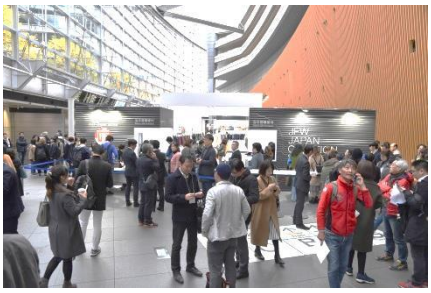
JFW テキスタイル・フェア 2018AW【開催報告】



[会期] 2017 年 11 月 28 日（火）～29 日（水）
[会場] 東京国際フォーラム 展示ホール E ＋ ロビーギャラリー
[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 テキスタイル事業運営委員会
[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

かってない程のアパレル不況から閉塞感漂う繊維・ファッション業界。そんな環境の中、国内最大級の服地見本市「JFW テキスタイル・フェア」が、11 月 28 日、29 日に東京国際フォーラムで開催された。昨年に続き 11 月末という会期の遅さが懸念されたが、開場と同時に全国のテキスタイル・メーカやコンバーターが開発した最新素材を求めるバイヤーで会場は埋め尽くされ、各所で熱心な商談が繰り広げられた。今回の JFW テキスタイル・フェアでは出展申込み時点で Premium Textile Japan（PTJ）、JFW JAPAN CREATION（JFW-JC）共に過去最多となり、来場者数も約 17,500 人と過去 2 番目を記録した。会期を通じての盛況感は取り巻く環境の厳しさとギャップすら感じるが、厳しい市況だからこそ素材で差別化する機運が高まっている表れと見られる。また、近年増えて来た海外バイヤーも今回は特に多く、アジア圏を中心に中東や欧州からも来場者もあった。

■ トレンド＆インデックス・コーナー（ロビーギャリー）

毎回趣向を凝らした施工が話題となるトレンド＆インデックス・コーナー。今回は大型のアーチを幾重にも重ね、中に入ると京都・伏見稲荷神社の千本鳥居のごとく木漏れ日と風を感じるような設計とした。施工コンセプトはミラノ・上海と同じだが東京用に特別にアレンジした。展示構成は JFW が発信するテキスタイル・トレンド・ディレクションを基に JFW-JC と PTJ 双方の出展者から集めた素材をテーマ毎に分類・編集したトレンド・コーナーと、出展各社一押し素材を展示するインデックス・コーナーに分かれ、バイヤーを効果的に出展小間へ誘導する人気のコーナーとなっていた。

➢ **トレンド・テーマ別展示点数**

「黄昏のビギン」217 点 「十人十色」227 点
「考古学の謎」228 点 「妄想リアリズム」213 点 **計 885 点**

➢ **インデックス・コーナー 展示点数**

☐ PTJ2018AW：234 点 ☐ JFW-JC2018 :201 点 **計 435 点**

トレンド＋インデックス 合計 1,320 点

【Premium Textile Japan 2018 Autumn/Winter 開催報告】

◇ 会 場 ：東京国際フォーラム ホール E２
◇ 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）

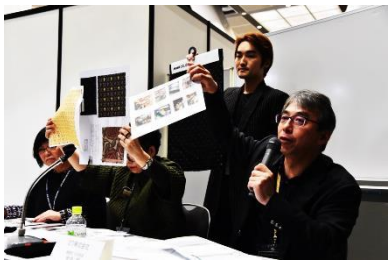
「商談がいつになく熱く、新しい素材へのニーズの高さが感じられる」（PTJ 出展者）とのコメントに代表される様に、今回は例年にも増して多数の来場者と活発な商談が繰り広げられた PTJ。JC とのコネクション・ゲート位置を見直した事で、Hall.E1 側に突き出た PTJ エリアも来場者で賑わっていた。また、PTJ 唯一の関連プログラム“Textile Workshop ～日本の素材を学ぼう！～”も、今回は「ジャカード：桐生産地」と「ベルベット：北陸産地」をテーマに開催された。

■ **PTJ2018AW 出展者数：**82 件 117.1 小間（昨年実績：84 件/115.6 小間）

PTJ2018AW ゾーン	件数	小間数
A 織物短繊維（コットン、麻、ウール、複合）	31	42.6
B 織物長繊維（化合繊、シルク、機能素材、複合）	22	37
C 染色、後加工、プリント、刺繍・レース、皮革	18	20.5
D 服飾資材、ニットファブリック、撚糸、パイルファブリック	11	17
合計	82	117.1

*海外：4 件 4 小間（韓国 2 件、トルコ、イタリア） ＊新規：6 件/7 小間

■Textile Workshop ～日本の素材を学ぼう！～



◇ 開催日時 :2017 年 11 月 28 日（火）～29 日（水）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（＊学生不可）

【 プログラム内容 】

➢ 日本の素材産地とは・・・【講師】 JFW テキスタイルコーディネーター 久山 真弓氏
➢ 産地レクチャー / 素材テーマ

11 月 28 日: ジャカード（桐生産地）講師：今井 毅 (ミワ㈱ 繊維部 担当部長)
11 月 29 日：ベルベット（福井産地）講師：山﨑 昌二 (㈱山﨑ビロード 取締役会長)

【JFW JAPAN CREATION 2018 開催報告】

JFW JAPAN CREATION 2018

◇ 会場：東京国際フォーラム ホール E１ ＋ロビーギャラリー
◇ 来場者：バイヤー及び招待者、業界関係者、学生
◇ 入場料：1,000 円 ※事前団体申込みの場合は 500 円
※「招待状」持参者、Web 事前登録者は無料

■JFW-JC2018 出展者数：99 件／222.8 小間 （昨年実績：98 件 / 218.2 小間）

JFW-JC2018 ゾーン	件数	傘下企業数	総企業数	小間数(6 ㎡換算)
テキスタイル（国内）	57	137	194	132.6
テキスタイル（海外）	22	_	22	28
服飾資材	10	10	20	16
繊維関連・製品	3	3	6	8
皮革・毛皮	5	35	40	37.2
メディアスタンド	2	_	2	1
合計	99 件		284 社	222.8 小間

＊海外:22 件/28 小間 (台湾：10 件/14 小間、韓国：12 件/14 小間) ＊新規：6 件・15 小間

以前の JC は“組合から補助が出るから出展している”企業もあり、来場者からは「やる気がなさそう」「ブースに入る気がしない」等の意見もあったが、現在では新規顧客の開拓に向けて固有の技術や独自性の打出しに努める組合出展者が多い。現在の JFW-JC（PTJ 含む）では「世界最軽量の極薄素材」、「世界一薄い絹織物」、「世界で最も高密度に織れる技術」、「世界で唯一の麻ベルベット」の他、MOMA やブラド美術館への展示・納入実績がある企業が、世界レベルの素材と技術を更に進化させている。その証拠に世界各国の素材展を廻る欧州バイヤーからは、「展示会としては PV 展より Quality が高いと感じる」（グローバル SPA のバイヤー）、「非常にレベルの高い製品が多いと感じる」（Agent）等の評価が寄せられた。また今回、特に来場が多かった中国人バイヤーも「見どころが多く、興味のある企業や製品が多い」と熱心に商談を行っていた。日本の大手アパレルも使い易い素材ばかりに注力するのではなく、JFW-JC や PTJ を通じて日本素材の素晴らしさを認識する事が望まれる。

一方、海外出展者も台湾紡拓会の台湾 Pavilion と韓国繊維産業連盟（KOFOTI）の韓国 Pavilion に、24 社・団体が出展した。KOFOTI では「JFW-JC への出展希望は大変高く、今回は新規の 6 社を入れた」「日本人との商談も増えたが、海外バイヤーとの商談も多かった」とコメント。また台湾 Pavilion もブースへ入り易すいコンパクトな構造に変更した事もあり、初日から順調に賑わいを見せていた。JFW ではミラノ・ウニカやインターテキスタイル上海、プレビュー・イン・ソウルへの出展を通じて日本素材のプロモーションとブランディングを実施して来たが、国内展においても国際化は“待ったなし”の状況となっている。

□ 関連プログラム

○『11th FORM PRESENTATION』 人材育成産学コラボレーション （主催：繊維ファッション産学協議会）

テキスタイルへの深い知識を持ち、そこからクリエイティブなデザイン発想力を持つ人材を輩出する事を目的とした産学連携事業。今回は旭化成㈱繊維事業本部の協力を得て、「ベンベルグ®」をテーマに、約半年間に及ぶプログラムを実施。作品は業界のプロが多数集まる JFW-JC のロビーギャラリーに展示し、学生自ら来場者にプレゼンを行った。特に今年はタブレッドを用いての説明など、例年に比べても来場者へのプレゼンに工夫が見られた。また、今回は旭化成㈱が大型の PR ブースを併設し、TV モニターや大型プロジェクターを使った動画の他に、アーカイブ・コレクションや体感コーナーを設け、多くの来場者に向けて「ベンベルグ®」をアピールした。

【11th FORM PRESENTATION 最終審査通過校（グループ名）】
文化服装学院（PIA）、香蘭ファッションデザイン専門学校（capsize）、ドレスメーカー学院（Humming）
文化ファッション大学院大学（11）、東京モード学園（IAN）、名古屋モード学園（ink）、
エスモードジャポン東京校（Chill）、エスモードジャポン東京校（TAKAGI SPORTS）：7 校／8 グループ

○【PIGGY'S SPECIAL】 ピッグスキン・ファッションショー（主催：東京都、東京製革業産地振興協議会）

毎回、東京を代表する若手デザイナーを起用し注目を集める PIGGY'S SPECIAL。会期中に東京国際フォーラム内に専用会場を設け、プロ部門/学生部門、各 2 回（計 4 回）のランウェイを実施した。特に学生の部は入場出来ない人が 50 人近く出るほど盛況だった。

- プロ部門：11/28（火）13:30－/ 15:00－
  LOKITHO（ロキト）木村晶彦 、SHIROMA (シロマ）城間志保
  作品 POINT：「純白だから出せる美しい染の美しさ」（木村昌彦）、「スエードの柔らかさと風合い」（城間志保）
- 学生部門：11/29（水）13:30- / 15:00- 東京都各種学校、専修学校:12 校
  参加校）専門学校青山ファッションカレッジ、大森家政専門学校、織田ファッション専門学校、江東服飾高等専修学校、
  専門学校田中千代ファッションカレッジ、東京ファッション専門学校、東京モード学園、ドレスメーカー学院、華服飾専門学校、
  専門学校ファッションカレッジ桜丘、二葉ファッションアカデミー、文化服装学院

～～～

«出展者の声»

・「かってない程、盛況」（PTJ 出展者）
・「ブランドのオリジナル性を、わかり易く伝えられる生地が求められた」（PTJ 出展者）
・「ものづくりに拘るブランドやデザイナーの来場が、かってないほど多い」（PTJ 出展者）
・「今迄は裏方に徹していたが、日本のものづくりを残す為に、この展示会に出展した」（JFW-JC 初出展者）
・「ブース位置は最深部だったが来場者は前年比 3 割増。エコな素材という観点からも引き合いが多い」（PTJ 出展者）
・「スーリーアルパカやモヘア・シャギー、毛足のあるループ使いなどのファンシーヤーン使いが人気を得た」（PTJ 出展者）
・「中国ではメード・イン・ジャパン素材の人気が高い。特に中国で作れない複雑なドビーやジャガード」（PTJ 出展者）
・「大手アパレルの来場が少ないのでは・・」（PTJ 出展者）
・「当社は個展を開いて無いので、この展示会で独自の加工技術を広く訴求していきたい」（PTJ 出展者）
・「元々インテリア素材を主力としてきたが、衣料分野に進出する上で差別化のヒントを得たい」（JC 初出展者）
・「当社独自の機能加工を披露する事で、かなりの反響を頂いている」（PTJ 出展者）
・「学生の考える“快適性”は大変参考になった。今回の出展は大成功」（JFW-JC 初出展者）
・「今回は初日だけで中国人バイヤーが 20 名来た」「商談した中国人バイヤーの工場見学が決まった」（PTJ 出展者）
・「ファッション分野以外の顧客獲得を狙って初出展したが、想定以上の成果があった」（PTJ 初出展者）
・「拘りの強い当社の生地をデザイナーとコラボしてガーメント展示したが、“こんな使い方が出来るのか”等、高い評価を得た」（PTJ 出展者）
・「初日の朝から大手スポーツ・メーカーなどが多く訪れ非常に成果があった。この展示会の客層は素晴らしいので、今後は他の展示会出展をやめて、この展示会に注力したい」（PTJ 海外出展者）
・「PTJ 展は活気がありビジネス中心の商談会であると感じられる。日本のデニムメーカーも数社出ているようなので、今後デニム・カテゴリーのゾーン分け（'Blue Zone'）等を試みてもよいのでは？」（PTJ 海外出展者）
・「昨年よりブース訪問者数・商談共に増加した。年 2 回開催してくれれば他展に出る必要ないのだが・・」（JC 海外出展者）
・「海外輸出比率が多い当社にとって、PTJ と個展の併用で日本市場を再度開拓したい」（PTJ 出展者）

«来場者の声»

・「様々な産地企業に出会える唯一の展示会なので、必ず来ている」（アパレル）
・「この展示会では、大手コンバーターの素材とは一味違う素材に出会える」(アパレル)
・「いつも思うが、この展示会のトレンド・コーナーは素晴らしい。なぜ他の展示会も同じ事をしないか不思議」（商社）
・「出展企業それぞれに新しい事に挑戦している。この展示会を見ると日本の繊維・ファッション業界は前向きな良い方向への過渡期にあると思う」（繊維団体トップ）
・「この展示会では単なる商談に止まらず、若手の業界人や業界を目指す学生の支援をするプログラムが複数あり、それも単発ではなく継続的に行っているのが素晴らしい」（業界関係者）

・「学生達にとって Form Presentation の最終選考に残り、この場で作品展示できる事はモチベーションの向上に繋がっている」（学校関係者）
・「出来れば PTJ の方にも入れる様にして欲しい」（学生）
・「初めて訪れたが、展示会規模や雰囲気もよく全体的にフレンドリーな対応をしてくれるので、印象が良い。又訪れたい」（米国の来場者）
・「中国と違う高級素材を求めに来たが、トレンド・コーナーで既に多くの魅力的な素材が見つけた」（中国アパレル）
・「5 月に続いて 2 回目の訪問だが、この展示会は大変気に入っている。ただ、残念なことは各ブースでの言語問題である。英語が通じる企業が少ないのでコミュニケーションが取れにくい」（欧州グローバル SPA のバイヤー）
・「初めて訪れたが規模的にも雰囲気的にも大変良いと思う。MU と PV の間のような印象がある。当社の顧客はイタリアの TOP メゾンなので付加価値のある素材が前提だが、生地幅や納期の点で少し問題がある」（イタリア Agent）
・「初めて訪れたが非常にレベルの高い製品が多いと感じる。この展示会はオープンで感じが良い。雰囲気も良く規模的にも回りやすい」（フランス Agent）
・「高級ミセス向けの素材をソーシングにやってきたが来てみて良かった。見るものが多く、素晴らしい」（韓国アパレル）