



「インターテキスタイル上海」にジャパン・パビリオン出展～日本製求める機運ますます高まる～

今回で25周年を迎える「インターテキスタイル上海展」が9月25日～27日に、中国・上海の中国国家会展中心で開かれます。世界中で秋冬シーズンのソーシングが早まっていることを受け、昨年から10月開催から国慶節前の会期に変更されました。インターテキスタイル上海は新会場での年2回開催も認知度が高まり、前回展では約78,000名のバイヤーが訪れ、終日活発な商談が交わされました。中国国内での高級素材への需要はますます高まり、ミラノウニカ・パビリオンを含むサロン・ヨーロッパは大変人気の高い出展エリアになっている。それと同様に、スタイリッシュな統一ブースで日本を象徴したジャパン・パビリオンと、ジャパン・トレンドコーナーは、国際館の中でも屈指の動員力を誇る注目エリアとなっています。

日本ファッション・ウィーク推進機構(JFW)は、今回も国際館内にジャパン・パビリオン(JP)を設け、30社／85小間(765sqm)の規模で出展します。今回でJFWが単独で主催するJapan Pavilion Autumn Editionは10回目を数え、現在ではJFWの国際化事業の柱となっています。

■『Japan Pavilion』開催概要

- ◇ 出展場所: 国際館内 (Hall. 5.1)
- ◇ 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: 30社／85小間(771 m²) * ジャパン・トレンドコーナーなど含む
- ◇ 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

独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)

□ 出展企業 : (*新規出展者:5社/9小間)

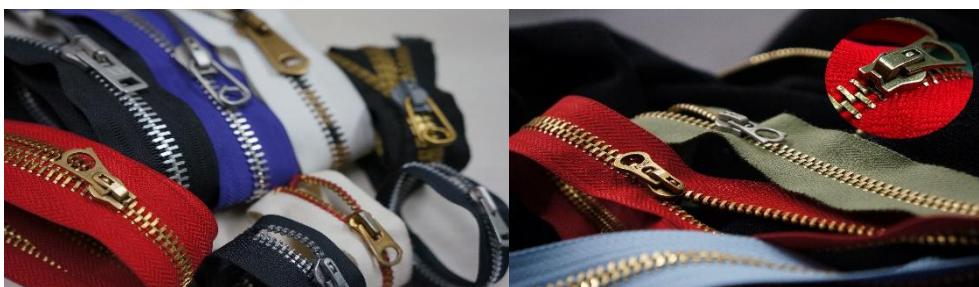
(株)アイリス(6小間)、朝日ファスナー(株)*(1小間)、(株)アタゴ(2小間)、宇仁繊維(株)(3小間)、
(株)エイガールズ(2小間)、熊澤商事(株)(2小間)、(株)クリスタルクロス(2小間)、(株)クロップオザギ(1小間)、
(株)コッカ(3小間)、近藤紡績所(株)*(2小間)、(株)サンウェル(6小間)、(株)サンマリノ(1小間)、柴屋(株)(4小間)、
(株)ジャパンプルー(2小間)、双日ファッション(株)(6小間)、高島織物工業協同組合*(2小間)、
瀧定名古屋(株)(3小間)、田村駒(株)(4小間)、蝶理(株)(2+3小間)、帝人フロンティア(株)(2小間)、
豊島(株)(6小間)、同興商事(株)(1小間)、(株)日東ボタン*(2小間)、前多(株)(1小間)、
増井(株)*(2小間)、溝呂木(株)(1小間)、モナ・ニット(株)(1小間)、モリリン(株)(3小間)、(株)ヤギ(2小間)

□ 新規出展企業を紹介します。

● 朝日ファスナー/「WALDES」訴求

朝日ファスナーは「中国市場でも“WALDES”のブランドが知られてきた。どこで買えるかといった問い合わせもある。今回、中国市場を開拓するため、初出展することにした」と朝日ファスナー。「大量生産で低価格のジッパーは志向しない。今回はWALDESに絞って訴求したい」と意気込みます。

WALDESは 1930～1950 年代のジッパーをリアルに復刻したビンテージジッパー。ジッパーの中でも一番古い製法でエレメント(務歯)素材のアルミ、丹銅、洋白といった非鉄金属を使用。プレス形成されたエレメントは重厚感があり、メッキを施していないため、素材の経年変化が楽しめるという。こだわりはジッパーのテープ部にも見受けられ、綿糸を昔ながらの力織機で製造しています。銅の配合などにもノウハウがあり、中国のビンテージファンの獲得を目指します。



● 日東ボタン/エコ商材をアピール

日東ボタンはこれまでインターテキスタイル上海に、現地支店が中国の地元企業が集まるエリアで出品していました。「日本市場はパイの伸びが期待できない。海外市場の開拓が不可欠。中国は世界の縫製産地であり、期待している」と話していました。中国企業エリアに比べ、ジャパン・パビリオンの方が「中国企業へのアピール力が強い。客層も異なり、効率的な商談ができる」と参加しました。

2019年9月

ボタンはプラスチック製ですが、同社はさとうきびの搾りかす(バガス)を30%混ぜた「BGスコッチ 30」を提案。また、パルプが30%入ったプラスチック樹脂を使った「スコッチバイオ 30」も出品します。

「エコなボタン。欧州ではエコの意識が高い。欧州ほどではないが、日本でもエコは浸透してきており、これから広がるのでは。中国でもエコなボタンへの関心は高いと思う」。価格は通常品と同じに抑えています。



●増井／現地にパートナー

「昨年11月に、中国・広州の企業と代理店契約を結んだ」と増井。相手はダウン用の糸や生地を製造する会社ですが、高級品を手掛けるため、増井の中国での代理店となりました。3月のインターテキスタイル上海では、同代理店がブース出展しましたが、「客層は中国品を求める顧客が多く、価格面で合わなかった。このため、今回のインテキ上海では当社がジャパン・パビリオンに初出展することになった」という経緯です。



増井はレーヨン長繊維を中心にした生地を得意とします。今回は化合繊中心の生地提案ですが、和歌山(綿)、北陸(ポリエステル、レーヨン)で作ったカットソーも出品します。価格は1着＝800～1500円の商品です。

「中国市場は協業できるパートナーが重要と考える。現地で取り組む相手がいるので、やりやすい」と、商談に期待しています。

●高島織物工業協同組合／「高島ちぢみ」を紹介

高島織物工業協同組合は、滋賀県高島地域の織物産業に従事する機業が属する組合組織です。名産の「高島ちぢみ」は、江戸時代の天明年間(1781～89年)に、農家が冬場の副業として始めたのが最初。緯糸に強い撚りをかけて、布の表面にシボというしわを作りました。肌に触れる面積が小さく、夏に合うさらっとした着心地となり、パジャマや肌着に使用されています。最近はファッション分野でも使われています。このため、「地域団体商標」としても認定されています。

「日本国内だけでなく、海外にも活路を拓きたい。これまで大きな展示会に出る機会がなかったが、今回は高島晒協業組合を中心に、機業5社が出展」します。クレープ、楊柳といった生地のほか、プリントや染めを施したものなど約200点を出品。現地での販売には「日本の商社の協力を得ることも検討」しています。会場では産地の生産工程をモニターで流すといったことも予定しています。

●近藤紡績所／製品で見せる

「全て製品でお見せしたい」と、近藤紡績所。中国・青島には、青島藤華紡織、青島近藤紡時装、青島彩美印花と自社工場があります。編み立て、染色、プリント、縫製ができ、製品での提案ができるのが強みです。

「これまで青島の展覧会に出た経験はあるが、インターテキスト上海に単独出展するのは初めて。中国企業や欧州企業に見てもらい、どういう反応か確かめたい」という目的です。「せっかくいい商品を作っても、日本の衣料市場が苦戦しているため、国内ではなかなか商談に結びつきにくい」と、海外バイヤーに期待しています。

今回は綿の中番手を中心に、プレーンな生地でも高品質なものを製品化します。青島の事業所の紹介とともに、日本企画・中国生産の提案を行い、製品での納入にも対応します。



■ ジャパン・トレンドコーナー

ジャパントrendとは、JFW テキスタイルディビジョンが毎シーズン発信するテキスタイルトレンド。欧米からのトレンド情報に流されることなく、四季の移ろいによる感性と日本語を大事にした、2020 年秋冬向けテキスタイルトレンドです。今回のトレンドコーナーでは、シンプルな図形を使って来場者の視覚に魔法をかけます。アクリルの模様2枚をずらして設置することで、来場者が動きながら見ると、線が重なり幾何学に、モアレに、磁力模様に図形が変化する事を狙っている。それは、あたかも動画の様な錯覚。問いかける意識を持ち、見極める感覚の重要性、新しい時代に向けたジャパン・テキスタイルの魅力を表現している。

◆ 2020 Autumn / Winter 概観： < 意識と感覚 >

世界中が色々な問題を抱え、時代の変換期といわれている現代に私たちは生きています。

そんな時だからこそ、私たちは「何をして、未来へとつなぐことができるのか？」と社会に、自分に、そして世界に問いかける意識を持つ事が重要です。同時に人と自然が調和の内に生き、自然と共にその魂を守り、エネルギーを感じて外の世界につながる感覚を大事にすることが重要です。人類の意識と感覚はぶつかり合い、切り離せない狭間で生きている喜びを感じていきましょう。

◆ カラー：

心を落ち着かせたり、元気づけたり、色にパワーが宿っているシーズンの到来。

情熱や自信を感じさせてくれる色や魔法のかかった色を、自然にやさしく包み込むように色のリズムを感じましょう。

◆ 2020 Autumn / Winter テーマ：

◇ 哲学 ≡ 美学 —Philosophy ≡ Aesthetics—

◇ 魅力 ≡ 魔力 —Charm ≡ Mystique—

◇ 発想 ≡ 妄想 —Inspiration ≡ Delusion—

◇ 個性 ≡ 感性 —Individuality ≡ Sensitivity—