

Intertextile Shanghai 「Japan Pavilion」 2016 Autumn Edition

【開催報告】

■ Intertextile Shanghai Autumn Edition 2016 開催報告

- ◇ 展示会名： Intertextile Shanghai Apparel Fabrics Autumn Edition 2016
- ◇ 会場： 中国国家会展中心（National Exhibition and Convention Center (SHANGHAI)）
- ◇ 会期： 2016年10月11日（火）～13日（木） 9:00～18:00
- ◇ 主催： Messe Frankfurt (HK) Ltd. 中国国際貿易促進委員会紡織行業分会（CCPIT）
China Textile Information Center (CTIC)
- ◇ 展示会面積： 260,000 m² * 2015年: 228,000m²
- ◇ 出展者数： 4,553社(29カ国・地域) * 2015年: 4,642社(29カ国・地域)
- ◇ 入場者数： 73,000名以上（90カ国・地域） * 2015年: 66,256名（97カ国・地域） <約10%増>
（同時開催展： Yarn Expo Autumn, PH Value & CHIC への入場者含む）



世界最大の繊維総合見本市 Intertextile 上海 2016 Autumn Edition が10月11日～13日に開催された。主催者は当初5,000社以上の出展を予想したが、今回展は初めて前年をやや下回る4,553社の参加に止まった。これも現在の中国経済の不透明さの表れとも思えるが、来場者数に関しては前年対比+10%と、改めて同展の集客力の高さを示す結果となった。また、展開面積も昨年の9ホールから10ホールとなり、260,000m²を超える規模で開催された。併催展は昨年と同じ「YARN EXPO」（糸）、「PH バリュー」（ニット/OEM）、「CHIC」（アパレル）の3展だが、規模・集客力の点では Intertextile が圧倒的な存在感を見せつけた。

同展の目玉である国際館は、今回も欧州の出展者で構成された『サロン・ヨーロッパ』が設けられ、ドイツ、ポルトガル、トルコ、ミラノウニカ（イタリア）に加え、フランスが Pavilion 形式で出展した。元来、同展には PV 上海（昨年撤退）の関係からフランス企業の出展が殆ど無かったが、昨年から加わった事で主催者も、『Wellcome! French Pavilion』と大きな表示で歓迎していた。アジア出展者も、インド、インドネシア、日本、韓国、台湾、タイに加え、今回より香港（主催：香港貿易発展局）が Pavilion 形式で初出展を果たした。ただ、国際館を主催するメッセ・フランクフルトの母国ドイツは、規模縮小が著しく、更に、『サロン・ヨーロッパ』の中心的な出展者である MU Pavilion も昨年の2,000m²から1,300m²へと縮小。その他に最大規模の韓国、台湾 Pavilion も出展者を減らす等、中国経済減速の影響は色濃く反映された。そんな中、Japan Pavilion (JP) だけが前年を上回る規模での出展となり、主催者からも感謝の意を示された。

■ Intertextile Shanghai 「Japan Pavilion」 2016 Autumn Edition 開催報告

- ◆ 『Japan Pavilion』 開催概要
- ◇ 出展場所： 国際館内（Hall.6.2）

- ◇ 出展内容: ビジネスコーナー+ジャパン・トレンドコーナー
- ◇ 出展規模: 43社/118小間 + JFWトレンドコーナー他 9小間 合計:127小間(1,143m²)
- ◇ 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)

出展企業: 旭化成(株)、旭硝子(株)、(株)アタゴ、宇仁繊維(株)、エス・アール商事/東亜合成(株) *、大津毛織(株) *、(株)カゲヤマ、熊澤商事(株)、(株)クリスタルクロス、(株)クroppオザキ、桑村繊維(株)、ゴードEMB(株) *、(株)コッカ、齋栄織物(株)、サカイオーベックス(株)/酒伊貿易(上海)有限公司、坂本デニム(株) *、(株)サンウエル、柴屋(株) *、双日ファッション(株)、第一織物(株)、瀧定名古屋(株)、タキヒヨー(株)、田村駒(株) *、(株)チクマイインターナショナル、蝶理(株)、帝人フロンティア(株)、同興商事(株)、東レ(株)“ウルトラスエード”、豊島(株)、西村レース(株)、日清紡テキスタイル(株)、日鉄住金物産(株)、早善織物(株) *、ファルコンインターナショナル(株) *、前多(株)、溝呂木(株) *、村田機械(株)、(株)名祥堂 *、モリリン(株)、(株)ヤギ、八木通商(株)、(株)ルシアン、ワールドリンク(株) * /JFW (* 新規出展)

2009年10月に「JFW-JC in 上海」として初出展し、今回でJFW主催の JP も第10回目の開催となる。2009年時点では約50小間規模のJPだったが、今回は43社127小間という規模で参加企業は最多、小間数でも過去2番目となった。今回の特徴は新規出展者が10社と多かったこと。その内の多くは中国子会社での出展経験がある企業だが、JPへの鞍替えの理由は、「JPの集客力」と口を揃える。また「JP内に出る事で得られる信用力」と云う出展者もあった。現在のJPは国際館の中でも特に人気が高く、隣接する他国のPavilionから羨ましがられる程になっている。4500社の中から日系企業を選んで訪れる理由の1つは“素材のバリエーションの豊富さ”。合織(ファッション系、機能系)、綿・ウール・シルクなどの天然繊維、更にカットソーやプリントやデニム、レースやエンブroidリーや副資材など多岐に渡る商材群を網羅するPavilionは他には無い。また、1番大事なのは“他にはない素材”を発信し続けている点。突き抜けて良いものや独自性を追求した素材を作り出す日本企業は、近年差別化を志向する中国アパレルの関心の的となっている。素材のクオリティ面だけでなくコンバーターを中心とした“即納が可能な備蓄販売機能”や、トラブルでも逃げない“信用性”も日系企業の大きな強みとなっている。

中国人バイヤーに限らず多種多様なバイヤーが訪れるJP。中国における標準的な支払い条件に比べても、日系企業の条件(前払い比重の高さ)は厳しく、バイヤーからは条件緩和を求められる事も多い。現在のJP出展企業の人気を考慮すれば、条件緩和により売上upは確実に可能だが、同時にその分リスクが高まる。既存客の発注力が弱くなっている現在、事業拡大に新規開拓は欠かせないが、与信管理との微妙なバランスが今後も求められる。



■ JAPAN TEXTILE PR CORNER (TREND&INDEX)

前述の通りJPの人気と集客を支えているのがJAPAN TEXTILE PR CORNER。JP出品素材の魅力を最大限に引き出し、来場者に伝える事で日本素材のブランディング化を図ると同時に、出展者ブースへの効率的な誘引を果たす

装置となっている。毎回、JP訪れるバイヤーから好評を得ている同コーナーだが、今回も日本的且つスタイリッシュでインパクトある空間作りを目指し、日本のミニマム空間である「茶室」をイメージし4つのトレンドテーマ それぞれに大小の部屋を構築。大胆な格子柄と墨グラフィックは国際館の中でも大変目立ち、JPの象徴的なコーナーとなっていた。

