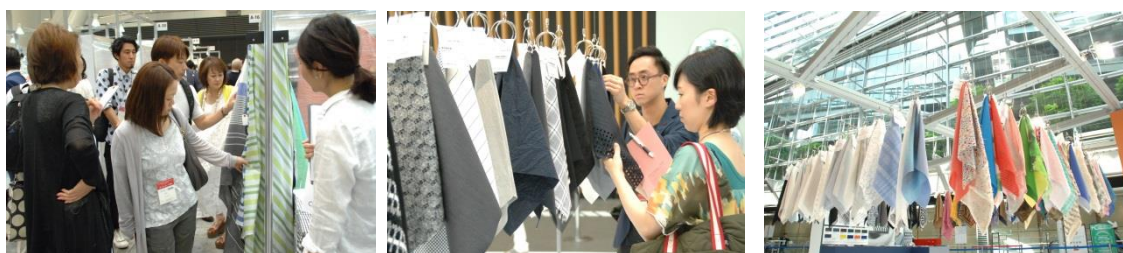


Premium Textile Japan 2017 Spring/Summer



【開催概要】

- ◇ 日時 : 2016年5月24日(火)～25日(水)(10:00-18:30/18:00)
- ◇ 会場 : 東京国際フォーラム ホールE (展示ホール)
- ◇ 来場者 : パイヤー及び招待者限定 [入場無料]
- ◇ 出展者 : 書類及びスワッチ審査を通過した厳選出展者 (団体不可)
- ◇ 主催 : 一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構 (JFW)
- ◇ 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
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、昨年秋の開催で節目の10回目を迎え、今回の11回目から装いも新たにリ・スタートします。過去の好評な開催実績を背景に、今回も過去最高の応募申し込み数を更新。また、来場者数も回を重ねる毎に増加し昨年5月に行われたPTJは6,458人(前年比117%)となり、内パイヤーは85%と高い比率を維持しています。

今回は会場を東京国際フォーラム Hall.E1 に変わり、従来の1.5倍の規模で開催します。同時にブースデザインも一新し、場内各所に商談テーブルを増設、また、関連プログラムも新企画をスタート致します。他の繊維・アパレル展が出展者及び、来場者の確保に苦戦している中、PTJは“真剣なテキスタイル・ビジネス商談会”として定着し、業界にとって最も重要なイベントとなっている。

□ 出展状況 : 96件/123小間 (PTJ2016SS実績: 80件 / 104小間)

■ゾーン内訳【PTJ2016SS 実績 : 80件/104小間】			
ゾーン	件数	小間数	内)新規・復活
A:織物短繊維(コットン、麻、ウール、複合)	37	46.5	8件/8.5小間
B:織物長繊維(化合繊、シルク、機能素材、複合)	21	34	3件/3.5
C:染色・後加工、プリント、刺繍・レース、皮革	21	24.5	4件/4小間
D:服飾資材、ニット、燃糸、パイル	15	17.5	3件/3小間
メディアスタンド	2	0.5	
合計	96	123	18件/19小間

■PTJ2017SS 出展者_内訳			
	件数	小間数	内)新規・復活
国内	84	112.5	13件/14小間
海外	10	10	5件/5小間
メディアスタンド	2	0.5	
合計	96	123	18件/19小間

* 海外出展: 10社 (韓国×2、中国×2、タイ×3、インド、トルコ、アメリカ) * 新規出展: 12社

□ トレンド・コーナー & インデックス・コーナー

毎回趣向を凝らした施工と演出で来場者の目を引くトレンド&インデックス・コーナー。今回はホール面積が広がったことから久々に展示ホール内に設置する。施工デザインはミラノ、上海出展時と同様のコンセプトで“大壁面の連続で空間を構成。大きくくり抜かれた窓から景色を愛でる様をイメージ”、未来への可能性を進化させたジャパン・テキスタイルを風景として写し出しています。特に中央に吊られた大きな提灯をアイコンとし、一際、印象的なコーナーに仕上げます。

<TREND コーナー テーマ別展示点数>

「妄想ミステリアスな巡礼」 171点

「女たちに捧げるロマンチック物語」 180点

「音楽と美術のモードな交差点」 171点

「充実した贅沢な一日の休日」 172点 : 合計 694点

<INDEX コーナー展示点数> 273点



The Japan Observatory at MU



Intertextile 上海 2017SS

□ 会場レイアウト

会場拡張に伴い、出展者数が過去最大の 96社 123小間(前年比 118%)となる今回、長年の課題だった混雑緩和を図る。特に出展者・来場者双方からリクエストが多かった通路幅の拡張に関して、今回は最も狭い処で 2.5mを確保、大半が 3m以上を確保。また、極力クランクを排し回り易いレイアウトとなっている。同時にビジネスラウンジも2ヶ所とし、通路中央の商談テーブルを合わせると、従来の2倍以上の商談テーブルを設置している。更に、会場の所々に観葉植物を設置し目にも優しい会場となっている。

□ 新型ブースの導入

第 10 回目まで使用した PTJ ブースは、第 1 回目の会場(TEPIA、スタジアムプレイス青山)が、展開面積が狭く天井高も低い事から、サイドパネルを低くし(H 1.8m)半透明のパネルとする事で閉塞感を軽減する狙いがあった。しかし現在では、天井高が十分の東京国際フォーラムに移り、第 11 回目を迎えた事で、リ・スタートの意味もあり今回より新型ブースを導入する。

従来型のブースでは半透明故に説明ボード等を貼ると、隣の小間にその裏面が映りこむきらいがあった。また、出展者から壁面への展示・装飾面積の拡大要望もあった事から、新型ブースでは半透明パネルをやめ、白パネルに黒フレームというよりシャープなデザインに変更する。また背面・サイド共 H 2.4m パネルにする事で従来比 122%の壁面面積を確保している。

PTJ 2017S/S新ブースプラン仕様のポイント

◆ 新ブースプラン



変更点1.
システムフレーム: 黒
⇒白と黒を基調のデザインブース

変更点2.
バック・サイドパネルとも白壁面H.2.4m
⇒展示装飾が壁面H.2.4m可能

変更点3.
通路面の折り返しパネル: 黒
(社名・小間番号・アイコン表記は、
黒ベースに白文字)

◆ 新ブースプラン(別角度)



□ Textile Workshop ～日本の素材を学ぼう！～

PTJ 第 1 回から 10 回まで開催してきた「ビジネス・マッチング・プログラム」に代わり、今回より新企画「Textile Workshop ～日本の素材を学ぼう～」をスタートします。

JFW テキスタイル事業のコンセプトはー

- ① 国内外において有効な**ビジネスの場の提供**
- ② 日本製素材の**ブランディング化**
- ③ 展示会という装置を使った「**人材育成**」 ～の3つ。

①に関しては PTJ と JFW-JC を開催し国内ビジネスの活性化を図ると共に、海外では現在でも継続している上海・ミラノ・ソウル、過去には香港・デリー・ムンバイ等でビジネスの場を提供し、輸出促進を図ってきた。同時に②においても各地でトレンド・コーナーを設置し Web、印刷物、動画等で日本製素材のブランディング化に努めて来た。また、③の人材育成に関しても産学コラボ「Form Presentation」や、「Piggy's Special」などを行い、JFW-JC では積極的に学生を受け入れて来た。

しかし、アパレルの企画業務のアウトソーシングが進み、製品仕入れ、OEM/ODM 取引の常態化により商品企画に携わる人達の産地や素材の知識低下が問題となっている。そこで、JFW では業界人となって間もない商品企画従事者を対象に、“寺子屋”をイメージした Textile Workshop を開催する。PTJ 出展の産地企業人を講師として招き、毎回対象素材を変えたレクチャーを行う事で、日本製素材や産地への認識を深めて貰う事を目的とする。