

2014 SPRING SUMMER



Premium Textile
J a p a n

【 開催概要 】

会 期:2013 年 5 月 8 日(水)～9 日(木)

時 間:10:00～18:00

会 場:東京国際フォーラム 展示ホール 2

来場者:バイヤー及び招待者限定 [入場無料]

主 催:一般社団法人 日本ファッション・ウィーク推進機構

後 援:経済産業省

独立行政法人 中小企業基盤整備機構、

独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)、

一般社団法人 日本アパレル・ファッション産業協会、

日本繊維輸入組合、日本繊維輸出組合



PTJは、付加価値の高い素材を作り出すテキスタイルメーカーと、本物のブランド・商品を市場に提供しているバイヤーとのビジネスマッチングの場として、今回で5回目を迎えた。過去4回の好評な開催実績を背景に、今回は過去最高の応募申し込みがあり、海外からもタイ、台湾、トルコ、インドの出展が実現した。

また、昨年から会場を有楽町の東京国際フォーラムに移した事で、来場者から「アクセスが便利になった」という声が多く聞かれ、PTJの S/S 展としては初めて5,000人を超える来場者を得た。特に、PTJの1番の特徴であるバイヤー比率の高さ(87%)が示す通り、PTJは、単なるお祭りではない“真剣なテキスタイル・ビジネスの場”として定着した事を伺わせる商談会であった。

■ 出展状況:67 件／85.5 小間 (前年 62 件／84 小間)

<Aゾーン> 短繊維(コットン、麻、ウール、複合) : 32 件／38 小間

<Bゾーン> 長繊維(化合繊、シルク、機能素材、複合) : 14 件／23.5 小間

<Cゾーン> 染色・後加工、プリント、刺繍・レース、皮革 : 12 件／13 小間

<Dゾーン> 服飾資材、アクセサリー、ニット、撚糸 : 9 件／11 小間

* 内 海外出展者 : 7 件／8 小間 (タイ、台湾、トルコ、インド)

* 内 PTJ 新規出展 : 9 件／11 小間

■ 来場者数

- ・アパレル、小売 :2,186 名
 - ・問屋、商社、企画会社 :2,259 名
 - ・PRESS :69 名
 - ・主催関係者、関係団体 :44 名
 - ・Visitor、その他 :534 名
- 合計 5,092 名(前年 4,538 名:対比 112.2%)



■ PTJ ビジネスサポート・プログラム

1) ビジネスマッチング・プログラム

VIP バイヤーを組織し、会期中に参加企業とのマッチングを行った。今回は初参加のアパハウスインターナショナルや JFW コレクション事業参加のクリエイター・メゾンに加え、小売りのイトーヨーカドー「MADE IN JAPAN」プロジェクト・チームや、高島屋カタログ・ネット販売「アイトゥロア」チーム等が参加。PTJ 展の要をなすプログラムとして、より内容の濃いマッチングを実現した。

《VIP バイヤー》 7 社(25 名)

【 アパレル、リテール 企業:ブランド 】

- ・ (株)アパハウスインターナショナル:
devinette、qualite、5351 Pour Les Femme
- ・ (株)イトーヨーカ堂 :『MADE IN JAPAN』プロジェクト・チーム等
- ・ (株)高島屋 :カタログ・ネット販売「アイトゥロア」チーム等



【 デザイナーメゾン:ブランド／デザイナー(所属企業名) 】

- ・ ayumi.mitsukane / 光金 鮎美(株)ティスリー)
- ・ DRESSCAMP / 岩谷 俊和(株)IWY)
- ・ HAN AHN SOON / ハン アンスン(MARK STYLER(株))
- ・ HISUI / 伊藤 弘子(ゼロゼロエスエス(株))



－ ビジネス・マッチング対象企業 :23 社、－ マッチング件数 :37件

□ 参加バイヤーの声

高島屋 クロスメディア事業部 カタログ営業部 開発第1グループ
鈴木 美智代次長、長井 文典課長

ビジネスマッチング・プログラムは2回目の参加ですが、時間が足りないくらいでした。メーカーの方から生地の背景を聞くと、実にこだわりの生地が多いことに驚きます。 昨年、ビジネスマッチングした企業は、カタログ誌で日本の技術「パワー・オブ・ジャパン」として工場の写真を入れて紹介しました。今回は違う3社とマッチングしましたが、また新しい素材を発見することができました。

百貨店は基本的に生地を買いません。その製品を作るアパレルが生地を買います。我々とアパレル、生地メーカーの3者がコラボレーションしてモノを作っていきます。PTJはテキスタイルメーカーですが、縫製工場も出展してほしいと思います。テキスタイル、縫製、アパレル、小売が一体となってチーム化できるからです。そうなれば、メイド・イン・ジャパンとして、さらに強力な関係を作ることができると思います。



「DRESSCAMP」 岩谷 俊和 デザイナー

生地を扱っていたころ、ジャパン・クリエーションに出展したこともあります。PTJのビジネスマッチングは事前にメーカーの素材を見て、興味のある企業と商談ができる点がいいですね。目的を明確にした商談ができます。ブースを回っての商談よりも、個室でじっくり話した方がオーダーにつながりやすいと思います。PTJのブースも回りますが、外から見ただけでその企業がどこに向けて発信しているかがわかります。また、特殊なモノ作りかどうか。特殊なモノ作りでも方向性が合わなければ買い付けませんが、何でも扱う企業よりも興味がわきます。日本素材は高いといわれますが、驚くほどではありません。むしろ欧州素材の方が高いですよ。使用する素材の国内比率は80%くらいです。オリジナル性を基本にします。それだけにメーカーさんとよく話し合い、こういうことができないかといったすり合わせを行っています。



「ayumi.mitsukane」 光金 鮎美 デザイナー

専用の個室が設けられている「ビジネスマッチング・プログラム」では、じっくりと話ができ、様々なことをメーカーの方に聞くことができます。PTJは毎回見に来ています。しかし、人気のあるブースは大変混み合っており、ゆっくり探することが難しいときもあります。個室でメーカーさんと話をするることによって、初めて知ることのできた内容もあります。今回は4社とマッチングしました。私はシルエットをメインにしているので、素材選びもシルエットを出せるかどうかポイントになります。今回のテーマは「視覚芸術的」。例えば、トップスとボトムが分かれているように見えるものの実は1枚でできている服です。そうした話をしながら、いい生地を見つけることができました。



2) Premium Textile Japan 出展者向け輸出個別相談会

今回からジェトロの協力により、PTJ 出展の中小企業を対象に、海外への販路開拓・輸出拡大に関する相談会を実施した。これから輸出に取り組むため基本的なノウハウを必要としている企業、取り組んでいるものの思うように成果の上まらない企業など、各社の事情は様々です。そこで、PTJ の機会に、テキスタイルの輸出入ビジネスに長年携わってきた講師が、出展者の生地サンプルを見ながら各社の事情に応じた具体的なアドバイスをを行う個別相談会を開催した。

《実施概要》

主催 : ジェトロ、日本ファッション・ウィーク推進機構

会場 : PTJ 会場内 各社ブースにて *1 社あたり 40 分程度

参加条件: PTJ に出展している中小テキスタイル企業であること

参加数 : 17 社 (受講料: 無料)

《講師》 武藤 和芳氏



○ 参加者の声

参加した辰巳織布(株)は「大変参考になりました。米国にはエーエージェントがないため、武藤さんから紹介してもらおうことになりました。海外ヘスワッチを送った後のフォローの仕方も今回改めて確認できました」と満足度は高かった様子。古橋織布(有)も「大変役に立ちました。エーエージェントの使い方でも、注文が入ったときだけでなく、月1回のレポートを出してもらおうなど具体的でした。同じ生機でも、海外はきれいな素材を好むから輸出向けの加工を行うといったアドバイスもありました。今の円安をチャンスにしていきたいと思います」とコメントしている。

○ 武藤 和芳コーディネーターのコメント

PTJ会期2日間で17社を回りました。従来から輸出を行っている企業、これからがんばろうという企業など様々でした。ある程度取り組んでいるが、なかなか殻を破れないという企業も多いという印象です。輸出額が1億円、10億円といった壁の場合は、人材の占める比重が大きい。これが30億円、50億円の規模になると、社内の仕組みが不可欠です。さらに50億円を超えて100億円ともなると、商社としての海外でのオーガニゼーションが必要になるでしょう。

ブースで生地を拝見すると、参加者から「いくらで売ったらいいか」、「いつから売ったらいいか」といった具体的な現場の質問もありました。エーエージェントとは何か、契約の仕方はといった質問も。輸出はすぐに答えの出ない場合もあります。今回がその第一歩になってくれればと思います。参加者には、PTJ が終わった後でも、困ったときは気軽に相談してくれと話しました。現役を退いたOBもいますから、そうした人たちの活用を含めて日本の輸出を今後も支援していきたいという気持ちです。



■ 来場者の声

○ 江角泰俊デザイナー (Yasutoshi Ezumi) :

PTJ には毎回来場して、新しい素材を探しています。「個別の展示会と違い PTJ は素材のバリエーションがあり、合同展としての意味が大きいと思います。ネットやインデックスコーナーでほしい素材を探しますが、企画がある程度固まっているとき、例えばレース、ジャカードといった切り口があるときは、そういうブースを見定めて回ります。

以前に比べ、出展者のミニマムロットも2〜3反から1反へと小さくなってきました。展示会での受注ベースですので、サンプル段階での発注はどうしても少なくなります。そうしたビジネスを理解していただけるメーカーさんが増えてきました」。回を重ねることで、小回りの利く工場との取り組みも強まっているとのこと。



江角泰俊 氏



天津憂 氏



茅野誉之 氏

「近江織物さんもそのひとつ。ジャカー

ド織物が素晴らしい。無理を聞いていただいていますので、ショーのときには“生地は近江織物さんです”と宣伝しています。我々は毎シーズンが勝負。最終的に店頭で売れるか、どうか問われます。そのために、テキスタイルメーカーの方と、こんな服を作ろうと意見交換していく必要があります。川中と川下のすり合わせ作業が、今後の日本のファッション産業の発展を決めるのではないのでしょうか」

○ 天津憂デザイナー(A DEGREE FAHRENHEIT) :

毎回 PTJ で生地を探します。「テーマによって毎回求める生地が違います。ですから常に新しい素材を探しています。デザイナーの場合、価格よりもロットの方が問題です。会場を回っていると、入りたくなるブースというものがあります。何を打ち出したいのかが明確なブースには興味がわきます」。

○ 茅野誉之デザイナー(bethourire) :

今回は“ハリがあって薄い素材”を探しにきました。「ブースに入らなくても、生地の見せ方でどんなメーカーかが大体わかります」と、商品の見せ方も重要なようです。

■ メディアへの露出

回を重ねる毎に注目を集める PTJ、今回も業界紙を中心に数多く特集が掲載された。更に『Fashion Express』(NHK 海外放送)も取材に訪れ、広く海外へも配信された。

○専門誌

繊維ニュース (3/12、5/7、5/9、5/10、5/13、5/14、5/15、5/16)

繊維研新聞 (3/11、4/24、5/1、5/8、5/9、5/15、5/17、5/21)

信用情報、Bagazinem、寝装リビングタイムス 等

○Web サイト

マスコミ、業界紙、業界団体、デザイナーブログ:

NHK WORLD TOKYO FASHION EXPRESS、週刊ファッション情報、Biz STYLE、We Connect Fashion、KINO、HidenobuYasui、MODEACOTE 等

出展者サイト・ブログ:

近江織物、ORTA ANADOLU、クロスジャパン、山陽染工、辰巳織布、畑岡／足羽工業所、パノコトレーディング、丸萬、宮田毛織工業、森菊、モンド 等

■ PTJ 2014S/S 出展者の声

出展者アンケートによると、8 割以上の出展者が、良い成果を得られたと回答。継続の出展者も、前回に比べ来場者数、商談件数ともに大幅に増えたとの回答が多数寄せられた。また、ビジネスのスタートとして重要なスワッチ依頼に関しても、‘絞り込まれたサンプルピックアップが多かった’ ‘具体的な商材を探されている来場者が多かった’ 等、内容の濃い商談が多くなり、来場者と商談内容の質の向上に満足したとの声が多く聞かれた。会場に関しては、通路の狭さや、ブース面積等に不満はあるものの、利便性が高い東京国際フォーラムでの展示会開催には、ほぼ100%の出展者が満足しており、継続出展希望の比率もますます高まっている。

■次期開催予定

○ Premium Textile Japan 2014Autumn/Winter

会 期:2013 年 11 月 20 日(水)～21 日(木)

時 間:10:00～18:00

会 場:東京国際フォーラム 展示ホール 2

来場者:バイヤー及び招待者限定 [入場無料]

主 催:一般社団法人 日本ファッション・ウィーク推進機構

後 援(予定):経済産業省

独立行政法人 中小企業基盤整備機構、

独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)、

一般社団法人 日本アパレル・ファッション産業協会、

日本繊維輸入組合、日本繊維輸出組合

○ JFW JAPAN CREATION 2014 (同時開催)

会 場:東京国際フォーラム 展示ホール 1

来場者:バイヤー及び招待者、業界関係者、学生

入場料:当日 2,000 円、事前登録・学生割引 1,000 円