

Eeva Kulmala

# Suomalainen kimono ja WST

フィンランドの着物

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)

Vestonomi (ylempi AMK)

Opinnäytetyö

Päivämäärä 23.10.2020

<p>Tekijä Otsikko</p>	<p>Eeva Kulmala Suomalainen kimono ja WST</p>
<p>Sivumäärä Aika</p>	<p>72 sivua + 10 liitettä</p>
<p>Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)</p>	<p>Maisterin tutkinto (ylempi AMK)</p>
<p>Ohjaajat</p>	<p>Yliopettaja Raija Hölttä sekä Laura Nyysölä, WST</p>
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada näkyvyyttä yhteistyökumppanille WST:lle luomalla käytetyistä Marimekon kankaista valmistettu mielenkiintoinen kimonomallisto ja yhdestä malliston kimonosta sekä WST:n tuotteista koottu 3D-näyttely Kunstmatrix- ohjelmalla. Tämän lisäksi tavoitteena oli rakentaa suomalaisen kimono näyttely WST Storeen.</p> <p>Tutkimusongelmia, joihin kehittämistyössä haluttiin löytää vastaukset, oli kaksi; Kuinka kimonot tehdään ja kuinka näyttelyt rakennetaan? Työssä haluttiin myös perehtyä yhteistyökumppanin liiketoimintaan ja tutkailla heidän toiveitaan, tarpeitaan sekä tavoitteitaan.</p> <p>Teoriaosuus käsitteli yhteistyökumppania WST:ta, kuluttajia, sitä mitä brändi tarkoittaa, laatua monesta eri näkökulmasta, kiertotaloutta, puukuitua sekä perinteistä että suomalaista kimonoa. Opinnäytetyössä sukkellettiin suomalaisuuteen Marimekon kuosien sekä suomalaisen perinteisen käsityön kautta sekä japanilaisuuteen kimonoiden kautta ja käsiteltiin näiden kahden kulttuurin yhtyeensulauttamista suomalaisessa kimonossa. Työssä perehdyttiin lisäksi virtuaaliseen näyttelyyn sekä konkreettisen näyttelyn rakentamiseen WST Storessa. Työn toiminnallisessa osuudessa tehtiin taustatutkimusta, luettiin kirjoja, käytiin Japanissa luomassa kontakteja ja inspiraatiota työhön, etsittiin sopivat kierrätetyt kankaat, suunniteltiin ja valmistettiin kimonot, perehdyttiin Kunstmatrixin virtuaalimaailmaan, jonne 3D-näyttely rakennettiin. Tämän lisäksi suomalainen kimono vietiin näyttelyyn WST Storeen. Tutkimuksen lähestymistapana käytettiin montaa eri tutkimusstrategiaa. Tutkimus oli monimenetelmäinen ja siinä käytettiin haastattelua, havainnointia sekä jo olemassa olevien tekstien ja dokumenttien analysointia. Opinnäytetyön tutkimus oli pääsääntöisesti kvalitatiivista tutkimusta, joten teorian muodostaminen oli näin ollen laadullista.</p> <p>Näyttelyiden rakentamisen ja pidon pohjalta tehtyjen havaintojen mukaan tutkimus – ja kehittämistyö yhteistyössä WST:n kanssa oli onnistunut erinomaisesti. Tavoitteet tuoda suomalaisen kimono sekä molempien näyttelyiden avulla näkyvyyttä WST:lle saavutettiin. Suomalainen kimono on esillä WST Storessa lokakuun 2020 ajan ja 3D-näyttely Kunstmatrixissa seuraavat 3 kuukautta.</p>	
<p>Avainsanat</p>	<p>suomalainen kimono, Eeva Kulmala, WST, Marimekko, virtuaalinäyttely, näyttely, kiertotalous, kierrätys, 3D-näyttely, vaatesuunnittelu, tulevaisuuden tekstiilit, uusiokäyttö, suomalainen muotoilu</p>

Author(s) Title	Eeva Kulmala Finnish Kimono and WST
Number of Pages Date	72 pages + 10 appendices
Master's Degree Programme in Fashion and Clothing	Master's Degree in Fashion and Clothing
Instructors	Raija Hölttä, Principal Lecturer and Laura Nyssölä, WST
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis was to gain visibility for the partner WST by creating an interesting kimono collection made of recycled Marimekko fabrics and a 3D exhibition of one of the kimonos in the collection with WST's products using the Kunstmatrix virtual program. In addition, the goal was to build an exhibition of Finnish kimono at the WST Store.</p> <p>There were two research problems for which the development work sought to find an answer; how to make a kimono and how to build two different exhibitions? The aim was also to get acquainted with the partner's business ideology and to study their wishes, needs and goals.</p> <p>The theoretical part contains information of the partner WST, consumers, what a brand means, quality from many different perspectives, circular economy, wood fiber, both traditional and Finnish kimono. The thesis investigates Finnishness through Marimekko patterns and Finnish traditional handicrafts, as well as Japaneseness through kimonos, and examines the fusion of these two cultures in a Finnish kimono. The work also focuses on a virtual exhibition and the construction of the concrete exhibition at the WST Store. In the functional part of the work, background research was made, books were read, contacts were made in Japan to create new collaborations and inspiration for the work, suitable recycled fabrics were found, kimonos were designed and made, the virtual world of Kunstmatrix, where the 3D exhibition was built, was explored. In addition, the Finnish kimono was displayed at the WST Store. Many different research strategies were used as a research approach. The study was multi-method where interviews, observations, and analysis of already existing texts and documents were used. The methods used in the thesis were mainly qualitative, so the thesis is a qualitative study.</p> <p>According to the observations made on the construction and the exhibitions, the research and development work in cooperation with WST was a great success. The goal of bringing visibility to WST with Finnish kimono was achieved with the help of both exhibitions. The Finnish kimono will be on display at the WST Store until October 2020 and the 3D exhibition at the Kunstmatrix for the next 3 months.</p>	
Keywords	Finnish kimono, Eeva Kulmala, WST, Marimekko, virtual exhibition, exhibition, circulation economy, 3D exhibition, fashion design, future textiles, re-use, Finnish design

## Sisällysluettelo

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Yhteistyöyritys WST</b>	<b>9</b>
2.1	Yhteistyö	12
2.2	WST x Marimekko	13
<b>3</b>	<b>Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet</b>	<b>14</b>
3.1	Tutkimuskysymykset	16
3.2	Tutkimusmenetelmät	16
3.3	Tutkimukseen liittyviä termejä ja analyysejä	18
3.4	Teoreettinen viitekehys	21
3.5	Näkökulmia WST:n tarpeista ja tavoitteista	23
<b>4</b>	<b>Kuluttajan motivaatio</b>	<b>24</b>
4.1	Maslowin tarvehierarkia	25
4.2	Brändi	26
4.3	Laatu	27
4.4	WST:n tuotteiden laatuun vaikuttavat prosessit ja käytännöt	30
<b>5</b>	<b>Kiertotalous</b>	<b>31</b>
5.1	Vaateteollisuuden globaali kuorma	33
<b>6</b>	<b>Ekologisia vaatteita puukuidusta</b>	<b>35</b>
6.1	Puusta vaatteeksi	35
6.2	Suunnittelijan suhde kiertotalouteen ja puukuituun	37
<b>7</b>	<b>Perinteinen japanilainen kimono</b>	<b>38</b>
7.1	Kimonon käyttö	38
7.2	Kimonon valmistus	39
7.3	Kimonokuviot	40
7.4	Kimonon kanssa käytettävät asusteet	41

<b>8</b>	<b>Suomalainen kimono</b>	42
8.1	Suomalaisen kimono valmistusprosessi	47
8.2	Asusteet	52
<b>9</b>	<b>Japanin matka</b>	54
9.1	Osaka	54
9.2	Tokio	56
9.3	Kawane Honchon residenssi	57
<b>10</b>	<b>3D näyttelyn rakentaminen osana kehittämistyötä</b>	58
10.1	Kunstmatrix	59
10.2	Virtuaalinäyttelyn rakentaminen	62
<b>11</b>	<b>Näyttely WST-Storessa</b>	65
<b>12</b>	<b>Kehittämistyön tulokset ja pohdintaa</b>	68
	<b>Lähdeluettelo</b>	69

## **Liitteet**

- Liite 1. Kutsu residenssiin
- Liite 2. Valinta residenssiin
- Liite 3. Näyttelyn mainosjuliste
- Liite 4. Kimono kaavoja
- Liite 5. Näyttelyn teksti
- Liite 6. Kyselylomake, Kati Voutilainen, 2015
- Liite 7. Laura Nyssölän haastattelu, 2019
- Liite 8. WST:n myyntiehdot
- Liite 9. Suomalainen Kimono ja WST Kunstmatrixissa
- Liite 10. Palaute

## 1 Johdanto

Olen nyt opinnoissani edennyt vaiheeseen, jossa edessäni on tutkimus- ja kehittämishanke yhteistyössä valitsemani firman kanssa. Tutkittuani omaa osaamistani suunnittelijana sekä vuosia ulkomaisten työtehtävien kautta markkinointiin ja eri hankkeiden kehittämiseen perehtyneenä tekijänä, sekä nimenomaan kiertotaloutta ja ekologisuutta arvostavana suunnittelijana, toivoin pystyväni tekemään kehittämishankeeni yhteistyössä WST:n kanssa.

Minulla oli alun perin kehittämishankkeeseeni kaksi vaihtoehtoa. Joko A, jossa WST antaa minulle kehittämishankkeen toimeksiantona tai B, jossa WST ottaa vastaan suunnittelemani valmiin kehittämishankkeen. Toivoin jälkimmäistä ja siihen myös päädyimme.

Tässä työssä alkuperäinen tavoitteeni oli luoda käytetyistä Marimekon kankaista valmistettu kimonomallisto, joka kääntää päät, huokuu suomalaisuutta ja tuo silti yhtä aikaa esiin itämaisen kauneuden muotokielellään. Malliston ja näyttelyn avulla pyrkimyksenäni oli saada näkyvyyttä yhteistyökumppanilleni WST:lle täällä Suomessa ja tutkia mahdollisia markkinoita mallistolleni sekä yrityksen muille tuotteille Japanissa. Tavoitteena oli lisätä myös omaa näkyvyyttäni suunnittelijana.

Minut valittiin mukaan Japanissa pidettävään kolmen viikon taiteilijaresidenssiin ja tämän jälkeiseen taidenäyttelyyn Kawane Honchon taidefestivaaleilla 21-

23.3.2020, jossa päämääränä oli esitellä kimonomallistoni, yhteistyökumppanini tuotteita ja tehdä haastatteluja ja kysely tutkimustani varten. Covid-19 pandemian seurauksena kaikki näyttelyt sekä matkani kuitenkin peruuntuivat viime hetkellä ja jouduin muuttamaan työni rakenteen.

Sen sijaan, kun aiemmin olisin malliston luomisen lisäksi tutkinut japanilaisten kiinnostusta mallistoani ja WST:n tuotteita kohtaan, päädyin nyt muuttamaan kehittämistyöni aiheen 3D-näyttelyn luomiseen. Vaikka luonnollisesti pettymys ja matkoihin menettämäni rahamäärä on suuri, näin pystyn tuomaan yli vuoden valmistelemaani työtä taidenäyttelyä varten edes hieman esille ja tämän lisäksi pääsen kokeilemaan ja tutkimaan uutta äärimmäisen mielenkiintoista osaluuetta, joka kuitenkin jatkuvasti on suunnittelijana mielessäni nyky-yhteiskunnassa. Virtuaalisen näyttelyn pitäminen on myös yhteistyökumppanilleni hyödyllistä.

Olen kokenut vahvasti jo lapsesta saakka kuuluvani niihin ihmisiin, jotka tuntevat vetoa ja yhteenkuuluvuutta japanilaiseen kulttuuriin. Asuin nuorempana Japanissa ja ehkä tästä syystä tunnen Japanin aina olevan osa minua. Samaan aikaan olen perisuomalainen. Tunnen rakkautta ja ylpeyttä suomalaisuuttani kohtaan. Suomen metsät, järvet ja mättäät, marjat, sauna ja suomalainen muotoilu, ne ovat tärkeä osa minua. Nyt kun haluan tätä suomalaisuutta kankaan ja kuosien avulla tuoda esille, on valintani ehdottomasti Marimekko. Varsinkin 70-luvun Armi Ratian, Annika Rimalan ja Maija Isolan kädenjälki kiinnostaa. Marimekon kierrätettyjen kankaiden valintaan vaikuttaa myös se, että yhteistyökumppanini on yhteistyössä juuri Marimekon kanssa, japanilaiset rakastavat Marimekkoa ja Marimekon vanhat kankaat ovat ajan kanssa osoittautuneet olemaan edelleen erittäin hyvälaatuisia, koska ne on aikoinaan valmistettu kottimaisesti tasalaatuisia ajattelua kunnioittaen.

Opinnäytetyöni teoriaosuus käsittelee melko monipuolisesti yhteistyökumppaniani WST:ta, kuluttajien motivaatioita, brändiä nimikkeenä, laadun eri osaluueita, kiertotaloutta, puukuitua sekä perinteistä että luomaani uutta suomalaista kimonoa ja kimonomalliston valmistumista sekä näyttelyitä. Opinnäytetyössä

sukelletaan suomalaisuuteen Marimekon kuosien sekä perinteisen suomalaisen käsityön kautta ja japanilaisuuteen hieman kimonokulttuurin kautta sekä käsitellään näiden kahden kulttuurin yhtyeensulauttamista vaatteessa, suomalaisessa kimonossa. Tämän jälkeen perehdyn luomaani suomalaiseen kimoonon, virtuaalinäyttelyn luomiseen sekä vaatteiden esilletuontiin kahden erilaisen näyttelyn näkökulmasta. Virtuaalinen näyttely tuo nyt työhön uuden alustan ja on mielenkiintoinen osa teoreettista tutkimustani ja koko kehittämistyötä.

Työn toiminnallisessa osuudessa valmistan kimonomalliston, jonka suunnittelun aloitin jo vuosi sitten - käyden kaksi kertaa Japanissa, valitsen mallistostani yhden ja WST:lta noin 15 tuotetta, joiden valintaa ja esillepanoa pohdin omasta näkökulmastani ja joista rakennan ja pidän 3D-näyttelyn sekä yhtäaikaaisesti konkreettisen näyttelyyn WST Storessa. Tämän jälkeen keskustelen yhteistyökumppanini kanssa ja pohdin kehittämistyön tuloksia sekä omasta että yhteistyökumppanini näkökulmasta.

## **2 Yhteistyöyritys WST**

Yhteistyöyritykseni We Started This eli WST, nykyisin myös Vestis on kolmen nuoren yrittäjän perustama kierrätyksen ja uudelleenkäytön kulttuuria tukeva yritys. Yritys on perustettu vuonna 2013. Yritys on yksi second hand- muodin edelläkävijöistä Suomessa. WST:lla on sekä verkkokauppa, että liike WST Store. WST Store sijaitsee hyvien kulkuyhteyksien varrella Espoossa, kauppakeskus Iso Omenan kolmannessa kerroksessa. (Nyyssölä 2019.)

WST:n ideana on myyntipalvelu. Myyntipalvelun kautta asiakkaat voivat tuoda myyntiin omia hyväkuntoisia merkkivaatteita. Asiakas saa itselleen tuotteen myyntihinnasta aina puolet. Helppoa ja vaivatonta. Asiakkaan ei tarvitse huolehtia mistään vaan WST hoitaa kaiken myyntiin liittyvän asiakkaittensa puolesta. (Nyyssölä 2019.)

WST haluaa panostaa asiakaspalvelun erinomaisuuteen. Lisäksi taatakseen tuotteiden korkean laadun, yritys käy jokaisen myyntiin tulleen tuotteen yksi ker-



rallaan läpi ennen sen myyntiin pääsyä. Tarkastus takaa aina laadukkaan ja mielenkiintoisen valikoiman. (Nyyssölä 2019.)



Kuvio 1. WST:n tuotekuva. (Kuva: Mari Nikula, 2020).

WST:n arvomaailma pohjautuu siihen faktaan, että maailma on jo valmiiksi pullollaan tuotteita ja tavaraa, jota ei hyödynnetä lähellekään tarpeeksi. Yritys pyrkii itse toimimaan toisin. WST:lle on tärkeää tuotteiden esilletuonti ja panostus esilletuonnin hyvään tyyliin. Näin kuluttajat kiinnostuvat tuotteista enemmän. (Voutilainen 2015.)

Myös asenteiden muuttaminen kuluttajien keskuudessa juuri second hand-vaatteita kohtaan, on yhtenä yrityksen tärkeistä tavoitteista. WST panostaa huolellisesti myytävien tuotteiden laatuun ja yritykselle nimenomaan tuotteen laatu on iso tekijä. WST ottaa myyntiin ainoastaan uudenveroisia tuotteita. Laadukkaat materiaalit kuten muun muassa silkki ja villa ovat tärkeässä roolissa, kun halutaan viedä asiakkailta pois mielikuva käytetystä vaatteesta. (Voutilainen 2015.)

WST:n vaatevalikoima on suunnattu pääasiallisesti naisille, mutta valikoimasta kyllä löytyy vaatteita ja asusteita myös miehille, silti huomattavasti naisille suunnattuja tuotteita vähemmän. WST Storen ja verkkokaupan lisäksi WST on pa-

nostanut vuosien varrella Pop-up- tapahtumiin. Ne ovat olleet erittäin tärkeitä yritykselle sekä myynnin että näkyvyyden kannalta. (Voutilainen 2015.)

Yhtenä WST:n tärkeistä tavoitteista on tarjota asiakkaalle vaihtoehto uuden ostamiselle ajankohtaisen ja tyylikkään valikoiman avulla. Päämääränä on muokata Suomesta kierrätisyhteiskunta, kulutusyhteiskunnan sijaan. Yritys luotiin perustajien omasta tarpeesta käytettyjen vaatteiden ostamiselle. Yhtään vastaavaa tyylikästä, ainoastaan merkkivaateita myyvää sivustoa ei Suomessa ollut, joten se perustettiin itse. (Nyyssölä 2017.)

Verkkokaupan perustamisen jälkeen WST on avannut liikkeensä Espooseen kauppakeskus Iso Omenaan, järjestänyt useita Pop-up- tapahtumia Helsingissä, aloittanut Marimekon kanssa yhteistyön sekä ollut mukana monissa eri tapahtumissa. Yrityksen varastot ja logistiikka on keskitetty Espoon Iso Omenaan. (Nyyssölä 2017.)

Jokainen toimintavuosi on kasvattanut yrityksen liikevaihtoa. WST työllistää tällä hetkellä kolme perustajajäsentään sekä kolme työntekijää. Yksityishenkilöt ovat pääsääntöisesti ne asiakkaat, joilta suurin osa verkkokaupan tuotteista tulee. Tuotteet vastaanotetaan WST:lla, tuotteiden laatu tarkastetaan, tuotteet hinnoitellaan ja kuvataan verkkokauppaa varten. Kun asiakas ostaa tuotteen verkkokaupasta, WST toimittaa postin avulla tuotteen tilaajalle. Pääasiallisesti verkkokaupan asiakkaat ovat Suomalaisia, mutta toimituksia on tehty moneen kymmeneen maahan ympäri maapalloa. (Nyyssölä 2017.)

Vuonna 2017 samanlaista kotimaassa toimivaa käytettyjen vaatteiden liikkeen sekä verkkokaupan omaavaa yritystä ei ollut olemassa. Muut samankaltaiset toimijat olivat lähinnä erikoistuneet kuluttajien väliseen kaupantekoon ja heidän valikoimansa sisälsivät paljon lastenvaatteita sekä pikamuotiketjujen vaatteita. (Nyyssölä 2017.)

WST on aina valikoimansa puolesta panostanut pohjoismaalaisiin merkkivaatteisiin, joita voi käyttää niin juhlissa kuin arkivaatteinakin. Tämän lisäksi WST:lle

äärimmäisen tärkeä ja yrityksen muista isoista toimijoista erottava asia on kaikissa kohtaamisissa ystävällinen, henkilökohtainen ja positiivinen asiakaspalvelu. (Nyyssölä 2017.)



Kuvio 2. WST:n perustajat Sara Nyyssölä, Marta Jaakkola ja Laura Nyyssölä. (Kuva: Tiina Somerpuro, 2015).

Jos haluat omaperäistä ja persoonallista tyyliä, tutustu alueesi second hand-liikkeisiin. Vanhojen vaatteiden käyttäminen ja kierrättäminen on kannattamisen arvoinen asia. Second hand - shoppailussa yhdistyvät ekologisuus ja persoonallinen muoti. Vintage ja second hand termit menevät usein monilla sekaisin tai ne saatetaan sotkea keskenään. Mikäli vaate on valmistettu vuosien 1920 ja 1960 välillä, on se vintagea. Sen sijaan käytetyistä vaatteista, riippumatta niiden iästä, käytetään termiä second hand. Ihmisten motiivit hankkia second hand vaatteita ovat kovin erilaisia, joillekin esimerkiksi vaatteiden edullisuus on tärkeintä ja joillekin vaatteiden ekologisuus. (Carey, Cervellon & Harms 2012.)

## 2.1 Yhteistyö

Yhteistyöni WST:n kanssa lähti liikkeelle oltuani ensin yhteydessä Marimekon partnerimarkkinoista vastaavaan Nina Nenoseen ja tämän jälkeen Marimekon

vastuullisuuspäällikköön Saara Azbeliin. Sekä Nenosen että Azbelin mielestä kimonomallistoideani oli mielenkiintoinen ja Azbel ehdotti yhteydenottoa Marimekon juuri kiertotalouteen painottavan yhteistyökumppanin WST:n omistajiin.

Otin yhteyttä WST:n perustajiin puhelimitse, ja yllätyksekseni puhelimeen vastasi Laura Nyyssölä, entinen kollegani AVA Galleriasta. Hauska yllätys. Ennen saimme työskennellä yhdessä molemmille rakkaan taiteen parissa, nyt pääsemme kokeilemaan yhteistyötä muodin, ennen kaikkea tärkeimpänä, uusiomuodin parissa.

Syy siihen, miksi otan tekemästani kimonomallistosta syksyn 2020 näyttelyihin ainoastaan yhden kimonon on siinä, että vaikka Kawane Honchon taidenäyttely jouduttiin perumaan pandemian vuoksi, pidetään se kuitenkin tulevaisuudessa, jolloin toiveenani ja päämääränäni on olla jatko-opintojeni parissa. Haluan ehdottomasti esitellä kimonomallistoni silloin, koska olen tehnyt sen eteen niin valtavasti työtä ja näyttelyä on markkinoitu sekä täällä Suomessa että Japanissa jo miltei vuosi. Saan nyt tällä näyttelyihin valitsemallani kimonolla tuotua toivomaani näkyvyyttä WST:lle ja samalla alustavaa tietoa näyttelyn kävijöiden palautteesta heidän kiinnostuksestaan suomalaista kimonoa ja näin myös koko tulevaa mallistoani kohtaan. Nyt näyttelyyn valitsemani kimono on omasta mielestäni malliston kaunein.

## **2.2 WST x Marimekko**

Myös Marimekko tekee yhteistyötä WST:n kanssa. Tämä mahdollistaa uusia tapoja hyödyntää jo olemassa olevaa ja luo uudenlaista kierrätyksen kulttuuria. Sekä myymälässä että nettikaupassa on esillä virallinen WST x Marimekko second hand-mallisto. Mallisto koostuu sekä uusimpien mallistojen helmistä että menneiden mallistojen ja vuosikymmenten aarteista. (Nyyssölä 2019). Marimekon tuotteet on suunniteltu pysymään kauniina ja kestävänsä aikaa. Hyvin hoidettuina niistä on iloa pitkään. Tästä huolimatta jokin tuote jää syystä tai toisesta joskus aiottua vähemmälle käytölle. (Nyyssölä 2019).

Marimekolla oli vuoden 2015 aikana alettu miettiä entistä enemmän kiertotaloutta ja sitä, kuinka edesauttaa Marimekkojen pitkää käyttöikää entisestään. Marimekko löysi onnekseen vuonna 2013 perustetun We Started This second hand -verkkokaupan ja sen perustajat, Sara Nyysölän, Marta Jaakkolan ja Laura Nyysölän, joiden kanssa päätti lähteä yhteistyöhön kokeilemaan Marimekko-tuotteiden second hand - kauppaa. (Kukkonen 2018).

Yhteistyön tavoitteena on edistää Marimekon tuotteiden pitkää kiertoa. Marimekossa ajattomuus on ollut suunnittelun lähtökohta yhtiön alkuajoista asti. Marimekko ei tee pintamuotia vaan haluaa tarjota asiakkailleen tuotteita, joilla on pitkä elämä ja joita ei haluta heittää pois. Kokeilu lähti ideasta kerätä Marimekon omalta henkilökunnalta vähäiselle käytölle jääneitä vaatteita ja asusteita WST:n verkkokaupassa ja myymälässä myytäväksi. Näin Marimekolla voitiin osaltaan kannustaa ihmisiä Marimekko-tuotteiden kestävään kiertoon. Kokeilun tuloksena koostettu WST x Marimekko -tuotemallisto tuli myyntiin WST:n verkkokauppaan ja WST:n Espoon Iso-Omenan ostoskeskuksessa sijaitsevaan myymälään marraskuussa 2015. Toiveena oli, että Marimekon henkilöstöltä kerätyt mekot ja muut tuotteet kiehtovine tarinoineen löytävät uudet onnelliset omistajat WST:n avulla. Yhteistyökokeilun perusteella kerättiin palautetta ja kehitettiin Marimekko-tuotteiden uudelleenmyyntikonseptia edelleen vuoden 2016 aikana. Myös tämän päivän Marimekot voivat olla tulevaisuuden second - hand aarteita, ja toiveena on, että myös uudet tuotteet pysyvät kierrossa pitkään. (Kukkonen 2018.)

### **3 Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet**

Nyt tekemäni tutkinto vastaa samaa EQF- tasoa 7, kuin esimerkiksi yhteiskuntatieteiden maisterin, kauppatieteiden maisterin sekä diplomi-insinöörin tutkinnot. EQF on lyhenne sanoista European Qualification Framework. Tutkinnon tavoitteena on vahvistaa osaamistani vaatetusalan toimintakentällä asiantuntija- ja esimiesasemassa toimiessa. Tämä on pohjimmaisena lähtökohtana ja innoittajana opiskelulleni sekä opinnäytetyöni tekemiseen ryhtymiselle. Tärkein tavoite kehittämistyön tekemiselle on tehdä yhteistyöyritykselleni ja itselleni hyödyllinen työ, mutta tämän lisäksi toimia yhtenä oman

alani eteenpäin viejistä päämääränä suomalaisen osaamisen vahvistaminen niin kotimaassa, kuin kansainvälisillä markkinoillakin.

Tekemäni tutkimus- ja kehittämistyön tavoitteena on tutustua WST:n toimintaan, luoda käytetyistä Marimekon kankaista valmistettu mielenkiintoinen kimonomallisto ja yhdestä malliston kimonosta sekä WST:n tuotteista koottu 3D-näyttely Kunstmatrix- ohjelmalla. Tämän lisäksi tavoitteena on pitää suomalaisen kimono näyttely WST Storessa.

Toivottavat tavoitteet ovat sekä minulla että yhteistyökumppanillani WST:lla kehitystyöni suhteen selvät. Toivomme 3D-näyttelyn tuovan WST:lle näkyvyyttä sekä lisää asiakkaita. Toivomme suomalaisen kimono esillepanon tuovan WST Storen paremmin julkisuuteen. Tämän lisäksi toivomme suomalaisen kimono lisäävän omaani, sekä WST:n näkyvyyttä täällä kotimaassa ja mielenkiintoa yhtiötä sekä itseäni kohtaan muuallakin maailmassa. Toivomme virtuaalinäyttelyn avaavan uusia, ennen avaamattomia ovia sekä WST:lle että minulle suunnittelijana ja näin ehkä myös lisäävän omalta osaltaan vaatesuunnittelijoiden ja eri firmojen yhteistyötä.

Tutkimusongelmia, joihin kehittämistyössäni haluan löytää vastaukset, on kaksi; Kuinka kimono tehdään ja kuinka näyttelyt rakennetaan? Haluan myös perehtyä yhteistyökumppanini liiketoimintaan ja tutkailla heidän toiveitaan, tarpeitaan sekä tavoitteitaan. Tämän lisäksi perehdyn itseäni sekä myös yhteistyökumppaniani kiinnostaviin osa-alueisiin.

Teoriaosuus käsittelee yhteistyökumppaniani WST:ta, kuluttajia, sitä mitä brändi tarkoittaa, laatua monesta eri näkökulmasta, kiertotaloutta, puukuitua sekä perinteistä että suomalaista kimonoa. Opinnäytetyössä sukellaan suomalaisuuteen Marimekon kuosien sekä suomalaisen perinteisen käsityön kautta ja japanilaisuuteen kimonoiden kautta sekä käsitellään näiden kahden kulttuurin yhtyeensulauttamista suomalaisessa kimonossa. Perehdyn myös virtuaaliseen näyttelyyn sekä konkreettiseen näyttelyyn WST Storessa.

Työn toiminnallisessa osuudessa teen taustatutkimusta, luen kirjoja, käyn Japanissa luomassa kontakteja ja inspiraatiota töihini, etsin sopivat kierrätetyt kankaat, suunnittelen ja valmistan kimonot, perehdyn Kunstmatrixin virtuaali-maailmaan, jonne rakennan 3D-näyttelyn, kuvaan mallistostani valitsemani kimonon ja valitsen WST:n noin viidentoista kappaleen vaate-erän, luon näyttelyn, tuoteselosteet, näyttelytekstit, mainokset ja kutsut sekä pidän näyttelyn. Tämän lisäksi vien suomalaisen kimononi näyttelyyn WST Storeen, kirjoitan esittelytekstit sekä lehdistötiedotteen. Näyttelyiden rakentamisen ja pidon pohjalta teen havaintoja. Tämän jälkeen pohdin tekemieni johtopäätösten ja analysointini perusteella tutkimuskysymyksiäni, joihin pyrin löytämään työn toiminnallisen osuuden kautta vastaukset.

### **3.1 Tutkimuskysymykset:**

- Yhteistyökumppanin toimintatavat?
- Kuinka kimono tehdään?
- Kuinka 3D-näyttely ja WST Storessa oleva näyttely rakennetaan?

### **3.2 Tutkimusmenetelmät**

Tutkimuksen lähestymistapana käytän montaa eri tutkimusstrategiaa. Tutkimus on monimenetelmäinen ja tutkimusmenetelminä ovat haastattelut, analysointi sekä havainnointi, mutta tekstissäni poikkean jo aiemmin tehtyihin kyselyihin, joiden tuloksia analysoin ja käytän työssäni. Näin ollen aineiston analyysimenetelmät ovat sekä määrällisessä analyysissä että laadullisessa analyysissä.

Laadullinen tutkimus eli toisin sanoen kvalitatiivinen tutkimus on tieteellisessä tutkimuksessa käytetty suuntaus, jonka avulla pyritään kokonaisvaltaisesti ymmärtämään kohteen merkitystä, laatua sekä ominaisuuksia. (Jyväskylän yliopisto 2015). Kvalitatiiviseen osuuteen sisältyy WST:n perustajan Laura Nyysölän puhelinhaastattelu, koskien WST:n toimintatapoja, jo olemassa olevan tiedon ja tuntemukseni näyttelyn rakentamisesta analysointia sekä havainnointia valmiista näyttelyistä. Tämän lisäksi käyn läpi ja analysoin monia eri dokumentteja ja jo olemassa olevia tekstejä liittyen sekä näyttelyiden rakentamiseen että kimonon tekoon. Tavoitteena kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tutkimuskohteisiin liitty-

vien tekijöiden välisten suhteiden selvittäminen, tutkittavan kohteen ymmärtäminen ja sen kuvaaminen sekä tutkiminen mahdollisimman perusteellisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavasta ilmiöstä pyritään antamaan aina teoreettisesti järkevä tulkinta. Tavoitteena on tietynlaisen toiminnan ymmärtäminen, ei pyrkimys yleistykseen tilastollisesti. (Eskola & Suoranta 2014, 61.)

Luonnolliseen ympäristöönsä sijoittuminen on laadulliselle tutkimukselle ominaista. Tiedon keräämisen välineenä suositetaan ihmistä ja aineistot kootaan todellisista tilanteista. Menetelmät, joissa tutkimuksen kohteena olevien näkökulmat pääsevät hyvin esille, ovat aineiston hankinnassa olennaisia. Muun muassa erilaiset dokumentti- ja tekstianalyysit, havainnointi sekä haastattelut ovat tyypillisiä laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä. Muita piirteitä kvalitatiivisessa tutkimuksessa on muun muassa tutkijan omien arvojen vaikutus työhön sekä jokaisen tapauksen käsittely ainutlaatuisena. Suunnitelmat saattavat muuttua olosuhteiden mukaan ja laadulliselle tutkimukselle onkin tyypillistä joustavuus sekä tutkimussuunnitelman tarkentuminen ja jopa muuttuminen sitä mukaa, kun tutkimus etenee. (Hirsjärvi ym. 2007, 160.)

Määrälliseen eli kvantitatiiviseen tutkimukseen liitetään aiemman teorian käsitteleminen sekä aiemmista tutkimuksista tehdyt johtopäätökset. Tutkimuksen kohdalla voidaan puhua niin sanotusta loogisesta positivismista. Looginen positivismi korostaa kaiken tiedon olevan lähtöisin loogisesta päättelystä sekä aistien havainnoista. (Hirsjärvi ym. 2007, 129.) Erilaiset syy- ja seuraussuhteet sekä luokittelut ovat kiinnostuksen kohteita kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Lisäksi asiat verrataan numeraalisiin tuloksiin. Käytettäessä määrällistä menetelmää, tutkimus tulkitsee ja kuvaa ilmiöitä mittausmenetelmin. Aineistoa kerätessä kyselylomakkeen avulla, lomake pääasiallisesti sisältää strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä. Kvantitatiivisen tutkimuksen perustana käytetään mittaamista. Mittaamisen tuloksena saadut havaintoaineistot sisältävät lukuarvoja. (Vilpas 2018, 1.) Monenlaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimukseen soveltuu erinomaisesti kysely. Kyselyn avulla saadaan suureltakin joukolta ihmisiä tutkimusaineistoa tehokkaasti ja nopeasti. Numeroihin perustuvia tuloksia, joita kyselyt yleisimmin



tuottavat, voidaan käsitellä tilastollisesti. Sitä, ettei pystytä arvioimaan kuinka perehtyneitä ja tietoisia vastaajat tutkitusta aiheesta ovat, kuinka onnistuneita vastaajien näkökulmasta annetut vastausvaihtoehdot ovat tai miten vakavasti vastaajat suhtautuvat kysymyksiin, pidetään kyselyn heikkoutena. Tuotettu tieto voi myös olla hyvin pinnallista. Kyselyn käytön perusvaatimuksena onkin, että tutkijalla on riittävästi aiempaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Näin tutkimuskysymysten suunnittelu onnistuu järkevästi. Kehittämistyön tavoitteet ovat kyselylomakkeen suunnittelun perustana ja lomakkeeseen laitetaan ainoastaan sellaiset kysymykset, joiden kysyminen on välttämätöntä tavoitteiden saavuttamisen kannalta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108-109, 115.)

### **3.3 Tutkimukseen liittyviä termejä ja analyysejä**

#### **Tutkimus**

Tutkimustoimintaa luonnehditaan yleensä sen laadun ja luonteen perusteella. Tutkimus yksinkertaisuudessaan tarkoittaa jonkin asian selvittämistä järjestelmällisesti ja eritoten tieteellisesti. Tutkimuskäsitettä käytetään silloin, kun pyritään edistämään ongelman ratkaisemista ja saamaan aiheesta lisätietoa. Monenlaisiin selvityksen tekoihin ja niihin liittyvien järjestelyjen yhteydessä käytetään käsitettä tutkimus. (Anttila 2006,14.)

#### **Tuotekehitys**

Tuotekehitys on yrityksen sisäinen prosessi, jonka aikana yritetään parannella yrityksen jo valmiita tuotteita sekä kehittää markkinoille uusia. Siinä käytetään tutkimusten ja kokemuksen kautta saatua tietoa ja tällä tiedolla pyritään parantamaan eri järjestelmiä tai menetelmiä. Tuotekehitykseen kuuluva prosessi muokkaa markkinoiden tarpeet ja yrityksen teknisesti olemassa olevat mahdollisuudet tuotteeksi, jonka voi myydä. (Anttila 2006,165.)

#### **SWOT-analyysi**

SWOT-analyysi on kätevä tapa määritellä yrityksen mahdollisuuksia, vahvuuksia, heikkouksia sekä yrityksen toiminnalle mahdollisia uhkia. SWOT on kätevä työkalu, kun halutaan määritellä yrityksen tavoitteet ja pyrkiä löytämään ratkaisut tavoitteiden toteuttamiselle. Analyysin jälkeen on helppo valjastaa työn tulokset ja johtopäätelmät suoraan suunnitelmaksi, jonka avulla tavoiteltu päämäärä pyritään saavuttamaan. (Gürel 2017.)

### **VAHVUUDET (STRENGTHS)**

Vahvuuksia on hyvä tarkastella miettimällä yrityksen ydintä ja sitä mikä on yrityksen oleellisin menestystekijä ja mikä yrityksessä on ainutlaatuista. Avoimuus ja objektiivisuus tätä asiaa tarkkaillaessa on tärkeässä roolissa. Itse ei välttämättä näe oman yrityksensä vahvuuksia samassa valossa kuin toiset. Kannattaa esimerkiksi verrata yrityksen vahvuuksia suhteessa muihin samankaltaisiin yrityksiin. Tarkoituksena on löytää ja vahvistaa yrityksen vahvuudet sekä käyttää niitä yrityksen toiminnan hyväksi myös tulevaisuudessa. Myös vahvuuksien kehittäminen jatkoa ajatellen on hyvä strategia. (Gürel 2017.) WST:n vahvuuksia ovat edelläkävijyys, materiaalitietous, ammattitaito, ainutlaatuisuus, kiertotalous sekä ekologisuus.

SWOT-analyysin yhtenä vahvuutena on ulkoisten ja sisäisten vahvuuksien esilletuonti helpolla tavalla. Nämä mahdollisuudet saattaisivat muuten jäädä täysin pimentoon, mutta SWOT tuo asiat päivänvaloon. SWOT-analyysin avulla luodaan käytännön strategioita, jotka toimivat niin, että kaikki kentät ovat toistensa tukena. (Gürel 2017.)

### **HAASTEET (WEAKNESSES)**

Kun halutaan määrittää yrityksen haasteita, on hyvä sukeltaa yrityksen kehitystä kaipaaviin asioihin ja niiden lähtökohtiin. Kun haasteet on tunnistettu, on helppo analysoida, kuinka niitä lähdetään selvittämään ja kuinka niistä olisi mahdollista päästä kokonaan eroon. Ja jollei haasteita pysty täysin poistamaan, on tärkeää suunnitella valmiiksi keinot, joiden avulla haasteiden vaikutukset voidaan minimoida. (Gürel 2017.) Haasteita WST:lle tuovat kilpailijat, nykyteknologia ja

markkinoiden kansainvälistyminen, hitaat ja työlääät työvaiheet, oma näkyvyys sekä markkinointi.

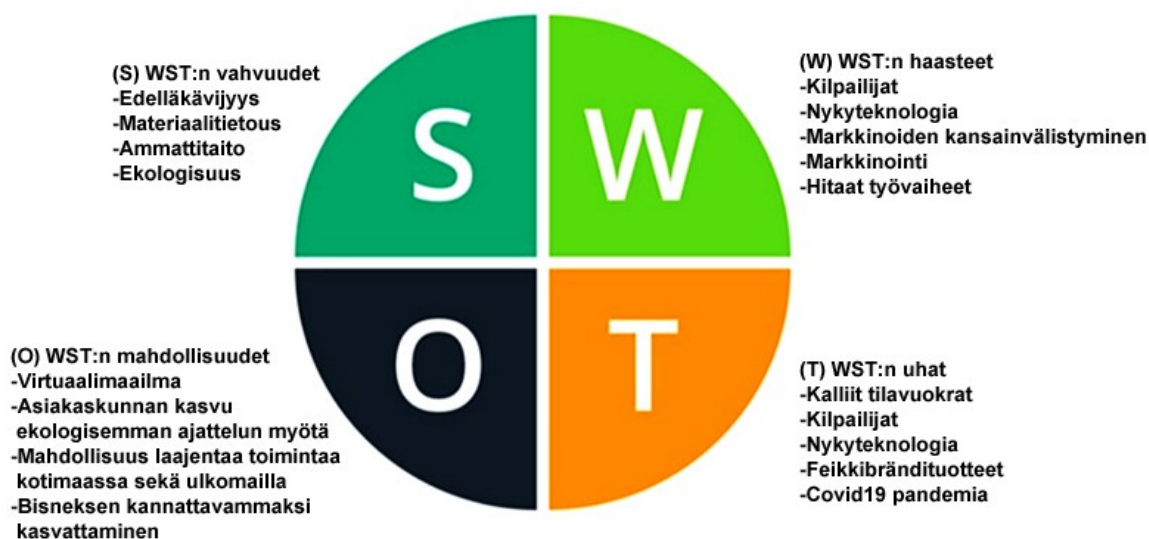
### **MAHDOLLISUUDET (OPPORTUNITIES)**

Mahdollisuuksien kartoituksessa yrityksen toimialaan perehtyminen on kaiken a ja o. Tulevaisuuden mahdollisuuksien löytäminen ja tunnistaminen yrityksen ulkopuolelta saattaa olla haastavaa, mutta on myös palkitsevaa. Luodaan strategia, jonka avulla rohkeasti hyödynnetään yrityksen mahdollisuuksia. Valmius vastata yrityksen asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin on hyvin tärkeää. (Gürel 2017.) WST:n mahdollisuuksia ovat muun muassa asiakaskunnan kasvu ekologisemman ajattelun myötä, mahdollisuus laajentaa toimintaa sekä kotimaassa että ulkomailla, kasvattaa bisnes kannattavammaksi, muuttaa maailmaa edes hitusen parempaan suuntaan, luoda erilaisia yhteistyöprojekteja ja tehdä WST virtuaalisesti houkuttelevammaksi muun muassa juuri 3D- näyttelyn kautta.

SWOT-analyysin vahvuutena on sen yksinkertaisuus. Maailma on täynnä uusia työkaluja, mutta SWOT-analyysin yksinkertainen riisuttu tyyli on riittävä ja jopa mieluisampi. Analyysi tarjoaa parhaimmillaan uusia yrityksen toimintaan vaikuttavia toimintamalleja sekä lähestymistapoja, jotka ovat kokonaan uudenlaisia. Jopa sellaisia, ettei niitä olla ennen tultu edes ajatelleeksi. (Gürel 2017.)

### **UHAT (THREATS)**

Uhkia on monenlaisia ja ne voivat olla yrityksen omasta toiminnasta täysin riippumattomia. Uhkan voi asettaa ympäristön ulkoiset tekijät, kuten esimerkiksi globaali tai toimintaympäristössä tapahtuva muutos. (Gürel 2017.) Uhkana WST:n toiminnalle on halpatuotanto, feikkibrändituotteet, uudistuksellisuuden puute ja asiakkaiden kadottaminen, kalliit tilavuokrat ja nyt viimeisimpänä maailman laajuinen pandemia.



Kuvio 3. SWOT-ympyrä.

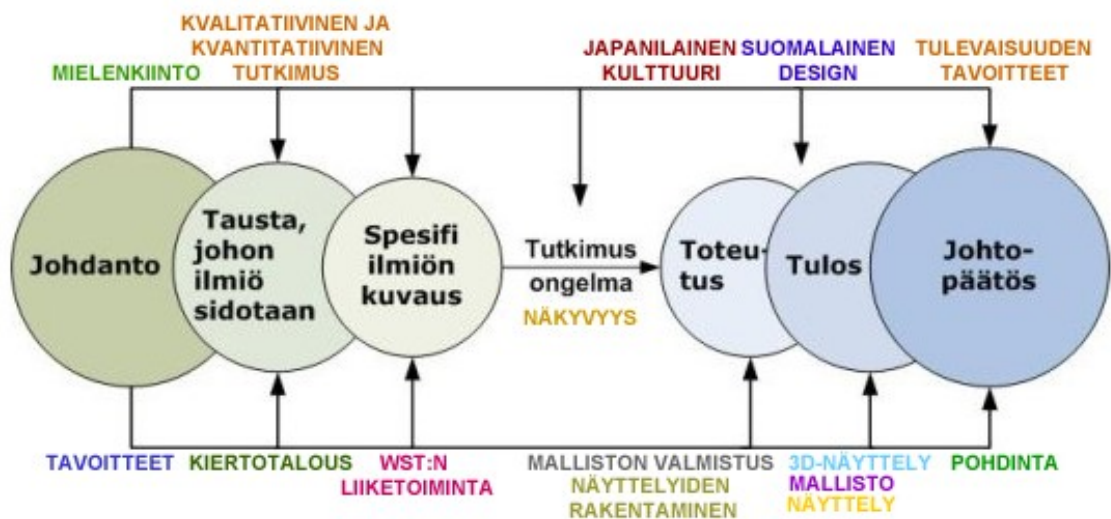
## Tarveanalyysi

Tarveanalyysi on kehittämistoiminnan suunnittelun lähtökohtana ja siinä tulee huomioida laajasti toimintaympäristöstä nousevat tarpeet sekä hankkeen tai toiminnan toteuttavien tahojen käsitykset ja tiedot kehittämistyön tarpeellisuudesta. Tarveanalyysin menetelmänä voidaan käyttää kysely- ja haastattelututkimuksia, fokus- ja kehittämissyhmätyöskentelyä, sekä hyödyntää jo olemassa olevia tilastoja ja tietoja toimintaympäristön tilanteesta ja tarpeista. (Suomen Settlementiliitto 2014.)

### 3.4 Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen viitekehys tarkoittaa usein tutkimukseen, mutta myös esimerkiksi tuotekehitykseen liittyvää käsitteellistä ja ajattelua ohjaavaa jäsennystä, tiettyä näkökulmaa. (Alasuutari 1995, 79). Tarkoituksena viitekehityksen teolle on keskeisten tekijöiden ja tekijöiden välisten suhteiden tavoittaminen tutkittavassa ilmiössä. (Anttila 2006, 493). Tutkijalta edellytetään oman tutkimuksensa kannalta toimivan teoreettisen viitekehityksen ja siihen sisältyvien elementtien valintaa. (Metsämuuronen 2005, 100). Viitekehityksiin liittyvät valinnat voivat olla luonteeltaan paradigmaattisia eli toisensa poissulkevia: tiettyyn koulukuntaan,

tutkimussuuntaukseen tai tutkimusmenetelmään ajatellaan liittyvän joidenkin teoreettisten viitekehysten edellyttämistä, hyväksymistä tai torjuntaa. (Kiikeri & Ylikoski 2004, 63). Normaalitiede on yritys pakottaa luonto paradigman antamaan ennalta rakennettuun ja suhteellisen joustamattomaan lokeroon. Tällainen normaalitiede ei näe uudenlaisia, luomiinsa määrittelyihin eli teoreettisiin viitekehysiinsä sopimattomia ilmiöitä. (Kuhn 1994, 37). Viitekehykselle annetaan tutkimuksen empiiristä aineistoa kurissa pitäviä merkityksiä: hyvin laadittu teoreettinen viitekehys estää aineistoja ja niistä nousevia yksittäisiä havaintoja viemästä tutkijaa liiksi mukanaan. (Anttila 2006, 392).



Kuvio 4. Teoreettinen viitekehys.

Pyrin kehittämistyössäni noudattamaan seuraavaa viitekehystä, jossa johdannon kautta tuon esille mielenkiintoni työhön sekä työni tavoitteet, esittelen taustan, johon ilmiö sidotaan; kehitysyhteistyökumppanini WST:n. Kuvailen heidän toimintatapojaan sekä tarpeitaan ja lähdän siltä pohjalta luomaan ratkaisua esille tulleeseen tutkimusongelmaan, yrityksen näkyvyyteen. Tutkimusongelman ratkaisuna suunnittelen suomalaisen kimonomalliston ja rakennan 3D-näyttelyn sekä näyttelyn WST Storessa. Tuloksena suomalainen kimonomallisto sekä kaksi näyttelyä sekä näkyvyyttä. Malliston suunnittelun ja

luomisen sekä näyttelyiden rakentamisen jälkeen näen tutkimus- ja kehittämistyöni tulokset.

### **3.5 Näkökulmia WST:n tarpeista ja tavoitteista**

Tässä opinnäytetyönä tekemässäni tutkimus- ja kehittämishankkeessa käytän tutkimusmenetelminä haastatteluja, analysointeja sekä havainnointia ja tekstisäni poikkean jo aiemmin tehtyyn kyselyyn, jonka tuloksia analysoin ja käytän työssäni. Tämän lisäksi pohdin opinnäytetyön tekijänä omia näkemyksiäni kerätyn aineiston ja jo valmiina olevan tietämykseni pohjalta.

Kyselyyn tulleiden vastausten perusteella mielikuva WST:sta brändinä on hyvin positiivinen. WST nähdään vastaajien kesken luotettavana, kiinnostavana, ajankohtaisena, vastuullisena sekä ekologisena. Yrityksenä WST nähdään sekä trendikkäänä että asiakasystävällisenä edelläkävijänä. (Voutilainen 2015.)

Haastattelun pohjalta saamieni tietojen perusteella vuoden 2020/2021 kehityssuunnitelmat ja tarpeet liittyvät WST:n liiketoiminnan kasvattamiseen, voimavarojen punnitsemiseen ja mahdollisesti lisähenkilöstön palkkaamiseen. Pop-up shoppien, erinäisten tempauksien ja nyt WST:n yhteistyön vaatesuunnittelijan kanssa uskotaan tuovan WST:lle lisää asiakkaita sekä mediahuomiota. (Nyysölä 2019.)

WST:n tavoitteena on kasvattaa liiketoimintaansa niin fyysisen liikkeen, kuin verkkokaupankin puolelta. Yhtiö kehittää jatkuvasti toimintaansa ja tulevaisuuden suunnittelussa sekä tärkeimpinä WST:n kehityskohteina ovat sekä verkkokaupan optimointi, uuden liikkeen avaaminen Helsinkiin sekä nykyiset, että uudet yritysyhteistyömahdollisuudet. (Nyysölä 2019.)

Erittäin positiivisena ja tarpeellisena asiana sekä iloisena piristysruiskeena WST:n tarpeelle liiketoiminnan kasvattamiseen sekä brändin esilletuomiseen näen nyt kehittämistyönä tekemäni näyttelyt. Niin WST Storessa pidettävä, kuin 3D-näyttely tuovat molemmat omin keinoin lisää toivottua näkyvyyttä ja mediahuomiota sekä WST:lle että itselleni suunnittelijana.

Vaikka Japanissa pidettävä WST:n näyttely jäi nyt pandemian vuoksi ikäväksemme pitämättä, täytyy ottaa huomioon, että sen tilalle luomani 3D-näyttely saattaa tuoda jopa enemmän uusia asiakkaita ja on erittäin kiva lisä yrityksen esilletuontiin erityisesti nyt korona-aikana, jolloin moni ihminen mielellään kävisi liikkeessä paikan päällä, mutta ei uskalla välttämättä poistua kotoaan tai ainakaan lähteä katsomaan näyttelyä.

3D-näyttelyn avaamat mahdollisuudet ovat rajattomat, sillä näyttely on rajaton; sitä pääsee katsomaan kuka tahansa, milloin tahansa ja mistä tahansa päin maailmaa toimistosta, lentokoneesta tai vaikka kesämökin riippukeinusta. Ihmisten kynnys mennä katsomaan näyttelyä madaltuu. Toisaalta 3D-näyttely saattaa innoittaa joitain ihmisiä nimenomaan lähtemään liikkeelle ja tutustumaan WST Storeen ja Suomalaiseen kimoonon konkreettisesti paikan päällä.

WST Storessa pidettävä näyttely tarjoaa tämän perinteisen tavan tutustua vaatteisiin. Näyttelyn tarkoituksena on tuoda liikkeeseen jotakin uutta nykyisille jo olemassa oleville asiakkaille ja tämän lisäksi houkuttaa liikkeeseen uusia asiakkaita juuri suomalaisen kimonon avulla. Myös laaja mediahuomio olisi toivottavaa.

#### **4 Kuluttajan motivaatio**

Motivaatio on jaettavissa kahteen osaan: tarvemalleihin ja prosessimalleihin. Ensimmäinen malli kuvaa sisäsyntyisiä syitä ja sitä, mikä ohjaa ihmistä tietynlaiseen käyttäytymiseen. Jälkimmäinen malli puolestaan kuvaa reagointia sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Jälkimmäisessä mallissa pyritään analysoimaan käyttäytymistä alusta loppuun. Voidaan sanoa tarvemallin vastaavan motivaatioiden syntymiseen ja prosessimallin vastaavan siihen, kuinka motivaation huomaa. (Ruohotie 1998, 20-29.)

Pyrkimys tarpeiden tyydyttämiseen, niin fyysisesti, kuin psyykkisestikin ohjaa suurinta osaa kuluttajista. Tämä kyseinen fakta on jo pitkään ollut markkinoinnin

tiedossa. Samoin kuin taito käyttää sitä hyväksi, jotta saadaan kuluttajien tarpeet tyydytetyksi. (Britt 1950, 666-674.)

Kuluttajien ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen täytyy ensin pystyä ymmärtämään paremmin kuluttajien tuntemuksia. Tämän avulla saadaan ymmärrys malleista, joilla voidaan selittää motivaation suhde markkinointiin. Nämä kyseiset mallit kuvaavat, mikä motivoi kuluttajia tekemään tietynlaisia ostopäätöksiä. (Guiot & Roux 2010, 356.)

Kuluttaja kokee vanhojen tavaroiden hankkimisen miellyttäväksi. Vanhoihin aikoihin palaamisen tunteen voi kokea vintage-vaatteita hankittaessa. Niistä huokuu entisaikain laatu ja niiden löytäminen vain tuntuu hyvältä. Käytettyjen vaatteiden ostaminen on myös pitkällä ajalla luonnolle parempi valinta ja kuluttaja niitä hankkiessaan tekee tietoisin ratkaisun yrittäen teollaan helpottaa luonnon kuormitusta. (Turunen & Leipämaa-Leskinen 2015.) Myös jännityksen tunne vanhan vaatteiden löytyessä ohjaa kuluttajaa ja varsinkin harvinaisen vaatteiden löytäminen on itsessään suuri motivaation lähde second hand- vaatteita ostettaessa. (Vuotilainen 2015.)

#### **4.1 Maslowin tarvehierarkia**

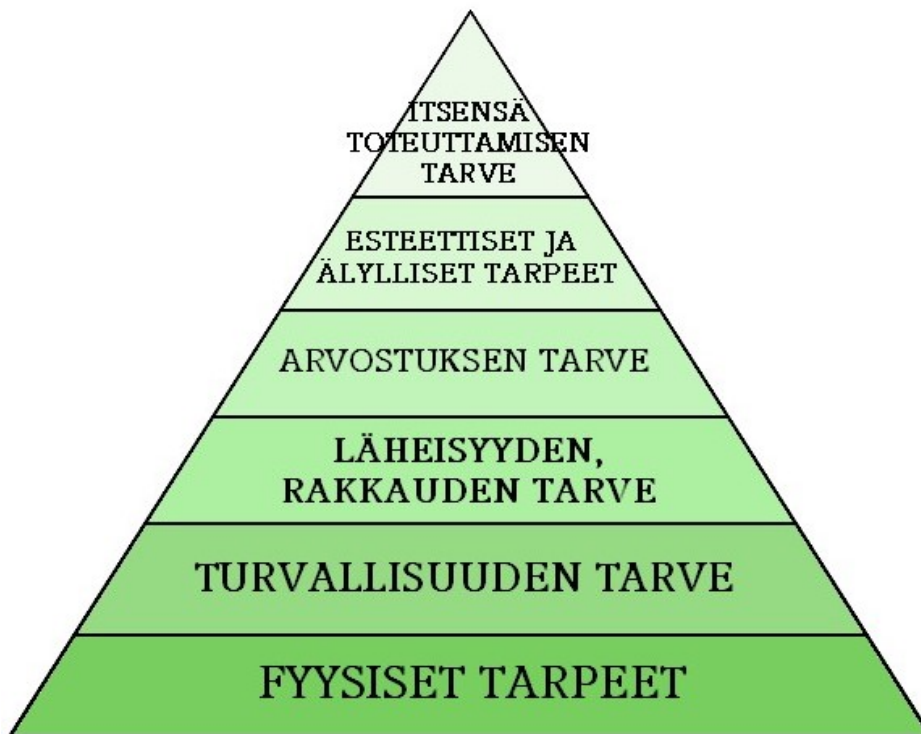
Motivaatio on keino tyydyttää ihmistarpeita. Maslow kuvaa henkilökohtaista kasvua tarpeiden hierarkian tunnistamisena ja tyydyttämisenä. Maslowin tarvehierarkiaa kuvaa oheinen pyramidi. (Kuvio 5).

Kuvion yläpäässä on ihmisen itsensä toteuttamisen kannalta tärkeät tarpeet ja alapäässä pyramidi on tarpeet, joita tarvitaan hengissä säilymiseen, kuten tarve syödä ja juoda. Tarvehierarkiassa alempien tarpeiden täytyessä voidaan kohota ylöspäin pyramidissa kohti seuraavien tarpeiden täyttymistä. Tämän tarvemallin pohja on tarpeiden voimistuminen ylöspäin mentäessä kohti abstraktimpia tarpeita ja näiden tarpeiden esiin tulo vasta alempien täytyessä. Motivaatio on Maslowin mallissa siinä, että ylöspäin mentäessä tarpeiden pyramidissa halu saavuttaa seuraava taso toimii itsessään motivaationa. Tämä on myös



markkinoinnissa käytetty toimintamalli kuluttajan hankkimiseksi motivoimalla. (Maslow 1943, 370-396.)

## MASLOWN TARVEHIERARKIA



Kuvio 5. Maslowin tarvehierarkia (Maslow 1943, 370-396).

### 4.2 Brändi

Esineen tai tavarän omistaja luo mielessään kuvan siitä, minkälainen arvo tällä on. Tämä on brändi. Se ei ole mitään, ketä kukaan voisi patentoida. (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 1). Tuotteiden nimet, kuten Google tai Coca-Cola kuluttaja yhdistää automaattisesti kyseisen asian tuoteryhmään tehden siitä brändin. (Maandag & Puolakka 2014, 11, 13, 15). On myös ajateltavissa tuotteen brändi muodostuvan erilaisista asioista kuten minkälainen pakkaus tuotteella on, minkälainen historia sille on ollut, tuotteen taustasta, minkälaiseen käyttöön tuotteeseen liittyy ja minkälainen persoona tuotteella on. (Suonio 2010, 24.)

Brändi on aina kuluttajalle henkilökohtainen ja siihen liittyy tunnesidos. Se ei ole ainoastaan vain palvelu tai tuote, vaan siihen liittyy jonkinlainen arvomaailma. Se miten brändi koetaan ohjaa paljon brändin arvostusta. Tuotteen menekki ja arvostus maailmalla tekee tuotteesta brändin. Tuotteella on oltava jotain sellaista, miksi ihmiset haluavat sen. Tämä voi olla monia eri asioita, kuten haluttavuus ja laatu. (Vuotilainen, 2015.)

WST nimestä tulee useille ihmisille mieleen luonnonmukaisuus ja kiertotalous. Myös second hand on termejä, joita ihmiset ajattelevat yrityksen nimestä, samoin kuin laadukkaat kierrätetyt vaatteet. Moni myös jakaa yrityksen arvot. Yksi WST:hen liitettävä asia on hyvä laatu. Ihmiset pitävätkin WST:ta muita kirpputoreja parempana ja tuotteita hyvinä. Yrityksen julkikuva on tuore ja tämän päivän henkeen sopiva. WST on monessa asiassa muita vastaavia yrityksiä edelle, kuten tavassa tehdä kiertotaloutta. Yrityksestä mieleen jäävä kuva on monen kuluttajan mielestä hyvä. Unohtamatta myöskään sitä, että yrityksen tuotteet ovat erittäin tyylikkäitä. Pioneerihenkisyys ja hyvä moraalit ovat WST:n tavaramerkkejä edellisten seikkojen lisäksi. Kuluttajissa herättää luotettavuutta yrityksen kotimaisuus ja heidän bisnesideansa, joka on monelta osin täysin uudenlainen. Yrityksen nimi on osalle kuluttajista positiivinen kokemus ja yrityksen nimi muistuu heidän mieliinsä helposti, osalle puolestaan tuottaa vaikeuksia ymmärtää mistä yrityksen nimessä on kysymys. Nimestä osa tunnisti myös helposti WST:n toimialan, kun taas osalle se jäi arvoitukseksi. (Vuotilainen 2015.)

### 4.3 Laatu

Asiakkaalla on yleisesti odotusarvo, että jokin heidän hankkimansa esine, tai asia on juuri sellainen kuin he haluavat ja toimii juuri niin kuin he haluavat. Tämä tarkoittaa, että asian tulee olla juuri sellainen kuin asiakas odottaa. Tätä on laatu. (Lecklin 2002, 18.)

Etymologia sanan laatu löytyy kaukaa latinasta ja omaan äidinkieleemme se on tullut itänaapuristamme, jossa se tunnetaan sanana *lad*. Venäjän kielessä sanan sisältö on rauha, sopusointu, liitos, sauma ja järjestys. Laatua usein mita-

taan jollain määrällä, sana joka kieleemme tulee myös idästä sanasta *méra*. (Veijo 2002.)

Tuotteen arvostus on yhteydessä sen laatuun ja monista tuotteista ollaan valmiita maksamaan mittaviakin summia juuri tästä syystä. Laatu vaikuttaa myös siihen, hankkiiko kuluttaja tuotteen. Nykyaikainen globaali kilpailu luo tarpeen kehittää tuotteita kohti parempaa laatua. Laatu rakentuu erilaisista alueista. Näitä ovat muun muassa luotettavuus, suorituskkyky, turvallisuus, esteettisyys ja kestävyys. (Oulasvirta 1992.)

Berryn, Parasumanin ja Zeithamin palvelun laadun arviointimallissa tarkastellaan laadun erityisvaatimuksia. Heidän mallinsa mukaan laatu muodostuu asiakaslähtöisyydestä, palveluympäristöstä, luotettavuudesta, asiakkaan ymmärtämisestä, palvelualltiudesta, turvallisuudesta, kyvykkyydestä, varmuudesta, pätevydestä, uskottavuudesta, saavutettavuudesta, viestintäkyvystä, ystävällisyydestä sekä kohteliaisuudesta. (Lipponen 1993.)

Donabedian puolestaan jakaisi laadun ulottuvuudet vaikutuksiin, rakennetekijöihin ja prosessitekijöihin. Myös mallissa nimeltä "FirstStep" nähdään, että hyödykkeen jalostusketjussa laatu muokkautuu juuri noille prosessin perusrakenteille. Mallissa rakenneosat ovat perusteet, prosessit ja tulokset ja laatua tarkastellaan suhteessa liiketoiminnan tekijöihin, joita ovat asiakas, organisaatio ja nämä kaksi yhteen saava palvelu. (Tuurala 2006.)

Itselleni laatu on nimenomaan tuotteen visuaalinen kauneus yhdistettynä toimivuuteen, käytettävyyteen ja kestävyteen sekä palvelun erinomaisuuteen ja asiakaslähtöisyyteen.

Tasalaadulla tarkoitetaan tuotteiden tarkoituksenperäisten ominaisuuksien jatkuvuutta sesongista, tuotantopaikasta, -ajasta ja jakelutavasta riippumatta, jolloin uuden tuotantoerän satunnaisnäytteet vastaavat laadultaan verrokkia.

Laatu on erittäin kattava käsite. Näin on myös tekstiilien laadun kohdalla. Laatua voi tarkastella tässäkin asiassa monesta eri vinkkelistä. Sen voi miettiä tuo-

tetun tuotteen laatuna tai tuotteen tekoprosessiin liittyvänä eettisenä laatuna. Laadun mietitään liittyvän tekstiilissä usein siihen miltä ompelutyö näyttää. Onko langat viimeistely ja jälki suoraa? Tai millainen on tuotteen kuituraaka-aine? Tekstiilien laatu on erittäin monimutkainen käsite eikä tuotteen hinta aina takaa tuotteen laatua. Laatua ei välttämättä aina myöskään pysty tunnistamaan tuotetta katsellessa tai edes raaka-ainelistaa tutkimalla. Lyhyesti voidaan silti määritellä laadun olevan sitä, että tuote toimii siinä tarkoituksessa mihin se on luotu. (Änkö 2018.)

Laatu on myös ekologista. Vaatteiden laatua on tuotteen pitkä elinkaari, eli tuotteen kyky säilyttää ominaisuudet muuttumattomana tuotteen asianmukaisissa huoltokäsittelyissä ja käytössä. Laadukas tuote ei esimerkiksi kutistu tai haalistu pesussa, eikä neule nyppyynny sitä käytettäessä. Pitkäikäinen tuote on myös ympäristökuormituksen näkökulmasta kestävin valinta, sillä minkään kuituraaka-aineen valmistaminen ei ole ekologisesti täysin ongelmaton. Esimerkiksi puuvillan tuotanto vaatii paljon vettä, kun taas polyesterin valmistamisessa tarvitaan öljypohjaisia raaka-aineita. (Änkö 2018.)

Suomessa ja muualla maailmassa kehitteillä olevat ekologisemmat kuituraaka-aineet, kuten vaihtoehtoiset muovilaadut ja selluloosapohjaiset muuntokuidut, sekä tekstiilien kierrätysmenetelmät tulevat tulevaisuudessa helpottamaan tekstiilien ympäristökuormitusta. Tästä huolimatta tuotteen valmistaminen vaatii aina resursseja. Kaikista ekologisista vaihtoehdoista tulee näin ollen aina olemaan kulutuksen vähentäminen ja laadukkaiden tuotteiden suosiminen. (Änkö 2018.)



Kuvio 6. WST Store (Kuva: Laura Nyssölä 2019).

#### 4.4 WST:n tuotteiden laatuun vaikuttavat prosessit ja käytännöt

WST tarkistaa jokaisen nettikauppaan ja liikkeeseen myyntiin tulevan tuotteen yksitellen. Näin yritys takaa asiakkailleen virheettömän, tasalaatuisena pysyvän tuotteen. Koska tuotteet ovat jo valmiiksi käytettyjä, on huolellisuus tuotteiden läpikäynnissä äärimmäisen tärkeää. Suurin osa WST:n tuotteista on arvostettujen brändien - Marimekko, Guess, Burberry, Gucci - vaatteita, asusteita ja tekstiilejä. Saumojen kestävyys ja värin haalistumattomuus ovat välttämättömyys myyntiin pääsulle. (Nyssölä 2019.)

Läpikäydessään tuotteet, WST:n henkilökunta höyryttää, teippiharjaa, nukka-huoltaa ja tarvittaessa pesee ja silittää sekä hinnoittelee jokaisen tuotteen yksitellen. Tuotteet tämän lisäksi sijoitellaan liikkeeseen kysynnän ja osittain myös sesongin mukaan. Tärkein prosessi myytävien tuotteiden laadun valvonnassa on juuri sisäänotto, mikä tapahtuu myymälän tiskillä, kun asiakkaat tuovat vaatteita näyttille. Siinä WST:n henkilökunta tarkastaa tuotteet heti pöydällä yksitellen ja katsoo, onko tuote sopiva myyntiin. Käytännössä siis etsii näkyviä virheitä tai myynnin esteitä tuotteesta. Näitä ovat muun muassa värivirheet, liat, tahrat, reiät, puutteet ja hajuhaitat. Myös väärä sesonki tai vaikea malli voi olla myynnin este, vaikka tuote olisi käytännössä laadukas. (Nyssölä 2019.)



Kuvio 7. WST:n tuotekuva. (Kuva: Karoliina Jääskeläinen, 2018).

## 5 Kiertotalous

Olemme kansakuntana siirtyneet kiertotalouden uuteen aikaan. Tämä on sekä onni, mutta myös jotain pakollista ja väistämätöntä. Tässä uudessa ajassa palveluiden käyttäminen korvaa omistamisen ja kulutus perustuu kierrättämiseen, vuokraamiseen ja jakamiseen sekä yhä enenemässä määrin materiaalejen uusiokäyttöön, energian uusiutuvuuteen, tuotteiden pitkäikäisyyteen sekä jaettuihin resursseihin. Tuotteiden sisältämät materiaalit pyritään säilyttämään käytössä mahdollisimman pitkään juuri palveluiden, uusiokäytön ja kierrättämisen avulla. Tätä on kiertotalous. (Sitra 2019.)

Muutoksessa on myös ansaintamallit ja yritysten tavat toimia. Ne tavat, joilla tuloksiin ennen päästiin, eivät todellakaan enää päde. Tulevaisuudessa

yriytysten ja koko liike-elämän on nostettava toimintansa ilmastonmuutoksen hillitsemistä tukevaksi. Tässä mallissa piilee myös monia uusia tärkeitä mahdollisuuksia liiketoiminnan kannalta. (Sitra 2019.)

Suomalaisten yritysten olisi hyvä tutustua ja siirtyä kiertotalouteen inspiroivien kiertotalouden yritysesimerkkien avulla maailman ensimmäisten joukossa. Liiketoimintamallit on jaettu viiteen. Ensimmäisenä on tuote palveluna, jolloin tuotteiden sijasta tarjotaan palveluja. Toisena on uusiutuvuus, jolloin kaikessa tuotteiden suunnittelussa ja valmistuksessa otetaan uusiutuvan energian sekä kierrätettävien ja uusiutuvien materiaalien käyttö huomioon. Kolmantena ovat jakamisalustat, joilla tarkoitetaan digitaalisia alustoja muun muassa myynnille ja tuotteiden esittelylle. Neljäntenä on tuotteiden elinkaaren pidentäminen, jolloin tuote tehdään kestäväksi ja jonka huolto on mahdollista. Viidentenä ovat kierrätys ja resurssitehokkuus, jolloin yritys tekee ratkaisuja materiaali- ja energiatehokkaasti. (Sitra 2019.)

Myös elinkaarensa loppuun tulleet tuotteet sekä raaka-aineet kerätään takaisin ja hyödynnetään uudelleen. Tällainen jaoittelu antaa yrityksille näkökulmia siihen, millainen toiminta kiertotaloudessa on tuottavaa yrityksen kannalta. Jotta materiaalit ja niiden arvo pysyisivät kierrossa pitkään, tarvitaan uudenlaisia tapoja toimia. (Sitra 2019.)

Yritykset luovat tuotteille kiertotaloudessa lisäarvoa erilaisilla palveluilla. Tuotteen arvo on suurimmillaan silloin, kun sen uudelleenkäyttö- ja valmistus, huolto ja käyttöaste maksimoidaan. Pelkkien tuotantokustannusten minimointien sijaan liiketoimintamallit ja innovaatiot kiertotaloudessa perustuu tuotteiden asiakasarvon ja suorituskyvyn maksimointiin niiden elinkaaren aikana. (Sitra 2019.)

Materiaalien hyödyntäminen ja luonnonvarojen säästäminen kestävästi sekä tehokkaasti on kiertotalouden keskeisin tavoite. Kiertotalouteen liittyviä termejä ovat muun muassa bionalous, cleantech sekä vähähiilisyys. Ympäristön haittavaikutusten väheneminen, materiaalin arvon säilyminen sekä tuotteiden ja

raaka-aineiden pitkään talouden käytössä pysyminen ovat kaikki keskeisimpänä ajatuksena kiertotaloudessa. (Valtioneuvoston kanslia 2016.)

### 5.1 Vaateteollisuuden globaali kuorma

Planeettamme kärsii päästöistä, joita tänne tuotetaan koko ajan kiihtyneemmissä määrin. Vaateteollisuus tuottaa tästä määrästä leijonan osan. Teollisuuden haaran ongelmia on pohdittu myös kansainvälisesti aina YK:ta myöten ja ongelman käsittelyyn on luotu oma organisaationsa nimeltään Alliance for Sustainable Fashion, jonka tehtävänä on tuottaa kestävämpää muotia vaikuttamalla alan yrityksiin. Ihmiskunnan kasvaessa ja vaurastuessa myös tarve vaatteille kasvaa, mutta trendi on ollut, ettei samaa vaatetta käytetä useampaa kertaa peräkkäin. Tämä trendi tuo mukanaan valtavasti päästöjä ja nostaa vaatetusalan päästökuormaa runsaasti. Vesi on vaateteollisuudelle tärkeä resurssi, mutta valitettavasti se tuottaa myös paljon jätevettä ja mikromuovia, joka puolestaan saastuttaa valtameriämme ja uhkaa elämää koko maapallolla. (Kamal 2019.)

Luonnolle parempia materiaaleja on vaikea järjestää mitalisijoille, kun niiden valmistus, kuljetus, raaka-aineet ja käyttö vaikuttavat siihen miten ekologisia ne ovat. Oma pallon puoliskomme kuluttaa vaatteita huomattavasti enemmän, kuin esimerkiksi Afrikan maat tai muut kolmannen maailman maat. Vaikka näissä maissa enimmäkseen käyttämämme vaatteet nykyaikana tuotetaan ja valmistusmaaksi ilmoitetaan maa, jossa vaate on suunniteltu. (Kettunen 2014.)

Tuotannon halpuus kehitysmaissa on eräs syy vaatteiden siellä valmistamiseen, mutta myös raaka-aine kustannukset ovat halvempia näissä maissa. Tämän lisäksi kehittyvissä maissa yleensä puuttuu ympäristölait, jolloin päästörajoituksia ei ole. Myös näistä maista muualle vaatteiden tuominen laivalla tai lentäen tuottaa runsaasti päästöjä. Suurin yksittäinen päästöjen aiheuttaja on vaatteiden värjäys, näihin kun käytetään runsaasti vettä, kemikaaleja ja energiaa. Luonnonvärien käyttö olisi ympäristöystävällistä, mutta nostaa tuotteen valmistushintaa. Harva vaatemiaali on sellainen, että sitä voidaan kasvattaa valmiiksi oikean värisenä. Eräs tällainen materiaali kuitenkin on puuvilla. Vaateteollisuus-



dessa käytettävistä tekstiilimateriaaleista 45 prosenttia on puuvillaa. Yhden kilon tuottamiseen kyseistä materiaalia tarvitaan kilo kemikaaleja ja useita satoja litroja vettä. Tämän takia puuvillan viljely aiheuttaa ympäristöhaittoja, kuten vesistöjen saastumista ja maaperä ongelmia. (Kettunen 2014.)

Kehittyvät maat tuottavat suurimman osan maailman puuvillasta ja sen luonnonmukainen viljely on riittämätöntä auttamaan puuvillan käytöstä johtuvien ympäristöongelmien kanssa. Tästä ovat poikkeuksena maailman kaikkein köyhimmät maat, missä ei ole varaa käyttää kemikaaleja ja ne tuottavatkin varsin luonnonmukaista puuvillaa. Ilman ongelmia ei näissäkään maissa tuotanto silti suju, sillä ongelmia löytyy näissä maissa usein työntekijöiden työolosuhteissa. (Kettunen 2014.)

Kemikaalit ovat ongelma myös villan tuotannossa, koska tuotantoeläimiä suihkutetaan kemikaaleilla erilaisia tuholaisia vastaan. Tästä huolimatta villa ei ole niin pahaksi luonnolle, kuin puuvilla. Myös luonnon omat materiaalit ovat erittäin ekologisia, tosin näissäkin on poikkeuksia, kuten turkikset ja nahat. (Kettunen 2014.)

Keinotekoisesti tuotetut materiaalit ovat yleisesti ottaen öljyteollisuudesta johdettavia ja näin ollen eivät lainkaan luontoystävällisiä tuottaa ja jopa niiden poistaminen on vaikeaa niiden sisältämien myrkyllisten yhdistelmien ansiosta. Vaatteiden tuottamasta ympäristöhaitasta suurin osa aiheutuu kuitenkin käyttöön liittyvästä pesusta, jolloin vettä käytetään runsain mitoin. Vaatteiden puhdistaminen tulisikin toteuttaa mahdollisimman ympäristöystävällisesti ja vähäenergiisesti. Muun muassa villavaatteet voidaan puhdistaa tuulettamalla. Pesukemikaalien valinta on myös tärkeä tekijä ympäristökuorman vähentämisessä ja vaatteiden silittämistäkin tulisi miettiä sen aiheuttaman energiakuorman takia, sillä kaikkia vaatteita ei suinkaan tarvitse silittää. Oman maamme jätevaatteilla voisimme vaatettaa hyvin koko kansamme, jos vaatteet vain kierrätettäisiin. (Kettunen 2014.)

## 6 Ekologisia vaatteita puukuidusta

Miltä tuntuisi saada vaatteet, jotka on tehty puusta? Suomen metsät ovat pullollaan raskaasti ympäristöä kuormittavan puuvillan korvaajaa. Vaatetuotannon monet ongelmat voivat ratketa suomalaispuusta valmistettujen kuitujen avulla. Puukuitu on pehmeää ja tuntuu hyvin samanlaiselta kuin pumpuli. Se on suomalaista puuta. Chemarts-laboratorion pöydällä Aalto-yliopistossa on tulevaisuuden vaatteeseen käytettävää raaka-ainetta, loncell kuitua. Loncell-kuitu ja siitä tehty lanka on kehitetty Suomessa. Metsä Groupin biotuotetehtaalla aletaan muutamien kuukausien päästä jalostamaan pääosin kuusesta ja männystä valmistettua selluloosaa. Selluloosa soveltuu tekstiilikuiduksi vaatteiden valmistamista varten. Kyseessä ei enää siinä vaiheessa ole laboratorio vaan koetehdas, joka voi tuottaa puusta 500 tonnia tekstiilikuitua vuodessa. Suomalainen Metsä Spring Oy ja Japanin tekstiilialan suurin kauppahuone Itochu omistavat tehtaan puoliksi. (Niinimäki 2019.)

### 6.1 Puusta vaatteeksi

Suomalainen selluteollisuus pyrkii maailman tekstiiliraaka-ainemarkkinoille toisissaan. Sellusta voi tulevaisuudessa tehdä mitä tahansa. Menee kuitenkin vielä jonkin aikaa, ennen kuin kaupoissa on myynnissä paita, joka on tehty suomalaisesta puusta. Monille ihmisille nykyään on todella tärkeää tietää ostamansa vaateen alkuperä ja moni etsiikin kertakäyttömuodin ja tekokuitujen sijaan uusiutuvista materiaaleista tehtyjä ympäristöystävällisiä vaatteita. (Niinimäki 2019.)

Suomalainen metsäteollisuus iskee juuri tähän saumaan kehittämällä tekstiiliteollisuuden raaka-aineiksi puukuitua. Joensuussa on esimerkiksi Stora Enson Enocellin sellutehdas, johon Stora Enso on alkanut investoida tuntuvasti. Tehdas keskittyy pian ainoastaan tekstiiliteollisuuden käyttämän liukosellun valmistukseen. Heidän kapasiteettinsa on vuodessa 430000 tonnia ja näin he tulevat olemaan kuudenneksi suurin liukosellun tekijä maailmassa. Ihmisistä on tullut huomattavan paljon ympäristötietoisempia ja muovivastaisempia, joten puukuitu on tullut jälleen ajankohtaiseksi. Liukosellun valmistus kuluttaa paljon vähem-

män vettä kuin mitä puuvillan kasvatukseen menee. Puupohjaiset tekstiilit kuten viskoosi voivat mainiosti kilpailla erilaisten tekokuitujen sekä puuvillan kanssa tekstiiliraaka-ainemarkkinoilla maailmalla, sillä puuvillan ja polyesterin hyvät puolet yhdistyvät sellupohjaisissa kuiduissa. (Niinimäki 2019.)

Tuotteen arvoketju eli tuotantoketju on niin monipolvinen, että tuotteiden alkupe-rien jäljittäminen on lähes mahdottomuus. Olisi upea tunne ajatella, että pääl-ämme oleva vaate on tehty kuusesta tai koivusta, joka on kasvatettu Suomes-ssa. Tämä voi silti olla hankalaa juuri tuotantoketjun monivaiheisuuden vuoksi. Esimerkkinä Enocellin liukoselluasiakkaat sijaitsevat maapallon toisella puolella Kiinassa. Periaatteessa ei ole mahdottomuus, etteikö puu, joka on lähtenyt Suomesta, palaisi jossain vaiheessa takaisin Suomeen vaatteena, mutta usein esimerkiksi viskoosi on vain pienenä osana polyesteri-, elastaani-, puuvilla-sekoitekankaassa. Tuotteen materiaali on saatettu kutoa yhdessä maassa, tuo-te on ommeltu toisessa maassa ja viimeistelty kolmannessa. (Niinimäki 2019.)

Uusien puukuitujen valttina on niiden ympäristöystävällisyys. Tapa, jolla viskoo-sia ennen valmistettiin, oli myrkyllinen. Se, miten sitä nykyään valmistetaan, on edes vähän hieman myrkyllinen. Viskoosia on aiemminkin valmistettu Suomes-sa ja metsämme ovat täynnä puuta, joten on oikeastaan melkoinen ihme, ettei liukosellua ole meillä aiemmin tehty lainkaan. (Niinimäki 2019.)

Usein puukuidun ympäristöystävällisyys on ollut vertailussa puuvillan tuotannon kanssa. Puuvilla kasvatetaan hyvin usein kuivuudesta kärsivän alueen pellolla, vaikka peltoa tarvittaisiin kipeästi ruoan tuotantoa varten. Puuvillan kasvatus vie paljon vettä. On laskettu, että samalla määrällä (140 l vettä) valmistetaan kaksikymmentäkuusi kiloa puupohjaista kangasta ja vain yksi kilo puuvillakan-gasta. Ero on melkoinen. 4000kpl liukosellumekkoa saa tehtyä rekkalastillisest-ta kuitupuuta. Rouva Jenni Haukion kuuluisaan koivuviskoosista valmistettuun asuun esimerkiksi meni viisi liukoselluarkkia. Arkit oli tehty Enocellin tehtaalla ja arkkien raaka-aineeksi käytettiin koivupölliä, joka oli alle metrin mittainen. (Nii-nimäki 2019.)

## 6.2 Suunnittelijan suhde kiertotalouteen ja puukuituun

Puusta voi valmistaa samanlaista pumpulimaista kuitua kuin puuvillasta. Syy miksi perehdyn hieman jo nyt työssäni ekologiseen puukuituun, on se, että puukuitu on mielestäni vaateteollisuuden pelastus tulevaisuudessa. Olen siitä valtavasti kiinnostunut ja toivon jatko-opinnoissani perehtyvänä nimenomaan puukuituun, kuidun valmistusprosessiin ja puukuidun mukanaan tuomiin mahdollisuuksiin mallistoissani. Koen kuitenkin myös puiden liiallisen käytön ja kaadon olevan suuremmassa mittakaavassa yksi suurimmista uhkista planeetallemme. Näin ollen vaikka olenkin kiinnostunut puukuidun tuomista positiivisista asioista, olen kiinnostunut tietämään myös sen varjopuolet ja tutkimaan aihetta laajemmin. Myös muut luonnonmateriaalit, kuten esimerkiksi ananas, kiinnostavat minua suunnittelijana valtavasti. Haluan tulevaisuudessa tutkia myös muiden mielenkiintoisten materiaalien yhdistämistä kierrätettyihin kankaisiin ja tekemiini vaatteisiin. Pääasiallisesti mielessäni on puukuidun ja ananaksen lisäksi lasi, kivi, kulta ja kierrätetyt materiaalit sekä eri tekniikoita yhdistäen luodut materiaalit.

Nyt luomani suomalainen kimono on kahden kulttuurin yhteen sulautuma visuaalisesti. Myöhemmin jatko-opinnoissani aion perehtyä kahden kulttuurin yhteen sulauttamiseen materiaalin kautta nimenomaan niin, että toisena osana on suomalainen puukuitu. Toisena esimerkiksi japanilainen kierrätetty raakasilkki. Tai puukuitu ja ananas tai ananas ja raakasilkki. Vien siis tulevaisuudessa suomalaisen kimonon uudelle tasolle tässä kahden kulttuurin/ materiaalin fuusiossa. Tavoitteena on siirtää ekologiset materiaalit myös muihin mallistoihini.

Itselleni on suunnittelijana muodostunut vuosien varrella melko tarkka näkemys siitä, mikä tällä alalla on omalla kohdallani tärkeää, ja mihin näen oman tulevaisuuteni nojaavan vaatesuunnittelijana. Selkeä puhdas muotokieli on aina ollut itselleni ominaisin tyyli. Materiaalien ekologisuus, visuaalisuus ja kestävyys sekä luomani tuotteen ajattomuus ovat avainasemassa. Tila, jossa maailmamme on nyt laittaa varmasti jokaisen meistä miettimään omaa luovaa työtämme ja kaikkea tekemistämme. On vastuutonta jatkaa kuluttamista samaan malliin. Tahdon omalta osaltani olla muuttamassa kulutustapojamme ja käyttäytymis-

tämme ekologisemmaksi. Toivon myös pystyväni luomaan niin sanotusti roskasta luksusta.

## 7 Perinteinen japanilainen kimono

Perinteinen japanilainen kimono on monikerroksinen, monesta eri materiaalista ja vaatekappaleesta koostuva, monivivahteinen vaate, jonka pelkkä pukemisenkin vaati 26 eri vaihetta. En tässä tutkimus – ja kehittämistyöni osiossa, jossa vain pintapuolisesti perehdyn kimoonon, pääse menemään juurikaan pintaa syvemmälle. Silti koen, että pieni avaus kimonoihin tuo mukanaan tarvittavan tiedon, jonka avulla on helpompi päästä myös suunnittelemani suomalaisen kimonon ideoinnin alkulähteille.

Kimono tarkoittaa kirjaimellisesti jotain päälle pantavaa ja se kirjoitetaan Japanissa kanjeilla 着物. Kimonoa käyttävät Japanissa kaikenikäiset lapset, naiset sekä miehet. Kimono on suoralinjainen, T-mallinen kaapu. Siinä on kokoonsa nähden suuret hihat. Kimono solmitaan obi-vyön avulla vartalon ympärille. (Dalby 2001, 14.)

Nykymerkitys vaatteelle sanalla kimono sai alkunsa 1800-luvulla Meiji-Kauden loppupuolella. Silloin länsimaalaistyylliset vaatteet eroteltiin japanilaisista vaatteista. Ennen tätä kimonoa oltiin nimetty käyttöajankohtansa, tilanteen sekä kangaslaadun mukaan ja kimonoita pidettiin päällä lähes aina. Ennenvanhaan nimi kimono tarkoitti Japanissa mitä vaatetta hyvänsä. (Dalby 2001, 16.)

### 7.1 Kimonon käyttö

Naisiin verrattuna miehet käyttävät kimonoa melko vähän. Useimmiten häissä, kamppailulajiharrastuksissa tai muissa perinteisissä taiteenlajeissa. Naisilla kimono on viimeisen sadan vuoden ajan ollut pääasiallisesti juhlavaate, jota on käytetty vain tietyissä juhlatilaisuuksissa. Yleisimpiä kimononkäyttötilaisuuksia naisilla on muun muassa Shichi-Go-San-juhla, tyttöjen 13-vuotisjuhla, valmistujaiset, täysi-ikäisyysjuhla Miai eli kihlaukseen tähtäävä järjestetty tapaaminen, häät sekä hautajaiset. (Dalby 2001, 136.) Kimonon käyttökulttuuri

on kuitenkin hiljalleen muuttunut ja koko ajan muuttumassa. Viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana kimonon käyttö on ollut murroksessa. Nuoret japanilaisnaiset ovat löytäneet kimonon uudelleen ja lisänneet sen osaksi jokapäiväistä pukeutumistaan. Käytettyjen kimonoiden uudelleenmuokkausta ja upeiden nykyaikaisten asusteiden ja materiaalien lisäämistä vintagekimonoihin on alkanut viime vuosikymmenillä näkyä reilusti Japanin katukuvassa. (Suzuki 2011, 11.)

## 7.2 Kimonon valmistus

Alun perin kimonokankaat ostettiin pakassa ja ommeltiin mittojen mukaan vaatteeksi. Kimonot tehdään monesta melko pitkästä, mutta kapeasta suorakulmaisesta kangaspalasta. Nykyisin kimonot silti ostetaan lähes aina valmiiksi ommeltuina. Hienot ja kalliit silkkikimonot myydään kuitenkin edelleen erillisinä kankaina. Kimonon takakappaleisiin, hihoihin ja etuosiin käytetään leveämpiä suikaleita, miehustaan ja kaulukseen ohuempia. Saumanvaroja ei yleensä leikata pois vaan ne säilytetään kimonon myöhemmän muokkaamisen helpottamiseksi. Muinoin kimonoja purettiin ja koottiin pesun jälkeen eri järjestykseen kappaleiden kulumisen tasoittamiseksi. (Dalby 2001, 193.)

Nykypäivänä kimonot sekä kesäkimonot yukatat ommellaan pääasiallisesti koneella, mutta edelleen joskus ainoastaan käsin. Osan käsinommeltujen kimonojen saumoista voi myös ommella koneella, mutta suurinosa saumoista sekä varsinkin saumanvarat vaativat käsintehtyjä pistoja. Käsintehty pistot suojelevat paremmin kalliita silkkikankaita. Jos esimerkiksi kimonon reuna jää kiinni johonkin, sauma repeää kankaan sijasta ja vaate kärsii vähemmän vahinkoa. Arai Hari on vanha perinteinen kimonoiden pesutapa, jossa kimono puretaan osiin pesun ajaksi. Käsin tehdyt pistot ovat edellytys Arai Harille. (Dalby 2001, 136.)

Perinteisesti kimonot valmistettiin käyttäen luonnonkuituja. Nykyään kimonon valmistukseen käytetään paljon myös sekoitekuituja sekä tekokuituja.

Ensisijaisesti kimonoiden juhlavuus sekä muodollisuus riippuvat kankaan laadusta sekä kimonon materiaaleista. Muodollisia sukuvaakunoita esimerkiksi ei koskaan värjätä eikä kirjota villaisiin kimonoihin. Muodolliset kimonot valmistetaan pääsääntöisesti aina upeasta kiiltävästä silkistä. Tavalliset arkisemmat kimonot valmistetaan muista materiaaleista tai kiillottomasti silkistä. Kimonot jaetaan ei ainoastaan käytetyn kankaan vaan myös kuviointitekniikan mukaan. Värjäämällä kuvioitu kangas on yleensä kudoksella kuvioitua kangasta muodollisempi. Värjäämällä tehtyä kuviointia kutsutaan Somemonoksi ja se kirjoitetaan kanjein 染物. Kudoksella kuviointia kutsutaan Orimonoksi ja se kirjoitetaan kanjein 織物. Puuvilla, silkki, villa, niini, rami ja hamppu ovat perinteisimpiä kimonon teossa käytettyjä materiaaleja. (Dalby 2001, 193-194.)

Naisten kimonoissa hihat on alaosasta irrallaan vartalokappaleesta ja hihojen ulkokulmat on pyöristetty. Nuorten naisten hihat ovat huomattavan pitkät ja hihojen ulkokulmat pyöristetään reilummin. Miesten kimonoissa hihat on ommeltu kiinni vartalokappaleeseen ja hiha on muodoltaan suorakulmainen. (Dalby 2001, 17-20.)

### 7.3 Kimonokuviot

Kuviot ovat erittäin suosittuja japanilaisissa kimonoissa ja miltei kaikki kimonot on ainakin osittain kuvioitu. Erilaiset kasvit kuten krysanteemi, mänty, keisarinelämänlanka sekä japaninsinisade ovat erittäin suuressa suosiossa. Muita paljon käytettyjä kuvioaiheita ovat eläimet sekä legendojen aarteet. Monesti eri kuvin kuvioituja kimonoja käytetään vuodenaikojen mukaan. Muun muassa kukkakuvioista kimonoa kesällä ja vaahteranlehtikuvioista kimonoa syksyllä. Silti ei ole täysin tavatonta nähdä lumimaisemia kesäkimonoissakaan tai esiintymässä vaatteissa vuoden ympäri. Monet kimonokuviot ovat perinteisiä ja olleet käytössä satojakin vuosia. Monissa vuorillisissa kimonoissa on nykyään sekä syksy- että kevätkuvioita, sillä suurinosa kimonon käyttäjistä haluaa itselleen yhden monikäyttöisen kimonon usean eri kimonon sijaan. Kuvioiden vanhojen perinteiden vuoksi moniin kuviin liittyy paljon symboliikkaa. Toisaalta

samaan aikaa vanhat kuvat väystyvät ja uudet kuviot lisääntyvät. Ajat muuttuvat ja kulttuuri kehittyy. (Dalby 2001, 193.)

#### **7.4 Kimonon kanssa käytettävät asusteet**

Kimonon kanssa käytettävistä jalkineista zōrit on varvassandaalit, joissa yleensä on korotettu pohja. Mitä korkeammat pohjat ovat, sitä juhlavammat ovat jalkineet. zōri-tyyppejä on monenlaisia, kuten muun muassa muodollisiin juhlatilaisuuksiin tarkoitettuja silkkisiä ja brokadisia zōreja. Epämuodollisiin juhliin ja tilaisuuksiin emalinahkaisia zōreja, arkiseen kesäkäyttöön vinyylisiä sekä niinestä punottuja ja muovisia zōreja. Japanilaiset palikkapohjaiset puukengät ovat nimeltään getasandaalit. Getat ovat naisilla soikean muotoisia ja miehillä kulmikkaita. Getasandaalit ovat tänäpäivänä melko epämuodolliset ja niitä käytetään yleensä kesällä yukatan kanssa. Geishat käyttävät korkeapohjaisiakin getoja kimonoidensa kanssa. Jalkineiden alle laitetaan sandaaleihin vartavasten tehdyt sukat tabit. Tabeissa on erikseen tehty kolo sandaaleita varten. Tabit ovat muodollisissa tilanteissa aina valkoiset mutta nykyään tabeja löytyy sateenkaaren kaikissa väreissä ja niitä käytetäänkin rohkeasti ja asenteella. (Dalby 2001, 208.) Jalkineiden päälle on nykyaikana suunniteltu värikkäitä ja eri vuodenaikoihin sopivia varvaussuojuksia. Varsinkin kylmällä talvisäällä ja syksyisin suojukset ovat miltei välttämättömät. (Suzuki 2011, 12.)

Obi-vyöt ovat kimonon kanssa käytettäviä paksuhkoja ja yleensä kauniisti koristeltuja vöitä, joiden avulla kimono solmitaan vyötärön ympärille. Obi-vyön alle laitetaan ohuempi naru, joka oikeastaan pitää kimonon päällä, obi-vyö on pikemminkin koriste, mutta tärkeä sellainen. Joidenkin mielestä obi on jopa tärkeämpi kuin itse kimono. Obin avulla voi muuntaa helposti kimonon käyttötarkoitukseen sopivaksi ja Japanissa onkin tähän osuva sanonta: ”Yksi kimono, kolme obia”. (Wada 2011, 38.)



## 8 Suomalainen kimono

Idea suomalaisesta kimonosta lähti liikkeelle jo vuonna 2002 asuessani Japannissa, jolloin tein Yukata-Suomi mallistoa BA-tutkintonani. Mallisto kattoi 6 yukataa, joista valmistin yhden yukatan yhteistyössä Jokipiin Pellava Oy:n kanssa. Yukatamallistoni sai lämpimän vastaanoton ja sen perään kyseltiin vielä vuosia malliston valmistumisen jälkeen. Jokipiin Pellavan upeat materiaalit toivat itselleni yukataan niin ihanan suomalaistunnelman, että idea muotokieleltään vielä suomalaisemmasta japanilaisvaatteesta jäi kytemään.

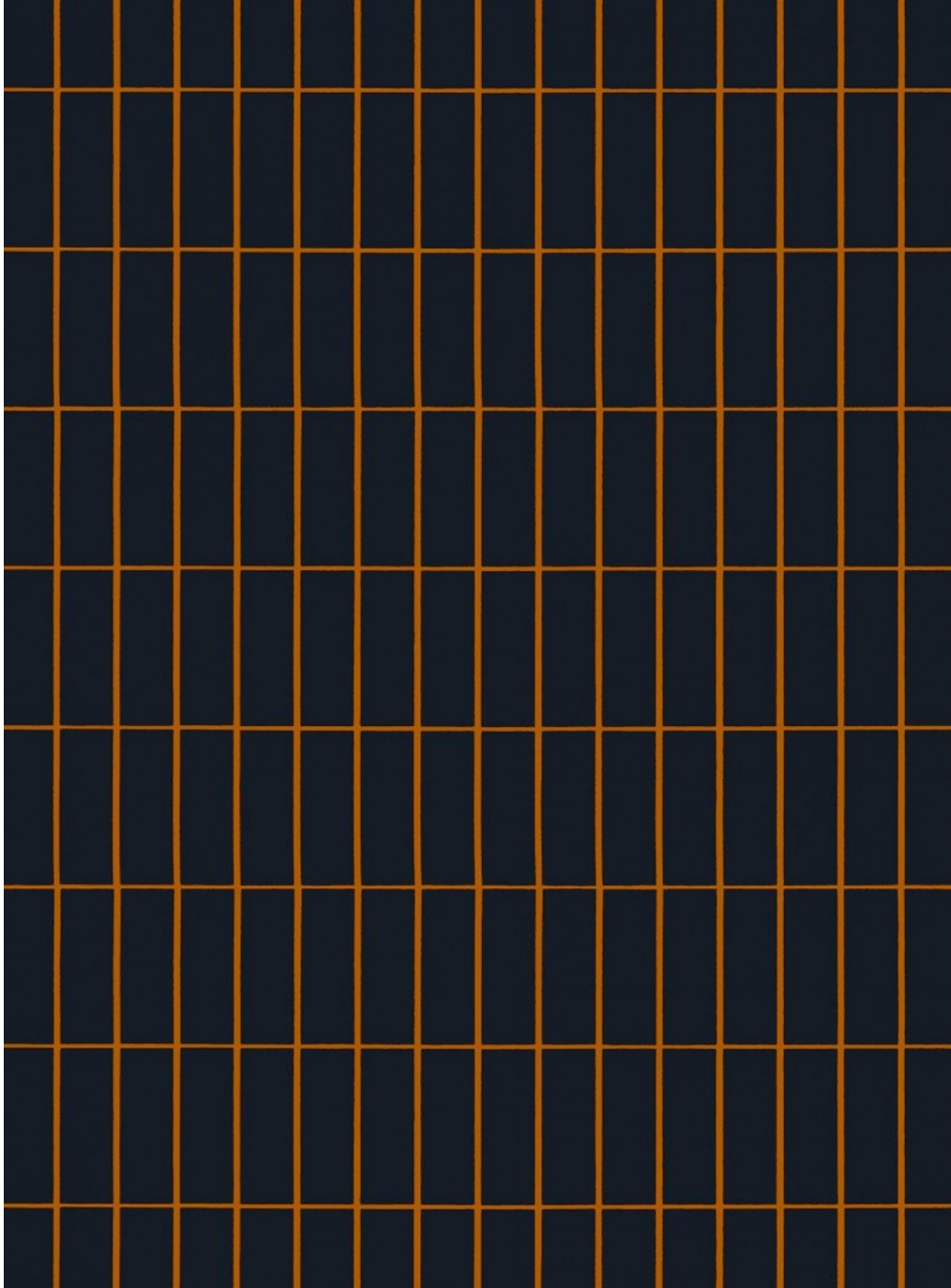
Miettiessäni mallistoa, joka toisi näkyvyyttä WST:lle, loisi yhteen oman visioni suomalaisena suunnittelijana ja rakkauteni Japaniin, Marimekon kierrätetyt, maailmanlaajuisesti tunnetut kankaat, 70-luvun suomalaisen designfiiliksen ja 2020-luvun hieman vaativankin uutuudenviehätyksen siivittämän kiertotalous-hengen, oli suomalaisen kimonon idea valmis. Se olisi täysin uusi, mutta vanha. Erittäin suomalainen, mutta japanilainen. Hyvin perinteinen, mutta täysin nykyaikainen. Suomalaiset halusivat sen, mutta niin myös kaikki japanilaiset.

Itselleni äärimmäisen tärkeänä osana suunnittelutyötäni nykyään on luonnollisesti maapallomme tilan vuoksi ekologisuus. Tästä syystä, sekä yhteistyökumppanini WST:n arvomaailmaa ajatellen näin järkeväksi lähteä suunnittelemaan ja valmistamaan suomalainen kimonomallistoni nimenomaan Marimekon käytetyistä kankaista, ei uusista. Koin saavani käytettyjä kankaita muokkaamalla niille kokonaan uuden elämän.

Muotokieleltään näin mallistoni huokuvan rintarinnan suomalaisuutta, että japanilaisuutta ja vaatteiden linjojen olevan miellyttäviä ja pehmeitä sekä hyvin selkeitä. Visiossani mallisto oli pelkistetty ja nykyaikainen, mutta henkisi kuitenkin 70-luvun suomalaista designia, lämpöä, ajattomuutta sekä kestävyyttä. Tähän mielikuvaan koin täydellisesti istuvaksi Armi Ratian vuonna 1952 suunnitteleman Marimekon geometrisen Tiiliskivi-kuosin.

Tiiliskivikankaan pohjalta lähdin toteuttamaan myös mallistoni muiden kimonoiden värimaailmaa sekä koko malliston asustevalintoja. Näin värimaailman sei-

laavan 70-luvun vivahteisissa oransseissa sekä tummansinisessä ja asusteiden vanhanajan suomalaishengessä, puussa sekä tuohessa ja näiden kautta nivoutuvan yhteen raikkaiden raitojen ja pampuloiden saattelemana.



Kuvio 8. Armi Ratian Tiiliskivi-kuosi vuodelta 1952.

Pohdittuani erilaisia Marimekon kuoseja pehmentämään tiiliskivikankaan geometrisyyttä, päädyin käyttämään japanilaisten ja ehkä myös suomalaisten eniten rakastamaa Marimekon kuosia Unikko. Unikko on suomalaisen tekstiilitaiteilija Maija Isolan Marimekolle alun perin vuonna 1964 suunnittelema kukkakuosi. Unikko palasi markkinoille 1990-luvulla Isolan tyttären Kristina Isolan ajanmukaistamana versiona. Kristina Isola muokkasi Unikosta myös Mini-Unikko-kuosin.



Kuvio 9. Maija Isolan Unikko-kuosi vuodelta 1964.



Kuvio 10. Kristina Isolan Mini-Unikot.



Kuvio 11. Unikot ovat koristaneet Finnairin Airbus A340- ja A330-koneita vuodesta 2012.



Unikkoa on nähty monissa paikoissa vuosien varrella ympäri maailmaa. Muun muassa Hayao Miyazakin elokuvassa ja Sex and The City-sarjassa, vain pari mainitakseni. Suomalaisille Unikko on tutumpi ihan arkipäiväisistä asioista, kuten kahvikupit mutta Unikot koristavat Suomessa myös lentokoneita ja Helsingin raitiovaunuja.

Lasten kimonoita tehdessäni halusin lisätä mukaan väriä ja iloa, paljon värikyyttä sekä leikkimielisyyttä. Kankaiksi valikoituivat pitkän pohdinnan jälkeen Maija Isolan tyttärenyttären, kolmannen sukupolven marimekkolaisen Emma Isolan Ruutu-Unikko sekä japanilaisen Katsuji Wakisakan vuonna 1975 Marimekolle suunnittelema Bo Boo.

Bo Boo on yksi Katsuji Wakisakan monista Marimekolle suunnittelemistaan klassikoista. Wakisaka suunnitteli Marimekolle vaate- ja sisustuskankaita vuosina 1968-76 sekä 2001. Hänen kuoseilleen on tunnusomasta vapaa ja leikkimielinen kuvion käsittely sekä vahva ja yltäkylläinen värimaailma.



Kuvio 12. Emma Isolan Ruutu-Unikko ja Katsuji Wakisakan Bo Boo.

## 8.1 Suomalaisen kimmon valmistusprosessi

Kimonomalliston valmistusprosessin aloitin tammikuussa 2020. Sain käyttöni kaksi äitini vanhaa tiiliskiviverhoa ja koska tiiliskivikankaiden värimaailmaan ei valmiiksi mukautunut yksikään jo olemassa oleva Unikko-kuosi, enkä edes hie-  
man läheltä liippaavia kuoseja saanut kierrätettynä mistään, päätin käsinmaalata kankaat vastaamaan toivettani.

Kankaana käytin itselläni 10 vuotta käytössä olleen suuren parisängyn pussilakanan, jonka olin ostanut Marimekon myymälästä poikani synnyttyä vuonna 2005. Kimmon kaavoja hankin monesta eri lähteestä, sekä japanilaisilta ystävil-  
täni. Käyttämäni kaavat päädyin tekemään soveltamalla kolmea eri tyyliä. Unikko-pussilakanan halkaisin kahtia ja leikkasin kimmon kappaleet. Toisen puolen värjäsin tiiliskivikangasta vastaavalla tummansinisellä ja toisen tiiliskivikangasta vastaavalla oranssilla pesukonevärillä. Värjättyäni kankaat maalasin käsin tummansinisen kimmon unikat oranssilla ja oranssin kimmon unikat tumman-  
sinisellä kangasvärillä. Värjäykseen käytin Ranskasta Hobby Pointin kautta ti-  
laamaani Pebeon Setacolor Opaque kangasväriä. Unikkojen yksittäiseen käsin  
maalamiseen meni liki kaksi kuukautta. Sain kankaat valmiiksi helmikuun lo-  
pulla 2020.



Kuvio 13. Parisängyn Unikko-kuosinen pussilakana ennen värjäystä.



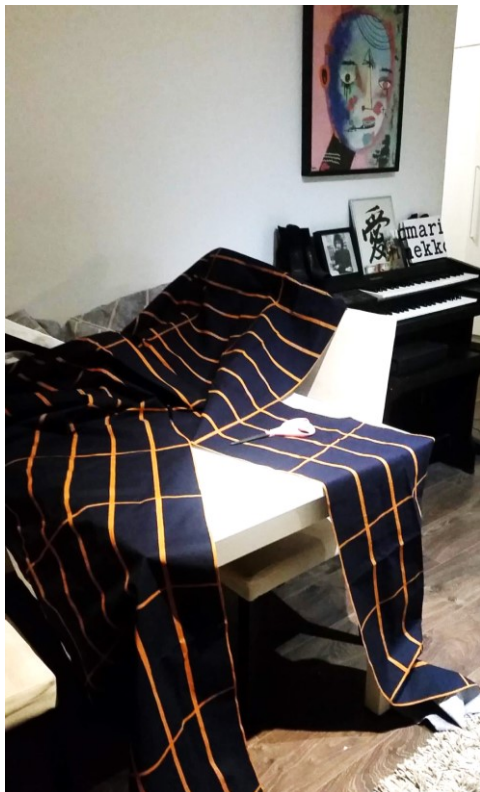
Kuvio 14. Sininen pussilakana värjäyksen jälkeen maalattavana oranssilla.



Kuvio 15. Oranssi pussilakana värjäyksen jälkeen maalattavana sinisellä.

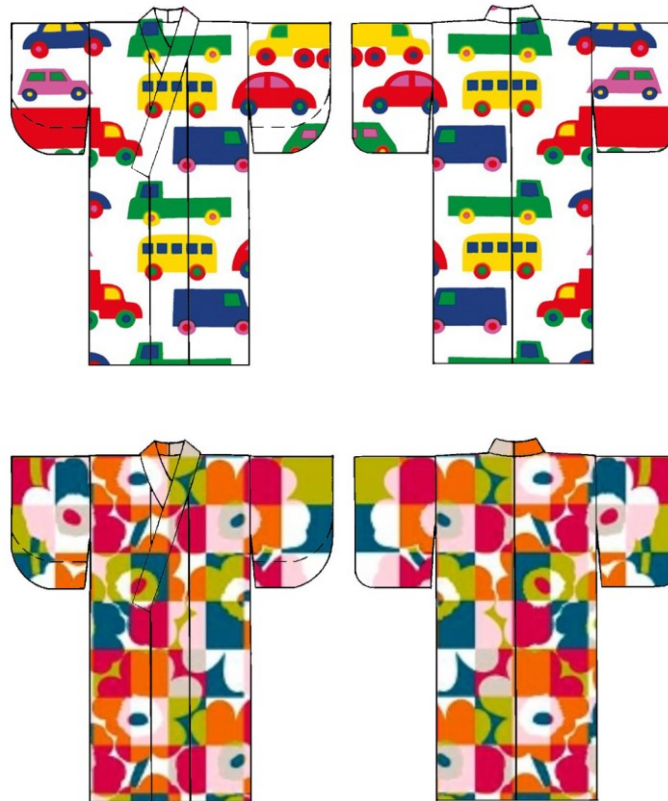


Kuvio 16. Käsin maalattujen kimonokappaleiden huolittelu.



Kuvio 17. Tiiliskiviverhojen leikkaaminen.





Kuvio 18. Tasokuvat suunnittelemani lasten suomalaisista kimonoista.



Kuvio 19. Tuotokuva suunnittelemani lasten suomalaisesta kimonosta.



Kuvio 20. Valmis suomalainen kimono.

Suomalainen kimono ei ole teknisesti katsottuna kimono lainkaan, vaan yukata. Silti halusin antaa nimenomaan tälle yksinkertaistetulle suomalaisvaatteelle ni-

men kimono, koska se on suomalainen kimono. Suomalainen kimono on pelkistetty, suoralinjaisempi versio japanilaisesta kimonosta ja tästä syystä osittain, uskon sen myös olevan suomalaisten makuun mieluisampi.

## 8.2 Asusteet

Asusteiksi mallistooni on tiukan seulan jälkeen valikoituneet kuluneen vuoden aikana mielestäni Geta-sandaaleitten lisäksi tärkeimmät ja mallistoani eri näkökulmista tukevat asusteet. Suomalaista perinne käsityötä edustavat mallistossani tuohikontti ja tuohikirstut.

Halusin mallistooni myös jotain raikasta ja pirteää, henkäyksen sekä Marimekon raitateemaa, että nykyaikaa hivenen ihmisoikeuksia kunnioittavassa Pride-hengessä ja sateenkaaren väreissä. Näin lisäsin asusteeksi äitini mallistooni tekemät raitalapaset sekä itse suunnittelemani Pampula-riipuksen.



Kuvio 22. Äitini mallistooni asusteeksi neulomat raitalapaset.



Kuvio 23. Kuva Marimekon Pride-viikolle tekemästä paitamainoskuvasta.



Kuvio 24. Suomalaiseen kimonomallistoon suunnittelemani Pampula-riipus. Myös asusteita tehdessämme halusimme kunnioittaa suomalaisuutta ja näin ollen valitsimme materiaaliksi vain suomalaista villaa sekä puuta.

## 9 Japanin matka

Japanin matkalla olen tavallaan ollut jo pienestä saakka. Jo varhaisimmat muistoni perheemme kesähuvilalta pitävät mukanaan japanilaisia perinteitä perhetuttavamme Kazuko Imain ansiosta. Kazuko oli pienen tytön silmin kiehtova ja hänen hiuksensa ylsivät kantapäihin saakka. Hän tutustutti minut teeseremoniaan ja taitteli kanssani hienoja kurkiorigameja. Aina kun hän toi kuvia Japanista, katsoin niitä täysin lumoutuneena. Hän myös antoi minulle yhden lapsuuteni rakkaimmista nukeista. Nukella oli päällään kaunis punainen silkkikimono.

Vuonna 2002 muutin Tokioon. Olin tuolloin 22-vuotias nuori vaatesuunnittelija, täynnä ideoita ja tahtoa menestyä kaikessa mitä tein. Tokio oli upea, värikäs, erilainen ja kiehtova. Työskentelin mallina ja iltaisin kotona suunnittelin vaatteita yrittäen samalla opiskella katakanoja, hirakanoja ja kanjeja. Käyskentelin Tokion kaduilla ja puistoissa ihailen Japanin kykyä yhdistää saumattomasti uusi teknologia ja ikivanhat perinteet. Otin valokuvia ja kirjoitin paljon. Palattuani seuraavana vuonna kotiin takaisin opintojen pariin, loin Japanissa saamieni ideoiden ja piirrosten pohjalta Yukata-Suomi malliston. Ikävä Japaniin jäi kytemään.

### 9.1 Osaka

Seuraavan kerran lähdin Japaniin vasta Toukokuussa 2019, jolloin suuntasin Osakaan reilun viikon työmatkalle. Matkan aikana minulla oli ilo tutustua uusiin, Japanin taidemaailmassa vaikuttaviin ihmisiin ja valtavaan määrään taiteilijoita eri puolilta maailmaa. Tämä johtuu työstäni Arte Vida Arte:n AD:na, mutta tukee ilokseni valtavasti myös työtäni vaatesuunnittelijana. Osakassa osallistuimme taidefestivaaleille, jotka pidettiin Enokojiman taide- ja kulttuurikeskuksessa. Kymmenpäiväisen festivaalin aikana pystytimme ja pidimme valtavan yli 120 työtä kattavan kansainvälisen taidenäyttelyn, jossa muun muassa sain kunnian osallistua Sensei Daiki Takemoton taidekurssille ja tutustuin hänen kauttaan japanilaisiin vaatesuunnittelijoihin.



**AVA Art Festival Event**  
アバアートフェスティバルイベント

6月1日~17:00 - 20:00

Performance and workshop  
by artist DAIKI TAKEMOTO

パフォーマンスとワークショップ  
作家竹本大亀

【入場料】当日券2000円

【内容】

- ・フリードリンク（ワイン・日本酒・ビール・ソフトドリンク）
- ・軽食
- ・アーティスト・パフォーマンス

enokojima creates osaka  
**enoco**

大阪府立  
江之子島文化芸術創造センター

大阪府大阪市西区江之子島2-1-34  
2-1-34 Enokojima, Nishi-ku, Osaka




Kuvio 25. Osaka Art Festival. (Juliste: Eeva Zwijnenburg 2019).



Kuvio 26. Ryhmäkuva Osakan taidefestivaaleilta. (Kuva: Ngoie Addy 2019).

## 9.2 Tokio

Heinäkuussa 2019 suuntasin Tokioon poikani kanssa. Vietimme Japanissa pari viikkoa. Matka oli upea kokemus ja sain reissun aikana valtavasti uusia ideoita. Tein töitä poikani levätessä ja kävin Marimekon Tokion liikkeissä sopimassa asiakkaille tekemästani kyselystä ja sen ajankohdasta. Kyselyä ei koronaviruspandemian vuoksi koskaan voitu pitää, mutta työ sen eteen tehtiin ja Japanin Marimekon liikkeiden edustajat ottivat minut vastaan lämmöllä. Oli ilo tehdä yhteistyötä.



Kuvio 27. Kesäkimonoita Shinjukussa Tokiossa 2019.



### 9.3 Kawane Honchon residenssi

Kesäkuussa 2019 sain sähköpostia Japanista. Enoco Centerin johtaja Masaaki Koga kirjoitti minulle kertoen maaliskuussa 2020 lähestyvistä suositusta taiteilijaresidenssistä, jonne pääsy olisi hankalaa, mutta nähtyään tokukokuussa työni ja kuultuaan ideani suomalaisesta kimonosta, suositteli minua ehdottomasti hakemaan mukaan. Näin hain. Ilokseni sain kolme kuukautta myöhemmin kuulla, että minut ja eräs saksalaisjapanilainen tanssija Hayato Yamaguchi oli valittu 19 jatkoon päässeeseen taiteilijan joukosta mukaan.



Kuvio 28. Kawane Honchon taideresidenssin mainos.



Residenssin oli määrä olla upeassa Kawane Honchon luonnonkauniissa kylässä, joka on tunnettu kauniista maisemistaan, suurista silloistaan ja vihreästä teestään. Kawane Honcho sijaitsee Shizuokassa (Shizuoka-Ken) Chubussa Honshun saarella isojen kukkuloiden kupeessa Oigawa joen äärellä.

Sekä minä että Hayato Yamaguchi saimme vapaasti valita itsellemme sopivimmat ajankohdat residenssimme järjestämiselle sekä omien residenssiemme pituudelle. Itselleni parhaiten sopivaksi katsoin 10 päiväisen residenssijakson, jonka aikana kerkeisin hyvin ompelemaan kolme suomalaista kimonoa, tutustumaan Kawane Honchoon ja sen asukkaisiin, pystyttämään taidenäyttelyn sekä ohjaamaan kylän asukkaille pari lupaamaani kurssia. Toisella kurssilla oli päämääränämme tehdä kylän asukkaiden kanssa isot kasat karjalanpiirakoita sekä kalakukko, toisella opetella neulomaan kuvio vuonna 2016 suunnittelemastani Kalevalalapasesta. Teemana luonnollisesti Suomi ja suomalaisuus. Residenssitilat ja majoitus oli sovittu pidettäväksi Kawane Honchossa Takinami Toshien omistamassa upeassa majatalossa. Käyttöni oli varattu kaikki tarpeelliset työvälineet, ompelukone ja kolme mallinukkea. Huoneessani oli suuri lattiaan saakka avautuva ikkuna, josta näkymä vuorille.

Taidenäyttelyn oli määrä olla 21-23.3.2020 Kawane Honchon taidefestivaaleilla keskustassa sijaitsevassa taidekeskuksessa. Olin lupautunut myös yhdeksi seminaaripuhujista ja valmistellut näyttelyä sekä puhettani monta kuukautta. 10.3.2020 tuli Japanista tieto, että festivaali on peruttu, ihmiset eivät saa Japanissa kokoontua. Muutama päivä myöhemmin Suomen hallitus kielsi lennot ulkomaille.

## **10 3D näyttelyn rakentaminen osana kehittämistyötä**

Lähtiessäni ideoimaan vasta valmistuneen mallistoni kanssa kehittämistyötä peruuntuneen näyttelyn jälkeen täysin tyhjältä pöydältä, ei minun tarvinnut kovinkaan kauaa asiaa puntaroida. Piti tehdä mitä tehtävissä oli. Mallisto oli valmis, Japanissa näyttelyä ei olisi, joten minun olisi luotava näyttely jossain

muualla. Covid-19 pandemian seurauksista johtuen ja suurelta osin myös nykyaikaisen teknologian yleistymisen johdosta koin parhaaksi ideaksi lähteä kokeilemaan siipiäni virtuaalimaailmassa. Monet galleriat esimerkiksi olivat tehneet pandemian aikana upeita näyttelykierroksia virtuaalisesti ja koin tämän tavan olevan parhaiten hyödyksi myös yhteistyökumppanilleni. Pandemian aikana se olisi oiva tapa ihmisten päästä tutustumaan mielenkiintoisella tavalla vaatteisiin ja pandemian jälkeen 3D-näyttely toisi WST:n kivijalkamyymälän ja verkkokaupan yhteyteen kivan lisän; uuden, nykyaikaisen ulottuvuuden.

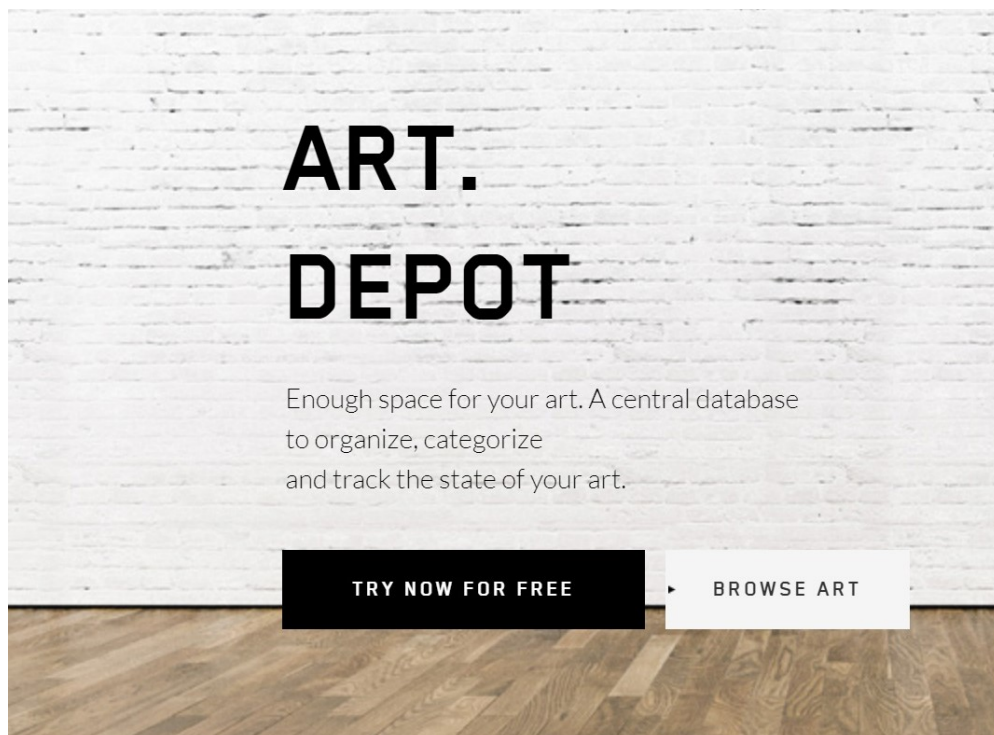
Lähtiessäni rakentamaan 3D-näyttelyä oli minun aluksi perehdyttävä muutamaansa itselleni vielä hyvin uuteen asiaan. Vaikka koen vahvasti olevani liki 20 vuoden kokemuksella ammattilainen näyttelyiden kuratoinnissa ja töiden esille asettelussa sekä itse taiteilijana ja visuaalisena ihmisenä tiedän mikä asiakkaisiin vetoaa, virtuaalinäyttelyn rakentaminen toi mukanaan monia täysin uusia haasteita. Kävin Java-ohjelmoinnin peruskurssin (3op) ja osallistuin kotisivunluonnin online-kurssille, jonka jälkeen varovasti lähdin etsimään sopivaa alustaa näyttelylleni. Muutaman viikon etsinnän jälkeen jäljellä oli kaksi mielestäni parhaiten sekä visuaalisesti että teknisesti toimivaa pohjaa ja näistä testausten jälkeen mieluisimmaksi ja hinta/laatusuhteeltaan parhaaksi itselleni valikoitui saksalainen Kunstmatrix.

### **10.1 Kunstmatrix**

Kunstmatrix on pilvialustalla toimiva työkalu, jonka avulla voi luoda upeita 3D-näyttelyitä sekä valmiiksi opastetuja kierroksia ja esityksiä omasta taiteesta tai tuotannosta. 3D-näyttelyn avulla on helppo päästä esittelemään töitä lähipiiriin ja asiakkaiden lisäksi myös mihin tahansa ympäri maailmaa. Kunstmatrix sisältää neljä erillistä työkalua, joiden avulla on helppo työstää tarvitsemaansa osaluuetta.

## Art Depot

Art Depot eli taidevarikkotyökalun avulla taideteokset pystyy helposti lataamaan, luokittelemaan ja organisoimaan. Art Depotissa työt pysyvät tallessa ja niitä pääsee muokkaamaan haluamansalaiseksi kaikilta alustoilta. Art Depotissa työhön voi kuvan lisäksi lisätä muun muassa työn nimen, koon, valmistusvuoden, hinnan sekä esittelytekstin. Työn informaatio pongahtaa esiin 3D-näyttelyssä kunkin työn kohdalla kosketuksesta.



Kuvio 29. Art Depotin etusivu Kunstmatrixissa.

## Art spaces

Art spaces eli taidetilat ovat Kunstmatrixin tarjoamat upeat virtuaaliset taidehallit, joiden kokoon, värimaailmaan ja ulkomuotoon taiteilija pystyy täysin itse vaikuttamaan. 3D-huoneiden koot vaihtelevat 120 neliömetristä 400 neliömetriin. Näyttelyn huoneita voi myös lisätä, jolloin pystyy luomaan valtavanakin näyttelytilan. Taulupaikkoja on enimmillään yhdessä huoneessa 53kpl. Seinien korkeus taidetiloissa vaihtelee 3,2 metristä 7 metriin. Kun

näyttely on luotu tilaan, voi näyttelytilan linkin upottaa omalle nettisivulle, someen tai muihin julkaisuihin. Linkkiä klikkaamalla pääsee suoraan luotuun näyttelyyn.

### **Art Augmented**

Art augmented on niinsanotun lisätyn todellisuuden työkalu, jonka teknologian avulla pystytään esittelemään töitä ja taideteoksia missä tahansa paikassa. Voidaan luoda taidenäyttely "to go". Taiteilija voi puhelimensa tai tablettinsa sekä URG-koodin avulla näyttää esimerkiksi taulua tai vaatetta mitä tahansa seinää vasten. Ensin sovellus ladataan Kunstmatrixista laitteesta riippuen joko App Storesta tai Google Playsta. Tämän jälkeen Kunstmatrixista printataan A4 sivulle tuleva koodi. Koodin avulla taidetta voi näin esitellä missä tahansa vain kiinnittämällä koodin kohtaan, jossa haluaa taideteoksen olevan ja sitten tätä kohtaa katsotaan laitteesta, jolloin taideteos näkyy seinällä.



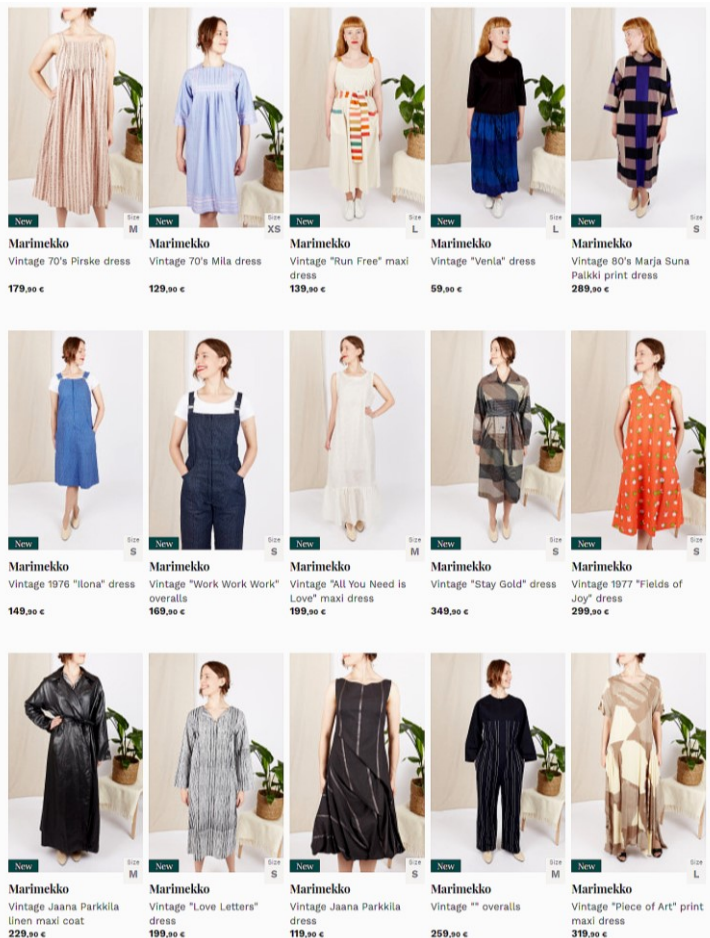
Kuvio 30. Art augmentedin avulla taidetta voi esitellä mitä tahansa pintaa vasten.

## Art Office

Art office on Kunstmatrixin toimistotyökalu, jonka avulla on helppo pitää kirjaa tuotteista, myynneistä, kuvista sekä sopimuksista ja jonka avulla on helppo organisoida muun muassa kontakteja, tarjouksia ja viestejä. Kunstmatrix tarjoaa hyvän tietoturvan ja täyden SSL-salauksen sekä päivittäiset varmuuskopioinnit.

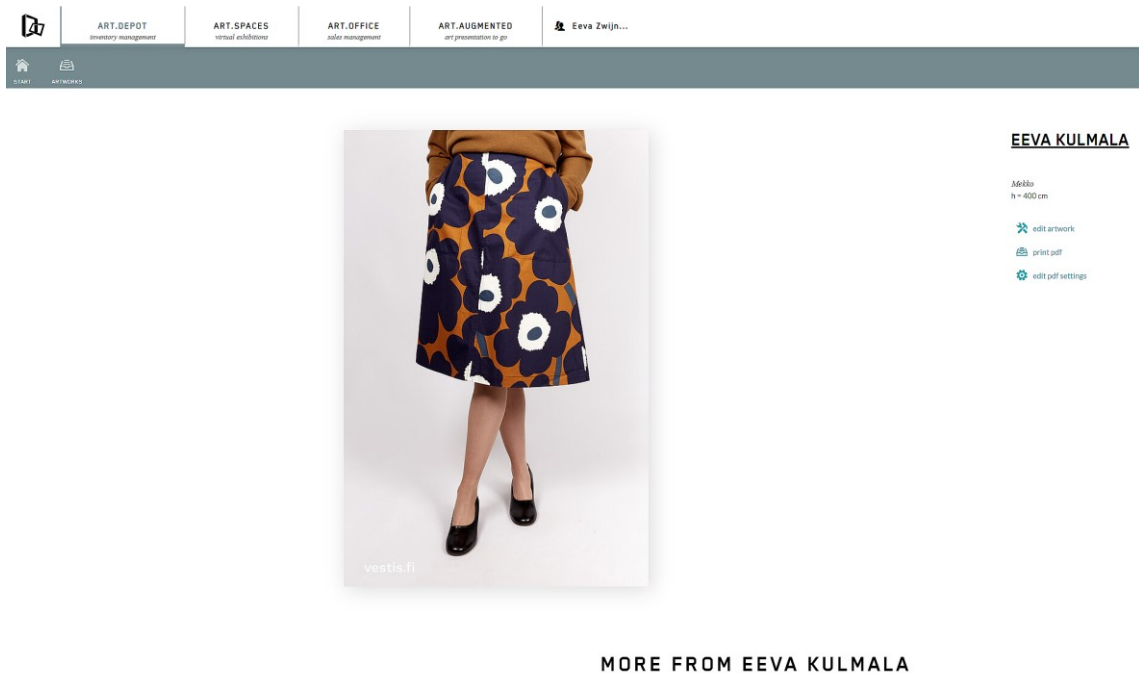
### 10.2 Virtuaalinäyttelyn rakentaminen

Lähdin toteuttamaan kehittämistyötäni ja luomaan näyttelyn ensin valitsemalla WST:n laajasta valikoimasta eniten silmääni miellyttävät Marimekon tuotteet. Valittuani tuotteet latsin ne koneelle ja kirjoitin kunkin tuotteen tiedot muistiin. Tämän jälkeen muokkasin kuvat tekemällä niihin värikorjauksia sekä rajaukset. Kuvamuokkauksen jälkeen sommittelin tuotteita koneella tarkistellen niiden yhteensopivuutta värimaailman, materiaalin sekä muotokielen kautta.



Kuvio 31. Ote WST:n Marimekon vintage nettivalikoimasta.

Tämän jälkeen latsin kuvat Kunstmatrixin Art Depotiin ja avasin Art spaces ohjelman, jonka kautta olin jo aiemmin kaksi kuukautta harjoitellut näyttelyn rakentamista nimenomaan Kunstmatrixin alustalla kuvien latauksen ja kuljetuksen muodossa sekä vertailemalla kuvien kokoja ja opettelemalla niiden liikuttamista virtuaalitulossa.

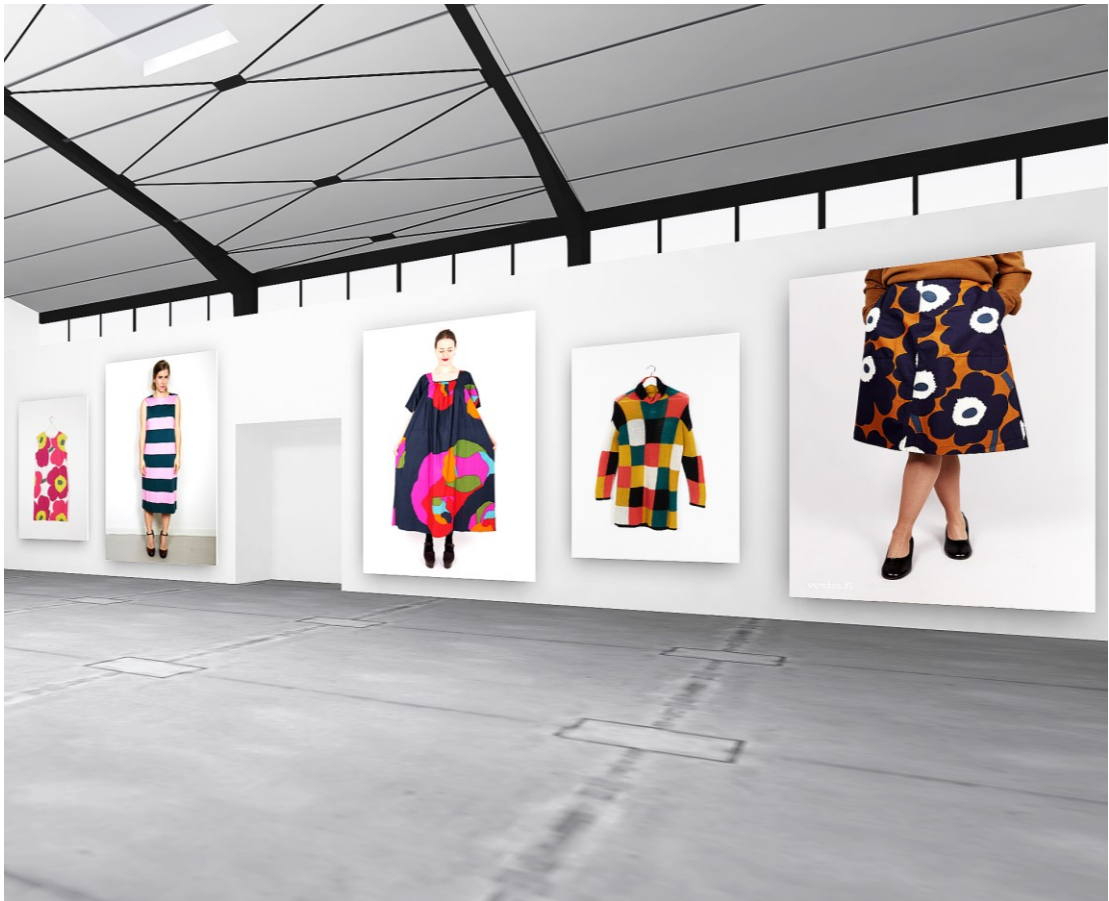


Kuvio 32. Unikko-mekko Art Depotin kuvapankissa.

Avatessani Art spaces ohjelman valitsin itselleni mieluisimman ja kooltaan näyttelylleni sopivimman tilan. Kunstmatrixin sadoista eri vaihtoehtoista koin WST:n tuotteiden ja suomalaisen kimonon esilletuontiin parhaiten sopivaksi vaalean, suhteellisen laajan ja korkeaseinäisen tilan, jossa vaatteet nousisivat hienosti esille kirkkaine väreineen. Aluksi kokeilin myös hieman pienempää harmaaseinäistä tilaa, jossa oli suuret kaari-ikkunat. Ajattelin valon antavan mukavan lisän näyttelyyn, mutta huomasinkin suljetun tilan tuovan huomattavasti paremmin työt ja niiden värimaailman esiin. Lisäksi koin valkoisten seinien olevan töiden esiintulossa avainasemassa.



Kuvio 33. 3D-näyttelyn rakentamista Kunstmatrixin virtuaalitilaan.



Kuvio 34. 3D-näyttelyn rakentamista.



## 11 Näyttely WST-Storessa



Kuvio 35. Suomalainen kimono näyttelyssä WST Storessa 1.10.2020 alkaen.

Näyttelyn rakentamisen WST Storeen ajoitin aivan lokakuun 2020 alkuun. Olimme sähköpostitse sopineet Laura Nyssölän kanssa, että otan yhteyttä Marta Jaakkolaan sopiakseni näyttelyn rakentamisen ajankohdasta. Marta Jaakkola ohjasi viestini suoraan Iso Omenan myymälän myymäläpäällikkö Emilia Tillylle, jonka kanssa yhdessä sovimme käytännön toteutuksesta.

Saapuessani myymälään valitsimme ensin sopivan nuken. Tämän jälkeen höyrytin kimonon vielä kertaalleen myymälän höyryttimellä ennen sen esille asettamista. Kimonolle löytyi sopiva paikka suoraan myymälän ovelta kivasti Marimekon Vintage-nurkkauksen vierestä. Getasandaalit asetin kimonon alle ja laitoimme esittelytekstin kimonon viereen standin sisään sekä suomeksi että englanniksi.





Kuvio 36. Suomalainen kimono ja japanilaiset puiset getasandaalit.

Näyttelyäni tukee ihanasti samaan aikaan WST Storeen ajoitettu Marimekon vintage - viikko, jossa on esillä upeasti suomalaisen kimonon kanssa yhteensopivia Marimekon helmiä. Lokakuun puolivälin jälkeen olen päättänyt viedä esille vielä toisen mallistoni kimonon, käsinmaalaamani Unikkokimonon, jonka asusteina ovat Pampula-koru sekä raitalapset ja jalkineina tuohikirstut.



Kuvio 37. Lähikuva suomalaisesta kimonosta ja puukoruista WST Storessa.

## 12 Kehittämistyön tulokset ja pohdintaa

Tutkimus – ja kehittämistyöni yhteistyössä WST:n kanssa on mielestäni onnistunut erinomaisesti. Sain hyvin työni alkuvaiheessa selville yhteistyökumppanini liiketoiminnan perustan, tietoa heidän tarpeistaan, toiveistaan sekä tavoitteistaan. Siltä pohjalta oli helppo lähteä viemään jo periaatteessa valmista kehitys-ideaa konkreettisesti eteenpäin. Vaikka jouduin työni loppuvaiheilla ottamaan takapakkia, perumaan koko alkuperäisen toiminnallisen osuuden ja poistamaan kymmeniä sivuja tekstiä työstäni, keksin tilalle varsin mielenkiintoisen ja aikaan sopivan vastineen. Virtuaalimaailma on enenemässä määrin jatkuvasti elämäsämme läsnä. Tämä voi olla osittain ahdistavaakin, mutta yrityksen näkökulmasta nyky maailman menoon on järkevää mukautua ja pysyä ajan tasalla siinä, mikä kuluttajia kiinnostaa. Olen saavuttanut tavoitteeni tuoda suomalaisen kimonon, sekä molempien näyttelyiden avulla näkyvyyttä WST:lle. Jäämme odottamaan mitä näyttelyt tuovat tullessaan tulevien kuukausien aikana. Tämänhetkinen palaute WST Storen myymäläpäälliköltä Emilia Tillylta löytyy liitteistä. (liite 10). Tutkimus- ja kehittämistyö yhteistyössä WST:n kanssa oli monipuolinen ja opettavainen. Opin paljon yhteistyöyrityksestä, kiertotaloudesta, puukuidusta, brändistä ja kuluttajien motiiveista, vain muutaman mainitakseni. Malliston suunnittelu ja valmistaminen oli työlästä mutta upeaa ja suomalaisen kimonon esille laitto palkitsevaa. On mielenkiintoista nähdä kuinka näyttelyt vaikuttavat WST:n toimintaan, mutta ainakin yhteistyöyritys WST sekä minä suunnittelijana ja kehittämistyön tekijänä olemme tyytyväisiä. Suomalainen kimono on esillä WST Storessa ainakin tämän kuukauden eli lokakuun 2020 ja 3D-näyttely on Kunstmatrixissa esillä seuraavat 3 kuukautta – puoli vuotta.

### Suomalainen kimono – näyttelyn löydät osoitteesta

Iso Omena, 3krs  
Piispansilta 11  
02230 Espoo

### 3D-näyttely löytyy osoitteesta

<https://artspaces.kunstmatrix.com/en/exhibition/2415696/suomalainen-kimono-ja-wst>

## Lähdeluettelo

Alasuutari, Pertti 1995. Laadullinen tutkimus 2.0. Helsinki: Vastapaino.

Anttila, Pirkko 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Akatiimi.

Bahel, Kamal 2019. Kansan uutiset. Artikkel.

Britt, Stuart 1950. The strategy of consumer motivation. Journal of Marketing, Vol. 14 (5), 666-674.

Cervellon, Marie-Cécile – Carey, Lindsey – Harms, Trine 2012. Something old, something used - Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 40 (12), 956-974

Dalby, Liza 2001. Kimono, Fashion Culture. Vintage. ISBN 0-09-942899-7

Eskola, Jari – Suoranta, Juha 2014. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Helsinki: Vastapaino.

Guiot, Denis – Roux, Dominique 2010. A second-hand shoppers' motivation scale: antecedents, consequences, and implications for retailers. Journal of Retailing, Vol. 86 (4), 355-371.

Hirsjärvi, Sirkka – Remes, Pirkko – Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. 13. p. Keuruu: Otavan kirjapaino.

Jaakkola, Marta, toimitusjohtaja, WST Productions Oy. Haastattelu 20.10.2016.

Jyväskylän yliopisto 2015. Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Menetelmäpolkuja humanisteille/ Menetelmäpolku/ Tutkimusstrategiat / Laadullinen tutkimus. [www.koppa.jyu.fi](http://www.koppa.jyu.fi)



Jääskeläinen, Karoliina 2018. Valokuva.

Kettunen, Annika 2009. Kuinka vaatteet kuormittavat luontoa. Voima. Artikkel.

Kiikeri, Mika – Ylikoski, Petri 2004. Tiede tutkimuskohteena: filosofinen johdatus tieteen tutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus.

Kuhn, Thomas 1994. The Structure of Scientific Revolutions. Nidos. Englanti.

Kukkonen, Laura 2018. Markkinointi & Mainonta. Artikkel.

Lecklin, Olli 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Kauppakaari.

Lindberg - Repo, Kirsti 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Lipponen, T 1993. Laatujohtaminen. Kuopio: A. Financier Oy.

Maandag, Michiel. & Puolakka, Liisa. 2014. The only brand book you will ever need. Masala: Suomen liikekirjat.

Maslow, Abraham 1943. A theory of human motivation. Psychological Review, Vol. 50 (4), 370.

Metsämuuronen, Jari 2005. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. International Methelp Oy. ISBN: 978-952-5372-28-1

Mäkinen, Marco – Kahri, Anja – Kahri, Tuomas 2010. Brändi kulmahuoneeseen. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ngoie, Addy 2019. Valokuva.

Niinimäki, Pirjo-Liisa 2019. Puukuidusta paita. Keskipohjanmaa. Artikkel.

Nyyssölä, Laura 2017. Kuluttajan motiivit ostaa käytettyjä vaatteita verkkokaupasta: Case: WST. Gradu. Turun yliopisto, Turku.

Nyyssölä, Laura 2019. Haastattelu.

Nyyssölä, Laura 2019. Valokuva.

Nyyssölä, Sara 2019. WST:n esittelyteksti. [www.wst.fi](http://www.wst.fi) (Luettu 2018)

Ojasalo, Katri – Moilanen, Teemu – Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Oulasvirta, Leena 1992. Palvelun laadusta julkisella sektorilla. Hallinnon Tutkimus, 2, 86–93.

Ruohotie, Pekka 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sitra 2019. Kiertotalouden kiinnostavimmat. [www.sitra.fi](http://www.sitra.fi) (Luettu 10.1.2019)

Suomen tekstiili ja muoti 2017. Kiertotalouden kärjessä - Ratkaisuja tekstiilien kiertoon.

Suomen settlementiliitto 2014. [www.setlementti.fi](http://www.setlementti.fi) (Luettu 10.1.2019)

Suonio, Lisa 2010. Brändikäs. Helsinki: Talentum Oyj. 9789521415333.

Suzuki, Yasuko 2011. The New Kimono. From Vintage Style to everyday Chick. The Editors of Nanao Magazine. Japan. ISBN 978-4- 7700- 3148-8.

Turunen, Linda Lisa Maria – Leipämaa-Leskinen, Hanna 2015. Pre-loved luxury: identifying the meanings of second-hand luxury possessions.

Tuurala, T 2005. Laadunhallinnan Malleja. Laatuakatemia.

Valtioneuvoston kanslia 2016. Kiertotalous Suomessa – Toimintaympäristö, ohjauskeinot ja mallinnetut vaikutukset vuoteen 2013. Julkaisu.

Veijo, Meri 1982. Sanojen synty. Helsinki: Gummerus.

Vilpas, Pertti 2018. Ohjeita kvalitatiiviseen tutkimukseen. Metropolian ammattikorkeakoulu. Liiketalouden yksikkö.

Voutilainen, Kati 2015. Brändimielikuvien vaikutus ostamiseen second hand – verkko-kaupasta, Case: WST. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Jyväskylä.

Wada, Nariko 2011. The New Kimono. From Vintage Style to everyday Chick. The Editors of Nanao Magazine. Japan. ISBN 978-4- 7700- 3148-8.

WST:n esittelyteksti osoitteesta [www.wst.fi](http://www.wst.fi) (Luettu 18.3.2019)

Ympäristöministeriö 2020. Ministry of the environment. [www.ymparistoministerio.fi](http://www.ymparistoministerio.fi)  
Kiertotalous. Artikkel. (Luettu 25.5.2020)

Änkö, Maria 2018. Mitä laatu on. TAMK tekstiililaboratorio.

## **Kutsu Residenssiin**

Dear artists,

We are proudly announcing the open call for Under 40 Artist in Residence Kawane Honcho Vol.2! Last year we received 20 applications (15 in Japan, 5 outside Japan) and three artists were chosen; two contemporary artists from Taiwan and Kyoto, and a tap dancer from Fukushima. They resided in the beautiful town of Kawane Honcho, transformed their experience into creativity, and exhibited their creation. This residential production period surrounded by indescribable energy of nature and friendly residents in Kawane would surely open a new door for you. We hope this idea interests you. And if your artist friends may as well be interested, please spread and share the words!

The town of Kawane Honcho

Kawane Honcho is a small populated town in the middle of Shizuoka, yet its mysterious energy has attracted many artists. Your opportunity to live here and devote time to your new creation would be a whole new experience. Enjoy your time here. And feel the new air and the warm welcome from the locals that you could never experience anywhere else.

<<< The application requirements >>>

1 Project title

The Support and Promotion for Young Artists (URIBOU Project 2019)

“Under 40 Artists in Residence Kawane Honcho Vol.2”

2 Main sponsor: Kawane Honcho Education Board

The office – Social Education Section of Kawane Honcho Education Board

The commissioner – CI Center Inc.



### 3 The purpose

- a) The creation of opportunities for young artists to prosper
- b) The popularization of art in Kawane Honcho
- c) The cultural exchange between the artists and the local residents
- d) The execution of an art festival to showcase the artists' work

### 4 Schedule

- a) Application period

June 1st – July 31st, 2019

- b) The examination

Mid August, 2019

- c) Project period

7-20 days between September 2019 and March 2020

- d) The exhibition

March 21st and 22nd, 2020 at the Art Festival in Kawane Honcho

### 5 Artist requirement

- a) The main category

Physical artists (dancers, actors, musicians, other performers), contemporary artists, photographers, videographers, designers, craft artists, etc.

- b) Expected number of finalists

1-2 groups (up to 4 artists)

- c) The applicants' conditions

Young artists who are attracted to work on his/her project in a great nature

#### I. Age

20 – 40 years old

#### II. Nationality

No preference

#### III. Other

-Willing to associate with local activities and residents -Being independent of carrying life in Kawane Honcho -Capable of communication in Japanese or English

#### 6 The supports

- a) The travel expense: Not available
- b) Local travel expense: up to 50,000yen (per person)
- c) Project subsidies: Not available (raw materials are considerable as request)
- d) Accommodation: Full accommodation with meals in Kawane Honcho
- e) Accommodation facility: Homestay or vacant house (camping on request with your own tent)
- f) Work studio: Negotiable
- g) Supporting labor: Not available
- h) The exhibition: Art festival on March 21st and 22nd, 2020
- i) Agreement to show the on-going project
- j) Workshops: on request
- k) Rewards: 100,000yen (w/tax) for physical performances, up to 100,000yen(w/tax) purchase for other art work

#### 7 How to apply

Please submit the following documents either by mail or Email before July 31st.

- a) The application form (Excel)
  - b) The project proposal (no preset format)
  - c) Your previous works (DVDs, photos, etc.)
- application form (Excel)

[https://www.sd-lab.org/.../kawanehoncho-air-2019\\_application...](https://www.sd-lab.org/.../kawanehoncho-air-2019_application...)

#### 8 The address to submit application and contacts

CI center Inc.

〒420-0025 Shizuoka-ken, Shizuoka-shi, Aoi-ku, Kinza-machi 47-1 Kinza bldg.

Botanica 5F Japan

Email: [artist@sd-lab.org](mailto:artist@sd-lab.org)

Fax: +81 54 253 3903

Tel: +81 80 3614 5157 (Mon-Fri 10am-5pm Japan time)

Person in charge: Koga

9 How to select

a) Based on the documents submitted, the finalists are selected by Education Board chairman, the chief of Social Education Section, the staff at Kawane Honcho cultural center and an advisor. (In-person interview as needed)

b) The finalists will be announced in the late August 2019 on the website.

10 General information on Kawane Honcho

SHIZUOKA PREFECTURE, HAIBARA DISTRICT, KAWANEHONCHO

-Population: 6,863

-Located in the heart of Shizuoka Prefecture

-Oi river flows through the town

-94% of the land is natural forest

-Famous for its high-quality green tea production, hot springs and one of Japan's first steam locomotives running in the valley

## Valinta residenssiin

sd-lab.

about us  
私たちについてプロジェクト  
Projectプロフィール  
Profile[HOME](#) / [プロジェクト](#) / [Selection results / アーティストinレジデンス川根本町2019](#)。招待アーティストが決定しました。

プロジェクト

📅 2019.09.06

**Selection results / アーティストinレジデンス川根本町2019。招待アーティストが決定しました。**

アーティストinレジデンス川根本町2019の招待アーティストが決定しました。

親愛なるアーティストの皆様へ。

この度は、アーティストinレジデンス川根本町2019に応募いただき、ありがとうございます。

日本国内17組、海外2組、合計19組のアーティストから応募がありました。

厳正なる選考会議の結果、以下の2組のアーティストが選ばれました。

招待作家

- Eeva Zwijnenburg(ファッションデザイナー/フィンランド)
- 山口隼人 (ダンスアーティスト/ドイツ在住) 伴正人 (作曲家/日本)

川根本町では、今後もアートによる町の活性化を進めていきますので、これからも、よろしくお願いします。

甲賀雅章(ディレクター)

The selection result is finally out!!! "Artists in Residence Kawane Honcho 2019"

Dear artists, Thank you very much for participating in "Artists in Residence Kawane Honcho vol.2".

This year we received applications from 19 artists (17 in Japan, 2 outside Japan).

Under careful consideration, we have proudly chosen 2 talented artists.


Selected artists

- Eeva Zwijnenburg(Fashion Designer/Finland)
- 山口隼人( Dance Artist/Germany) 伴正人 (Composer/Japan)

Thank you always for your support. The town of Kawane honcho continues to work active with artists!

Masaaki Koga (director)


プロジェクト


◀  [川根本町文化会館] 新型コロナウイルス対策による「文化会館deアートフェスティバル」開催中止について


検索する




新着エントリー

 [川根本町文化会館] 新型コロナウイルス対策による「文化会館deアートフェスティバル」開催中止について 2020.03.06

 Selection results / アーティストinレジデンス川根本町2019。招待アーティストが決定しました。 2019.09.06

 Selection results / アーティストinレジデンス川根本町2019。招待アーティストが決定しました。 2019.09.06

 川根本町文化会館 2019.07-2020.03 年間カレンダー 2019.05.26

 Selection results / アーティストinレジデンス川根本町2018。招待アーティストが決定しました。 2018.10.03

Näyttelyn mainosjulistite



文化会館 44 アートフェスティバル vol.3

# アーティストinレジデンス川根本町2019

## 招待アーティスト 作品発表

開催日当日はアーティストも会場にいます。

時間 3/21 sat. 12:00 → 18:00 3/22 sun. 10:00 → 18:00

場所 川根本町文化会館

**1**

### 川根本町の自然で染める布の冒険

(Eeva Zwijnenburg)

**Eeva Zwijnenburg** (フィンランド在住ファッションデザイナー・アートマガジン編集者)

フィンランドでファッションデザイナーやアートギャラリーで仕事をしていたEevaさんは、川根本町に滞在し、出来れば川根本町に生息する植物などで布を染め、洋服のデザインとして作品を発表したいと願っています。また、ジャーナリストとしての興奮をもっているため、川根本町での経験をフィンランドの新聞やアートマガジンに掲載すること、そして川根本町でのワークショップの開始も考えています。どんな作品が生まれるのか楽しみです。





**2**

### 新しい健康ダンス川根本町オリジナル・映像展示

(山口隼人、伴正人)

**山口隼人** (ダンススタジオオーナー)

某テーマパークダンサーからキャリアをスタート後、海外での活動に興味を持ち始め、とりあえず挑戦するに至る。なんだかんだ生き残り、今年で海外活動9年目に入ると、2012年よりドイツを中心に、ヨーロッパをベースに、活動中、2015年よりシルクドリュイユの公認ダンサーとして多くの作品に出演。



**伴正人** (音楽家)

1990年7月10日生まれ。昭和音楽芸術学院にて作曲を学び、その後昭和音楽大学にて指揮と作曲を学ぶ。企業内の作曲家としてデビュー後、日本作曲家コンクールにおいて受賞し、作曲家としても活動を行う。テーマパークの音楽制作、映画音楽(劇伴)制作、ゲーム音楽、ミュージカルの劇伴などもこれまでに担当し、2020年に都立東正生町のおもちゃ博物館の音楽を全てプロデュースする予定である。



Artはこれから必要とされる身体的文化資本を醸成させるのか?

教育先進国フィンランドでは何が行われているのか?

Artは何故生きる力を育むと言われているのか?

**3/22 sun. 11:00 → 12:00**

【場 所】川根本町文化会館

【ゲストスピーカー】小笠原太(現代アーティスト、Eeva Zwijnenburg(フィンランド在住クリエイター)カタオカ モルズ シンジ(アーティスト代表)

【ナビゲーター】甲賀義章(大塚町立12号児童文化芸術創造センター 館長)

### ライブペイント

プロのアーティストと一緒に絵を描こう。

トップアーティストと同じキャンバスに向かって絵を描く機会をAで、その周辺にあるモノではありません。お子様の素晴らしい体験づくり、思いどくりに、絵の具が付属しても良い格好で参加してください。



無料!

**参加者募集**



### 巨大段ボール紙相撲

3月10日までにお申し込みください。

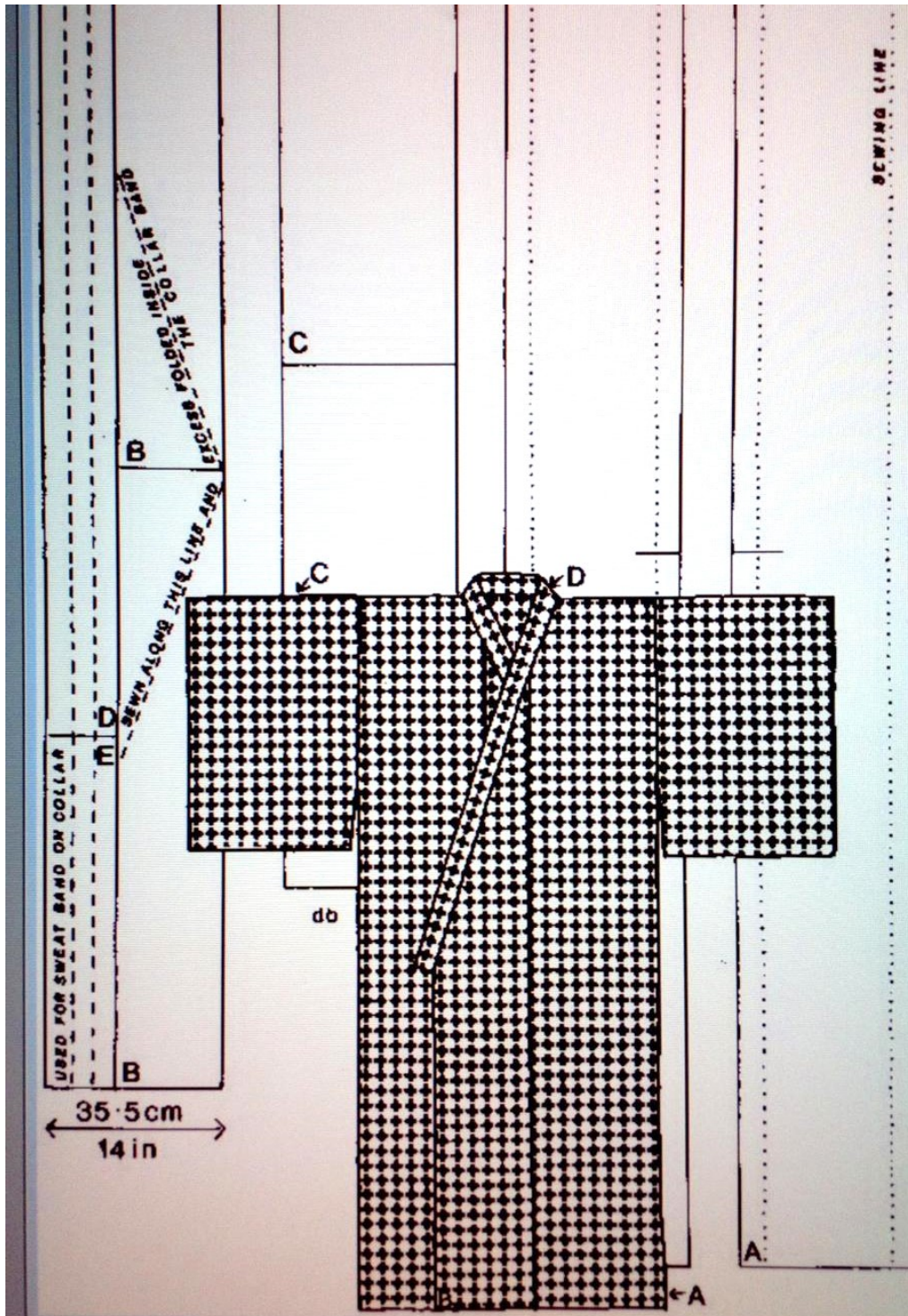
事前登録していただければ(3月10日締め切り)大きな段ボールで出来た無地の力士を輩出します。当日までに、思い思いに装飾やペイントをしてきてください。応募者多数の場合は、先着順とさせていただきます。



<p>お問合せ/チケット取り扱い</p> <p><b>川根本町文化会館</b></p> <p>〒200-0044 静岡県静岡市駿河区東藤原1909-1 (休館日) 毎週月曜日・第3日曜日・祝日の翌日 TEL 0547-59-3106 FAX 0547-59-3290 E-MAIL: info@kawanokonocho.or.jp / info@kbc.org</p>		<p>町外からのアクセス</p> 		<p>川根本町からバスのご案内</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>バス名</th> <th>1人乗車料金</th> <th>乗車券</th> <th>1日乗車券</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平山線</td> <td>9:40 13:16 16:52</td> <td>0:55</td> <td>12:20 14:55</td> </tr> <tr> <td>川根本町循環線</td> <td>9:47 12:22 15:17</td> <td>0:17</td> <td>12:15 14:40</td> </tr> <tr> <td>大井川中津川線</td> <td>9:55 13:30 17:05</td> <td>0:00</td> <td>12:00 15:35</td> </tr> <tr> <td>豊原山線</td> <td>10:15 12:46 16:41</td> <td>0:53</td> <td>11:52 15:22</td> </tr> <tr> <td>常陸川線</td> <td>10:25 14:00 16:55</td> <td>0:50</td> <td>11:20 15:00</td> </tr> <tr> <td>伊東線</td> <td>10:30 14:05 17:00</td> <td>0:31</td> <td>11:00 14:05</td> </tr> <tr> <td>久原線</td> <td>10:52 14:30 17:02</td> <td>0:11</td> <td>11:10 14:40</td> </tr> </tbody> </table>		バス名	1人乗車料金	乗車券	1日乗車券	平山線	9:40 13:16 16:52	0:55	12:20 14:55	川根本町循環線	9:47 12:22 15:17	0:17	12:15 14:40	大井川中津川線	9:55 13:30 17:05	0:00	12:00 15:35	豊原山線	10:15 12:46 16:41	0:53	11:52 15:22	常陸川線	10:25 14:00 16:55	0:50	11:20 15:00	伊東線	10:30 14:05 17:00	0:31	11:00 14:05	久原線	10:52 14:30 17:02	0:11	11:10 14:40
バス名	1人乗車料金	乗車券	1日乗車券																																		
平山線	9:40 13:16 16:52	0:55	12:20 14:55																																		
川根本町循環線	9:47 12:22 15:17	0:17	12:15 14:40																																		
大井川中津川線	9:55 13:30 17:05	0:00	12:00 15:35																																		
豊原山線	10:15 12:46 16:41	0:53	11:52 15:22																																		
常陸川線	10:25 14:00 16:55	0:50	11:20 15:00																																		
伊東線	10:30 14:05 17:00	0:31	11:00 14:05																																		
久原線	10:52 14:30 17:02	0:11	11:10 14:40																																		

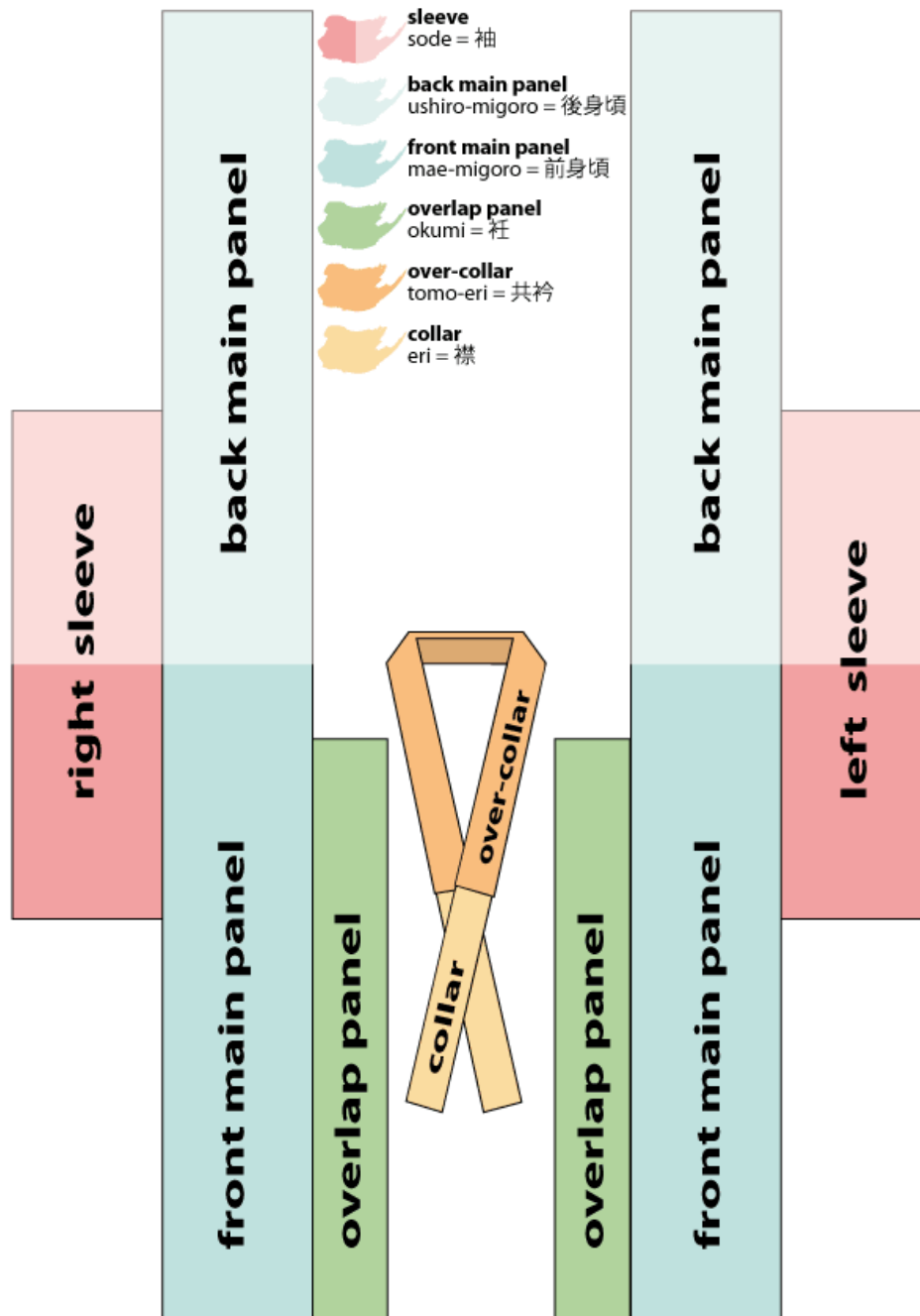


Kimono kaavoja



## The 8 kimono-parts

Japanese terms (rômaji / kanji)





## Näyttely teksti

### Suomalainen kimono フィンランドの着物

Suomalainen kimono on vaatesuunnittelija Eeva Kulmalan luoma vaate, jossa yhdistyvät kiertotalous, suomalainen design sekä japanilainen kulttuuri.

Eeva Kulmala on helsinkiläinen vaatesuunnittelija, galleristi ja AD, joka on tehnyt uransa kansainvälisen taidelehden päätoimittajana sekä graafisena suunnittelijana. Vaatesuunnittelijana hänen mielenkiintonsa on pääasiallisesti kiertotaloudessa, kulttuurien sekä materiaalien yhdistämisessä, selkeissä linjoissa, puukuidussa sekä vaateen esteetiikassa.

Malliston kaikki kimonot on tehty käyttäen ainoastaan Marimekon kierrätettyjä kankaita. Suomalainen kimono on muotokieleltään puhdaslinjainen ja selkeä. Se on ajaton sekä kestävä. Suomalainen kimono näyttää suomalaiselta, mutta on yhtäaikaisesti täysin japanilainen.

### Finnish kimono

Finnish kimono is Fashion Designer Eeva Kulmalas creation where circular economy, Finnish design and Japanese culture come together.

Eeva Kulmala is Helsinki based designer, gallerist and art director, who has done her career as an editor-in-chief of an International Art Magazine and as a graphic designer. As a fashion designer her interests are mainly in circular economy, combining cultures and materials, in clear forms, wood fiber and aesthetics of the cloth.

All the kimonos of the collection are made only by using recycled Marimekko fabrics. Finnish kimono is clear-lined and pure from its design. It's timeless and sustainable. Finnish kimono looks very Finnish, but at the same time is completely Japanese.

## Kyselylomake (Kati Voutilainen 2015)

### Brändimielikuvat ja niiden vaikutus ostamiseen second hand - verkkokaupasta. Case WST.

**1. Sukupuoli: \***

Nainen

Mies

**2. Ikä: \***

alle 20

21-30

31-40

41-50

yli 51

**3. Mitä kautta olet kuullut WST:stä? \***

WST:n omat sivut

Pop-upit

Lähipiirin suositus

Blogit

Facebook

Instagram

Twitter

Pinterest

Jokin muu, mikä?

---

4. Oletko käynyt WST.fi -sivustolla? \*

- Kyllä
- Ei

5. Kuinka usein käyt WST.fi -sivustolla? \*

- Viikoittain
- Kuukausittain
- Usean kerran vuodessa
- Kerran vuodessa tai harvemmin

6. Miten olet löytänyt WST:n verkkokaupan? \*

Etsiessäni second hand -tuotteita verkosta, käyttäen hakusanoja:

- \_\_\_\_\_
- Etsiessäni tietyn merkin tuotteita verkosta
- Lähipiirin suosituksesta
- Blogisuosittelemun kautta
- Facebookin kautta
- Instagramin kautta
- Twitterin kautta
- Pinterestin kautta
- Pop-upien kautta

Jokin muu vaihtoehto, mikä?

- \_\_\_\_\_

7. Oletko ostanut tuotteita WST:n verkkokaupasta? \*

- Kyllä
- Ei







Voisin suositella  
WST:tä myös  
muille

**13.** Oletko jo suositellut WST:tä muille? \*

Kyllä

Ei

**14.** WST:n brändin vahvuudet ja heikkoudet. Kirjoita alle muutamia asioita, jotka ovat mielestäsi WST:n vahvuuksia ja heikkouksia. \*

Vahvuudet:

---

---

---

---

---

---

Heikkoudet:

---

---

---

---

---

---

**15.** Arvioi, kuinka paljon mielikuvasi WST:n brändistä vaikuttaa ostopäätökseen. Miksi, perustele vastauksesi lyhyesti tekstikenttään.

Ei lainkaan

---

Ei juurikaan

---





Aito *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informatiivinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hauska *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avoin *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jo- kin muu, _____ mikä _____ ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**18. Muita ajatuksia, kommentteja, palautetta tai kehittämisideoita WST:lle?**

---

---

---

---

---

---

**19. Yhteystiedot arvontaa varten:**

Etunimi \_\_\_\_\_

Sukunimi \_\_\_\_\_

Matkapuhelin \_\_\_\_\_

Sähköposti \_\_\_\_\_

**Laura Nyssölän haastattelu 2019:**

1. Kuvaile yrityksenne tuotteiden tai palvelujen laatuun vaikuttavaa laadunhallintajärjestelmää tai jos laadunhallintajärjestelmää ei ole käytössä, kuvaile yrityksenne tekstiili- ja vaatetustuotteiden tasalaatuun vaikuttavia prosesseja ja käytäntöjä. Listaa tuotteiden laatuun vaikuttavia osatekijöitä.

- Tosiaan meillä ei ole mitään virallista laadunhallintajärjestelmää olemassa, vaan tärkein prosessi myytävien tuotteiden laadun valvonnassa on sisäänotto, hinnoittelu ja tuotteiden esillepano, josta tärkein on ns. sisäänotto mikä tapahtuu myymälän tiskillä, kun asiakkaat tuovat vaatteita näyttille. Siinä meidän henkilömme tarkastaa tuotteet heti pöydällä yksitellen ja katsoo, onko sopiva myyntiin eli käytännössä etsii näkyviä virheitä ja tai myynnin esteitä tuotteesta (värivirheet, liat, tahrat, reiät, puutteet, hajuhaitat...). Myös väärä sesonki tai vaikea malli voi olla myynnin este, vaikka tuote olisi käytännössä laadukas. Tavoitteena on siinä arvioida mikä myy parhaiten ja ottaa sen perusteella myyntiin. Sen jälkeen tuotteet hinnoitellaan, jossa toinen henkilö kirjaa tuotteet koneelle ja siinä katsoo myös, onko tuote tarpeeksi laadukas mennäkseen myyntiin (tärkeimmät kriteerit puhdas ja ehjä). Kolmanneksi ne laitetaan myyntiin esille eli höyrytetään, teippiharjataan, nukkuhuolletaan tarvittaessa myöskin. Myös tässä vaiheessa tuote voidaan poistaa myynnistä, jos laatu ei mene läpi. Käytännössä kaikki tehdään käsityönä henkilökohtaisten arvioiden mukaan, mutta meillä on olemassa linjaus, että ei likaisia/tahraisia/rikkinäisiä/nukkaisia tuotteita ja kaikki ne pyritään silmitse huomaamaan ennen kuin tuotteita päätyy myyntiin. Vaikka ohjeistus on kaikille sama, täydelliseen tasalaatuisuuteen on vaikea päästä, sillä työ tehdään henkilökohtaisesti ja kaikilla on eri tyyli (toiset esim. tarkempia, toiset nopeimpia jne.) Toisaalta kuitenkin kollektiivinen tuki auttaa laadun valvonnassa.

2. Luettele yrityksellenne myönnetyt sertifikaatit ja perehdy olemassa olevien sertifikaattien taustaan. Kuvaile sertifikaatin saamiseen liittyviä edellytyksiä sekä

yrittöksenne tuotehallintaan liittyviä velvollisuuksia sertifikaatin saamisen jälkeen. Mahdollisuuksien puitteissa, kuvaile tuotteiden laadunhallintaan liittyviä käytäntöjä ja prosesseja esimerkkien avulla. •Selvitä käytännön esimerkkien avulla, mitkä tekijät (ja prosessit) vaikuttavat yrityksenne tuotteiden tasalaatuun tällä hetkellä hyvin ja tehokkaasti? Tunnistatko lisäksi tuotteiden laatuun haitallisesti vaikuttavia tekijöitä ja/tai prosesseja? Kuvaile em. tekijät käytännön kokemuksen esimerkein.

- Meillä ei ole sertifikaatteja. Tässä esimerkki laadunvalvonnasta: Asiakas tuo kassillisen vaatteita näyttille myymälään ja kassalla oleva henkilö alkaa käymään läpi tuotteet pöydällä hyvässä valaistuksessa. Tarkistetaan tuote edestä ja takaa, kainaloista, sisältä yms. ettei löydy virheitä. Laitetaan hyvät eri pinoon ja virheelliset tuotteet annetaan takaisin asiakkaalle, sillä niitä ei voida ottaa myyntiin. Jos on likaisia mutta muuten hyviä, voidaan kehoittaa asiakasta pesemään tuote ja sitten tuomaan takaisin. Me emme siis pese tuotteita täällä. Joskus on kuitenkin tehty poikkeuksia Marimekko tuotteiden kanssa (esim. keräyspäivät, koska ne tapahtumaluontoisia ja halutaan ne tuotteet myyntiin.) Tärkeänä laadun valvonnan tekijänä on myös meidän myyntiehtomme, jossa käydään palvelua läpi.

3. Mitä toimenpiteitä ehdottaisit yrityksellenne tuotteiden tasalaadun kehittämiseksi käytännön tasolla?

- Tasalaadun parantamiseksi jatkuva koulutus, yhteiset linjaukset ja muun tii-  
min tuki sekä erityiskeissien ja esimerkkien läpikäynti yhdessä olisi varmasti hyviä tekijöitä.

## WST:n myyntiehdot

Hei, tervetuloa mukaan!

Tämän kirjeen ohessa saat tietoa palvelustamme ja toiselta puolelta löydät tarkemmat myyntiehdot.

### WST - hyvä kiertämään

WST:n kautta myyt hyväkuntoiset käyttämättömäksi jääneet vaatteet, kengät, laukut ja asusteet tyylikkäästi ja vaivattomasti eteenpäin. Myyntipalvelumme toimii myyntitiliperusteisesti - hoitamme

puolestasi kaiken myyntiin liittyvän ja saat aina puolet toteutuneesta myyntihinnasta.

### Näin se toimii:

Valitsemme valikoimaan soveltuvimmat tuotteet ja tarkastamme niiden kunnon

WST hinnoittelee tuotteet ja hoitaa puolestasi kaiken myyntiin liittyvän

Kun tuote on myyty, saat 50% toteutuneesta myyntihinnasta

Myyntiaika on vähintään kuukausi. Mikäli tuote on kuukauden jälkeen vielä ajankohtainen, pidämme sen automaattisesti myynnissä pidempäänkin. Olemme myyntiajan kanssa joustavia, sillä myynnissä on erityisen tärkeää huomioida ajoitus ja sesonki. Huomaathan, että joskus kaikki tuotteet eivät fyysisesti mahdu samaan aikaan esille myymälään, joten siksikin esillepanoja vaihdellaan jatkuvasti.

Lähetämme sinulle sähköpostilla tiedon aina kun tuotteesi on kirjattu, myyty ja tilitetty, tai valmis noudettavaksi takaisin. Kysyttävää? Laita meille sähköpostia osoitteeseen [info@wst.fi](mailto:info@wst.fi). Voit myös soittaa suoraan myymälään 046 9505909. Vastaamme ja autamme mielellämme!

Ystävällisin terveisin,

### WST- tiimi

Laura, Marta ja Sara

WST Store

Kauppakeskus Iso Omena 3. Krs

Piispansilta 11, 02230 Espoo

Avoinna: ma-pe: 11-20, la: 11-18

Puh. **046 9505909**

E-mail: [info@wst.fi](mailto:info@wst.fi)

Verkkokauppa osoitteessa: [www.wst.fi](http://www.wst.fi) Jättäessäsi tuotteesi myyntiin, hyväksyt seuraavat myyntiehdot:

## **MYYNTIPALVELUN MYYNTIEHDOT**

WST Productions Oy (Y-tunnus: 27674283) (jäljempänä "WST") myy käytetyt tuotteesi komissiokauppana omissa nimissään sinun lukuusi lopulliselle asiakkaalle. WST on verovelvollinen jälleenmyyjä ja käytettyjen tuotteiden myyntiimme sovelletaan komissiokaupan marginaaliveromenettelyä.

### **Tuotteiden valinta myyntiin:**

Valitsemme tuotteet valikoimaan sesongin ja kysynnän mukaan. Tarkistamme tuotteiden kunnon ennen sisäänottoa ja teemme kuntotarkastuksen myös kirjauksen yhteydessä ja ennen esillepanoa. Tuotteiden on oltava aitoja, emme myy väärennöksiä ja tapauskohtaisesti tuotteen aitous on pystyttävä todistamaan.

### **Vastaanottamisen jälkeen:**

Kirjaamme tuotteesi ja lähetämme sinulle siitä sähköpostiviestin, jossa on mukana tuotelista arvioituine myyntihintoineen. Teemme tilitykset myydyistä tuotteista verkkopankin kautta, joten sähköpostissa pyydämme tilinumeron, jolle haluat mahdolliset myyntituotot. Voit ilmoittaa sen sähköpostitse, puhelimitse, tai käydä myymälässämme. Jos tilinumeroa ei toimiteta kuuden kuukauden kuluessa ensimmäisestä sähköpostistamme, WST ei tilitä mahdollisia myyntituottoja.

### **Myyntin aikana ja sen jälkeen:**

Myyntiaika on vähintään kuukausi. Olemme joustavia myyntiajan kanssa ja jos tuote on jäljellä kuukauden jälkeen, pidennämme myyntiaikaa automaattisesti. WST hinnoittelee tuotteet ja pidätämme oikeuden hinnanmuutoksiin. Kohtelemme tuotteita hellävaraisesti, mutta emme vastaa tuotteiden kunnon muutoksista myyntiaikana. Tuotteet laitetaan myyntiin WST:n myymälään, ja/tai verkkokauppaan, ja/tai pop-up myyntitapahtumiin, ja/tai mahdollisiin muihin myyntikanaviin. Pidätämme oikeuden tuotteiden esillepanomuutoksiin myyntikanavissa. Myyntiajan kuluessa WST voi olla laittamatta yksittäisiä tuotteita myyntiin, esimerkiksi kunnon, kysynnän, tai muun syyn takia. Jos haluat tuotteitasi takaisin kesken myyntiajan, siitä tehdään keräilypyyntö ja perimme 10€ keräilymaksun. Keräilemme tuotteet sinulle valmiiksi kahden viikon kuluessa pyynnön vastaanottamisesta. Tuotteen mentyä kaupaksi tilitämme sinulle 50% toteutuneesta myyntihinnasta. Tilityksiä tehdään vähintään kerran kuukaudessa. Kaikista myytyjen tuotteiden

tilityksistä tulee sähköposti-ilmoitus, sisältäen erillisen myyntierittelyliitteen, jossa on tuotteen myyntipäivä, myyntihinta, tilityksen summa ja sen maksupäivä. Mikäli tuotteita jää myymättä olemme sinuun yhteydessä sähköpostitse. Tuotteiden mahdollinen palautus tapahtuu Espoon liikkessämme (ilmainen) tai postitse (postitusmaksu 10€). Ilmoitus palautuvasta/palautuvista tuotteesta/tuotteista sisältää viimeisen säilytyspäivän. Jos tuotteita ei noudeta tai postimaksua makseta määräaikaan mennessä, eikä uutta päivämäärää ole sovittu, tuotteet siirtyvät WST:n omistukseen ilman vastiketta. Olet velvollinen ilmoittamaan meille muutoksista tiedoissasi (sähköposti, puhelinnumero, tilinumero). Emme vastaa puutteellisten tietojen aiheuttamasta informaatiokatkosta.

**Pidätämme kaikki oikeudet muutoksiin.**

Päivitetty 8.5.2018

WST Productions Oy

Y-tunnus: 27674283

© 2018



## Suomalainen Kimono ja WST Kunstmatrixissa



EEVA KULMALA

# SUOMALAINEN KIMONO JA WST

Thursday, October 22, 2020 to Friday, January 22, 2021

This joint exhibition of WST and fashion designer Eeva Kulmala presents a beautiful sample of WST's collection for Marimekko products and one piece from Kumala's fall 2020 Finnish Kimono collection.

WST has always loved great vintage pieces, that last both in quality and style. In 2015, they started their collaboration with Marimekko with the aim of creating a more sustainable future for fashion. WST is a company inspired by making second hand your first choice. WST Store is in Espoo Iso Omena and the online store ships globally, rejoicing the partnership of style & sustainability.

Eeva Kulmala is Helsinki based designer, gallerist and art director, who has done her career as an editor-in-chief of an international art magazine and as a graphic designer. As a fashion designer her interests are mainly in circular economy, in combining cultures and materials, in wood fiber and aesthetics of the cloth.

Finnish kimono is a combination of Finnish design and Japanese culture. All the kimonos of the collection are made only by using recycled Marimekko fabrics. Finnish Kimono is timeless and sustainable. It looks very Finnish, but at the same time is completely Japanese. Its design is fresh, balanced and harmonic.

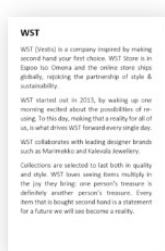
The exhibition will be on display from October 2020 until January 2021.

## SUOMALAINEN KIMONO JA WST | SELECTED WORKS

## BACK TO 3D EXHIBITION



**MARIMEKKO**  
*Unikko umbrella*  
h = 350 cm



**WST**  
*About*  
h = 350 cm



**MARIMEKKO**  
*Little green Unikko bag*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*Little green bag*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*Pallo dress*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*UFO dress*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*Unikko jacket*  
h = 500 cm



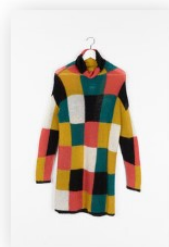
**MARIMEKKO**  
*Iloinen takki dress*  
h = 400 cm



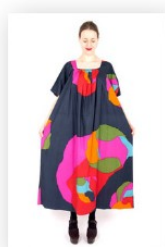
**MARIMEKKO**  
*Pink Unikko dress*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*Louvre dress*  
h = 400 cm



**MARIMEKKO**  
*Kisu mohair blend knit tunic*  
h = 300 cm



**MARIMEKKO**  
*Vintage flower dress*  
h = 400 cm



**MARIMEKKO**  
*Unikko skirt*  
h = 400 cm



**FINNISH KIMONO**  
*by Eeva Kulmala, 2020*  
600 x 450 cm (h x w)  
fashion

**FINNISH KIMONO** フィンランドの着物

FINNISH KIMONO is Fashion Designer Eeva Kulmala creation that combines Finnish design and Japanese culture. It is made only by using recycled Marimekko fabrics. Finnish Kimono is timeless and sustainable. It looks very Finnish, but at the same time is completely Japanese. Its design is fresh, balanced and harmonious.

Eeva Kulmala is Helsinki based Designer, Gallerist and Art Director, who has done her career as an Editor-in-Chief of an International Art Magazine and as a Graphic Designer. As a Fashion Designer her interests are mainly in creative economy, in combining cultures and materials, in wool fiber and aesthetics of the cloth.

**FINNISH KIMONO**  
*About*  
h = 400 cm

**Palaute**

Kiinnostusta kimonolle on ollut ja kimono on kerännyt huomiota. Moni asiakas on pysähtynyt ihastelemaan kimonoa ja tiedustellut onko se myynnissä/ voiko sen ostaa tai saisiko sovittaa. Kimonon hintaa on myös usein tiedusteltu. Kimonon asusteena toimivia puisia helmiä on myös kovasti keuhuttu ja kokonaisuutta sanottu toimivaksi. Suurimmaksi osaksi palaute on ollut kimonon leikkauksen ja kangasvalinnan ihastelua. Kimonosta on sanottu sen näyttävän ihmeen käytännölliseltä jopa käyttövaatteeksi, sekä yleisvaikutelmaltaan hyvin nykyaikaiselta, vaikka onkin perinteitä kunnioittava. Materiaalista kommentoitiin tosin sen olevan oletetusti ehkä hieman jäykkä käytössä, mutta näyttävän hyvältä, kun on niin muotonsa pitävä.

**Emilia Tilly**

Myymäläpäällikkö

WST Store