のクリエイションに参加することもできるという、とても作品性の高いクリエイションです。おそらく、YKK ファスニングアワードがなければファスナーでジュエリーを作ってみようとは考えないでしょう。しかしこうして、ファスナーをジュエリーに用いるというチャレンジを表現にむすびつけ、生命力のあるアイテムに仕上げたことが、大きく評価されるポイントになりました。ファッションはコミュニケーションツールでもあり、モチベーションツールでもあります。着用する人のことを想像してその両方を実現し、成熟したクリエイションを見せてくれました。（館鼻 則孝氏/アーティスト）

（取材協力 織研新聞社）

以上