

## Premium Textile Japan 2019 Spring/Summer

### 【開催報告】



- ◇ 日時 : 2018年5月9日(水)～10日(木) (10:00-18:30/18:00)
- ◇ 会場 : 東京国際フォーラム ホール E-1 (3,000 m<sup>2</sup>)
- ◇ 来場者 : バ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)
- ◇ 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、今回で区切りの 15 回目を迎えた。繊維・ファッション業界を取り巻く環境の厳しさは増すばかりだが、PTJ は過去の好評な開催実績を背景に、今回も多数の応募申し込み数を記録。中でも審査を通過した新規出展者が、13 社と過去最多となっている。また、会期中の午前中は雷雨と 5 月とは思えない気温低下に見舞われたが、来場者数は前年を上回る 5987 名（前年比 103%）を数え、各所で熱心な商談が繰り広げられた。特に、ここ数回はアパレルの来場者数の伸長が見られたが、今回もその傾向は続き、商品企画における差別化を素材に求めている事が伺える。また、近年海外来場者が多くなっているが、今回も事前に団体（中国）での来場登録が複数あり、他にも米国やロシア人バイヤーが訪れ、日本素材への関心の高さが伺える。PTJ は他の繊維・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、“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。

| ■ PTJ2019SS 出展状況 <b>94社/125.1小間</b> (9m <sup>2</sup> 換算) |                          |            |
|--|--------------------------|------------|
| ゾーン  |                          | 社数/小間数     |
| <Aゾーン>   | 短繊維 (綿、麻、ウール、複合)         | 37社/48.6小間 |
| <Bゾーン>   | 長繊維 (化合繊、シルク、機能素材、複合)    | 23社/36.5小間 |
| <Cゾーン>   | 染色・後加工、プリント、刺繍・レース、皮革・毛皮 | 23社/27小間   |
| <Dゾーン>   | 服飾資材、ニット、撚糸、パイル          | 11社/13小間   |

- \* 新規出展 (13 社) : (株)オールブルー、(株)岡本テキスタイル、(株)ワン・エニー、高坂繊維(株)、東京田川(株)、宮眞(株)、(株)エミュ・ラクサイ、小島染織工業(株)、(株)ドゥースリー、日本蚕毛染色(株)、二渡レース(株)、(株)大定、TOP Textile/Korea
- \* 海外出展 (7 社) : 韓国 4 社、中国、タイ、トルコ

| ■ PTJ2019SS来場者数 |         |            |       |            |         |       |
|-----------------|---------|------------|-------|------------|---------|-------|
| 展示会名            | アパレル・小売 | 問屋・商社・企画会社 | PRESS | 主催関係者・関係団体 | Visitor | 計     |
| PTJ2019SS       | 2,783   | 2,199      | 70    | 85         | 850     | 5,987 |

PTJ2018SS展：5,813人（前年対比103%）

## ■ TREND&INDEX コーナー

毎回、来場者で賑わう TREND&INDEX コーナー。今回の施工は、2019SS 概観の「対話」をキーワードに“対”として語りかけてくるトレンド・ビジュアルをアクリル・パネルにプリントし、SSシーズンらしい透明感を演出。4つに区切られたトレンドエリアの両サイドにはインデックス・コーナーを設置し、多くの来場者がストレスを感じずに見られる様に導線を工夫した。また、素材展示法も“吊り”を主体に構成し、トレンド&インデックス全体で823点の素材が来場者を迎えた。



来場者の声からも、「今回のトレンドコーナーの施工デザインは非常に素晴らしい。透明感があり春らしいし、コンセプトも理解しやすくビジュアル的にも非常に魅力的である」との高い評価を得た。

## ■ 関連プログラム：

### <Textile Workshop ～日本の素材を学ぼう！～>

- ◇ 開催日時：2018年5月9日（水）～10日（木） 各日10：30～（60分）
- ◇ 開催場所：PTJ会場内の特設レクチャールーム
- ◇ 受講者：アパレル・服飾雑貨メーカー、小売り、デザイナー・メゾン等に勤務し、商品企画・素材仕入れに携わる職歴5年未満の若手社員
- ◇ 募集人数：各回15～20名 ※学生不可

#### ◆ テーマー素材（産地）：講師

➢ 5月9日：素材－デニム（備後産地） 講師：カイハラ(株) 代表取締役会長 貝原良治氏

#### 《講演内容》

まず、バッチ染色とロープ染色の違い、インディゴは酸化して初めてグリーンからブルーに変わる等の技術的な解説を行った。そして、「国内のNBは苦戦。SPAの攻勢の他、Netでも売られている」とチャネルの変化を指摘。社業においては、糸から一貫生産する理由や、縫製工場の要望を取り入れたモノ作り等を紹介。「量や値段では新興国に対抗出来ない。当社の使命は常に新しいものを作ること」と、日本の生産業が生き残る術を語られた。

➤ 5月10日：素材－ニットファブリック（和歌山産地） 講師：(有)紀南莫大小工場 副社長 南方敏伸氏

≪講演内容≫

日本のメリヤス生産の歴史は1872年、東京の本所で始まり、1909年頃に和歌山ニット産地がスタート。1980年代の“裏毛ブーム”で更に拡大した経緯を南方氏が紹介。井上卓也氏は、自身が大学のテキスタイルコースで学んだ際に、明らかにメリヤスの説明が少なかった体験談の他、糸の番手、撚り、混紡と交撚の違いから、シングルニットとダブルニット、インチとゲージの意味、染色加工等、技術的な解説を行った。



■ Topics :

➤ J∞Quality 事業との連携

PTJ (JFW-JC) では従来からビジネス・アイコン (4種) をHPやブースの社名板、ガイドブック等に表示し、出展者の特徴を解り易く表して来たが、新たなアイコンとして、近年注目を集めるMADE IN JAPANを表す“J∞Quality 認証企業”のアイコンを追加した。また、今回出展しているJ∞Q認証企業 (20社) には、どの工程 (織・編み/染色・整理/縫製/企画・販売) の認証企業かを表すロゴマークのPOPを日本ファッション産業協議会から支給した。更に、今回はJFWの全面的な協力によりJ∞Quality PRブースを設置し、出展者・来場者へ認知向上に努めた。



➤ エルコーレ・ポット・ポアラ Milano Unica 会長の来場と、記者会見への参加

会期2日目、ポット・ポアラ MU 会長がPTJを訪れた。TREND&INDEXコーナーやMU出展企業を中心にブースを訪問し、出品素材の説明を受けた。また、記者会見にも参加し、「PTJは非常にオーガナイズされた展示会で素晴らしい。また、日本素材のレベルの高さ、クリエイション力の豊かさを改めて感じた」と感想を述べた。MUに関しては「秋冬展の会期を9月から7月に変更した事は、特に婦人服分野から好評だった」「現在のMUにとって、日本企業の出展は大変重要」と説明。今後、最も重要な点に関しては「リスクを恐れず、まず行動すること。商品説明だけでなく、生産背景やサステナビリティといった見えないモノの価値やストーリーの訴求。そしてデジタルの活用」を上げた。記者から「日本企業の課題」を問われると、「素晴らしい素材作りの基盤となる“メイド・イン・ジャパン”に誇りを持って、もっと効果的に訴求すること」と答えた。





## ➤ 来場者の声

### ～差別化ニーズに応える～

「真似して売れる時代ではなくなった。次のステージに上がるため、新しい素材を求めてPTJに来た」(商社)、「カラーが重要なポイントになっている。今回のPTJはいつも以上にカラーが豊富だった」(アパレル)、「トレンドが変わり、次に向けた新しい素材を探しに来た。何回来ても素材は常に新鮮だ」(デザイナー)。市場では差別化ニーズが高まっており、来場者もその目的が明確になっています。「何回も来ている。今回も使えそうな面白い生地があった。」(舞台衣装メーカー) 素材のバリエーションの広がりもPTJの魅力のようです。「産地の特性を押し出しているところがいい」(アパレル)、「ジャカードを探しに来たがあった」(アパレル)、「トレンドコーナーで新しいものを発見した。什器も結構凝っていて、メーカーの気合を感じた」(問屋)、「気になる会社が数社あった」(アパレル)といった声が上がっていました。デザイナーも「オリジナルのレースや透明感のある素材を探しに来たが、目的を達成できた」とコメントしています。

「ないと思っていたカットソーが今回はあった」(アパレル)、「もっとカットソーの出展者を増やしてほしい」(生地商、問屋)といった声も聞かれました。今後も素材のバリエーションの更なる広がりが期待されています。雑貨など衣料以外の来場者も増加しています。「新しい出展者も目についた。今回はデニムが充実していた」(バッグメーカー)、「カスタムオーダーや短納期化へのヒントを探しに来た」(生産システム会社)。

### ～海外バイヤーの来場も倍増～

「インテリア・デザインに使用する為の生地を見に来たが、ファッション・アパレル用も幅広い日本の生地があり、一日中見て回れる。小ロットが希望なので、難しいかと思われたがストック型コンバーターで対応して貰えたので非常に満足。トレンド&インデックスの機能は効率的だと思う。(米国のインテリア・デザイナー)



「いつも PTJ 展には足を運んでいる。中国、USA の大手顧客とビジネスをしている。今迄はイタリア製の生地を仕入れ中国に売ることが多かったが、今後は日本製の素材を中国にもっと売りたい。中国は広く、顧客の質も上がっているの、まだまだ需要は増えると思う」(香港からのバイヤー)

PTJは二回目の来場。著名ブランドで働いていたが最近自分のブランドを立ち上げた、東京⇄オーストリアを往来しているデザイナー。ソーシングしてきた素材はナチュラル、パフォーマンス(機能)素材が中心、ニット&綿、機能素材のブースを探していた。「今後も日本の素材を探し、取り入れていきたい。会場自体はコンパクトだが非常にフォーカス(ビジネス特化型)されていて見やすい。」(Austria ブランド CEO 兼デザイナー)



今回は、中国、台湾からのバイヤー団体も来場した。訪日の目的は「インターテキスタイル上海の Japan Pavilion では見られない日本素材を探すこと」、「婦人向けのトリアセテート素材を探しに来た」等。また、実際に日本素材を見ての感想は「日本素材は特に品質が素晴らしい。中国では年々日本素材の人気が高まっている」と一様に評価する。だが「遅くとも SS で 3 月、AW で 10 月迄に開催されなければ全てが決まってしまう」と会期の遅さを指摘する。一方では「機生からで 40 日以内、糸からでも 60~70 日以内でないと話にならない」とリードタイムの長さも指摘された。また、カラーも「もっと鮮やかな色が欲しい」と述べていた。

様々な広報活動の成果もあり、海外での認知度も高まり、盛況に幕を閉じた PTJ 展。

次回は 11 月に「JFW ジャパン・クリエイション 2019」と同時開催します。

#### <次回開催>

名 称 : Premium Textile Japan 2019Autumn/Winter

日 時 : 2018 年 11 月 21 日(水) ~22 日 (木)

会 場 : 東京国際フォーラム ホール E