

# suzusan

Hiroyuki Murase / CEO & Creative Director

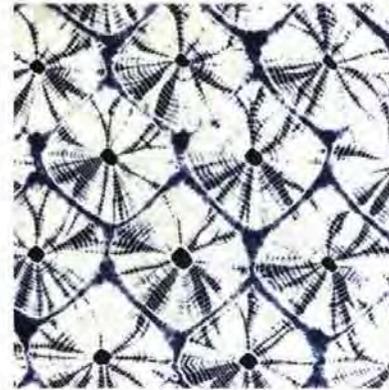
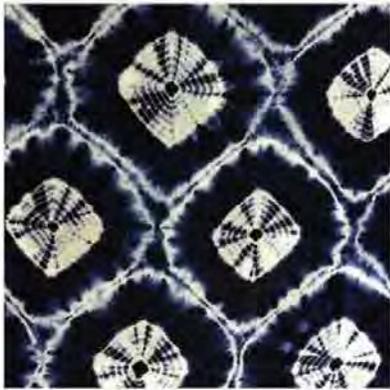
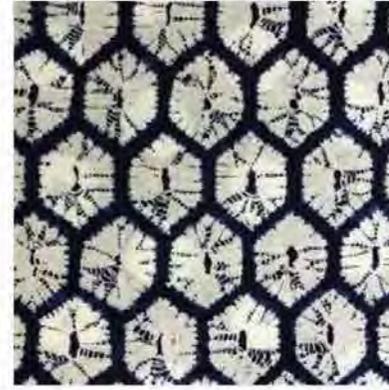
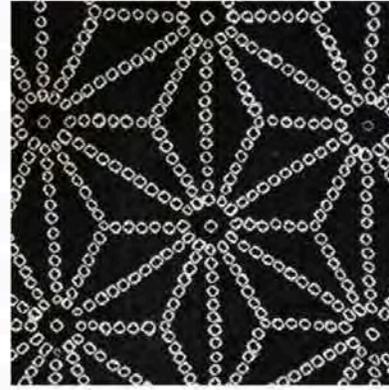
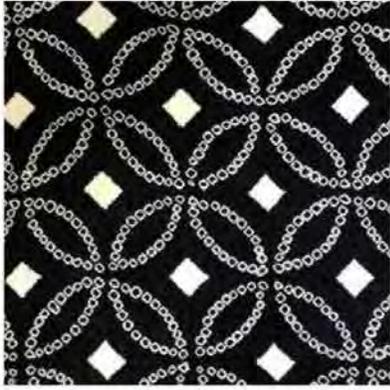


碧海信用金庫

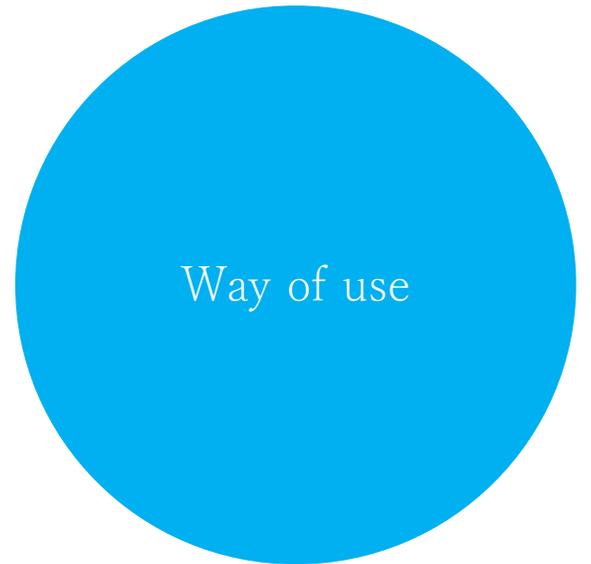
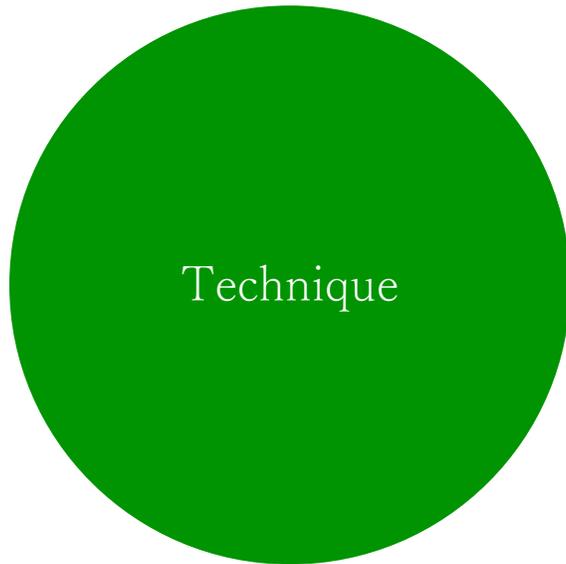
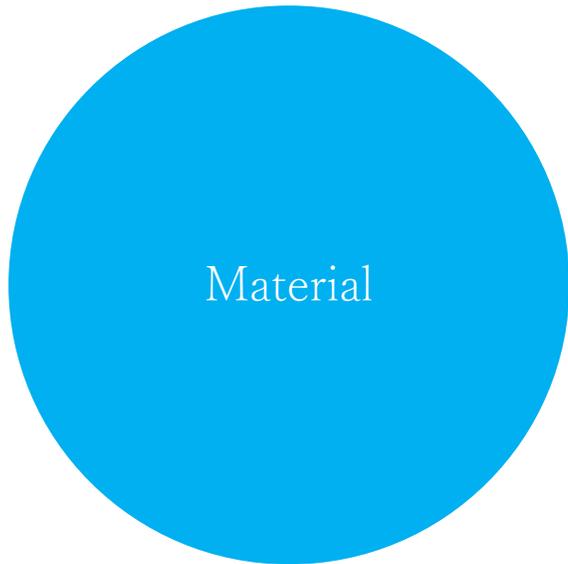
有松鳴海絞会館

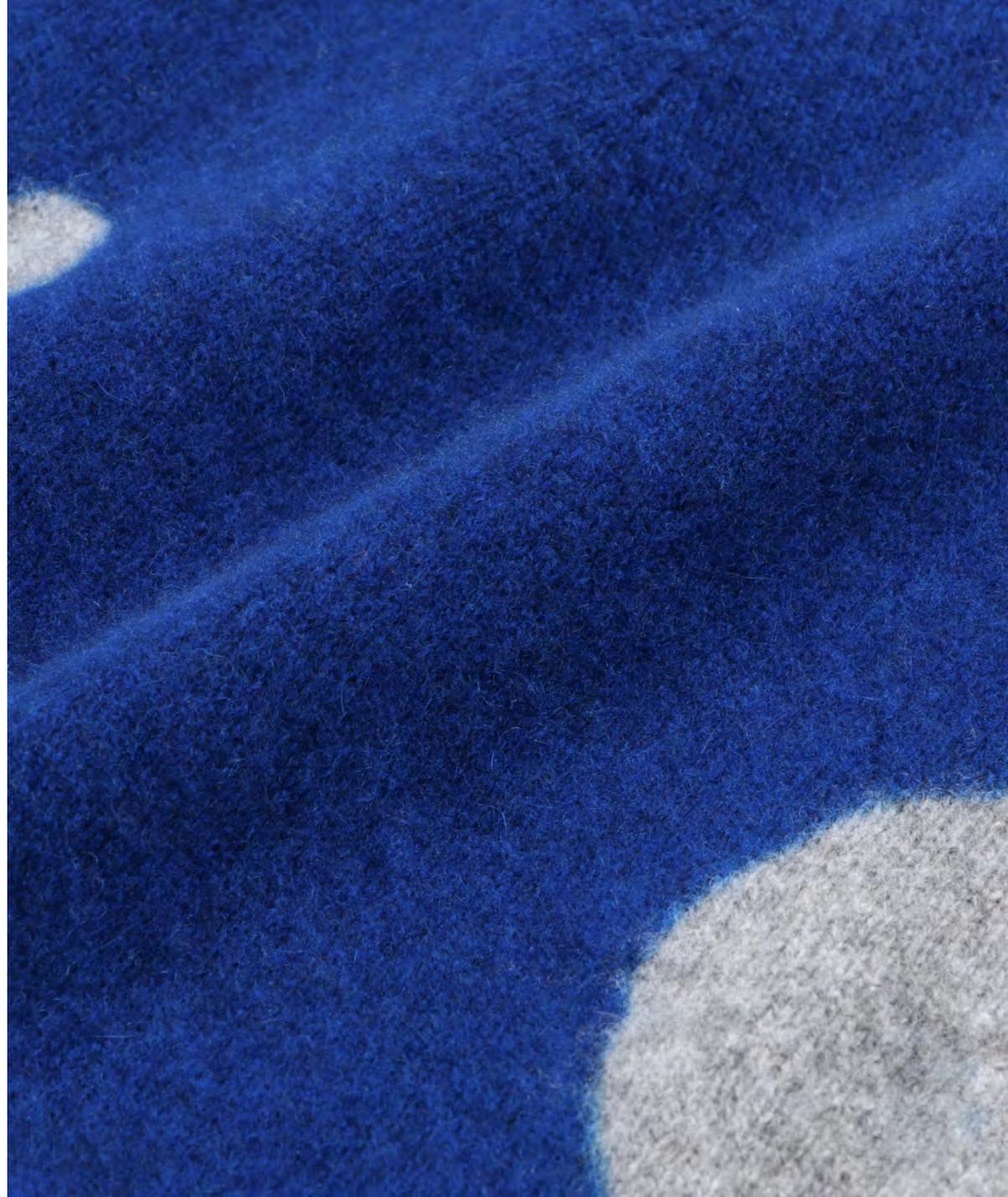


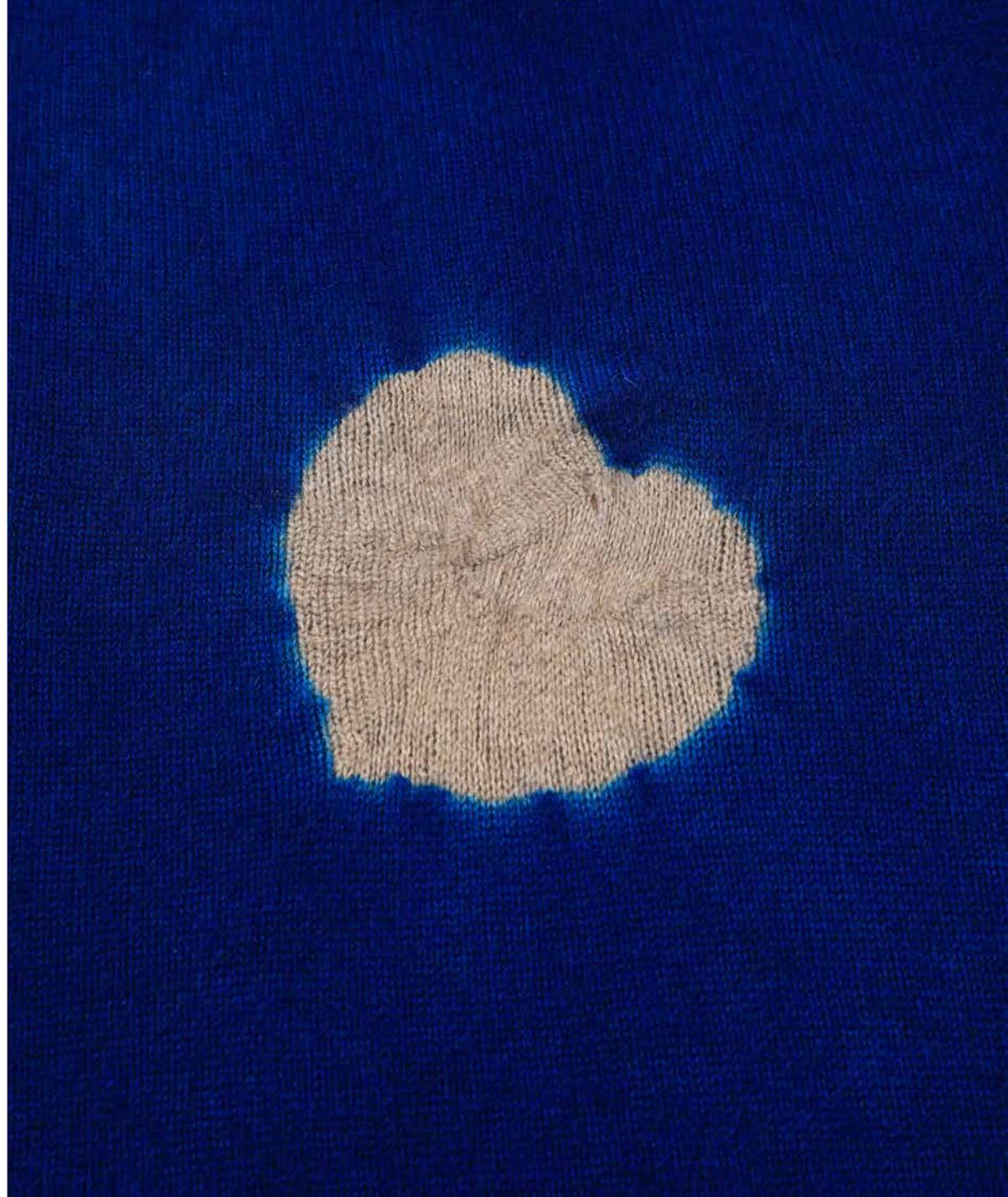
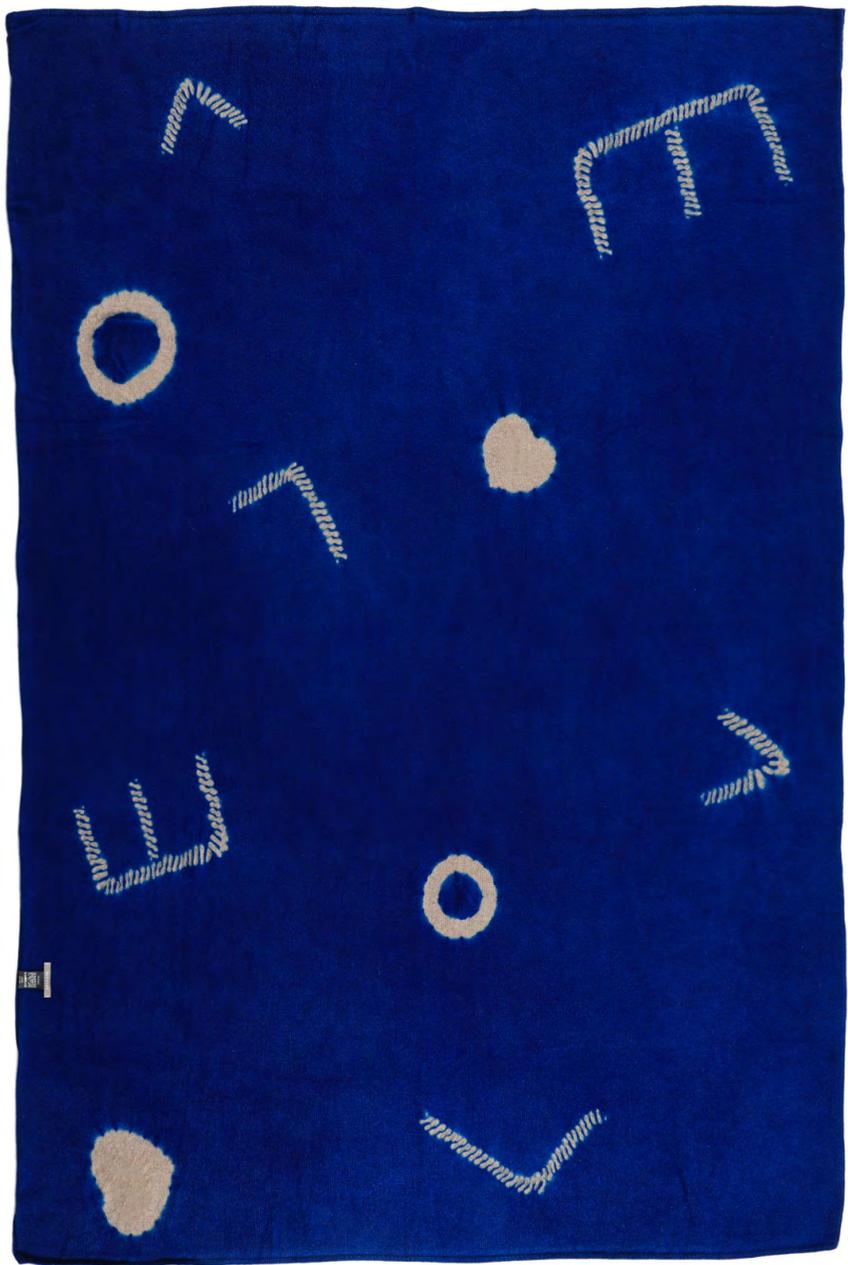




**What to keep and what to change /  
unique brand positioning of suzusan**







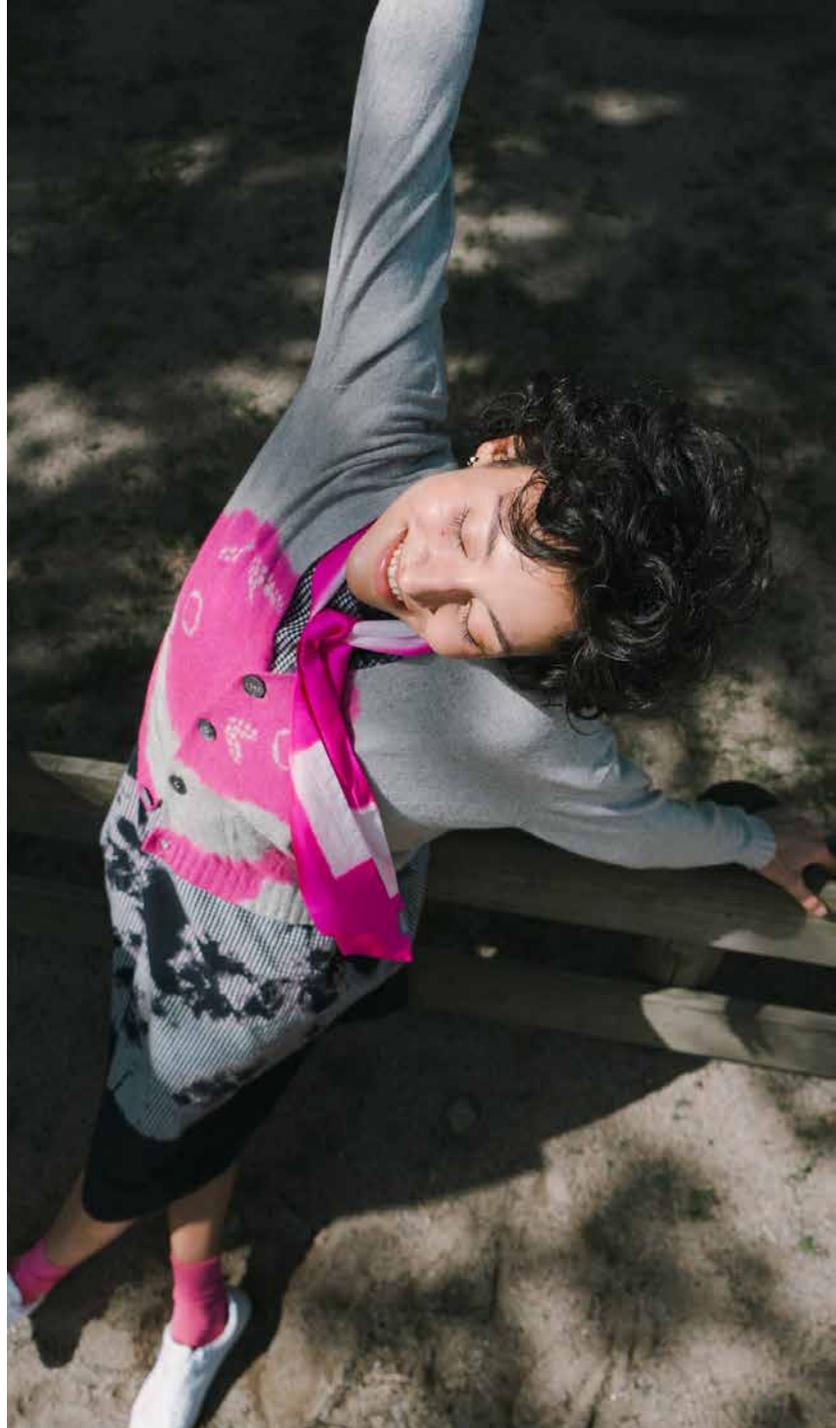


Mozart  
Mozart  
Mozart

Erinnerungen  
Erinnerungen  
Erinnerungen

Der kleine Pinz

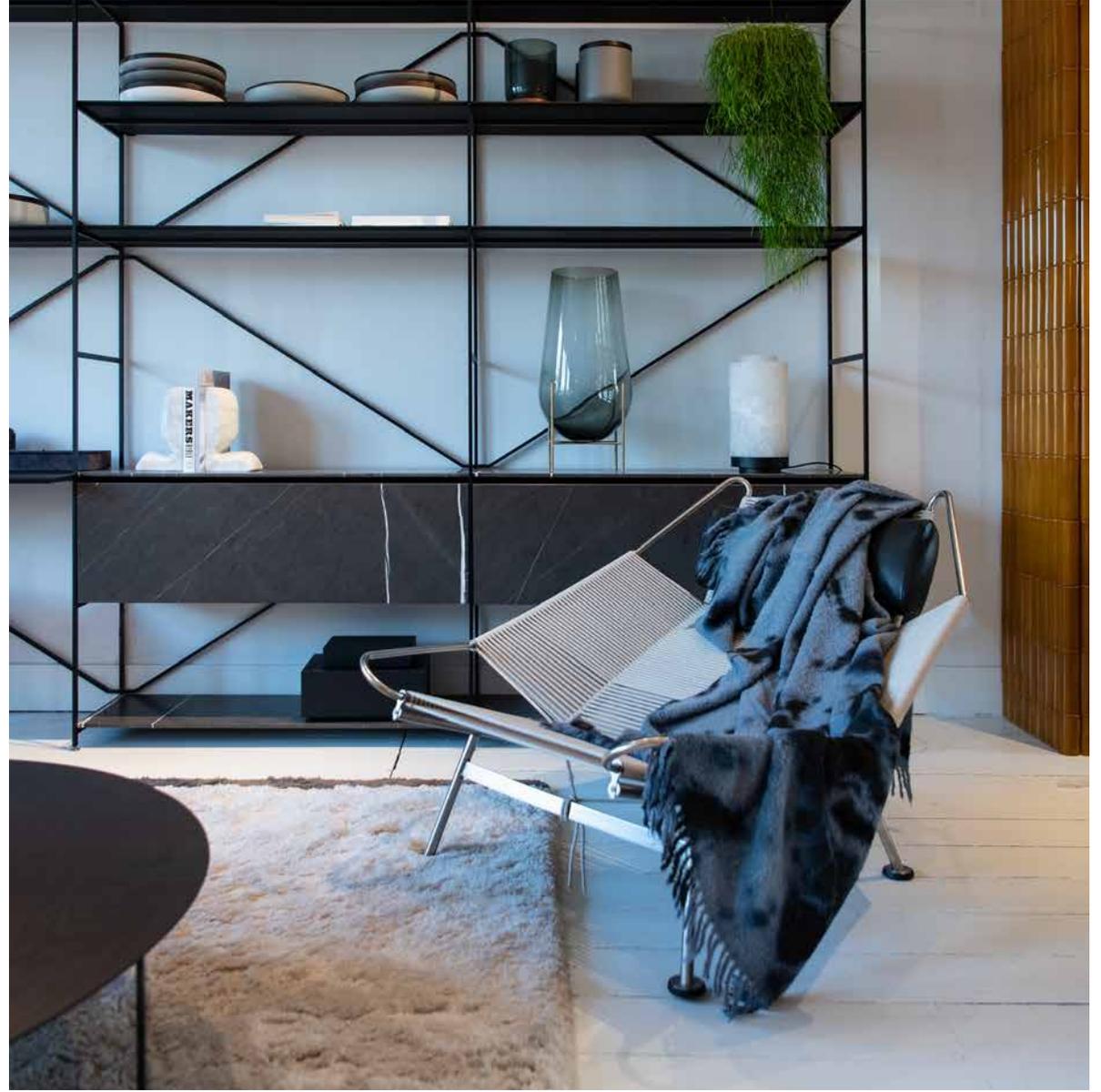
Der Römisch - sprichwörtlich - quill  
Der Römisch - sprichwörtlich - quill  
Der Römisch - sprichwörtlich - quill



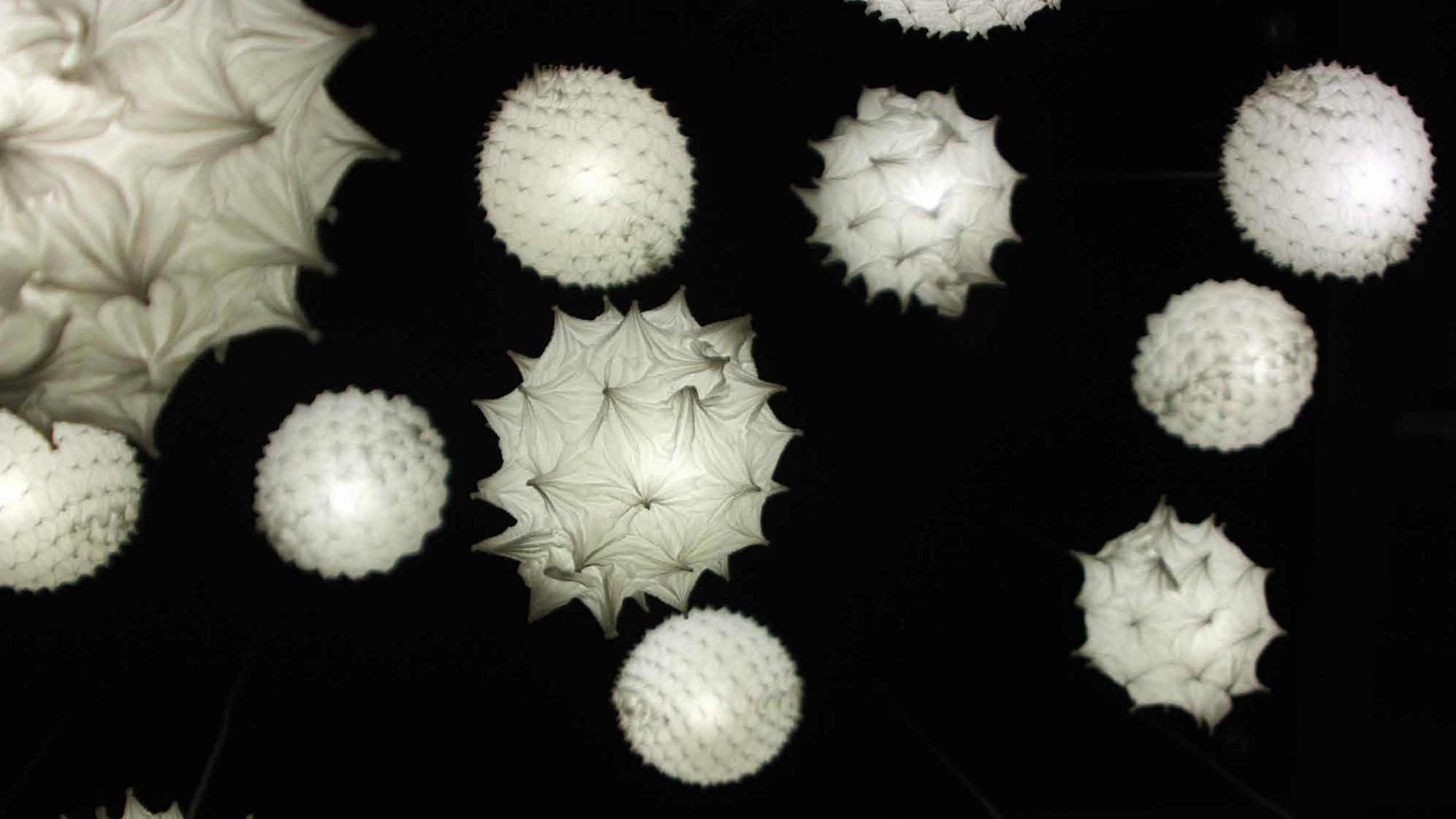


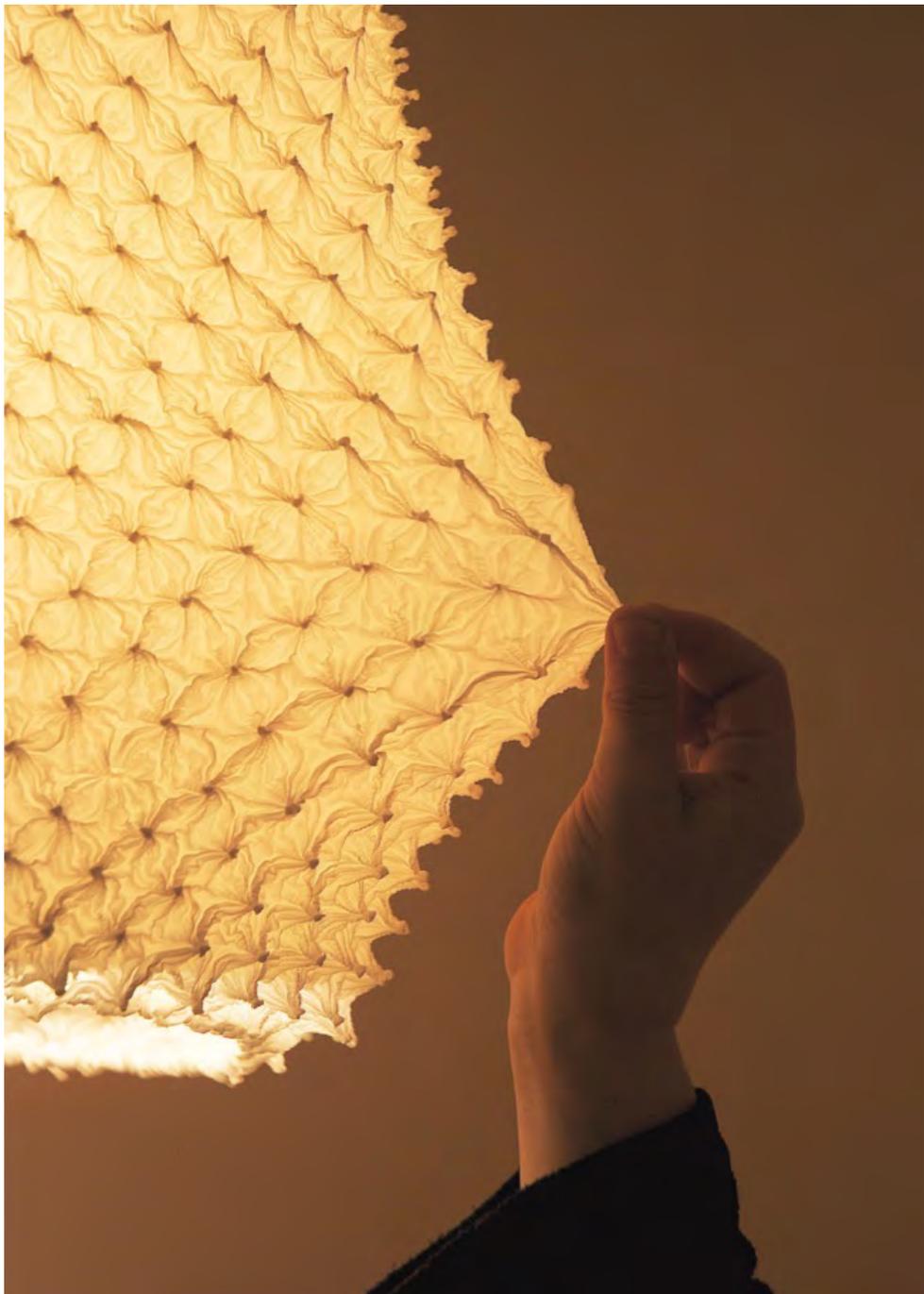


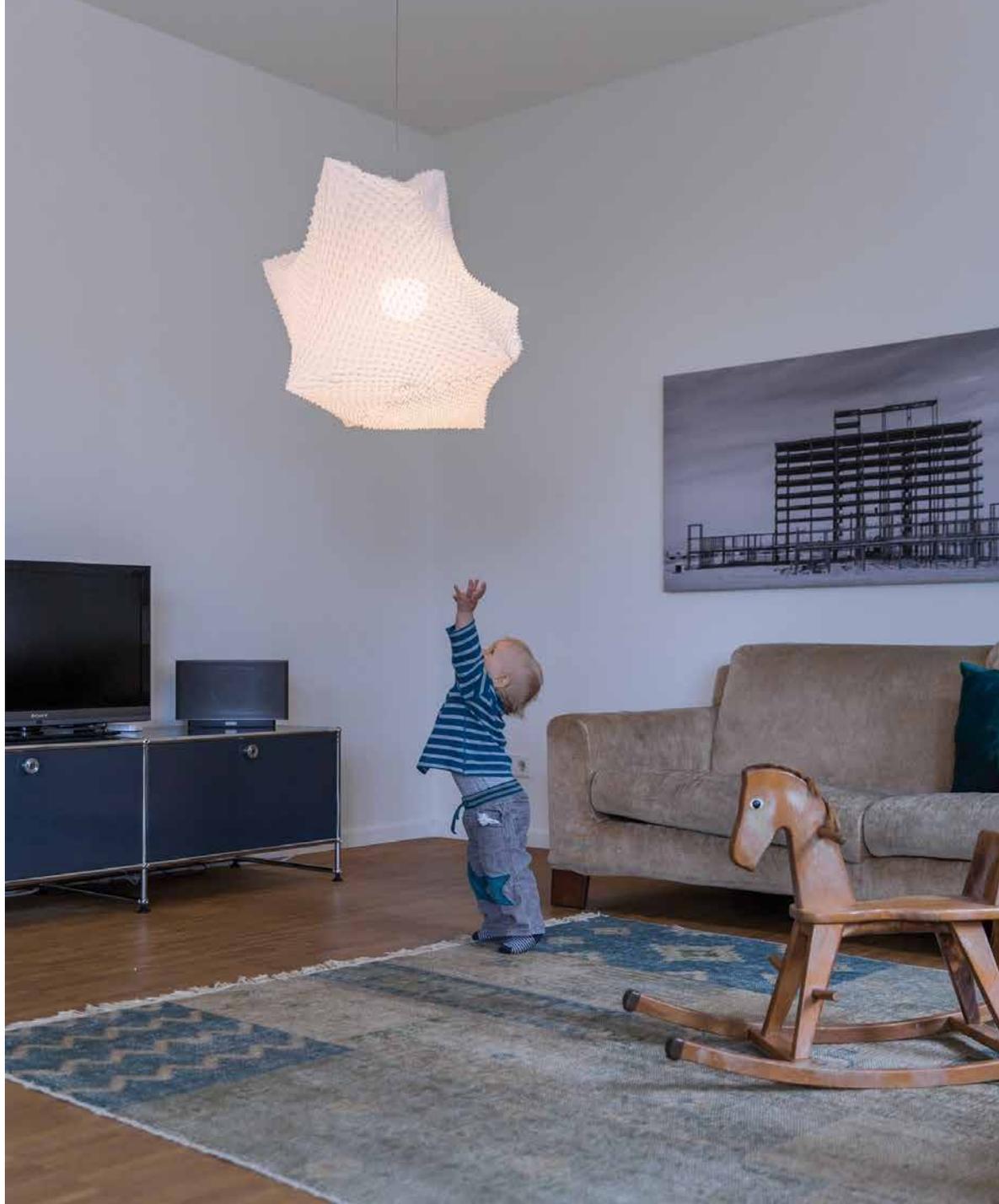












# **How to brand a Japanese traditional handicraft on the verge of disappearing**

# What is “traditional craft”?



Based on the Law on the Promotion of the Traditional Craft Industry (Densan Law)\*,  
Crafts designated by the Minister of Economy, Trade and Industry.

(\* ) The Act was promulgated in 1974 to promote the traditional craft industry.

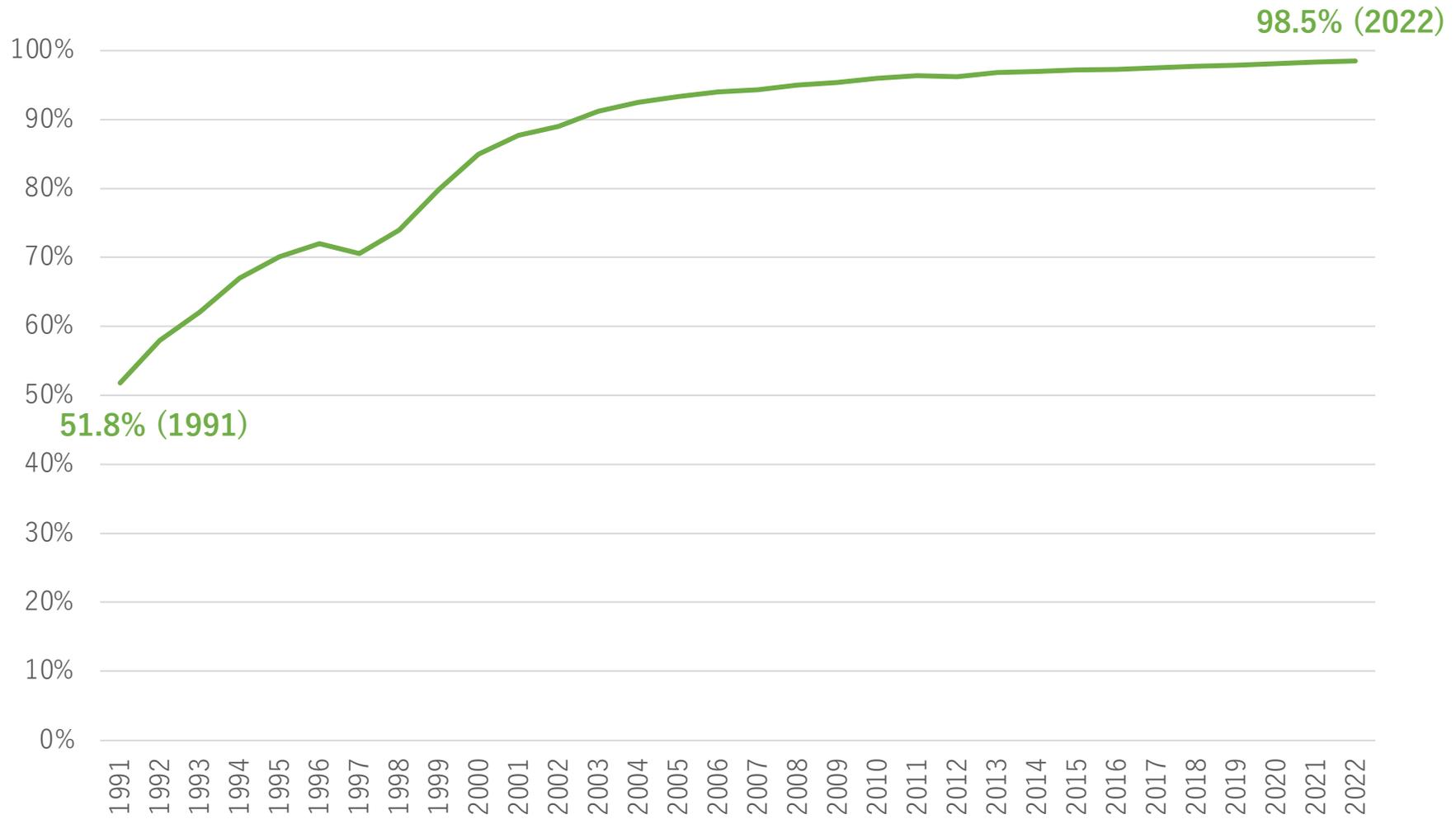
- 1: The product must be mainly used in daily life.
- 2: The main part of the manufacturing process is handicraft.
- 3: It is manufactured using traditional techniques or skills\*.
- 4: The product is manufactured using traditionally used raw materials as the main raw material.
- 5: The product is manufactured or engaged in the manufacture by a certain number of persons in a certain region.

\*Specifically, the product must have a history of at least 100 years.



**designated handicrafts → 244 in Japan**  
(October 2025).





Import rate of fashion products in Japan

# 日本中小企業の海外進出における壁

## 準備

- ・言葉が伝わらず相手の要望がわからない
- ・海外に行ったことがなく、誰に相談をしていいかわからない

## 製品

- ・サイズや用途など販路先マーケットにフィットした製品ではない
- ・機能やスペックが優先になっており、価格競争に巻き込まれやすい

## ブランディング

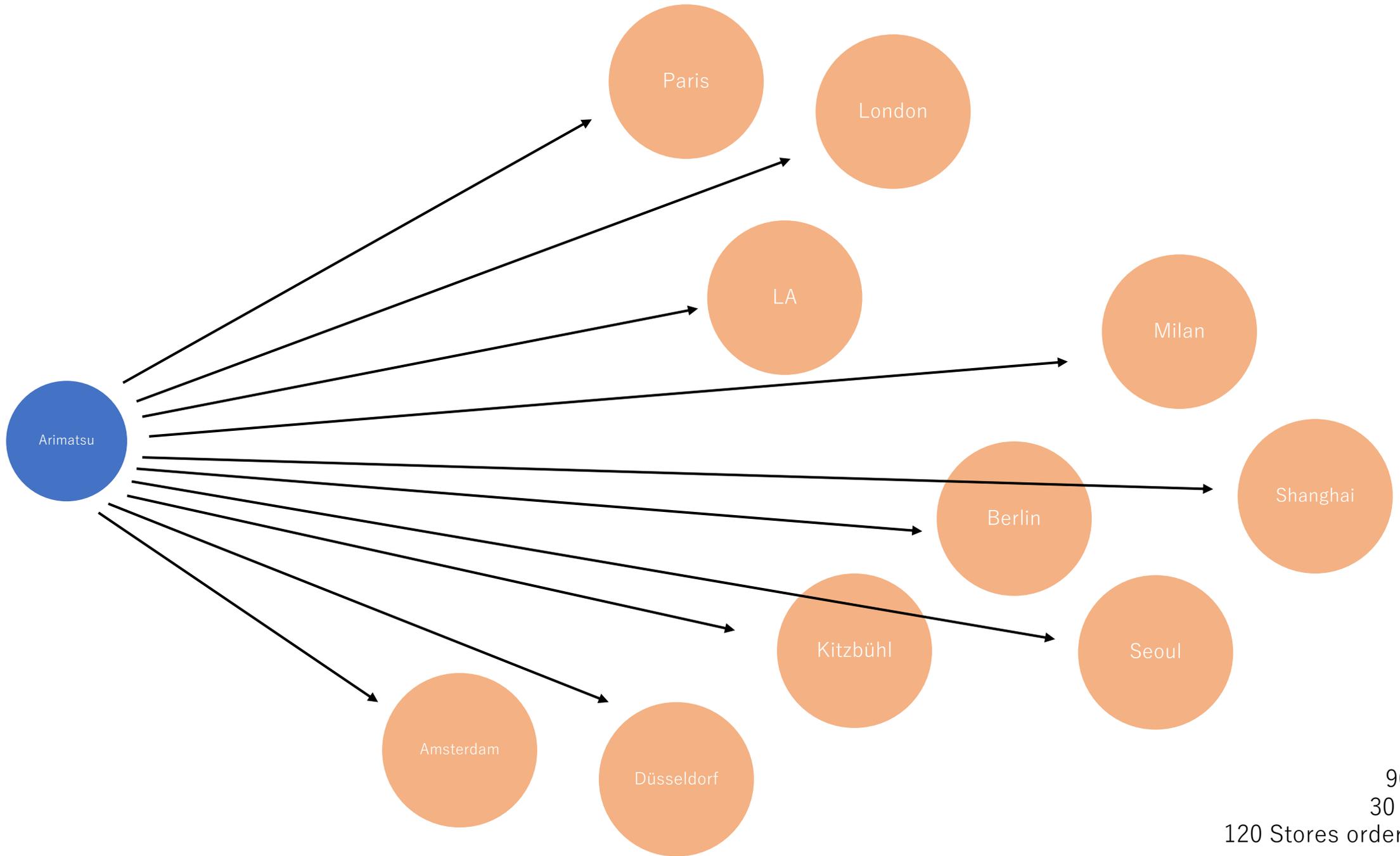
- ・製品単体を紹介しており、背景や世界観を見せたブランドとしての付加価値が低い
- ・海外での展示やショーが目的になっており、販売をして利益を出す継続的なビジネスに繋がっていない
- ・日本在住の有名デザイナーを起用するが、海外では認知度がなく説得力がない

## セールス

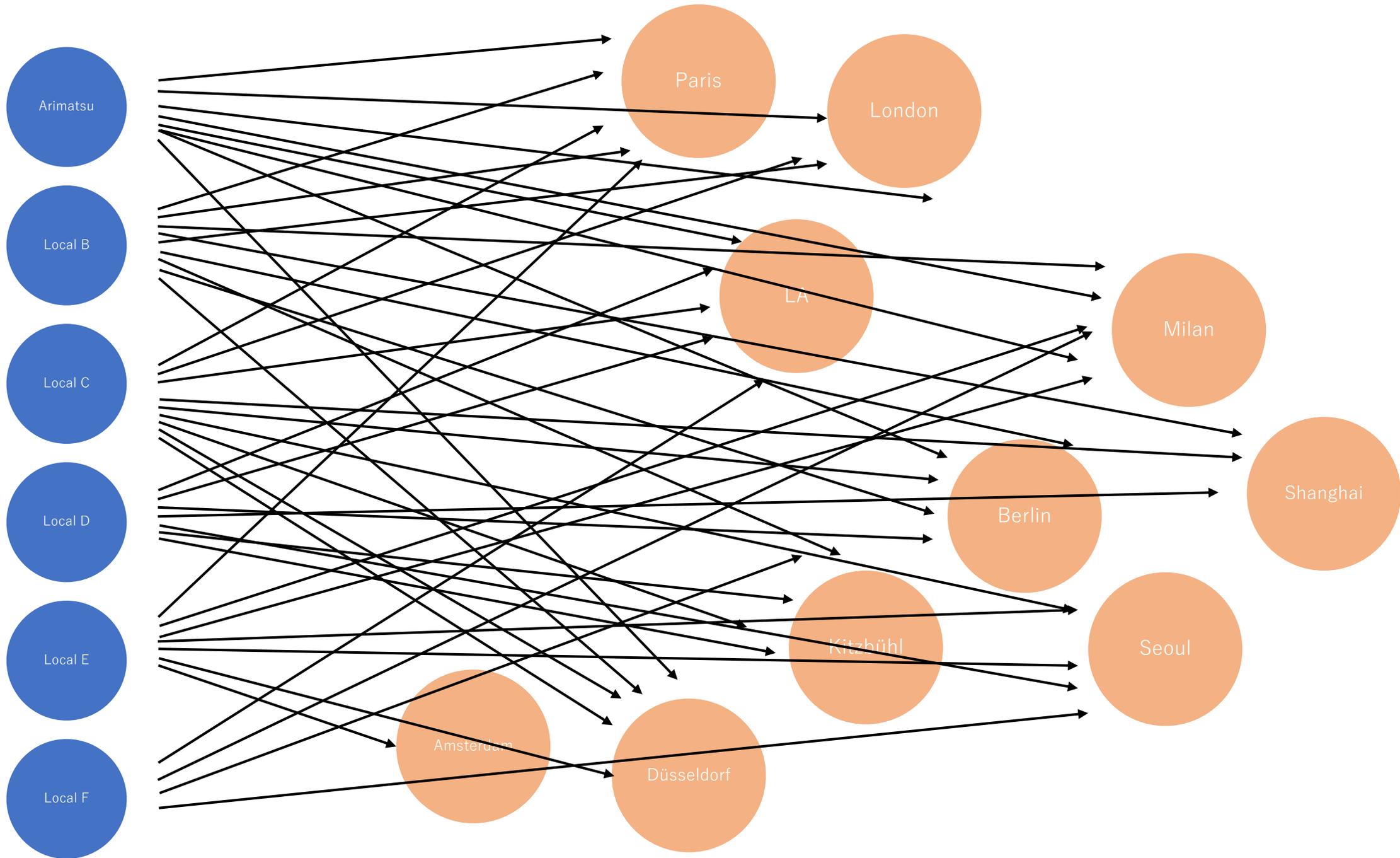
- ・契約書等の書類の不備や商流習慣の不認知により受注、納品後に金銭回収ができず泣き寝入りになっている

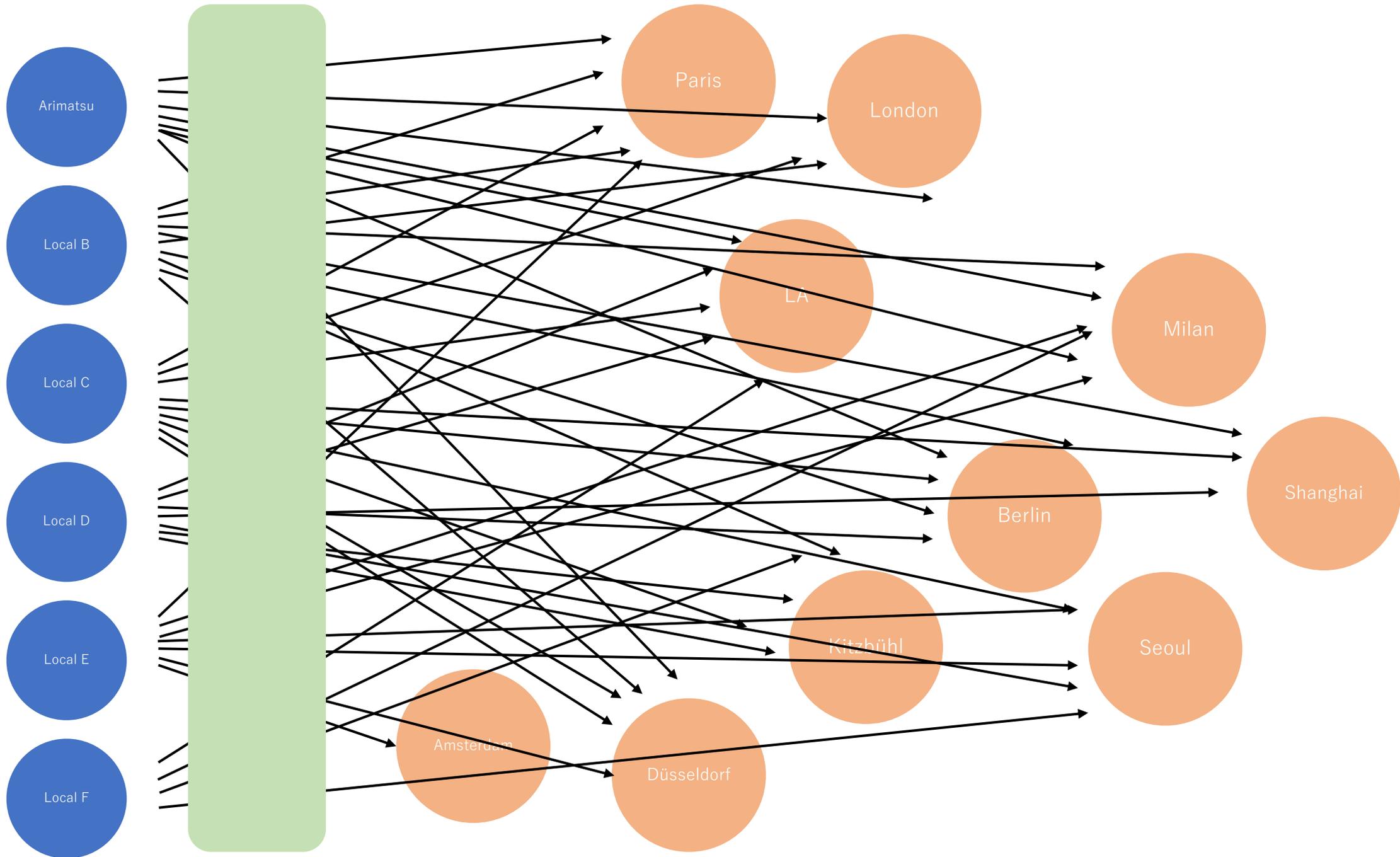
## 物流

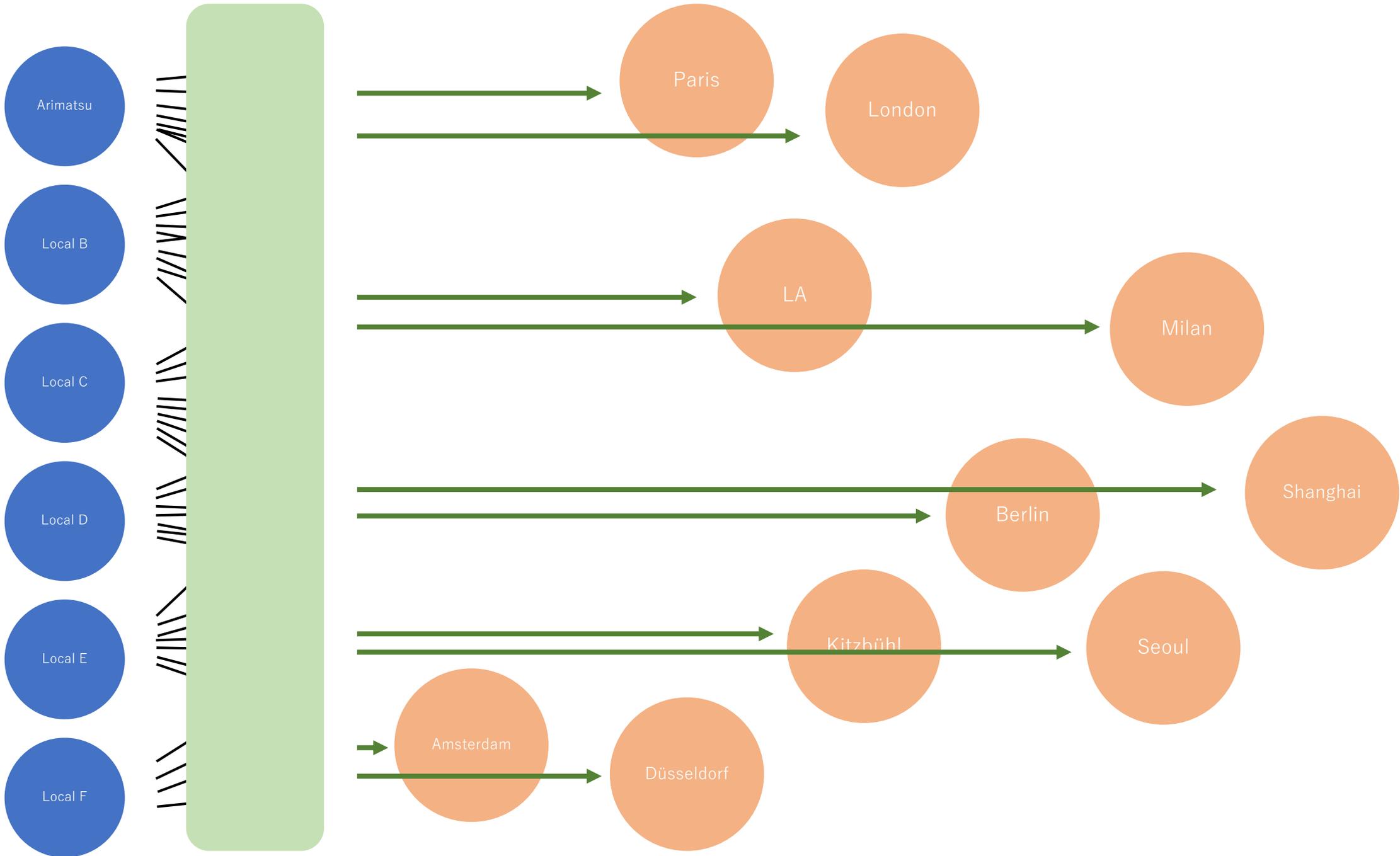
- ・行政の補助金の大部分が広告代理店、デザイン会社、展示会主催者に渡り、職人、事業者へ還元されていない
- ・出荷後相手国の関税で止まり、引き取りに来てもらえずそのまま日本に戻ってきた



90 Fashion  
30 Life Style  
120 Stores order regularly







# HANDS IN JAPAN

suzusan and Japanese Handicrafts

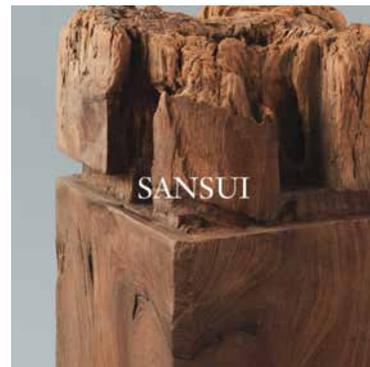
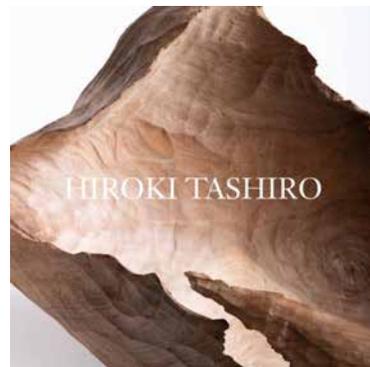
ANDREAS MURKUDIS

×

suzusan

June 8th - June 29th

Potsdamer Strasse 81, 10785 Berlin





The background features several abstract, yellow watercolor brushstrokes of varying shapes and sizes, scattered across a white, textured paper surface. The strokes are soft and have a slightly irregular, hand-painted appearance.

VOYAGE TO JAPAN

**BIFFI**

BOUTIQUES

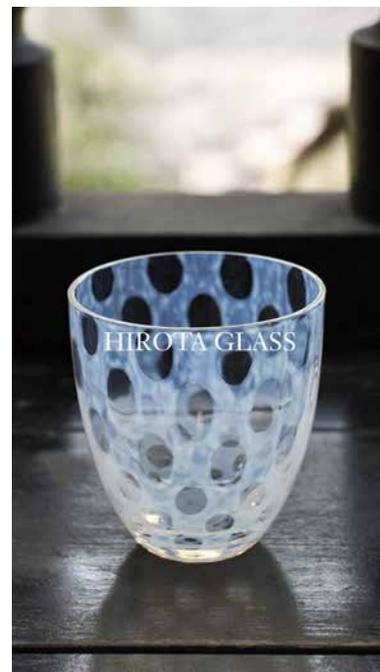
24 – 28 February 2025



SUZUSAN



ANREALAGE



HIROTA GLASS



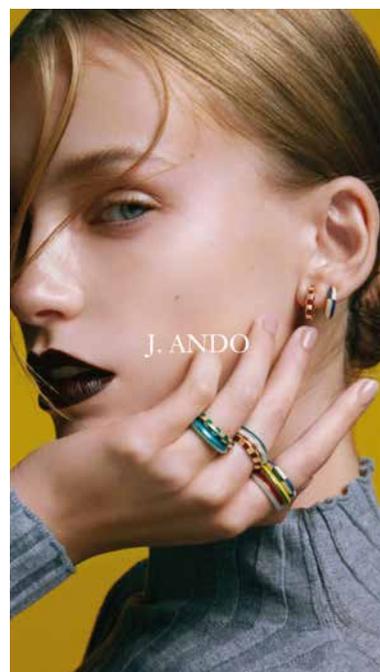
CUI DE SAC JAPON



çanoma



CHIYODAYA



J. ANDO



MARUSUE



NAGAE





Link: <https://hubstyle.sport-press.it/2025/02/24/suzusan-e-anrealage-presentano-voyage-to-japan-da-biffi-boutique/>

# HUB S T Y L E

## SUZUSAN E ANREALAGE PRESENTANO "VOYAGE TO JAPAN" DA BIFFI BOUTIQUE

HUB STYLE - SUZUSAN & ...

In questo articolo si parla di:

BIFFI BOUTIQUE



Articolo giapponeseitalia.org - 02/2025

Link: <https://www.giapponeitalia.org/events/voyage-to-japan-moda-e-giappone-a-milano/>

FEBBRAIO, 2025

24 FEB "VOYAGE TO JAPAN" MODA E GIAPPONE A MILANO

A Milano e Bergamo una sfida che prosegue

Il progetto "Voyage to Japan" è un'esperienza unica che celebra la creatività nipponica. Questo evento si terrà dal 24 al 28 febbraio 2025 presso Biffi Boutiques a Milano, durante la Milano Fashion Week. L'inaugurazione si terrà il 27 febbraio con un cocktail esclusivo.

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

Il marchio giapponese SUZUSAN si ANREALAGE presentano "Voyage to Japan", un pop-up espositivo che celebra la creatività nipponica. Questo evento si terrà dal 24 al 28 febbraio 2025 presso Biffi Boutiques a Milano, durante la Milano Fashion Week. L'inaugurazione si terrà il 27 febbraio con un cocktail esclusivo.

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

Moda24 (inserto del Sole 24 Ore) - 26/02/2025 - pag. 8

### I negozi Biffi dimostrano la centralità dei multibrand

A Milano e Bergamo una sfida che prosegue

Il progetto "Voyage to Japan" è un'esperienza unica che celebra la creatività nipponica. Questo evento si terrà dal 24 al 28 febbraio 2025 presso Biffi Boutiques a Milano, durante la Milano Fashion Week. L'inaugurazione si terrà il 27 febbraio con un cocktail esclusivo.

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

Sartoria

Il marchio da 225 milioni di ricavi punta su un total look raffinato ed elegante

Marta Casadei

Una collezionista sofisticata, dalla personalità forte, capace di unire il culto del bello e l'amore per la cultura che trovano espressione in discipline diverse, inclusa la moda. È questa la donna che Klon ha scelto di vestire per l'autunno-inverno 2024-25. Il marchio di Arano (Napoli) ha chiuso il 2024 in crescita del 50% con ricavi a 225 milioni e ha iniziato il 2025 in modo positivo. «Nel 2024 ho investito in un'attività di marketing, le vendite sono in crescita rispetto all'anno scorso», spiega Maria Giovanna Paone, presidente di Klon e direttrice creativa della parte donna. La collezione invernale è ampia ma allo stesso tempo molto focalizzata su qualità ed eleganza: spazia dai capi più sportivi - cappispa in doobie, pantaloni in jersey - a quelli più urbani, con baller in ardo e sc e cappotti-tunici. «Le nostre clienti guardano alle mode ma a qualità e sostanza», continua Paone. «C'è un ritorno alla volontà di esprimere la propria femminilità con eleganza. La sera un dettaglio in cui c'è voglia di indossare qualcosa di diverso e così abbiamo inserito in collezione uno smoking in seta e camicia, con revers in seta, da indossare con un top. Senza rinunciare al nostro DNA che si ripete, anche la sera, nel rispetto di cashmere».

Klon, fondato nel 1968 da Carlo Paone e diventato famoso come marchio di sartoria maschile di lusso, ma negli anni è cresciuto fino a diventare un total look che include borse e scarpe. «La calzatura stanno andando molto bene, con l'acessorio stramaziamo e diamo il capo più elegante», dice Paone. «I clienti vogliono andare a Klon, senza rinunciare alla comodità». Per costruire un guardaroba completo menendo elevati standard qualitativi, Klon ha costruito la propria catena di fornitura: ai supply chain interni ci aiuta tantissimo; oggi soffriamo un po' sul fronte della logistica e stiamo facendo degli investimenti per accentrarla a Napoli dove abbiamo già sette produzioni, mentre in provincia di Bari, in Puglia, è stato un rilevatore per 5 milioni in termini di spesa della sede ad Arzano. L'aspetto della logistica non è semplice, ma noi puntiamo realizzare un pologistico per ridurre i costi e consegnare il merce "per look". Il visual merchandising è sempre più importante, specialmente che abbiamo una rete di negozi ampia. Sul fronte retail, Maria Giovanna Paone dice che farla entrare a capire davvero la tecnica tessile che credevano non mi interessasse e di fatto me ne innamorai. Trest il mio diploma di Ingegneria Visual Arts and Architecture alla Konstnaskolen a Miami proprio per questo.

Ha paura che questi saperi artigianali o piccole imprese giapponesi che desiderano conoscere i loro prodotti all'estero. Il governo giapponese riceve molto facilmente e sostiene circa 250 "antichi mestieri", ma non basta perché siano portati avanti dai giovani a loro vorrei raccontare la mia esperienza e convincerli a scegliere questa strada, che da grandissimi soddisfazioni e la consapevolezza di fare qualcosa che non è stato e le tradizioni "lente", ma quanto mai attuali, del Giappone.

Articolo pegasonews.info 25/02/2025

Link: <https://www.pegasonews.info/contatti/index.php/moda-tendenze-sfilate/104641-suzusan-e-anrealage-presentano-voyage-to-japan-durante-la-milano-fashion-week>

SUZUSAN E ANREALAGE PRESENTANO "VOYAGE TO JAPAN" DURANTE LA MILANO FASHION WEEK

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

Articolo mymi.it 24/02/2025

Link: <https://www.mymi.it/righttiffre/clubbing/636756cocktail-party-voyage-to-japan-solo-su-invito>

mymilano

FOOD & DRINK ARTE & CULTURA SPETTACOLI & CONCERTI SPORT & BENESSERE

Cocktail & DJSet • Clubbing • Luoghi Nightlife

OPENING SEASON WELCOME AGAIN GGD CITY LIFE

Home | Nightlife | Clubbing

Cocktail Party | Voyage To Japan | Solo su invito

BIFFI BOUTIQUES presenta "Voyage to Japan", un progetto che riunisce installazioni artistiche dei brand SUZUSAN e ANREALAGE e una selezione di marchi di artigianato e design giapponesi

camerabuyer

Biffi Boutiques

mymilano

FOOD & DRINK ARTE & CULTURA SPETTACOLI & CONCERTI SPORT & BENESSERE

Cocktail & DJSet • Clubbing • Luoghi Nightlife

OPENING SEASON WELCOME AGAIN GGD CITY LIFE

Home | Nightlife | Clubbing

Cocktail Party | Voyage To Japan | Solo su invito

BIFFI BOUTIQUES presenta "Voyage to Japan", un progetto che riunisce installazioni artistiche dei brand SUZUSAN e ANREALAGE e una selezione di marchi di artigianato e design giapponesi

## Steggia 100 anni, c'è Sharon Stone punta sul colore

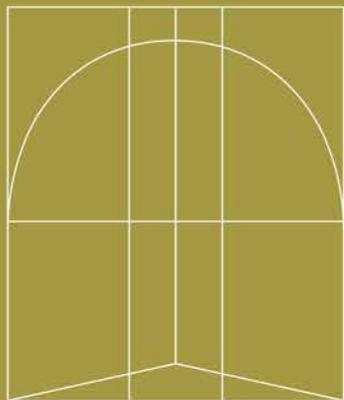
Il marchio giapponese SUZUSAN si ANREALAGE presentano "Voyage to Japan", un pop-up espositivo che celebra la creatività nipponica. Questo evento si terrà dal 24 al 28 febbraio 2025 presso Biffi Boutiques a Milano, durante la Milano Fashion Week. L'inaugurazione si terrà il 27 febbraio con un cocktail esclusivo.

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

Il marchio giapponese SUZUSAN si ANREALAGE presentano "Voyage to Japan", un pop-up espositivo che celebra la creatività nipponica. Questo evento si terrà dal 24 al 28 febbraio 2025 presso Biffi Boutiques a Milano, durante la Milano Fashion Week. L'inaugurazione si terrà il 27 febbraio con un cocktail esclusivo.

Curato dallo stilista Hiroyuki Murase, il progetto esibirà una selezione di creazioni di design, moda e artigianato giapponese. Tra i protagonisti, oltre a SUZUSAN e ANREALAGE, ci saranno i brand di artigianato come Chiyodaya, Hirota Glass, JANDO Jewelry e molti altri che rappresentano l'eccellenza del Made in Japan. SUZUSAN esibirà così della collezione SS 2025, realizzati con la tecnica tradizionale dello Shibori, mentre ANREALAGE presenterà abiti ovvissimi che si trasformano in proprie opere d'arte.

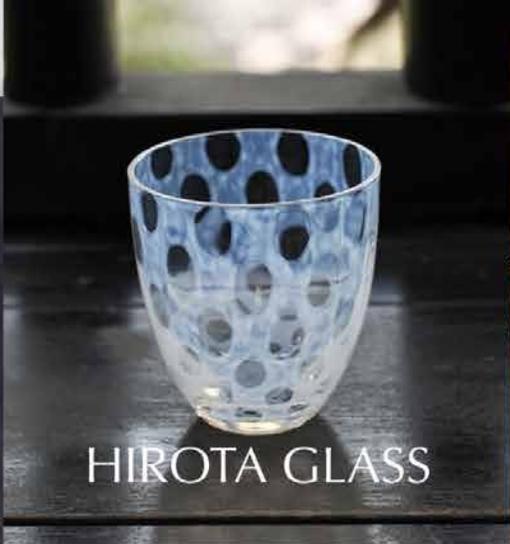
TOBIRA  
SHOWROOM



MITTAN



PLAIN PEOPLE

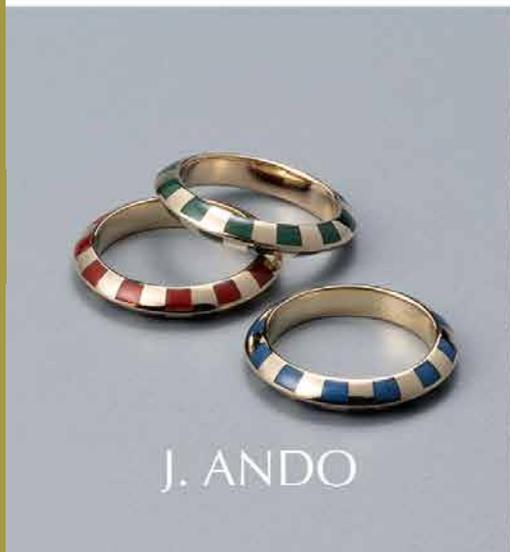


HIROTA GLASS



CUL DE SAC

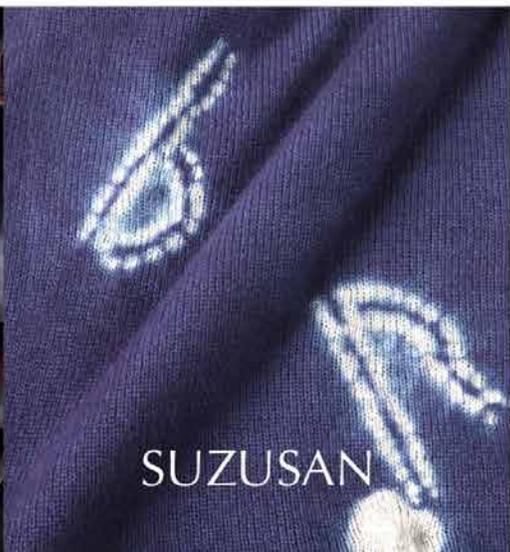
2026 Autumn / Winter Collection  
22 – 27 January 2026  
3-5 passage des Gravilliers, 75003 Paris



J. ANDO

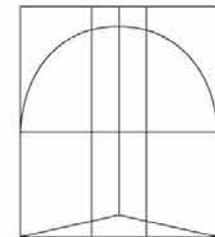


SIX COUP DE FOUDRE

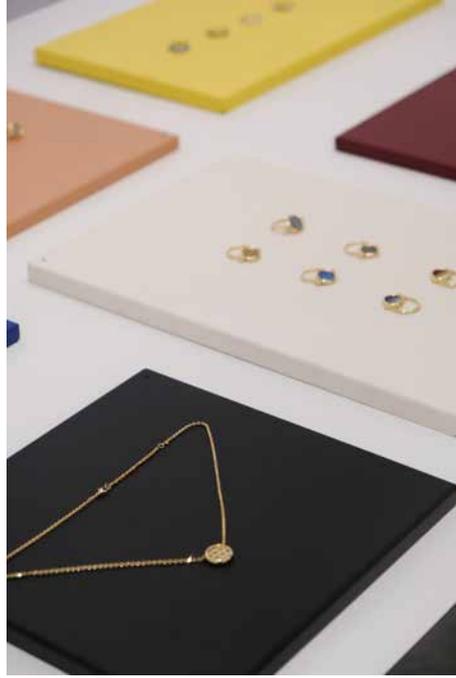


SUZUSAN

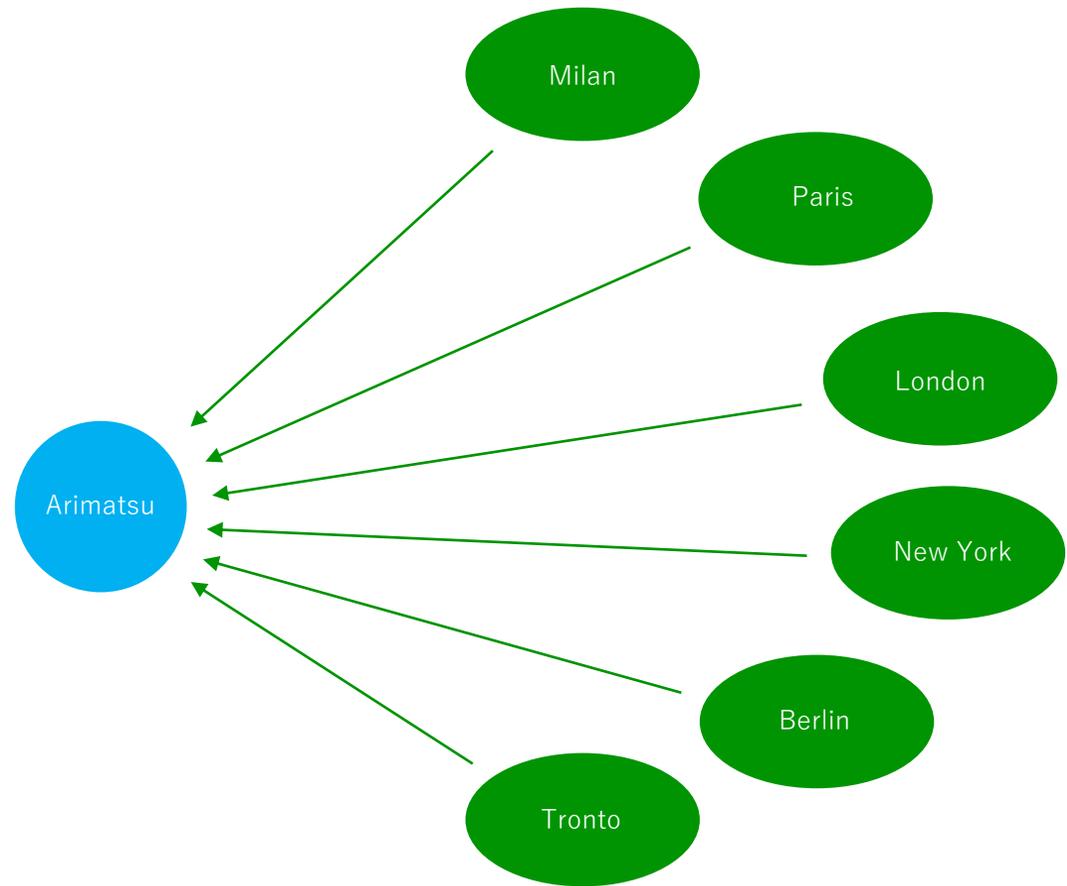
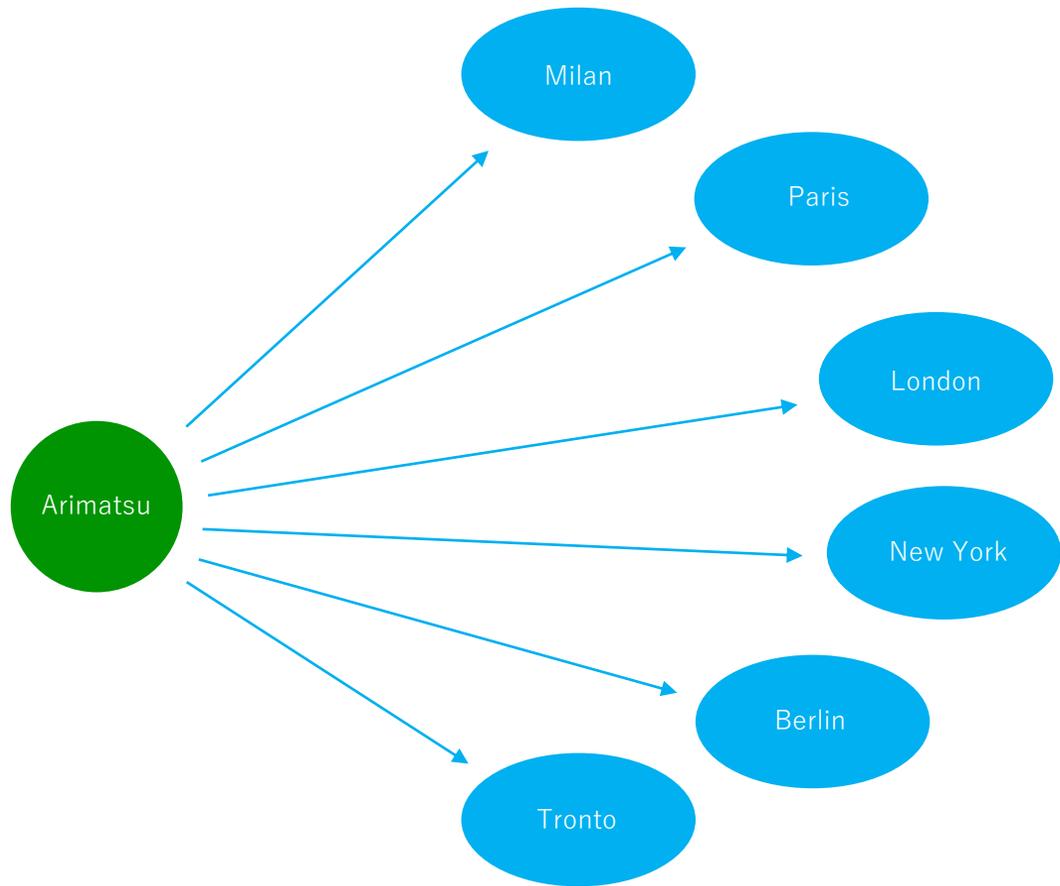
TOBIRA  
SHOWROOM







**FROM LOCAL / TO LOCAL**  
**Circulation with humanity**  
**between makers and users.**



USER

Visiting =  
Respect for makers  
Empathy  
Story behind the product  
trust

MAKER

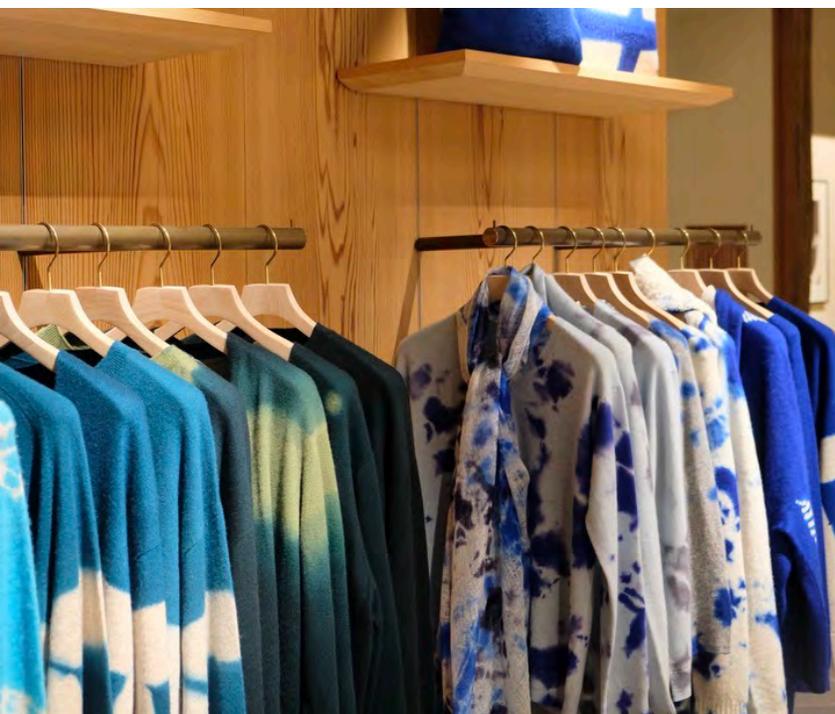
Be seen =  
build pride, tension and  
ambition  
→ Continuation of  
culture and local  
industry

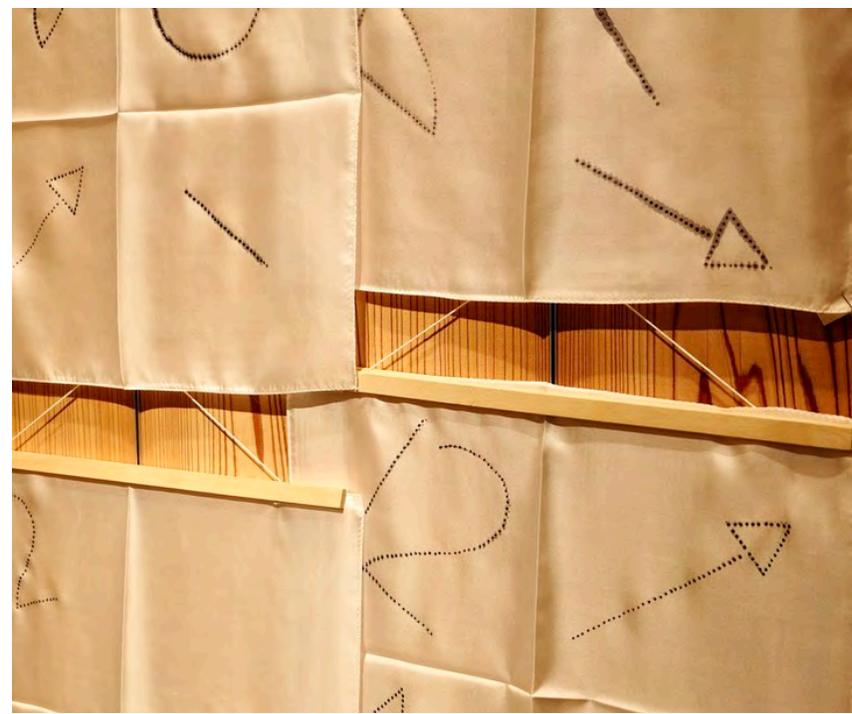
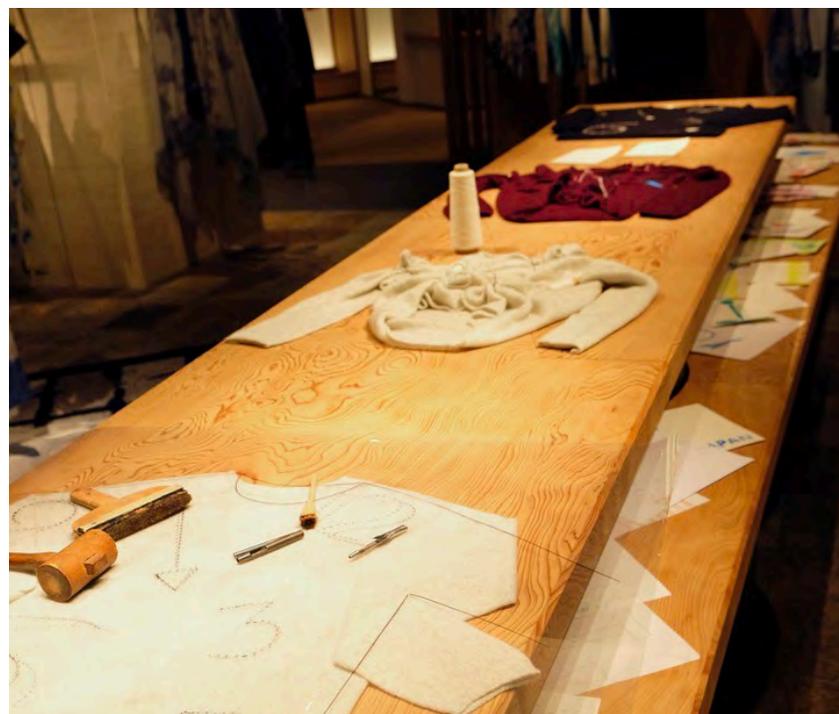
## ARIMATSU DISCOVERY TOUR



A photograph of a clothing store interior. The store features wooden walls and a patterned carpet. In the foreground, a long wooden table holds various items, including a book and some papers. To the left, there are mannequins displaying clothing. In the background, there are racks of clothes and shelves with decorative items. A semi-transparent dark blue banner is overlaid across the middle of the image, containing the text "Wako Ginza | 2025 November" in white.

Wako Ginza | 2025 November





AUX

DELYAUX



JR Nagoya Takashimaya | November 2025



Adekuver | Seoul | December 2025



**suzusan**

**[www.suzusan.com](http://www.suzusan.com)**

**[hiro@suzusan.com](mailto:hiro@suzusan.com)**