

2014 SPRING SUMMER



## Premium Textile J a p a n

### < Facts >

Dates : May 8 – 9, 2013 (Wed. – Thu.)

Time : 10:00 - 18:00

Venue : Tokyo International Forum / Exhibition Hall 2

Visitors : Buyers and invited visitors only <Admission free>



Organiser : Japan Fashion Week Organization

Supporters :

- Ministry of Economy, Trade and Industry

- Organization of Small & Medium Enterprises and Regional  
Innovation, Japan

-Japan External Trade Organization (JETRO)

-Japan Apparel-Fashion Industry Council

-The Japan Textiles Importers' Association, Japan Textiles Exporters' Association



The PTJ (Premium Textile Japan) fair, aiming to provide a platform uniting top domestic textile producers supplying fabrics with high added value and buyers marketing authentic brands and products, celebrated its 5<sup>th</sup> anniversary. With a favourable and acclaimed track record over the four previous events to date, this occasion saw a record number of application, including participants from overseas; Thailand, Taiwan, Turkey and India. Equally important was the shift in venue to the Tokyo International Forum at Yuraku-cho from last year, which was greatly appreciated by most visitors, attracting praise such as “More easily accessed”, as clearly reflected in a visitor total exceeding 5,000 for the first time for a PTJ S/S event. The PTJ, with a reputation for a high proportion of buyers among visitors (87%) proved its presence and was acknowledged as a textile business platform of significance rather than a mere festival-type event.

Exhibitor details: 67 entries / 85.5 standard booths (\* Previous year: 62 / 84)

< **Zone A** > Staples (cotton / linen / wool / blends) : 32 entries / 38 standard booths

< **Zone B** > Filaments (synthetics/silk/ functional/blends) : 14 entries / 23.5 standard booths

< **Zone C** > Dyeing·finishing/prints/embroidery·lace/ leather: 12 entries / 13 standard booths

< **Zone D** > Supporting materials/accessories/knits/twisted yarns:9 entries/11 standard booths

\*Overseas exhibitors : 7 entries / 8 standard booths (Thailand/Taiwan/Turkey/India)

\*PTJ – newly applied : 9 entries / 11 standard booths

■ No. of visitors :

- Apparel / retailers : : 2,186
- Wholesalers / trading companies/ Planning companies ; 2,259
- PRESS : 69
- Organiser's related visitors/groups : 44
- Others : 534



Total no. : 5,092 (compared to 4,538 the previous year, equating to growth of 112.2%)

■ PTJ Business supporting programmes

1) Business matching programme

A business matching programme for exhibitors and VIP buyers was operated during the fair. Participants included Aba House International Co., making its debut, and a retailer 'Ito-Yokado Co., Ltd.' < MADE IN JAPAN> project team and Takashimaya Co., Ltd. <Catalogue/online sales – 'I-3(trois)' team> alongside creators/designer maisons having participated in the JFW collection business. This programme was established as the centrepiece of the PTJ fair, which attained greater success this time.

«VIP Buyers» 7 companies (25 buyers)

< Apparel / retailing companies : brands >

- Aba House International Co., :  
devinette, qualite, 5351 Pour Les Femme
- Ito-Yokado Co., Ltd. : 'MADE IN JAPAN' Project Team and others
- Takashimaya Co., Ltd. : Catalogue/online sales 'I-3(trois)' team and others



< Designer maisons : brands / designers (belonging companies) >

- ayumi.mitsukane / Ayumi Mitsukane (T-Three Co., Ltd.)
- DRESSCAMP / Toshikazu Iwaya (IWY)
- HAN AHN SOON / Han Ahn Soon (MARK STYLER Co., Ltd.)
- HISUI / Hiroko Ito (ZEROZEROESUESU Inc.)



- No. of participants (companies) in business matchng: 23

-No. of matching set-ups : 37

## Feed-back from buyers having participated

### **Takashimaya Co., Ltd.**

#### **Crossmedia Business / Catalogue Sales Div. Development Group No. 1**

#### **Ms. Michiyo Suzuki, Deputy Manager / Mr. Fuminori Nagai, Section Manager**

Although this was our second time to participate in this matching programme, time was not quite sufficient. When we hear the stories behind the fabric manufacturing from the makers, we discover a surprisingly large number of keenly sought-after fabrics with strong attachment. Last year, we featured one of the companies introduced through this matching programme in our catalogue entitled 'Power of Japan' (Japan skills), including photos of their factories. This time we met three different companies in this programme, who showed off new fabrics with interest.

Department stores tend not to purchase fabrics – this is done by apparel companies to make products. Consequently we create products by collaborating with apparel companies, fabric suppliers and ourselves - 3 parties coming together. Although the PTJ fair participants are limited to textile makers, we hope to also persuade sewing companies to participate, as we believe this would strengthen the 'Made in Japan' creation by teaming up as a single entity when textile / sewing / apparel / retailing all go hand in hand.



### **<DRESSCAMP > / Designer Toshikazu Iwaya**

I once participated in the Japan Creation fair (organised by JFW) when I used to handle fabrics. The good thing about the PTJ business matching is that we can pre-check the fabrics of makers of interest, prior to on-site negotiation, which helps us have clearly focused business talks. It is also more efficient and business-like to arrange face-to-face individual meetings rather than visiting the exhibitors' booths one by one, as we can concentrate on discussing the key points in a focused way.

When I do go around PTJ booths, it is obvious what each exhibitor intends to target or promote or the direction in which they want to go and whether they are showcasing items out of a particular creation. Although I never purchase fabrics which do not coincide with my own direction, even if they are specially made, I still find them more appealing than makers who try to cover everything with a wide range. Japan-made fabrics are often considered expensive, but I do not consider the level shocking, and



indeed tend to find European fabrics costlier. The ratio of Japan textiles used in my creation is about 80%, and I stick to a basis of originality. That is why I try to maintain closer relationships with fabric makers to engage in thorough dialogue and thus expand the creative potential.

**< ayumi.mitsukane > / Designer, Ayumi Mitsukane**

This business matching programme provides an exclusively arranged individual meeting venue for negotiations, which allows participants to discuss business comprehensively and calmly, in a forum where several questions can be quite freely asked from the fabric makers. I find this system quite efficient as a regular PTJ fair visitor, since the top makers' booths tend to be packed, making it difficult to source the fabrics I want calmly. This matching programme made it possible for me to obtain some new and unique facts and information for the first time. This time I met with 4 companies, all of whom were friendly. As I prioritise silhouettes, the ability to obtain silhouetting is key when selecting fabrics. This time, my topic of choice is the <Optical Artistic> theme. For example, an outfit seemingly separated into dual top and bottom garments is actually just a single item. Sharing this concept would allow me to source suitable fabrics for my creation.



**2) Premium Textile Japan – Individual consultation on exporting (for exhibitors) -**

From this fair, by cooperating with JETRO, we will implement an advisory meeting programme on overseas sales channels and expansion of exporting for small- and medium-sized enterprises exhibiting in the PTJ fair. Efficient presentations/proposals with sufficient acknowledgement/understanding of overseas buyers in the negotiations is key, alongside follow-ups which would boost the potential for further achievement. This programme will help and support those attempting to tackle overseas business and needing basic know-how or those experiencing difficulties despite all efforts involved. Taking this PTJ opportunity, we established an individual consultation system allowing the lecturer/advisor to render concrete advice onsite while checking the exhibitors' fabric samples, coping on a case-by-case basis.

« Programme details »

Organiser : JETRO, Japan Fashion Week Organization (JFW)

Venue : Within the PTJ fair venue (in each booth)

\* Allocated time per company : approx..40 min.)

Participant criteria : Small-and medium-sized textile companies, exhibiting in the PTJ fair

No. of participants (companies) : 17 (free of charge)

Lecturer / advisor : Mr. Kazuyoshi Muto



### **Participants' feed-back**

One of the participants, TATSUMI WEAVING CO., LTD. commented 'It was extremely useful and helpful. Since we have no agent in the USA, Mr. Muto will introduce someone. We also learned how to follow up our business after sending out our fabric swatches for the very first time.' which seemed quite satisfactory.

FURUHASHI WEAVING CO., LTD. also praised this advisory programme with these words: 'It was truly useful in concrete terms, particularly the examples of how to handle agents; not only when we receive orders but to require a monthly report. We were also told about particular finishing for exporting items and the fact that overseas markets prefer neat and pretty fabrics, even using the same base as grey fabrics. We would like to take the opportunity presented by the present weak yen market.'

### **Comments by the Coordinator, Mr. Kazuyoshi Muto**

I visited a total of 17 companies to give on-site advice over two days, covering various types of business; those with previous exporting experience, those aiming to newly challenge exporting from now and so on. I had the strong impression quite a few companies suffer from efforts to break out of their shells. In case the roadblock means breaking the target of a hundred million JPY or 1 billion JPY, the human resources/capability of employees may be key, while if the target rises to the 3 - 5 billion JPY scale, internal company restructuring may be involved. The level of 5 - 10 billion JPY would certainly require an overseas organisation such as a trading company to be established etc.. When I checked the fabrics in their booths, I was



also asked concrete questions like 'What is the appropriate selling price or price range?', or 'When should we start selling?', and other questions including 'What is an agent? How do we process contracts with agents?' What I can tell is that the exporting business happens to require long-term negotiation. Accordingly, I simply hope this consultation programme can help contribute to the initial step. I advised those I consulted to feel free to approach me for any further advice whenever they had difficulties or were in trouble, even after the PTJ fair is over. I truly wish to further support the exporting business of Japan textiles by optimally exploiting experienced experts, including retired OBs.

## ■ Visitors' feed-back

**Designer Yasutoshi Ezumi** visits the fair on each occasion to source fabrics. 'Since this fair is a total textile fair, a wide range of fabrics are available in terms of variation compared with individual fabric fairs/salons, which adds significant value to the fair. I usually look for fabrics online or at the index corner, but when I have more concrete ideas for creation, for example, if I want to source lace or jacquard in particular, I go for booths with those items. Compared with previous fairs, the minimum quantity (batch) was set to 1 roll instead of 2-3. We appreciate that, since we start by making samples for which only a small quantity is required, on the basis of orders received. I see more makers who understand this business situation.' he commented. It seems that efforts to deal with factories to cope with a small scale are being reinforced with each fair.

'OMI ORIMONO Co., Ltd. is one of them. Their jacquard textiles are fantastic. I publicise the fact that I use their fabrics in my show, since they always listen to my specific (small-scale) requests when I order. I also use Italian knit yarns, but



Mr. Yasutoshi Ezumi

Mr. Yu Amatsu

Mr. Takayuki Chino

Japanese fabrics are very varied and the scope of Japan-made items covers most of what is found in the world. This is proof of profound technicity. Each season is a struggle for us as designers - win or lose. There are tough questions posed each season as to whether my clothing will sell well at shops. To clarify things, ideas and thoughts must be exchanged with textile makers, giving detailed and specific plans for the kind of clothes they have in mind. I do believe that closer contacts and detailed exchanges between mid- and downstream sectors would be key to development for the future Japanese fashion industry.' he explained.

**Designer Yu Amatsu, (A DEGREE FAHRENHEIT)** also comes to source his fabrics at the PTJ. 'What I seek varies according to the theme each time, so I am constantly checking fabrics. As for designers, the unit of the lot (batch) is more important than price. When I survey the fair venue, some booths make me feel like entering as they clearly showcase what they want to promote and thus arouse my curiosity.'

**Designer Takayuki Chino, (bethourire)** came to the fair to source thin/light yet taut fabrics. 'I sense the kind of makers or what they showcase when I see how they present their products.' seemingly reflecting the importance of product presentation.

## ■ Exposure to media

PTJ, attracting greater attention with each new fair, has again been retained and showcased in various mass media, centring as usual on specialized paper/magazines. Moreover, it was also covered by NHK overseas broadcast in the < Fashion Express > to be widely distributed overseas.

### ○ Specialised magazines

- The SEN-I-NEWS (Editions: Mar.12 / May 7, 9, 10, 13-16)
- The Senken Shimbun (Editions: Mar.11 / Apr. 24 / May 1, 8-9, 15, 17, 21)
- Credit report, Bagazinem, Shinso Living Times, etc.

### ○ Website

Mass media / trade journal / textile industry related associations / designers' blogs

NHK WORLD TOKYO FASHION EXPRESS / Weekly Fashion Joho (Fashion-J) /  
Biz STYLE / We Connect Fashion / KINO / HidenobuYasui / MODEACOTE etc.

Exhibitors' website/blog:

Omi Orimono Co.,Ltd. / ORTA ANADOLU / Cloth Japan / Sanyo Senko Co., Ltd. /  
Tatsumi Weaving Co., Ltd. / Hataoka Co., / Asuwa Kogyosho / Panoco Trading Co., Ltd. /  
Maruman Inc. / Miyata WF Co., Ltd. / Morikiku Co., Ltd. / Mondo Co., Ltd. etc.

## ■ PTJ 2014S/S - Exhibitors' feedback

According to the exhibitors' questionnaire, more than 80% answered that they were able to achieve a positive result. Many repeat exhibitors also commented that the fair had turned out to be a success in terms of both the number of visitors and negotiation cases compared with the previous show. In terms of business quality, most visitors expressed satisfaction that the fair had achieved great improvements, with highly focused talks and sourcings, e.g. specific details of swatches requested, meeting a key requirement and kick-starting business negotiations. As for the venue, almost 100% of exhibitors replied that they were 'satisfied' with the location of the Tokyo International Forum thanks to its efficiency and convenience, despite the narrow passageways or limited booth spacing, representing enhanced popularity for continued participation in the PTJ fair.

## ■ Upcoming programmes

### ○ Premium Textile Japan 2014 Autumn/Winter

- Dates : Nov. 20 – 21, 2013 (Wed. – Thu.)
- Time : 10:00 – 18:00
- Venue : Tokyo International Forum / Hall 2
- Visitors : Buyers & invited visitors only <Admission : free>
- Organiser : Japan Fashion Week Organization
- Supporters : (planned)
  - Ministry of Economy, Trade and Industry
  - Organization of Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, Japan
  - Japan External Trade Organization (JETRO)
  - Japan Apparel-Fashion Industry Council
  - The Japan Textiles Importers' Association, Japan Textiles Exporters' Association

### ■ JFW Japan Creation 2014 (to be held concurrently)

- Venue : Tokyo International Forum / Hall 1
- Visitors : Buyers and invited visitors, textile industry related visitors and students
- Admission : JPY2,000 (same day ticket) / JPY1,000 (discount ticket for pre-registration/students)



2014 SPRING SUMMER



## Premium Textile Japan

### 【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、ニット、擦糸 : 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。米国にはエージェントがないため、武藤さんから紹介してもらうことになりました。海外へ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のか」といった具体的な現場の質問もありました。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。そのためにも、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