

2013Spring&Summer Bishu Material Exhibition

開催要項

- (1) 名 称 「2013Spring&Summer Bishu Material Exhibition」
- (2) 会 期 平成24年5月29日(火) 13:00-18:00
30日(水) 10:00-18:00
31日(木) 10:00-17:00
- (3) 会 場 青山ベルコモンズ 9F クレイドルホール
東京都港区北青山2丁目14-6
電話 03-3475-8121 (青山ベルコモンズ事務所)
03-3475-8191・8192 (展示会場直通)
- (4) 主 催 (財)一宮地場産業ファッションデザインセンター (FDC)
- (5) 目 的

尾州地域は高品質な織物の産地であり、毛織物製造事業者の集積地域である。

しかし、近年輸入品の増加等により産地の力が急激に低下している。こうした中、安易な価格競争から脱却し、尾州産地の長を生かした高付加価値のものづくりを一層推進していくことが求められている。従来からの海外市場への尾州テキスタイルの周知、販売促進に加え、国内市場において、尾州産地の力を結集して付加価値が高く魅力的なものづくりを行い、販路開拓をしていくことが必要である。本展示会は、「オール尾州」で結束したプロジェクトチームで尾州産地展として開催するものである。

トレンドコンセプトを共有した出展企業が、消費者のニーズに沿ったクオリティの高いものづくりによって開発した素材を広く発信することで、新規顧客の掘り起こしを図るとともに既存顧客との関係がより強固なものとなるよう期待される。併せて、尾州産地全体をアピールし、産地イメージの高揚に努め、出展企業だけでなく産地全体として更なる顧客獲得を目指していく。

(6) 事業内容

展示会場では、中央部分にインデックスコーナー、その周囲に各出展企業小間ブースを設置する。

展示会場の中心に位置するインデックスコーナーでは、出展企業が共有するネリーロディ社のトレンドコンセプトを基に開発したテキスタイルに加え、その一部をガーメント化した製品を展示することで、アパレル・小売等にメイドイン尾州を直接アピールしていく。

一方、インデックスコーナーに隣接する各出展企業のブースにおいては、各企業独自の展示商談会を実施する。

- (7) 出展企業 15社
- (8) 入 場 料 無 料
- (9) 併催行事 ジャパン・テキスタイル・コンテスト2011優秀作品展
- (10) 問い合わせ先 (財)一宮地場産業ファッションデザインセンター
一宮市大和町馬引字南正亀4-1
TEL: 0586-46-1361 FAX: 0586-44-7455



Bishu Material Exhibition

NEWS No.1 平成24年5月22日

青山ベルコモンズで開催

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンター(以下FDC)は5月29日から31日までの3日間、「2013Spring&Summer Bishu Material Exhibition(以下BME)」を東京都港区の青山ベルコモンズで開催する。これまでの3回は、東京都目黒区の恵比寿ガーデンプレイス内「ザ・ガーデンホール」で開催したが、今回は会場を青山ベルコモンズに変更した。この展示会は2013年春夏物を対象にしたもので、尾州産地のテキスタイルメーカー15社が参加する。

BMEは、尾州産地のテキスタイルメーカーが一同に会した展示会として、それまでのJB(ジョイント・尾州)東京展を発展的に受け継いで開催しているもので、今回が4回目。参加企業15社(前回17社)が合わせて約1,400点の2013年春夏婦人服向け新作テキスタイルを展示するほか、インデックスコーナーにFDCが提携しているパリのファッション情報会社ネリーロディ社のトレンド情報に基づいて出展企業がテーマ別に製作したテキスタイル約150点も展示する。

13年春夏の商況見通しは厳しく、一般的には原料高をどう製品価格に転嫁するのかが、課題となっている。「単価アップと販売数量の調整がポイント」という出展者もいる。FDCの事前アンケート調査でも出展15社のうち9社(60%)が「販売計画は前年実績(12年)比横ばい」としている。

しかし、3社が「20%増を計画」と回答しており、その理由も「12年春夏が悪かったため、13年に期待を込めた」「12年に減らし

た分、取り戻したい」「新規取引先の拡大で」と様々だ。また10%増を計画している出展者も3社あるが、その理由は「素材バリエーションが広がるなど商品群が増えた」「マザーニーズ素材とカラミ素材を強化、梅春から初夏まで提案できるようになった」という内容。

今回のBMEの商品特徴は①素材は綿、麻、シルク、複合素材が中心②それらを駆使したファンシーツイードが多く③節電に対応した機能素材、機能加工も台頭④初夏まで対応できる強撚糸、カラミが進出④ニットも幅を拡大、などである。機能素材、機能加工では、特に節電から冷・涼感素材などが注目されるものと思われる。

BMEに対する期待は「販路の拡大」「川下情報の収集」などで、「昨年よりも売上アップしたい」というのが大方の意見、期待である。

さらに、同会場一角では、「JTC2011優秀作品展」も併催する。

この件に対するお問い合わせはFDCまで。(0586-46-1361)

No.	企業名	主力素材	PR
1	(株)イチテキ	AQUA LINO	麻・綿等を燃系した清涼感のある素材を中心に展示します。
		BAMBOO SLUB	
		ICE COTTON	
2	岩田健毛織(株)	ツイード一連。特殊燃系・意匠系使用のクオリティ	Bishuらしい素材のバリエーションと新しいクオリティを追求します。
		TOP系を用いて色彩のあるクオリティ	
		ジャカード・カラミ・ニットを用いての素材構成	
3	(株)ソトージェイテック	ファンシーツイード	意匠性のある先染め素材を布帛・ニットで展開しています。オリジナル素材の作り込みも可能です。
		キュブラ・ポリエステル・強燃・ジャージ素材	
		機能性素材	
4	長大(株)	カラミツイード&ファンシー	カラミ織りの軽くて表面変化のあるツイード、他産地とのコラボレーションによる薄手素材にニットなどバリエーションに富んだ商品を提案します。
		経フィラメントシリーズ	
		コウイーニット・ラッセル等ニットシリーズ	
5	時田毛織(株)	さらりとした吸湿性のある麻素材の織物に独特の加工を施した新しいS/S素材の提案	進化する天然素材の可能性と挑戦をテーマに風合い、艶、表面感、機能を提案します。
		ファインウールとシルクによる美しいプリズム効果による演出。そして新たな光沢素材をプラスしたニュープリズム素材	
		人間の五感に対応する新機能素材	
6	中伝毛織(株)	機能素材	イージーケア&接触冷感シリーズ 複合素材を織り。編み共に展開しています。 カラミ、ツイード ハイゲージ
		機能加工	
		ファンシー	
7	日本エース(株)	Cotton	今シーズンは落ち着いたイメージの無地ライクで、多組織を組み込んで、ワントーンだが組織感の陰影で柄を見せたりと、主張しすぎずにシックで上品なデザインを生地で表現しました。
		Linen	
		複合素材	
8	林実業(株)	カラミ	様々な組織のカラミ織とオリジナルの意匠系を使ったマザーニーズツイードを提案します。
		マザーニーズ用の素材	
		プリントなどの後加工	
9	ファインテキスタイル(株)	ナチュラルリネン	表情感、手触りにこだわりました。リネンを豊富な先染めバリエーションで展開しています。また生産の難しい、フィラメント糸とスパン糸を混ぜて作ったチェック素材も好評です。
		フィラメントスパン交織のチェック	
		ファンシーツイード	
10	みづほ興業(株)	リネンを主体とした素材	天然繊維を中心とした他産地とのコラボ商品
		エアライトエンボス	
		パッチング加工	
11	宮田毛織工業(株)	最高級グレード綿「メサヴェルディー」	原料からのオリジナル企画や、8G~40Gの機械保有による幅広い横成で、天然繊維はもとより合成繊維においてもアウトター向け素材を主に、春夏物の提案をします。
		キュブラ・トリアセテートなどのフィラメント素材	
		麻・麻混	
12	虫文毛織(株)	フリクション系の空スラブツイード素材	SSツイードから複合素材、それに加えて2013SSはニット、ラッセルまで幅広く素材を広げます。
		ニット・ラッセル素材	
		経フィラメントの複合素材	
13	森織物(資)	Vis/Pe 特殊紡績糸	Vis/Pe と麻混素材を中心に展示します。
		タテストレッチシリーズ	
		麻混サマーツイードタイプ	
14	(株)モーリタン	機能素材(接触冷感)	生機、P下晒などをリスクしており、別注生産も約2週間で対応します。
		機能素材(UVカット加工)	
		超長綿シリーズ	
15	渡六毛織(株)	ファンシーツイード	カラフルなファンシーツイードや、経キュブラを使ったユニークなオリジナル商品を提案します。
		経キュブラツイード	
		シルク/ウール	



Bishu Material Exhibition

NEWS No.2 平成24年5月29日

初日来場者は260名、前回SS比9.2%増

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンター(以下、FDC)主催の「第4回 Bishu Material Exhibition(以下、BME)」が29日、東京都港区の青山ベルコモンズで開幕した。初日の入場者は260名で、同じ春夏物を対象にした第2回BME初日の238名を約9.2%上回った。なお、会期は31日まで。

初日は午後1時からの開場となったが、年々期待が高まる尾州産地の春夏素材を確認しようと、アパレル、商社・問屋など関係者が開場早々訪れた。これは前年の春夏物BMEが東北大震災直後の自粛ムードの中での開催ということもあって、2013年春夏物への期待の高まりを示したものである。

初日来場者の内訳は、アパレル94名(36.2%)、小売25名(9.6%)、商社・問屋99名(38.0%)、その他42名(16.2%)で、商社・問屋とアパレルの来場が目立った。

おもな来場者はアパレルが、ワールド、レナウン、三陽商会、ルック、トゥモローランド、マツオインターナショナル、グラン山貴、ジュニア、ヒロココシノインターナショナル、吉田ヒロミデザインインターナショナルなど。小売店は、伊勢丹、高島屋、東武百貨店、そごう・西武、松屋、京王百貨店、ユナイテッドアローズなどだった。

来場者の主な意見は、「大変良かった」という肯定的なもののほか、「色目がナチュラルすぎる」「変わり織りが少ない」「ファンシー素材の軽さを追求して欲しい」という商品に対する意見、「ブースが狭い」という展示方法に関する意見までさまざまだった。また小売店展開しているSPA(製造小売)アパレルは「尾州産地の春夏物は魅力的。価格は他産地と比較して高いが、それを乗り越える価値がある」と話していた。

FDCが会場で実施した初日のアンケート結果は以下の通り。

<来場者に関して>

1. 業種(アンケート回答者のみ)

小売業 9.1%、アパレル 37.5%、服地卸 18.2%、商社 18.2%、企画会社 4.5%、その他 12.5%

2. 来場目的

トレンドの把握 61.7%、商談 30.2%、その他 8.1%

3. 来場のきっかけ

FDCのDM 38.8%、出展企業のDM 41.2%、新聞記事 4.7%、新聞広告 1.2%、ホームページ 1.2%、その他 12.9%

<展示会に関して>

1. 展示会周知方法への不満(DM、HP、新聞広告など)

なかった 95.3%、あった 4.7%

2. 会場内(会場案内、受付、展示方法、商談環境など)への不満

なかった 92.8%、あった 7.2%

3. インデックスコーナーに関心素材は

あった 84.9%、なかった 15.1%

4. サンプル請求したか

会場でした 69.6%、後から請求する 12.7%、しない 17.7%

この件に対するお問い合わせと写真をご希望の方はFDCまで。(0586-46-1361)



Bishu Material Exhibition

NEWS No.3 平成24年5月30日

2日目の来場者、過去2番目に多い518名

初日のサンプルリクエスト数は、アパレル・小売からが52.4%

2日目を迎えた「第4回 Bishu Material Exhibition(以下、BME)」は開場と同時に大手アパレルを中心に多数が来場し、終日熱心な商談が繰り広げられ熱気にあふれた。2日目の来場者は518名で、前回春夏展2日目の418名を大きく上回った。1日の来場者が500名を越したのは第1回展2日目の517名、同3日目の561名について3回目である。

初日のサンプルリクエストは延べ316社から2,081点(見本反5点を含む)で、内訳は、アパレルからが156社947点、小売21社から141点、商社・問屋134社から978点、その他5社から10点であった。出展各社におけるリクエスト数は最高で245点、最低は63点であったが、見本反5点を除くサンプルリクエストの割合はアパレル、小売計で1,088点、52.4%となった。

2日目は朝からの好天にも恵まれ、開場早々から好調な出足が続き、終日各ブースでは熱心な商談が続けられた。午後には大手アパレル企業の社長や百貨店の重役も来場した。アンケート調査によれば、来場目的は「トレンドの把握」が61.9%と多かったものの、27.2%は「商談目的」の来場であり、回答者の92.5%がインデックスコーナーに「関心素材があった」と回答、改めて尾州産地春夏素材の存在感を証明した。

2日目の来場者の内訳は、アパレル223名(43.1%)、小売22名(4.2%)、商社・問屋197名(38.0%)、その他76名(14.7%)で、アパレルの来場者数が商社・問屋を上回った。これはアパレルの商品企画で尾州素材の重要性が高まったことの反映で、出展者も「手応えを感じた」と語っていた。

2日目のおもな来場者は、アパレルが、オンワード樫山、ワールド、三陽商会、T S Iホールディングス、ファイヴフォックス、フランドル、東京ソワール、レナウン、東京スタイル、イトキン、イギン、ルック、小泉アパレル、ジャパンスコープ、コスギ、インヴィテーション、カイトックファミリー、ヤマトドレス、昭和ドレス、ヒロココシノインターナショナル、花菱縫製など、わが国の主要アパレル企業を網羅する内容となった。小売店では、三越伊勢丹、高島屋、阪急阪神、松屋、レリアンなどが来場した。

来場者の主な意見は、「良かった」「カラーサンプルのヤーンが良かった」という肯定的意見のほか、「もっと個性を出して」「商品を絞り込んで欲しい」「ブース面積が小さい」などの意見もあった。また大手SPA(製造小売)アパレルのデザイナーは「尾州には様々なテキスタイルメーカーがある。素材もウールだけでなく、春夏物も魅力的。ブランドや販売ターゲットに合わせて使っていきたい」と話していた。

FDCが会場で実施した2日目のアンケート結果は以下の通り。

<来場者に関して>

1. 業種(アンケート回答者のみ)

小売業 6.0%、アパレル 50.7%、服地卸 12.7%、商社 17.3%、企画会社 3.3%、その他 10.0%

2. 来場目的

トレンドの把握 61.9%、商談 27.2%、その他 10.9%

3. 来場のきっかけ

FDCのDM 36.4%、出展企業のDM 37.2%、新聞記事 4.1%、新聞広告 2.0%、
ホームページ 0.7%、その他 19.6%

<展示会に関して>

1. 展示会周知方法への不満（DM、HP、新聞広告など）

なかった 97.9%、あった 2.1%

2. 会場内（会場案内、受付、展示方法、商談環境など）への不満

なかった 98.0%、あった 2.0%

3. インデックスコーナーに関心素材は

あった 92.5%、なかった 7.5%

4. 商談

した 68.2% なかった 31.8%

5. サンプル請求したか

会場でした 63.6%、後から請求する 19.3%、しない 17.1%

この件に対するお問い合わせと写真をご希望の方はFDCまで。(0586-46-1361)



Bishu Material Exhibition

NEWS No4 平成24年5月31日

会期中の来場者は1,298名、前回SS展比17.6%増

2日目までのサンプルリクエストは、計6,001点に

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンター(以下、FDC)主催の「第4回 Bishu Material Exhibition(以下、BME)」は31日、3日間の会期を終えた。3日目の来場者は520名で、3日間合計では1,298名となった。これは前回春夏の第2回展を194名、17.6%上回るもの。また2日目の出展企業15社に対するサンプルリクエスト数は、延べ637社から3,920点(見本反21点含む)、1社平均261点となった。なお、サンプルリクエスト数の初日と2日目の計は6,001点(見本反26点含む)となった。

2日目のサンプルリクエストの内訳は、アパレル1,778点、小売254点、商社・問屋1,713点、その他154点、見本反21点で、見本反を除く受注割合は、アパレル45.7%、小売6.5%、商社・問屋43.9%、その他3.9%で、アパレルからのリクエストが商社・問屋を上回った。出展15社の1社あたりリクエスト数は最高が703点、最低は130点であった。

3日目も、2日目と同様、開場とともに来場者が殺到、各ブースで意欲的な商談がなされた。

盛況の背景について出展者は、①尾州産地の素材が、アパレルの価値志向の春夏企画に重要な役割を占めるようになった②アパレルメーカーや百貨店などが商社・問屋経由でなく直接産地素材を確認するようになった、等をあげていた。また別の出展者は「フェイスブックで展示会(BME)情報が交換され、来場者増につながったのでは」と指摘していた。さらに来場した百貨店関係者は「当日の新聞報道を見てきた」と話していた。第2回BME(春夏物)は東日本大震災で消費の落ち込みの中で開催されたが、今回はそうしたマイナス要因もなかった。

3日目の来場者の内訳は、アパレル203名(39.0%)、小売38名(7.3%)、商社・問屋216名(41.6%)、その他63名(12.1%)で、アパレル・小売で46.3%を占めた。

3日目の主な来場者は、アパレルが、オンワード樫山、ワールド、三陽商会、レナウン、東京スタイル、イトキン、サンエー・プロダクション・ネットワーク、東京ソワール、フランドル、ユナイテッドアローズ、イギン、インヴィテーション、トゥモローランド、ジャパンスコープ、マツオインターナショナル、オールスタイル、エイ・ネット、アバハウスインターナショナル、マキムラ、ヒロココシノインターナショナル、ISSEY MIYAKE、ジュンコシマダジャパン、トリキなど、有力総合アパレルからDC(デザイナー・キャラクター)アパレルまで幅広かった。

小売店では、三越伊勢丹、そごう・西武、東急百貨店、東武百貨店、さくら野百貨店(仙台店)、タルボットジャパンなどが来場した。このうち、そごう・西武は同店のPB(プライベートブランド)担当者が多数来場した。海外からは大同利美特(上海)有限公司が来場した。

来場者の主な意見は、「大変、企画の参考になった」「楽しく見せてもらった」というものから、「開催時期をもう少し早くして」「もう少しブースを広くして」(複数)「展示会の回数を増やして」「この場で

スワッチが欲しい」(複数)「メンズとレディースの展示を区分けして」など、様々な声が寄せられた。

FDCが会場で実施した3日目のアンケート結果は以下の通り。

関心素材「あった」が93.4%に

<来場者に関して>

1. 業種 (アンケート回答者のみ)

小売業 7.1%、アパレル 44.6%、服地卸 21.7%、商社 11.4%、企画会社 3.8%、その他 11.4%

2. 来場目的

トレンドの把握 60.4%、商談 30.8%、その他 8.8%

3. 来場のきっかけ

FDCのDM 40.6%、出展企業のDM 40.0%、新聞記事 4.4%、新聞広告 1.7%、
ホームページ 2.2%、その他 11.1%

<展示会に関して>

1. 展示会周知方法への不満 (DM、HP、新聞広告など)

なかった 97.8%、あった 2.2%

2. 会場内 (会場案内、受付、展示方法、商談環境など) への不満

なかった 96.7%、あった 3.3%

3. インデックスコーナーに関心素材は

あった 93.4%、なかった 6.6%

4. 商談

した 55.6% しなかった 44.4%

5. サンプル請求したか

会場でした 55.4%、後から請求する 26.0%、しない 18.6%

次回BMEは10月に開催の予定である。

この件に対するお問い合わせと写真をご希望の方はFDCまで。(0586-46-1361)



Bishu Material Exhibition

NEWS No5 平成24年6月1日

サンプル等・リクエスト、1,671社から10,110点

来場者の業界別内訳、アパレルが初めて40%超

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンター(以下、FDC)は、「第4回 Bishu Material Exhibition(以下、BME)」を5月29、30、31日の3日間、東京の青山ベルコモンズで開催した。同展示商談会には尾州産地から15社のテキスタイルメーカーが参加、2013年春夏向け生地約1,400点を、またインデックスコーナーとして、FDCが提携しているパリ・ネリーロディ社のトレンド情報に基づいて参加各社が製作した生地150点を、及び製作のコンセプトやテーマカラーを展示した。加えて、「ジャパン・テキスタイル・コンテスト2011」優秀作品も展示した。

3日間の会期中の来場者数は計1,298名で、BME展としては第1回(2011/12秋冬)の1,345名に次ぐ来場者数となり、前回春夏展(第2回)の1,104名を17.6%上回るものとなった。

来場者の業種別内訳は、アパレル520名(構成比40.1%)、小売85名(同6.5%)、商社・問屋512名(同39.5%)、その他181名(同13.9%)であった。過去4回のBMEでアパレルの来場者数が商社・問屋を上回ったのは、今回が初めてである。

この点についてある出展者は、「相対的に服地問屋のプレゼンテーション力が低下し、アパレルや百貨店など小売の一部が直接テキスタイルメーカーや産地の商品を見るようになった」と話していた。

一方、展示会の成果とされるサンプル等のリクエストは、3日間合計で延べ1,671社から計10,110点(見本反44点を含む)に及んだ。これは前回の春夏展(第2回)の8,967点を12.7%上回った。

サンプルリクエストの内訳は延べで、アパレル736社から4,473点、小売129社から780点、商社・問屋757社から4,583点、その他49社から230点、見本反44点というものであった。

サンプルリクエスト(44点の見本反を除く)数の割合はアパレル44.4%、小売7.8%、商社・問屋45.5%、その他2.3%で、アパレル・小売を併せると52.2%であり、いわゆる「川下」が50%を越えた。その意味でも、BMEはわが国のファッション業界全体の「必見カレンダー」に組み込まれたといえよう。

会期中の主な来場者は、アパレルがオンワード樫山、ワールド、三陽商会、レナウン、東京スタイル、イトキンといった大手・総合アパレルからISSEY MIYAKE、ジュンコシマダジャパン、トリキなど有名DC(デザイナー・キャラクター)アパレルまで、わが国を代表する企業の多くが来場した。また小売店では、三越伊勢丹、そごう・西武、東急百貨店、東武百貨店など百貨店のほか、セレクトショップも多数来場した。

今後、BME参加者は、請求されたサンプルの送付や企画の修正などを進めて、2013年春夏のビジネスを本格化させる。

《《資料》》

＜第4回BMEの来場者の内訳＞

	1日目	2日目	3日目	計
アパレル	94名	223名	203名	520名 (40.1%)
小売	25名	22名	38名	85名 (6.5%)
商社・問屋	99名	197名	216名	512名 (39.5%)
その他	42名	76名	63名	181名 (13.9%)
計	260名	518名	520名	1,298名 (100.0%)

(参考) 過去の来場者内訳 (上段=来場者数、下段=構成比%)

	アパレル	小売	商社・問屋	その他	計
第1回	520名 38.7%	41名 3.0%	576名 42.8%	208名 15.5%	1,345名 100.0%
第2回	391名 35.4%	52名 4.7%	527名 47.8%	134名 12.1%	1,104名 100.0%
第3回	451名 35.3%	64名 5.0%	562名 43.9%	202名 15.8%	1,279名 100.0%
第4回	520名 40.1%	85名 6.5%	512名 39.5%	181名 13.9%	1,298名 100.0%

＜第4回BMEのリクエスト状況＞

	アパレル		小売		商社・問屋		その他		計		
	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数	
										サンプル	見本反
1日目	156	947	21	141	134	978	5	10	316	2,076	5
2日目	288	1,778	49	254	273	1,713	26	154	636	3,899	21
3日目	292	1,748	59	385	350	1,892	18	66	719	4,091	18
計	736	4,473	129	780	757	4583	49	230	1,671	10,066	44

(参考) 過去のリクエスト数推移

	出展者数	来場者数	サンプル等・リクエスト数 (内、見本反)
第1回 (AW)	21社	1,345名	14,021点 (126点)
第2回 (SS)	19社	1,104名	8,967点 (0点)
第3回 (AW)	17社	1,279名	11,495点 (64点)
今回 (SS)	15社	1,298名	10,110点 (44点)

この件に対するお問い合わせと写真をご希望の方はFDCまで。(0586-46-1361)