

第 24 回 Premium Textile Japan 2024Spring & Summer 開催報告



「第 24 回 Premium Textile Japan 2024Spring/Summer」が 5 月 25 日、東京国際フォーラムのホール E-1 で、2 日間の会期を無事終え閉幕いたしました。今回の出展規模は 74 件・97.5 小間と、前年実績（71 件 92.5 小間）を上回り、来場者も前年比 10%増となりました。新型コロナウイルス感染症は、その水際対策が 4 月末に終了、5 月 8 日には法的位置づけも季節性インフルエンザと同じ 5 類に移行するなど、ウィズコロナへと落ち着いてきました。このため、海外バイヤーの来場も回復しており、次回には元に戻ると期待されています。

今回は二つの新たな試みを行いました。一つは「What's Next」コーナーの設置です。価値観やニーズが多様化するファッション・マーケットで、「次の売れ筋となるテキスタイル」の魅力を啓発する企画展です。28 社の量産を前提とした 30 素材を展示し、来場者がトレンド性、感性、技術、意匠、風合い、マーケティング性などの観点から投票で評価しました。来場者参加型のこの新企画は、出展者の次なる開発への刺激にもなったようです。初めてのことでまだ課題はありますが、継続していきたいと考えています。

もう一つは初日（24 日）の入場を学生にも門戸開放したことです。これまで PTJ では来場者をバイヤーに限っていました。しかし、プルミエール・ビジョンやミラノ・ウニカでも日にちを限定して、積極的に学生を受け入れています。ファッション業界に若い人を取り込んでいくためです。

とくに、この 3 年ほど新型コロナ規制で学生の授業はオンラインとなり、モノに触れる機会が少なかったようです。来場した学生からは「見たことのない生地がたくさんあった」「デザイナー、パタンナーを志望していたが、生地を作る仕事にも興味がわいた」といった声が上がりました。

出展者側も学生の入場解禁についてはほぼ好意的で、「むしろもっと早く解禁するべきだった」といった意見の方もおられました。リクルートの側面や、消費者に近いところにある若い人の見方なども参考になります。今後もこうした新しい試みに挑戦しつつ、より内容の濃い展示会開催を目指していきます。

- ☐ 展示会名：第 24 回 Premium Textile Japan 2024Spring & Summer
☐ 会 期：2023 年 5 月 24 日（水）、25 日（木）
☐ 会 場：東京国際フォーラム ホール E 1（3,000 m²）
☐ 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／外務省／知的財産戦略本部／独立行政法人日本貿易振興機構／
 独立行政法人中小企業基盤整備機構／東京都／日本商工会議所／東京商工会議所／
 日本繊維産業連盟／一般財団法人日本ファッション協会／
 一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会／一般財団法人ファッション産業人材育成機構／
 一般社団法人日本百貨店協会／日本繊維輸出組合／日本繊維輸入組合／日本ジーンズ協議会
☐ 来場者：バイヤー及び招待者限定 [事前登録制]

■ 出展エントリー数：74 件 97.5 小間（前年実績：71 件 / 92.5 小間）

	件数	小間数	うち：新規	うち：復活
国内	64	85.5	5 件/5.5 小間	5 件/6 小間
海外	10	12	1 件/2 小間	0
合計	74	97.5	11 件/13.5 小間	

24th Edition
2024 SPRING SUMMER



Premium Textile
Japan

◇ ゾーン別内訳	件数	小間数
A: 織物短繊維(コットン、麻、ウール、複合)	35	43
B: 織物長繊維(化合繊、シルク、機能素材、複合)	18	29
C: 染色・後加工、プリント、刺繍・レース、皮革	19	23
D: 服飾資材、ニットファブリック、燃糸、パイルファブリック	2	2.5
合計	74	97.5



＜新規出展者：6 社＞ (株)植山テキスタイル、高島晒、東京吉岡(株)、フロリア(株)、
ユニゾン、KOHINOOR MILS LTD./Pakistan

＜復活出展者：5 社＞ (株)オカモト商店、(有)コヤマインターナショナル、ササキセルム(株)、(株)ジャパンプルー、
高島商事(株)

＜メディアスタンド：3 社＞ 織研新聞社、ダイセン(株)、メッセフランクフルト ジャパン(株) * 出展者数には含みません。

■ 来場者数：

5,220 人（前年比 10%増）

アパレルの来場も 10%増え、海外からの来場者数は 6 倍に伸びました。コロナ前へと戻つつあります。

会場内は「バイヤーが多い。韓国や中国、台湾などからも来られた」「お客さんが多かった」（出展企業）など盛況な様子でした。新規出展の企業からも「機械メーカーの人も来られた」「たくさんのお客さんを集められた」「新規顧客を得た。継続

出展できるよう取り組みたい」「期待通りだった」と満足の声が聞かれました。

来場者からは「高級な素材が多い」「前回よりもよかった。こだわりの素材があった」（アパレル）、「さまざまな生地があり、産地の生産も回復してきたと感じた」（商社）、「交通アクセスも良く、毎回刺激を受けている」（デザイナー）といった声がありました。

今回は初日（24日）のみ学生の入場を解禁しました。商談に支障をきたすとこれまでバイヤーオンリーでしたが、「問題はない」「むしろもっと前から解禁した方がよかった」と、肯定する声がほとんどを占めました。学生も業界の未来を支える大事な人材です。

□ トренд&インデックスとサステナブル展示コーナー

今回の施工デザインは、ミラノ JOB 展同様に、「切り取った風景を角柱に置き替えて表現。花や草、木立の伸びやかな生命力をイメージしダイナミックに表現、風を感じるようにオープンな感覚で空間構成」しました。サステナブルコーナーはグリーンをベースにトレンドコーナーとの差別化を図りました。また、今回は初めて会場中央に同コーナーを設け、より回遊性の高い会場レイアウトとすることで、賑わいある会場を演出しました。

（展示数：サステナブル 104 点、トレンド 388 点、インデックス 187 点）



□ 『What's Next』 コーナー **New!**

今回の PTJ では、価値観やニーズの多様化するファッション・マーケットで、「次の売れ筋となるテキスタイル」の魅力を啓発する企画展「What's Next」を新設しました。出展者の「What's Next」素材をトレンドコーナー隣接の独立スペースに展示し、来場者が「次の売れ筋テキスタイル」を評価する人気投票を行う来場者参加型のイベントコーナーに、28 社からの 30 点の素材を展示しました。今回は、約 600 人の来場者が投票されました。



投票審査結果は 1 位が宇仁繊維株式会社（ストレッチシアースカー）、2 位は溝呂木株式会社（羽プリントエンブroidリー）、3 位日本蚕毛染色株式会社（GumGum シルク）でした。以下、レインボーワールド株式会社（品名無し）、赤堀産業株式会社（綿和紙 シャーリングローン）、株式会社アルテックス（アンイーブンプリント）などが続きました。

□ デザイナーインタビュー

PTJ 主催者の JFW は、国内の繊維・ファッション産業分野の製造業者、ファッションデザイナー、流通業者が連携し、日本の繊維・ファッションを世界に発信することを目的に様々な事業を行っております。今回の PTJ 展にもコレクション事業に参加する多くのデザイナーが訪れました。来場したデザイナーに PTJ や「What's Next」の印象、日本のテキスタイルに期待することなどをお聞きしました。

●攻めている生地が見たい「FETICO」 舟山 瑛美デザイナー

「FETICO」を立ち上げたのは 2020 年です。エスモード・ジャポンを卒業してから国内のアパレルブランドを数社経験した後、ブランドをスタートしました。JC や PTJ はこれまで何回か見に来ています。会場では知り合いの若いデザイナーに会うこともあり、「みんな新しい生地にもアンテナを張っているな」と思っていました。コンバーターさんのお付き合いがあり、生地を探してもらうこともありますが、どうしても数が限られます。ここに来れば、知らなかった会社や生地を見つけることができます。今回も見つけることができました。

この展示会場ではサステナブル素材が標準装備されています。日本の産地素材に求めるのは、いかにも日本ぽい、というのではなく、海外輸出しているような、「ちょっと攻めているな」と思えるような生地です。小ロットでの対応もお願いしたいですね。会場内にコンシェルジュ的な相談できる人が配置されていると助かります。

●仕事にごまかしがない「IRENISA」 安倍悠治と小林祐デザイナー

デザイナーデュオとしてメンズブランド「IRENISA」を立ち上げたのは 2020 年 AW でした。立体的なデザインにクラフツマンシップを融合させた新しい服を目指してきました。今回の新企画の「What's Next」はアルテックスさんのハンドクラフ的な表情のあるアンイーブンプリントや透過性のある箔プリントが印象的でした。溝呂木さんの羽プリントエンブroidリーもラメ刺繍が施され、清涼感もありました。展示会全体としては天然繊維、とくにシルクが目につきました。

生地の調達では尾州の機屋さんと直接やりとりしたり、富士吉田産地で仕上げ加工を行ったりしています。こうした展示会でそうしたメーカーの方々と出会うことも楽しみの一つです。日本の産地には欧州にない技術もあります。また、まじめな人が多い。ですから仕事にごまかしがありません。とはいえ、欧州の生地には独特の色出しと仕上げのうまさがあります。そうした面でも今後に期待しています。

(2 人の発言を合わせて構成しました)

●産地生地が一堂に集まる場「MEGMIURA」 三浦メグデザイナー

エスモード・ジャポン卒業後、ブランドで学び、2016 年秋冬物で「MEGMIURA」を立ち上げました。同年に Tokyo 新人デザイナーファッション大賞に入賞しました。レディスとしてスタートし、海外のプレタポルテ中心の展開でしたが、新型コロナ感染が世界中に広がり、取引、管理や SHIPPING にも問題が生じました。

このため、21 年秋冬から国内向けに転換し、エイジやジェンダーを問わないブランドにリブランディングしました。ユニセックス、ジェンダーレスです。生地の使い方も変わりました。海外向けではレディス、モード系ですので繊細な素材感を求めました。面白い生地も開発していました。ユニセックスに変えてからは、いろんな人にといいことで、例えばイージーケア性なども採用します。色にしてもあまりカラフルな色は使いませんでしたが、コロナ禍ではカラーを使うことが増えました。コート、ブルゾン、ジャケットといったアウターに特化しています。こうした展示会は全国の産地生地が一堂に集まっており、貴重な場と思います。日本素材はまだロット対応が壁ですが、意匠性の高いものは別注でお願いしています。

