








# JUN OKAMOTO

|           |  |
|-----------|--|
| クリエイター名   | 岡本順  |
| プロフィール    | <p>1997年文化服装学院を卒業後、パリのStudio Bercot に入学<br/>Arenxandre Matthieuのアシスタントを経て自身のブランドを2005年よりパリを拠点にスタート。<br/>シーズンテーマをデザイナー自身が物語を書くことから始まり、「彼から見た彼女の服。」というコンセプトのもと、物語の中に出てくる情景や言葉をプリントやディテールに落とし込み、ストーリー性の高いコレクションを展開。<br/>2010年に拠点をパリから東京に移し、現在、熊本に直営店を構える。<br/>直営店では、[ wallflower by jun okamoto ]と名付けた別ラインで、アーカイブのパターンを活かした、セミオーダーラインも展開。熊本にある自社縫製工場パターン展開から縫製まで一貫して行うことで、完全受注生産体制を確立し、サステイナブルな取り組みの一環としても注目を浴びている。</p> |
| Instagram | HP_ <a href="http://www.junokamoto.com">http://www.junokamoto.com</a><br>Instagram_ <a href="https://www.instagram.com/junokamoto/">https://www.instagram.com/junokamoto/</a>  |
| ブランドPR    | <p>デザイナー自身で物語を書き、その中に出てくる言葉や情景を元にプリントや刺繍、ジャガード等のオリジナル素材を開発し、デザインし、出来上がった商品にも名前を付ける等の手法を使い、コレクションにストーリー性が生まれ、それを理解したお客様には中毒性を持たせるブランドとなるようになりました。ストーリーによって、洋服のシルエットやディテールを変え、色や柄を楽しんでもらえるブランドとなっています。購買層は、女性は30代から60代くらいまでと幅広く、男性は20代から40代が中心となっています。</p>   |

-  自身のブランドで20年近く活動中
-  自身のブランド以外に、PANORMOと言う音楽家に向けたオケージョンブランドを自社から展開し、そのディレクションも担当
-  オリジナルプリントに言葉をつける等、語れるオリジナル生地の開発が得意
-  ブランド内でブラックフォーマルのラインも展開しているので、ブラックフォーマルや制服等も手掛ける自信があり
-  メンズは若手のミュージシャンの衣装としても使われることが多い

## これから取組んでいきたいこと

- アパレル企業とのコラボ企画、デザイン契約
- 制服デザイン
- 寝具デザイン
- 複数ブランドでのポップアップ

## 実績

- 組曲での複数回のコラボ企画
- 新宿伊勢丹でのポップアップ(単独)
- 渋谷西武でのポップアップ(合同)



JUN OKAMOTO 2024SS



JUN OKAMOTO 2023-24AW



PANORMO 2024SS



PANORMO 2023-24AW