皆川明

紡織品設計師；minä perhonen 創辦人

皆川明（Minagawa Akira，みながわ・あきら，1967 年生於東京）是日本男性設計師，1995 年創立服裝品牌 minä，2003 年更名為 minä perhonen。他最重要的工作是紡織品設計：自己畫出圖案，再與工廠合作，把線條、色彩和想像變成真正可以觸摸、穿著、覆蓋家具的布料。品牌後來延伸到餐具、家具、商店與住宿空間。今日，他的正式位置是創辦人與設計師；公司代表已在 2021 年交給同樣從事紡織設計的田中景子。[1, 2]

如果你從未聽過他，最容易辨認的入口，是一種由小小刺繡圓點圍成圓圈、再連續排列的圖案，叫做 tambourine，也就是鈴鼓。遠看很簡單，近看卻會發現圓點並不完全相同，表面有厚度，線的密度與布的質感都會改變觀看經驗。這個 2000 年秋冬出現的設計，之後持續以不同材料與產品形式存在。它可以幫助我們理解皆川的問題：一個圖案如何不只是某一季的流行，而能成為人長期相處的東西？[3]

不過，這篇人物誌的主角不只是某種容易喜歡的風格。皆川真正持續經營的，是讓設計、製造、銷售、使用與傳承彼此接得上的工作方式。 這是本文綜合其作品與制度選擇所提出的解讀。要理解這種職業，除了看衣服，也必須看最小訂單、工廠的機器、展售空間、修補人員、共同設計者，以及誰有能力負擔長久使用的初始成本。

他的故事也不宜被縮成「找到天賦，堅持夢想」。早年的他並沒有明確的時尚志業，甚至自認不擅長製作衣服。職業方向是從受傷後的旅行、工廠與訂製服工作、資金不足時的兼職，以及逐步累積的合作關係中形成的。後來那句「至少延續一百年」，比較像一個改變日常決策的時間尺度，並不是已經完成的成就。

本文以截至 2026 年 9 月 19 日可查閱的公開資料為範圍。日文、英文與繁體中文訪談，與工廠、合作品牌、美術館、產業資料交叉使用。訪談中的自我解釋會明確標示；涉及經營效果、環境影響與接班成效的推論，不當作經審計的事實。書籍以實際查閱的出版資料與公開節錄為據，不冒稱通讀全書。

[External image / 外部圖片] 皆川明戴眼鏡，手持畫筆在大型黑白圖案牆上作畫。
皆川明在瑞典國立博物館 Design=Memory 展覽的牆面作畫。這個 2024 年展覽把原畫、布料、服裝與設計物件並置，呈現製作與使用之間的關係。 攝影：Anna Danielsson／Nationalmuseum · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

一、先取得方向：他的一生與品牌並不是同一張履歷

下面的年表只列能解釋後續發展的節點。皆川個人的設計委託、minä perhonen 的集體創作，以及合作廠商的產品，各有不同的責任與作者，不能全部合併成他的個人作品。[4, 5]

時間 / 主要轉折 / 這個轉折改變了什麼

時間: 1967 年
主要轉折: 出生於東京

這個轉折改變了什麼: 家庭生活連接工業、教育與進口家具。

時間: 高中畢業前後
主要轉折: 陸上競技受傷；赴歐洲；在巴黎時裝發表現場打工
這個轉折改變了什麼: 原先想像的運動生涯中斷，服裝成為可以投入的工作。

時間: 1987–1989 年
主要轉折: 文化服裝學院夜間部；其後從事縫製、打版與小型品牌工作
這個轉折改變了什麼: 學會從材料到成衣的實際過程。

時間: 1995／2000 年
主要轉折: 創立 minä；在白金台開第一家直營店
這個轉折改變了什麼: 從獨立製作，走向直接接觸顧客的品牌。

時間: 2002／2003 年
主要轉折: 開始復刻既有設計；田中景子加入；品牌更名
這個轉折改變了什麼: 舊作開始成為可持續開發的資產，創作也逐步成為集體工作。

時間: 2000 年代中期
主要轉折: 海外發表、Kvadrat 合作、2006 年每日時尚大獎
這個轉折改變了什麼: 取得跨國製造與設計界的認可。

時間: 2009–2011 年
主要轉折: 舊季作品專門店、餘布計畫與服裝租借服務
這個轉折改變了什麼: 把「過季以後怎麼辦」轉成具體業務。

時間: 2014–2016 年
主要轉折: dop 布料、POOL、call 等計畫
這個轉折改變了什麼: 工作延伸到家具老化、材料再利用與生活空間。

時間: 2019–2020 年
主要轉折: 東京「つづく」展
這個轉折改變了什麼: 製造過程、顧客記憶與品牌檔案一同成為公共展示。

時間: 2021 年 7 月
主要轉折: 田中景子就任代表取締役
這個轉折改變了什麼: 創辦人仍參與設計，但不再兼任公司最高代表。

時間: 2022–2024 年
主要轉折: 高雄、斯德哥爾摩、首爾等地展覽
這個轉折改變了什麼: 國際傳播愈來愈透過美術館與生活設計。

時間: 2025–2026 年
主要轉折: 三十周年「羽花」與「つぐ」展
這個轉折改變了什麼: 個人藝術創作、集體品牌與接續關係被重新區分。

這條路並不是從小工房升級成國際精品的單一階梯。服裝一直存在，卻逐漸與布料供應、空間經營、出版、公共委託並行。他擴大的，首先是設計可以介入的生活範圍。

二、東京蒲田的少年：先想跑下去，後來才想做衣服

皆川在 2015 年訪談中回憶，父親是精密機器公司的工程師，母親是小學教師；祖父母在五反田經營進口家具店。他小時候接觸皮革與歐洲家具，不是透過設計史課程，而是聽祖母談某件家具的產地、某塊皮革的種類。物件因此從一開始就帶著材料、地理與使用的差別。[6]

然而，他並非在田園風景中長大。2021 年受訪時，他描述的是京濱工業地帶的住宅區，甚至有光化學煙霧警報的生活經驗。父親帶他登山，才讓他強烈感受到離開工業環境後的開闊。把這段回憶與作品裡的森林、鳥、花相連，可以看出：自然對他不只是現成的裝飾資源，也是另一種生活感受。這是根據其自述所作的理解，不能反過來把每一幅植物圖案都解讀成環境抗議。[7]

學生時代，他認真投入中長跑與驛傳，原本想進體育大學、成為體育教師。高三比賽時腳踝骨折，帶傷繼續跑使情況惡化，升學方向也隨之改變。畢業後，他到歐洲旅行，在巴黎語言學校認識的人，介紹他去時裝發表的後台打工。這才是他實際接觸服裝工作的入口。[8]

這個轉折的意義，不在於傷勢「命中注定」造就一位設計師。受傷先造成的是失去方向；旅行增加了接觸其他職業的機會；別人的介紹才讓他踏進後台。若省略其中的中介關係，故事就會變成意志力神話。

長跑仍留下另一種訓練。在與散文家平松洋子的對談中，他說，運動教練習慣把現在的訓練放進未來的成長，這使他能接受自己暫時做不好衣服。他不急著證明入行時已經優秀，而願意把學習放到更長的時間裡。[9]

三、夜校、縫製與打版：專業是在工作之間湊齊的

皆川進入文化服裝學院夜間部，白天在縫製工廠打工。根據當年履歷，他於 1987 年入學、1989 年畢業。他在訪談裡並不把自己描繪成明星學生：理解課程與完成縫製作業都不順利，旅行又常打斷課業。比較重要的發現發生在校內時裝秀：他讓較擅長縫製的同學實現自己的設計，開始理解一件作品可以由不同能力共同完成。[10]

畢業後的工作包括縫製工廠、訂製服的打版，以及大西和子的 P・J・C 等小型製造公司。他在獨立前的工作場所，看見從設計布料、製作衣服到租借畫廊銷售的完整過程。於是，布料不再只是設計師必須接受的現成材料，而成為可以主動改變的起點。[11]

「打版」是把身體與款式轉成能裁剪、縫合的平面紙樣；它與畫一張漂亮的服裝圖，是不同的能力。工廠工作則教人理解順序、材料性格與品質如何形成。這些經驗使他後來可以提出超出成衣表面的問題，也讓他知道必須找哪些人來完成。

值得注意的是，他沒有經過長期任職於大型明星設計師品牌、再以嫡傳身分獨立的典型道路。這不代表他沒有受到時尚環境影響，而是他的專業信用，較多來自材料與製作的累積。大西和子及其公司的位置，在這裡是具體的工作前史；沒有足夠材料把兩人的關係擴寫為一套完整的思想師承。

[External image / 外部圖片] 米色小提袋，正面有彩色鳥形刺繡與 minä 標籤。
mini bag，minä perhonen 年表列於 1996 年的作品。利用裁衣餘布製作的小袋，將每季布料延伸為另一種可攜帶、可使用的物件。 攝影：Yuki Akiyama；minä perhonen／MINA Co., Ltd. · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

四、1995 年以後：讓衣服存在，和讓品牌活下去，是兩種難題

1995 年，二十七歲的皆川在東京八王子開始 minä。品牌官方沿革記錄，最早的 mini bag 在隔年由製衣餘布發展而來，1997 年又有 egg bag。這些後來容易被看成品牌象徵的小物，起點同時涉及材料利用和小型產品的可能性。[12]

早期最難的不是缺乏想像，而是訂單小、沒有實績、沒有穩定銷路，工廠因而不容易承接。他也不熟悉買手與公關的分工，曾帶著衣服拜訪店家，卻沒有找到真正能下單的人。伊勢丹的「解放區」、United Arrows、BEAMS 等通路逐漸採購，才讓產品進入更大的銷售網絡。[13]

雜誌也是重要中介。皆川在臺灣受訪時回憶，品牌創立後不久，《裝苑》總編輯邀他連載，後來持續約十五年。[14] 在社群平台尚未成為主要傳播管道的年代，定期文字使讀者認識製作中的想法，而不只看到新衣照片。

所以，品牌的成立不是藝術家離開商業以後得到自由。恰恰相反，他必須學會讓自己的不同，被既有商業系統理解到足以購買。 買手提供的不只是訂單，也是在沒有普遍知名度時，替作品判斷市場可能性的中介。

魚市場的兼職常出現在他的傳記裡。2026 年公開對談補足了這項選擇的實際條件：凌晨開始，中午結束，供應兩餐，因此還能保留另一半時間做服裝。這是一種用自己的體力與時間補貼創業的方式，不應只寫成充滿美感的修行。[15]

魚市場也使他注意到，選料與加工能力往往彼此相連；一個熟悉材料的人，會透過細小動作表現出判斷。他與平松洋子的對談，把這種觀察連到服裝裡不易被說出的品質：針距、布料處理，以及使用者未必能指出原因、卻能感覺到的差異。[16]

至於他何時不再需要兼職，資料的敘事尺度並不完全一致：官方年表記魚市場工作於 1997 年結束，2015 年訪談則把只靠服裝生活的穩定點放在 2000 年直營店開設前後。兩者未必描述同一件事。比較穩妥的結論是：九〇年代後半是漸進穩定的過程，而不是某一天突然成功。[17, 18]

[External image / 外部圖片] 兩張白色品牌吊牌，包含蝴蝶剪影與 minä perhonen 圓點標記。
帶有蝴蝶剪影與手繪圓點的 minä perhonen 吊牌。品牌名稱與標記在這些日常物件上一起出現。
minä perhonen／MINA Co., Ltd.；來源整頁攝影署名：Yayoi Arimoto、Hua Wang、Koji Honda，未逐圖對應 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

五、芬蘭為什麼重要：他借來的是另一種時間觀

minä 是芬蘭語的「我」，perhonen 是「蝴蝶」。這是一個日本品牌採用的芬蘭語名稱，不是芬蘭公司的日本分支。皆川十九歲時的北歐旅行，以及之後反覆造訪的經驗，使他把家具、器物與衣服放在一起思考：既然一把椅子可以長期生產、被幾代人使用，服裝設計為何必須在一季以後失去價值？這是他從北歐經驗中提取的問題；他並不把自己定位成複製芬蘭風格的人。[19]

這個區分很重要。花、鳥、森林、柔和色彩，容易讓讀者把他的作品放進「北歐風」的消費分類；但在他的工作裡，跨國影響更具體地落在產品壽命、日常使用、材料品質及製造關係上。一個圖案看起來像哪個國家，反而是較淺的一層。

這個北歐也早已有日本人的身影。他回憶當時看到的 Marimekko，包括日本設計師石本藤雄的工作；

令他在意的還有品牌持續更新經典圖案的做法。[20] 因此，他接觸的不是封閉、純粹的民族風格，而是一個已在跨國往來中形成的設計環境。

與芬蘭家具公司 Artek 的往來，使這種關係變得可追蹤。Artek 的官方資料把合作起點放在 2008 年的 Stool 60 展覽；2019 年的《ああるとのカケラ》（Pieces of Aalto），則把阿爾瓦與愛諾・阿爾托建築的局部照片，轉成皆川想像中的形體與生物。現成的建築細節，成了另一個創作者重新觀看世界的材料。[21]

影響也會反向流動。斯德哥爾摩 Nationalmuseum 在 2024 年舉辦「Design = Memory」，並介紹瑞典玻璃與陶瓷設計師 Ingegerd Råman 首度為 minä perhonen 設計的布料。此時已經不能只說日本設計師「受到北歐啟發」；雙方正在共同生產新的作品。[22, 23]

因此，芬蘭在皆川的職業形成中，有兩種作用：年輕時提供離開熟悉生活的距離，成熟後提供可以持續合作的設計世界。將這種關係浪漫化為北歐民族天生懂得永續，反而會抹掉旅行、交往、委託與長期合作的實際工作。

[External image / 外部圖片] 黃褐色布面上，深色刺繡圓點連成一排排圓環。
tambourine 的布料細節。這款始於 2000–01 秋冬的刺繡圖案，以不規則小點構成連續圓環；近距離照片可見布面與針腳的立體質感。 攝影：sono；minä perhonen／MINA Co., Ltd. · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

六、從四塊布讀懂他：圖案如何變成有性格的材料

紡織品設計不等於在平面上畫好圖，再把它印上任何物件。相同的線條，變成刺繡、印花或織紋，會有不同的厚度、重量、反光與垂墜；圖案的間距，也會在裁剪後改變。皆川的重要性，必須放在這個由圖像進入物質的過程裡理解。

hoshi*hana，1995 年春夏。 名稱把「星」與「花」放在一起。官方布料檔案將它列為品牌最早期的刺繡設計。它提供的不是植物學上的精確辨識，而是一種能同時被看成花朵或星光的小形體。[24] 這種辨識上的開放，使自然圖案不必依靠寫實才能喚起記憶；觀看者可以用自己的經驗補完它。

tambourine，2000–2001 年秋冬。 圓點連成圓圈，圓圈再形成重複的秩序；然而，點的大小與輪廓保留了手畫的不均勻，刺繡則把平面的點變得隆起。[25] 它的力量來自規則與偏差同時存在：遠看有穩定節奏，近看又不是幾何模板。這也解釋了它何以能跨越洋裝、包袋和椅面——每個物件只要取用一部分，仍有足夠清楚的視覺關係。

choucho，2001 年春夏。 蝴蝶在留白中零散飛行，圖案的重點既是生物，也是周圍的空氣。[26] 值得留意的是，這塊布早於 2003 年品牌名稱加入 perhonen；蝴蝶不只是後來的商標圖解。與 tambourine 的連續圓圈相比，它讓人的視線在空白間移動，顯出同一個品牌可以有不同的節奏。

forest parade，2005 年春夏。 花、鳥等形體構成下垂的蕾絲群，官方檔案記錄其中有三十七種部件。[27] 這時圖案已經離開「布面上的圖」：輪廓、孔洞、相互遮疊，以及穿著時的擺動，都參與構成。把它稱為森林的遊行，既是命名，也提示了一種閱讀方法——看那些形體如何一起行動。

這四個例子顯示，他反覆工作的對象不只是一套自然題材，而是重複如何保留差異，抽象如何喚起具體經驗，以及材料如何讓圖像取得時間與動作。 這是從作品結構提出的分析。不能因為它們看起來有手感，就把製作過程想成每件都由設計師親手刺繡；實際的工業設備，正是下一個關鍵。

[External image / 外部圖片] 手持鉛筆在螺旋裝訂的素描本上描繪交錯曲線。
minä perhonen 官方品牌介紹中的手繪工作照片：紙上線條先於布料與成衣。此圖呈現工作過程，來源未單獨識別畫面中的人物。 minä perhonen／MINA Co., Ltd.；來源整頁攝影署名：Yayoi Arimoto、Hua Wang、Koji Honda，未逐圖對應 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

七、一張圖如何被做出來：記憶、限制與反覆翻譯

皆川對創作的描述，經常從日常累積的視覺記憶出發。2017 年接受《Interior Design》訪問時，他談到生活中的印象如何沉澱，並未把每件設計的起點說成預先整理好的資料板。[28] 這不是說他不觀察、不準備，而是準備可以先發生在生活裡，之後才在工作中重新組合。

他的工具也沒有刻意追求戲劇性。2026 年刊出的工作用品介紹，列有素描本、鉛筆、麥克筆等長期使用的物品。[29] 工具的熟悉，使注意力可以放在線條與構想上；但本文不能據此替他補上一套每天幾點起床、畫多少張圖的固定日課，公開資料並不足以證明。

他也不是一位只能在無限寬裕的時間裡工作的人。與糸井重里的公開對談中，皆川說自己會依照十分鐘、一小時、一個月等不同的期限，切換想像和處理事情的方式。[30] 「長期」在這裡指作品與事業的尺度，並不等於每個決定都要緩慢。這一點能修正把他直接歸入「慢生活」的簡化理解。

圖案完成以後，還有另一串翻譯：布料開發、紙樣、試作、試穿、修改、裁剪與縫製。品牌的公開徵才資料，分別列出布料企劃、生產管理、打版與試衣等職務；試衣工作明確涉及樣衣的合身度與輪廓檢查。[31] 這提供一種比「匠心」更具體的證據：好看、能製造與能穿著，必須由不同職能逐步協調。

他談大衣時，也會從每公尺布料的重量，推估完成後身體承受的重量。[32] 這個細節讓布料設計重新回到穿著：若只關心圖案，再美的材料也可能造成不舒服的衣服。

因而，皆川最值得研究的能力，可能是把一種尚未成形的感覺，逐步轉成他人可以接手的判斷。設計師不能只說「再柔和一點」；團隊得知道它意味著線的粗細、底布、密度、顏色，還是衣服與身體之間的空間。完成的物件，會把這些爭論與修改藏起來。

八、工廠不是背景：佐藤敏博、丸中與失去的技術

三鷹之森吉卜力美術館在 2023 年介紹聯名蕾絲時，留下少見的製造細節。長期合作的神奈川レース，由佐藤敏博等人把設計圖轉換成刺繡機可以執行的資料：放大圖樣，安排針路與順序，再試作、修正。報導中的龍貓眼睛就修改了十次以上。[33]

這個過程說明，機器不會自己理解角色表情，也不會自動知道怎樣的偏差才有生氣。刺繡設備提供重複製作的能力，工廠人員則判斷如何讓重複仍符合圖案的性格。設計師與製造者之間的關係，是共同解題，而不只是把完整答案交給代工者。

織造方面，埼玉飯能的丸中提供另一種例子。2015 年的工廠訪談記錄，中里昌平與中里明宏所經營的企業，透過提花設備及內部工序配置，承接多樣而較小批次的工作。舊布樣、機器能力與雙方提出的想法，會一起影響新布料的方向。[34] 「提花」簡單說，就是透過經緯線的組織變化，直接把圖樣織進布裡；圖案不是後來才附著的表面。

這些合作把皆川放在日本地方紡織業的歷史裡。經濟產業省資料顯示，2022 年日本服裝市場按數量計的進口滲透率已達 98.5%。這是成衣層次的指標，不能直接當成日本所有布料都不再生產的證據；但它提醒我們，他的工作並非發生在一個穩定不變、隨時有大量工廠可選的環境。[35]

更直接的限制，出現在田中景子 2023 年的訪談。她以 flower rain、day trip 等布料使用的「ほぐし織り」為例：這類工法需要染色與織造的細密配合，到了受訪時，已找不到能承接相同製作的工廠。[36] 這不是品牌完全沒有保留設計圖；失去的是把圖變成布的整套能力。

因此，保存圖案與保存製造能力，是兩件不同的事。 檔案可以讓我們知道一塊布曾經存在；要重新生產，還需要設備、工人、工序、訂單，以及願意一起試驗的合作方。品牌再重視傳承，也無法單獨保證整個產業鏈不會中斷。

在 2025 年的公開對談中，皆川還提出一個具有經濟意義的選擇：與工廠共同開發的技法，不必全部封閉成只有自己能用的資源，因為工廠能服務其他客戶，才更可能存續。[37] 這是很具體的相互依賴。讓技術流通，可能降低獨占優勢，卻有助於保留未來仍能製作的環境。

九、不打折的背後：誰替漫長的時間付錢？

皆川對折扣的批評，並不是單純維護精品的稀有性。在公開談話中，他把季末折價連到原先的價格如何設定，以及勞動和創意為何一過季就被貶值；他希望售價與製作價值之間，保持較可信的關係。[38]《繊研新聞》2020 年報導的公開部分，也把他的主張放在避免過量製作、維持適量供應與價格的脈絡裡。[39]

這裡的經營問題可以分成兩層。第一層是價格：若製作複雜布料的時間與試驗成本真實存在，就不能只靠壓低工廠所得來維持漂亮的售價。第二層是時間：一件商品若沒有在本季賣出，它是否還能被視為有價值的作品？只有第二層成立，不折扣才可能超出一句宣言。

2015 年接受 SIGMA 訪談時，皆川把設計與經營放在一起，主張讓製造端取得可以持續工作的利益。他也提出把同一個設計的生產量分散到多年，替代在很短時間內一次做完的思考。[40] 這使品牌追求的「量」有了另一個尺度：某款布料一生的產量可以增加，但不必全擠進同一季。

不過，延長銷售時間本身也有成本。保管舊作需要空間；少量反覆生產可能增加安排工序的難度；圖案復刻需要重新匹配材料與供應能力；店面、人員、租金與現金流也不會因為理念長遠就消失。這些是由其商業模式推得的成本結構，本文沒有公司內部帳目可用來量化。

所以，最準確的評價不是「他證明理想不需要商業」，而是他努力讓商業條件支持一種對時間的不同安排。現有公開資料足以辨認若干制度，卻不足以推定利潤率、每件商品的成本比例，或所有合作工廠的實際待遇。

[External image / 外部圖片] 一疊大小不一的印花與刺繡布料碎片。
minä perhonen 的餘布：刺繡、印花、不同質地與裁切邊緣並列。品牌以這張照片說明剩餘布料仍可成為製作材料。 minä perhonen／MINA Co., Ltd.；來源整頁攝影署名：Yayoi Arimoto、Hua Wang、Koji Honda，未逐圖對應 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

十、過季以後仍然工作：檔案、餘布、修補與重製

minä perhonen 的作品有幾條不同的後續生命。arkistot 讓過往系列繼續被觀看與購買；piece 將餘布轉成新物件；品牌也曾推出以典藏服裝為對象的 lentää 租借服務。[41] 這三者處理的是不同問題：舊款的時間價值、裁剪留下的材料，以及使用是否一定需要永久擁有。不能全部籠統叫做「回收」。

修補則更直接涉及已經售出的衣服。截至本文查閱時，官方購物指南仍接受商品修整的諮詢，包括破損及染色方面的問題；實際能如何處理，必須依個別物件判斷。[42] 這不等於無條件免費，也不是保證所有衣服都能恢復新品狀態。

公開職務說明讓修補的內部工作露出一角：接收物件、管理期限、確認處理方式、安排工廠，以及準備布料、鈕扣等材料，都需要有人負責。[43] 於是，「請長久愛用」背後，出現可辨認的人員與行政流程。長久使用不是只交給顧客的道德要求，品牌也要保留再次介入物件的能力。

2025–2026 年「つぐ」展中的 remix，進一步從徵集的舊衣出發，拆解、組合與重新設計。熊本市現代美術館的展覽說明，將它作為這次展覽的重要內容。[44] 評論者杉江あこ則提醒，衣服還在，身體或生活卻可能已經改變；重製讓這種不再適合的關係，取得新的可能。[45]

這裡有一項重要的觀念移動：保存不必等於維持原樣。有時候，真正延長一件衣服的生命，反而需要剪開它。這與把名牌服裝當作不可改動的收藏品，有不同的價值排序。但展覽中的少量成功案例，仍不能自動代表全部售出商品的平均使用年限；兩種證據需要分開。

[External image / 外部圖片] 圓凳的灰色布面局部磨損，露出明黃色底層，旁有白色蝴蝶刺繡。
以 dop 布料包覆的凳面：灰色表層磨去後露出黃色底層。官方年表以此示範 2014 年推出的材料，如何把使用痕跡納入設計。 攝影：sono；minä perhonen／MINA Co., Ltd. · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

十一、dop 的實驗：磨損可不可以也是設計的一部分？

2014 年推出的 dop，是理解皆川如何跨入家具領域的關鍵布料。它採用兩面不同顏色的結構；表層因摩擦逐漸耗損時，另一種顏色會顯露。家具製造商 Maruni 的說明，明確把它放在椅面耐用性及磨耗的問題裡。[46, 47]

一張新椅子與一張坐了多年的椅子，通常被理解為同一物件的完好與受損狀態。dop 嘗試預先安排另一種關係：時間造成的改變，可以成為被期待的外觀。它沒有取消物理損耗，而是調整人如何評價損耗。

這與 tambourine 的長期復刻也不同。後者讓圖案跨越年代，前者讓同一件材料在使用中改變。兩種方式一起構成了他的時間設計：有些東西值得持續生產，有些東西值得容許老去。

但這仍是一種有條件的提案。使用者是否喜歡露出的第二種顏色、磨耗是否均勻、何時需要修整，都不能由設計師預先替所有人決定。把可見的磨損當成美，並不意味著任何損壞都自動成為優點。這個界線，正是它作為實驗而值得討論的地方。

[External image / 外部圖片] 多彩織物包覆的球體與沙漏形體，懸吊或放置在明亮室內。
2016 年米蘭設計週與 Kvadrat 合作的 Forest Comes Home 裝置。布料被包覆在懸吊和立式的立體形體上，讓紋理與色彩離開衣服，進入室內空間。 攝影：Patricia Parinejad；minä perhonen／MINA Co., Ltd. · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

十二、跨國合作的實際內容：同一種想像，進入不同的使用條件

與丹麥 Kvadrat 的合作，讓皆川的布料設計進入專業室內紡織品的世界。2016 年米蘭的「Forest Comes Home」展示，把椅面用布與窗簾等不同產品一起呈現；相關報導也記錄了它與家具、空間裝置的配合。[48, 49] 這種跨界不只是把服裝照片放大，而是必須考慮光線、尺度，以及人如何在房間裡移動。

瑞典 KLIPPAN 的 House in the Forest 毛毯，則讓森林成為人可以蓋在身上的圖像。官方產品資料把設計署名給皆川。[50] 相較於衣服，毛毯不必同樣依賴身形、尺碼和搭配；圖案因而有機會陪伴更廣泛的日常情境。這是產品條件的差別，而不是北歐合作自然就比日本服裝更普及。

家具合作尤其需要分清作者。當 minä perhonen 布料出現在深澤直人設計、Maruni 製造的 HIROSHIMA 椅上，椅子的結構、木工製造與布料，各自有專業作者。[51] 皆川的角色在於改變家具被觀看、觸摸和使用的方式；不能因此把整張椅子歸為他的設計。成熟的合作，容許一件物品保有複數署名。

他還曾替其他企業建立服裝世界。2002 年開始的 Sally Scott，由服裝公司 NewYorker 展開、皆川擔任設計指導，以一位虛構女性的生活構成品牌想像；它在 2021 年秋冬結束。[52] 這與他自己創立的 minä perhonen 是不同的組織關係。這段經歷提醒我們，同一個人的創造力可以在不同企業中工作，而企業能延續多久，不能只用設計師的理念解釋。

跨國與跨品牌合作也形成風險：辨識度很高的圖案，很容易變成可反覆加在任何商品上的標記。判斷一項合作是否仍有設計內容，就要看它有沒有回應新物件的動作、材料與用途。這個標準，比聯名名單的長度更有意義。

十三、從店到餐桌：他如何使一種生活判斷取得場所

東京青山 Spiral 內的 call，把服裝、生活用品、食品與「家と庭」咖啡空間放在一起。它呈現的日常包括買東西，也包括坐下來吃飯、與人相處，以及接觸其他製作者的物件。call 與 elävä 的官方介紹，也將北歐舊家具、工藝和食物納入同一個選物世界。[53, 54]

這種商店的功能，超出展示完整搭配。布料放在衣架上，顧客只能想像它進入生活以後的樣子；布料成為座椅、器皿與人的背景時，品牌則可以直接提出一種生活的比例。它也讓商店成為編輯場所：什麼與什麼值得放在一起，哪些製作者值得被看見，都是判斷。

不過，店裡出現的每件作品不都屬於皆川。與良品計畫及 IDÉE 相關的 POOL，更清楚顯示他作為監修與連結者的角色。IDÉE 2015 年的發表資料，將餘料、規格外商品等重新轉成產品；其中白瓷上的創作，也涉及鹿兒島しょうぶ學園的作者。[55] 若把全部成果都說成「皆川把廢物變成藝術」，就會抹除參與者的手與判斷。

POOL 的價值還在於，它把材料利用的問題帶到自己品牌之外。minä perhonen 可以決定自家的餘布如何處理；大型零售體系的材料流則不同，需要採購、製造、銷售與不同創作者協調。這使「用盡材料」由小工房的習慣，成為可以與其他企業討論的組織問題。

這些場所與計畫也說明，皆川的工作逐漸包含一種選擇他人的能力。早年他需要買手替自己的衣服找到位置；成熟後，他也替其他人的物件安排被理解的情境。從被選擇到參與選擇，是其職業權力的重

要變化。

十四、制服、旅館與劇場：作品不只屬於購買它的人

青森縣立美術館在 2008 年末公布、於 2009 年開始使用的工作人員制服，把他的設計放進公共文化機構。館方將它連到美術館的整體視覺識別，並描述衣服希望帶來的親近感。[56] 制服必須在工作中存在：它不只表達穿著者的私人喜好，也參與機構如何迎接訪客。

2012 年東京晴空塔的工作服委託，則進入另一種規模的公共接待環境。事前公布的官方資料確認了他的設計角色。[57] 在這類專案裡，時尚設計師面對的是辨識、服務與場所形象；作品的觀看者可能根本不是品牌顧客。這是其受眾擴大的具體方式。

住宿空間又使材料與人的關係延長。群馬前橋白井屋飯店的 minä perhonen Residence，設有「光」valo 與「森林」metsä 兩種房間，以布料包覆的舊椅、床毯、窗簾及皆川藝術作品共同構成。[58] 這裡準確的身分是品牌的空間創意指導，並非把整座飯店的建築設計歸給他。住宿讓人暫時生活在那些選擇之中，也把品牌推入旅遊與款待的商業條件。

劇場則提供更不同的合作。2021 年北阿爾卑斯國際藝術祭中的《Letter》，由藤田貴大的マームとジプシー演出，從皆川持續發表的文字出發。皆川也擔任該屆藝術祭的視覺總監，在北川富朗主持的藝術祭網絡裡工作。[59] 文字經過導演、演員與場所的轉換，成為無法像布料那樣被永久持有的經驗。

這些專案放在一起，能看出他並不只關心「物可以被保存多久」。另一條線索是：設計能否改變人暫時共處的感受。制服、房間與演出各用不同方式回答，也把他帶到零售以外的委託制度。

十五、展覽如何改變他的公共位置

2019 年 11 月至 2020 年 2 月，東京都現代美術館舉辦「ミナ ペルホネン／皆川明 つづく」。「つづく」可理解為持續、延續。館方年報記錄了 141,684 人次入場，以及超過四百件服裝的展示；展場設計由建築師田根剛等人參與，還納入中村好文的住宅構想。[60]

它的重要性，不只在規模。服裝不再只按系列或年代排列，而與原畫、工廠、使用者記憶及居住想像一起被觀看。這種展示讓觀眾把完成品往前追到製造，往後追到生活。品牌的價值，也因此可以由購買以外的途徑被理解。

2022 年 10 月 22 日至 2023 年 2 月 19 日，高雄市立美術館推出「つづく」首度海外巡展。館方資料列出近九百五十件展品，包括一百八十多件服裝；「土」等單元納入穿著者的故事，「風」則透過藤井光的影像呈現服裝在日常生活中的風貌。[61] 這是臺灣讀者很重要的入口：它提供繁體中文的策展語彙，也把材料、製作與服裝使用史放進本地美術館的視野。

到 2024 年斯德哥爾摩的「Design = Memory」，展名直接把設計與記憶並置。[62] 博物館在這裡不只是替一個日本品牌背書，也把它放進北歐自身的設計討論。對皆川而言，年輕時作為訪客接觸的世界，後來成為接待其作品、並與其共同工作的機構。

2025 年三十周年展「羽花」（UKA），則同時呈現品牌與皆川個人的工作，包括繪畫、陶作及在巴黎 Idem 製作的石版畫。[63] 個人藝術創作與日常產品在這裡可以並存，但它們的目的、製作方式和流通條件仍不相同。把他全部稱為藝術家會遮住企業組織；只稱他為服裝品牌老闆，又會漏掉這些不以成

衣為終點的探索。

2025 年末在世田谷美術館開始的「つぐ」展，更把問題移向關係。日文同音的「継ぐ、接ぐ、注ぐ、告ぐ、次ぐ」，分別提示繼承、連接、傾注、傳告與相續。[64] 從「東西繼續存在」，走到「誰把什麼交給誰」，接班與重製因此都成為核心內容。

截至 2026 年 9 月 19 日，世田谷、松本與熊本展期已結束；富山站排定於 10 月開始，仍屬即將舉行。[65] 展覽履歷必須保留這個時間差，不能把已宣布的巡展當成已經完成的成就。

十六、誰使這條路成為可能？一張關係地圖

皆川的職業不是單靠某一位導師、某一名贊助人或某個國家建立的。比較有解釋力的，是不同階段出現了能解決不同問題的人與機構。

人物或機構 / 實際關係 / 它補足了什麼

人物或機構: 大西和子與 P・J・C
實際關係: 獨立前的工作環境
它補足了什麼: 接觸原創布料與小型服裝事業的完整過程。[66]

人物或機構: 伊勢丹、United Arrows、BEAMS 等早期通路
實際關係: 採購與銷售中介
它補足了什麼: 讓陌生品牌獲得訂單與市場信用。[67]

人物或機構: 佐藤敏博／神奈川レース
實際關係: 刺繡與蕾絲製造合作
它補足了什麼: 把圖樣翻譯為可反覆實現的針路與材料結構。[68]

人物或機構: 中里昌平、中里明宏／丸中
實際關係: 織造合作
它補足了什麼: 提供設備、布樣經驗與共同開發的能力。[69]

人物或機構: 田中景子
實際關係: 布料設計者；2021 年起的公司代表
它補足了什麼: 增加獨立創作聲音，也承接組織領導。[70, 71]

人物或機構: 深澤直人、Maruni、Kvadrat、Artek 等
實際關係: 家具、布料與設計合作
它補足了什麼: 讓作品進入不同材料、產品與國際通路。[72, 73, 74]

人物或機構: 藤田貴大、北川富朗及藝術祭團隊
實際關係: 劇場與公共藝術合作
它補足了什麼: 把文字、衣服與場所帶入集體演出。[75]

人物或機構: 田根剛、中村好文、藤井光及美術館團隊
實際關係: 空間、影像、策展與出版
它補足了什麼: 使難以由商品照片呈現的製造與生活關係可被觀看。[76, 77]

人物或機構: 穿著者與修補工作人員
實際關係: 使用、回饋、保管、修整
它補足了什麼: 讓「長久」在售出之後繼續發生。[78, 79]

這張表也顯出一項不能省略的權力差異。設計師、工廠、店員與顧客都參與作品生命，但品牌名稱、公開署名與媒體曝光並不平均分配。把關係說得很溫暖，不代表這些差異就不存在。研究他的工作，應該沿著具體分工辨認貢獻，而不是把所有人都吸收進創辦人的人格魅力。

十七、田中景子接班：一百年的願望，開始遇到真正的他人

田中景子在 2002 年以紡織品設計師身分加入，2021 年 7 月出任代表取締役，也就是公司具有代表權的最高經營職位。她並非接班後才開始有作品；品牌官方簡介明確介紹她自己的設計活動，以及被紐約 Cooper Hewitt 設計博物館收藏的布料。[80, 81]

這段關係特別值得仔細看，因為大眾仍習慣把品牌全部作品歸給皆川。「創辦人」與「現任領導者」、「某塊布的作者」與「品牌名稱」，在這裡是不同欄位。研究資料如果只引用皆川的名言，就會在宣稱尊重集體工作的同時，重新把另一位設計師抹去。

2026 年公開對談中，皆川談到田中與自己不同的造形途徑，包括剪紙與紡織訓練帶來的感覺。[82] 接班因此不只是行政接管；它也涉及品牌能否容納另一個人的視覺思考。延續若被理解成永遠重複創辦人的手勢，反而可能阻止新的創作。

MOHEIM 的合作訪談提供一個小而具體的例子。田中看中 SWING BIN 垃圾桶蓋開合如蝶翼的動作，又考慮清潔時會看到蓋子另一面，因此把 choucho 的配置放進使用程序裡。[83] 這項決定無須歸到皆川個人的靈感名下；它顯示品牌理念可以由別人的生活經驗繼續發展。

皆川早在 2015 年就以驛傳和接力形容百年品牌：交接要在雙方仍能跑動時發生，而不是等前一位已經無法前進。[84] 到 2025 年，他改用團體自行車賽描述當下的位置——前方領騎者換了，自己仍在隊伍裡。田中則說，過去常靠觀察前輩學習，現在更需要用溝通建立公司。[85]

這兩段相隔十年的說法，把願望與實際制度連起來。皆川確實交出了代表職位；他也仍然工作，並沒有從品牌消失。現有證據可以支持這項權責改變，卻還不能預先證明公司已能在完全沒有他的情況下運作。一百年不是對創辦人魅力的讚美，而是下一代有沒有空間做出不同決定的持續考驗。

十八、文字、書籍與教學：讓工作可以被別人理解

皆川的公共角色還包括寫作者與談話者。官方網站長期保留 Letter、Textile Diary 等欄目，使一塊布的名稱、草圖與想法取得文字形式。[86] 這些文字一方面是理解創作的直接材料，另一方面也是品牌主動整理自身記憶的方式；研究者需要使用它們，也需要知道它們有選擇與編輯。

幾種書籍可以幫助讀者辨認不同的閱讀方向，而不是一次買齊一套「哲學」。

書籍或出版物 / 適合從哪裡讀進去 / 本文的使用界線

書籍或出版物: 《ミナを着て旅に出よう》
適合從哪裡讀進去: 個人經歷與服裝工作；2014 年有文春文庫版。

本文的使用界線: 使用出版社書目及與平松洋子的公開對談，不將其當成已通讀的自傳。[87]

書籍或出版物: 《皆川明の100日WORKSHOP》
適合從哪裡讀進去: 從日常練習理解想像與設計；國立國會圖書館記錄出版於 2017 年 2 月。
本文的使用界線: 用來辨認其教育與練習取向，未逐項評測書中練習。[88]

書籍或出版物: 《生きる はたらく つくる》
適合從哪裡讀進去: 生命、工作與製作如何交錯的口述敘事。
本文的使用界線: 依出版介紹辨認形式與範圍。[89]

書籍或出版物: 《つづく》及《つぐ》展覽圖錄
適合從哪裡讀進去: 將服裝、草圖、製造、使用者與策展放在一起看。
本文的使用界線: 本文直接查閱館方資料及公開展件清單；未以未見內頁支持具體主張。[90, 91]

書籍或出版物: Textile Diary 系列與線上布料檔案
適合從哪裡讀進去: 從一個圖案追到命名、構成和材料。
本文的使用界線: 最適合與本文四塊布的近讀互相對照。[92, 93]

這些出版活動的作用，是使難以說明的工作取得公共語言。設計師不只交付物件，也解釋為何願意在某個步驟花時間；讀者則得到判斷價格、製造與使用的詞彙。其代價是，一旦語言過於完整，真實工作中的偶然、衝突和失敗可能被敘事整理得太平順。因此，工廠訪談、徵才分工與不能再生產的布料，在本文裡同樣重要。

十九、值得保留的矛盾：日常、價格、記憶與永續

第一個矛盾，是日常使用與購買門檻。 皆川在臺灣受訪時，曾以十年、二十年的使用尺度說明產品價值。[94] 這可以改變人如何比較一件衣服，但前提仍是有能力支付最初的價格。使用年限長，不會自動消除現金不足；喜歡一種設計，也不代表能承擔它。杉江あこ對 2019 年展覽的評論，已注意到品牌不便宜、不打折，與當時「丁寧な暮らし」生活想像之間的關係。[95]

因此，皆川所提供的日常，帶有選擇能力與文化品味的條件。展覽、公開檔案、制服和其他較低門檻的接觸方式，確實能擴大受眾；它們與人人都能購買主力服裝，仍是不同的普及程度。這不是要求一個品牌解決全部所得差距，而是不能把特定消費者的良好經驗，直接升格為普遍生活模式。

第二個矛盾，是珍惜物品與持續販售新物。 經營公司需要收入，設計師仍會創作新款，喜歡圖案的人也可能持續收藏。檔案、修補及重製提供了延長使用的工具；是否因此降低每位顧客的總購買量，則需要另一種資料。本文不把喜愛與惜物直接當成減量的證明，也沒有根據可將其反過來指控為純粹宣傳。

第三個矛盾，是環境理念與可測量成果。 紡織品的環境負荷涉及原料、化學處理、能源、運輸、洗滌及最終處置；相關綜述研究說明了這些環節不能只靠單一美德代表。[96] 皆川的實踐對產品壽命、餘料和修補提出具體回應，但本文查閱的公開資料不足以建立全品牌的生命週期評估、修補比例或排放趨勢。可以說他改變了某些製作與使用條件，不能因此宣布其所有產品已獲證實最環保。

第四個矛盾，是記憶會保存，也會排除。 一件衣服承載喜悅，也可能承載不願再穿回去的時期；身體改變，生活角色改變，圖案的意義也會改變。remix 所提供的啟示，不是每個人都應該保留所有東西，而是物與人的關係有時可以重新安排。真正尊重使用者，也包括承認設計師不能替他決定應該記

得什麼。

第五個矛盾，是美術館承認與品牌敘事互相增強。 展覽讓製造者及使用者更可見，也會增加品牌的文化聲望。兩種效果可以同時存在。評價其公共意義，應該看觀眾是否更理解材料、勞動和生活，而不只看人流是否轉成消費。對這一點，展覽評論、館方記錄與品牌宣傳需要彼此對讀。

保留這些矛盾，不會削弱皆川的成就。相反，它使成就落在真正困難的地方：讓一種有魅力的物質文化，在工業、商業與不斷改變的生活之間繼續工作。

二十、這是一種什麼樣的志業？

若從職業名稱判斷，皆川明是服裝與紡織品設計師、品牌創辦人，也從事藝術、空間與出版。但更能貫穿其道路的，是一種替物件安排後續關係的工作。

圖案畫好以後，需要有人能製造；製造完成以後，需要有人願意支付；售出以後，需要有穿著、洗滌、保管與修補的位置；創辦人不再領導以後，需要有別人仍願意接續，而且能加入自己的判斷。每一段都不能只靠上一段的美感自動完成。

他的道路因此依賴幾個具體條件相遇：夜校與工廠提供的製作知識，小型品牌工作提供的完整視野，早期通路給的市場信用，日本地方紡織業仍存在的技術，北歐及其他國際夥伴帶來的產品尺度，以及長期願意使用、保存和回應的顧客。這些條件並非任意一位有志者只要相信理念，就能立刻擁有。

他的能動性，則在於逐步把這些偶然取得的條件，變成可重複工作的關係：保持布料檔案、讓舊作繼續流通、保留修補能力、與別人分享創作，並在自己仍能工作時交出經營代表權。這些選擇都有局限，也都需要持續投入。

最值得從他身上看見的，或許不是找到一件終身不變的事，而是學會辨認：當自己珍惜的工作要繼續存在時，下一個必須照顧的條件是什麼？ 年輕時那個條件可能是一份供餐的兼職，後來可能是一家有能力試作的工廠、一個願意保存舊款的商店，或者一位不再只被稱為助手的接班人。

對初次認識他的讀者，可以先從四個入口開始：看 tambourine 與 forest parade 的官方布料檔案，理解圖案如何取得材料；讀佐藤敏博參與的蕾絲製作報導，理解它如何被做出來；讀高雄「つづく」展資料，理解作品如何進入他人的生活；最後讀皆川與田中同台的對談，理解品牌如何開始超過創辦人自己。這樣取得的輪廓，比先記住幾句漂亮名言，更接近他的實際工作。

資料使用與閱讀註記

本文將來源分成四種互相校正的材料：當事人訪談用來重建經驗與意圖；布料檔案、製造者及合作方資料用來確認作品與分工；館方記錄、展件清單及評論用來辨認公共呈現；產業與研究文獻則只用來提供必要背景。未查閱私人通信、公司內部財務、完整人事資料或全部書籍，亦未把圖像資料的閱讀冒充實物觸摸與現場參觀。

早期生活主要依賴皆川多年後的回憶，未必能做到逐事件獨立核實。官方年表與訪談遇到日期差異時，優先區分它們記錄的是活動開始、商品推出，還是經濟狀態改變。例如 POOL 的構想與推進，在品牌沿革中記於 2014 年；IDÉE 的商品發表資料則是 2015 年，本文保留兩個層次。

下列註釋提供可追查的出處與使用理由；同一份材料的重複引用不代表不同來源。所有可變動的官方網頁，均以本文研究截止日的可見內容為準。

---

1. minä perhonen，〈About〉。核對皆川與田中的現行職稱、創立資料、工作範圍及田中的獨立設計活動。這是品牌的自我介紹，並非第三方經營評估。↩
2. 大矢幸世，〈田中景子訪談〉，XD，2023-05-24。核對 2021 年 7 月的代表職位交接，以及「ほぐし織り」失去承接工廠的案例；不把後者擴張成所有傳統紡織技法均已消失。↩
3. minä perhonen，〈tambourine〉，Textile Archive，2000–2001 A/W。核對圖案年代、手畫圓點與刺繡構造；本文對觀看節奏及跨產品辨識度的討論屬作品分析。↩
4. minä perhonen，〈History（日文）〉及〈History（英文）〉。用於關鍵年表、包袋、直營店、檔案及材料利用計畫的起點。歷史服務的設立紀錄，不等於今日仍以相同方式營運。↩
5. minä perhonen，〈Exhibition history〉。核對近年跨國展覽的地點與分布；具體展覽內容另以館方材料支持。↩
6. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.1〉，2015-06-03。早年家庭、運動受傷及接觸服裝的回憶；屬多年後的口述。↩
7. COLLOCAL，〈皆川明訪談：北アルプス国際芸術祭與地方、創作〉，2021-11-05。核對工業地帶的童年經驗、登山、藝術祭及《Letter》合作。本文使用的是公開訪談，未宣稱親臨演出。↩
8. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.1〉，2015-06-03。早年家庭、運動受傷及接觸服裝的回憶；屬多年後的口述。↩
9. 皆川明、平松洋子，〈トレンドを超越するテキスタイル・デザインの力〉，文藝春秋「本の話」，2014-03-21；另有第二頁。主要用於運動訓練、材料判斷及《ミナを着て旅に出よう》文庫版資料。↩
10. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.2〉，2015-06-12。用於夜校、縫製學習與共同完成校內發表的經驗。↩
11. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.3〉，2015-06-19。用於獨立前的工作、早期訂單及通路困難；不同段落對「開始能靠服裝生活」的回憶，與官方年表分開處理。↩
12. minä perhonen，〈History（日文）〉及〈History（英文）〉。用於關鍵年表、包袋、直營店、檔案及材料利用計畫的起點。歷史服務的設立紀錄，不等於今日仍以相同方式營運。↩
13. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.3〉，2015-06-19。用於獨立前的工作、早期訂單及通路困難；不同段落對「開始能靠服裝生活」的回憶，與官方年表分開處理。↩
14. 張玉音，〈我們從不吝嗇耗費時間，將一件衣服琢磨好：皆川明專訪，談服飾的感性〉，典藏 ARTouch，2022，口譯鄭宛綾。用於《裝苑》連載、北歐經驗、布重與身體、十至二十年使用尺度的自述；不把受訪者的環境主張當作獨立成效評估。↩
15. 「つぐ」展，〈皆川 明トークイベント〉，2026-01-11 活動紀錄。皆川與世田谷美術館館長橋本善八對談；用於魚市場兼職的時間條件，以及對田中創作方式的說明。↩
16. 皆川明、平松洋子，〈トレンドを超越するテキスタイル・デザインの力〉，文藝春秋「本の話」，2014-03-21；另有第二頁。主要用於運動訓練、材料判斷及《ミナを着て旅に出よう》文

庫版資料。↩

17. minä perhonen，〈History（日文）〉及〈History（英文）〉。用於關鍵年表、包袋、直營店、檔案及材料利用計畫的起點。歷史服務的設立紀錄，不等於今日仍以相同方式營運。↩

18. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.3〉，2015-06-19。用於獨立前的工作、早期訂單及通路困難；不同段落對「開始能靠服裝生活」的回憶，與官方年表分開處理。↩

19. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.4〉，2015-06-26。用於品牌命名、北歐經驗、家具與服裝時間尺度的關係。↩

20. 張玉音，〈我們從不吝嗇耗費時間，將一件衣服琢磨好：皆川明專訪，談服飾的感性〉，典藏 ARTouch，2022，口譯鄭宛綾。用於《裝苑》連載、北歐經驗、布重與身體、十至二十年使用尺度的自述；不把受訪者的環境主張當作獨立成效評估。↩

21. Artek，〈ああるとのカケラ〉。合作方對 2008 年以來的往來及 2019 年出版計畫的介紹，支持跨國關係並非單向風格借用的分析。↩

22. Nationalmuseum，〈Design = Memory〉，展期 2024-02-22 至 2024-08-18。用於斯德哥爾摩展覽的日期、主題與機構脈絡。↩

23. Nationalmuseum，〈Japanese design by Akira Minagawa stars in a new exhibition in Stockholm〉，2024-01-29。館方發布的資料，核對 Ingegerd Råman 首度為品牌設計布料的合作。↩

24. minä perhonen，〈hoshi*hana〉，Textile Archive，1995 S/S。作品年代與圖案介紹。↩

25. minä perhonen，〈tambourine〉，Textile Archive，2000–2001 A/W。核對圖案年代、手畫圓點與刺繡構造；本文對觀看節奏及跨產品辨識度的討論屬作品分析。↩

26. minä perhonen，〈choucho〉，Textile Archive，2001 S/S。支持其年代早於品牌更名，以及蝴蝶與周圍空間的構成說明。↩

27. minä perhonen，〈forest parade〉，Textile Archive，2005 S/S。用於蕾絲部件、形體與製作方式的基本辨認。↩

28. Interior Design，〈Akira Minagawa’s Japanese-Nordic Style Spans Fashion to Fabrics〉，2017。用於視覺記憶如何累積的創作自述；不據此假設所有作品都使用相同步驟。↩

29. &Premium，〈皆川明的工作用品介紹〉，2026-05-12，取自相關特刊。僅用於實際工具的辨認，未延伸為未經證實的每日作息。↩

30. ほぼ日刊イトイ新聞，〈皆川明與糸井重里對談〉，2020-01-28 刊出，取自 2019 年末公開談話。用於依期限調整思考速度的說明；保留發言者的區分。↩

31. minä perhonen，〈Recruit／職務說明〉。查閱時可見的布料、生產、打版、試衣及修補相關分工，是本文辨認組織日常運作的材料；不以徵才文字推定全體員工的實際待遇。↩

32. 張玉音，〈我們從不吝嗇耗費時間，將一件衣服琢磨好：皆川明專訪，談服飾的感性〉，典藏 ARTouch，2022，口譯鄭宛綾。用於《裝苑》連載、北歐經驗、布重與身體、十至二十年使用尺度的自述；不把受訪者的環境主張當作獨立成效評估。↩

33. 三鷹之森吉卜力美術館，〈forest parade 聯名蕾絲的製作介紹〉，2023-07-04。合作方提供的工廠紀錄，涉及神奈川レース、佐藤敏博、刺繡資料製作與反覆試作。↩

34. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈丸中紡織工廠訪談〉，2015-11-06。以中里昌平、中里明宏及工廠角度，補足品牌設計師訪談以外的設備與生產知識；文中狀態屬 2015 年。↩

35. 經濟產業省，〈今後の繊維産業における政策の方向性〉，2024-06，頁 5。引述其所整理的 2022 年服裝進口占比；原始統計為日本繊維輸入組合，且國內生產量部分品目有企業規模統計限制。↩

36. 大矢幸世，〈田中景子訪談〉，XD，2023-05-24。核對 2021 年 7 月的代表職位交接，以及「ほぐし織り」失去承接工廠的案例；不把後者擴張成所有傳統紡織技法均已消失。↩

37. 「つぐ」展，〈皆川 明・田中景子トークイベント〉，2025-12-14 活動紀錄，クリス智子主持。用於工廠技法的開放、交棒後持續參與，以及田中對組織溝通的看法。↩

38. きものやまと，〈皆川明談製作、價格與關係〉。公開講談整理；用於不打折與價格信任的理由，屬當事人主張。↩

39. 青木規子，〈皆川明談適量生產與商業方式〉，《繊研新聞》，2020-06-16。本文僅使用可公開閱讀的段落，未將付費內容當成已讀資料。↩

40. SIGMA，〈SEIN／SEEKERS：Akira Minagawa〉，2015 年秋季號。用於設計與經營、製造端利益及把生產量分散到長時間的想法。↩

41. minä perhonen，〈History（日文）〉及〈History（英文）〉。用於關鍵年表、包袋、直營店、檔案及材料利用計畫的起點。歷史服務的設立紀錄，不等於今日仍以相同方式營運。↩

42. minä perhonen，〈ご利用案内：商品ご購入後のお直し〉，並參見〈Repair & Remake〉。確認修整諮詢與實例欄目存在；不將其寫成未經條款支持的免費終身保固。↩

43. minä perhonen，〈Recruit／職務說明〉。查閱時可見的布料、生產、打版、試衣及修補相關分工，是本文辨認組織日常運作的材料；不以徵才文字推定全體員工的實際待遇。↩

44. 熊本市現代美術館，〈TSUGU minä perhonen〉，展期 2026-07-04 至 2026-09-06。用於 remix 的徵集、重製，以及展覽中的製作主題。↩

45. 杉江あこ，〈「つぐ minä perhonen」展評〉，artscape，2025-12-16。提供品牌之外對舊衣、身體變化與重製的評論角度。↩

46. Maruni，〈移り変わる生地「dop」〉。製造合作方對雙面材料、磨耗與家具使用條件的說明。↩

47. Maruni，〈MARUNI COLLECTION 2014 EXHIBITION〉，2014-10-10；並參見現行〈HIROSHIMA アームチェア dop〉。前者核對 dop 發表時點，後者核對深澤直人的椅子設計署名與布料的分工。↩

48. Kvadrat，〈Akira Minagawa〉。用於確認設計師與專業室內布料公司的合作關係。↩

49. Janice Seow，〈Kvadrat’s Asian Collaborations in Milan〉，IndesignLive，2016-04-20。用於「Forest Comes Home」與不同室內紡織用途的展示紀錄。↩

50. Klippan Yllefabrik，〈House in the Forest〉。合作方產品資料與皆川的設計署名；不以單項商品代表所有合作產品的材料構成。↩

51. Maruni，〈MARUNI COLLECTION 2014 EXHIBITION〉，2014-10-10；並參見現行〈HIROSHIMA アームチェア dop〉。前者核對 dop 發表時點，後者核對深澤直人的椅子設計

署名與布料的分工。↩

52. Fashion Press，〈Sally Scott 品牌資料〉。用於 NewYorker 的營運關係、皆川的角色及 2021 年秋冬結束；未據此推定結束原因。↩

53. call，〈官方介紹與店舖資訊〉。用於青山店的生活用品、食品及咖啡空間；本文不把會變動的營業時間寫成永久資訊。↩

54. call，〈call、elävä 與生活物件的介紹〉，2021-01-25。支持商店同時容納服飾、器物、舊家具與食品的說明。↩

55. IDÉE，〈2015 年 8 月新聞發布：POOL〉。核對發表時點、餘料及規格外材料的轉用，以及皆川監修、しょうぶ學園創作者等不同角色。↩

56. 青森縣立美術館，〈新制服公布〉，2008-12-25，記錄 2009-01-01 開始使用。館方資料支持制服與整體視覺識別的關係。↩

57. 東京晴空塔，〈工作人員制服發表資料〉，2011-11-04。用於 2012 年開業制服的委託與設計者身分。↩

58. SHIROIYA HOTEL，〈minä perhonen Residence〉。核對 valo、metsä 房間的品牌創意指導、布料、家具及藝術作品配置；屬營運方介紹，未將其當成入住評測。↩

59. COLLOCAL，〈皆川明訪談：北アルプス国際芸術祭與地方、創作〉，2021-11-05。核對工業地帶的童年經驗、登山、藝術祭及《Letter》合作。本文使用的是公開訪談，未宣稱親臨演出。↩

60. 東京都現代美術館，〈Annual Report 2020〉，「ミナ ペルホネン／皆川明 つづく」項，頁 46 起。用於展期、入場人次、展覽構成及合作署名。與本文採用的 2019 年 artscape 展評交叉閱讀。↩

61. 高雄市立美術館，〈美好生活從設計開始！《minä perhonen／皆川明 つづく》首度移展海外〉，2022-10-22。用於展期、展品數量與展區內容；「首度海外」指這一巡展，非皆川或品牌第一次在海外展出。↩

62. Nationalmuseum，〈Design = Memory〉，展期 2024-02-22 至 2024-08-18。用於斯德哥爾摩展覽的日期、主題與機構脈絡。↩

63. minä perhonen，〈UKA — 羽花〉，2025 年三十周年展介紹，展期 2025-05-28 至 2025-06-15。支持品牌歷史展示與皆川個人藝術活動的區分。↩

64. minä perhonen，〈つぐ minä perhonen〉。用於展覽命名、世田谷、松本、熊本及富山巡展時序；後續日程仍可能調整。↩

65. minä perhonen，〈つぐ minä perhonen〉。用於展覽命名、世田谷、松本、熊本及富山巡展時序；後續日程仍可能調整。↩

66. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.3〉，2015-06-19。用於獨立前的工作、早期訂單及通路困難；不同段落對「開始能靠服裝生活」的回憶，與官方年表分開處理。↩

67. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.3〉，2015-06-19。用於獨立前的工作、早期訂單及通路困難；不同段落對「開始能靠服裝生活」的回憶，與官方年表分開處理。↩

68. 三鷹之森吉卜力美術館，〈forest parade 聯名蕾絲的製作介紹〉，2023-07-04。合作方提供的工廠紀錄，涉及神奈川レース、佐藤敏博、刺繡資料製作與反覆試作。↩

69. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈丸中紡織工廠訪談〉，2015-11-06。以中里昌平、中里明宏及工廠角度，補足品牌設計師訪談以外的設備與生產知識；文中狀態屬 2015 年。↩

70. minä perhonen，〈About〉。核對皆川與田中的現行職稱、創立資料、工作範圍及田中的獨立設計活動。這是品牌的自我介紹，並非第三方經營評估。↩

71. 大矢幸世，〈田中景子訪談〉，XD，2023-05-24。核對 2021 年 7 月的代表職位交接，以及「ほぐし織り」失去承接工廠的案例；不把後者擴張成所有傳統紡織技法均已消失。↩

72. Maruni，〈MARUNI COLLECTION 2014 EXHIBITION〉，2014-10-10；並參見現行〈HIROSHIMA アームチェア dop〉。前者核對 dop 發表時點，後者核對深澤直人的椅子設計署名與布料的分工。↩

73. Kvadrat，〈Akira Minagawa〉。用於確認設計師與專業室內布料公司的合作關係。↩

74. Artek，〈ああるとのカケラ〉。合作方對 2008 年以來的往來及 2019 年出版計畫的介紹，支持跨國關係並非單向風格借用的分析。↩

75. COLLOCAL，〈皆川明訪談：北アルプス国際芸術祭與地方、創作〉，2021-11-05。核對工業地帶的童年經驗、登山、藝術祭及《Letter》合作。本文使用的是公開訪談，未宣稱親臨演出。↩

76. 東京都現代美術館，〈Annual Report 2020〉，「ミナ ペルホネン／皆川明 つづく」項，頁 46 起。用於展期、入場人次、展覽構成及合作署名。與本文採用的 2019 年 artscape 展評交叉閱讀。↩

77. 高雄市立美術館，〈美好生活從設計開始！《minä perhonen／皆川明 つづく》首度移展海外〉，2022-10-22。用於展期、展品數量與展區內容；「首度海外」指這一巡展，非皆川或品牌第一次在海外展出。↩

78. minä perhonen，〈ご利用案内：商品ご購入後のお直し〉，並參見〈Repair & Remake〉。確認修整諮詢與實例欄目存在；不將其寫成未經條款支持的免費終身保固。↩

79. minä perhonen，〈Recruit／職務說明〉。查閱時可見的布料、生產、打版、試衣及修補相關分工，是本文辨認組織日常運作的材料；不以徵才文字推定全體員工的實際待遇。↩

80. minä perhonen，〈About〉。核對皆川與田中的現行職稱、創立資料、工作範圍及田中的獨立設計活動。這是品牌的自我介紹，並非第三方經營評估。↩

81. 大矢幸世，〈田中景子訪談〉，XD，2023-05-24。核對 2021 年 7 月的代表職位交接，以及「ほぐし織り」失去承接工廠的案例；不把後者擴張成所有傳統紡織技法均已消失。↩

82. 「つぐ」展，〈皆川 明トークイベント〉，2026-01-11 活動紀錄。皆川與世田谷美術館館長橋本善八對談；用於魚市場兼職的時間條件，以及對田中創作方式的說明。↩

83. MOHEIM，〈minä perhonen × MOHEIM — Part 1〉，田中景子與竹內茂一郎對談。用於垃圾桶蓋的動作、清潔及圖案配置的具體設計判斷。↩

84. INTERBELLE／SOW.TOKYO，〈皆川 明 Vol.5：ブランドを続けることは、駅伝や短距離リレーに似ている〉，2015-07-03。用於接班前已存在的時間觀與交接比喻，不以當年的展望代替今日成果。↩

85. 「つぐ」展，〈皆川 明・田中景子トークイベント〉，2025-12-14 活動紀錄，クリス智子主持。用於工廠技法的開放、交棒後持續參與，以及田中對組織溝通的看法。↩

86. minä perhonen，〈Journal〉。可由此進入 Letter、Textile Diary、72 Seasons、修補等不同欄目；作者與欄目各不相同，不全部歸名皆川。↩

87. 皆川明、平松洋子，〈トレンドを超越するテキスタイル・デザインの力〉，文藝春秋「本の話」，2014-03-21；另有第二頁。主要用於運動訓練、材料判斷及《ミナを着て旅に出よう》文庫版資料。↩

88. 日本國立國會圖書館，〈《皆川明の100日WORKSHOP》書目〉，2017-02；並參見 JDN〈出版介紹〉。出版年份以圖書館書目為準。↩

89. call，〈《生きる はたらく つくる》出版介紹〉。僅以書目及內容說明作閱讀引介，未冒稱通讀。↩

90. minä perhonen，〈出版物年表〉。用於辨認圖錄與 Textile Diary 系列，不由書名推導未見的書內論點。↩

91. 世田谷美術館，〈「つぐ」展件清單〉；松本市美術館，〈2026 年「つぐ」展件清單〉。用於核對圖案、草圖與團隊成員署名，亦作為區分皆川、田中與合作製作者的材料。↩

92. minä perhonen，〈出版物年表〉。用於辨認圖錄與 Textile Diary 系列，不由書名推導未見的書內論點。↩

93. minä perhonen，〈Journal〉。可由此進入 Letter、Textile Diary、72 Seasons、修補等不同欄目；作者與欄目各不相同，不全部歸名皆川。↩

94. 張玉音，〈我們從不吝嗇耗費時間，將一件衣服琢磨好：皆川明專訪，談服飾的感性〉，典藏 ARTouch，2022，口譯鄭宛綾。用於《裝苑》連載、北歐經驗、布重與身體、十至二十年使用尺度的自述；不把受訪者的環境主張當作獨立成效評估。↩

95. 杉江あこ，〈ミナ ペルホネン／皆川明 つづく〉，artscape，2019-12-15 號，觀展日期 2019-11-15。用於價格、生活文化與展覽的批評性對讀；觀眾特徵是評論者觀察，不是統計調查。↩

96. Kirsi Niinimäki et al., “The environmental price of fast fashion,” Nature Reviews Earth & Environment 1 (2020): 189–200。用於說明服裝環境負荷的多環節性；該文並非 minä perhonen 的品牌評估。↩